



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

**EXPORTACIÓN DE SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA HACIA
ESTADOS UNIDOS-NUEVA YORK**

**PRESENTADO POR
LUIS ALBERTO PALACIOS CABREJOS**

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

LIMA – PERÚ

2018



CC BY-NC-SA

Reconocimiento – No comercial – Compartir igual

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

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



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

INTERNACIONALES

PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**EXPORTACIÓN DE SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA HACIA ESTADOS
UNIDOS-NUEVA YORK.**

PARA OPTAR

**EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

PRESENTADO POR

LUIS ALBERTO PALACIOS CABREJOS

Lima-Perú

2018

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico a DIOS, porque siempre me acompaña en cada paso que doy a la vez también agradecer a mis padres que están conmigo en todo momento y cada meta que estoy cumpliendo.

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a DIOS, gracias a el estoy creciendo y cumpliendo mis metas, tampoco dejar de agradecer a mis padres que son mi apoyo y la motivación para crecer día a día y ser un buen ser humano. Por último, a la ciudad de Piura-Catacaos que me hizo conocer más e mi querido Perú y se terminó con éxito el desarrollo de mi Plan de Negocio.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO.....	12
1. ESTRUCTURA DEL PLAN	13
2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	14
2.1 Nombre o razón social	14
2.1.1 Inscripción de la empresa en los Registros Públicos.....	14
2.2 Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU).....	17
2.2.1 Actividad Principal	18
2.3 Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial.....	18
2.3.1 Ubicación.....	18
2.3.2 Factibilidad municipal.....	20
2.3.3 Factibilidad sectorial	22
2.4 Misión, Visión, Valores, Objetivos y Principios	22
2.4.1 Misión.....	22
2.4.2 Visión	22
2.4.3 Valores.....	22
2.4.4 Objetivo general:.....	24
2.4.5 Principios de la empresa:	25
2.4.6 Cultura Organizacional, políticas.	26
2.5 Ley de MIPYME, Micro, Pequeña y Mediana empresa	27
2.6 Estructura orgánica.....	28
2.6.1 Principales funciones del personal	29
2.7 Cuadro de asignación personal	32
2.8 Forma jurídica empresarial.....	33
2.9 Registro de marca y procedimiento en INDECOPI	35
2.10 Requisitos y trámites municipales	36
2.11 Régimen tributario, procedimiento desde la obtención del RUC y modalidades	37
2.12 Registro de planilla electrónica (PLAME)	39
2.13 Régimen laboral especial y general laboral.....	40
2.14 Modalidades de contratos laborales	41
2.15 Contratos comerciales y responsabilidad civil de los accionistas.....	42
3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL.....	48
3.1 Descripción del producto	48

3.1.1	Clasificación arancelaria.....	49
3.1.2	Propuesta de valor.....	50
3.1.3	Ficha técnica comercial	56
3.2	Investigación del mercado de objetivo.....	57
3.2.1	Segmentación del mercado objetivo.....	61
3.2.2	Tendencias de consumo	79
3.3	Análisis de la oferta y la demanda	80
3.3.1	Análisis de la oferta	80
3.3.2	Análisis de la demanda.....	85
3.4	Estrategia de Venta y Distribución	89
3.4.1	Estrategia de segmentación	89
3.4.2	Estrategias de distribución	91
3.5	Estrategias de promoción	94
3.6	Estrategia de ingreso al mercado objetivo.....	100
3.7	Tamaño de planta. Factores condicionantes.....	100
4.	PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL.....	102
4.1	Envases, empaques y embalajes	102
4.1.1	Envases	102
4.1.2	Empaque	104
4.1.3	Embalaje	105
4.2	Diseño del rotulado y marcado	107
4.2.1	Diseño del rotulado.....	107
4.2.2	Diseño del marcado.....	107
4.3	Unitarización y cubicaje de la carga.....	109
4.4	Cadena de DFI de exportación	112
4.4.1	Determinación de requerimiento de insumos e infraestructura.....	112
4.4.2	Establecer estrategias de suministro.....	113
	116
4.5	Seguro de la mercancía.....	125
5.	PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL	127
5.1	Fijación de precios	127
5.1.1	Determinación de precios.....	128
5.1.2	Cotización internacional.....	129
5.2	Contrato de compra venta internacional (exportaciones/importaciones) y sus documentos.	130

5.3 Elección y aplicación del incoterm	136
5.4 Determinación del medio de paga y cobro	138
5.5 Elección del régimen de exportación o de importación	139
5.6 Gestión aduanera del comercio internacional	139
5.7 Flujograma	143
6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	144
6.1 Inversión Fija.....	144
6.1.1 Activos Tangibles.....	144
6.1.2. Activos Intangibles.....	145
6.2 Capital de Trabajo.....	145
6.3 Inversión Total	147
6.4 Estructura de Inversión y Financiamiento	148
6.5 Fuentes financieras y condiciones de crédito.....	150
6.6 Presupuesto de Costos	152
6.7 Punto de Equilibrio	154
6.8 Presupuesto de Ingresos	156
6.9 Presupuesto de egresos	158
6.10 Flujo de caja proyectado.....	159
6.10.1 Flujo de caja económico	159
6.10.2 Flujo de caja financiero.....	160
6.11 Estado de Ganancias y Pérdidas	160
6.12 Evaluación de la Inversión.....	162
6.12.1 Evaluación Económica	162
6.12.2 Evaluación Financiera.....	163
6.12.3 Evaluación Social	164
6.12.4 Impacto Ambiental	164
6.13 Evaluación de Costo oportunidad del capital de trabajo	165
6.14 Cuadro de riesgo del tipo de cambio	166
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	168
7.1 Conclusiones	168
7.2 Recomendaciones	169
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	170
Anexo.....	174

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Pago de derechos registrales.....	15
Tabla 2. Pago por elaboración de la minuta.....	16
Tabla 3. Pago a la Notaria.....	16
Tabla 4. Pago de derechos registrales en SUNARP	17
Tabla 5. Actividad principal del código CIU	18
Tabla 6. Método de factores ponderados para la localización del Proyecto.....	18
Tabla 7. Distribución de los ambientes de la empresa	20
Tabla 8. Costo, entrega y solicitante	21
Tabla 9. Cuadro comparativo Ley MYPE - MIPYME	28
Tabla 10: Asignación del personal de la empresa Sobrandina Peru S.A.C.....	32
Tabla 11 Servicio de terceros de la empresa Sobrandina Peru S.A.C. - Contabilidad.....	32
Tabla 12: Servicios de terceros de la empresa Sobrandina Peru S.A.C. – Diseñador.....	32
Tabla 13. Comparaciones entre SAC y SRL.....	34
Tabla 14: Aporte de socios de la empresa Sobrandina Peru S.A.C.	34
Tabla 15: Costo y plazo para obtener la licencia de funcionamiento.....	36
Tabla 16: Impuestos a pagar - régimen MYPE tributario	38
Tabla 17: Renta neta anual.....	38
Tabla 18: Derechos del régimen laboral especial de la micro empresa	41
Tabla 19. Clasificación arancelaria del producto de sombrero de paja toquilla en Nueva York.....	49
Tabla 20. Aranceles Aplicados del producto de sombrero de paja en destino.....	50
Tabla 21. Exportaciones de la partida 6505.00.90.00 por descripción comercial...	50
Tabla 22. Proveedores del producto.....	54
Tabla 23. Ficha Técnica Comercial	56
Tabla 24. Principales Importadores a nivel mundial de la partida 650500	57
Tabla 25. Exportaciones peruanas a nivel mundial de la partida 6505009000	58
Tabla 26 Exportaciones peruanas del año 2017 para la partida 6505009000	59
Tabla 27. Criterios de selección país proveedor	60

Tabla 28. Resumen estadísticos	67
Tabla 29 Balanza Comercial Perú – Estados Unidos 2016 Ene-Dic.....	68
Tabla 30 Relación Comercial Perú – Estados Unidos.....	68
Tabla 31. Principales Estados y número de habitantes de Estados Unidos.....	69
Tabla 32 Importaciones de las ciudades de Estados Unidos del año 2013 al 2017 de la partida 6505009076 por aduanas	70
Tabla 33. Importaciones de ciudades de Estados Unidos del año 2013 al 2017 de la partida 6505009076 por aduanas (Expresado en Kilogramos)	70
Tabla 34. Información de las 3 principales ciudades.....	71
Tabla 35. Criterios de selección del mercado.....	72
Tabla 36: Medición de mercado objetivo	77
Tabla 37: Determinación de la demanda.....	78
Tabla 38: Distribuidores importadores de sombrero en New york.....	79
Tabla 39: Principales países exportadores de la partida 6505.00.90.00.....	80
Tabla 40: Principales países exportadores de la partida 6505.00.90.00.....	81
Tabla 41: Total de exportaciones peruanas de la partida 6505.00.90.00	82
Tabla 42: Total de exportaciones peruanas de la partida 6505.00.90.00	83
Tabla 43: Empresas peruanas que comercializan la partida 6505.00.90.00 hacia el mundo.....	83
Tabla 44: Empresas peruanas que exportan la partida 6505.00.90.00 hacia Estados unidos.....	84
Tabla 45: Principales países importaciones de Estados unidos de la partida 6505.00.....	85
Tabla 46: Principales países importaciones de EEUU de la partida 6505.00	86
Tabla 47 Importaciones de ciudades de Estados Unidos del año 2013 al 2017 de la partida 6505009076 por aduanas	87
Tabla 48: Demanda de New York del 2013 - 2017 del producto P.A: 650500907688	
Tabla 49: Métodos de mínimos cuadrados	88
Tabla 50: Demanda proyectada del mercado.....	89
Tabla 51: Proyección de las exportaciones de la empresa	89
Tabla 52: Presupuesto de participación en las Ruedas de Negocios.....	97

Tabla 53. Medidas del envase para los sombreros de paja toquilla	103
Tabla 54. Medidas del Empaque para los sombreros de paja toquilla	104
Tabla 55. Medidas para caja master y Pallet	110
Tabla 56. Medidas del Envase	110
Tabla 57. Medidas de la Caja	111
Tabla 58. Medidas de la Paleta.....	111
Tabla 59. Total de Cajas por Paleta (Inc. peso de Paleta).....	111
Tabla 60. Numero de Paletas por Embarque.....	112
<i>Tabla 61: Proveedores de Somtoqui SAC</i>	112
Tabla 62: Criterios de Selección de la empresa tercerizadora.....	114
Tabla 63: Criterios de selección de la empresa tercerizadora	114
Tabla 64: Criterios para la elección de agencia de aduanas	122
Tabla 65: Puntuación para la selección de agencia de aduanas.....	123
Tabla 66: Tipos de pólizas.....	125
Tabla 67. Precios de las principales empresas exportadoras de la partida 6505.00.90.00.....	127
Tabla 68. Costos Variables.....	128
Tabla 69. Costos fijos.....	128
Tabla 70. Estructura de precio.....	128
Tabla 71: Información del plan para elaboración del contrato internacional.....	130
Tabla 72: Contrato de compra venta internacional.....	131
Tabla 73. Ventajas y Desventajas de la Transferencia Interbancaria.....	138
Tabla 74: Comisiones Banco Interbank por la emisión de una Transferencia al Exterior .	138
Tabla 75. Activos tangibles	144
Tabla 76. Otros activos tangibles	144
Tabla 77 Activos intangibles	145
Tabla 78. Capital de trabajo.....	145
Tabla 79 Inversión total.....	147
Tabla 80. Estructura de financiamiento de la inversión	148
Tabla 81. Flujo de caja de deuda	148
Tabla 82. Créditos - Capital de trabajo para microempresas.....	150

Tabla 83. Condiciones de crédito	151
Tabla 84. Costos de venta.....	152
Tabla 85. Costos de exportación	152
Tabla 86. Materiales indirectos	152
Tabla 87. Gastos de personal.....	153
Tabla 88. Gastos fijos	153
Tabla 89. Gastos administrativos.....	153
Tabla 90. Gastos de ventas	153
Tabla 91. Costos fijos	154
Tabla 92. Costos variables.....	154
Tabla 93. Costos totales.....	155
Tabla 94. Estructura de precio.....	155
Tabla 95. Ventas en los próximos años	156
Tabla 96. Saldo a favor del exportador.....	157
Tabla 97. Tasa de inflación de los años 2013 al 2017.....	158
Tabla 99. Presupuesto proyectado de costos variables.....	158
Tabla 100. Presupuesto proyectado de costos fijos	158
Tabla 101. Flujo de caja económico.....	159
Tabla 102. Flujo de caja financiero	160
Tabla 103. Depreciación de activos tangibles	160
Tabla 104. Amortización de activos intangibles	161
Tabla 105. Estado de ganancias y pérdidas	161
Tabla 106. Resultados económicos	162
Tabla 107. Periodo de recuperación económica.....	163
Tabla 108. Resultados financieros.....	163
Tabla 109. Periodo de recuperación financiera	164
Tabla 110. Indicadores utilizados para el cálculo del Beta Apalancado	165
Tabla 111. Cálculo del Costo de Oportunidad por el método CAPM.....	166
Tabla 112. Cálculo del costo promedio ponderado de capital.....	166
Tabla 113. Análisis de sensibilidad con tipo de cambio	167

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación de la empresa SOMTOQUI EXPORT S.A.C	19
Figura 2. Distribución de ambientes de la empresa.....	20
Figura 3. Valores de la empresa SOMTOQUI PERU S.A.C.....	23
Figura 4. Principios de la empresa SOMTOQUI PERU S.A.C.....	25
Figura 5. Organigrama Somtoqui Sac.....	28
Figura 6.Marca de la empresa Somtoqui S.A.C.	35
Figura 7. Componentes de la planilla electrónica.....	40
Figura 8. Modelos de contratos de la empresa Somtoqui S.A.C.....	42
Figura 9 Contratos comerciales de la empresa Somtoqui S.A.C.	43
Figura 10 Cadena de valor de Porter	51
Figura 11: Valor agregado externo	55
Figura 12: Estrategias de segmentación según Porter	90
Figura 13: Elaboración de las estrategias de segmentación	91
Figura 14. Principales ferias N Ferias	95
Figura 15: Datos agregados comerciales OCEX New York	98
Figura 16: Matriz Ansoff.....	100
Figura 17. Sombrero de paja toquilla.	102
Figura 18. Presentación del Producto	103
Figura 19. Medidas del Empaque del producto	104
Figura 20. Medidas del Pallet	105
Figura 21. . Paletización con Stretch Film	106
Figura 22. Estrategia para la empresa tercerizadora	115
Figura 23. <i>Diagrama de flujo de la producción de sombrero de Paja toquilla</i>	116
Figura 24: Cadena Logística de la empresa Somtoqui Perú SAC	124
Figura 25: Cotización de SomtoquiPeru Sac	130
Figura 26: Factura comercial de exportación	136

RESUMEN EJECUTIVO

En este plan de negocio se verifica la viabilidad de exportar sombrero de paja toquilla a Estados Unidos.

La finalidad de exportar estos productos, es darle valor a la producción y desarrollo de calidad para llegar así a otros nichos de mercado a mediano y largo plazo, ofreciendo así productos competitivos y que son de origen peruano.

Para tener un resultado positivo, en nuestro negocio consideramos distintos puntos como son: organización, aspectos legales, marketing, comercio exterior, logística internacional y plan económico financiero.

En primer lugar se realizara un análisis de apertura del negocio, por eso se consideran varios aspectos como el marco legal, ubicación que sean aplicables para el funcionamiento de nuestro negocio.

En tercer y cuarto lugar se define el tipo de contrato a utilizar, medio de pago, las responsabilidades de ambas partes y los distintos procesos logísticos a tomar en cuenta, a fin de determinar la cadena de distribución física internacional.

Finalmente, en el quinto capítulo el plan económico financiero, se detalla la información de relevancia para determinar la viabilidad del proyecto; como el análisis de los estados financieros, el capital de trabajo, la estructura de la inversión y el financiamiento, presupuestos de costos, ingresos, egresos, punto de equilibrio, flujos de cajas, estado de ganancias y pérdidas, análisis de sensibilidad, el cuadro de riesgo del tipo de cambio, entre otros puntos, se ha analizado con la finalidad de saber si se cumple con las condiciones de rentabilidad, solvencia y liquidez para evitar pérdidas y asegurar la buena ejecución del proyecto.

Por lo tanto, en el presente plan de negocio se brinda información importante y detallada de todos los aspectos que se requiere para la aceptación y viabilidad del proyecto. La inversión inicial de este proyecto es de S/ 123,079.00, el aporte propio es de S/ 50,462.00 equivalente al 41% y el financiamiento es de S/ 72,617.00 equivalente al 59% a 24 meses. El VAN financiero es de S/ 154,486.71 y el TIR financiero 68.63% y B/C 4.06.

1. ESTRUCTURA DEL PLAN

<p>Socios Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> -Artesanos. - centros de acopio -Organizaciones del Estado PROMPERU, ADEX, MINCETUR. -Operador logístico. 	<p>Actividades Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> - Control de calidad de sombrero de paja de toquilla. -Realizar buena gestión de suministro, compra de la materia prima (proveedores) y proceso de producción (maquila) hasta llegar al consumidor final. - Desarrollo de plataforma de ventas -Mercadeo como la promoción del producto y el recorrido desde su producción hasta la comercialización. 	<p>Oferta de Valor</p> <ul style="list-style-type: none"> -Adaptación del producto al cliente. - Modelo personalizado. -Son fáciles de llevar - Es un accesorio fácil y útil. - Tiene un sentido personal. - El sombrero de paja toquilla es hecho de una fibra vegetal y son tejidos a manos, tiene un reconocimiento a nivel internacional por su calidad y diseño. 	<p>Relación con clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> Ruedas de negocios para poder captar nuevos clientes. -Publicidad, revistas especializadas, permite que nuestro producto permanezca en el mercado. -Servicio de post venta, comunicación constante con el cliente. -Promociones, ofertas y regalos, permite la fidelización con los clientes. 	<p>Segmentos de Mercados</p> <p>Nuestros clientes son los distribuidores de tiendas que venden artesanías, ropas en Estados Unidos, New York, siendo ellos los encargados de vender a los mayoristas, tiendas de souvenirs, tiendas en aeropuertos, dentro del mercado de destino.</p> <p>-Los consumidores finales son los hombres y las mujeres de edades entre 25 a 45 años.</p> <p>-Bróker y/o distribuidores ubicados en país de destino.</p>
<p>Recursos Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> -Control de calidad. -Empresa terciarizadora. -Técnicas de mejora durante el proceso de comercialización. -Préstamo bancario -Infraestructura. -Personal especializado (administración, logística y comercial). 		<p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ferias internacionales en (Estados Unidos, New York) y nacionales como -Página Web, skype, correo, redes sociales y whatsapp. -Representantes comerciales. 		
<p>Estructura de Costos</p> <ul style="list-style-type: none"> - costo de maquila. - costos de exportación. - costos de materiales indirectos. - Gastos de personal. - gastos fijos. - gastos administrativos. - gastos de ventas. 		<p>Fuentes de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> -Financiamiento del aporte propio de los accionistas. -Financiamiento de un préstamo. 		

2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1 Nombre o razón social

SOMBRANDINA PERU S.A.C. fue la razón social elegida para la creación de la empresa, el cual tiene como objetivo mostrar al cliente la comercialización del sombrero de Paja toquilla que se utiliza como moda clásica para el país americano así mismo indicar el lugar de procedencia del mismo.

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

La empresa se crea a partir de la identificación de un nicho de mercado ya establecido y creciente en el uso de la moda clásica y de adorno también para lugares exclusivos como un artículo de calidad ya sea en mansiones o en la misma moda, con una estrategia de diferenciación basada en la atención de venta y postventa de este producto peruano de alto potencial y calidad.

2.1.1 Inscripción de la empresa en los Registros Públicos

- a. Búsqueda y reserva del nombre: Verificar que el nombre de la empresa no esté inscrito por otras empresas en SUNARP. Asimismo, al buscar los nombres existentes, se debe asegurar de que éstos no se parezcan ni suenen igual al que se va a usar. Una vez registrado la razón social, ninguna empresa podrá inscribirse con ese nombre, siendo efectiva la reserva por un plazo de 30 días. En el anexo 1 se muestra un modelo de la reserva de nombre.

Tabla 1. Pago de derechos registrales

Derechos Registrales	Costo en S/.
Búsqueda	5
Reserva	20

Fuente: SUNARP
Elaboración Propia

El resultado de la búsqueda se da en promedio de 30 minutos a 1 hora como máximo. El resultado de la reserva de nombre se da en 24 horas.

b. Elaboración de la minuta: La minuta es un documento en el cual el miembro o los miembros de la empresa manifiestan su voluntad de constituir la, y en donde se señalan todos los acuerdos respectivos. En el anexo 2 se muestra un modelo de minuta.

En la minuta deben figurar:

- Los datos generales del miembro o miembros de la empresa: Nombres y apellidos, edad y número de DNI.
- El giro de la empresa: A qué se va a dedicar.
- El tipo de empresa: E.I.R.L, S.R.L, S.A o SAC.
- El tiempo de duración de la empresa: aquí se indica si va a funcionar por un plazo fijo o indeterminado.
- Cuándo va a iniciar las actividades comerciales de la empresa.
- El lugar donde va a funcionar la empresa (domicilio comercial).
- Indicar quien va a administrar o representar a la empresa.
- Los aportes de cada miembro: los cuales pueden ser: Bienes dinerarios, como dinero, cheques, pagarés, letras de cambios, etc. y bienes no dinerarios como inmuebles o muebles tales como escritorios, sillas, etc.
- El capital social o patrimonio social de la empresa.

Tabla 2. Pago por elaboración de la minuta

Descripción	Costo en S/.
Elaboración de la Minuta	200

Fuente: Abogados
Elaboración Propia

- c. Elevar la minuta a escritura pública:** Los socios de la empresa deberán acudir y llevar la minuta al notario público para que la revise y la eleve a Escritura Pública. Una vez elevada la minuta, ésta no se puede cambiar. Al final, se genera la Escritura Pública, Testimonio de Sociedad o Constitución Social, mediante el cual se da fe de que la minuta es legal, debiendo ésta estar firmada y sellada por el notario público.

Los documentos que deberán llevarse junto con la minuta son:

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

Tabla 3. Pago a la Notaria

Descripción	Costo en S/.
Servicios del Notario Público	210

Fuente: Notaría Tuccio.
Elaboración Propia

- d. Inscribir la escritura pública en la SUNARP:** Una vez obtenida la Escritura Pública de constitución de la empresa, se deberá llevar a la SUNARP, junto con la copia del DNI de la persona que va hacer el trámite, en donde se presentará la solicitud de inscripción de título, y se pagará los derechos registrales. El documento ingresado se denominará “Título” y se le asignará un N° de solicitud,

con ello se puede hacer seguimiento a través de la página web de la SUNARP y en un plazo máximo de 24 horas el área registral calificará el documento, si el registrador público no encuentra ningún defecto en el título, se otorgará un número de partida, que es como el DNI de la empresa y un número de asiento de inscripción, en donde figura el estatuto de la empresa.

Tabla 4. Pago de derechos registrales en SUNARP

Descripción	Costo en S/.
1.08% UIT por derechos de calificación	44.82
3/1000 del valor del capital por derechos de inscripción: 3 soles por cada 1000 soles	240

Fuente: SUNARP

Elaboración Propia

2.2 Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

Según SUNAT, (2010) señala que El sistema de Clasificación Industrial Internacional Uniforme es elaborado por la Organización de las Naciones Unidas y su uso tiene como finalidad la clasificación por actividades económicas que permitan generar estadísticas homogéneas y comparables sobre población, producción, empleo, ingreso nacional, etc., tanto a nivel regional, nacional e internacional; las estadísticas que se obtienen de dicha clasificación mediante códigos también ayuda al establecimiento de políticas económicas internas

2.2.1 Actividad Principal

Tabla 5. Actividad principal del código CIU

	Descripción CIU
Sección G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.
División: 46	Comercio al por mayor, excepto de los vehículos automotores y motocicletas
Grupo: 464	Venta al por mayor de enseres domésticos
Clase: 4641	Venta al por mayor de productos textiles, prendas de vestir y calzado

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática

Elaboración: Propia

2.3 Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

2.3.1 Ubicación

Para dar inicio a las actividades del negocio, se ha visto por conveniente determinar la ubicación del mismo, para ello se ha tenido en cuenta diversos factores de localización que serán decisivos a la hora de la elección, factores como la proximidad al puerto, a los proveedores, a los socios de la empresa, de esta forma se ha asignado niveles de pesos que han determinado la ubicación más conveniente para la empresa.

OPCIONES	DISTRITO
A.	Salamanca
B.	Cercado de Lima
C.	Callao

Tabla 6. Método de factores ponderados para la localización del Proyecto

Calificación: Rango de 1 (Muy malo) – 5 (Muy bueno)

Factores	Peso Relativo	Calificación			Calificación Ponderada		
		A	B	C	A	B	C
Cercanía de los socios a la empresa	20%	1	3	1	0.2	0.6	0.2
Cercanía a los proveedores	25%	3	4	2	0.75	1	0.50
Cercanía al Puerto	25%	3	3	5	0.75	0.75	1.25
Costo de alquiler	15%	4	3	3	0.60	0.45	0.45
Costos de instalación	15%	4	5	4	0.60	0.75	0.6
Total	100%				2.9	3.5	3.0

Elaboración Propia.

En la tabla 6, se puede observar que la opción B (Cercado de Lima) obtuvo la calificación más alta. La empresa se ubicará en el Av. Tacna N° 815, Cercado de Lima, abarcando un área de 90 a 100 mts, el cual será ambientado y distribuido en oficinas administrativas y almacén debido a que el servicio de producción será tercerizado.

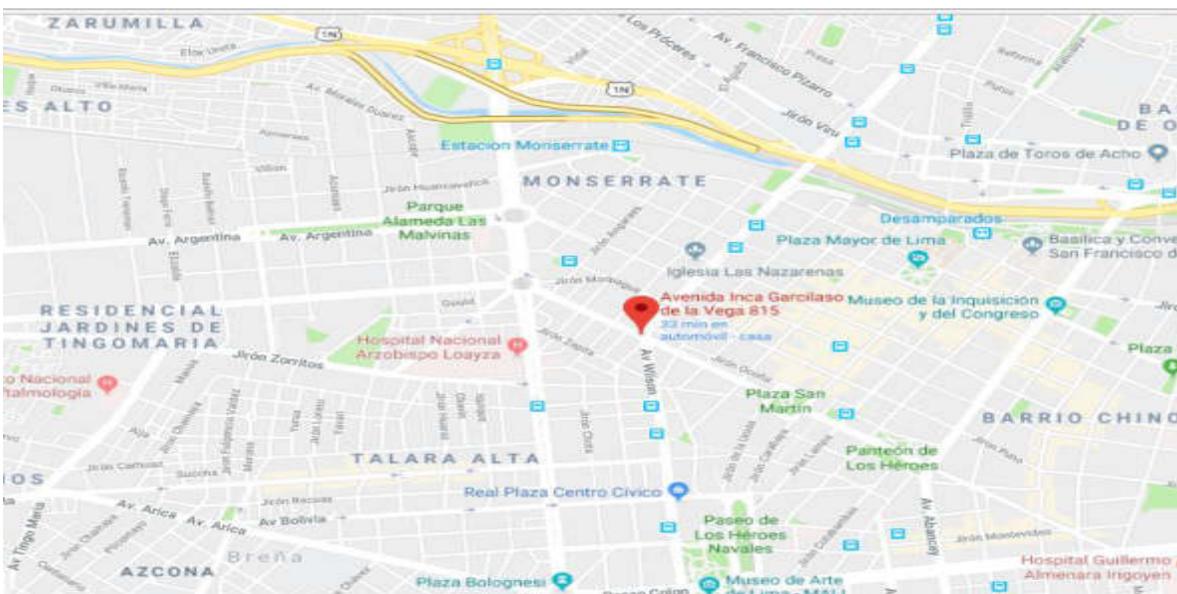


Figura 1. Ubicación de la empresa Sombrandina Peru S.A.C
Fuente: Google Maps.

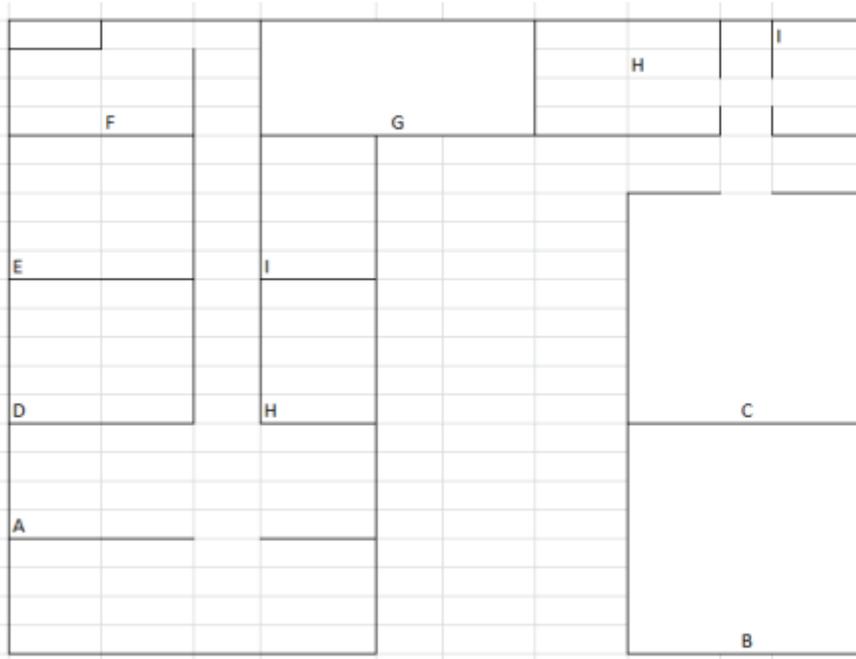


Figura 2. Distribución de ambientes de la empresa.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7. Distribución de los ambientes de la empresa

Letra	Ambiente
A	Sala de espera
B	Patio de carga y descarga
C	Almacén de producto final
D	Ventas y operaciones
E	Administración y finanzas
F	Gerencia general
G	Sala de reuniones
H	Baño de hombres
I	Baño de mujeres

Elaboración Propia.

2.3.2 Factibilidad municipal

En el funcionamiento de la empresa, se necesita obtener el permiso municipal del distrito del cercado de lima, lugar donde está ubicada la empresa Sombrandina Peru SAC. La licencia se realizara en la ventanilla del MAC (Mejor Atención al ciudadano) en la dirección: Jr Conde de superunda N° 141, Lima 1

Según la normativa de la municipalidad cercado de lima, la licencia de funcionamiento para un local de 100 m² a 500 m², tiene la siguiente base legal:

- . Constitución Política del Perú.
- . Ley Orgánica de Municipalidades, Ley N° 27972. (27.05.03). Art. 81, numeral 1.8.
- . Ley Marco de Licencia de Funcionamiento N° 28976 (05.02.07) y sus modificatorias.
- . Ley del Silencio Administrativo, Ley N° 29060
- . Decreto Supremo N° 058-2014-PCM (14.09.14) Art. 9 (Numeral 9.1) del Poder Ejecutivo, que deben ser exigidas como requisito previo para el otorgamiento de Licencia de Funcionamiento. Decreto Supremo N° 006-2013-PCM (10.01.13)
- . Ley No 30230, Ley que establece Medidas Tributarias, Simplificación de procedimientos y permisos para la promoción y dinamización de la inversión en el país
- Ley N° 28296 - Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación .Ordenanza N° 857-MML
- .Ordenanza N° 893-MML y sus modificatorias
- .Ordenanza N° 1209-MML
- .Ordenanza N° 1272-MML
- .Ordenanza N° 1740 -PCM
- .R.M. N1 088-2015-PCM
- .Ordenanza N° 1970-MML
- .Decreto Legislativo N° 1246

Tabla 8. Costo, entrega y solicitante

Costo (100 m² a 500 m²)	S/. 153.20
Entrega	15 días calendario desde el ingreso de la solicitud por mesa de partes de la Municipalidad
Solicitante	RUC, DNI, dirección y actividad

Fuente: Elaboración propia en base a la Municipalidad del cercado de lima

2.3.3 Factibilidad sectorial

Según la Ley N° 28976, Ley marco de licencia de funcionamiento, se verificó en la página web de la municipalidad de Cercado de Lima, en la parte del visor web de zonificación, informa que efectivamente la dirección donde se alquilará el local, no está sujeto a tener el Certificado de zonificación. Cabe mencionar que el lugar donde se colocará el negocio es una zona industrial y es compatible con el rubro de la empresa.

Cabe mencionar que el derecho de trámite para obtener la licencia de funcionamiento indeterminada sin anuncio es de S/. 153.20 soles, ya que el local está entre los 100m² a 500m².

2.4 Misión, Visión, Valores, Objetivos y Principios

2.4.1 Misión

La empresa está dedicada a la comercialización y exportación del sombrero de paja toquilla comprometidos a satisfacer las necesidades de nuestros clientes desarrollando un producto de calidad con finos acabados y estilos clásicos con un precio competitivo en el momento requerido por nuestros clientes.

2.4.2 Visión

Llegar a ser en el 2023 en una empresa reconocida por nuestros clientes de la industria artesanal, en términos de calidad, tiempo de entrega, desde una constante innovación orientada a satisfacer las demandas del mercado.

2.4.3 Valores

La empresa se plantea y se compromete a aplicar en sus acciones diarias los siguientes valores principalmente.



Figura 3. Valores de la empresa Sombrandina Peru S.A.C
Elaboración Propia

- Eficiencia
Mejorar siempre día a día en la productividad y eficiencia en todas las áreas de la empresa, reduciendo nuestros costos y logrando así mayores márgenes.

- Respeto
Tener un trato cordial entre los trabajadores, proveedores y clientes en todo aspecto, con la finalidad de obtener un buen ambiente laboral.

- Puntualidad
Buscar que los clientes reciban el producto sin esperar mucho y ocasionar incomodidad.

- Honestidad
Siempre hacer lo correcto en la empresa ya sea dentro y fuera de la empresa, hacer las cosas correctamente, por ejemplo no compartiendo datos

confidenciales de la empresa o haciendo algo por debajo que vaya en contra de los principios donde se labora.

- **Compromiso**
Conseguir que el equipo humano que tenemos en todo aspecto a la empresa es decir a la marca, su filosofía y la cultura.
- **Respeto**
Trabajar en un ambiente que promueva el enriquecimiento mutuo, los valores de las personas y que se respete todas las opiniones e ideas y donde el trabajo de cada uno es trabajo de todos.

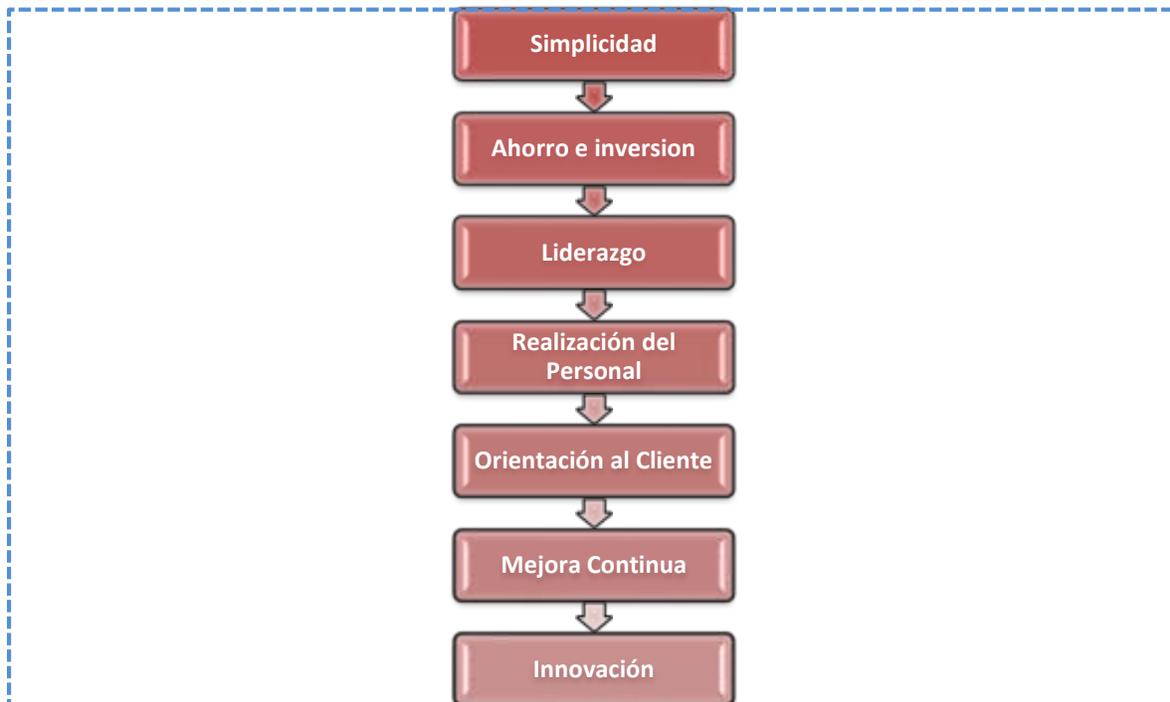
2.4.4 Objetivo general:

Determinar la viabilidad económica para las operaciones de exportación de sombrero de paja toquilla hacia mercado de EEUU, New York.

Entre los principales objetivos específicos, se mencionan los siguientes:

- Obtener participación de mercado internacional de 0.07% para finales del 2020.
- Aumentar el nivel de nuestras ventas en 3% en el año 2021.
- Incrementar las ventas de nuestro producto del 2019 al 2023 a través de un incremento anual en gasto de ventas anual.
- Mantener una buena relación con nuestros proveedores logrando así líneas de crédito y formas de pago adecuadas para nuestro crecimiento como empresa.
- lograr que el personal conozca y domine el estilo de negociación con el mercado americano.

2.4.5 Principios de la empresa:



Los principios de la empresa son los siguientes:

Figura 4. Principios de la empresa Sobrandina Perú S.A.C

Elaboración Propia

- **Simplicidad**
Evitar ser una organización burocrática con procedimientos rígidos y ajustados con limitaciones, todo lo contrario que tenga facilidad de adaptación y orientación al cambio.
- **Ahorro**
Buscar no desperdiciar recursos materiales, financieros y humanos a fin de obtener más beneficios para la empresa.
- **Espíritu Emprendedor**
Buscar inspirar en los colaboradores el hecho de hacer de su trabajo lo mejor, con entusiasmo y aprovechando las oportunidades que proporcione el mercado.

- **Realización del Personal**
Brindar oportunidades de desarrollo y autorrealización entre el trabajador y la empresa, para que los objetivos de ambos coincidan y ambos se beneficien.
- **Orientación al cliente**
Detectar las necesidades y las prioridades de los clientes, buscando la mejor opción para satisfacerlas.
- **Mejora Continua**
Detectar las principales carencias de la empresa, plantear medidas correctivas y elaborar un plan de mejora continua a fin de subsanar errores.
- **Innovación**
Mejorar el producto, servicios y procesos que ofrece la empresa para incrementar la competitividad en el mercado.

2.4.6 Cultura Organizacional, políticas.

La cultura organizacional de “Sobrandina Peru S.A.C” está relacionada con los valores definidos de nuestra empresa, las cuales detallamos a continuación:

- Los colaboradores vestirán de forma casual de lunes a viernes el cual será utilizado en el horario de oficina, de 9 am a 6:30 pm de lunes a viernes y los sábados de 9 am a 1 pm e irán de manera sport.
- La atención con nuestros clientes es personalizada, estaremos a la expectativa de cualquier comentario o sugerencia ya sea por correo electrónicos o presencial
- El tiempo de atención por respuesta de un correo electrónico no debe ser mayor a las 24 horas, dentro de los días hábiles.
- En nuestra página web, estará disponible un *chatonline* en inglés y español para atender cualquier consulta a tiempo real dentro del horario de trabajo. Las consultas realizadas los fines de semana, quedarán registradas en nuestro sistema para ser atendidas el día lunes por la mañana.

- De haber algún error en el envío del producto, por nuestra parte, se dará solución de forma inmediata y de darse el caso se le devolverá el íntegro de su dinero al cliente mediante un depósito en cuenta o transferencia interbancaria.
- Los colaboradores que obtengan un mayor rendimiento y cumplan con las metas del mes serán reconocidos con premios por productividad, ya sea con vales de consumo o entradas al cine.
- El pago a los proveedores serán todos los días 15 y 30 de cada mes.
- La remuneración de los colaboradores será cada día 30 del mes.

2.5 Ley de MIPYME, Micro, Pequeña y Mediana empresa

Según SUNAT, (2016) señala que el Gobierno para que crezcan y se desarrollen las micro, pequeñas y medianas empresas, promulgó el 02 de julio del 2013, a través del Congreso de la República la Ley N° 30056, “Ley que modifica a la Ley de la MYPE y diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”, teniendo como objetivo principal el establecimiento de un marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo que las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME).

Para la microempresa el Estado ofrece tres cosas: tolerancia a los errores, trato de buen contribuyente y posibilidades de mercado. Con esta ley el estado busca dar facilidades para que puedan crecer las microempresas, a la vez tampoco se financiará a su costa al pagarles tarde. Lo que intenta con esta nueva ley, es que tengan responsabilidad, aprendan a desarrollar y crecer con sus negocios y que no le teman del mismo.

Asimismo con estas modificaciones, se crea una nueva categoría, que es la mediana empresa y sólo se utiliza como criterio, los volúmenes de ventas anuales como parámetro para determinar quiénes deben ser considerados micro, pequeñas y medianas empresa, en ella se descarta como criterio el número de trabajadores como requisitos, tal como se puede apreciar en la tabla siguiente:

Tabla 9. Cuadro comparativo Ley MYPE - MIPYME

Tipo de empresa	Ley MYPE N° 28015		Ley MIPYME N° 30056	
	Ventas Anuales	N° de trabajadores	Ventas Anuales	N° de trabajadores
Microempresa	Hasta 150 UIT	de 1 a 10	Hasta 150 UIT	No hay límites
Pequeña Empresa	Hasta 1,700 UIT	de 1 a 100	Más de 150 UIT y hasta 1,700 UIT	No hay límites
Mediana Empresa	-	-	Más de 1,700 UIT y hasta 2,300 UIT	No hay límites

Fuente: SUNAT – Guía Tributaria

Elaboración Propia

2.6 Estructura orgánica

La empresa Sobrandina Peru S.A.C. se conformará por una Junta general de Accionistas, Gerente General, el área marketing y ventas, área de logística y operaciones y almacén. El personal de estas áreas es fijo y la contabilidad junto al diseñador se tercerizará. El Gerente general también será el representante legal.

La estructura orgánica se detalla a continuación:

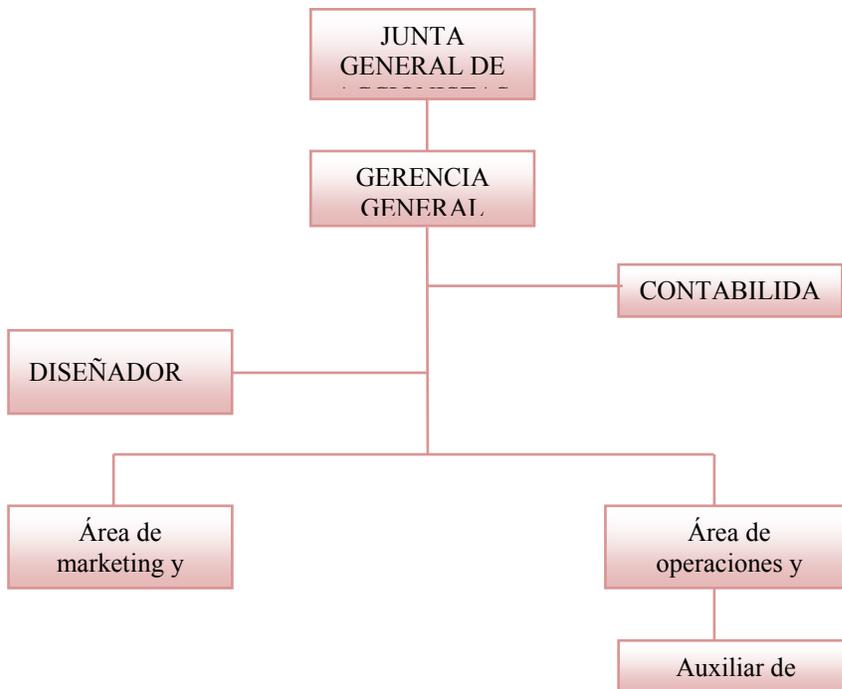


Figura 5. Organigrama Sobrandina Peru Sac.
Elaboración propia

- **Junta general de accionistas**

Esta junta se integrada por los accionistas de la sociedad que se reúnen para tomar decisiones como aprobar estados financieros, aprobar el aumento o reducción del capital social, entre otras.

- **Gerencia general**

Es el órgano encargado de la marcha administrativa de la empresa, conduce el planeamiento estratégico. El representante legal de la empresa que se encargará de el cumplimiento de los requisitos legales.

- **Marketing y ventas**

El marketing organiza los procedimientos comerciales en el mercado. Las ventas nos ayudan a cumplir con los objetivos del negocio. Es importante que estos dos aspectos estén relacionados ya que primero se investigan las maneras de satisfacer al mercado, y luego se entregan productos que lo hagan a través de las ventas.

- **Logística y operaciones**

Planifica y organiza la cadena de suministros para que la empresa funcione bien y tenga éxito. Debe maximizar recursos y tener una comunicación constante entre cada miembro, para alcanzar niveles altos de eficiencia y calidad. Es el corazón de la empresa, ya que son esta área, no podrían darse las ventas.

2.6.1 Principales funciones del personal

Cada integrante de las áreas mencionadas deben cumplir con responsabilidad funciones específicas que les competen. Se busca crear un ambiente en el que cada persona conozca sus funciones y las cumpla de manera eficiente, trabajando en búsqueda del logro de los objetivos de la empresa.

A continuación, se detallan las principales funciones del personal de la empresa Sobrandina Peru S.A.C.:

- **Junta general de accionistas**
 - a) Nombramiento de administradores
 - b) Aumento o reducción del capital social
 - c) Modificación en los estatutos
 - d) Disolución, fusión y transformación de la sociedad
 - e) Aprobar los estados financieros

- **Gerencia general**
 - a) Dirige, supervisa coordina, las diferentes áreas de la empresa
 - b) Aprueba y modifica el Manual de Organización y función
 - c) Planifica y propone estrategias y objetivos empresariales
 - d) Decide la selección del personal y lo ubica en el puesto adecuado
 - e) Evalúa y toma decisiones en aspectos financieros, administrativos, de personal y legales.
 - f) Representa legalmente a la empresa y vela por el cumplimiento de los aspectos legales.

- **Marketing y ventas**
 - a) Analiza el mercado, el sector y la competencia.
 - b) Estima la demanda del mercado y obtiene el perfil del cliente.
 - c) Analiza las tendencias.
 - d) Desarrolla estrategias de posicionamiento.
 - e) Busca distribuidores y negocia precios y condiciones.
 - f) Planifica, diseña y realiza las acciones publicitarias.
 - g) Establece estrategias de ventas.
 - h) Realiza el seguimiento al servicio post – venta.
 - i) Se requiere 1 año de experiencia en el giro del negocio.
 - j) Tener manejo de redes sociales para captar nuevos clientes.
 - k) Actualizar cada 2 o 3 semanas la página web y estar en los primeros lugares cuando busquen empresas que comercialicen sombrero de paja toquilla.

- **Logística y operaciones**

- a) Organiza los tiempos de entrega y recepción del producto
- b) Analiza y elige los proveedores adecuados
- c) Coordina las operaciones dentro de la empresa (entre el personal)
- d) Realiza la gestión de compras
- e) Establece lineamientos logísticos
- f) Planifica y organiza la cadena de suministros
- g) Coordina los aspectos de comercio exterior
- h) Gestiona el almacén
- i) Se requiere 1 año de experiencia en el giro del negocio.

- **Contabilidad (tercerización)**

- a) Elabora los estados financieros.
- b) Actualiza el libro contable.
- c) Calcula y se encarga del cumplimiento de las obligaciones tributarias.
- d) Formula el plan integral de acción financiera.
- e) Trabaja directamente con el área administrativa y financiera.
- f) Demostrar cómo está marchando la empresa contablemente.
- g) Nos indique los beneficios tributarios que hemos obtenido.
- h) Según el régimen que está constituida la empresa demostrarnos los pro y contra que tenemos para beneficiarnos o ser precavidos.
- i) Se requiere 5 años de experiencia.

- **Diseñador.**

Se encontrará a cargo de un diseñador profesional, que se encargará de verificar las tendencias de moda en el país de destino, además de constatar la calidad y legitimidad y el tratado del sombrero.

2.7 Cuadro de asignación personal

A continuación, se detalla la asignación del personal, en cuanto a sueldos y beneficios sociales en la empresa Sobrandina Peru S.A.C.

Tabla 10: Asignación del personal de la empresa Sobrandina Peru S.A.C.

(Expresado en soles)

Descripción	N° de empleados	Sueldos	Pago mensual	Pago anual	Vacaciones	Sub total	ESSAL UD 9%	Total anual
Gerente General	1	1600	1600	18400	800	19200	1728	20928
Asistente de Marketing y ventas	1	1100	1100	12650	550	13200	1188	14388
Asistente de logística y exportación	1	1100	1100	12650	550	13200	1188	14388
Auxiliar de almacén	1	930	930	10695	465	11160	1004.4	12164.4
Total	4							61868.4

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

Tabla 11 Servicio de terceros de la empresa Sobrandina Peru S.A.C. -

Contabilidad

(Expresado en soles)

Cargo	N° de personal	Sueldo	Sueldo anual	Total Anual
Contabilidad	1	300	3600.00	3600.00
Total		300	3600.00	3600.00

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

Tabla 12: Servicios de terceros de la empresa Sobrandina Peru S.A.C. -

Diseñador

(Expresado en soles)

Cargo	N° de personal	Sueldo	Sueldo anual	Total Anual
Diseñador	1	400	4800.00	4800.00
Total		400	4800.00	4800.00

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

2.8 Forma jurídica empresarial

La empresa **Sobrandina Peru S.A.C** será constituida como una persona jurídica, ya que nos dará mayor credibilidad y presencia en el mercado así como también permitirá obtener ventajas tributarias, accesos a créditos bancarios, entre otros. Será una Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.) en la cual cada socio está obligado en aportar al capital. Este capital, se encuentra representado por acciones que tienen derechos y obligaciones. Las acciones tienen derecho a preferencia, así como también pueden estar limitadas por acuerdo entre los accionistas. Es importante mencionar que las características de la SAC son las apropiadas para el negocio, ya que es micro empresa exportadora.

La empresa Somtoqui Sac iniciará teniendo 02 accionistas, esta cantidad podrá aumentar pero sin pasar el límite de 20 accionistas entre las principales características se tiene:

1. El número de accionista son de 02 a 20 .
2. Sociedad anónima cerrada (S.A.C)
3. Los órganos de la empresa son Junta general de accionistas, directorio (opcional), gerencia
4. Los Aportes de capital social se dan en moneda nacional y/o extranjera
5. La Duración es determinada o indeterminada
6. La transferencia de acciones se anotara en el libro de matrícula de acciones de la sociedad.

Razones por las que se eligió una Sociedad anónima cerrada:

La Sociedad anónima cerrada no requiere escritura pública ni inscripción en los Registros públicos ya que protege la transferencia de acciones. Esta forma jurídica está pensada para pequeños negocios, con pocos accionistas (que comúnmente familiares). Da el beneficio de responsabilidad limitada para cada socio, el capital está dividido en acciones y es un trámite efectivo ya que evita demoras en el proceso, no como en el caso de la S.R.L., donde la tramitación es más compleja.

Tabla 13. Comparaciones entre SAC y SRL

	S.A.C.	S.R.L.
Semejanzas		
Tipo de persona	Persona Jurídica	Persona Jurídica
Número de socios	No más de 20 socios	No más de 20 socios
Estructura	Posee junta general de accionistas	Posee junta general de socios
Beneficio de responsabilidad limitada	Otorga el beneficio de la responsabilidad limitada a sus socios	Otorga el beneficio de la responsabilidad limitada a sus socios
Derecho de adquisición preferente	Otorga el derecho de adquisición preferente en caso de transferencia de acciones	Otorga el derecho de adquisición preferente en caso de transferencia de participaciones
Exclusión de socios	En el estatuto se establecen causales de exclusión.	En el estatuto se establecen causales de exclusión.
Diferencias		
Capital social	Capital dividido en acciones, que pueden ser distintas clases.	Capital dividido en participaciones que deben ser iguales y otorgar los mismos derechos.
Transferencia	La transferencia de acciones no requiere de escritura pública ni inscripción en Registros Públicos. Debe ser anotada en el Libro de Matrícula de Acciones de la Sociedad.	La transferencia de participaciones debe efectuarse por escritura pública e inscribirse en los Registros Públicos
Reserva legal	Obligada a efectuar reserva legal.	No está obligada a efectuar reserva legal.
Estructura	Puede prescindir del directorio.	No tiene directorio.

Fuente: Ley general de Sociedades N° 26887.

Elaboración propia

Tabla 14: Aporte de socios de la empresa Sobrandina Peru S.A.C.
(Expresado en soles)

Nombre del Accionista	Capital	Valor nominal	Acciones	%
Primer accionista	35,323.64	10.00	3,532.36	70%
Segundo accionista	15,138.70	10.00	1,513.87	30%
Total aporte propio	50,462.34		5,046.23	100%

Fuente: Elaboración propia

2.9 Registro de marca y procedimiento en INDECOPI

Sobrandina Peru S.A.C. ingresará el mercado americano con marca propia, que permita distinguirse de la competencia y permanecer en la mente del cliente. INDECOPI es la entidad encargada de otorgar el registro de marcas. En la siguiente tabla se detallan los requisitos:

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



Figura 6. Marca de la empresa Sobrandina Peru S.A.C.

Elaboración: Propia

2.10 Requisitos y trámites municipales

Requisitos para obtener la licencia de funcionamiento:

Según la Municipalidad de Cercado de Lima, (2018) los requisitos para obtener licencia de funcionamiento son:

Requisitos generales

- Presentar Formulario Gratuito de Solicitud Declaración Jurada, consignando número de RUC, Documento de Identidad del solicitante y/o representante y debidamente llenado.
- Pago de la tasa correspondiente, indicar número de pago.
- Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad

Requisitos específicos.

De ser el caso, serán exigibles los siguientes requisitos:

- Informar en el formato solíc. Declar. Jurada. Sobre el número de estacionamiento de acuerdo a la norma vigente.
- Copia simple de la autor. sectorial contenida en el D.S. N° 006-2013-PCM o norma que lo sustituya o reemplace.
- Copia simple de la autorización expedida por el Ministerio de Cultura, conforme a la Ley N° 28296 Ley General del Patrim. Cultural de la Nación. Excepto en los casos en que el Ministerio de Cultura haya participado en las etapas de remodelación y monitoreo de ejecución de obras previas inmediatas a la solicitud de la licencia del local por el cual se solicita la licencia.

El formato de declaración jurada de observancia de defensa civil se detallará en el anexo 04

Tabla 15: Costo y plazo para obtener la licencia de funcionamiento
(Expresado en soles)

Detalle	Costo	Plazo
Licencia de Funcionamiento	153.20	15 días máx.

Fuente: Elaboración propia en base a la Municipalidad del cercado de Lima

2.11 Régimen tributario, procedimiento desde la obtención del RUC y modalidades

La empresa Sobrandina Peru SAC será una persona jurídica con modalidad empresarial de Sociedad Anónima Cerrada, por tal motivo se puede acoger a los Regímenes tributarios Especial o General de impuesto a la renta o MYPE tributario.

El régimen tributario con el cual se va trabajar en la empresa es el de Régimen MYPE tributario.

Según SUNAT (2018), manifiesta que el régimen mype tributario comprende a) personas jurídicas domiciliadas en el país y cuyos ingresos netos no superen las 1700 UIT en el ejercicio gravable. Los requisitos para acogerse al régimen MYPE tributario es el siguiente:

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

Las personas del régimen MYPE tributario, que en cualquier mes del año, superen el monto de 1700 UIT de ingresos netos, determinarán el impuesto a la renta conforme al régimen general por todo el ejercicio fiscal gravable.

La realización del pago de impuestos se hará mensualmente de acuerdo a los plazos establecidos en los cronogramas mensuales. La SUNAT aprueba mediante formulario virtual N° 621 – IGV Renta mensual, formulario virtual simplificado N° 621 IGV – Renta mensual, declara fácil y PDT 621.

Los impuestos a pagar son los siguientes:

Tabla 16: Impuestos a pagar - régimen MYPE tributario

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

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

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

Tabla 17: Renta neta anual

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

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

Procedimientos para obtener R.U.C.

Según SUNAT, (2018) se podrá hacer la inscripción en el RUC en cualquier centro de servicio al contribuyente.

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

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

REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN PARA EMPRESAS		
PERSONA NATURAL CON NEGOCIO (*)		PERSONA JURÍDICA
SI LA DIRECCIÓN QUE VA A REGISTRAR ES LA MISMA QUE FIGURA EN EL DNI	SI LA DIRECCIÓN QUE VA A REGISTRAR NO ES LA MISMA QUE FIGURA EN EL DNI	DNI del Representante Legal
Exhibir el original del DNI	Exhibir el original del DNI	Ficha o partida electrónica certificada por Registros Públicos, con una antigüedad no mayor a treinta (30) días calendario
	Cualquier documento privado o público en el que conste la dirección del domicilio fiscal que se declara.	

Figura 7: Requisitos de Inscripción para empresas

Fuente: Sunat

Si el trámite es realizado por una tercera persona, además de lo indicado, se deberá adjuntar carta poder con firma legalizada que autorice expresamente realizar el trámite de inscripción en el RUC.

Se deberá comunicar a la SUNAT, cualquier cambio de datos registrados en el RUC dentro de los cinco (05) días hábiles de producidos los hechos (en el caso de modificación de domicilio fiscal, el plazo es de un (01) día hábil).

2.12 Registro de planilla electrónica (PLAME)

Según (SUNAT, 2018) la planilla electrónica es un documento llevado a través de los medios informáticos desarrollados por la SUNAT. Aquí se encuentra información acerca de empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación, modalidad formativa laboral, practicantes, personal de terceros y derecho habitantes.

La planilla electrónica tiene dos componentes desde el 01/08/2011, como detalla la siguiente figura:

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

Figura 7. Componentes de la planilla electrónica

Fuente: Elaboración propia

Sobrandina Peru S.A.C. cumplirá con el registro de trabajadores desde que inician la prestación de sus servicios (T – registro). También ingresará con la clave SOL al PDT PLAME para cumplimiento de la presentación de la planilla mensual de pagos y declaración de las obligaciones generadas. Para ello se utilizará el cronograma propuesto por SUNAT (mensualizado).

2.13 Régimen laboral especial y general laboral

La empresa Sobrandina Peru S.A.C. se acogerá al régimen laboral especial de la micro empresa ya que nuestra proyección de ventas no se superan las 150 UIT de forma anual y se reducen costos, ya que por inicio de las operaciones de la empresa.

También informar que según (SUNAT, 2018), este régimen se creó para fomentar la formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa y así mejorar las condiciones y el derecho de naturaleza laboral de los trabajadores.

A continuación, se detallan los derechos correspondientes al régimen laboral especial de los trabajadores de una micro empresa:

Tabla 18: Derechos del régimen laboral especial de la micro empresa

Micro empresa
✓ Remuneración mínima vital
✓ Jornada laboral de 8 horas
✓ Descanso semanal y en días feriados
✓ Remuneración por trabajo de sobretiempo
✓ Descanso vacacional de 15 días calendario
✓ Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (Seguro integral de salud)
✓ Cobertura previsional
✓ Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicio (con tope de 90 días)

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

Actualmente, la remuneración mínima vital es de S/. 930.00. El último incremento fue de S/. 80.00, que tuvo eficacia desde el 1 de abril de 2018.

2.14 Modalidades de contratos laborales

Para iniciar las operaciones, la empresa Sobrandina Peru S.A.C. deberá contar con personal calificado con quienes se celebrarán contratos de trabajo voluntario entre el empleador y el empleado.

Con el contrato, se inicia la relación laboral que trae como consecuencias derechos y obligaciones para ambas partes.

Los tipos de contratos son:

- A tiempo indeterminado
- Sujetos a modalidad
- Tiempo parcial
- Otro tipo de contrato

La empresa Sobrandina Peru S.A.C. tendrá contratos sujetos a modalidad que son aquellos que serán por un periodo de tiempo determinado y de acuerdo a las necesidades del mercado (aumento de ventas de la empresa). Los contratos se celebrarán siempre por escrito, de acuerdo a la siguiente clasificación:

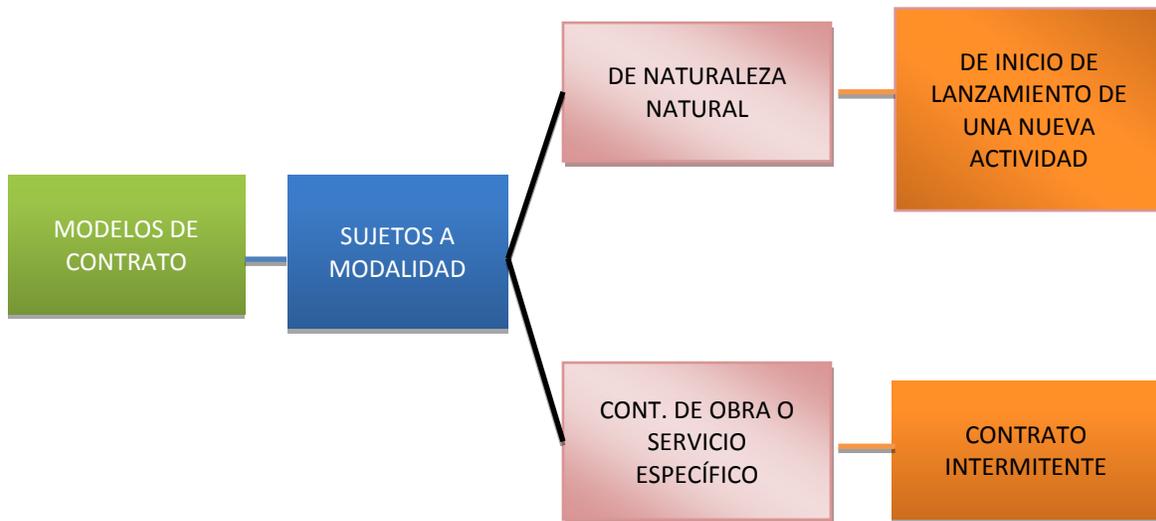


Figura 8. Modelos de contratos de la empresa **Sobrandina Peru S.A.C.**

Fuente: Elaboración propia en base al Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MINTRA)

de contratos tendrá un tiempo de tres meses, luego según el desempeño y el perfil del trabajador serán renovados. El modelo de contrato se detallará en el anexo 05. En la empresa Sobrandina Peru S.A.C. cada colaborador contará con su propio contrato, en el presente plan se tendrán los contratos para el gerente general, jefe de producción, jefe de administración y finanzas, jefe comercial y de operaciones.

Adicionalmente, Sobrandina Peru S.A.C. contará con un contrato de prestación de servicios que estará regido por un contrato intermitente, para los temas contables (contador externo) y el diseñador que será temporal, ya que será solo por moda y tendencia que será en el tiempo establecido.

2.15 Contratos comerciales y responsabilidad civil de los accionistas

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



Figura 9 Contratos comerciales de la empresa **Sobrandina Perú S.A.C.**

Fuente: Elaboración propia

Contrato de sociedad o acta constitutiva

Es un documento de constancia notarial donde se registrarán diferentes datos correspondientes a la formación de la sociedad. Se detallará información sobre los integrantes de la sociedad, funciones de cada uno, firmas y demás información importante.

- Contrato de trabajo

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

- **Contrato de prestación de servicios**

Mediante el contrato de prestación de servicios se dejarán claras las obligaciones y derechos para con el servicio de asesoría en temas contables. El contrato de prestación de servicios se detallará en el anexo 06.

- **Contrato de compra venta**

La empresa Sobrandina Peru S.A.C. al realizar una venta celebrará un contrato con el comprador donde se indique las cláusulas de la modalidad de venta.

- **Contrato con proveedores**

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

- **Contrato de alquiler de local**

Sobrandina Peru S.A.C. alquilará un local para llevar a cabo las operaciones, en el contrato se determinarán derechos y obligaciones tanto para la empresa como como para el arrendador.

- **Contratos de comisión**

Este tipo de contrato será útil para la empresa si desea expandir su demanda ya que necesitará captar nuevos clientes recurriendo a un comisionista.

- Contrato de confidencialidad

Este contrato permitirá que los propietarios de las empresas puedan proteger aquella información que comparten con sus trabajadores, en cuanto a procesos, operaciones, patente de marcas, etc. También se puede establecer hacia las personas ajenas de la empresa que prestan sus servicios.

Responsabilidad civil de los accionistas

Los accionistas de la empresa Somtoqui S.A.C., asumen con responsabilidad las acciones que desarrollan en la empresa. Según Ley general de sociedades, (2018) N° 26887, pone énfasis en los siguientes puntos:

Artículo 111.- Concepto

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

Artículo 112.- Lugar de Celebración de la Junta

La junta general se celebra en el lugar del domicilio social, salvo el estatuto prevea la posibilidad de realizar un lugar distinto.

Artículo 113.- Convocatorio a la junta

El directorio o en su caso la administración de la sociedad convoca a junta general cuando lo ordena la ley, lo establece el estatuto, lo acuerda el directorio por considerarlo necesario al interés social o lo solicite un número de accionistas que

represente cuando menos el veinte por ciento de las acciones suscritas con derecho a voto.

Artículo 114.- Junta obligatoria anual

La junta general, aunque sea una vez al año debe juntarse en el rango de los 3 primeros meses siguientes a que haya culminado el ejercicio económico. Tiene como función:

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

Artículo 115.- Otras atribuciones de la junta

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

. Artículo 116.- Otras atribuciones de la junta

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

El aviso de convocatoria especifica el lugar, día y hora de celebración de la junta general, así como los asuntos a tratar.

Puede constar asimismo en el aviso el lugar, día y hora en que, si así procedería, se reunirá la junta general en segunda convocatoria. Dicha segunda reunión debe celebrarse no menos de tres ni más de diez días después de la primera.

La junta general no puede tratar de asuntos distintos a los señalados en el aviso de convocatoria, salvo en los casos permitidos por la ley.

3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

3.1 Descripción del producto



Fuente: Elaboración Propia

La empresa **SOMBRANDINA PERU S.A.C.** a través de la marca Somtoqui exportará sombreros elaborados por una fibra vegetal y tejidos a manos, la cual es considerada como de la mejor calidad a nivel mundial, brinda los beneficios de poder cubrir la cabeza y cuello del calor en lugares de altas temperaturas y también a fineza que tiene para poder verlo en una Pasarella o artistas, no genera alergias, es suave al tacto, e ideal para las largas temperaturas de calor que presenta EEUU en la temporada de verano y como moda.

Por sus colores y diseños, calidad de sus insumos y porque brinda cubrírte absolutamente del calor, la exportación de sombreros de paja toquilla ha venido incrementándose en los últimos años. Este sombrero que es típico del norte y selva del Perú, llegó a países tan lejanos como Estados Unidos, Japón, Alemania,

Reino Unido, Francia, Países Bajos, Canadá, Italia, España, Federación de Rusia y Bélgica. Las estadísticas refieren que el Perú exportó sombreros, sombreros de paja y sombreros de paja toquilla, entre otros. Los envíos estuvieron a cargo de empresas y talleres artesanales de Lima y Piura, en nuestro caso, los sombreros serán elaborados en la ciudad de Piura.

3.1.1 Clasificación arancelaria

La clasificación arancelaria correspondiente al producto de sombrero de paja toquilla, es la siguiente:

Tabla 19. Clasificación arancelaria del producto de sombrero de paja toquilla en Nueva York

En Perú (PAÍS DE ORIGEN)	
Sección: XII	Calzado, sombreros y demás tocados, paraguas, quitasoles, bastones, látigos, fustas, y sus partes; plumas preparadas y artículos de plumas, flores artificiales; manufacturas de cabello
Capítulo: 65	Sombreros, demás tocados y sus partes
65.05	Sombreros, demás tocados, de punto o confeccionados con encaje, fieltro u otro producto textil, en pieza (pero no en tiras), incluso guarnecido; redecillas para el cabello, de cual materia, incluso guarnecidas.
6505.00.90.00	Los demás
En Estados Unidos (PAÍS DE DESTINO)	
6505009076	Hats and headgear, of textile materials (other than of cotton, flax, wool or man-made fibers), nesoi

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

En la **Tabla 15**, se observa la sección, capítulo y código de la partida arancelaria a exportar, además se identificó la partida arancelaria de importación.

Tabla 20. Aranceles Aplicados del producto de sombrero de paja en destino

Régimen arancelario	Arancel aplicado (como reportado)	Arancel aplicado (convertido)	Arancel equivalente ad valorem total
Derechos MFN (Aplicados)	20.7 cents/kg + 7.5%	7.50% + 207.00 \$/Ton	7.74 %
Arancel Preferencial para Perú (APP.CE38)	0%	0%	0%

Fuente: Elaboración propia en base a Market Access Map Improving transparency in international trade and market Access (MACMAP)

Tabla 21. Exportaciones de la partida 6505.00.90.00 por descripción comercial

Razón Social	Descripción Arancelaria	Descripción Comercial 1
IMEXPRO S.A.C.	LOS DEMÁS SOMBREROS Y TOCADOS, DE PUNTO O CONFEC. C ENCAJE, FIELTRO U OTRO PROD. TEXTIL, EN PIEZA (NO EN TIRAS), INCLUSO GUARNECIDOS	SOMBREROS DE PAJA
ISIDRO PIZARRO CARMEN JUANA	LOS DEMÁS SOMBREROS Y TOCADOS, DE PUNTO O CONFEC. C ENCAJE, FIELTRO U OTRO PROD. TEXTIL, EN PIEZA (NO EN TIRAS), INCLUSO GUARNECIDOS	SOMBREROS EN PAJA PARA CABALLEROS
ESTUDIO FLYER PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - E FLYER PERU S.A.C.	LOS DEMÁS SOMBREROS Y TOCADOS, DE PUNTO O CONFEC. C ENCAJE, FIELTRO U OTRO PROD. TEXTIL, EN PIEZA (NO EN TIRAS), INCLUSO GUARNECIDOS	SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA PEQUEÑA CON ACCESORIOS DE ACRILICO 100% CON EMPAQUE DE TELA EN

Fuente. ADEX DATA TRADE

3.1.2 Propuesta de valor

A continuación, se detalla la propuesta de valor para describir el desarrollo de cada una de las actividades de la empresa, para ello se tomará como referencia la “Cadena de Valor” según Porter:



Figura 10 Cadena de valor de Porter

Fuente: Elaboración propia

A. Actividades primarias

➤ Logística interna

La empresa tendrá como proveedor a la Asociación de Artesanos la campilla de Narihuala-catacaos la ciudad de Piura, quien abastecerá en los sombreros de paja toquilla conforme se vayan atendiendo los pedidos. Una vez terminado, se envían a Lima y se realiza el etiquetado que serán de cuerina a través de la empresa Etiquetas San miguel y finalmente, las cajas para exportación será por Rufipacks que van a modo de comercialización.

➤ Operaciones

Una vez que se tiene el producto terminado, el diseñador constatará el control de medida y textura el cual el cliente solicitó, más que todo para reconfirmar que cuando pase a la parte del etiquetado no tenga ninguna mancha o suciedad al momento de utilizarlo, finalmente pasando ese último control será llevado a SERPOST para su envío a la ciudad de destino en el exterior.

➤ **Logística externa**

La empresa contará con un asistente con conocimiento en logística, quien se encargará de realizar las coordinaciones respectivas durante todo el proceso de compra del producto hasta la entrega al lugar de destino del mismo de acuerdo al Incoterm elegido. .

➤ **Marketing y ventas**

La empresa contará con un asistente de marketing y ventas, el cual se encargará de administrar la página web, de blog, de redes sociales, a través del Google Adword, LinkedIn empresarial, búsqueda de ferias internacionales, rueda de negocio, contactar con un abanico de bróker en destino, trabajar en conjunto con los agregados comerciales, elaborar el presupuesto de marketing, buscar el merchandising que se pondrá en las ferias, todo ello con el objetivo de sustentar las ventas proyectadas.

➤ **Servicios**

El área de Marketing y Ventas a través de su correo corporativo coordinará con el cliente cualquier problema o percance antes y después del embarque para darles solución y asegurar al cliente que estamos con él hasta el final de la venta.

B. Actividades de apoyo

➤ **Infraestructura de la organización**

La empresa contará con una Gerencia general, un asistente de Marketing y Ventas y un asistente de Logística, además de personal externo de apoyo, como es diseñador para realizar el modelo de los sombreros ya sea por tendencia, en colores y tamaños, a la vez, los sombreros de paja comerciales y un asesor externo que es quien se encargará de llevar la contabilidad requerida. La

infraestructura es alquilada, cada una de las oficinas contará con un ambiente adecuado de iluminación y espacio que permita realizar de manera eficiente las labores diarias. Contará con activos tangibles como equipos, mobiliario y material de escritorio, necesario para el desarrollo de la empresa y el enfoque a los objetivos.

➤ **Recursos humanos**

En la empresa, por ser un micro empresa y estar en inicio de actividad y los costos es lo que más se controla y no se tiene un área específica de recursos humanos, el Gerente general, asumirá las funciones tales como el reclutamiento de personal, capacitación e inducción y se ocupará de crear un buen clima laboral que permitirá el logro de los objetivos de la empresa.

➤ **Compras**

Los sombreros de paja toquilla que se exportará, se va a adquirir de la Asociación de artesanos la casa del sombrero de Catacaos-Piura del cual tiene sus instalaciones en Jr. Comercio N° 506 Catacaos. El cual el producto lo entregan terminado. Las etiquetas serán elaboradas por la empresa Etiquetas San Migue ubicada en Mariano Jose de Arce 144, San Luis y finalmente, las cajas personalizadas para los sombreros se adquirirán a través de la empresa Rufipacks ubicada en Av. Primero de Mayo 963, Carmen De La Legua Reynoso.

La empresa cuenta con proveedores alternativos por si surgiera algún problema de abastecimiento o negativa de despacho por parte de los actuales proveedores.

PROVEEDORES DE SOMBREROS	
Razón Social	RUC
La Casa Del Sombrero S.C.R.L.	20601760313
Asociación de Artesanas de La Campiña	20525467539
PROVEEDORES DE ETIQUETAS	
Razón Social	RUC
Etiquetas Salaquett SAC	20212331881
D marca & Asociados EIRL	20501611884
PROVEEDORES DE CAJAS PARA SOMBREROS	
Razón Social	RUC
La Caja Perú S.A.C.	20601976103
Sociedad Anonima Papelsa	20101927904

Tabla 22. Proveedores del producto

Fuente: Elaboración propia

Valor agregado

➤ Calidad

Este aspecto es muy importante porque se toma en consideración no solo en el producto, también en el trato y servicio post venta que se le da al cliente, porque si es atendido de forma correcta, el producto que se está vendiendo cumple sus expectativas antes y después de la compra, por ende se logra así fidelizar a un cliente.

El producto de sombrero de paja toquilla es por una fibra vegetal y son tejidos a manos, según, Manos Artesanas del Perú, (2018) tiene un reconocimiento a nivel internacional por su calidad y diseño. Mientras la hebra sea más fina o más delgada el sombrero es de mayor calidad.

Novedad

Lo que se refiera a los modelos pueden ser los tradicionales que se venden al mercado, pero a la vez puedes ser personalizados, de acuerdo al gusto del cliente;; siempre se tendrá un catálogo de los modelos actuales y los clásicos para el gusto del cliente; en lo que es actualidad se ha vuelto una tendencia en el extranjero el consumo de lo artesanal, se valora mucho, por ende ya no es extraño ver en revista de modas, artistas que usen un sombrero de paja toquilla. A la vez, agrego que se mencionó el sombrero de paja toquilla que si la hebra es más fina es de mayor calidad y tiene la cualidad de ser fácil de teñir con todo tipo de tintes, en este caso serán tintes naturales o comerciales. No afecta en calidad o se maltrata el sombrero

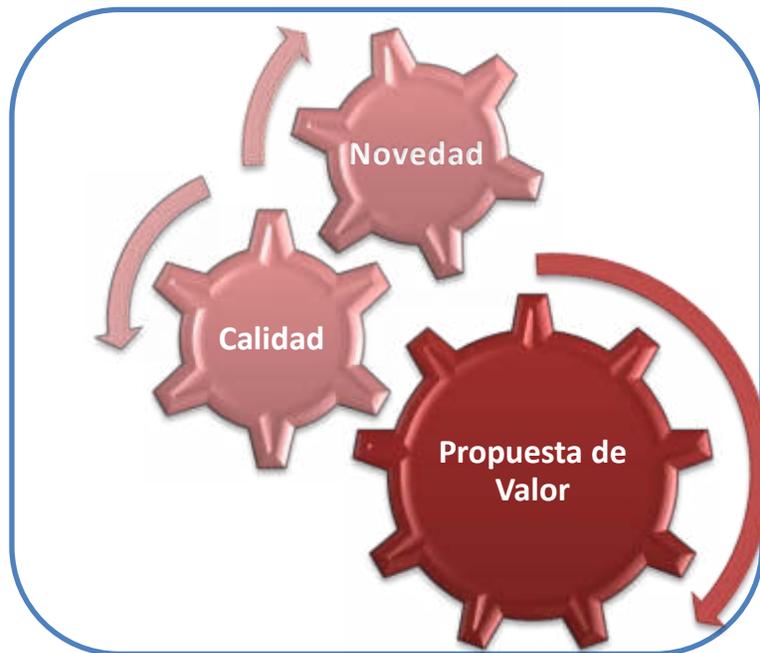


Figura 11: Valor agregado externo

Fuente: Elaboración propia

3.1.3 Ficha técnica comercial

Tabla 23. Ficha Técnica Comercial

Nombre Científico	Carludovica Palmata o jipijapa											
Otros nombres	Sombrero de paja											
Partida Arancelaria	6505.00.90.00											
												
Familia	Sombreros											
Procedencia	América Latina											
Países que lo producen	Perú, Ecuador, Panamá.											
Características Generales	La materia prima "paja toquilla" que se usa para la manufactura de los sombreros de paja toquilla proviene de una palmera (Carludovica palmata) que crece en la costa ecuatoriana, especialmente en la provincia de Manabí, esta planta crece entre 1.5 y 2 metros, y luego de 3 años está lista para cosechar sus hojas.											
Uso General del Producto	Como protector de cabeza contra el calor y también para artisitas que utilizan como moda.											
Uso Específico del Producto	Como gorro en pasarelas de moda y habitantes en particular.											
Forma de presentación	La forma de presentación del producto será como envase primario será colocado en bolsas de plásticas de polietileno de 35 x 45 cm. para posteriormente ser enviado en una caja de cartón corrugado de 1 mt ² .											
Variedades del producto	Se producen variedades de sombreros que cumplen con altos estándares y exigencias de los consumidores a nivel internacional. Los modelos más conocidos son: Classic Fedora Semifino, Golfer, Borsalino. Los sombreros se comercializan en color natural o teñidos con vistosos colores.											
Género	-----											
Principales mercados	Estados Unidos, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Países Bajos, Canadá, Italia, España, Federación de Rusia y Bélgica.											
Ventana Comercial	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic
	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

Fuente: Elaboración propia

3.2 Investigación del mercado de objetivo

Para seleccionar el mercado objetivo, se realizó una búsqueda en portales web como SUNAT, TRADE MAP, SIICEX de donde se obtuvo información internacional de la partida 6505.00.90.00

Tabla 24. Principales Importadores a nivel mundial de la partida 650500
(En miles de dólares americanos)

Importadores	valor importada en 2013	valor importada en 2014	valor importada en 2015	valor importada en 2016	valor importada en 2017
Estados Unidos de América	1365016	1515538	1723944	1782282	1790342
Japón	406209	407325	396231	374841	376261
Alemania	313434	338143	294365	309048	349227
Reino Unido	248893	267891	253728	242214	255132
Francia	192799	209743	192365	202538	227635
Países Bajos	122044	153171	135591	152968	187715
Canadá	166673	175092	180413	170901	187632
Italia	120484	128039	110776	118847	128606
España	81242	105321	105615	112943	125291
Rusia, Federación de	125908	124148	81209	76040	96226
Bélgica	79098	82439	75930	90361	95942

Fuente: Elaboración propia en base a Trade Map

Como podemos observar en la **Tabla 24**, Estados Unidos encabeza la lista de importadores bajo la partida arancelaria del producto y mantiene esta tendencia desde el año 2013 hasta el 2017; de la misma manera se viene desarrollando la tendencia en los demás países que lo acompañan en la lista, tales como Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Países Bajos, Canadá, Italia, España, Rusia y Bélgica. Esto significa que hay mercados atractivos con crecientes proyecciones para el producto. En el caso de Estados Unidos, es cierto que por el monto importado es mayor y la estabilidad política y también cabe recalcar que en EEUU

a pesar de contar con las cuatro estaciones del año, su clima en torno al calor cada año va aumentando cada año, por el mismo calentamiento global y los cambios climatológicos, lo que hace de los sombreros que se puede utilizar como moda o de una forma de cuidado como un accesorio que nunca debe faltar en tu armario para cualquier momento que se necesita.

Tabla 25. Exportaciones peruanas a nivel mundial de la partida 6505009000
(En miles de dólares americanos)

Importadores	Valor exportada en 2013	Valor exportada en 2014	Valor exportada en 2015	Valor exportada en 2016	Valor exportada en 2017
Estados Unidos de América	1245	1502	1653	1711	1885
Alemania	296	452	360	252	393
México	1060	2215	1056	687	130
Canadá	104	124	113	127	116
Chile	90	110	79	95	94
Reino Unido	126	124	106	93	83
Suiza	49	60	115	158	79
Argentina	113	34	42	41	67
Francia	170	150	95	62	67
Costa Rica	62	109	136	47	60
Japón	101	99	72	66	56

Fuente: Elaboración propia en base a Trade Map

Se observa en la **Tabla 25**, en cuanto a las exportaciones peruanas para el mundo de la partida 6505.00.90.00, se puede deducir que destacan los países como Estados Unidos, México, Alemania, entre otros. Fijarse que la tendencia en cuanto a los países más fuertes ha ido decreciendo, a pesar de que aún se mueven en mayor cantidad respecto al resto de países, en otros casos no se podría deducir, ya que no existe una constante; podría decirse que Estados Unidos cuenta con un escenario más estable, ya que se mantiene en un promedio con miras a generar un incremento para los siguientes años.

Tabla 26 Exportaciones peruanas del año 2017 para la partida 6505009000

País de Destino	Valor FOB(dólares)	Peso Neto(Kilos)	Peso Bruto (Kilos)	Porcentaje FOB
US - UNITED STATES	1,847,139.26	26,424.82	28,619.17	52.93
DE - GERMANY	386,486.02	4,054.72	4,466.33	11.07
MX - MEXICO	129,454.82	2,918.42	3,067.70	3.71
CA - CANADA	113,382.99	1,176.02	1,265.95	3.25
CL - CHILE	94,458.43	6,219.87	6,518.71	2.71
GB - UNITED KINGDOM	82,055.39	976.063	1,037.55	2.35
CH - SWITZERLAND	78,912.95	751.244	813.007	2.26
FR - FRANCE	66,287.97	1,108.01	1,168.36	1.9
AR - ARGENTINA	64,974.60	1,186.32	1,289.46	1.86
CR - COSTA RICA	59,724.38	922.014	932.328	1.71
JP - JAPAN	55,020.13	1,131.97	1,179.04	1.58
EC - ECUADOR	51,467.97	1,784.37	1,866.53	1.47
BO - BOLIVIA, PLURINATIONAL STATE OF	45,996.16	5,855.63	6,146.27	1.32

Fuente: SUNAT

En la **Tabla 26**, gran parte de la producción nacional se destina a los países de Estados Unidos, seguido de Alemania, México y Canadá. Para analizar la macro segmentación se evaluarán tres posibles alternativas a los cuales es viable derivar el producto como mercado de destino, es por ello que para validar la información se tomará la data de SUNAT, TRADE MAP, VERITRADE, CIA, CESCE, SIICEX y MACMAP.

Como se mencionó anteriormente los países con los cuáles se hará el análisis serán: Estados Unidos, seguidamente de Alemania y por último se analizará el país de Estados Unidos..

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

Tabla 27. Criterios de selección país proveedor

	Criterios	Nivel de Importancia %	México	valor	Puntaje	Estados unidos	Valor	Puntaje	Alemania	Valor	Puntaje
A	Tasa de inflación	9.00%	5.90%	1	0.09	2.10%	3	0.27	1.60%	4	0.36
B	Riesgo país	11%	Situación económica interna: Regular / Situación política:Relativamente estable / Situación Externa: Regular	3	0.33	Situación económica interna: Regular / Situación política: muy estable / Situación Externa: Desfavorable	4	0.44	Situación Económica interna: regular / Situación política: muy estable / Economía Externa: Favorable	4	0.44
C	barreras arancelarias	12%	15%	1	0.12	7.5%+ \$ 207/ TN	3	0.36	2.70%	4	0.48
D	Barreras no arancelarias	9%	Regular exigencia	3	0.27	Regular exigencia	3	0.27	Alta exigencia	1	0.09
E	Preferencias arancelarias	12%	0%	4	0.48	0%	4	0.48	0.00%	4	0.48
F	Acuerdo comercial	13%	Acuerdo de Integración Comercial Perú – México	3	0.39	Acuerdo de promoción comercial Perú - Estados Unidos.	3	0.39	Tlc Perú - Unión Europea	3	0.39
G	PBI –per cápita	13%	\$19,500	1	0.13	\$59,500	5	0.65	\$50,200	3	0.39
H	PBI Total	12%	\$2.406 trillion	1	0.12	\$19.36 trillion	5	0.60	\$4.15 trillion	3	0.36
I	Población	9%	124,574,795.00	4	0.36	326,625,791.00	5	0.45	80,594,017	3	0.27
	Total	100%			2.29			3.91			3.26

Fuente: CIA, CESCE, MAC MAP, SIICEX

De acuerdo al análisis realizado en la **Tabla 27**, en base a los diversos criterios para determinar el mercado de destino para la exportación de sombrero de paja toquilla de la empresa SOMBRANDINA PERU S.A.C. se puede observar que si bien Estados Unidos presenta mayor puntaje en criterios como demanda de la partida y tasa de inflación, estos aspectos podrían reflejar un ambiente que es mucho más favorable, finalmente por la ponderación se obtiene como resultado final que el macro mercado objetivo es el país de EEUU con un puntaje de 3.91 que presenta sus mayores puntajes en criterios como: riesgo país, y los puntos más importantes y determinantes el nivel de competencia, ya que en EE.UU. no es mucha la competencia en la partida 6505.00.90.00 especialmente en la exportación sombrero de paja toquilla, y a ello sumarle que es el país que cuenta con un clima entre mayo y setiembre como los meses que se tiene más color, a pesar de que a inicios de año tiene un clima frío, siempre puede asaltar un par de semanas de sol.

3.2.1 Segmentación del mercado objetivo

3.2.1.1 Segmentación de mercado objetivo macro

a) Estructura política

Según Euromonitor International, (2018), manifiesta que Estados Unidos tiene un presidente ejecutivo, elegido por un sufragio universal por un período de cuatro años, que luego selecciona y dirige su propio gabinete ("Administración"). El Congreso de los Estados Unidos comprende una Cámara de Representantes de 435 miembros, la mitad de los cuales son elegidos cada dos años, y un Senado de 100 miembros, que sirve por seis años pero un

tercio de los cuales es reelegido cada dos años. El país tiene una sólida estructura federal y transfiere su sistema legal y fiscal en gran medida.

b) Finanzas del gobierno

El déficit presupuestario para 2016 aumentó al 5,0% del PIB después de que los legisladores hicieron permanentes algunos créditos fiscales y extendieron otros. Se informó un déficit igual al 3.5% del PIB en 2017 y el objetivo para el déficit en 2018 se establece en 4.2%.

La deuda pública de los Estados Unidos ascendió a 20 900 millones de dólares en 2017. Esto equivale al 108% del PIB. Las presiones de gasto relacionadas con la edad pronto comenzarán a impulsar la deuda pública más alta.

En 2017, el gasto en salud absorbió el 25% del gasto público, seguido del gasto en seguridad social y bienestar (20,6%).

C) Economía

Estructura económica y principales industrias La agricultura representa solo una pequeña porción del PBI y emplea solo el 1.6% de la fuerza de trabajo. La agricultura es predominantemente a gran escala y generalmente eficiente. Los Estados Unidos son un importante exportador de productos alimenticios y alimentos procesados. El aumento de la productividad es el principal motor del crecimiento agrícola. Los exportadores de cebada, maíz, sorgo y productos relacionados temen que los gobiernos extranjeros puedan tomar represalias después de que Washington haya impuesto fuertes aranceles sobre el acero y el aluminio. En 2018, los agricultores tienen la intención de reducir la superficie dedicada a varios cultivos de granos, lo que eleva los precios.

El sector manufacturero contribuye con el 11.6% del PIB y emplea el 10.4% de la fuerza de trabajo. Las industrias prominentes incluyen aeroespacial, telecomunicaciones, productos químicos, electrónica y computadoras. La escasez de mano de obra está surgiendo a medida que el mercado laboral se fortalece. Algunas personas pueden verse tentadas a volver a ingresar a la fuerza laboral, pero esta posibilidad podría compensarse con la salida del envejecimiento

de la generación de la posguerra. Mientras tanto, las automotrices del país vieron caer las ventas en un 3,6% en 2017 y esperan un año decepcionante en 2018, a medida que las condiciones de financiamiento flojo que impulsaron las ventas se desvanecen. Sin embargo, para el sector en general, se espera que el crecimiento sea entre 2.0% y 2.5% durante al menos un par de años más.

Los servicios representan el 80.3% del PIB. Las actividades más importantes incluyen bienes raíces, transporte, finanzas, atención médica y servicios comerciales. En el sector financiero, los estándares de préstamos se están ajustando. El valor real de los recibos de turistas aumentó en un 1.3% en 2017 y se espera una disminución de 0.4% en 2018. El lento crecimiento de los ingresos de turistas se debe en parte a un aumento en el valor del dólar estadounidense. Las ventas de bienes duraderos se están suavizando. Los consumidores también se están alejando de las compras físicas, una tendencia que perjudica a muchos grandes minoristas.

La infraestructura del país necesita mejoras. La mayoría del crecimiento y la actividad económica tienen lugar en áreas metropolitanas donde la infraestructura es la más obsoleta. Washington ha pedido la creación de un "banco de infraestructura" de 10 billones de dólares para atraer inversiones. Sin embargo, es poco probable que las iniciativas de infraestructura estén vigentes antes de 2019. Incluso entonces, tomará meses para que se gaste el dinero.

Visión general de la economía

La recesión estadounidense que terminó en 2009 finalmente resultó ser la más duradera desde la Gran Depresión. El crecimiento se reanudó en los últimos años, pero el ritmo fue inicialmente más lento de lo esperado y algo por debajo de las tendencias históricas. Más alentador es que una serie de contratiempos que retrasaron la economía durante varios años (por ejemplo, la deuda de los hogares) comenzaron a disminuir. La economía tuvo un desempeño impresionante en 2017, gracias a las fuertes ganancias en el gasto del consumidor y la inversión empresarial.

Las perspectivas fiscales están dominadas por el gasto obligatorio del gobierno, principalmente las pensiones y la atención médica para los ancianos y los pobres. Bajo la actual administración, se espera un cierto aumento en la edad de jubilación, así como un posible aumento en las contribuciones a la seguridad social. Se harán cambios a Medicaid, el programa gubernamental de atención médica para los pobres, pero la naturaleza de estos cambios no está clara.

En diciembre de 2017, el Congreso aprobó la mayor revisión del código tributario de EE. UU. En más de 30 años. La nueva ley incluye una amplia gama de recortes de impuestos, pero la más importante fue la reducción masiva en la tasa de impuesto de sociedades del 35% al 21%. Sin embargo, la durabilidad de estos recortes de impuestos no está clara. Prácticamente todos los analistas esperan que los recortes tributarios aumenten el crecimiento para 2018 y 2019, pero la mayoría cree que el impulso se disipará rápidamente a medida que el déficit presupuestario se eleve y el gobierno se vea obligado a tomar decisiones más duras sobre la reducción de gastos o aumentar los ingresos. Incluso para 2018, Washington predice que el déficit presupuestario será más de un 25% mayor de lo que pronosticaba antes de que se cambiara el código tributario. Por lo tanto, los beneficios de la reforma tributaria podrían desaparecer en solo unos pocos años.

Perspectivas Económicas

La economía de EE. UU. Debería expandirse por encima de la tendencia en 2018. El PIB real debería aumentar un 2,5% después de las ganancias del 2,3% en 2017. Las mejoras moderadas en el consumo privado, el fuerte crecimiento de las exportaciones y el repunte de la inversión empresarial son los principales impulsores. Las reformas tributarias de Washington también impulsarán la economía, pero esto se debe principalmente al sector corporativo y principalmente a corto plazo. Los aumentos persistentes en la desigualdad de ingresos y riqueza y la carga del aumento de la deuda de préstamos estudiantiles siguen siendo drásticos.

La inflación fue del 2,1% en 2017 y los precios aumentarán un 2,5% en 2018. El banco central elevó las tasas de interés en marzo y se esperan nuevos aumentos en 2018. Esa perspectiva está llevando a una cierta apreciación del dólar estadounidense.

El valor real del consumo final privado creció un 2,8% en 2017 y se pronostica una ganancia del 2,6% para 2018. Un sólido mercado de trabajo y salarios en constante aumento brindan apoyo.

Impulsada por las ganancias en el empleo y las finanzas domésticas más fuertes, la demanda de vivienda está aumentando, pero los precios de la vivienda también están aumentando alrededor de un 7% por año. Casi la mitad de los estadounidenses admite que la deuda de préstamos estudiantiles es un gran obstáculo para comprar una casa. La alta probabilidad de alzas en las tasas de interés frenaría la demanda de vivienda.

El desempleo fue del 4.3% en 2017 y caerá al 3.9% en 2018. Hay numerosas señales de que el mercado laboral se está ajustando. Impulsada por el sector de servicios, la economía está agregando empleos a un ritmo inesperadamente rápido. El crecimiento de los salarios debería aumentar en el futuro.

Ambiente de negocios

La sustitución de la ley de asistencia asequible se ha descarrilado, al menos temporalmente, en el Congreso. La administración promete volver a intentarlo, pero incluso si se aprueba un nuevo programa, pasarán varios años antes de que tenga un impacto total. El frágil estado de la Seguridad Social significa que los cambios son esenciales en el futuro cercano.

El Congreso ha logrado revisar el sistema tributario complejo e ineficiente del país. Las corporaciones verán una caída significativa en los impuestos y la relajación de muchos obstáculos regulatorios. Las personas y las familias también pueden ver una caída en los impuestos sobre la renta pagados, pero esto es menos claro. El impacto eventual de la factura tributaria probablemente será más modesto de lo que se había predicho originalmente.

D) Sociedad

Población

La población total ha aumentado alrededor del 1% anual y llegó a 325 millones en 2017. La edad media fue de 38,0 años en 2017, frente a 35,4 años en 2000. El indicador seguirá aumentando en el futuro, llegando a 40,1 años en 2030. Aunque la sociedad estadounidense está envejeciendo a un ritmo moderado, este proceso se ve al menos parcialmente compensado por el flujo continuo de inmigrantes.

La fertilidad fue de 1.9 nacimientos por mujer en 2017, ligeramente más alta que la cifra de 1980. La fertilidad debería mantenerse en este nivel hasta 2030. La edad promedio de las mujeres en el parto está aumentando lentamente.

En el futuro, la población hispana crecerá varias veces más que la población no hispana. Estados Unidos ya es el quinto país más grande de habla hispana del mundo.

Ingresos y gastos

La tasa de ahorro ha estado aumentando desde la recesión y ascendió al 10,4% del ingreso disponible en 2017. Se reducirá al 10,3% en 2018.

En 2017, el gasto de consumo per cápita totalizó US \$ 40.224. Se pronostica que el valor real del gasto de consumo per cápita aumentará un 1,9% en 2018. El gasto en comunicaciones será la categoría de consumidores de más rápido crecimiento en 2018-2030. Impulsado por el creciente número de personas mayores, se espera que los bienes de salud y los servicios médicos sean la segunda categoría de consumidores de más rápido crecimiento.

Se pronostica que el gasto total de los consumidores (en términos reales) crecerá a una tasa anual promedio de 1.8% en 2018-2030 en términos reales. Aumentará en un valor acumulado de 24.2% durante este período. El gasto total de los consumidores representará el 67,7% del PIB en 2018.

El ingreso disponible per cápita ascendió a US \$ 44,655 en 2017. En 2018, el indicador crecerá en un 1,7% en términos reales.

Durante el período 2018-2030, el ingreso disponible total aumentará en un valor acumulado de 24.2% en términos reales, creciendo a una tasa anual promedio de 1.8%.

Tabla 28. Resumen estadísticos

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Inflación (% de cambio)	2,1	1,5	1,6	0,1	1,3	2,1
Tasa de cambio (por US \$)	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Tasa de interés	3,3	3,3	3,3	3,3	3,5	3,7
PIB (% de crecimiento real)	2,2	1,7	2,6	2,9	1,5	2,3
PIB (millones de moneda nacional)	16.155.255,0	16.691.516,8	17.427.608,8	18.120.713,5	18.624.475,3	19.390.604,5
PIB (millones de dólares)	16.155.255,0	16.691.516,8	17.427.608,8	18.120.713,5	18.624.475,3	19.390.604,5
No. de hogares ('000)	121.084,0	122.459,0	123.229,0	124.587,0	125.819,0	126.224,0
Exportaciones totales (millones de dólares)	1.545.820,8	1.578.439,2	1.620.531,9	1.504.913,9	1.454.606,9	1.546.761,6
Importaciones totales (millones de dólares)	2.276.267,1	2.268.370,5	2.347.685,2	2.240.932,5	2.188.938,3	2.342.911,3
Población urbana ('000)	254.675,4	257.027,7	259.509,2	262.024,9	264.509,0	266.959,8
Población urbana (%)	81,1	81,3	81,4	81,6	81,8	82,0
Población de 0-14 años (%)	19,5	19,3	19,2	19,0	18,9	18,7
Población de 15-64 años (%)	66,8	66,6	66,3	66,1	65,9	65,6
Población de más de 65 años (%)	13,7	14,1	14,5	14,9	15,2	15,6
Población masculina (%)	49,2	49,2	49,2	49,2	49,2	49,2
Población femenina (%)	50,8	50,8	50,8	50,8	50,8	50,8
Alfabetización de adultos (%)	99,9	99,9	99,9	99,9	99,9	99,9

Fuente: Euromonitor Internacional a partir de estadísticas nacionales / OCDE / FMINota: se pronostica información para 2018.

E) Intercambio Comercial Perú Estados Unidos

**Tabla 29 Balanza Comercial Perú – Estados Unidos 2016 Ene-Dic
(Expresado en miles de dólares)**

	2012	2013	2014	2015	2016
Exportaciones Totales	6,258	7,774	6,173	5,026	6,186
Importaciones Totales	7,531	8,347	8,330	7,373	6,6673
Balanza Comercial	-1,273	-573	-2,158	-2,347	-487

Fuente: (Adex Data Trade, 2017)

Según, Adex Data Trade, (2017), Como se ve en el cuadro anterior, durante los años 2012 hasta el 2016 el Perú ha tenido un constante intercambio comercial con Estados Unidos, tanto en importación como en exportación en montos variables cada año.

**Tabla 30 Relación Comercial Perú – Estados Unidos
(Expresado en miles de dólares)**

	Exportación			Importación		
	Total	Tradicional	No Tradicional	Total	Tradicional	No Tradicional
Posición	2°	2°	1°	2°	1°	2°
Principales Sectores	-	Minería Tradicional	Agropecuario y agroindustrias	-	Petróleo y gas natural	Metal-mecánico Químico

Fuente: (Adex Data Trade, 2017)

En el cuadro anterior se puede observar que en exportaciones se tiene en primer lugar el sector Agropecuario y agroindustrial con productos no tradicionales y en segundo lugar la minería tradicional. Por otro lado, en las importaciones a Perú de los Estados Unidos tenemos en primer lugar como producto tradicional el Petróleo y el gas natural y en segundo lugar a productos no tradicionales del sector Metal-mecánico y químico.

3.2.1.2 Segmentación de mercado objetivo micro

Luego de la evaluación en base a criterios específicos y obteniendo a Estados Unidos como país de destino del producto de caigua congelada, a continuación, se

evaluará de manera detallada los estados de dicho país, identificando el más resaltante para seleccionar el mercado objetivo.

Tabla 31. Principales Estados y número de habitantes de Estados Unidos

Nombre	Población
Los Ángeles	17,718,858
Nueva York	16,713,992
Chicago	9,655,015
San Francisco	6.989.419
Houston	6.519.358
Miami	5,805,883
Washington	6,022,391
Atlanta	4,762,159
Dallas	4,547,218
Filadelfia	4.066.064
Fénix	4,163,445
Detroit	3,801,161
Bostón	3,684,250
Minneapolis	3.496.061
San Diego	3.215.637
Seattle	2,776,119

Fuente: OCDE , 2014 - Últimos datos disponibles.

Según, Santander Trade, (2018), Como se puede observar en la tabla anterior entre los 3 principales Estados se encuentra Los Ángeles con más de 17 millones de habitantes, seguido de New York con más de 16 millones y Chicago con 9.6 millones. Estas 3 ciudades son las que poseen un mayor número de habitantes entre todas las demás.

Tabla 32 Importaciones de las ciudades de Estados Unidos del año 2013 al 2017 de la partida 6505009076 por aduanas

HTS Number	District	2013	2014	2015	2016	2017	Percent Change 2016 - 2017
		<i>In 1,000 Dollars</i>					
6505009076	New York, NY	791	815	869	950	1417	49.16%
6505009076	San Francisco, CA	292	509	456	482	291	-39.60%
6505009076	Los Angeles, CA	202	219	295	188	192	1.80%
6505009076	Miami, FL	2	1	0	29	87	198.80%
6505009076	Cleveland, OH	46	33	22	11	37	228.60%
6505009076	Seattle, WA	57	48	26	184	27	-85.50%
6505009076	Philadelphia, PA	3	106	9	0	15	3711.30%
6505009076	New Orleans, LA	37	16	28	18	13	-27.50%
6505009076	Dallas-Fort Worth, TX	13	45	0	14	4	-71.40%
6505009076	Laredo, TX	2	26	3	17	3	-84.50%
6505009076	Savannah, GA	9	0	2	2	2	20.00%
6505009076	Mobile, AL	0	0	0	0	2	N/A
6505009076	Baltimore, MD	0	0	0	0	2	N/A
6505009076	Chicago, IL	0	0	0	1	2	29.90%

Fuente: USITC

En la Tabla, se muestran las importaciones de las principales ciudades de Estados Unidos en valor CIF de la partida **6505009076**; donde Nueva York y la Ciudad de San Francisco con un total de \$ 1, 417,000 y \$ 291,000 respectivamente obtuvieron mayores valores para el año 2017. Asimismo, se deduce que en los últimos años la ciudad de Nueva York ha incrementado sus importaciones de la partida **6505009076** respecto a las demás.

Tabla 33. Importaciones de ciudades de Estados Unidos del año 2013 al 2017 de la partida 6505009076 por aduanas (Expresado en Kilogramos)

HTS Number	Quantity Description	District	2013	2014	2015	2016	2017	Percent Change 2016 - 2017
			<i>In 1,000 Units of Quantity</i>					
6505009076	dozens	New York, NY	29	36	42	53	77.4	46.00%
6505009076	dozens	Los Angeles, CA	15	13	12	11	10	-9.50%

6505009076	dozens	San Francisco, CA	3	5	8	14	8	-41.80%
6505009076	dozens	Miami, FL	1	0	0	11	6	-46.40%
6505009076	dozens	Cleveland, OH	1	1	0	0	1	428.80%
6505009076	dozens	Philadelphia, PA	0	5	0	0	1	76100.00%
6505009076	dozens	Seattle, WA	1	1	0	6	0	-92.20%
6505009076	dozens	Mobile, AL	0	0	0	0	0	N/A
6505009076	dozens	Savannah, GA	0	0	0	0	0	2100.00%
6505009076	dozens	Laredo, TX	0	1	0	1	0	-87.00%
6505009076	dozens	Chicago, IL	0	0	0	0	0	94.40%

Fuente: (USITC, 2018)

Se observa en la Tabla 33, que las tres posibles ciudades para exportar nuestro producto son; Nueva York, Los angeles y San francisco, por ser las que más demandaron en los últimos años. Por ejemplo; la ciudad de Nueva York del año 2017 al año 2016 ha crecido un 46% y sus importaciones han aumentado año tras año.

A continuación, se detalla una tabla con los principales indicadores para la selección de los tres estados destino:

Tabla 34. Información de las 3 principales ciudades

Indicadores	New york, NY	Cleveland, OH	Los Ángeles, CA
Población	8,461,961	389,165	3,918,872
Edades (25- 54 años)	4,404,988	153796	2,090,737
Población empleada de (16 - a más)	6,859,795	309,771	3,168,540
Ingreso por hogares de (35,000 - 100,000) anual	719,603	31,947	319,286
Ingreso Per cápita	34,099	18,003	29,878
Demanda (Valores en miles de docenas) partida 6505009076	1417	291	192

Fuente: (Santander trade, 2018)

Tabla 35. Criterios de selección del mercado
Calificación: 1 muy malo – 5 muy bueno

INDICADORES	NIVEL DE IMPORTANCIA	NEW YORK	PUNTAJE	Cleveland, OH	PUNTAJE	Los Ángeles	PUNTAJE
Población	12%	4	0.48	2	0.24	3	0.36
Edades (25-54 años)	13%	5	0.65	3	0.39	4	0.52
Población empleada de (16 a más)	15%	4	0.6	2	0.3	3	0.45
Ingreso por hogares de (35,000 - 100,000) anual	20%	5	1	3	0.6	4	0.8
Ingreso Per cápita	20%	5	1	2	0.4	4	0.8
Demanda	20%	4	0.8	3	0.6	2	0.4
Total	100%		4.53		2.53		3.33

Fuente: (Santander trade, 2018)

Del análisis realizado en la tabla anterior, se muestra que la Ciudad de New York, obtuvo mayor puntaje que la Ciudad de Cleveland y Los Ángeles. Para cada indicador objeto de estudio, se utilizó información de Census Bureau y de acuerdo al nivel de importancia que tiene cada uno según nuestro criterio se calificó a cada alternativa de mercado objetivo.

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

Según, Icx, (2018), se muestra la información detallada de la ciudad que se exportara los sombreros de paja toquilla que es de nueva york, en el cual se tiene información general de su población, geografía, aeropuertos, entre otros.

Nueva York

a) Introducción:

El estado de Nueva York está situado al noreste de Estados Unidos. El último censo del 2010 registro un total de 19.4 millones de habitantes en este estado, el 6.3% del total nacional. En 2015, las estimaciones de la oficina del censo señalaba que su población ascendía a 19,79 millones de habitantes, UN 6.2% de la población nacional. Los núcleos urbanos más importantes del estado de Nueva York, Buffalo, Rochester, Yonkers, Siracusa y Albany, su capital.

El PIB del estado de Nueva York en 2015 fue de 1.3 billones de dólares, un 8.1 % del PIB de todos los Estados Unidos. En estos términos, es el tercer estado del país, únicamente por detrás de California y Texas. De estas cifras se deduce que Nueva York fuese un país independiente, su PIB sería equivalente al de Australia.

Desde el punto de vista del comercio exterior, las exportaciones del estado alcanzaron en el 2015 un valor de 83140 millones de dólares, un 5.5 % del total de Estados Unidos. De la misma forma el valor de las importaciones ascendió a 133,149 millones de dólares, un 5.7% de las de todo el país.

b) Geografía:

El estado de Nueva York tiene una extensión de 141,299 km². La administración del estado está dividida en 62 condados. Nueva York limita con Nueva Jersey y Pensilvania por el sur; con los lagos y Ontario por el oeste, con Connecticut, Vermont, Massachusetts y el océano Atlántico por el este y con Canadá por el norte. Además, la isla de Long Island tiene la frontera marítima con el estado de Rhode Island.

Al norte del estado se halla la cordillera de los Adirondack, un gran macizo rocoso declarado parque nacional en los años 80.

En el centro y sur del estado encontramos la meseta de Allegheny, donde se ubican las ciudades de Rochester, Buffalo, Siracusa y Albany.

El río Hudson recorre el estado de sur a norte, desde los Adirondacks hasta el océano atlántico cruzando, entre otras, las ciudades de Kingston, Albany y la ciudad de Nueva York.

En el oeste, las cataratas del Niágara drenan el lago Erie hacia el lago Ontario y constituyen un atractivo turístico de primer orden. La vía marítima de San Lorenzo hace navegable las aguas del río Ontario, desde Montreal hasta el lago Erie. Esta vía conecta la región de los grandes lagos de Canadá y Estados Unidos con el Océano Atlántico.

c) Clima:

El clima en el estado de Nueva York se clasifica como continental húmedo, como en la mayoría del noroeste del país. No obstante, debido a su posición geográfica, presenta un clima cambiante relacionado con las grandes masas de agua que lo rodean; el océano atlántico y los grandes lagos Erie y Ontario.

Su climatología está marcada por la influencia estacional de tres grandes masas de aire. La primera trae corrientes y secas del norte e interior de Canadá. En el caso de la segunda, las fuertes presiones transportan anticiclones cálidos y húmedos al sur, influenciado por las aguas subtropicales del golfo de México. La tercera masa de aire proviene del océano atlántico. Fría y nubosa, trae precipitaciones especialmente en el este del estado.

La temperatura media varía a lo largo del estado. Así por ejemplo en la cordillera de los Adirondacks, es de 4,4° C y en la ciudad de Nueva York es de 13°C. En invierno, los mínimos en la zona central de la meseta suelen estar entre -26°C y -32°C. En la región de los grandes lagos y el sur de los estados el mercurio puede descender hasta -18°C o -12°C, respectivamente. Por último, la ciudad de Nueva York experimenta temperaturas mínimas que varían entre los 16°C o -12°C. Por otro lado, el verano es fresco en la región de Adirondacks, mientras que en el valle el

Hudson y en el área de la ciudad de Nueva York las temperaturas medias máximas y mínimas se sitúan entre los 21 y los 27°C.

d) Población:

Según datos del US Census Bureau (Estimaciones de 2015 basadas en el último censo del 2010), el estado de Nueva York ha nacido en el extranjero. Es el segundo estado por población de origen extranjero, solamente por detrás de California (27%)

Cabe destacar la importancia demográfica de la ciudad de Nueva York, pues sus 8,550,405 habitantes (estimación del 2015) suponen un 43% de la población total del estado.

Otra cuestión reseñable es la alta densidad de población de la ciudad de Nueva York. Según datos del US Census Bureau, en el 2010 era de 10,430 habitantes por km², frente a 159 habitantes por Km² del estado de Nueva York.

Algunos datos demográficos de los núcleos urbanos más importantes del estado son los siguientes:

	Población (2015)	% Estado	Crecimiento (2000 - 2010)	Crecimiento (1 abril 2010 a 1 julio 2015)	Origen Latino (2010)	Raza Negra (2010)	Origen Asiático (2010)
Nueva York	8.491.079	43.01%	2,10%	3,9%	28,60%	25,50%	12,70%
Buffalo	258.703	1,29%	-10,70%	-0,9%	10,50%	38,6%	3,2%
Rochester	209.983	1,05%	-4,20%	-0,3%	16,40%	41,7%	3,1%
Yonkers	200.667	1,01%	-0,10%	2,4%	34,70%	18,7%	5,90%
Syracuse	144.263	0,72%	-1,50%	-0,6%	8,30%	29,50%	5,5%
Albany	98.566	0,51%	2,30%	0,7%	8,60%	30,80%	5,00%

Fuente: U.S. Census Bureau

e) Infraestructura:

Red de Carreteras:

El estado de Nueva York cuenta con 2743 km de vías interestatales y con 56,840 km de otras carreteras estatales y locales. Las principales autovías son las siguientes:

I-78- Conecta Pennsylvania (Harrisburg) con el sur de Manhattan a través del túnel Holland atravesando el estado de Nueva Jersey.

I-80- Atraviesa los Estados Unidos desde la ciudad de Nueva York hasta San Francisco (California)

I-81- Conecta el sur del estado de Pennsylvania con la frontera canadiense, atravesando el estado de Nueva York por parte occidental y pasando por la ciudad de Syracuse.

I-84- Conecta el estado de Pennsylvania (Dunmore) con la I-90 a su paso por el sur del estado de Massachusetts y atravesando los estados de Nueva York, por el sur y de Connecticut.

I-86- Atraviesa el estado de Nueva York por el sur, conectando el límite del estado al oeste con Binghamton, por donde pasa también la I-91. Además está conectada con la I-90, localizada al norte a través de la I-390

I-87- enteramente localizada en el territorio del estado de Nueva York y conecta la ciudad de Nueva York con la frontera canadiense al norte del estado (Champlain)

I-88- (east) – Enteramente localizada en el estado de Nueva York conecta la I-81 al sur del estado con la I-90 a su paso por Albany.

I-90- Atraviesa los Estados Unidos por la zona norte desde Seattle (Washington) hasta Boston (Massachusetts). Por el estado de Nueva York pasa por las ciudades de Buffalo, Rochester, Syracuse y Albany.

I-95- Recorre todo el litoral este de los Estados Unidos, sobre Miami (Florida) hasta Woodstock (Maine)

I-390- Interestatal auxiliar que conecta la I-90 a su paso por Rochester con la I-86 por el sur del estado.

I-287- Bordea el área metropolitana de Nueva York y se adentra en el estado de Nueva Jersey.

- **Aeropuertos**

El estado de Nueva York cuenta con 129 aeropuertos públicos y 267 aeropuertos privados, de los que 18 se consideran aeropuertos comerciales primarios.

The port Authority of new york & New Jersey gestional un total de seis aeropuertos (JFK. La Guardia y Stewart en nueva York; Newark, Teterboro, y Atlantic City en Nueva jersey). Entre estos destaca por su importancia el aeropuerto de Jhon F. Kenedy International Airport-al este de la ciudad de Nueva york (5to aeropuerto de EEUU en trafico de pasajeros con 56,8 millones de pasajeros en el 2015, de acuerdo con los datos oficiales del Airports Council international publicados por aeropuertos de EEUU en tráfico de pasajeros con 33,8 millones en 2015) y el de Guardia al norte de la ciudad de Nueva York (20° por tráfico de pasajeros con 26,9 millones).

- **Puertos**

En cuanto a la infraestructura marítimas, el principal puerto del estado es la de Nueva York y Nueva Jersey, tercero del país, por detrás de los puertos californianos de los Ángeles y Long Beach, gestionando igualmente por the port authority of new york & new jersey. En el 2015 tuvo un tráfico total de 6371 millones de TEUs (Twenty foot equivalent units, contenedor de veinte pies), 3.1 millones de TEUs dedicados a ala exportaciones y 3.2 millones de TEUs a la importaciones. (Fuente: U.S. Waterbone Foreign Container Trade by U.S. customs Ports)

Medición del mercado objetivo

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

Tabla 36: Medición de mercado objetivo

Criterios	2019
Población de Estados Unidos	326,625,791
% poblacional	6%
Estado de New York	19,745,289
% poblacional en New York	43%
Ciudad de los New York	8,461,961
% Población empleada	64%
Población empleada	5,415,655
% Población de edades de 25 a 45 años	47%
Población de edades de 25 a 45 años	2,545,358
Mercado disponible (n)	2,545,358

Consumo per cápita (q)	2
Demanda potencial (Q)	5,090,716
Importaciones de New York	77,400
Exportaciones de New York (Veri trade)	42,687
Demanda insatisfecha	5,125,429
Cuota de mercado %	0.07%
Cantidad a exportar	3,840

Fuente: Elaboración propia

Una vez que se tiene los datos específicos en la tabla, se puede observar que “q” es la cantidad en unidades comprada anualmente por persona, es de 2 unidades por año y que la demanda potencial del mercado es de 5,090,716.

La demanda potencial es una demanda estimada que muestra hasta donde puede crecer el mercado comparándose con otras realidades, para ello es necesario contar con datos como la cantidad de población, consumo per cápita, hábitos de compra, patrones de consumo entre otros.

Lo dicho hasta aquí supone que se haga una explicación más específica de la información, más aun tomando en cuenta que el micro mercado objetivo es la ciudad de New York, en la siguiente tabla se muestra información específica de dicha ciudad.

Tabla 37: Determinación de la demanda

Demanda potencial (Q)	5,090,716
Importaciones de New York (USITC)	77,400
Exportaciones de New York (USITC)	42,687
Demanda insatisfecha	5,125,429
Cuota de mercado %	0.07%
Cantidad a exportar	3,840

Fuente: Elaboración propia en base a Census bureau, Veritrade

En la tabla se muestra que la demanda insatisfecha es de 5,125,429 kilos, para la determinación de dicha demanda, se ha sumado a la demanda potencial, la importación, y se le ha restado la exportación obteniendo la demanda insatisfecha. La cuota de mercado de la empresa es el 0.07% y la demanda a exportar el primer

año representa la cantidad de 3840 sombreros que la empresa va a exportar el primer año.

Tabla 38: Distribuidores importadores de sombrero en New york

Nombres de Distribuidores	Dirección	Teléfono	Correo electrónico
Eastern Nationwide Supply Inc	1261 Broadway Rm 701 New York, New York (NY) 10001 - United States	Fax: 2122393162	www.easternnationwidesupply.com
Carol Dauplaise Ltd	134 W 37th St FL 3 New York, New York (NY) 10018 - United States	Fax: 2129975290	www.caroldauplaise.com
Aka Mystique Accessories Llc	389 5th Ave Rm 402 New York, New York (NY) 10016 - United States	Tel: 2126852100 Fax: 2126852111	www.akamystique.com

Fuente: Yellow page USA, 2017
Elaboración propia

En la tabla se observa los distribuidores de sombrero y accesorio en general para cabeza en New York los cuales podrían distribuir nuestro producto que es el sombrero de paja toquilla.

3.2.2. Tendencias de consumo

Perfil del consumidor

Según Icx, (2017), el estadounidense, en general, es calificado como una persona consumista y siempre dispuesto a probar productos nuevos y novedosos. Asimismo, tiene conciencia del cuidado del medio ambiente, conoce muy bien sus derechos como consumidor y hace uso de las leyes que lo protegen. En caso de verse perjudicado no duda en levantar una demanda ante perjuicios ocasionados por productos defectuosos. Si bien el precio es una variable relevante al decidir una compra, también son importantes la calidad, la garantía y el servicio post

venta. El norteamericano espera un servicio post venta de calidad. Los productos que puedan asociarse a la novedad y/o exclusividad, son más sensibles a ser valorados por su calidad y no tanto por su precio. Da especial importancia a la presentación del producto, por ello el empaquetado o envase debe ser de calidad y atractivo. Cada vez destinan menos tiempo en buscar productos y comparar precios. Un consumidor promedio gasta 20 minutos en una tienda y recorre menos de la cuarta parte de ella. En relación, el número de consumidores que visitan tiendas chicas está en aumento, debido a que les hace la vida más fácil.

Según (Santander trade, 2017), en el comportamiento del consumidor la crisis mundial aumento la sensibilidad a los precios de los consumidores estadounidenses, llevando a muchos de ellos a cambiar sus marcas habituales por unas menos caras; asimismo cabe mencionar que ahora son cada vez más conscientes del medio ambiente al momento de tomar las decisiones de compra.

El perfil del consumidor se muestra muy abierto a adquirir productos extranjeros. El suministro de productos es muy diverso; el consumidor es muy rico y muy diverso en sus intereses y sus gustos.

3.3. Análisis de la oferta y la demanda

3.3.1. Análisis de la oferta

Para poder tener un mejor panorama de la oferta del producto es necesario analizar los mercados a nivel mundial, a continuación, se muestra una tabla que contiene información sobre los principales países exportadores de la partida 6505.00.90.00

Tabla 39: Principales países exportadores de la partida 6505.00.90.00

(En miles de dólares americanos)

Exportadores	valor exportada en 2013	valor exportada en 2014	valor exportada en 2015	valor exportada en 2016	valor exportada en 2017
China	2663503	2826143	2926846	2684525	2642616
Viet Nam	178382	205040	229845	262141	352448
Bangladesh	29106		68941	277103	295909

Países Bajos	148228	184241	139118	169511	229084
Alemania	184197	204469	172446	179658	222815
Italia	138933	149670	123955	131378	162137
Bélgica	106288	99590	107915	119348	136308
Hong Kong, China	170201	152071	132356	121484	119023
Reino Unido	91613	97638	92893	105377	112275
Francia	85038	86733	80630	84399	101546
Estados Unidos de América	73857	84119	84998	86517	88240
Polonia	75510	73826	61667	68897	75524

Fuente: Elaboración propia en base a Trade Map

En la tabla se puede observar a nivel oferta mundial que China, Vietnam, son los mayores comercializadores de la partida 6505.00.90.00; lo cual son directamente los competidores.

Si se refiere específicamente a sombreros, los principales países productores y exportadores a nivel mundial de sombrero de paja en general son: Ecuador, Panamá y China.

A continuación, se muestra la tabla de principales países exportadores de la partida 6505.00.90.00 a toneladas.

Tabla 40: Principales países exportadores de la partida **6505.00.90.00**

(En toneladas)

Exportadores	2013	2014	2015	2016	2017
	cantidad exportada				
Nueva Zelanda	41	31	27	31	482152
Australia	327167	404920	278969	520710	375222
Países Bajos	4862	13218	3889	4327	7918
Reino Unido	6160	5108	3414	3501	6154
Alemania	4193	4540	4279	4158	4971
Bélgica	4894	4658	5797	6558	4713
Hong Kong, China	4905	4997	4010	3862	3633
Turquía	1405	1684	1815	2070	2511
Francia	2946	2365	2233	2253	2407
España	1188	1590	3281	2185	2310
Estados Unidos de América	1701	2135	1729	1934	2275

Fuente: Elaboración propia en base a Trade Map

En relación con lo que se muestra en la tabla, podemos observar que para el caso de Estados Unidos la cantidad de toneladas exportada ha ido en aumento en relación con años anteriores, lo mismo ha sucedido con países como Nueva Zelanda, Australia, Países Bajos, Reino Unido, Alemania, Bélgica.

Oferta nacional que Perú oferta al mundo

A continuación, se muestra las exportaciones peruanas de la partida 6505.00.90.00 hacia el mundo, destacando como principal y potencial comprador el país de Estados Unidos predominando no solo en valor FOB exportado, sino también en cantidad exportada en kilogramos.

Tabla 41: Total de exportaciones peruanas de la partida 6505.00.90.00
(Expresado en miles de dólares)

Importadores	Valor exportada en 2013	Valor exportada en 2014	Valor exportada en 2015	Valor exportada en 2016	Valor exportada en 2017
Estados Unidos de América	1245	1502	1653	1411	1885
Alemania	296	452	360	252	393
México	1060	2215	1056	687	130
Canadá	104	124	113	127	116
Chile	90	110	79	95	94
Reino Unido	126	124	106	93	83
Suiza	49	60	115	158	79
Argentina	113	34	42	41	67
Francia	170	150	95	62	67
Costa Rica	62	109	136	47	60
Japón	101	99	72	66	56

Fuente: Elaboración propia en Trade Map

Entre los principales destinos de exportación de Perú al mundo, de la partida 6505.00.90.00, destacan los países de Estado Unidos, Alemania, México. Asimismo, las exportaciones hacia Estados Unidos en el 2016 al 2017 recuperaron el nivel ascendente que tenía en los años anteriores, además se puede ver que en

cuanto a México ha ido decreciendo de una manera considerable desde el 2015 hasta el 2017.

A continuación, se muestra la información de exportaciones peruanas de la partida 6505.00.90.00, en toneladas.

Tabla 42: Total de exportaciones peruanas de la partida 6505.00.90.00
(En kilogramos)

Importadores	2013	2014	2015	2016	2017
	Cantidad exportada, Kilograms				
Estados Unidos de América	22826	25731	28190	23591	27051
Chile	7331	6077	7777	8580	6220
Bolivia, Estado Plurinacional de	63	84	2407	315	5856
Alemania	3712	4772	4139	3003	4219
México	18522	29110	19683	13025	2922
Panamá	3464	3496	4418	2760	1878
Ecuador	445	941	1978	879	1784
Brasil	5668	2785	1218	1605	1685
Venezuela, República Bolivariana de	2906	1831	4248	1754	1577
Argentina	2284	823	851	846	1228

Fuente: Elaboración propia en base a Trade map

Según información proporcionada por (ADEX, 2016), se reportó que el principal destino de los sombrero de paja con accesorio fue EE.UU con US\$ 1,885 millones, incrementó sus pedidos a comparación el año 2016, a esto le siguieron países como Alemania, México, Canadá, entre otros.

Siguiendo en esta misma línea, habría que mencionar también, cuáles son las empresas peruanas dedicada a la comercialización de productos incluidos en la partida 6505.00.90.00, en la tabla que se presenta a continuación se brindará mayor detalle al respecto.

Tabla 43: Empresas peruanas que comercializan la partida 6505.00.90.00 hacia el mundo

Empresa	%Var 17-16	%Part. 17
ALTIPLANO KNITS S.A.C.	--	7%
ALPACOTTONS APU KUNTUR SOCIEDAD C...	-1%	6%
GREEN DESIGN LINK S.A.C	79%	5%
PAJA EIRL	16%	4%
CLASSIC ALPACA SAC	-6%	4%
INDUSTRIAS NETTALCO S.A.	87%	3%
GRUPO TEXTIL LATINA E.I.R.L.	-56%	2%
ALPACA TRADING COMPANY SAC	114%	2%
ANDES TEXTILES PERU S.A.C.	26%	2%
Otras Empresas (451)	--	36%

Fuente: Sunat

En la tabla se observa las principales empresas exportadoras peruanas de la partida 6505.00.90.00

Tabla 44: Empresas peruanas que exportan la partida 6505.00.90.00 hacia Estados Unidos

Razón social	Suma de US\$ FOB	Participación
ALTIPLANO KNITS S.A.C.	256,195	13.72%
GREEN DESIGN LINK S.A.C	176,685	9.46%
PAJA EIRL	147,527	7.90%
CLASSIC ALPACA SAC	137,208	7.35%
INDUSTRIAS NETTALCO S.A.	104,385	5.59%
ANDES TEXTILES PERU S.A.C.	73,611	3.94%
ALPACA TRADING COMPANY SAC	70,123	3.76%
IFER KNITWEAR SAC	54,481	2.92%
PERU ETNICO S.A.C.	44,593	2.39%
SERVICIOS FLEXIBLES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	42,572	2.28%
MANTARI GROUP S.A.C.	39,370	2.11%
NEW EXPO S.A.C.	36,295	1.94%
PASHTU KNITS SOCIEDAD ANONIMA - PASHTU KNITS S.A	26,353	1.41%
KROCHET KIDS PERU	22,274	1.19%
otros	21,714	32.89%

Fuente: Elaboración propia en base a ADEX Data Trade
Elaboración: Propia

Las principales empresas exportadoras mejores posicionadas en Perú son Sociedad Altiplano Knits S.A.C. (13.72%), Green Design Link S.A.C. (9.46%) y Paja E.I.R.L. (7.9%). Los puertos con mayor volumen de envíos del Perú son hacia los puertos son los de Nueva York y Nueva Jersey y en los aeropuertos está el JFK International Airport.

3.3.2 Análisis de la demanda

Se modelará y analizará la demanda histórica para luego realizar una proyección de la demanda en un horizonte de cinco años, es decir, hasta el año 2021. La principal fuente de datos estadísticos consultada para obtener la demanda histórica fue el Trade Map.

Importaciones mundiales

El producto se encuentra dentro de la partida 6505.00.90.00, es por ello que a través de la fuente de Trade Map se visualiza al detalle el valor importado durante los últimos 5 años (véase tabla 45) así como la cantidad importada en toneladas (véase tabla 46)

A continuación, la Tabla 45, mostrará la información de países importadores de la partida 650500 en miles de dólares.

Tabla 45: Principales países importaciones de Estados Unidos de la partida 6505.00
(Expresado en dólares)

Importadores	valor importada en 2013	valor importada en 2014	valor importada en 2015	valor importada en 2016	valor importada en 2017
Japón	406209	407325	396231	374841	376261
Alemania	313434	338143	294365	309048	349227
Reino Unido	248893	267891	253728	242214	255132
Francia	192799	209743	192365	202538	227635
Países Bajos	122044	153171	135591	152968	187715
Canadá	166673	175092	180413	170901	187013
Italia	120484	128039	110776	118847	128606
España	81242	105321	105615	112943	125291

Rusia, Federación de	125908	124148	81209	76040	96226
Bélgica	79098	82439	75930	90361	95942
Perú	4775	6006	6181	6075	7306

Fuente: Trade Map

Elaboración: Propia

Como se puede observar en la tabla 45, Japón es el país que lidera en importaciones en los últimos años para estados Unidos. Asimismo, se tiene a países como Alemania, Reino Unido, Francia, países bajos y Canadá sobrepasan los 185 mil de dólares en importaciones de esta partida. Con todo esto se puede afirmar que estos países presentan como mercados atractivos para el producto investigado. Sin embargo, en PERU podemos decir que es un mercado interesante, manteniéndose en alza entre los años 2014, 2015, 2016 y 2017.

Tabla 46: Principales países importaciones de EEUU de la partida 6505.00
(Expresada en toneladas)

Importadores	2013	2014	2015	2016	2017
	cantidad importada				
Australia	94018083	89314009	87689982	87423300	92576071
Reino Unido	12451	11817	10826	11795	13312
Alemania	10984	11670	10489	11384	12376
Japón	11611	11880	12196	11303	11245
Arabia Saudita	11344	12742	13499	10791	9616
Francia	7505	7889	7657	7868	8719
Países Bajos	7723	9345	6699	7416	8687
Sudáfrica	6127	4184	4232	7296	5960
España	5175	17947	6035	5888	5841
Perú	417	450	510	687	952

Fuente: Elaboración propia en base a Trade Map

Siguiendo en concordancia con la información descrita líneas arriba, la tabla muestra los países que más importaron en toneladas, aquí también se puede observar que en el caso de Australia, la tendencia del 2016 al 2014 decayó levemente pero en el 2017 aumento considerablemente.

Específicamente si observamos la situación con Perú, se desprende de la tabla que el valor importado ha ido en aumento, lo cual está representando una

oportunidad para la introducción del producto porque las cifras muestran una gran aceptación de los productos extranjeros.

Tabla 47 Importaciones de ciudades de Estados Unidos del año 2013 al 2017 de la partida 6505009076 por aduanas (Expresado en miles de docenas)

HTS Number	Quantity Description	District	2013	2014	2015	2016	2017	Percent Change 2016 - 2017
			<i>In 1,000 Units of Quantity</i>					
6505009076	dozens	New York, NY	29	36	42	53	77.4	46.00%
6505009076	dozens	Los Angeles, CA	15	13	12	11	10	-9.50%
6505009076	dozens	San Francisco, CA	3	5	8	14	8	-41.80%
6505009076	dozens	Miami, FL	1	0	0	11	6	-46.40%
6505009076	dozens	Cleveland, OH	1	1	0	0	1	428.80%
6505009076	dozens	Philadelphia, PA	0	5	0	0	1	76100.00%
6505009076	dozens	Seattle, WA	1	1	0	6	0	-92.20%
6505009076	dozens	Mobile, AL	0	0	0	0	0	N/A
6505009076	dozens	Savannah, GA	0	0	0	0	0	2100.00%
6505009076	dozens	Laredo, TX	0	1	0	1	0	-87.00%
6505009076	dozens	Chicago, IL	0	0	0	0	0	94.40%

Fuente: (USITC, 2018)

Se observa en la Tabla, que las tres posibles ciudades para exportar nuestro producto son; Nueva York, Los Ángeles, San Francisco por ser las que más demandaron en los últimos años. Por ejemplo; la ciudad de Nueva York del año 2017 al año 2016 ha crecido un 46% y sus importaciones han aumentado año tras año.

Proyección de la demanda

Tabla 48: Demanda de New York del 2013 - 2017 del producto P.A: 6505009076

(Miles de unidades)

Años	2013	2014	2015	2016	2017
	348	432	504	636	928.8

Fuente: Elaboración propia en base a USITC

Tabla 49: Métodos de mínimos cuadrados

AÑOS	DEMANDA
------	---------

X	X	Y	XY	X^2
2013	1	348	348	1
2014	2	432	864	4
2015	3	504	1512	9
2016	4	636	2544	16
2017	5	929	4644	25
Total	15	2848.8	9912	55

Fuente: Elaboración propia

Fórmula de regresión lineal:

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

Fórmula para proyectar linealmente:

$$Y = a + bx$$

B =	136.56
A =	160.08

$$Y = 160.08 + 136.56 \cdot x$$

x = años que se quiere proyectar

Tabla 50: Demanda proyectada del mercado
(En miles de unidades)

2019	2020	2021	2022	2023
1,116	1,253	1,389	1,526	1,662
	12.24%	10.90%	9.83%	8.95%

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la figura 19, $R^2 = 0.98$, el monto es mayor a 0.85 por consiguiente se acepta dicha regresión.

Tabla 51: Proyección de las exportaciones de la empresa
(En unidades)

Años	2019	2020	2021	2022	2023
Cantidades proyectadas kg	768.00	783.36	806.86	839.14	881.09
Cantidades en cajas	96	97.92	100.86	104.89	110.14
Cantidades en unidades	3840	3917	4034	4196	4405
Tasa de crecimiento		2%	3%	4%	5%

Fuente: Elaboración propia

Se puede observar en la tabla , que para el primer año la empresa va a exportar 3,840 unidades, el cual representa una cuota de mercado del 0.34% del total de importaciones que la ciudad de New York realiza y la tendencia de crecimiento anual aprovechando la alta demanda que existe en el mercado será de 2%, 3%, 4% y 5%.

3.4. Estrategia de Venta y Distribución

3.4.1. Estrategia de segmentación

La segmentación de mercado según Philip Kotler es la subdivisión del mercado en grupos: segmentación geográfica, segmentación demográfica, segmentación

psicográfica y segmentación conductual. A continuación, se muestra la siguiente figura:



Figura 12: Estrategias de segmentación según Porter

Fuente: Elaboración propia

Sé utilizará la estrategia de segmentación concentrada, debido a que solo tendremos un solo segmento como mercado meta (Nueva York), de tal manera que la empresa va a dirigir sus esfuerzos a investigar y satisfacer las necesidades de este mercado, mejor que los competidores que se dirigen a varios mercados.

Los pasos para segmentar el mercado son los siguientes:

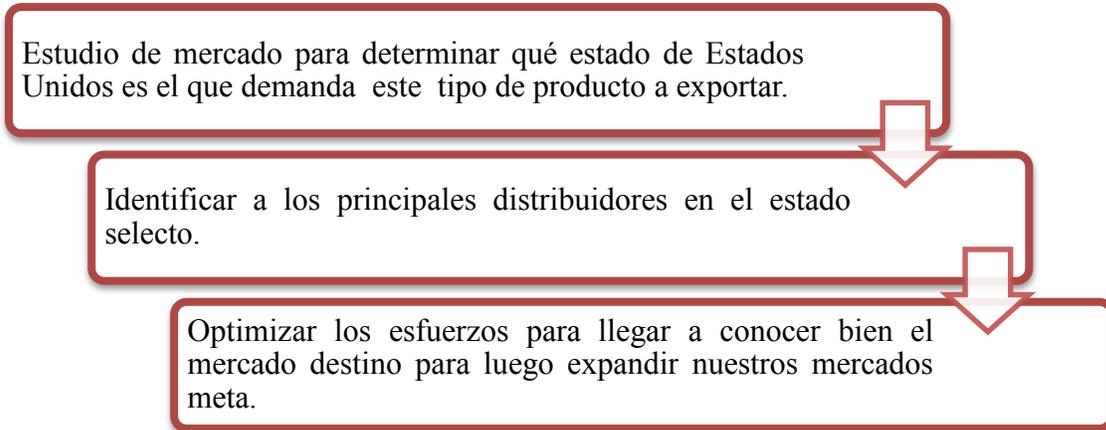


Figura 13: Elaboración de las estrategias de segmentación

Fuente: Elaboración Propia

3.4.2 Estrategias de distribución

3.4.3.1 Ventas

Las ventas en SOMBRANDINA S.A.C. se regirán a través de políticas comerciales diseñadas por la gerencia general y el área de ventas, de las cuales resaltan las siguientes:

- Garantizar la calidad del producto, realizando los controles respectivos al momento de la recepción a través de un diseñador que nos marcará las pautas de las tendencias y modelos que impactan más en el mercado destino.
- Captar nuevos clientes dando a conocer el producto de calidad, que sobrepasen sus expectativas, ofreciendo grandes beneficios en cuanto moda se trata. También destacar los aspectos relacionados al cuidado del medio ambiente y responsabilidad social en la empresa.
- Garantizar la pronta atención a los clientes, en cuanto a la confirmación y atención de órdenes de compra, respuestas a solicitudes de cotizaciones, respuestas a consultas en cuanto al producto, respuestas a consultas referidas al stock del producto, etc. Es importante resaltar que el personal en la empresa se encuentra capacitado para la atención que se le dará al cliente, así como también se han seleccionado a los proveedores idóneos para la fabricación del producto y maquila, que permitan cumplir con los requerimientos hechos por los clientes, para esto se cuenta con un contrato

entre la empresa y ellos, donde se asegure el cumplimiento y permita cuidarse ante cualquier eventualidad que pueda surgir.

- Atender los pedidos de acuerdo al orden de recepción de las órdenes de compra, teniendo un trato justo e igualitario para los clientes. Se trabajará con el Incoterm 2010 FCA Callao.
- Mantener la confidencialidad de información en las operaciones para ofrecer seguridad, privacidad e integridad a cada uno de los clientes.
- Buscar las novedades constante de los productos de la empresa, para ofrecer nuevas opciones a los clientes, así como también en cada uno de los procesos de la empresa que permitan reducir tiempos y actuar con mayor eficiencia. Ofreciendo nuevos productos, de buena calidad y con modelos novedosos.
- Encontrar agentes comerciales internacionales para que sirvan como intermediario entre SOMBRANDINA PERU SAC. y el comprador final cuya comisión, de cerrarse el contrato con el cliente, será de 1.0% de lo facturado. Para la búsqueda de estos brokers comerciales, se buscará en la base de datos de PROMPERU y Cámara de Comercio de Lima

3.4.3.2 Distribución

La distribución para los sombreros de paja toquilla, será a corto plazo de manera indirecta, y en el largo se busca que sea directa. A continuación, el detalle:

- Canal directo: Se busca en el largo plazo cuando el volumen exportado sea mayor, y la exportación del producto se realice directamente a tiendas minoristas y turísticas. Con este canal se busca tener una comunicación directa y más fluida con los clientes finales y generar una retroalimentación que permita conocer acerca de sus necesidades y aprender a satisfacerlas en los productos ofrecidos.
- Canal Indirecto: Se realizará a través de la exportación de los productos, a importadores y/o distribuidores en Nueva York - USA; quienes se encargarán de distribuir el producto a empresas de ventas minoristas y tiendas turísticas. La venta se realizará a precios FCA Callao. Se cuenta

con este canal, ya que es el que tiene mayor porcentaje de utilización cuando recién se inician las actividades de la empresa.

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

- Contar con intermediarios que serán los importadores y distribuidores del sombrero de paja toquilla en Nueva York-USA.
- Trabajar con intermediarios que operen con productos de la competencia
- Entrelazar los beneficios de la empresa con los del distribuidor con la finalidad que la retroalimentación permita conocer nuevas opciones en cuanto a precios, promoción, publicidad, ventas, etc.
- Cabe mencionar que el beneficio encontrado en la distribución por canal indirecto, es que la experiencia y el conocimiento del mercado por parte del importador y/o distribuidor impulsarán las ventas del producto y asegurará la cercanía con el cliente que es lo que se busca para en un principio, darlo a conocer. Para esto, SOMBRANDINA PERU SAC deberá garantizar:
- Calidad del producto, entregando variedad de modelos novedosos, con buen acabado.
- Seguridad en la entrega, para la cantidad y tiempo acordado. Cada proceso en la empresa como transporte del producto terminado, maquila y distribución física internacional se deberá realizar de manera eficaz y eficiente; satisfaciendo las expectativas del cliente.
- Planes de contingencia, que permitan reaccionar de manera rápida y con la mejor alternativa ante contingencias que se puedan presentar, brindando así la mejor imagen de la empresa al cliente.
- Servicio al cliente, pre y post venta, mediante una atención personalizada desde las consultas que puedan realizar acerca del producto, solicitudes de cotización, órdenes de compra, seguimiento de distribución; hasta la comunicación realizada luego de la compra a cerca de interrogantes, dudas, opiniones que puedan surgir respecto del producto. Esto con el fin de que puedan estar informados acerca de los diferentes estados en que se encuentra su compra.

3.5. Estrategias de promoción

SOMBRANDINA PERU SAC dará a conocer el producto como novedoso y de alta calidad por lo que se resaltarán las cualidades y beneficios que traen consigo su uso, participando en diferentes ferias realizadas por PROMPERU u otras entidades.

Las ferias internacionales.

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

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

SOMBRANDINA PERU SAC buscará información acerca de ferias artesanales, de ropa, accesorios, la antigüedad con las que se vienen desarrollando, su reconocimiento en el sector, la periodicidad y sobre todo la capacidad de convocatoria que tiene, ya que ahí se demandarán y ofertarán productos.

Es importante señalar, que a través de las ferias, se logra un trato directo con potenciales clientes, estrechando vínculos personalizados con agentes, distribuidores, mayoristas, etc.

MODA
 Moda
 Del sábado 15 septiembre 2018 al martes 17 septiembre 2019
 Jacob K. Javits Convention Center
 655 West 34th Street,
 New York (Estados Unidos, USA)

Accessories the Show
 Moda
 Del sábado 15 al lunes 17 septiembre 2018
 Jacob K. Javits Convention Center
 655 West 34th Street,
 New York (Estados Unidos, USA)

Fame
 Moda
 Del sábado 15 al lunes 17 septiembre 2018
 Jacob K. Javits Convention Center
 655 West 34th Street,
 New York (Estados Unidos, USA)

Figura 14. Principales ferias N Ferias

Fuente: N ferias

Rueda de Negocios.

La Rueda de Negocios consiste en pactar reuniones planificadas y directas, creando el ambiente propicio para negociar, promueve los contactos entre empresarios, instituciones y organizaciones que desean entrevistarse para realizar negocios, desarrollar relaciones asociativas o alianzas estratégicas. Los antecedentes muestran que su uso es eficaz para la inserción de las pequeñas y medianas empresas en la dinámica de integración comercial. Por otro lado, se han convertido en un mecanismo de capacitación empresarial valioso para esa porción de la estructura productiva de los países integrantes de los nuevos bloques económicos. Al realizar una Rueda de Negocios dentro del marco de una feria, éstas se convierten en una actividad central de la feria; es en este escenario, en el

que se llevan adelante una serie de encuentros entre los empresarios oferentes y demandantes, con el fin de cerrar un negocio o iniciar el contacto.

Beneficios de los participantes en las Ruedas de Negocios:

Para los organizadores

- Transforma las intenciones políticas en el comercio real.
- Son polifacéticas porque abarcan compras, ventas e inversiones de bienes y servicios.
- Tiene un gran impacto por los volúmenes que se negocian en tan corto tiempo y a tan bajo costo.
- Mejora notablemente la credibilidad de las instituciones organizadoras.

Para los participantes

- Ahorran tiempo.
- Ahorran dinero.
- Dan resultados porque se cierra o se inicia un negocio.
- Para actores nuevos, es una buena forma de introducirse al escenario comercial.
- Los costos de hacer contactos y alianzas disminuyen.
- El beneficio se incrementa al encontrar oportunidades de negocio.

De manera internacional, SOMBRANDINA PERU S.A.C. participará de ruedas de negocios organizadas dentro de las dos ferias artesanales más grandes que se realizan en Nueva York. Estos eventos se detallarán a continuación:

Tabla 52: Presupuesto de participación en las Ruedas de Negocios

Descripción	Total
Espacio en la feria (Stand)	10000
Pasajes a EEUU	5976
Hospedaje	747
Decoración del Stand	2500
Movilidad	300
Alimentación	200
Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos) + Muestras	3500
Gasto de venta total S/	23,293.00

Fuente: Elaboración propia en base a información de CanGift Association, Promperú, ADEX, Ministerio de agricultura y riego (MINAGRI)

SOMBRANDINA PERU S.A.C. deberá considerar que es fundamental invertir en la participación las Ruedas de Negocios organizadas en las ferias, ya que el marketing y publicidad que se podrá emplear es la razón de las posibles ventas que se pueda tener y de manera directa, se tienen más oportunidades de concretar ventas y ampliar la cartera de clientes.

Agregados comerciales.

Un agregado comercial es un funcionario encargado de los asuntos comerciales en las representaciones diplomáticas. La mayoría de países, cuentan oficinas encargadas del apoyo comercial a los exportadores. Las oficinas donde encontramos a estos agregados se denominan OCEX.

Los beneficios de poder contar con un agregado comercial en el país objetivo son:

- Promueve la apertura y consolidación de mercados de exportación, turísticos y de inversiones.
- Realiza acciones de inteligencia comercial y de prospección de mercados.
- Establece y mantiene vínculos estratégicos con instituciones públicas y privadas en el mercado asignado.
- Apoya y participa en las actividades relacionadas con el desarrollo del comercio, el turismo, las inversiones y la imagen país, promovidas por instituciones públicas y privadas del Perú en el mercado asignado y apoya las iniciativas del sector privado nacional en la búsqueda de nuevos

mercados y la colocación de productos, a través de la facilitación de información.

- Fortalece la participación y presencia del Perú en las negociaciones comerciales internacionales y de integración en su zona de adscripción, en el marco de la política comercial del país.
- Propone la participación de productos peruanos en las ferias comerciales internacionales, organización de ruedas de negocios y de misiones empresariales de compra y venta de productos y servicios de exportación, del turismo, y de fomento a la inversión.
- Absuelve las consultas de empresas y gremios empresariales del sector privado nacional e internacional, referentes a las materias de comercio exterior, inversiones y turismo en el ámbito de su competencia.
- Realiza el monitoreo y seguimiento de los contactos y de las oportunidades en las diferentes actividades de promoción del comercio exterior, inversión y turismo.

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

OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN NUEVA YORK

FALCO SCHEUCH, CONRADO JOSE
CFALCO@MINCETUR.GOB.PE
Teléfono: 646-455 0676/1-917-937-6184
Anexo: (8)4160
Dirección: [850 7TH AVE, SUITE 301, NEW YORK NY 10019](#)
Diferencia Horaria: Lima-Peru,PET,UTC -05HRS, New York - EEUU,EDT, UTC -04HRS

[Informe de actividades NEW YORK](#)
[Boletines NEW YORK](#)

Figura 15: Datos agregados comerciales OCEX New York
Fuente: OCEX Estados Unidos - MINCETUR

Envío de muestras.

Los envíos de muestras serán para potenciales clientes, con el fin de dar a conocer la calidad y beneficios de usar el producto.

Visitas comerciales.

Se realizarán visitas a los importadores y/o distribuidores del producto, para mejorar y fortalecer la relación de negocio así como también coordinar temas relacionados a la comercialización. Estas visitas se realizarán, en su mayoría, en el tiempo de estadía de participación en la feria.

Uso de marketing digital

Página web.

Es una plataforma donde se encontrará información acerca de la empresa, del producto, opciones de contacto, videos informativos sobre los beneficios del producto y responsabilidad social, redes sociales, etc. A través de este portal web, se buscará lograr un trato directo con el cliente y satisfacer sus necesidades en el mínimo tiempo posible de respuesta, así como también mejorar la imagen corporativa de la empresa, asegurando la formalidad y confiabilidad ante ellos.

El dominio será: www.somtoqui.com.pe

LinkedIn empresarial.

Somtoqui S.A.C. abrirá un perfil empresarial con el fin de dar a conocer los detalles más importantes de la empresa, del producto y brindar información interesante a los posibles clientes. LinkedIn se ha convertido en una de las redes sociales más importantes, ya que crea oportunidades económicas en el mundo profesional.

Google Adword.

La empresa utilizará esta herramienta para posicionarse en los primeros resultados de búsqueda al momento de realizar una consulta en el buscador Google. Permite también visualizar anuncios mediante el sitio web.

Mediante esta herramienta se busca atraer más visitantes al sitio web, permitiendo aumentar las ventas, así se podrá llegar a clientes potenciales, a sitios web relevantes, para obtener información acerca de nuevos productos. Diferentes usuarios en el mundo podrán encontrar a somtoqui S.A.C. cuando estén buscando lo que la empresa ofrece.

3.6. Estrategia de ingreso al mercado objetivo

Según el modelo de Ansoff, se obtendrá una cuota de mercado, ubicándose en uno de los cuadrantes de la matriz:

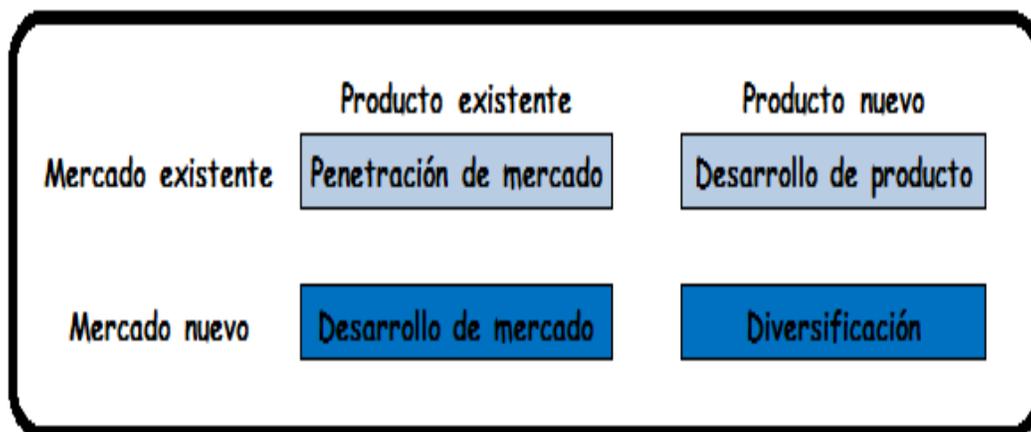


Figura 16: Matriz Ansoff

Fuente: Elaboración propia en base a matriz Ansoff

En el caso de Somtoqui S.A.C., se ubicará en el cuadrante II

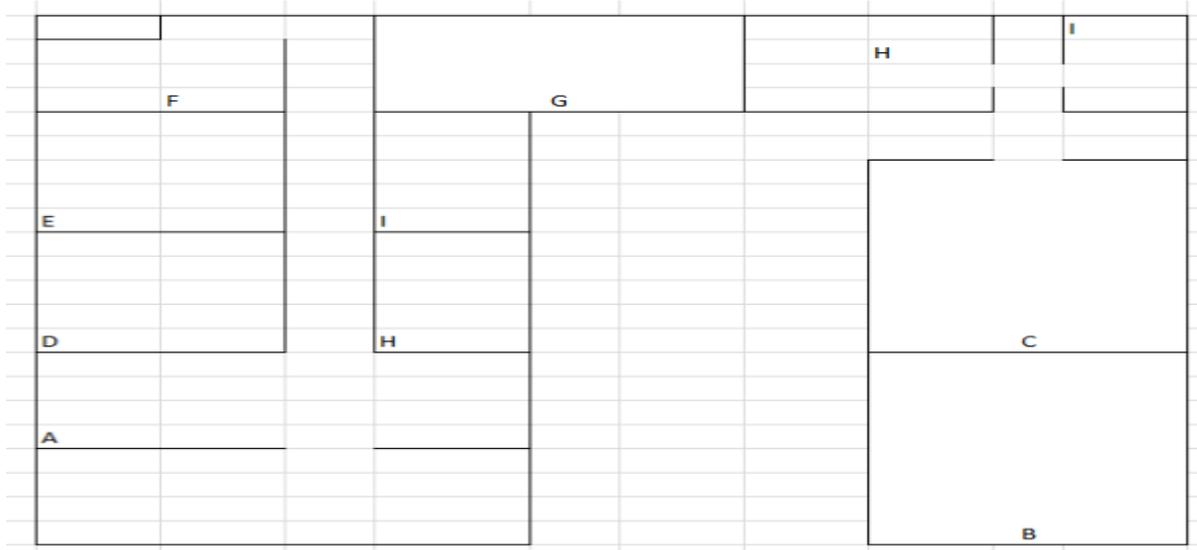
- Producto nuevo: Sombrero de paja toquilla
- Mercado existente: USA
- Estrategia de desarrollo de producto

3.7 Tamaño de planta. Factores condicionantes

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

acondicionamiento especial. La distribución de los espacios será de la siguiente manera:

Distribución de la Infraestructura



Fuente: Elaboración propia

Distribución de los ambientes de la empresa

Letra	Ambiente
A	Sala de espera
B	Patio de carga y descarga
C	Almacén de producto final
D	Ventas y operaciones
E	Administración y finanzas
F	Gerencia general
G	Sala de reuniones
H	Baño de hombres
I	Baño de mujeres

Elaboración Propia.

4. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL



Figura 17. Sombrero de paja toquilla.

Fuente: Elaboración Propia

Según La revista logística, (2017), hace referencia que la comercialización de estos productos precisa de un precio competitivo, que se brinde un buen servicio y que el producto sea de buena calidad. Sin embargo estos factores por sí solos no son suficientes, se requiere de una correcta y anticipada organización; significa que debemos tener una logística adecuada, que para el caso de las exportaciones e importaciones se refiere a una logística internacional; de esta manera, este proceso se centra en obtener la máxima eficiencia en la cadena de suministro de un producto.

4.1 Envases, empaques y embalajes

4.1.1 Envases

Los sombreros de paja van acompañados de cajas personalizadas con el logo de la marca y como obsequio una hebilla de cuero o cuerina como accesorio para el

sombrero. Por lo que la función del envase en este caso, es el de mantener la prenda cuidada y limpia de algún maltrato que pueda sufrir en el proceso de traslado hacia el país de destino. Por ello, SOMBRANDINA PERU S.A.C. evaluó las alternativas que existen en el mercado y optó por las cajas corrugadas.



Figura 18. Presentación del Producto

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 53. Medidas del envase para los sombreros de paja toquilla

Detalle	Medidas
Espesor	55 gr.
Color	Varios (marfil y marron)
Peso	15 gr.
Altura	30 cm.
Ancho	10 cm.
Largo	9 cm

Fuente: Elaboración Propia

4.1.2 Empaque

Para el empaque de las cajas personalizadas conteniendo los sombreros de paja toquilla, se contará con una caja Master con un corrugado simple, que permitirá el fácil manejo y distribución del producto, cabe señalar que el empaque es un material recomendado para cualquier proceso de exportación.

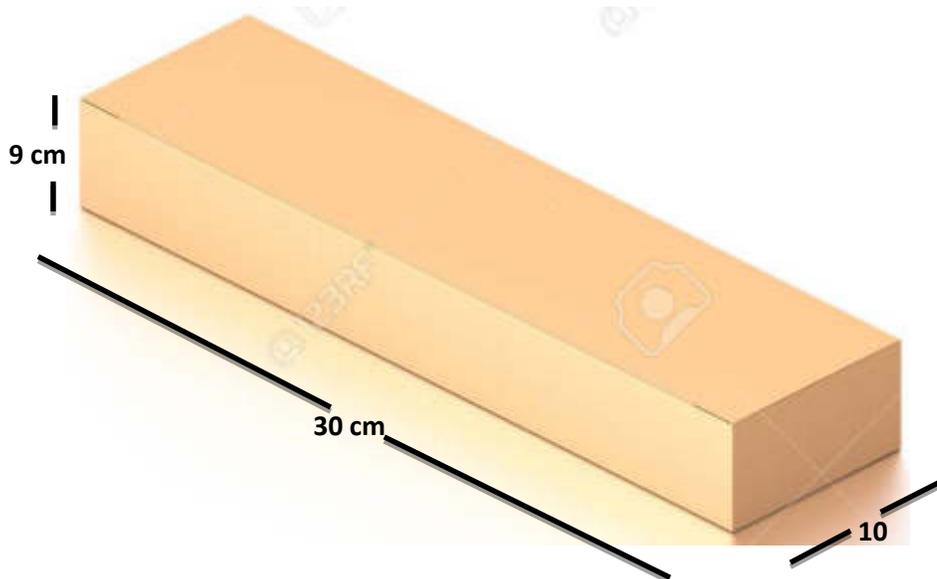


Figura 19. Medidas del Empaque del producto
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 54. Medidas del Empaque para los sombreros de paja toquilla

Detalle	Medidas
Largo	30 cm.
Ancho	10 cm.
Altura	9 cm.

Fuente: Elaboración Propia

La caja master contendrá 480 unidades por caja que se exportarán directamente a nueva york - USA. Esta caja seleccionada es adecuada, ya que por el peso que contiene, puede llevar una gran cantidad del producto y no serán necesarias tantas cajas.

4.1.3 Embalaje

La finalidad del embalaje, es unitarizar la carga, es decir empacar la carga de manera que pueda ser movida y manipulada durante toda la cadena distribución con uso de montacargas y grúas. Para ello, haremos pallets americanas cuyas medidas son: 1200 mm X 1000 mm X 120 mm y cuenta con peso aproximado de 17 a 20 kg. Se utilizará 1 paleta con una distribución de 12 cajas por 1 pallet.

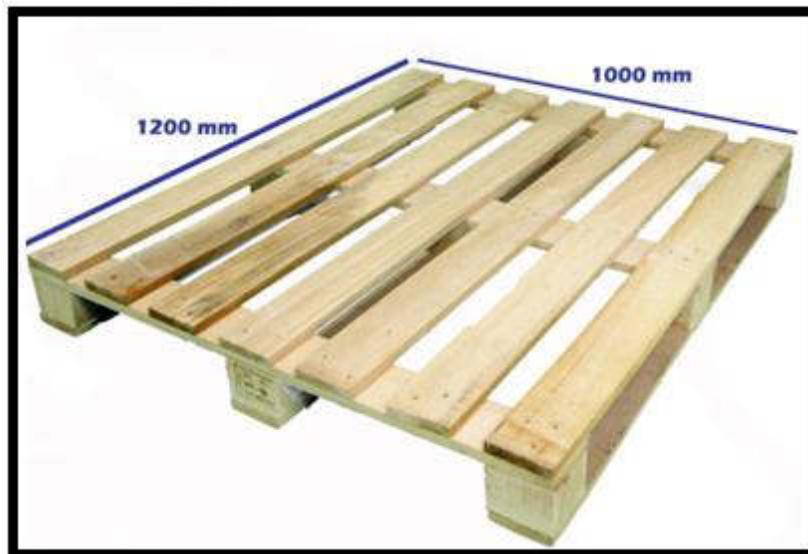


Figura 20. Medidas del Pallet

Fuente: (Euromonitor, 2018)



(FAO, Normas Internacionales para Medidas Fitosanitarias (NIMF), 2017) Indica que las paletas deberán cumplir con la norma internacional para medidas fitosanitarias (NIMF N° 15), que describe las medidas fitosanitarias que reducen el riesgo, introducción o dispersión de plagas asociadas al comercio internacional de embalaje de madera (en bruto).

En el Perú, los embalajes en madera tienen que tener el sello obligatorio de Senasa, el cual certifica, que se ha recibido un tratamiento de fumigación contra plagas.

También se hará uso del Stretch Film, de esta manera se podrá mantener inmovilizada las cajas en la paleta, así se logrará que la mercadería llegue en óptimas condiciones.



Figura 21 Paletización con Stretch Film

Fuente: Elaboración Propia

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

4.2 Diseño del rotulado y marcado

4.2.1 Diseño del rotulado

El **rotulado debe contener** la siguiente información en el idioma inglés:

- Marca SOMTOQUI SAC
- Procedencia o país de fabricación PERU
- Nombre de los materiales utilizados PLANTA VEGETAL LUDORVICA
PALMATA
- Nombre del producto y el color SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA
- Nombre de la empresa y Ruc SOMTOQUI SAC 20524896545

4.2.2 Diseño del marcado

La mercancía debe estar marcada a fin de identificarla sin equívoco, para que quienes la manejen durante el transporte, no tengan dudas en cuanto al lugar de destino y el modo cómo manipularlas. Las marcas deben estar en el idioma en el país de destino.

El acondicionamiento para el transporte y exportación de sombrero de paja toquilla a Nueva York/USA no difiere del utilizado en el transporte hacia otros destinos. Las autoridades aduaneras recomiendan el marcado de todos los pallets y su correlatividad con lo indicado en factura.

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

➤ **Marcas estándar o principales**

Nombre del Importador :

Aeropuerto de descarga: JFK International Airport USA.

Nº de cajas: 1/1

➤ **Marcas de información:**

Exportador: Somtoqui S.A.C.

Aeropuerto de origen: Callao – Perú.

Peso neto: 96.00 Kg

Peso bruto: 158.88 Kg

Dimensiones de la caja: 120x100x15 cm

➤ **Marcas de manipuleo o auxiliares**

Según BLOGARTESVISUALES, (2015), existen diversas pictografías que se pueden ajustar al tipo de mercadería que se va a exportar. Para el caso de los sombreros de paja toquilla se ha considerado las instrucciones para el manipuleo siguientes:

- El pictograma de “Protéjase de la humedad”, es recomendable, ya que, si no se cumple, la mercancía podría verse dañada por la humedad.
- El pictograma de “No utilizar cúter” o elemento cortante, es recomendable para evitar que al abrir la caja se dañe el producto por hacerle un corte.

- El pictograma de “Cuidado en la manipulación”, es recomendable para que se manipule delicadamente cada bulto y de esta forma evitar que la mercancía sea dañada ya que se trata de un producto considerado fino.

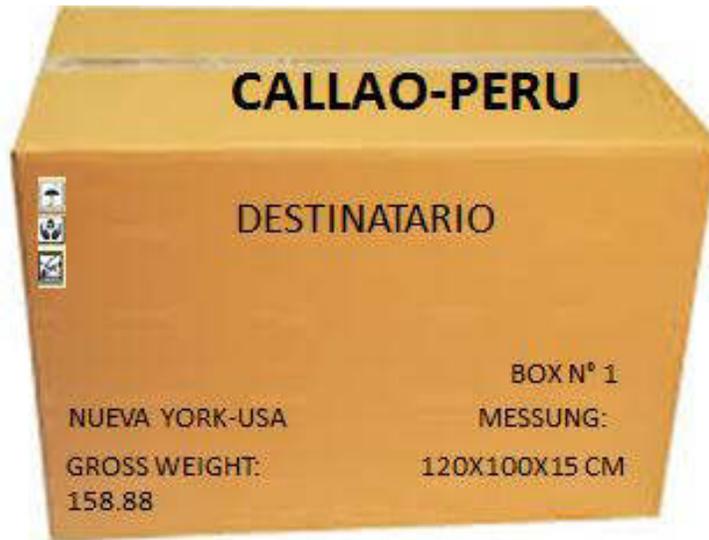


Figura 1: Marcado de caja
Fuente: Elaboración Propia

4.3 Unitarización y cubicaje de la carga

La Unitarización es el agrupamiento de uno o más ítem de carga general, Las modalidades más comunes de Unitarización de carga son la Paletización y la contenerización. Para a exportación a Nueva York-USA, se cotizo él envió de solo 12 cajas, y en cada caja habrán 40 cajas personalizadas de sombrero de paja toquilla. Haciendo un total aproximado de 480 und, haciendo uso de 01 paleta (Carga LCL), vía aerea Líneas abajo se podrá observar las medidas, peso y cantidad.

Tabla 55. Medidas para caja master y Pallet

Representación gráfica	Características
	Empaque y embalaje
	Caja master de cartón microcorrugadas con una sola onda tipo B doble pared
	Medida de 30 cm x 10 cm x 9 cm
	Cantidad de unidades por caja: 40 unidades
	Peso neto por caja: 200 gr..
	Peso bruto por caja: 290 gr.
	UNITARIZACIÓN
	Pallet de madera tipo americano
	Medida: 120 cm x 100 cm x 12.5 cm
	Numero de paletas: 1
	Total de caja por pallet: 12 cajas
	Total de unidades por pallet: 480 unidades
	Peso neto por paletas: 96 Kg
	Peso bruto por paleta: 158.88 kg.

Fuente: Elaboración Propia

Por pallet se transportaran un total de 480 unidades de bolsas de sombrero de paja toquilla al mercado americano. Se prepara adecuadamente el producto para su respectiva distribución, por lo que a través de la Unitarización se agrupará la carga con el fin que se transporte y conserve adecuadamente el producto sin sufrir daño alguno.

Unitarización del Producto:

Tabla 56. Medidas del Envase

	Medidas de la caja	
Largo	30.00	Centímetros
Ancho	10.00	Centímetros
Alto	9.00	Centímetros
Peso neto por envase	200	Gramos
Peso bruto del envase	290	Gramos

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 57. Medidas de la Caja

Caja master		
Medidas de caja	60*50*40	Centímetros
Largo	60.00	Centímetros
Ancho	50.00	Centímetros
Alto	40.00	Centímetros
N° de cajas por ancho de caja	2	Unidades
N° de cajas por largo de caja	5	Unidades
Niveles	4	Niveles
Numero de sombreros por caja	40	Unidades
Peso neto por caja	8.00	Kilogramos
Peso bruto por caja	11.99	Kilogramos

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 58. Medidas de la Paleta

Paleta		
Largo	120.00	Centímetros
Ancho	100.00	Centímetros
Alto	15.00	Centímetros
N° de cajas master por ancho de paleta	2	Unidades
N° de cajas master por largo de paleta	2	Unidades
Niveles de caja	3	Niveles
Total de cajas por paleta	12	Cajas

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 59. Total de Cajas por Paleta (Inc. peso de Paleta)

Total de cajas por paleta	12	Cajas
Total de unidades por paleta	480	Unidades
Peso neto por paleta	96.00	Kilogramos
Peso bruto por paleta	158.88	Kilogramos

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 60. Numero de Paletas por Embarque

N° de paletas por embarque	1	Paletas
N° de unidades por embarque	480	Unidades
N° de cajas por embarque	12	Cajas
Peso neto por embarque	96.00	kilogramos
Peso bruto por embarque	158.88	Kilogramos
N° de envíos al año	8	Envíos
N° de unidades anuales	3,840	Unidades
N° de cajas anuales	96	Cajas
Peso neto anual	768.00	Kilogramos
Peso bruto anual	1,271.04	Kilogramos

Fuente: Elaboración Propia

4.4 Cadena de DFI de exportación

4.4.1 Determinación de requerimiento de insumos e infraestructura

a) Del insumo

SOMBRANDINA PERU SAC, tercerizará el proceso de fabricación, contratando los servicios de la empresa La casa del Sombrero SAC quien elaborará el producto en su taller ubicado en Jr. Comercio N° 506 Catacaos, el cual posteriormente será trasladado hasta la oficina de SOMBRANDINA PERU SAC.

A continuación, se detalla los proveedores de los sombreros de paja toquilla y su envase:

Tabla 61: Proveedores de Somtoqui SAC

Empresa	Ruc	Servicio
La casa del Sombrero	20512807098	Proveedor de sombrero de paja toquilla
Asociación de Artesanas de La Campiña	20538549232	Proveedor opcional
Asociación de Artesanas de	20521631296	Proveedor opcional

Narihuala		
Caja Peru SAC	20601976103	Proporcionará las cajas de cartón de acuerdo a las medidas y características proporcionadas.

Fuente: Elaboración: Propia.

La casa del sombrero S.A.C, se encargará de fabricar los sombreros de paja toquilla a la empresa Sombrandina Peru S.A.C. El diseñador de la empresa se encargara de la elaboración de los modelos de acuerdo a las tendencias y exigencias del mercado americano, de acuerdo al diseño la empresa tercerizadora elaborara los modelos de sombreros de paja toquilla. Esta última se encargará de enviar los productos a la oficina de Sombrandina Peru S.A.C

Asociación de Artesanas de La Campiña, es una empresa proveedora opcional en caso que nuestro primer proveedor dejara de existir.

Asociación de Artesanas de Narihuala, es una empresa proveedora opcional en caso que nuestro primer proveedor dejara de existir.

La empresa CAJA PERU S.A.C, se encargara de proporcionarnos las cajas de cartón que es el envase del sombrero de paja toquilla de acuerdo a las medidas y características proporcionadas.

Cada fase del proceso de elaboración será supervisada por el Asistente de logística de Sobrandina Perú S.A.C, quien certificará la calidad del producto en cada etapa del proceso de elaboración.

4.4.2 Establecer estrategias de suministro

La cadena de suministro está conformada por todas aquellas actividades y procesos que involucran a clientes y proveedores para que juntos colaboren en la producción y distribución de la mercancía en las cantidades necesarias, a los lugares correctos y a tiempo con la finalidad de satisfacer los niveles de servicios requeridos por el consumidor.

Tabla 62: Criterios de Selección de la empresa tercerizadora

Criterios		La casa de Sombrero SAC	Asociación de Artesanos de La Campiña	Asociación de Artesanas de Narihuala
A	Precio por pieza	30	35	39
B	Flete	S/. 200	S/. 250	s/ 250
C	Experiencia	14 años	14 años	13 años
D	Ubicación del proveedor	Catacaos	Catacaos	Narihuala
E	Puntualidad	Muy buena	Buena	Buena
F	Suministros en Unidades mensuales	900	500	400

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 63: Criterios de selección de la empresa tercerizadora

Criterios	Nivel de Importancia %	La casa de Sombrero SAC.	Puntaje	Asociación de Artesanos de La Campiña	Puntaje	Asociación de Artesanas de Narihuala	Puntaje	
A	Precio kg	0.2	5	1	3	0.6	4	0.8
B	Flete	0.2	5	1	3	0.6	4	0.8
C	Experiencia	0.14	5	0.7	5	0.7	5	0.7
D	Distancia a la planta	0.1	5	0.5	3	0.3	4	0.4
E	Puntualidad	0.15	5	0.75	3	0.45	4	0.6
F	Suministro en unidades	0.21	5	1.05	3	0.63	4	0.84
	Total	1		5		3.28		4.14

Fuente: Elaboración propia

Tal como se observa en la Tabla, la puntuación y en base a los criterios de elección la empresa La casa del sombrero S.A.C trabajará con Sobrandina Peru S.A.C, empresa que cuenta con 14 años de experiencia y que realiza una producción sostenible de sombreros de paja toquilla, palma o junco. Contando con una producción anual de 10000 unidades.

Las estrategias con la empresa Sobrandina Peru S.A.C. de sombreros de paja toquilla son las siguientes:

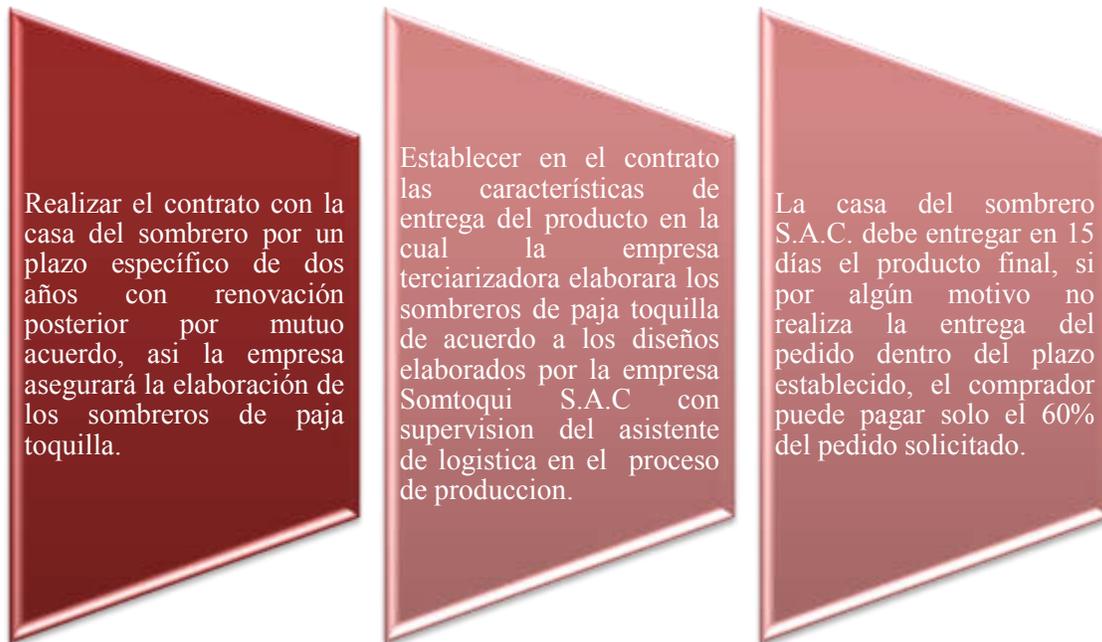


Figura 22. Estrategia para la empresa tercerizadora

Fuente: Elaboración propia

Fabricación:

La casa del Sombrero S.A.C, será la empresa que produce los sombreros de paja toquilla para la empresa S&L S.A.C. le entregará los sombreros de paja terminados en la oficina de Sobrandina Peru S.A.C procederá a envasarlo, etiquetarlo, empacarlo y embalarlo para su distribución final.

Se contratará a dicha empresa, debido a que cuenta con las licencias y condiciones de seguridad para la elaboración de los sombreros de paja toquilla hechos artesanalmente preservando así el medio ambiente.

La casa del sombrero S.A.C cuenta con una capacidad de producción de 900 unidades mensuales para producir sombreros de paja toquilla, su personal son artesanos que están capacitados para elaboración de sombreros de paja ya sea toquilla, junco o palma.

Determinación del proceso productivo:

La empresa La casa de sombrero S.A.C, es quien va a realizar el proceso de elaboración de los sombreros de paja toquilla, a continuación, se presenta el diagrama de flujo del proceso productivo para obtener los sombreros de paja toquilla:



Figura 23. Diagrama de flujo de la producción de sombrero de Paja toquilla

Fuente: Elaboración Propia

El proceso de producción de los sombreros de paja toquilla es por la empresa La Casa del Sombrero SAC

A continuación, se realizará la descripción del proceso productivo:

1. La planta de la paja toquilla: La materia prima que se utiliza para la elaboración de los sombreros de paja toquilla se llama Carludovica Palmata, es una palma que crece en climas tropicales.
2. Los cogollos se cortan los “cogollos”, es decir, las hojas en formación antes de que conviertan en palmas. Para esto deben tener al menos 60 centímetros de largo y un color verde oscuro. Luego se golpean contra el suelo para que se abran como un abanico
3. Cocinado de la paja toquilla: Cada enrollado de cogollos se introduce en una olla de aluminio con agua hirviendo por alrededor de 15 minutos.
4. Secado de la paja toquilla: Los cogollos húmedos, aún con sus tronquitos, se cuelgan al aire libre y por lo general bajo la sombra o en días nublados hasta que estén completamente secos.
5. Plantilla del sombrero: Para empezar a tejer el sombrero, se selecciona la paja por color y grosor. Esto es muy importante, pues determina la calidad del sombrero.
6. Copa del sombrero: Copa es la parte intermedia cilíndrica entre la plantilla y el ala. Una vez terminada la plantilla, se coloca una horma (molde) que determina la talla del sombrero.
7. Falda del sombrero: La falda, en realidad viene a ser la parte del ala del sombrero, aún sin tomar verdadera forma. Es la parte inferior del sombrero en forma de disco.
8. Remate del sombrero: Terminada la falda del sombrero, se remata alrededor de todo el sombrero de izquierda a derecha, sin cortar las pajas

sobrantes. Para esto se moja el sombrero con agua por alrededor de 20 minutos para suavizar sus fibras y se teje al final del ala.

9. Azoque del sombrero: El azoque o ajuste, es la técnica manual mediante la cual se aprietan los remates de los sombreros para que el tejido no se abra y le ofrezca un máximo de seguridad al comprador del sombrero
10. Lavado de los sombreros: El lavado se realiza para poder quitar los residuos que pudieran haber quedado, se utiliza agua y jabón común.
11. Despeluzado del sombrero: Se cortan al raz y con tijeras o una hoja de afeitar las pelusas que pudieran haber en el sombrero.
12. Sahumado del sombrero: El sahumado es el proceso que blanquea al sombrero. Consiste en colocar el sombrero en un cuarto o contenedor con azufre, donde el vapor de éste hace que tome el color deseado.
13. Apaleado del sombrero: El sombrero de paja toquilla se macetea o golpea con un mazo de madera sobre una piedra con un poco de azufre que se muele mientras se apalea.
14. Planchado del sombrero: Después del apaleado, se limpia el sombrero para quitar el azufre. Acto seguido se procede a plancharlo para eliminar las arrugas, si no se quita el azufre se podría quemar.
15. Hornado o prensado del sombrero: Se coloca una horma dentro del sombrero para luego introducir ambos en una prensa.
16. Etiquetado y empaquetado de los sombreros: Los últimos toques son la colocación del tafile, cinta interna que protege el sombrero del sudor, y la cinta o banda decorativa que puede elegir el cliente a su gusto.

Requisitos de acceso al mercado objetivo:

Estados Unidos es un país con mercado abierto y con un gran potencial. Gracias al TLC con Estados Unidos podemos exportar libre de aranceles y además para la artesanía no se encuentran restricciones. Sin embargo debemos cumplir con una serie de documentación para que sea exitosa la exportación de sombrero de paja toquilla.

Certificado de Origen

La empresa deberá obtener el Certificado de Origen para que el importador pueda acogerse a los beneficios arancelarios por el Tratado de Libre Comercio (TLC).

En el caso de la exportación están libres de arancel presentando el Certificado de Origen, de esta manera el Perú presenta una ventaja frente a otros países sí que pagan arancel.

Se debe aprovechar el Tratado de Libre Comercio que mantenemos con Estados Unidos y que aún se encuentra vigente, de esta manera certificamos que nuestro producto al ser originario del Perú se acoge a las preferencias arancelarias.

Las instituciones que emiten los certificados de origen son los siguientes: Cámara de Comercio de Lima, Asociación de Exportadores (ADEX) y la Sociedad Nacional de Industrias.

La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT es el organismo nacional competente recaudador de impuestos y administrador de la actividad aduanera. Tiene entre sus principales funciones: o Administrar, recaudar y fiscalizar los tributos al Gobierno Nacional. Excepto los municipales o expedir, dentro del ámbito de su competencia, disposiciones en materia tributaria y aduanera, estableciendo obligaciones de los contribuyentes, responsables y/o usuarios del servicio aduanero, disponer medidas que conduzcan a la simplificación de los regímenes y trámites aduaneros, así como

normar los procedimientos que se deriven de éstos o sistematizar y ordenar la legislación e información estadística de comercio exterior, a fin de brindar información general sobre la materia conforme a Ley, así como la vinculada con los tributos internos y aduaneros que administra, controla y fiscaliza el tráfico de mercancías, cualquiera sea su origen y naturaleza a nivel nacional. Editar, reproducir y publicar oficialmente el Arancel Nacional de Aduanas actualizado, los tratados y convenios de carácter aduanero, así como las normas y procedimientos aduaneros para su utilización general. u otras inherentes a la función aduanera del Estado

Estados Unidos de América:

Aduana de Estados Unidos

2.1.5 Oficina de Aduanas y Protección Fronteriza de los Estados Unidos (US. Customs and Border Protection - CBP),

Según (SIICEX, 2015) menciona a la agencia federal del Departamento de Seguridad Nacional (Department of Homeland Security - DHS) de Estados Unidos encargado de regular y facilitar el comercio internacional, cobro de aranceles aduaneros y hacer cumplir las normas y reglas de EEUU, incluyendo las leyes de comercio, aduanas e inmigración. La CBP es la agencia más grande de aplicación de la ley en los Estados Unidos con más de 42.389 oficiales federales juramentados. Tiene su sede en Washington, 11 DC. Para el caso de las mercancías, la CBP dispone de "Import Specialist", oficiales que se encuentran en los puertos de ingreso de EE.UU. y son los encargados de examinar minuciosamente los documentos. Adicionalmente, coordinan con los Inspectores CBP, quienes examinan los productos presentados y dan la conformidad para la importación antes de su ingreso al mercado interno.

Documentación

Los requisitos solicitados por Estados Unidos para países que pertenecen a acuerdos comerciales, deberán presentar los siguientes:

- Facturas comercial: Presenta información del exportador y del importador, la fecha, la descripción completa de la mercadería, el origen, precios y condiciones de ventas.

Emitido por el vendedor, este debe reflejar el valor por unidad y por el total, así como la descripción del producto.

- Certificado de origen: Duplicado de la Cámara de comercio del país de origen para los países con preferencias arancelaria.
- Lista de empaque (Packing List): describe la mercadería, la cantidad, el peso, y los datos del importador/exportador.
- Documento de transporte: La guía aérea(AWB)
- Manifiesto de carga o ingreso, formulario de Aduana.

Aspectos de calidad, trazabilidad y certificaciones

Con respecto a la calidad, los sombreros de paja toquilla son elaborados con cuidado trabajado de manos de artesanos para verificar la calidad de las piezas el asesor de logística supervisara la producción.

Según Promperu (2016), indica que no existe ninguna certificación que se tiene que cumplir para ingresar al mercado de bisutería en Estados Unidos con respecto a los sombreros de paja toquilla.

La trazabilidad

La trazabilidad consiste en el seguimiento del producto desde su fabricación hasta el punto de venta, es decir lograr detectar desde donde fueron adquiridos los insumos para el producto hasta el lugar de destino.

En el caso que el cliente lo solicite, la empresa SOBRANDINA PERU S.A.C entregará un certificado de trazabilidad, a través de dos entidades que emiten este tipo de certificado (SG1 y VERITAS), el cual será validada y sellada, garantizando que la empresa cuenta con un sistema de trazabilidad.

Determinación de operadores logísticos a intervenir

Los operadores logísticos son los encargados de realizar la Distribución Física Internacional (DFI) de una compañía. En una exportación, incluye el transporte, los trámites aduaneros, la llegada al aeropuerto, el embarque al avión y el traslado al extranjero.

Nos comunicamos con tres operadores logísticos para solicitarles sus cotizaciones, ver el trato que se brinda al cliente y escoger uno de ellos. Para la selección de una de ellas se procedió a desarrollar una matriz de criterios, que es la siguiente:

Tabla 64: Criterios para la elección de agencia de aduanas

Calificación: Rango de 0 (muy malo) – 5 (muy bueno)

Criterios		Smart Business Corporation	Support	Cargo Business
A	Precio	Medio	Alto	Alto
B	Ubicación	Callao	San Miguel	Lince
C	Servicio de transporte	si	no	si
D	Experiencia	18 años	15 años	12
E	Personal	9 despachadores	3 despachadores	3 despachadores
F	Puntualidad	Muy buena	Muy buena	buena
G	Certificación	si	Si	no

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 65: Puntuación para la selección de agencia de aduanas

Crterios	Nivel de Importancia	Smart Business Corporation		Support		Cargo Business	
A Precio	0.2	4	0.8	4	0.8	3	0.6
B Ubicación	0.1	4	0.4	2	0.2	3	0.3
C Servicio de transporte	0.1	4	0.4	2	0.2	3	0.3
D Experiencia	0.1	5	0.5	3	0.3	3	0.3
E Personal	0.2	4	0.8	4	0.8	4	0.8
F Puntualidad	0.1	4	0.4	4	0.4	3	0.3
G Certificación	0.2	4	0.8	3	0.6	3	0.6
	1		4.1		3.3		3.2

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla, indica que la mayor puntuación ha obtenido la empresa Smart Business Corporation y se elegirá como agente de aduana para la empresa SOBRANDINA PERU SAC uno de los factores principales es que tiene más de 18 años en el rubro, cuenta con un servicio personalizado, además cuenta con certificación del Basc que permitirá garantizar la salida de la carga al momento de la exportación.

Los operadores logísticos a intervenir en la exportación del sombrero de paja toquilla tienen los siguientes aspectos:

- **Transporte local:** transporte del almacén de la empresa al aeropuerto del Callao.
- **Almacenaje:** El ingreso de la mercadería al aeropuerto del Callao para que sea inspeccionada antes de que se realice el levante de la mercadería.
- **Agente de Aduanas:** Es el personal encargado de realizar todos los trámites de exportación para que la mercadería salga del aeropuerto.
- **Agente de Carga:** Es la empresa encargada de brindarnos fletes competitivos para la exportación a New York – Estados Unidos.

Para una buena determinación de decisión se tomó en cuenta la siguiente referencia, tanto como para el transporte interno como para la agencia de aduana.

- Precio
- Ubicación
- Servicio de Transporte
- Experiencia
- Personal
- Puntualidad
- Certificación

La empresa Smart Business Corporation cuenta con la certificación BASC que promueve la implementación del Sistema de Gestión en Control y Seguridad (SGCS) BASC, mediante la aplicación de la Norma y Estándares BASC, como un programa de autogestión basado en principios de mejores prácticas y mejora continua en beneficio de la seguridad del comercio internacional.

Elección de la cadena logística:

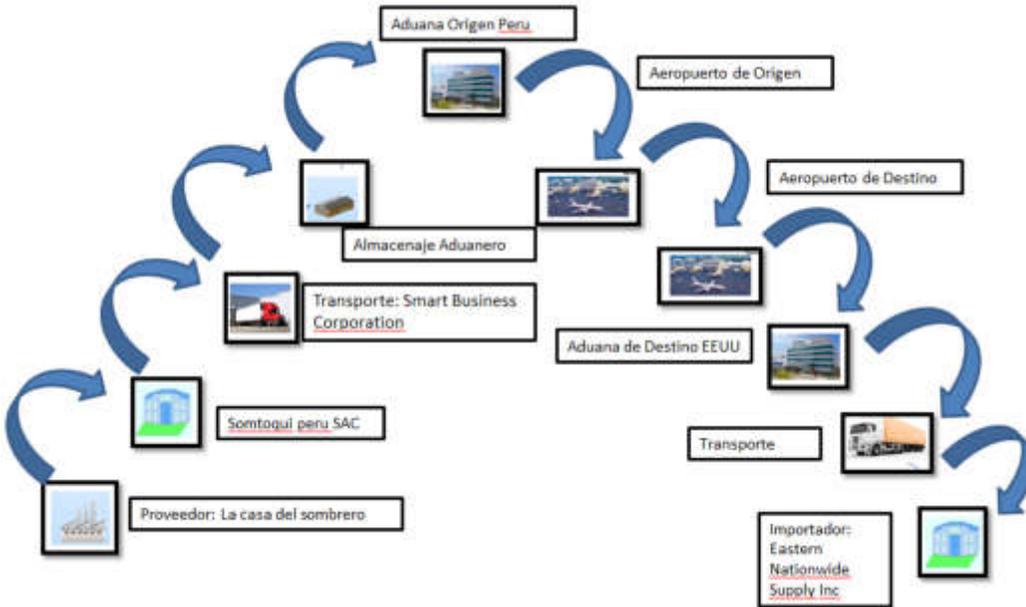


Figura 24: Cadena Logística de la empresa Sobrandina Peru SAC

Fuente: Elaboración propia

4.5 Seguro de la mercancía

El seguro de transporte forma parte del gran grupo que comprende los seguros sobre “las cosas” que se caracterizan por principio indemnizatorio. Su principal objetivo es el de proteger las mercancías frente a los riesgos que la puedan afectar durante su transporte nacional, incluyendo periodos intermedios de almacenaje y operaciones conexas como la carga y descarga.

Por medio del seguro se restituye al asegurado, una vez sucedido el siniestro, un monto económico – patrimonial equivalente a lo que tenía antes del siniestro. El seguro de transporte es el contrato mediante el cual el asegurador asume los daños y pérdidas materiales sobrevenidas, ya sea al material de transporte y/o a los objetos transportados.

Documentos del contrato de seguro y su formalización

Siguiendo en la línea del contrato de seguro, se seguirá analizando los elementos principales del mismo como la póliza de seguro, las condiciones generales y particulares, y el certificado de seguro.

En primer lugar, según Cánovas, (2011), la póliza de seguro es el contrato de seguro que prueba la relación contractual entre el tomador y el asegurador. Debido a su naturaleza e importancia siempre se oficializa por escrito.

Si se habla específicamente de mercancía, las pólizas se clasifican según se detalla:

Tabla 66: Tipos de pólizas

Tipo de póliza	Detalle
“Por viaje” o “ a término”	Cubre los riesgos de una mercancía durante un transporte con un comienzo y duración determinados

Fuente: Elaboración propia en base a libro (Transporte internacional de mercancías, 2011)

Como se puede observar en la tabla, los diferentes tipos de póliza permiten al exportador escoger una de acuerdo a sus necesidades específicas, para el caso de Somtoqui S.A.C. el tipo de póliza que se requiere será una de “a término”, debido a que se contratará el seguro para la mercancía desde el almacén hasta que esté a bordo.

En segundo lugar, respecto a las condiciones generales y particulares de un contrato de seguro de transporte podemos tener como condiciones generales a aquellas que recogen estipulaciones comunes para todas las pólizas del mismo sector (basadas en el código mercantil).

Las condiciones generales suelen contemplar riesgos cubiertos como: incendio, rayo o explosión, accidente del medio de transporte, accidente del buque a bordo, robo con intimidación. Respecto a las condiciones particulares recogen todos los datos específicos de cada contrato.

En tercer lugar, respecto al certificado del seguro, es el documento expedido por el asegurador que prueba la existencia de un contrato de seguro, este debe detallar el número de póliza y las coberturas o riesgos asegurados.

Ahora bien, después de explicación general de los seguros de mercancías, se abordará lo referido al seguro que requerirá SOBRANDINA PERU S.A.C. Como ya se mencionó anteriormente, el comercio de los ajíes amazónicos encurtidos utilizará el Incoterm 2010 - aquí la entrega de la mercancía se dará en el punto que designe el importador.

En ese sentido, el seguro a contratar por SOBRANDINA PERU S.A.C. deberá tener una cobertura desde que el lote de ajíes amazónicos encurtidos salga del almacén, hasta que los mismos hayan sido puestos a bordo.

A continuación, se presenta de manera gráfica la ruta que deberá cubrir el seguro de transporte de la mercancía desde la oficina de SOBRANDINA PERU S.A.C. hacia el aeropuerto de embarque.

5. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

5.1. Fijación de precios

SOBRANDINA PERU S.A.C. va a determinar el precio de venta en base a dos criterios: el primero, será analizando por el precio de venta promedio de la competencia y segundo, evaluará los costos en los que incurre, para que en base a estos se determine un precio competitivo acorde al mercado.

A continuación, se evalúa los precios de las exportaciones peruanas:

Tabla 67. Precios de las principales empresas exportadoras de la partida
6505.00.90.00
(Precio por unidad en dólares americanos)

Descripción Comercial 1	US\$ FCA	Cantidad	Precio
SOMBREROS PAJA	2,951.42	303	9.74066007
SOMBREROS EN PAJA PARA CABALLEROS	2,074.00	93	22.3010753
SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA PEQUEÑA CON ACCESORIOS DE ACRILICO 100% CON EMPAQUE DE TELA EN	51.00	2	25.5

Fuente: Adex Data Trade 2017

En la Tabla se muestra los precios en dólares americanos de las principales empresas que exportan la partida 6505.00.90.00 a Estados Unidos. Muchos de los sombreros de paja que se detallan es por la planta toquilla es el caso del producto que Somtoqui S.A.C. ofrece, únicamente la empresa que especifica tener el mismo porcentaje de sombrero de paja toquilla es, que tiene un precio al mismo nivel que el que la empresa ofrece.

5.1.1 Determinación de precios

Costos directos

Tabla 68. Costos Variables
(Expresado en soles)

Costo de producto tercerizado	117,696.00
Costo de exportación	8,116.00
	125,812.00

Elaboración: Propia

Tabla 69. Costos fijos
(Expresado en soles)

Gastos de personal	61,868
Materiales indirectos	1,152
Gastos fijos	18,600
Gastos administrativos	7,561
Gasto de ventas	29,878
Costo financiero	5,000
Costo fijo Total	124,059

Elaboración: Propia

Tabla 70. Estructura de precio

1. Costos de Producción	Importe
Costo directos	
Costos de Tercerización	117,696.0
Costos indirectos	
Gasto de personal	61,868.4
Materiales indirectos	1,152.0
Gastos fijos	18,600.0
Gastos operacionales	
Gastos administrativos	7,561.0
Gasto de ventas	29,878.0
Total costo de producción	236,755.4
2. Costos de comercialización y distribución	
Transporte del almacén hacia aeropuerto	480.0
Embalaje	96.0
Certificado de origen	384.0
Sobre tarifa	634.8

Uso de aeropuerto	196.1
Trasmisión	632.0
Handling	3,166.1
AWB	1,567.0
Manipuleo local del exportador	320.0
Comisión transferencia bancaria	640.0
Total costos	8,116.0
3. Costos financiero	
Intereses del préstamo	5,000.0
Costo FCA	249,871.4
Margen de ganancia	15.7%
Precio FCA	296407.35
Precio FCA unitario en soles	77.19
Precio FCA unitario en dólares	23.39

Elaboración: Propia

5.1.2 Cotización internacional

El primer paso para la exportación es contactar al comprador y posteriormente enviar la cotización. A continuación, se muestra la cotización que enviará al distribuidor en Estados Unidos de América, en ella se detalla el producto, la cantidad, el precio, Incoterm y medio de pago.

SOBRANDINA PERU S.A.C AV. TACNA N° 187 Cercado de Lima-Perú Teléfono: (51-1) 441-1516 www.somtoquiperu.com.pe	
	Lima 05 de Enero del 2019
Señores	
RUT: 7856954	
Atención. - Mr. Mark Riger lens - Manager Product	
Mediante la presente le hacemos llegar nuestra cotización de acuerdo con las especificaciones establecidas por ustedes:	
PRODUCTO	: Sombrero de Paja toquilla
PRESENTACION	: Empaque por una caja de 290 gramos
PARTIDA ARANCELARIA	: 6505.00.90.00
CANTIDAD	: 480 UNIDADES
PROPORCIÓN EMBALAJE	: CAJAS DE CARTON CORRUGADO
	: L: 60 cm X 50 cm X 40 cm
PRECIO FCA CALLAO	: US \$ 23.39 x Envase
FORMA DE PAGO	: T/T

FECHA DE EMBARQUE	:	40% AL INICIO, 60% FECHA EMBARQUE 20 DIAS DESPUES DE HABER ACEPTADO EL PRIMER PAGO
MODO DE TRANSPORTE	:	AEREO
AEROPUERTO DE EMBARQUE:	:	CALLAO – PERU
VALIDEZ DE LA OFERTA	:	30 DIAS
<p>Debemos manifestar que el producto detallado goza de beneficio arancelario por lo que enviaremos el Certificado de Origen. En señal de conformidad y aceptación de las condiciones arriba expresadas, suscribimos el presente documento.</p> <p>Atentamente. Luis Palacios Cabrejos GERENTE COMERCIAL</p>		

Figura 25: Cotización de SomtoquiPeru Sac

Elaboración Propia

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

El contrato de compra venta internacional es un acuerdo de voluntades celebrado entre partes domiciliadas en países distintos mediante el cual se transfiere la propiedad de la mercancía la cual será transportada a otro territorio a cambio del pago de un precio.

En la etapa de negociación previa a la firma del contrato de venta internacional se establecerá una negociación con el comprador para definir las condiciones del contrato para lo cual se tendrá en cuenta la cultura de negocios en del distribuidor chileno que se caracteriza por ser una persona seria que valora la formalidad, el tiempo y la puntualidad.

Tabla 71: Información del plan para elaboración del contrato internacional

Aspectos de la Compraventa Internacional	Información del Plan de Negocios
Las Partes	Exportador: Somtoqui Peru SAC. Importador: Eastern Nationwide Supply Inc
La Vigencia del contrato	Aplica por cada embarque. Plazo máximo por 1 año.
La Mercancía	Sombrero de Paja toquilla

La Cantidad	Total de unidades: 480
El Empaque	Envase en caja personalizada de 290 gramos
El Embalaje	Cajas de cartón corrugado
El Transporte	Aéreo
La Fecha Máxima de Embarque	20 días después de haber aceptado el primer pago
Lugar de Entrega	Nueva York-Estados Unidos
El Incoterm	FCA Callao
Los Gastos	A cuenta del importador
La Transmisión de los Riesgos	Por parte del exportador la responsabilidad culmina en el punto que designe el comprador.
El Seguro	Por cuenta del importador.
Moneda de Transacción	Dólares
Precio	PRECIO FCA unitario USD 23.39 PRECIO FCA total USD 11,227.55
Forma de Pago	40% AL INICIO, 60% FECHA EMBARQUE
Medio de Pago	TRANSFERENCIA BCP
La Documentación	Factura comercial, packing list, AWB, cotización y certificación de origen.
Lugar de Fabricación	Perú
Arbitraje	Todas las partes se someten a la decisión inapelable de un Tribunal Arbitral, en caso exista controversia o desacuerdo entre las partes que se derive de la interpretación o ejecución del presente acuerdo (Convención de Viena).

Elaboración propia

Tabla 72: Contrato de compra venta internacional

<p>CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL</p> <p>Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte Somtoqui Peru S.A.C., empresa constituida bajo las leyes de Perú, debidamente representada por su gerenta general Luis Alberto Palacios Cabrejos, con Documento de Identidad N°45616918, domiciliado en MISIO, Perú, a quien en adelante se denominará EL VENDEDOR y, de otra parte Eastern Nationwide Supply Inc, inscrito con RUT N°76155132, debidamente representado por su Gerente General, y señalando domicilio 1261 Broadway Rm 701 New York, New York (NY) 10001 - United States a quien en adelante se denominará EL COMPRADOR, que acuerdan en los siguientes términos:</p> <p>GENERALIDADES</p> <p>CLAUSULA PRIMERA:</p> <p>Las presentes Condiciones Generales se acuerdan en la medida de ser aplicadas conjuntamente como parte de un Contrato de Compraventa Internacional entre las dos partes aquí nominadas. En caso de discrepancia entre las presentes Condiciones Generales y cualquier otra condición Específica que se acuerde por las partes en el futuro, prevalecerán las condiciones específicas.</p>

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

La Convención de las Naciones Unidas sobre la Compraventa Internacional de Productos (Convención de Viena de 1980, en adelante referida como CISG, por sus siglas en Inglés) y,

En aquellas situaciones no cubiertas por la CISG, se tomará como referencia la ley del País donde el Vendedor tiene su lugar usual de negocios.

Cualquier referencia que se haga a términos del comercio FCA Callao estará entendida en relación con los llamados Incoterms, publicados por la Cámara de Comercio Internacional.

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

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

CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

CLAUSULA SEGUNDA:

Es acordado por las Partes que EL VENDEDOR venderá el siguiente producto: Sombrero de Paja toquilla, y EL COMPRADOR pagará el precio de dichos productos de conformidad con lo acordado.

También es acordado que cualquier información relativa a los productos descritos anteriormente referente al uso, peso, dimensiones, ilustraciones, no tendrán efectos como parte del contrato a menos que esté debidamente mencionado en el contrato.

PLAZO DE ENTREGA

CLAUSULA TERCERA:

EL VENDEDOR se compromete a realizar la entrega de periodo de 20 días luego de recibidas las órdenes de compra debidamente firmadas por el comprador y habiendo efectuado el primer pago.

PRECIO

CLAUSULA CUARTA:

Las partes acuerdan el precio de USD 11,227.55 por el envío de los productos de conformidad con la cotización enviada al comprador, la cual tiene vigencia de 30 días desde la emisión.

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

El precio ofrecido es sobre la base del Incoterms FCA Callao (“Free on board”) por vía marítima.

CONDICIONES DE PAGO

CLAUSULA QUINTA:

Las partes han acordado que el pago del precio o de cualquier otra suma adecuada por EL COMPRADOR a EL VENDEDOR deberá realizarse por pago adelantado equivalente 60% al inicio, 40% en la fecha embarque.

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

INTERES EN CASO DE PAGO RETRASADO

CLAUSULA SEXTA:

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

RETENCION DE DOCUMENTOS

CLAUSULA SEPTIMA:

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

TERMINO CONTRACTUAL DE ENTREGA

CLAUSULA OCTAVA:

Las partes deberán incluir el tipo de INCOTERMS acordado: FCA.

Señalando con detalle algunos aspectos que se deba dejar claro, o que decida enfatizar.

Aunque las condiciones de INCOTERMS son claras, es recomendable discutir y aclarar estos detalles, ya que puede haber desconocimiento de una de las partes.

RETRASO DE ENVIOS

CLAUSULA NOVENA:

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

INCONFORMIDAD CON LOS PRODUCTOS

CLAUSULA DECIMA:

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

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

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

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

- a). Reemplazar los productos por productos sin daños, sin ningún costo adicional para el comprador; o.
- b). Reintegrar a EL COMPRADOR el precio pagado por los productos sujetos a inconformidad.

COOPERACIÓN ENTRE LAS PARTES

CLAUSULA DECIMO PRIMERA:

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

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

CASO FORTUITO DE FUERZA MAYOR

CLAUSULA DECIMO SEGUNDA:

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

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

RESOLUCIÓN DE CONTROVERCIAS

CLAUSULA DECIMO TERCERA:

Todas las partes se someten a la decisión inapelable de un Tribunal Arbitral, en caso exista controversia o desacuerdo entre las partes que se derive de la interpretación o ejecución del presente acuerdo. Dicho tribunal estará compuesto por tres miembros, uno de los cuales será nombrado por cada una de las partes y el tercero será designado por los árbitros así nombrados. Si no existiera acuerdo sobre la designación de este tercer árbitro o si cualquiera de las partes no designase al suyo dentro de los diez días de ser requerida por la otra parte, el nombramiento correspondiente será efectuado por la Cámara de Comercio de Lima.

El arbitraje será de derecho y se sujetará a las normas de procedimiento establecidas por el Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Lima.

Cualquier divergencia derivada o relacionada con el presente contrato se resolverá definitivamente con el Reglamento de Conciliación y Arbitraje de la 81 Cámara de Comercio Internacional por uno o más árbitros nombrados conforme a este Reglamento.

Toda cuestión relacionada con el presente contrato que no esté expresa o tácitamente establecida por las disposiciones de este Contrato se regirá por los principios legales generales reconocidos en comercio internacional, con exclusión de las leyes nacionales

ENCABEZADOS

CLAUSULA DECIMO CUARTA:

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

NOTIFICACIONES

CLAUSULA DECIMO QUINTA:

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

escrito a la otra parte.

ACUERDO INTEGRAL

CLAUSULA DECIMO SEXTA:

Este acuerdo constituye el entendimiento integral entre las partes.

No deberá realizarse cambios o modificaciones de cualquiera de los términos de este contrato a menos que sea modificado por escrito y firmado por ambas partes.

En señal de conformidad con todos los acuerdos pactados en el presente contrato, las partes suscriben este documento en la ciudad de Lima, a los 06 Días del mes de mayo 2019.

.....
EL VENDEDOR

.....
EL COMPRADOR

Elaboración propia

COMMERCIAL INVOICE							
Exporter: Santoqui Perú S.A.C., Domiciliado en calle Martín de Murua N° 187 San Miguel			Invoice No. & Date: EXP 010/01 -2018 16 - JAN - 2019-1				
			Buyers Order No. & Date: IMPO200 25 - DECEMBER -2018		Proforma		
			Other reference (s):		Air will bill No. & Date:		
Consignee: Eastern Nationwide Supply Inc Domicilio 1261 Broadway Rm 701 New York (NY) 10001			Buyer (If other than consignee):				
Pre-carriage By AIR	Place of Receipt		Country of origin Perú		Country of destination EEUU		
			Payment Terms: T / T 40% at the beginning and the other 60% from the date of bill of Lading				
AIR Details NEW YORK		Air Port of Loading NEW YORK					
Air Port of Discharge CALLAO AIR PORT		Final Destination NEW YORK					
Boxes Marks Container No.	Numbering of the boxes	Number of Boxes	Description of Goods	Quantity	Presentation	Fca Price USD	Total Fca USD
Santoqui Perú S.A.C.,	1 to 480	12	480 unidades en 12 cajas Producto sombrero paja toquilla	480	Units	23.39	11,227.20
		12	TOTAL Fca				11,227.20
AMOUNT CHARGEABLE (IN WORDS): once mil trescientos setenta							
Manufacturer: Iconix Brand Group Inc							
Total Net Wt:		Total Shipper:		96.000			
Total Gross Wt:		Total CBM:		768.00			
						TOTAL Fca	11,227.20
WE HEREBY CERTIFY THAT THE GOODS ARE OF US ORIGIN WE DECLARE THAT THIS PACKING LIST SHOWS THE CORRECT SPECIFICATION OF GOODS DESCRIBED AND THAT ALL PARTICULARS ARE TRUE AND CORRECT							

Figura 26: Factura comercial de exportación

5.3 Elección y aplicación del incoterm

Dado que el medio de transporte para realizar la exportación será por vía aérea, se ha elegido el Incoterm FCA. Como vendedor la empresa se encargará de entregar la mercancía al transportista designado por el comprador en el lugar que se convenga. Además entre las obligaciones de la empresa está la de efectuar el despacho de exportación de la mercancía; mientras que entre las obligaciones del comprador figuran elegir el modo de transporte y transportista y soportar los gastos y riesgos de la mercancía desde que el transportista se hace cargo de ella

en el lugar convenido. Este Incoterm es el más conveniente para Somtoqui Peru S.A.C. por encontrarse en la etapa inicial de sus labores, minimizando el riesgo de gastos y alguna eventualidad en el camino.

A continuación las respectivas responsabilidades de las partes negociables:

Responsabilidades del vendedor

- Entregar de la mercancía y documentos necesarios.
- Especificar el lugar de entrega.
- Entregar la mercancía en el lugar acordado.
- Cubrir costos y riesgos hasta el punto de entrega.
- Cargar la mercancía al medio de transporte cuando se entregue en su local
- Entregar la mercancía en el medio de transporte sin descarga cuando el lugar acordado es distinto a su local.
- Pagar operaciones de verificación, comprobación de calidad, medida, peso.
- Embalaje requerido para el transporte.
- Realizar el despacho aduanero (documentos, permisos, requisitos, impuestos, etc.).

Responsabilidades del comprador

- Pagar el precio de la mercancía.
- Pagar el flete del lugar de exportación al lugar de importación.
- Pagar el precio de las mercancías.
- Cubrir gastos y riesgos a partir de la entrega.
- Contratar al transportista para que recoja las mercancías en el lugar convenido.

5.4 Determinación del medio de paga y cobro

El medio de pago a utilizarse es el T/T 40% al inicio del contrato y el 60% restante a la fecha del embarque, ya que como se menciona anteriormente, se trata de una empresa que está iniciando sus labores, es oneroso utilizar otros medios de pago, de esta manera minimizamos riesgos ante un incumplimiento de pago.

Tabla 73. Ventajas y Desventajas de la Transferencia Interbancaria

	VENTAJAS	DESVENTAJAS
EXPORTADOR	El pago de los bienes se recibe anticipadamente	Los pagos internacionales pueden tardar mucho tiempo y ellos hace que se retrase la venta o el despacho
IMPORTADOR	Riesgo alto de no recibir los bienes	

Fuente: Elaboración propia

Los costos de la Emisión de una Transferencia al Exterior

En la Tabla 73 se presenta información respecto a las comisiones respecto al banco elegido

Tabla 74: Comisiones Caja Tacna por la emisión de una Transferencia al Exterior

Caja Tacna	
Swift	\$24.24 - S/ 80

Fuente: Caja Tacna

Elaboración: propia

5.5 Elección del régimen de exportación o de importación

Sobrandina Peru S.A.C. se acogerá al régimen de exportación definitiva el cual permite la salida de las mercancías nacionales o nacionalizadas del territorio aduanero para su uso o consumo definitivo en el exterior y no está afecta al pago de tributos. En este caso se realizará una exportación por trámite regular por lo que se contratará los servicios de una agencia de aduana.

Las características del régimen de exportación definitiva son:

- La exportación de mercancías no está afecta al pago de tributos.
- La destinación aduanera es solicitada por el despachador de aduana en representación del exportador o consignatario.
- Se podrá efectuar por una Aduana distinta el embarque de las mercancías de exportación de aquella en la que se numeró la DAM, para lo cual el despachador de aduana deberá transmitir el código de la intendencia de aduana de salida.
- La exportación definitiva puede amparar embarques parciales los cuales están sujetos a reconocimiento físico, siempre que éstos se efectúen de un exportador a un único consignatario y que los embarques se realicen por la misma aduana de numeración de la DAM dentro del plazo de treinta (30) días calendarios contados a partir del día siguiente de numerada la DAM.

Documentos que exige Aduanas:

- Copia de la factura comercial
- Copia del documento de transporte
- Documento que acredite el mandato a favor del agente de aduana
- Otros que por la naturaleza de la mercancía se requiera (INC, PRODUCE, INRENA, DISCAMEC, ETC).

5.6 Gestión aduanera del comercio internacional

La exportación definitiva en adelante exportación, es el régimen aduanero que permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o

nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior y no está afectada a tributo alguno.

El procedimiento de la exportación definitiva es la siguiente

Numeración de la DAM: El despachador de aduana solicita el régimen de exportación definitiva a la administración aduanera a través de la transmisión electrónica de la información de los datos provisionales contenida en la Declaración Aduanera de Mercancías con el código de régimen 40 a la Intendencia de Aduana en cuya jurisdicción se encuentra la mercancía. La Administración Aduanera realizará lo siguiente:

La información transmitida es validada por el SIGAD (Sistema de Integrado de Gestión Aduanera), de ser conforme se deja expedita la mercancía para ser ingresada a zona primaria o de lo contrario comunica por el mismo medio las correcciones pertinentes.

- a. El ingreso de mercancías a Zona Primaria: El despachador de aduana ingresa la mercancía a un Deposito Temporal donde será embarcada para su exportación, ubicado en cualquier puerto, aeropuerto o terminal terrestre, como requisito previo a la selección del canal de control de la DAM.

Las excepciones del ingreso de mercancía a zona primaria son:

- Perecibles que requieran un acondicionamiento especial.
 - Mercancías peligrosas como explosivos, inflamables, tóxicas, infecciosas, radioactivas, corrosivas.
 - Maquinarias de gran peso y volumen.
 - Animales vivos
 - A granel en cualquier estado
 - Otras que a criterio de la autoridad aduanera califiquen para ser exentadas.
- b. Transmisión de los datos de la recepción de la carga por el Depósito Temporal y selección del canal de control:
 - El Depósito temporal debe transmitir la información de la recepción de la mercancía dentro de las dos (02) horas contadas a partir de lo que suceda último:

- La recepción de la totalidad de la mercancía
- La presentación de la DAM por el despachador de aduana.
- El SIGAD la valida y asigna el canal de control (rojo o naranja).

c. Reconocimiento físico:

- El despachador de aduana solicita el reconocimiento físico presentando la DAM canal rojo y autorizaciones Especiales en original, de corresponder.
- La atención del reconocimiento físico se realiza las 24 horas del día.
- Se realiza en presencia del exportador y/o despachador y/o representante del almacén.
- El Especialista u Oficial determina aleatoriamente las mercancías seleccionadas a reconocer físicamente.

Del reconocimiento físico se puede presentar dos escenarios:

- Reconocimiento físico sin incidencia.
- Reconocimiento físico con incidencia. Diferencia de mercancías consignadas y encontradas.

d. Embarque:

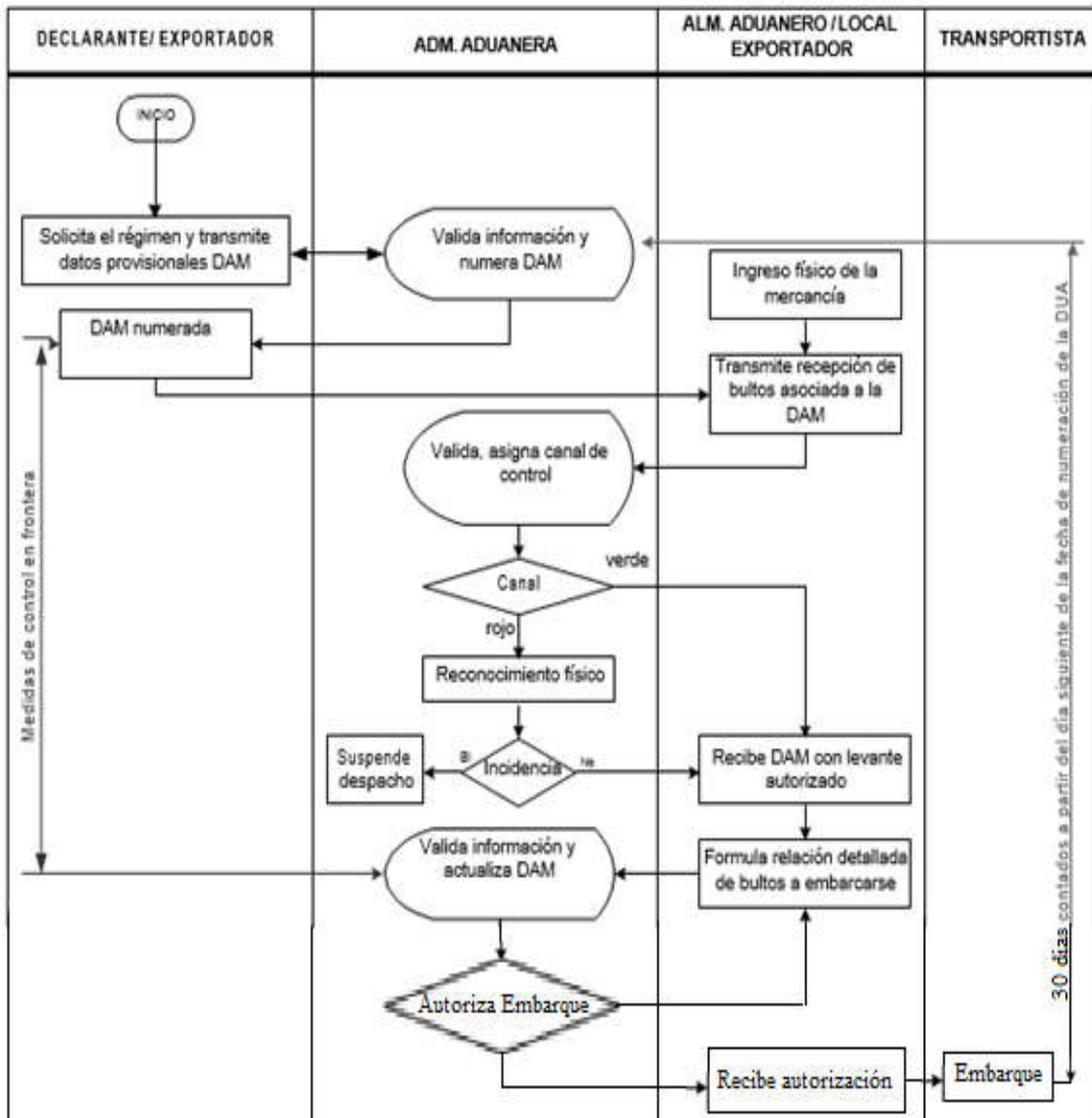
El embarque de la mercancía debe realizarse dentro de los treinta (30) días calendario contados a partir del día siguiente de la numeración de la DAM. Los depósitos temporales son los responsables de transmitir la relación detallada de contenedores, pallets y/o bultos sueltos a embarcarse, consignando el número de DAM, fecha de numeración, canal de control y número de precinto de seguridad de corresponder. En caso de mercancías que no ingresan a un depósito temporal, el exportador, el consignante o el despachador de aduana transmiten la relación detallada. El SIGAD valida dicha información y de ser conforme numera la autorización de embarque. El Transportista verifica el embarque de la mercancía y anota en la casilla 14 de la DAM, la cantidad de bultos efectivamente embarcados, peso bruto total, fecha y hora de inicio como término del embarque, culminando su actuación con su sello y firma.

e. Regularización:

La regularización del régimen de exportación definitiva se debe realizar dentro de los treinta (30) días calendario contados a partir del día siguiente de la fecha del término del embarque. La regularización de régimen se realiza a través de la transmisión electrónica por parte del despachador de aduana de los documentos digitalizados que sustentan la exportación y de la información complementaria de la DAM, y en aquellos casos que la Administración Aduanera lo determine, adicionalmente se debe presentar físicamente la DAM (40 y 41) y la documentación que sustenta la exportación. Recibida la información, el SIGAD valida los datos de la exportación y de estar conforme acepta la información complementaria de la DAM para su reimpresión con la fecha y hora correspondiente y se determina si la regularización se da con la sola transmisión de la información complementaría o si requiere adicionalmente de la presentación física de los documentos que sustentan la exportación.

5.7 Flujoograma

El Flujoograma para el comercio internacional y envío de los productos a destino sería de la siguiente manera:



Fuente: Fuente especificada no válida.

6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

6.1 Inversión Fija

6.1.1 Activos Tangibles

Tabla 75. Activos tangibles

(Expresado en soles)

DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Computadora	3	1300	3900
Impresora	1	1500	1500
Silla giratorias	3	85	255
Escritorios	3	250	750
Muebles	1	500	500
Estantes	1	180	180
Mesas	1	350	350
TOTAL			7,435.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 76. Otros activos tangibles

(Expresado en soles)

DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintores	1	150	150
Botiquín	1	600	600
Artículos eléctricos	1	250	250
Ventiladores	2	160	320
Microondas	1	400	400
			1,720.00
TOTAL INVERSIÓN FIJA TANGIBLE			9,155.00

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se observa la inversión de los activos tangibles que se va a adquirir con el propósito de ser utilizado en las actividades que desarrolla la empresa, no para la venta. Está constituido por muebles, enseres y equipos tecnológicos.

6.1.2. Activos Intangibles

Tabla 77 Activos intangibles
(Expresado en soles)

Detalle	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Elaboración del Plan de Negocio	1	1500	1500
			1,500.00
Constitución			
Detalle	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Constitución de la empresa	1	720	720
Licencia de funcionamiento	1	153	153
Inspección de defensa civil	1	50	50
Inscripción de planillas	1	31	31
Legalización de libros contables	2	18	36
			990.02
Registros			
Detalle	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Registro de marca ante indecopi	1	577	577
			576.85
Promoción Y Publicidad			
Detalle	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Desarrollo de web / dominio / hosting	1	1000	1000
			1,000.00
Total Inversión Fija Intangible			4,066.87

Fuente: Elaboración Propia

6.2 Capital de Trabajo

Tabla 78. Capital de trabajo
(Expresado en soles)

DETALLE	Valor unitario	Valor mensual	Valor trimestral
Total capital de trabajo		64,382.00	109,857.00
Capital de trabajo		52,882.00	98,357.00
Caja		11,500.00	11,500.00
Costo de producto tercerizado		14,712.00	44,136.00

Costo de producto tercerizado	30.00	14,400.00	43,200.00
Caja cartón	6.00	72.00	216.00
Etiquetas	0.50	240.00	720.00
Gasto de personal		4,730.00	14,190.00
Gerente General	1,600.00	1,600.00	4,800.00
Asistente de logística y exportación	1,100.00	1,100.00	3,300.00
Asistente de marketing y ventas	1,100.00	1,100.00	3,300.00
Auxiliar de almacén	930.00	930.00	2,790.00
Materiales indirectos		132.00	194.00
Recogedor	6.00	6.00	6.00
Escoba	8.00	8.00	8.00
Jabón líquido	17.00	17.00	51.00
Acido Muriático (por galón)	14.00	14.00	42.00
Plumero	2.00	2.00	2.00
Desinfectante	17.00	85.00	85.00
Papel Higiénico	3.50	52.50	105.00
Gastos indirectos		1,550.00	4,650.00
Pago de alquiler de local	1,200.00	1,200.00	3,600.00
Servicios (luz, agua, teléfono e internet)	350.00	350.00	1,050.00
Costo de exportación		1,014.50	3,043.50
Transporte del almacén hacia aeropuerto	60.00	60.00	180.00
Embalaje	12.00	12.00	36.00
Certificado de origen	48.00	48.00	144.00
Sobre tarifa	79.35	79.35	238.05
Uso de aeropuerto	24.51	24.51	73.53
Trasmisión	79.00	79.00	237.00
Handling	395.76	395.76	1,187.28
AWB	195.88	195.88	587.64
Manipuleo local del exportador	40.00	40.00	120.00
Comisión transferencia bancaria	80.00	80.00	240.00
Gastos administrativos		865.50	2,265.50
Hojas bond	14.00	14.00	14.00
Folder de palanca	12.00	60.00	60.00
Lapiceros (cajas)	10.00	10.00	10.00
Lápices (cajas)	9.00	9.00	9.00
Perforador	5.50	5.50	5.50
Engrampador	10.00	30.00	30.00
Hojas membretadas	0.74	37.00	37.00
Contador	300.00	300.00	900.00
Diseñador	400.00	400.00	1,200.00
Gastos de ventas		29,878.00	29,878.00
Página web	400.00	400.00	
Espacio en la feria (Stand)	10,000.00	10,000.00	
Pasajes a EEUU	5,976.00	5,976.00	
Hospedaje	747.00	747.00	
Decoración del Stand	2,500.00	2,500.00	
Movilidad	300.00	300.00	

Alimentación	200.00	200.00	
Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos) + Muestras	3,500.00	3,500.00	
Google adword	3,275.00	3,275.00	
Agente comercial en destino	1,980.00	1,980.00	
Rueda de negocio	1,000.00	1,000.00	

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se puede observar la inversión del capital de trabajo. Para ello, se debe calcular cuánto es la inversión total que se necesita para hacer frente a los principales egresos operativos de la empresa, hasta que los ingresos puedan cubrir los egresos de los primeros meses.

6.3 Inversión Total

Tabla 79 Inversión total
(Expresado en soles)

Inversiones	Monto
1)Inversión Fija	13221.87
Inversión Fija Tangible	9155
Computadora	3900
Impresora	1500
Silla giratorias	255
Escritorios	750
Muebles	500
Estantes	180
Mesas	350
Extintores	150
Botiquin	600
Artículos eléctricos	250
Ventiladores	320
Microondas	400
Inversión Fija Intangible	4066.87
Elaboración del Plan de Negocio	1500
Constitución de la empresa	719.82
Licencia de funcionamiento	153.2
Inspección de defensa civil	50
Inscripción de planillas	31
Legalización de libros contables	36
Registro de marca ante INDECOPI	576.85

Desarrollo de web / dominio / hosting	1000
2) Capital de Trabajo	109857
Inversión Total	123,078.87

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se detalla la inversión total que se requiere. Los montos están expresados en soles. El total a invertir para los activos tangibles será S/. 9155.00; la inversión para los activos intangibles será S/. 4066.87 y el capital de trabajo S/. 109,857.00

En base a la información detallada anteriormente, la inversión total requerida para este proyecto es de S/. 123,078.87. Se puede observar que el mayor porcentaje de dinero está representado por el capital de trabajo con 89.26% del total, asimismo los activos tangibles representan el 7.44% y los activos intangibles el 3.30% del total de la inversión.

6.4 Estructura de Inversión y Financiamiento

Tabla 80. Estructura de financiamiento de la inversión
(Expresado en soles)

Detalle	Estructura de financiamiento	Inversión
Inversión Inicial	100.00%	123078.87
Capital Propio	41.00%	50462.33
Capital de Terceros	59.00%	72616.53

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se puede observar la estructura del financiamiento de la empresa, que se constituye por el aporte del capital propio de 41%, necesario para poder comercializar el producto; con lo cual se deduce que el 59% que resta será financiado con un préstamo. El aporte de capital propio es de S/. 50,462.33. Mientras que el financiado por un préstamo es de S/. 72,616.53.

Tabla 81. Flujo de caja de deuda
(Expresado en soles)

Número de cuota	Valor de la Cuota	Intereses	Capital	Saldo	beneficio tributario	Servicio de deuda
-----------------	-------------------	-----------	---------	-------	----------------------	-------------------

				72616.5333		
1	3,954.23	1,642.63	2,311.60	70,304.93	16.43	3,937.81
2	3,954.23	1,590.34	2,363.89	67,941.04	15.90	3,938.33
3	3,954.23	1,536.87	2,417.37	65,523.67	15.37	3,938.87
4	3,954.23	1,482.19	2,472.05	63,051.62	14.82	3,939.41
5	3,954.23	1,426.27	2,527.97	60,523.65	14.26	3,939.97
6	3,954.23	1,369.08	2,585.15	57,938.50	13.69	3,940.54
7	3,954.23	1,310.60	2,643.63	55,294.87	13.11	3,941.13
8	3,954.23	1,250.80	2,703.43	52,591.44	12.51	3,941.73
9	3,954.23	1,189.65	2,764.58	49,826.86	11.90	3,942.34
10	3,954.23	1,127.11	2,827.12	46,999.74	11.27	3,942.96
11	3,954.23	1,063.16	2,891.07	44,108.67	10.63	3,943.60
12	3,954.23	997.76539 4	2,956.47	41,152.20	9.98	3,944.26
13	3,954.23	930.89	3,023.35	38,128.85	9.31	3,944.93
14	3,954.23	862.50	3,091.74	35,037.12	8.62	3,945.61
15	3,954.23	792.56	3,161.67	31,875.45	7.93	3,946.31
16	3,954.23	721.04	3,233.19	28,642.25	7.21	3,947.02
17	3,954.23	647.91	3,306.33	25,335.92	6.48	3,947.76
18	3,954.23	573.11	3,381.12	21,954.81	5.73	3,948.50
19	3,954.23	496.63	3,457.60	18,497.20	4.97	3,949.27
20	3,954.23	418.42	3,535.82	14,961.39	4.18	3,950.05
21	3,954.23	338.44	3,615.80	11,345.59	3.38	3,950.85
22	3,954.23	256.64	3,697.59	7,648.00	2.57	3,951.67
23	3,954.23	173.00	3,781.23	3,866.77	1.73	3,952.50

24	3,954.23	87.468630 8	3,866.77	-	0.00	0.87	3,953.36
-----------	----------	----------------	----------	---	------	------	----------

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se observa el flujo de caja de deuda del préstamo de la empresa, el cual se constituye por el saldo deudor. Se define como saldo deudor al préstamo que a medida se amortice, irá disminuyendo la deuda. La renta que es constante a lo largo de todo el periodo, siendo la suma del interés con la amortización.

La empresa al evaluar, creyó conveniente financiar parte de la inversión total, ya que se obtendrá mayor rentabilidad de lo invertido con el capital propio. A su vez, se aprovechará el escudo fiscal, ya que al adquirir el préstamo bancario se pagan intereses como el costo de financiamiento, lo cual se deduce de la tasa del impuesto a la renta.

El ahorro tributario se calcula del impuesto a la renta multiplicado por el interés, lo cual es restado a la renta para calcular el flujo de caja después del impuesto.

6.5 Fuentes financieras y condiciones de crédito

Tabla 82. Créditos - Capital de trabajo para microempresas

Moneda Nacional	Caja Piura	Caja Sullana	CMAC Tacna
Tasa efectiva anual (Capital de trabajo)	51.74%	40.27%	30.79%

Fuente: Elaboración propia en base a Cajas Municipales

Para la tabla anterior, se evaluó a 3 cajas municipales financieras en el mercado, de las tasas efectivas para la inversión del capital de trabajo.

Al ser una empresa que recién inicia con sus operaciones y por ende no contar con un historial crediticio, resulta difícil que alguna entidad financiera pueda otorgar un préstamo, es por ello que la empresa optó por realizar el préstamo con aval personal. Para ello se tomará en cuenta el historial crediticio que poseen los 3 accionistas, siendo esto la estrategia para poder financiar el préstamo.

Los requisitos son:

- Copia del documento de identidad de titular (y cónyuge si fuera el caso)
- Copia del RUC.
- Licencia de funcionamiento o boletas de compra de mercadería (y otros documentos que solicite el asesor financiero)
- Copia del último recibo de servicios (agua, luz o teléfono)

Tabla 83. Condiciones de crédito
(Expresado en soles)

Préstamo	
Monto	72,616.53
Cuotas	24
Tasa (TCEM)	2.26%
Cuotas mensuales	S/. 3,954.23

Fuente: Elaboración propia en base a la super intendencia de banca y seguro.

En la tabla anterior se observa las características del préstamo de la empresa, la cual se constituye por un monto de S/. 72,616.53 en dos años, con un costo efectivo mensual del 2.26% y anual de 30.79%, la cual no cuenta con periodo de gracia y el valor de la cuota es de S/. 3,954.23. Cabe resaltar que, la tasa elegida a financiar por la empresa es de la Caja Municipal de Tacna.

6.6 Presupuesto de Costos

- **Costos Directos:**

Tabla 84. Costos de venta
(Expresado en soles)

DETALLE	2019	2020	2021	2022	2023
Costo de producto	117696	123867.5075	131640.689	141259.9374	153039.6036
Costos de Exportación	8116	8278.32	8526.6696	8867.736384	9311.123203
Costo de venta	125812	132145.8275	140167.3586	150127.6738	162350.7268

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 85. Costos de exportación
(Expresado en soles)

DETALLE	2019	2020	2021	2022	2023
Transporte del almacén hacia aeropuerto	480.00	489.60	504.29	524.46	550.68
Embalaje	96.00	97.92	100.86	104.89	110.14
Certificado de origen	384.00	391.68	403.43	419.57	440.55
Sobre tarifa	634.80	647.50	666.92	693.60	728.28
Uso de aeropuerto	196.08	200.00	206.00	214.24	224.95
Trasmisión	632.00	644.64	663.98	690.54	725.07
Handling	3,166.08	3,229.40	3,326.28	3,459.33	3,632.30
AWB	1,567.04	1,598.38	1,646.33	1,712.19	1,797.79
Manipuleo local del exportador	320.00	326.40	336.19	349.64	367.12
Comisión transferencia bancaria	640.00	652.80	672.38	699.28	734.24
Total	8,116.00	8,278.32	8,526.67	8,867.74	9,311.12

Fuente: Elaboración propia

- **Costos Indirectos:**

Tabla 86. Materiales indirectos
(Expresado en soles)

DETALLE	2019	2020	2021	2022	2023
Artículos de limpieza	1,152.00	1,188.63	1,226.43	1,265.43	1,305.67
Total de materiales indirectos	1,152.00	1,188.63	1,226.43	1,265.43	1,305.67

Fuente: Elaboración propia

Tabla 87. Gastos de personal
(Expresado en soles)

DETALLE	2019	2020	2021	2022	2023
Gerente General	20,928.00	21,346.56	21,773.49	22,208.96	22,653.14
Asistente de logística y exportación	14,388.00	14,675.76	14,969.28	15,268.66	15,574.03
Asistente de marketing y ventas	14,388.00	14,675.76	14,969.28	15,268.66	15,574.03
Auxiliar de almacén	12,164.40	12,407.69	12,655.84	12,908.96	13,167.14
Gasto de personal total	61,868.40	63,105.77	64,367.88	65,655.24	66,968.35

Fuente: Elaboración propia

Tabla 88. Gastos fijos
(Expresado en soles)

DETALLE	2019	2020	2021	2022	2023
Pago de alquiler de local	14,400.00	14,544.00	14,689.44	14,836.33	14,984.70
Pago de servicios	4,200.00	4,333.56	4,471.37	4,613.56	4,760.27
Total Gastos Indirectos	18,600.00	18,877.56	19,160.81	19,449.89	19,744.97

Fuente: Elaboración propia

Tabla 89. Gastos administrativos
(Expresado en soles)

DETALLE	2019	2020	2021	2022	2023
Útiles de oficina	761.00	785.20	810.17	835.93	862.52
Asesor contable	3,600.00	3,672.00	3,782.16	3,933.45	4,130.12
Diseñador	3,200.00	3,264.00	3,361.92	3,496.40	3,671.22
Total de gastos administrativos	7,561.00	7,721.20	7,954.25	8,265.78	8,663.85

Fuente: Elaboración propia

Tabla 90. Gastos de ventas
(Expresado en soles)

DETALLE	2019	2020	2021	2022	2023
Página web	400	400	400	400	400
Espacio en la feria (Stand)	10,000	10,500	11,130	11,909	12,862
Pasajes a EEUU	5,976	6,275	6,651	7,117	7,686
Hospedaje	747	784	831	890	961
Decoración del Stand	2,500	2,625	2,783	2,977	3,215

Movilidad	300	315	334	357	386
Alimentación	200	210	223	238	257
Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos) + Muestras	3,500	3,675	3,896	4,168	4,502
Google adword	3,275	3,439	3,645	3,900	4,212
Agente comercial en destino	1,980	2,079	2,204	2,358	2,547
Rueda de negocio	1,000	1,050	1,113	1,191	1,286
Total gasto de ventas	29,878	31,352	33,209	35,506	38,314

Fuente: Elaboración propia

6.7 Punto de Equilibrio

Tabla 91. Costos fijos
(Expresado en soles)

Gastos de personal	61868.4
Materiales indirectos	1152
Gastos fijos	18600
Gastos administrativos	7561
Gasto de ventas	29878
Costo financiero	5000
Costo fijo Total	124,059.4

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se puede observar los costos fijos de la empresa. Los costos fijos son aquellos que la empresa debe pagar independientemente así haya o no producción.

Tabla 92. Costos variables
(Expresado en soles)

Costo de producto tercerizado	117,696.00
Costo de exportación	8,116.00
Costo variable total	125,812.00

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se puede observar los costos variables de la empresa. Los costos variables son aquellos que la empresa debe pagar dependientemente de la producción, es decir que si hay más producción, los costos variables aumentarán, y viceversa.

Tabla 93. Costos totales
(Expresado en soles)

Costo Fijo	Costo variable	Costo Total
124,059.40	125,812.00	249,871.40

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se observa el costo total que la empresa incurrirá. El costo total está constituido por la suma del costo fijo (CF) y el costo variable (CV) que hacen un total de S/. 249,871.40 para el primer año.

Tabla 94. Estructura de precio
(Expresado en soles)

Costo variable unitario	32.76
Costo fijo unitario	32.31
Costo unitario	65.07
Margen de ganancia	0.16
Valor de venta	77.19
IGV	0.00
Precio de venta FCA	77.19
Punto de equilibrio (En cantidad)	2,793
Punto de equilibrio (En dinero)	215,551.70

Fuente: Elaboración propia

Cálculo del punto de equilibrio para el producto:

Donde:

Q = Cantidad en unidades

Pv = Precio de venta por unidad

CVU = Costo variable por unidad

CFT = Costo fijo total

Producción mínima en unidades: $Q = CFT / Pv - Cvu$

Para cubrir los costos entonces:

Productos en un año: 3840 unidades

Costo fijo total: S/.124,059.40

Precio de venta: 77.19 por unidad

Costo variable unitario = 32.76

Desarrollando con la fórmula:

$$\frac{124,059.40}{77.019 - 32.76} = 2,793 \text{ unidades.}$$

$$77.019 - 32.76$$

Por lo tanto, la cantidad mínima que se debe comercializar en donde los ingresos son iguales a los egresos es 2,792 unidades anuales para no ganar ni perder y la venta adicional de una unidad representará la ganancia para la empresa.

$$\text{Punto de equilibrio en dinero: } 2792 * 77.19 = 215,551.70$$

6.8 Presupuesto de Ingresos

Tabla 95. Ventas en los próximos años
(Expresado en soles)

Años	2019	2020	2021	2022	2023
Cantidad	3,840	3,917	4,034	4,196	4,405
Precio	77.19	77.19	77.19	77.19	77.19
Ventas	296,407.35	302,335.50	311,405.57	323,861.79	340,054.88
Tasa de crecimiento	-	2%	3%	4%	5%

Fuente: Elaboración propia

Según la tabla anterior, las ventas son el reflejo de los cinco años proyectados según evaluación. El valor representado por los ingresos por las ventas del primer año es de S/. 296,407.35 el cual se explica así:

Se exportará 768.00 kg que por la proporción que esta cantidad representa es de un total de 3840 unidades a comercializar el primer año. A la par se ha evaluado el precio de venta por unidad y este es igual a S/.77.019 es decir en dólares a un precio FCA \$ 23.39.

Luego de estas dos premisas se puede conocer la venta del primer año, es decir los S/. 296,407.35 proyectados.

- Precio de venta: S/ 77.019
- Venta (año 1): Cantidad del producto * precio de venta = S/ 296,407.35
- En el transcurso de los cuatro años restantes nuestra tendencia de crecimiento será de 2%, 3%, 4% y 5% respectivamente.

Tabla 96.Saldo a favor del exportador
(Expresado en soles)

Detalle	2019	2020	2021	2022	2023
Costo de compra de producto	117,696.00	123,867.51	131,640.69	141,259.94	153,039.60
Gastos administrativos	761.00	785.20	810.17	835.93	862.52
Gasto de ventas	13,151.00	13,788.55	14,591.86	15,585.29	16,800.12
Materiales indirectos	1,152.00	1,188.63	1,226.43	1,265.43	1,305.67
Total	132,760.00	139,629.89	148,269.15	158,946.60	172,007.91
Valor de ventas de las compras	112,508.47	118,330.42	125,651.82	134,700.51	145,769.41
IGV de ventas 18%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
IGV Compras 18%	20,251.53	21,299.47	22,617.33	24,246.09	26,238.49
IGV compras	20,251.53	21,299.47	22,617.33	24,246.09	26,238.49
Devolución del IGV	20,251.53	21,299.47	22,617.33	24,246.09	26,238.49

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se observa el saldo a favor del exportador que viene a ser el IGV de compras, ya que al realizarse exportación no se paga el IGV de venta. Por lo tanto, la

devolución del I.G.V. de compras se considera dentro de los ingresos en el estado de ganancias y pérdidas y también en el flujo de caja económico.

6.9 Presupuesto de egresos

Tabla 97. Tasa de inflación de los años 2013 al 2017

Año	2013	2014	2015	2016	2017
Tasa de inflación	2.80%	3.20%	3.50%	3.60%	2.80%

Tasa de inflación	
Inflación Promedio	3.18%

Fuente: Elaboración propia

- **Costos Directos**

Tabla 98. Presupuesto proyectado de costos variables
(Expresado en soles)

DETALLE	2019	2020	2021	2022	2023
Costo de producto	117,696.00	123,867.51	131,640.69	141,259.94	153,039.60
Costos de Exportación	8,116.00	8,278.32	8,526.67	8,867.74	9,311.12
Costo de venta	125,812.00	132,145.83	140,167.36	150,127.67	162,350.73

Fuente: Elaboración propia

Tabla 99. Presupuesto proyectado de costos fijos
(Expresado en soles)

DETALLE	2019	2020	2021	2022	2023
Gastos de personal	61,868.40	63,105.77	64,367.88	65,655.24	66,968.35
Materiales indirectos	1,152.00	1,188.63	1,226.43	1,265.43	1,305.67
Gastos indirectos de fabricación	18,600.00	18,877.56	19,160.81	19,449.89	19,744.97
Gastos administrativos	7,561.00	7,721.20	7,954.25	8,265.78	8,663.85
Gasto de ventas	29,878.00	31,351.90	33,209.01	35,505.64	38,314.10
Total	119059.40	122245.06	125918.39	130141.99	134996.93

Fuente: Elaboración propia

6.10 Flujo de caja proyectado

El flujo de caja es un informe financiero de la liquidez de la empresa expresado en ingresos y egresos. La diferencia de dichos montos serán el resultado que muestra el excedente o déficit del flujo.

6.10.1 Flujo de caja económico

Tabla 100. Flujo de caja económico
(Expresado en soles)

CONCEPTO	0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS		316,659	323,635	334,023	348,108	366,293
Ventas		316,659	323,635	334,023	348,108	366,293
Ingresos no operativos		0	0	0	0	0
EGRESOS		250,198	260,432	272,626	286,800	304,123
Costo de venta		125,812	132,146	140,167	150,128	162,351
Gastos de personal		61,868	63,106	64,368	65,655	66,968
Materiales indirectos		1,152	1,189	1,226	1,265	1,306
Gastos indirectos de fabricación		18,600	18,878	19,161	19,450	19,745
Gastos administrativos		7,561	7,721	7,954	8,266	8,664
Gasto de ventas		29,878	31,352	33,209	35,506	38,314
Impuesto		5,326	6,041	6,540	6,530	6,776
Flujo de caja operativo		66,461	63,203	61,397	61,308	62,170
Valor Residual						7,278
Inversión tangible	9,155					
Inversión intangible	4,067					
Capital de trabajo	109,857					109,857
Inversión inicial total	123,079					
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-123,079	66,461	63,203	61,397	61,308	179,305

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se observa el flujo de caja económico, el cual se constituye por los ingresos operativos menos los egresos operativos, detallados en el estado de ganancias y pérdidas, y al finalizar se considera el valor residual.

6.10.2 Flujo de caja financiero

Tabla 101. Flujo de caja financiero

PERIODO	0	2,019	2,020	2,021	2,022	2,023
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-123,079	66,461	63,203	61,397	61,308	179,305
Préstamo	72,617	0				
Amortización		31,464	41,152			
Intereses		15,986	6,299			
Escudo Fiscal de la Deuda		160	63			
Financiamiento Neto	72,617	47,291	47,388	0	0	0
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-50,462	19,170	15,816	61,397	61,308	179,305

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior, se observa el flujo de caja financiero, el cual incluye en el año cero la deuda total por el préstamo, como también dentro del egreso por el servicio de deuda, está considerado el escudo fiscal por el ahorro tributario.

6.11 Estado de Ganancias y Pérdidas

Tabla 102. Depreciación de activos tangibles

Detalle	Valor de compra	% de depreciación	2019	2020	2021	2022	2023
Computadoras	3,900.00	25%	975.00	975.00	975.00	975	0.00
Impresora Multifuncional	1,500.00	25%	375.00	375.00	375.00	375	0.00
Muebles y enseres	2,035.00	10%	203.50	203.50	203.50	203.5	203.50
Extintores	150.00	10%	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00
Botiquin	600.00	10%	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00
Artículos eléctricos	250.00	10%	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00
Ventiladores	320.00	10%	32.00	32.00	32.00	32.00	32.00
Microondas	400.00	10%	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00
Total			1,725.50	1,725.50	1,725.50	1,725.50	375.50

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

Tabla 103. Amortización de activos intangibles

(Expresado en soles)

Detalle	Valor de compra	% de depreciación	2019	2020	2021	2022	2023
Diseño de página web	1,000	20%	200	200	200	200	200
Marca	577	20%	115	115	115	115	115
Constitución de empresa	720	20%	144	144	144	144	144
Licencia de funcionamiento	153	20%	31	31	31	31	31
Inspección de defensa civil	50	20%	10	10	10	10	10
Inscripción de planillas	31	20%	6	6	6	6	6
Legalización de libros contables	36	20%	7	7	7	7	7
Elaboración del Plan de Negocio	1,500	20%	300	300	300	300	300
Amortización intangibles	4,067	20%	813	813	813	813	813

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

Tabla 104. Estado de ganancias y pérdidas

(Expresado en soles)

RECURSOS	Expresado en Soles por año				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) VENTAS NETAS	316,659	323,635	334,023	348,108	366,293
(-) COSTO DE VENTAS	125,812	132,146	140,167	150,128	162,351
UTILIDAD BRUTA	190,847	191,489	193,856	197,980	203,943
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	7,561	7,721	7,954	8,266	8,664
(-) GASTOS DE VENTAS	29,878	31,352	33,209	35,506	38,314
(-) GASTOS DE PERSONAL	61,868	63,106	64,368	65,655	66,968
(-) GASTOS DE MATERIALES INDIRECTOS	1,152	1,189	1,226	1,265	1,306
(-) GASTOS INDIRECTOS	18,600	18,878	19,161	19,450	19,745
(-) DEPRECIACIÓN	1,726	1,726	1,726	1,726	376
(-) AMORTIZACIÓN	813	813	813	813	813
UTILIDAD OPERATIVA	69,249	66,705	65,398	65,299	67,757
(+) INGRESOS FINANCIEROS	-	-	-	-	-
(+) INGRESOS VARIOS	-	-	-	-	-
(-) GASTOS FINANCIEROS	15,986	6,299			
(-) GASTOS VARIOS	-	-	-	-	-
UTILIDAD SIN IMPUESTO	53,262	60,407	65,398	65,299	67,757
(-) IMPUESTO A LA RENTA	5,326	6,041	6,540	6,530	6,776
UTILIDAD NETA	47,936	54,366	58,858	58,769	60,981

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se muestra el estado de ganancias y pérdidas de la empresa que da inicio con los ingresos por ventas, que involucra el monto total en soles de las ventas.

La utilidad bruta de S/. 190,847.00 en el primer año, esto representa el monto restante para cubrir los costos operativos, financieros y fiscales. Además, los gastos operativos que involucran los gastos de ventas, los gastos fijos, gastos de personal, materiales indirectos, gastos administrativos, depreciación y amortización.

La utilidad operativa de S/. 69,249.00 que resulta en el primer año, representa la utilidad obtenida por vender los productos, deduciendo todos los gastos operativos. Dicho monto no considera los costos financieros ni fiscales.

Posterior a ello para la utilidad antes de impuestos, se resta a la utilidad operativa los gastos financieros, que vienen a ser los intereses por el préstamo obtenido con la financiera, obteniendo el monto de S/. 53,262.00.

Por último, para la Utilidad Neta se le resta a la utilidad antes de impuesto, la tasa de impuesto a la renta, obteniendo S/. 47,936.00 que viene a ser la utilidad para los accionistas después de haber cumplido con todas las obligaciones.

6.12 Evaluación de la Inversión

6.12.1 Evaluación Económica

Tabla 105. Resultados económicos

VANE	S/. 102,883.83
TIRE	51.54%
B/C (FCE)	1.84

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior, se observa la respectiva evaluación económica de la empresa y con ello se concluye que este proyecto es rentable, ya que el flujo de efectivo económico cumple con las 3 condiciones para que pueda ser aceptado, dando como resultado VANE igual a S/. 102,883.83 un TIRE de 51.54% y un beneficio/costo de 1.84, esto significa que se cumple

los siguientes requisitos para que un proyecto sea rentable: $VAN > 0$, $TIR > COK$, $B/C > 1$

Tabla 106. Periodo de recuperación económica
(Expresado en soles)

Periodo de recuperación	Flujo económico actualizado	Flujo económico actualizado acumulado
0	-123,078.87	
2019	54,571.35	54,571.35
2020	42,612.09	97,183.44
2021	33,988.95	131,172.40
2022	27,867.86	159,040.25
2023	66,922.45	225,962.70

Fuente: Elaboración propia

Periodo de recuperación económica: 33 meses

En la tabla anterior se observa el periodo de recuperación económica, y se tiene en cuenta el CPPC de 21.79%. Entonces, actualizando los flujos futuros al presente y teniendo en cuenta el CPPC, la inversión se recuperará en 33 meses.

6.12.2 Evaluación Financiera

Tabla 107. Resultados financieros

VANF	S/. 154,486.71
TIRF	68.63%
B/C	4.06

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se observa que por tratarse de un flujo de caja financiero el Vanf $> Vane$, Tirf $>$ tasa de interés del banco, se produce un escudo fiscal para beneficio del inversionista. Entre los resultados que se obtuvieron de VANF igual a S/. 154,486.71, un TIRF de 68.63% y un beneficio/costo (b/c) de 4.06; se concluye que el proyecto es más rentable. De acuerdo con el análisis financiero, en ambos casos el proyecto es bueno, siendo en la evaluación financiera donde se obtiene mejores resultados.

Tabla 108. Periodo de recuperación financiera
(Expresado en soles)

Periodo de recuperación	Flujo Financiero actualizado	Flujo Financiero actualizado acumulado
0	-50,462.34	
2019	16,925.31	16,925.31
2020	12,328.21	29,253.52
2021	42,254.30	71,507.82
2022	37,251.85	108,759.67
2023	96,189.38	204,949.05

Fuente: Elaboración propia

Periodo de recuperación económica: 27 meses

En la tabla anterior se muestra el cuadro de periodo de recuperación financiera teniendo el costo de oportunidad (COK) de 13.26%. A su vez, actualizando los flujos futuros al presente y teniendo en cuenta el costo de oportunidad, la inversión se recuperaría en 30 meses.

6.12.3 Evaluación Social

El presente proyecto es acerca de la exportación de sombrero de paja toquilla; que no genera algún conflicto social, sino todo lo contrario, hace un impacto positivo a la economía del país al generar nuevos puestos de trabajo.

6.12.4 Impacto Ambiental

SOMBRANDINA PERU S.A.C. es una empresa que exportará sombrero de paja toquilla, teniendo responsabilidad con el medio ambiente, buscando criterios que permitan el desarrollo sostenible. Los residuos que pudieran acumularse y que puedan afectar al medio ambiente, la empresa buscará desecharlos de manera adecuada sin causar algún tipo de daño a las personas o al medio ambiente.

Los procesos realizados por la empresa, no presenta algún impacto de manera negativa en el ambiente, por ende, se considera que el plan de negocios, desde el punto de vista ambiental, es viable.

6.13 Evaluación de Costo oportunidad del capital de trabajo

El costo de oportunidad es una manera de medir lo que nos cuesta algo. En lugar de limitarse a cuantificar el beneficio que se obtiene por una cierta inversión, este beneficio se compara con los que se obtendría por una inversión alternativa. Esto es, los beneficios perdidos de las alternativas a nuestra elección, son el costo de oportunidad de la elección original.

Aunque el costo de oportunidad puede ser difícil de cuantificar, el efecto del costo de oportunidad es universal y muy real en el nivel individual. De hecho, este principio se aplica a todas las decisiones, no sólo las económicas.

El costo de oportunidad está relacionado con el riesgo que existe en el mercado. Aplicado al presente caso es el retorno que se espera en función a los rendimientos del mercado que tiene la empresa. y el riesgo es igual a la variación que existe entre el retorno real y lo esperado.

Cálculo del Beta Apalancado

Tabla 109. Indicadores utilizados para el cálculo del Beta Apalancado

Deuda	59.0%
Aporte propio	41.0%
d/e	143.9%
Tasa de impuesto a la renta	10%
beta del sector	1.02
beta apalancado	2.24
beta apalancado	2.41

Fuente: Elaboración propia

Cálculo del Costo de Oportunidad

Tabla 110. Cálculo del Costo de Oportunidad por el método CAPM

KPROY	Costo de capital propio	13.26%
Rf	Tasa libre de riesgo	1.89%
B	Beta del sector apalancado	2.24
Rm - Rf	Prima por riesgo del mercado	5.08%
Rp	Prima por riesgo país	0.00

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se realizará el cálculo del costo promedio ponderado de capital (CPPC):

CPPC: (Deudas de terceros/total de financiamiento) (costos de la deuda) (1 – tasa de impuesto) + (capital propio/total de financiamiento) (costos de capital propio)

Tabla 111. Cálculo del costo promedio ponderado de capital

- Capital	41.00%
- Deuda	59.00%
- Costo de oportunidad	13.26%
- Costo de la deuda	30.79%
- Tasa de impuesto a la renta	10.00%
- Costo promedio ponderado de capital	21.79%

Fuente: Elaboración Propia

$$CPPK = \frac{D}{D+E} k_d (1-Tx) + \frac{E}{D+E} k_{proy}$$

$$CPPC = (59\% * 30.79\%) * (1-10\%) + (41\% * 13.26\%)$$

$$CPPC = 21.79\%$$

6.14 Cuadro de riesgo del tipo de cambio

Este análisis consiste en colocar diferentes escenarios y evaluar el impacto ocasionado en el presupuesto de caja. Por ejemplo, si se diera el caso de una disminución del tipo de cambio, ello llevaría a la consecuencia de un ingreso menos de efectivo para la empresa, por ende el aumento de costos y gastos. Para la empresa podría tomar medidas de

contingencia y evitar el impacto de estas variaciones del valor de la divisa, como es el forward.

Según **Fuente especificada no válida**. Son operaciones de compra o venta de una divisa específica, por ejemplo dólares a una determinada fecha futura, fijando el tipo de cambio futuro al momento de pactarse la operación. Algunas ventajas son las siguientes:

- Permite una cobertura de riesgo cambiario.
- La empresa puede fijar sus costos.
- Mejora el riesgo de la empresa ante la fluctuación del tipo de cambio.
- Ayuda a la elaboración de presupuestos más reales.
- Permite a la empresa concentrarse en su negocio.
- No tiene costos adicionales.

A continuación, se muestra un análisis de sensibilidad en diferentes escenarios al tipo de cambio y cómo afecta al VAN, TIR y al B/C:

Tabla 112. Análisis de sensibilidad con tipo de cambio
(Expresado en soles)

TIPO DE CAMBIO	VANE	TIRE	B/C	VANF	TIRF	B/C
3.39	110,304.92	55.26%	1.97	165,629.96	73.58%	4.35
3.32	105,424.17	52.82%	1.88	158,301.20	70.33%	4.16
3.3	102,883.83	51.54%	1.84	154,486.71	68.63%	4.06
3.12	99,073.32	49.63%	1.77	148,764.98	66.09%	3.91
2.81	85,924.70	43.05%	1.53	129,021.48	57.32%	3.39

Fuente: Elaboración propia

Nota: T/C 3.30

En la tabla anterior se muestra el análisis de sensibilidad del tipo de cambio, y su impacto en los diferentes indicadores, tanto económicos como financieros. Un ejemplo para un tipo de cambio S/. 3.39 se obtiene un B/C económico de 1.97, que significa que por cada sol que se invierta, se está ganando S/. 0.97, es decir, a mayor tipo de cambio, mayor beneficio -costo para el caso de las exportaciones. En un escenario conservado para un tipo de cambio de 3.3 se obtiene un beneficio costo de 1.84, que significa que por cada sol que

se invierta se esta ganando S/ 0.84 y en un escenario pesimista para un tipo de cambio de 2.81 se obtiene un beneficio costo de 1.53, que significa que por cada dólar que se invierta se está ganando 0.53 que es más bajo comparado a tipo de cambio mayores.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

- 1 En el Perú es complicado registrar marcas, patentes, logos, isotipo, etc. Los gastos en los que se incurren para el uso de estos en INDECOPI son poco accesibles para los empresarios que recién están empezando.
- 2 Por el perfil del consumidor americano, el tener un comisionista que conozca el mercado y los principales distribuidores es una herramienta imprescindible en la estrategia de marketing y ventas.
- 3 En la actualidad, los jóvenes y adultos, hacia la moda del día a día se ha vuelto un tema de suma importancia.
- 4 El riesgo en el que se puede incurrir en la parte de comercio internacional es respecto a la aceptación de la medio de pago a través de transferencia bancaria ya que se trata de una empresa nueva en el mercado.
- 5 El TIRE es de 51.54%, la recuperación será en 33 meses y el TIRF de 68.63%, con una recuperación de la inversión en 30 meses.
- 6 El precio va acorde al del mercado, teniendo en cuenta que el producto que vendemos viene con una caja personalizada como obsequio con el logo de la marca para su posicionamiento.

7.2 Recomendaciones

- 1 Se recomienda que el estado, para que pueda proteger a los nuevos empresarios y también disminuir la piratería e informalidad, promueva que las herramientas necesarias, sean más accesibles en temas monetarios e información.
- 2 Es de vital importancia por el perfil que tiene nuestro público objetivo el manejo de su cultura, al establecer relaciones de confianza y comunicación constante con el agregado comercial en destino, las visitas, el refuerzo de la página web,
- 3 Para reforzar el tema social que es tan importante para el público objetivo, publicar en la web las historias de los artesanos para que se sientan identificados con ellos.
- 4 Durante esta etapa inicial, al ser la logística simple, se debe aprovechar en reforzar el tema de la calidad y novedad del producto.
- 5 Respecto al tema de pago, la manera de mitigar la incertidumbre y el tema de confianza, se efectuará 40% de adelanto a la firma del contrato y 60% cuando se haya embarcado la carga.
- 6 Dado que es positivo el retorno de la inversión, nos da un índice de que podremos expandir el negocio en otras ciudades de Estados Unidos y aumentar la demanda mensualmente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Adex Data Trade. (2017). *Exportaciones*. Recuperado el 25 de 04 de 2018, de <http://www.adexdatatrade.com/Members/Comercial.aspx>
2. Adex Data Trade. (2017). *Perfil de Estados Unidos*. Recuperado el 25 de 04 de 2018, de <http://www.adexdatatrade.com/Members/PerfilPais.aspx>
3. Cánovas, A. C. (2011). *Transporte internacional de mercancías*. España: Publicaciones ICEX.
4. Casanovas, A. (2013). *Legal Compliance - Principios de cumplimiento generalmente aceptados*. Madrid: Difusión jurídica y temas de actualidad.
5. CCL. (2017). *Misiones comerciales*. Recuperado el 30 de 03 de 2017, de www.camaralima.org.pe
6. CCL. (2017). *Ruedas de negocio*. Recuperado el 30 de 03 de 2017, de www.camaralima.org.pe
7. Census Bureau. (2017). *Datos específicos de las ciudades de Estados Unidos*. Recuperado el 25 de 04 de 2018, de https://factfinder.census.gov/faces/tableservices/jsf/pages/productview.xhtml?pid=ACS_16_5YR_DP03&prodType=table
8. Census Bureau. (2017). *Estados Unidos de América*. Recuperado el 25 de 04 de 2018
9. CIPF. (2016). *Reglamentación del embalaje de madera utilizado en el comercio internacional*. Recuperado el 08 de 04 de 2017, de www.ippc.int
10. Comercio y aduanas. (2017). *Incoterms: Que es incoterm FOB*. Recuperado el 17 de 04 de 2017, de www.comercioyaduanas.com.mx
11. Euromonitor. (2018). *Perfil de Estados Unidos*. Recuperado el 25 de 04 de 2018, de <http://www.portal.euromonitor.com/portal/analysis/tab>
12. FERIAS INTERNACIONALES.WIKISPACES. (2017). *Las misiones internacionales*. Recuperado el 30 de 03 de 2017, de www.feriasinternacionales.wikispaces.com
13. GOOGLE. (2017). *Google AdWords*. Recuperado el 06 de 04 de 2017, de www.google.com.pe
14. ICEX. (2017). Obtenido de <http://www.icex.es/icex/es/index.html>
15. Ices. (2018). Recuperado el 19 de Agosto de 2018, de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/estudios-de-mercados-y-otros-documentos-de-comercio-exterior/DOC2016670429.html>
16. Ices. (2018). *Guía comercial Nueva York*. Recuperado el 19 de Agosto de 2018
17. INDECOPI. (05 de 02 de 2007). *Ley marco de licencia de funcionamiento*. Recuperado el 20 de 04 de 2018, de <https://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/143803/ley28976.pdf>
18. INEI. (Enero de 2010). *Clasificación CIIU Revisión 4*. Obtenido de www.inei.gob.pe
19. INEI. (05 de 10 de 2016). Recuperado el 01 de 06 de 2016, de www.inei.gob.pe

20. Instituto de Desarrollo y Comercio Exterior. (2017). *Contenedores, envases y embalajes, unitarización*. Recuperado el 08 de 04 de 2017, de www.prompex.gob.pe
21. Internacionales.Wikispaces, F. (2017). *Las misiones internacionales*. Recuperado el 30 de 03 de 2017, de www.feriasinternacionales.wikispaces.com
22. Kotler, P. (2003). Fundamentos de marketing. En P. Kotler.
23. Ley General de Sociedades. (s.f.).
24. *Ley general de sociedades*. (2018). Recuperado el 07 de Agosto de 2018, de <http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/pe/pe061es.pdf>
25. (1997). *Ley General de Sociedades N° 26887*. Lima.
26. MACMAP. (s.f.). *Clasificación arancelaria*. Recuperado el 10 de 05 de 2018, de <http://www.macmap.org/QuickSearch/FindTariff/FindTariffResults.aspx?product=07099990&country=842&partner=604&year=2017&source=1|ITC&AVE=1>
27. Manos Artesanas del Peru. (2018). *La casa de sombrero*. Lima: <https://www.lacasadelsombrero.pe/public/info.php>.
28. Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (11 de 11 de actualizado el 2014). *Modelos y formatos referenciales*. Recuperado el 25 de 04 de 2018, de <http://www2.trabajo.gob.pe/guia-de-tramites/modelos-y-formatos/>
29. Mipymes. (2016). *Reglamento del Decreto Legislativo*.
30. Municipalidad de Cercado de Lima. (2018). *Licencia de funcionamiento*. Recuperado el 06 de 08 de 2018, de http://www.serviciosalciudadano.gob.pe/bus/fraMarco.asp?tra_url=6_6_0_0_%2Ehtm&id_entidad=1434&id_tramite=75104&tipold=1
31. OCDE. (2014). *Principales Estados de Estados Unidos*. Recuperado el 25 de 04 de 2018, de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/llegar-al-consumidor>
32. Peru.com. (21 de 05 de 2014). *¿Para qué sirven la visión, la misión y los valores en una empresa?* Recuperado el 20 de 04 de 2018, de <https://peru.com/actualidad/economia-y-finanzas/que-sirven-vision-mision-y-valores-empresa-noticia-253846>
33. PROMPERU. (2013). Recuperado el 04 de 04 de 2017, de www.promperu.gob.pe
34. PROMPERU. (2015). *Guía de Mercado de Estados Unidos*. Recuperado el 25 de 04 de 2018, de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/876323561rad3ECAB.pdf>
35. PROMPERU. (2017). *Desarrollo de ficha técnica de productos - Inteligencia emocional*. Recuperado el 22 de 03 de 2017, de www.siicex.gob.pe
36. PROMPERÚ. (2017). *Exportando paso a paso*. Recuperado el 01 de 03 de 2017, de export.promperu.gob.pe
37. República, L. (26 de 06 de 2017). *¿Conoces cuántos tipos de contrato laboral hay en el Perú?* Recuperado el 25 de 04 de 2018, de <https://larepublica.pe/economia/889715-conoces-cuantos-tipos-de-contrato-laboral-hay-en-el-peru>

38. Santander trade. (2017). Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/perfil-pais/18,estados-unidos>
39. Santander trade. (2018). *Estados Unidos: Llegar al consumidor*. Recuperado el 19 de Agosto de 2018, de <https://en.portal.santandertrade.com/analyse-markets/united-states/reaching-the-consumers>
40. Santander Trade Portal. (2017). *Incoterms 2010*. Recuperado el 10 de 03 de 2017, de es.portal.santandertrade.com
41. Santander TradePortal. (2017). *Medios de pago internacionales*. Recuperado el 30 de 03 de 2017, de es.portal.santandertrade.com
42. SIICEX. (2016). *Contrato de Compra venta internacional*. Recuperado el 10 de 03 de 2017, de www.siicex.gob.pe
43. SIICEX. (2017). *Guía de acondicionamiento y embalaje*. Recuperado el 08 de 04 de 2017, de www.siicex.gob.pe
44. SIICEX. (2017). *La cadena de abastecimiento en los negocios internacionales SCM*. Recuperado el 16 de 04 de 2017, de www.siicex.gob.pe
45. SIICEX. (s.f.). *Desarrollo de Ficha Técnica de productos*. Recuperado el 25 de 04 de 2018, de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/capacitacion/2014-Ficha%20t%C3%A9cnica%20de%20productos%20-%20Inteligencia%20Comercial.pdf>
46. SUNARP. (s.f.). *Información sobre Tipos de Personas Jurídicas*. Recuperado el 22 de 04 de 2018, de <https://www.sunarp.gob.pe/w-sid/index.html>
47. SUNAT. (s.f.).
48. SUNAT. (2010). *Codificación internacional*. Recuperado el 12 de Julio de 2018, de <http://www.sunat.com>
49. SUNAT. (Agosto de 2013). *La Ley N° 30056 y sus modificaciones laborales*. Recuperado el 01 de Agosto de 2018, de http://aempresarial.com/web/revitem/4_15478_20217.pdf
50. SUNAT. (2017). Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/exportaFacil/pasos/paso8.pdf>
51. SUNAT. (2017). *Beneficios para las MIPYMES*. Recuperado el 20 de 02 de 2017, de www.sunat.gob.pe
52. SUNAT. (2017). *Concepto - Planilla Electrónica*. Recuperado el 12 de 03 de 2017, de www.sunat.gob.pe
53. SUNAT. (2017). *Inscripción al RUC*. Recuperado el 08 de 03 de 2017, de www.sunat.gob.pe
54. SUNAT. (2017). *Manual de orientación*. Recuperado el 01 de 04 de 2017, de www.sunat.gob.pe
55. SUNAT. (2017). *Régimen laboral de la micro y pequeña empresa*. Recuperado el 12 de 03 de 2017, de www.sunat.gob.pe
56. SUNAT. (2017). *Régimen MYPE tributario*. Recuperado el 08 de 03 de 2017, de www.sunat.gob.pe
57. SUNAT. (2018). Recuperado el 07 de 08 de 2018, de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html>

58. SUNAT. (2018). *Inscripción al ruc empresas*. Recuperado el 07 de 08 de 2018, de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/ruc-empresasas/inscripcion-al-ruc-empresas>
59. SUNAT. (2018). *Planilla electrónica*. Recuperado el 07 de 08 de 2018, de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/informacion-general-planilla-electronica>
60. SUNAT. (2018). *Regimen tributario*. Recuperado el 07 de 08 de 2018, de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/regimen-mype-tributario/6829-05-impuestos-a-pagar>
61. SUNAT. (s.f.). Recuperado el 25 de 04 de 2018, de <http://www.sunat.gob.pe/exportaFacil/ruc.htm>
62. SUNAT. (s.f.). *Elaboracion de la Escritra Publica*. Recuperado el 15 de 04 de 2018, de <http://www.sunat.gob.pe/exportaFacil/pasos/paso2.pdf>
63. SUNAT. (s.f.). *Inscripción en el Registro de Personas Jurídicas*. Recuperado el 15 de 04 de 2018, de <http://www.sunat.gob.pe/exportaFacil/pasos/paso3.pdf>
64. SUNAT. (s.f.). *Regimen Laboral de la Micro y Pequeña Empresa*. Recuperado el 25 de 04 de 2018, de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html>
65. SUNAT. (s.f.). *Tratamiento arancelario por subpartida*. Recuperado el 25 de 05 de 2018, de <http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>
66. TradeMap. (2017). *Exportaciones peruanas* . Recuperado el 25 de 04 de 2018, de https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|604||||0709999000|||8|1|1|2|2|1|2|1|1
67. TradeMap. (2018). *Exportaciones*. Recuperado el 25 de 04 de 2018, de https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3||||070999|||6|1|1|2|2|1|2|1|1
68. USITC. (2018). *Principales importaciones a la ciudad de Estados Unidos*. Recuperado el 25 de 04 de 2018, de <https://www.usitc.gov/>
69. Vesga R., J. (2013). *Cultura Organizacional*. Marzo.
70. Yellowpages. (s.f.). Recuperado el 25 de 04 de 2018, de <https://www.yellowpages.com/new-york-ny/mip/spice-corner-4143925?lid=4143925>
71. YellowPages. (2018). *The Real Yellow Pages*. Recuperado el 25 de 04 de 2018, de <https://www.yellowpages.com/new-york-ny/mip/pax-wholesome-foods-18491286?lid=18491286>

Anexo

ANEXO 01: Formato de solicitud de reserva de nombre

 **ANEXO 1: FORMULARIO**

SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA

SEÑOR REGISTRADOR DEL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS:

Yo, _____ identificado con:

DNI* CIP CE OTROS _____ N° _____

en mi calidad de (titular socio abogado notario representante domiciliado en _____, distrito de _____, Provincia de _____, ante Ud. con el debido respeto me presento y digo:

SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA para:

Constitución Modificación de Estatuto

Podrá indicar hasta 03 nombres y de forma opcional sus correspondientes abreviaturas tratándose de denominaciones.¹

Sólo se concederá la reserva de un nombre (completo o abreviado) de forma excluyente.

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

TIPO DE PERSONA JURÍDICA: (Marque una opción)

S.A ASOCIACIÓN S.R.L COMITÉ S. CIVIL

S.A.C E.I.R.L COOPERATIVA OSB

OTROS (precisar el tipo de persona jurídica) _____

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

_____	_____
_____	_____
_____	_____

Lima, _____ de _____ del 20 ____

Firma del Solicitante

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

 **PERU** PROGRESO PARA TODOS

ANEXO N° 02: Formato de elevación de minuta

SEÑOR NOTARIO

SÍRVASE EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PÚBLICAS UNA CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANONIMA CERRADA, SIN MINUTA, DE CONFORMIDAD CON EL ARTICULO 58 LITERAL I) DEL D. LEG. N° 1049, DECRETO LEGISLATIVO DEL NOTARIADO, CONCORDADO CON EL DECRETO SUPREMO N° 007-2008-TR – TUO DE LA LEY DE PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD, FORMALIZACION Y DESARROLLO DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA Y DEL ACCESO AL EMPLEO DECENTE, LEY MYPE, QUE OTORGAN: LUIS ALBERTO PALACIOS CABREJOS, DE NACIONALIDAD PERUANA, PROFESION ADMINISTRADOR DE NEGOCIOS INTERNACIONALES CON D.N.I. N° 45616918, ESTADO CIVIL SOLTERO ; VICTOR ALEX PALACIOS CABREJOS, DE NACIONALIDAD PERUANA, PROFESION MEDICO CON D.N.I. N° 44263803, ESTADO CIVIL SOLTERO, JEUS ALONSO PALACIOS CABREJOS, DE NACIONALIDAD PERUANA, PROFESION ECONOMIA CON D.N.I. N° 40868113, ESTADO CIVIL SOLTERO; SEÑALANDO DOMICILIO COMUN PARA EFECTOS DE ESTE INSTRUMENTO EN AV. LA MAR NR 2315 OF. 301 PROVINCIA CONSTITUCIONAL DEL DEPARTAMENTO DE LIMA. EN LOS TERMINOS SIGUIENTES:

PRIMERO.- POR EL PRESENTE PACTO SOCIAL, LOS OTORGANTES MANIFIESTAN SU LIBRE VOLUNTAD DE CONSTITUIR UNA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA, BAJO LA DENOMINACION DE SOMBRANDINA PERU SAC, PUDIENDO UTILIZAR LA ABREVIATURA DE “SOMTOQUI.”; SE OBLIGAN A EFECTUAR LOS APORTES PARA LA FORMACION DEL CAPITAL SOCIAL Y A FORMULAR EL CORRESPONDIENTE ESTATUTO.

SEGUNDO.- EL MONTO DEL CAPITAL DE LA SOCIEDAD ES DE S/.

50,462.34 (CINCUENTA MIL CUATROSCIENTOS SESENTA Y DOS CON 64/100 SOLES) REPRESENTADO POR 5,046 ACCIONES NOMINATIVAS DE UN VALOR NOMINAL DE S/. 10.00 CADA UNA, SUSCRITAS Y PAGADAS DE LA SIGUIENTE MANERA:

LUIS ALBERTO PALACIOS CABREJOS SUSCRIBE 3,532 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/. 35,323.64 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.

VICTOR ALEX PALACIOS CABREJOS SUSCRIBE 1,513 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/. 15,138.70 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO

TERCERO.- LA SOCIEDAD SE REGIRÁ POR EL **ESTATUTO** SIGUIENTE Y EN TODO LO NO PREVISTO POR ESTE, SE ESTARÁ A LO DISPUESTO POR LA LEY GENERAL DE SOCIEDADES – LEY 26887 – QUE EN ADELANTE SE LE DENOMINARA LA “LEY”.

ESTATUTO

ARTICULO 1.- DENOMINACIÓN-DURACION-DOMICILIO: LA SOCIEDAD SE DENOMINA: **SOMBRANDINA PERU** SOCIEDAD ANONIMA CERRADA” PUDIENDO USAR LA ABREVIATURA “SOMBRANDINA PERU S.A.C.”.

TIENE UNA DURACION INDETERMINADA, INICIA SUS OPERACIONES EN LA FECHA DE ESTE PACTO Y ADQUIERE PERSONALIDAD JURIDICA DESDE SU INSCRIPCION EN EL REGISTRO DE PERSONAS JURIDICAS

SU DOMICILIO ES EN AV. TACNA 818, CERCADO DE LIMA SIENDO EN LA PROVINCIA DE LIMA PUDIENDO ESTABLECER SUCURSALES U OFICINAS EN CUALQUIER LUGAR DEL PAIS O EN EL EXTRANJERO.

ARTICULO 2.- OBJETO SOCIAL: LA SOCIEDAD TIENE POR OBJETO DEDICARSE A: COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS SE ENTIENDEN INCLUIDOS EN EL OBJETO SOCIAL LOS ACTOS RELACIONADOS CON EL MISMO QUE COADYUVEN A LA REALIZACION DE SUS FINES. PARA CUMPLIR DICHO OBJETO, PODRA REALIZAR TODOS AQUELLOS ACTOS Y CONTRATOS QUE SEAN LICITOS, SIN RESTRICCION ALGUNA.

ARTÍCULO 3.- CAPITAL SOCIAL: EL MONTO DEL CAPITAL DE LA SOCIEDAD ES DE 89,875.00 (OCHENTA Y NUEVE MIL OCHOSCIENTOS SETENTA Y CINCO CON 00/100 SOLES) REPRESENTADO POR 8,988 ACCIONES NOMINATIVAS DE UN VALOR NOMINAL DE S/. 10.00 CADA UNA.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO.

ARTÍCULO 4.- TRANSFERENCIA Y ADQUISICION DE ACCIONES: LOS OTORGANTES ACUERDAN SUPRIMIR EL DERECHO DE PREFERENCIA PARA LA ADQUISICION DE ACCIONES, CONFORME A LO PREVISTO EN EL ULTIMO PARRAFO DEL ARTICULO 237° DE LA "LEY".

ARTÍCULO 5.- ORGANOS DE LA SOCIEDAD: LA SOCIEDAD QUE SE CONSTITUYE TIENE LOS SIGUIENTES ÓRGANOS:

LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS; Y LA GERENCIA. **LA SOCIEDAD NO TENDRÁ DIRECTORIO.**

ARTÍCULO 6.- JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS: LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS ES EL ORGANO SUPREMO DE LA SOCIEDAD. LOS ACCIONISTAS CONSTITUIDOS EN JUNTA GENERAL DEBIDAMENTE CONVOCADA, Y CON EL QUORUM CORRESPONDIENTE, DECIDEN POR LA MAYORIA QUE ESTABLECE LA "LEY" LOS ASUNTOS PROPIOS DE SU COMPETENCIA. TODOS LOS ACCIONISTAS INCLUSO LOS DISIDENTES Y LOS QUE NO HUBIERAN

PARTICIPADO EN LA REUNION, ESTAN SOMETIDOS A LOS ACUERDOS ADOPTADOS POR LA JUNTA GENERAL.

LA CONVOCATORIA A JUNTA DE ACCIONISTAS SE SUJETA A LO DISPUESTO EN EL ART. 245° DE LA "LEY".

EL ACCIONISTA PODRA HACERSE REPRESENTAR EN LAS REUNIONES DE JUNTA GENERAL POR MEDIO DE OTRO ACCIONISTA, SU CONYUGE, O ASCENDIENTE O DESCENDIENTE EN PRIMER GRADO, PUDIENDO EXTENDERSE LA REPRESENTACION A OTRAS PERSONAS.

ARTÍCULO 7.- JUNTAS NO PRESENCIALES: LA CELEBRACIÓN DE JUNTAS NO PRESENCIALES SE SUJETA A LO DISPUESTO POR EL ARTÍCULO 246° DE LA "LEY".

ARTÍCULO 8.- LA GERENCIA: NO HABIENDO DIRECTORIO, TODAS LAS FUNCIONES ESTABLECIDAS EN LA "LEY" PARA ESTE ORGANO SOCIETARIO SERAN EJERCIDAS POR EL GERENTE GENERAL.

LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS PUEDE DESIGNAR UNO O MÁS GERENTES SUS FACULTADES REMOCION Y RESPONSABILIDADES SE SUJETAN A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 185° AL 197 DE LA "LEY".

EL GERENTE GENERAL ESTA FACULTADO PARA LA EJECUCION DE TODO ACTO Y/O CONTRATO CORRESPONDIENTES AL OBJETO DE LA SOCIEDAD, PUDIENDO ASIMISMO REALIZAR LOS SIGUIENTES ACTOS:

DIRIGIR LAS OPERACIONES COMERCIALES Y ADMINISTRATIVAS.

REPRESENTAR A LA SOCIEDAD ANTE TODA CLASE DE AUTORIDADES. EN LO JUDICIAL GOZARA DE LAS FACULTADES SENALADAS EN LOS ARTICULOS 74, 75, 77 Y 436 DEL CODIGO PROCESAL CIVIL, ASI COMO LA FACULTAD DE REPRESENTACION PREVISTA EN EL ARTICULO 10 DE LA LEY 26636 Y DEMAS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS; TENIENDO EN TODOS LOS CASOS FACULTAD DE DELEGACION O SUSTITUCION. ADEMAS, PODRA

CELEBRAR CONCILIACION EXTRAJUDICIAL, PUDIENDO SUSCRIBIR EL ACTA CONCILIATORIA, GOZANDO DE LAS FACULTADES SENALADAS EN LAS DISPOSICIONES LEGALES QUE LO REGULAN. ADEMAS PODRA CONSTITUIR Y REPRESENTAR A LAS ASOCIACIONES QUE CREA CONVENIENTE Y DEMAS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS.

ABRIR, TRANSFERIR, CERRAR Y ENCARGARSE DEL MOVIMIENTO DE TODO TIPO DE CUENTA BANCARIA; GIRAR, COBRAR, RENOVAR, ENDOSAR, DESCONTAR Y PROTESTAR, ACEPTAR Y REACEPTAR CHEQUES, LETRAS DE CAMBIO, PAGARES, CONOCIMIENTO DE EMBARQUE, CARTA DE PORTE, POLIZAS, CARTAS FIANZAS Y CUALQUIER CLASE DE TITULOS VALORES, DOCUMENTOS MERCANTILES Y CIVILES; OTORGAR RECIBOS CANCELACIONES, SOBREGIRARSE EN CUENTA CORRIENTE CON GARANTIA O SIN ELLA, SOLICITAR TODA CLASE DE PRESTAMOS CON GARANTIA HIPOTECARIA,

ADQUIRIR Y TRANSFERIR BAJO CUALQUIER TITULO; COMPRAR, VENDER, ARRENDAR, DONAR, DAR EN COMODATO, ADJUDICAR Y GRAVAR LOS BIENES DE LA SOCIEDAD SEAN MUEBLES O INMUEBLES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS YA SEAN PRIVADOS O PUBLICOS. EN GENERAL PODRA CONSTITUIR GARANTIA HIPOTECARIA, MOBILIARIA Y DE CUALQUIER FORMA. PODRA CELEBRAR TODA CLASE DE CONTRATOS NOMINADOS E INNOMINADOS, INCLUSIVE LOS DE LEASING O ARRENDAMIENTO FINANCIERO, LEASE BACK, FACTORY Y/O UNDERWRITING, CONSORCIO, ASOCIACION EN PARTICIPACION Y CUALQUIER OTRO CONTRATO DE COLABORACION EMPRESARIAL, VINCULADOS CON EL OBJETO SOCIAL. ADEMAS PODRA SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE Y SUSCRIBIR LOS RESPECTIVOS CONVENIOS ARBITRALES.

SOLICITAR, ADQUIRIR, TRANSFERIR REGISTROS DE PATENTE, MARCAS, NOMBRES COMERCIALES CONFORME A LEY, SUSCRIBIENDO CUALQUIER CLASE DE DOCUMENTOS VINCULADOS A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL O INTELECTUAL.

PARTICIPAR EN LICITACIONES, CONCURSOS PUBLICOS Y/O ADJUDICACIONES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS, QUE CONLLEVE A LA REALIZACION DEL OBJETO SOCIAL.

EL GERENTE GENERAL PODRA REALIZAR TODOS LOS ACTOS NECESARIOS PARA LA ADMINISTRACION DE LA SOCIEDAD, SALVO LAS FACULTADES RESERVADAS A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.

ARTICULO 9.- MODIFICACION DEL ESTATUTO, AUMENTO Y REDUCCION DEL CAPITAL: LA MODIFICACION DEL PACTO SOCIAL, SE RIGE POR LOS ARTICULOS 198 Y 199 DE LA "LEY", ASI COMO EL AUMENTO Y REDUCCION DEL CAPITAL SOCIAL, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 201 AL 206 Y 215 AL 220, RESPECTIVAMENTE DE LA "LEY".

ARTICULO 10.- ESTADOS FINANCIEROS Y APLICACION DE UTILIDADES: SE RIGE POR LO DISPUESTO EN LOS ARTICULOS 40, 221 AL 233 DE LA "LEY".

ARTICULO 11.- DISOLUCION, LIQUIDACION Y EXTINCION: EN CUANTO A LA DISOLUCION, LIQUIDACION Y EXTINCION DE LA SOCIEDAD, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 407, 409, 410, 412, 413 A 422 DE LA "LEY".

CUARTO.- QUEDA DESIGNADO COMO GERENTE GENERAL: LUIS ALBERTO PALACIOS CABREJOS CON D.N.I. N° 45616918, CON DOMICILIO EN: CALLE TEMIS MZ T, LOTE 33, URB. EL OLIMPO,

SALAMANCA DISTRITO DE ATE, PROVINCIA DE LIMA,
DEPARTAMENTO DE LIMA.

LIMA, 03 DE ENERO DEL 2019

ANEXO 03: Solicitud de registro de marca

	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		<input type="checkbox"/> 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 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)			
Nacionalidad / País de Constitución:		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 type="checkbox"/>)	
Representante Legal (Llenado <u>obligatorio</u> en caso de ser Persona Jurídica):			
Domicilio para envío de notificaciones en el Perú			
Dirección:			
Distrito:		Provincia:	Departamento:
Referencias de domicilio:			
Correo electrónico		Número de teléfono fijo	
Casilla electrónica (previa suscripción de contrato con Indecopi)		Número de teléfono celular	
<input type="checkbox"/> Se adjunta documentación que acredita representación. <input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación ha sido presentado en el expediente N°: <small>(Este expediente no debe tener una antigüedad mayor de 90 años, conforme a lo establecido en el artículo 40 de la Ley N° 27844)</small>			
2. DATOS RELATIVOS AL SIGNO DISTINTIVO A REGISTRAR			
2.1. Tipo de Signo: <input type="checkbox"/> Denominativa <input type="checkbox"/> Denominativa con grafía <input type="checkbox"/> Mixta <input type="checkbox"/> Tridimensional <input type="checkbox"/> Figurativa <input type="checkbox"/> Otros: _____	2.2. Indicación del Signo (de ser solo denominativo)	2.3. Reproducción del Signo <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p style="text-align: center;">PEGAR REPRODUCCIÓN DE LA MARCA DENOMINATIVA CON GRAFÍA, MIXTA, FIGURATIVA O TRIDIMENSIONAL</p> <p style="font-size: small;">Se sugiere enviar <u>copia fiel del mismo logotipo</u> al correo: logos-@indecopi.gob.pe (formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 píxeles). Se considerarán los colores que se aprecian en la reproducción adjunta, salvo comunicación en contrario en cada expediente.</p> </div>	
2.4. Precise si desea proteger el color o colores como parte de la Marca: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> (en caso de NO MARCAR alguna opción, se protegerán los colores que aparecen en la reproducción adjuntada)			
<small>(*) 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.</small>			

Anexo 04 Declaración jurada de observancia de defensa civil.

DECLARACIÓN JURADA DE OBSERVANCIA DE CONDICIONES DE SEGURIDAD (Ley N° 28976)		
RAZÓN SOCIAL/PERSONA NATURAL, UBICADO EN		
El propietario y/o conductor del local o establecimiento declara bajo juramento lo siguiente:	SI	NO CORRESPONDE
1.0 ARQUITECTURA		
1.1	El ingreso y/o salida del local o establecimiento presenta un ancho libre mínimo de 0.90 m, la puerta no abre directamente sobre un desnivel ni invade la vía pública y las vías o rutas de evacuación se encuentran libres de obstáculos y objetos que puedan caer (estantes, anaqueles, espejos, mamparas de vidrio, elementos decorativos u otros).	
2.0 ESTRUCTURAS		
2.1	El local o establecimiento no presenta deterioro en sus elementos estructurales (techos, vigas, columnas y paredes).	
2.2	Si hubiera falso techo, este debe estar fijo o asegurado y no ser de material combustible (tecnopor, plástico y/o cartón).	
2.3	El local o establecimiento no presenta humedad en sus techos, paredes, pisos ni fuga de agua en sus instalaciones sanitarias.	
3.0 INSTALACIONES ELECTRICAS		
3.1	El tablero eléctrico es de material no combustible (metal o resina), tiene interruptores termomagnéticos identificados y no utiliza llaves tipo cuchilla.	
3.2	El tablero eléctrico tiene interruptores diferenciales (para instalaciones nuevas a partir del 1 de julio del 2006)	
3.3	No se utiliza cable melizo en instalaciones permanentes de alumbrado y/o tomacorriente. El cableado eléctrico se encuentra protegido mediante canaletas o tubos de PVC y las cajas de peso tienen tapa.	
3.4	Si el local o establecimiento cuenta con equipos y/o artefactos eléctricos (hornos microondas, congeladoras, exhibidores y similares) los enchufes deben tener tres espigas y los tomacorrientes deben contar con conexión al sistema de puesta a tierra. Los tomacorrientes se encuentran en buen estado y no se utiliza adaptadores múltiples. Si hubiera equipos y/o artefactos eléctricos (hornos microondas, congeladores, exhibidores y similares), estos deben contar con sistema de puesta a tierra y con protocolo de medición de la resistencia menor a 25 ohmios.	
3.5	Los equipos de alumbrado (focos, fluorescentes, lámparas, etc.) no presentan cables ni empalmes expuestos. Si cuenta con luces de emergencia (para locales o establecimientos que funcionan en horario nocturno), éstas se encuentran en buen estado y operativas.	
3.6	Los anuncios publicitarios con energía eléctrica no utilizan cables melizos, tienen cableado adecuado y cuentan con conexión al sistema de puesta a tierra.	
4.0 SEGURIDAD Y PROTECCIÓN CONTRA INCENDIOS		
4.1	El local o establecimiento cuenta con señales de seguridad (direccionales de salida, salida, zona segura en caso de sismo, riesgo eléctrico y extintores).	
4.2	El local o establecimiento cuenta como mínimo con un extintor de polvo químico seco de 6kg o al menos un extintor por cada 30 m2 de área. Los extintores se encuentran en buen estado, operativos y con carga vigente.	
4.3	Los objetos, materiales y/o productos están almacenados de forma adecuada y segura (evitando que se caigan) y sin obstruir las vías o rutas de evacuación.	
4.4	Las instalaciones de gas (GLP) que utilizan balones mayores a 25kg, tienen tuberías de cobre y están alejados de interruptores y tomacorrientes. Los balones de gas se ubican en lugares ventilados y alejados de cualquier fuente de calor.	
4.5	Las campanas, filtros y ductos de extracción de humo (chimeneas) se encuentran libres de grasa y en buen estado de conservación y mantenimiento.	

ANEXO 05: Modelo de contrato por inicio de lanzamiento de nueva actividad

Conste por el presente documento el Contrato de Trabajo a plazo fijo bajo la modalidad de “Contrato por inicio o incremento de actividad” que celebran al amparo del Art. 57° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97-TR y normas complementarias, de una parte de la empresa., con R.U.C. N° 20201008901 y domicilio fiscal....., debidamente representada por el señor D.N.I. N°, a quien en adelante se le denominará simplemente EL EMPLEADOR; y de la otra parte; con D.N.I. N°, domiciliado en a quien en adelante se le denominará simplemente EL TRABAJADOR; en los términos y condiciones siguientes:

PRIMERO: EL EMPLEADOR requiere cubrir las necesidades administrativas de la empresa.

SEGUNDO: Por el presente documento EL EMPLEADOR contrata a plazo fijo bajo la modalidad ya indicada, los servicios de EL TRABAJADOR quien desempeñará el cargo....., en relación con las causas objetivas señaladas en la cláusula anterior.

TERCERO: El plazo de duración del presente contrato es de seis meses, y rige desde el 02 de febrero del 2018 fecha en que debe empezar sus labores EL TRABAJADOR hasta el 31 de mayo del 2019, fecha en que termina el contrato.

CUARTO: EL TRABAJADOR estará sujeto a un período de prueba de tres meses, la misma que inicia el 02 de febrero del 2018 y concluye el 31 de mayo del 2019.

QUINTO: EL TRABAJADOR cumplirá el horario de trabajo siguiente: De lunes a viernes de 8:00 horas a 17:00 horas.

SEXTO: EL TRABAJADOR deberá cumplir con las normas propias del Centro de Trabajo, así como las contenidas en el Reglamento interno de Trabajo (en caso cuente con uno debidamente registrado ante la AAT) y en las demás normas laborales, y las que se impartan por necesidades del servicio en ejercicio de las facultades de administración de la empresa, de conformidad con el Art. 9° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97-TR.

SÉPTIMO: EL EMPLEADOR abonará al TRABAJADOR la cantidad de como remuneración mensual, de la cual se deducirá las aportaciones y descuentos por tributos establecidos en la ley que le resulten de aplicación.

OCTAVO: Queda entendido que EL EMPLEADOR no está obligado a dar aviso alguno adicional referente al término del presente contrato, operando su extinción en la fecha de su vencimiento conforme la cláusula tercera, oportunidad en la cual se abonara al TRABAJADOR los beneficios sociales que le pudieran corresponder de acuerdo a ley.

NOVENO: Este contrato queda sujeto a las disposiciones que contiene el TUO del D. Leg. N° 728 aprobado por D. S. N° 003-97-TR Ley de Productividad y Competitividad Laboral, y demás normas legales que lo regulen o que sean dictadas durante la vigencia del contrato. Como muestra de conformidad con todas las cláusulas del presente contrato firman las partes, por triplicado a los días 30 del mes de enero del año 2018.

.....

.....

EL EMPLEADOR

EL TRABAJADOR

ANEXO N° 06: Contrato de trabajo a plazo fijo bajo la modalidad de “contrato intermitente”

Conste por el presente documento el Contrato de Trabajo a plazo fijo bajo la modalidad de “Contrato intermitente”, que celebran al amparo del Art. 64° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97TR y normas complementarias, de una parte SOMBRANDINA PERU S.A.C., con R.U.C. N° 20201008901 y domicilio fiscal en Av. Tacna 815, cercado de Lima - Lima, debidamente representada por el señor, con D.N.I. N°, a quien en adelante se le denominará simplemente EL EMPLEADOR; y de la otra parte, con D.N.I. N°, domiciliado en, a quien en adelante se le denominará simplemente EL TRABAJADOR; en los términos y condiciones siguientes:

PRIMERO: EL EMPLEADOR requiere cubrir las necesidades contables de la empresa.

SEGUNDO: Por el presente documento EL EMPLEADOR, contrata a plazo fijo bajo la modalidad ya indicada, los servicios de EL TRABAJADOR que desempeñará el cargo, en relación con el objeto señalado cláusula anterior.

TERCERO: El presente contrato tiene un plazo de duración de 01 mes, el mismo que regirá a partir del 02 de febrero del 2019 fecha en que EL TRABAJADOR debe empezar sus labores, hasta el 31 de mayo del 2019, fecha en que termina el contrato.

CUARTO: Dada la naturaleza de la contratación y en aplicación del art. 65° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 00397-TR, el EMPLEADOR requerirá de los servicios de EL TRABAJADOR y para el mismo fin durante 01 mes

QUINTO: EL TRABAJADOR cumplirá el horario de trabajo siguiente: El último día lunes del mes de 08: 00 horas a 17: 00 horas.

SEXTO: EL TRABAJADOR deberá cumplir las normas propias del Centro de Trabajo, así como las contenidas en el Reglamento Interno de Trabajo (en caso cuente con uno debidamente registrado ante la AAT) y en las demás normas laborales, y las que se impartan por necesidades del servicio en ejercicio de las facultades de administración de la empresa, de conformidad con el Art.9º de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S .Nº 003-97TR.

SÉPTIMO: EL EMPLEADOR abonará al TRABAJADOR la cantidad de como remuneración mensual..

OCTAVO: Queda entendido que EL EMPLEADOR no está obligado a dar aviso alguno adicional referente al término del presente contrato, operando su extinción en la fecha de su vencimiento conforme la cláusula tercera, oportunidad en la cual se abonará al TRABAJADOR los beneficios sociales que le pudieran corresponder de acuerdo a ley.

NOVENO: Este contrato queda sujeto a las disposiciones que contiene el TUO del D. Leg. Nº 789 aprobado por D. S. Nº 003-97-TR Ley de Productividad y Competitividad Laboral, y demás normas legales que lo regulen o que sean dictadas durante la vigencia del contrato.

Conforme con todas las cláusulas, las partes firman el presente contrato, por triplicado a los 28 días del mes de febrero del año 2019

.....

EL EMPLEADOR

.....

EL TRABAJADOR