



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

**EXPORTACIÓN DE POLOS DE ALGODÓN ORGÁNICO
PARA DAMA SEGÚN TENDENCIA AL MERCADO
DE SAO PAULO-BRASIL**



**PRESENTADO POR
YANIRA PAREDES PANDURO**

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

LIMA - PERÚ

2020



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

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

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



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

**EXPORTACIÓN DE POLOS DE ALGODÓN ORGÁNICO PARA DAMA SEGÚN
TENDENCIA AL MERCADO DE SAO PAULO-BRASIL**

Presentado por:

Bachiller: Yanira Paredes Panduro

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

Lima - Perú

2020

INDICE

1. ESTRUCTURA GENERAL DE MODELO DE NEGOCIO (MODELO CANVAS)	12
2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	13
2.1. Nombre o razón social	13
2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)	13
2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial	14
2.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha	14
2.4.1. Objetivos.....	14
2.4.2. Misión	14
2.4.3. Visión.....	14
2.4.4. Valores	15
2.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características.	15
2.5. Estructura Orgánica	16
2.5.1. Principales funciones del personal	17
2.7. Cuadro de asignación de personal.	18
2.8. Forma Jurídica Empresarial	19
2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI	19
2.10. Requisitos y Trámites Municipales	20
2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades	20
2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).....	20
2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.	21
2.14. Modalidades de Contratos Laborales.	22
2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.	22
3.- PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL.....	24
3.1. Descripción del producto.....	24
3.1.1. Clasificación arancelaria	24
3.1.2. Propuesta de valor.....	24
3.1.3. Ficha técnica comercial	26
3.2. Investigación del Mercado de Objetivo.....	27

3.2.1.	Segmentación de mercado objetivo	29
3.2.2.	Tendencias de consumo	34
3.3.	Análisis de la oferta y la demanda.....	36
3.3.1.	Análisis de la oferta	36
3.3.2.	Análisis de la demanda.....	40
3.4.	Estrategias de Ventas y Distribución	47
3.4.1.	Estrategias de segmentación.....	47
3.4.2.	Estrategias de posicionamiento	48
3.4.3.	Estrategias de distribución	48
3.5.	Estrategias de Promoción	48
3.6.	Tamaño de planta. Factores condicionantes.	49
4.-	PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL	50
4.1.	Envases, empaques y embalajes.....	50
4.2.	Diseño del rotulado y marcado.....	52
4.2.1.	Diseño del rotulado	52
4.2.2.	Diseño del marcado.....	52
4.3.	Unitarización y cubicaje de la carga	53
a.	Contenedores.....	56
b.	Medio de Transporte	56
4.4.	Cadena de DFI de exportación/importación	56
4.4.1.	Procedimientos previos a la exportación	60
4.4.2.	Tramitación Aduanal	60
4.4.3.	Cuando la mercadería llegue al Puerto	60
4.4.4.	Determinación de Agente de Aduana.....	61
4.5.	Seguro de las mercancías.....	61
5.-	PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL.....	62
5.1.	Fijación de precios	62
5.1.1.	Costos y precio	62
5.1.2.	Cotización internacional.....	67
5.2.	Contrato de compra venta internacional (exportaciones/importaciones) y sus documentos	68
5.4.	Determinación del medio de pago y cobro	70
5.5.	Elección del régimen de exportación o de importación.....	72

5.6. Gestión aduanera del comercio internacional.....	72
5.7. Gestión de las operaciones de importación/exportación: Flujo grama	74
5.8. Gestión de las operaciones de producción del bien o servicio a ejecutar: Flujo Grama.....	75
6.- PLAN ECONÓMICO FINANCIERO.....	76
6.1 Inversión Fija.....	76
6.1.1. Activos tangibles	76
6.1.2. Activos intangibles	77
6.2. Capital de Trabajo.....	78
6.3. Inversión Total	81
6.4. Estructura de Inversión y Financiamiento.....	81
6.5. Fuentes financieras y condiciones de crédito	82
6.6. Presupuestos de costos	85
6.7. Punto de equilibrio	89
6.8. Tributación de la Exportación	91
6.9. Presupuesto de ingresos.....	91
6.10. Presupuesto de egresos	92
6.11. Flujo de caja proyectado	95
6.11.1. Flujo de caja económico	95
6.11.2. Flujo de caja financiero	97
6.12. Estado de ganancias y pérdidas	97
6.13. Evaluación de la inversión.....	99
6.13.1. Evaluación económica	99
6.13.2. Evaluación financiera	99
6.13.3. Evaluación social	100
6.13.4. Impacto ambiental.....	101
6.14. Evaluación de costos oportunidad del capital de trabajo	101
6.14.1 Costo de oportunidad.....	101
6.14.2. Costo promedio ponderado de capital.....	102
6.15. Cuadro de riesgo del tipo de cambio	103
7.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	105
7.1. Conclusiones	105
7.2. Recomendaciones.	106

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Codificación internacional (CIIU)	13
Tabla N° 2: Categorización de la Micro, pequeña y mediana empresa.....	15
Tabla N° 3: Remuneración de los Empleados	18
Tabla N° 4: Cuadro de Planilla	18
Tabla N° 5: Participación de accionistas.....	19
Tabla N° 6: Cuadro de Procedimientos para registro de Marca de INDECOPI.....	19
Tabla N° 7: Planilla Electrónica	21
Tabla N° 8: Contratos.....	22
Tabla N° 9: Clasificación Arancelaria	24
Tabla N° 10: Ficha Comercial.....	26
Tabla N° 11: Principales Mercados de Exportación.....	28
Tabla N° 12: Principales Empresas Exportadoras	28
Tabla N° 13: Convenios Internacionales	29
Tabla N° 14: Macro Segmentación.....	29
Tabla N°15: Micro Segmentación	32
Tabla N°16: Población de las principales ciudades de Brasil	33
Tabla N° 17: Esperanza de Vida en Años	34
Tabla N° 18: Distribución de la población por edades en %	34
Tabla N° 19: Paridad del Poder Adquisitivo	35
Tabla N° 20: Gastos de Consumo por Categoría	35
Tabla N° 21: Comportamiento de la producción Nacional de algodón	37
Tabla N° 22: Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú en 2019.....	37
Tabla N° 23: Principales Mercados de Exportación.....	40
Tabla N° 24: Demanda de polos de mujeres hacia Brasil del 2015 - 2019 de la P.A: 6109100039 en unidades	40
Tabla N° 25: Método de Mínimos Cuadrados	41
Tabla N° 26: Determinación del rango de confiabilidad	41
Tabla N° 27: Demanda Proyectada del Mercado en Kilogramos	42

Tabla N° 28: Demanda Proyectada de la empresa en Kilogramos	42
Tabla N° 29: Segmentación del Producto.....	47
Tabla N° 30: Unitarización.....	53
Tabla N° 31: Unitarización de la carga	55
Tabla N° 32: Medidas del Contenedor 20”.....	56
Tabla N° 33: Ventajas y Desventajas del Transporte Marítimo y Aéreo.....	56
Tabla N° 34: Criterios para la elección del proveedor de materia prima y Producción.	59
Tabla N° 35: Matriz de Selección de Proveedor de Materia Prima y Producción.	59
Tabla N° 36: Costo de Producto tercerizado	62
Tabla N° 37: Costos de exportación	63
Tabla N° 38: Costos fijos (expresado en soles)	63
Tabla N° 39: Costos variables	63
Tabla N° 40: Costos totales.....	64
Tabla N° 41: Estructura de precio	64
Tabla N° 42: Precios Fob Unitarios de exportadores peruanos a Brasil	65
Tabla N° 43: Determinación del medio de pago y cobro.....	71
Tabla N° 44: activos tangibles	76
Tabla N° 45: Depreciación de activos tangibles	77
Tabla N° 46: Activos Intangibles.....	78
Tabla N° 47: Amortización de Activos Intangibles	78
Tabla N° 48: Capital de trabajo (Expresado en soles)	79
Tabla N° 49: Inversión Total.....	81
Tabla N° 50: Estructura de la inversión	81
Tabla N° 51: Estructura de financiamiento	82
Tabla N° 52: Tasas de Interés Bancario.....	82
Tabla N° 53: Fuentes financieras y condiciones de crédito (Expresado en Soles)....	83
Tabla N° 54: Flujo de Caja de Deuda (Expresado en soles).....	84
Tabla N° 55: Costo de Producto tercerizado	85
Tabla N° 56: Costos de exportación	86
Tabla N° 57: Materiales indirectos.....	86
Tabla N° 58: Gastos de personal	87
Tabla N° 59: Gastos fijos.....	87

Tabla N° 60: Gastos administrativos	88
Tabla N° 61: Gasto de ventas	88
Tabla N° 62: Costos fijos (expresado en soles)	89
Tabla N° 63: Costos variables	89
Tabla N° 64: Costos totales.....	89
Tabla N° 65: Estructura de precio	89
Tabla N° 66: Ventas en los próximos años.....	91
Tabla N° 67: Saldo a favor del exportador.....	91
Tabla N° 68: Tasa de inflación proyectada del año 2020 al 2025	92
Tabla N° 69: Costos variables	92
Tabla N° 70: Presupuesto proyectado de materiales indirectos.....	93
Tabla N° 71: Presupuesto proyectado de gastos de personal	93
Tabla N° 72: Presupuesto proyectado de gastos fijos	94
Tabla N° 73: Presupuesto proyectado de gastos administrativos	94
Tabla N° 74: Presupuesto proyectado de gastos de ventas	95
Tabla N° 75: Flujo de caja económico	96
Tabla N° 76: Flujo de caja financiero.....	97
Tabla N° 77: Estado de ganancias y pérdidas financiero.....	97
Tabla N° 78: Resultados económicos.....	99
Tabla N° 79: Periodo de recuperación económica.....	99
Tabla N° 80: Resultados financieros	99
Tabla N° 81: Periodo de recuperación financiera	100
Tabla N° 82: Aporte propio.....	101
Tabla N° 83: Cálculo del costo de oportunidad.....	102
Tabla N° 84: Costo Promedio ponderado de Capital	102
Tabla N° 85: Análisis de sensibilidad con tipo de cambio	103

INDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Organigrama Vertical de Innova P&P Exportaciones S.A.C	16
Figura N° 2: Propuesta de Valor.....	25
Figura N° 3: Sexo del Consumidor Potencial.....	43
Figura N° 4: Edad del Consumidor Potencial	43
Figura N° 5: Frecuencia de Consumo del Consumidor Potencial	44
Figura N° 6: Características que Influyen en la Compra	44
Figura N° 7: Contribución al Medio Ambiente	45
Figura N° 8: Aceptación del Valor Agregado	45
Figura N° 9: Aceptación del Envase del Producto	46
Figura N° 10: Aceptación de Costo de Producto	46
Figura N° 11: Frecuencia de Compra	47
Figura N° 12: Esquema de Operatividad de la empresa.....	49
Figura N° 13: Envase del producto.....	50
Figura N° 14: Embalaje del producto.....	51
Figura N° 15: Modelo del diseño del mercado	52
Figura N° 16: Pictogramas	53
Figura N° 18 Elección y aplicación del Incoterm.....	70
Figura N° 19 Medio de Pago Internacional	71
Figura N° 20 Proceso de Exportación Definitiva	74
Figura N° 21 Proceso de Producción	75

ANEXOS

Anexo N° 1: Contrato de Compraventa Internacional	107
Anexo N° 2: Commercial Invoice	115
Anexo N° 3: Packing List	116

DEDICADO A:

Dios y a mi familia por todo el apoyo que me han brindado en este camino.

RESUMEN

La industria textil es considerada una de las más contaminantes al nivel mundial, es por ello que con más frecuencia se procura construir una industria sostenible; el algodón orgánico es un punto importante para llegar a la sostenibilidad textil. El Perú se ubica como el octavo productor orgánico a nivel mundial, con un gran potencial para posicionarse como un centro de producción de prendas orgánicas. (Diario Gestión, 2013).

En el presente plan de negocios se plantea la exportación de polos de algodón orgánico para mujeres al mercado de Sao Paulo – Brasil.

En el segundo capítulo, se presenta la constitución de la empresa con todos los requisitos municipales, legales, jurídicos, tributarios y laborales.

En el tercer capítulo podemos encontrar la descripción detallada del producto, la investigación de mercado y el análisis de la oferta y la demanda, además, se presenta las estrategias de promoción y distribución.

En el cuarto capítulo, se describe el envase y embalaje a utilizar, el diseño de rotulado, la unitarización y todo lo concerniente a la distribución física internacional. Luego, en el capítulo cuatro, se analizarán las estrategias de fijación de precios y la cotización internacional.

Finalmente, en el sexto capítulo, se presenta la parte financiera del proyecto, el capital de trabajo necesario para iniciar el proyecto y la estructura de financiamiento, podemos observar en la evaluación económica y financiera se observa que el proyecto es rentable.

1. ESTRUCTURA GENERAL DE MODELO DE NEGOCIO (MODELO CANVAS)

<p>SOCIOS CLAVES:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proveedor de telas de algodón orgánico. - Talleres especiales de confección. (Centro comercial de Gamarra). - Distribuidor en Sao Paulo – Brasil. 	<p>ACTIVIDADES CLAVES:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tercerizar Producción y diseño de polos de algodón orgánico para mujeres. - Identificar proveedores. - Contacto con distribuidor en Sao Paulo – Brasil. - Marketing virtual. 	<p>PROPUESTA DE VALOR:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Polos con diseños en tendencia para mujeres de calidad y con sostenibilidad ambiental a base de algodón orgánico. - Empaques con diseños estéticos, funcionales y biodegradables. - Producción sostenible con el ambiente. 	<p>RELACION CON LOS CLIENTES:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trato eficaz y rápido a través de merchandising. - Canales de servicio de post-venta. Páginas del distribuidor. - Plataformas virtuales: Facebook, Instagram y pagina web. 	<p>SEGMENTOS DE CLIENTES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mujeres de edades entre los 25 a 35 años. - Estudiantes y profesionales económicamente acticas.
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Costos de constitución de empresas. - Costos de producción y almacenamiento (áreas tercerizadas). - Costos de distribución y embarque. - Costos de publicidad (redes sociales) 		<p>ESTRUCTURAS DE INGRESOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Venta de polos de algodón orgánico para segmento mujer. (Diseño A, Diseño B y Diseño C). 		

2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1. Nombre o razón social

La razón social elegida para el presente plan de negocio es “Innova Textil P&P S.A.C.”, se ha tomado en cuenta la idea innovadora del negocio además de las iniciales de los apellidos de los socios.

El nombre comercial con el cual se identificará la empresa es “Bio Cotton Love” por estar relacionado a un término sostenible con el ambiente.

Esta empresa es una sociedad de capitales de 2 socios y el nombre fue decidido por los mismos, las responsabilidades y obligaciones de la sociedad de los socios se limita de acuerdo al monto del aporte al capital dado por cada uno.

2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

Según el INEI, la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) es un sistema de clasificación mediante códigos de las actividades económicas por procesos productivos. Tiene como principal propósito brindar y ser un instrumento para elaborar datos y estadísticas para cada uno de los sectores económicos y poder compararse a nivel internacional.

La actividad económica de esta empresa es la exportación de prendas de polos a base de algodón orgánico, en tal sentido, la actividad económica de la empresa se podrá clasificar de la siguiente manera:

Tabla N° 1: Codificación internacional (CIIU)

	Descripción
Sección G	Comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas.
División 46	Comercio al por mayor, excepto el de los vehículos automotores y motocicletas.
Grupo 464	Venta al por mayor de enseres domésticos.

Fuente: INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática)

2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

De acuerdo al core business, al inicio de la empresa no se contara con locales administrativos en físico pero si se contara con un local para almacenaje, el cual será tercerizado y se tomara en cuenta el espacio ubicado estratégicamente para el eficaz funcionamiento de las actividades de la empresa, considerando diversos factores como la cercanía a los proveedores y a los socios de la empresa, se consideró que lo correcto sería estar localizados en el distrito de la Victoria, en específico en el emporio comercial de Gamarra. Para la fabricación de las prendas se tercerizará tanto la producción para la reducción de costos, se espera poder tener un local administrativo al año de funcionamiento de la empresa.

2.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha

Los objetivos, misión, visión servirán de lineamiento en el funcionamiento de la empresa:

2.4.1. Objetivos

Crear una empresa como exportadora de polos de algodón orgánico, la cual cubrirá el mercado internacional (Brasil) con prendas altamente de calidad y certificaciones que lo respaldan, precios competitivos y entrega oportuna.

2.4.2. Misión

La misión de Innova Textil P&P S.A.C. es ofrecer a sus clientes prendas de algodón orgánico de alta calidad, antialérgicas y amigables con el medio ambiente.

2.4.3. Visión

La visión de la empresa es convertirse en los próximos 5 años en la empresa líder en la exportación de prendas a base de algodón orgánico del Perú.

2.4.4. Valores

- Ser consciente del desarrollo sostenible.
- Compromiso y Creatividad.
- Responsabilidad.
- Puntualidad.

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

Por las características del presente proyecto y basándonos en la nueva Ley MIPYME N° 30056, que busca facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento de las empresas, se mostrará la categorización de la Micro, pequeña y mediana empresa de acuerdo a sus ventas anuales:

Tabla N° 2: Categorización de la Micro, pequeña y mediana empresa

	Venta anual	MONTOS, siendo la UIT s/. 4050.00 nuevos soles
Microempresa	Hasta el monto máximo de 150 UIT.	Hasta S/. 607 500.00 nuevos soles en ventas anuales.
Pequeña empresa	Ventas anuales superiores a 150 UIT hasta 1700 UIT.	Que no superen los S/. 6 885 000.00 nuevos soles en ventas anuales.
Mediana empresa	Ventas anuales superiores a 170 UIT hasta 2300 UIT.	Que no superen los S/. 9 315 000.00 nuevos soles en ventas anuales.

Fuente: (MINTRA, 2006). Elaboración propia

Teniendo en cuenta esta información y considerando que la empresa Innova Textil P&P S.A.C. exportará prendas de vestir al mercado internacional, podemos decir

que iniciará sus operaciones siendo una microempresa, cambiando la situación en el mediano plazo de acuerdo a las estrategias que se plantearan para aumentar las ventas.

2.5. Estructura Orgánica

El plan de negocio que se acogerá la empresa Innova textil P&P S.A.C. será una estructura lineal. La organización lineal de una empresa tiene como característica primordial enfocar la responsabilidad y la toma de decisiones en una sola persona para el buen funcionamiento de la empresa. En el caso de la empresa, la persona que tomará todas las decisiones y responsabilidades de la empresa será el gerente general.

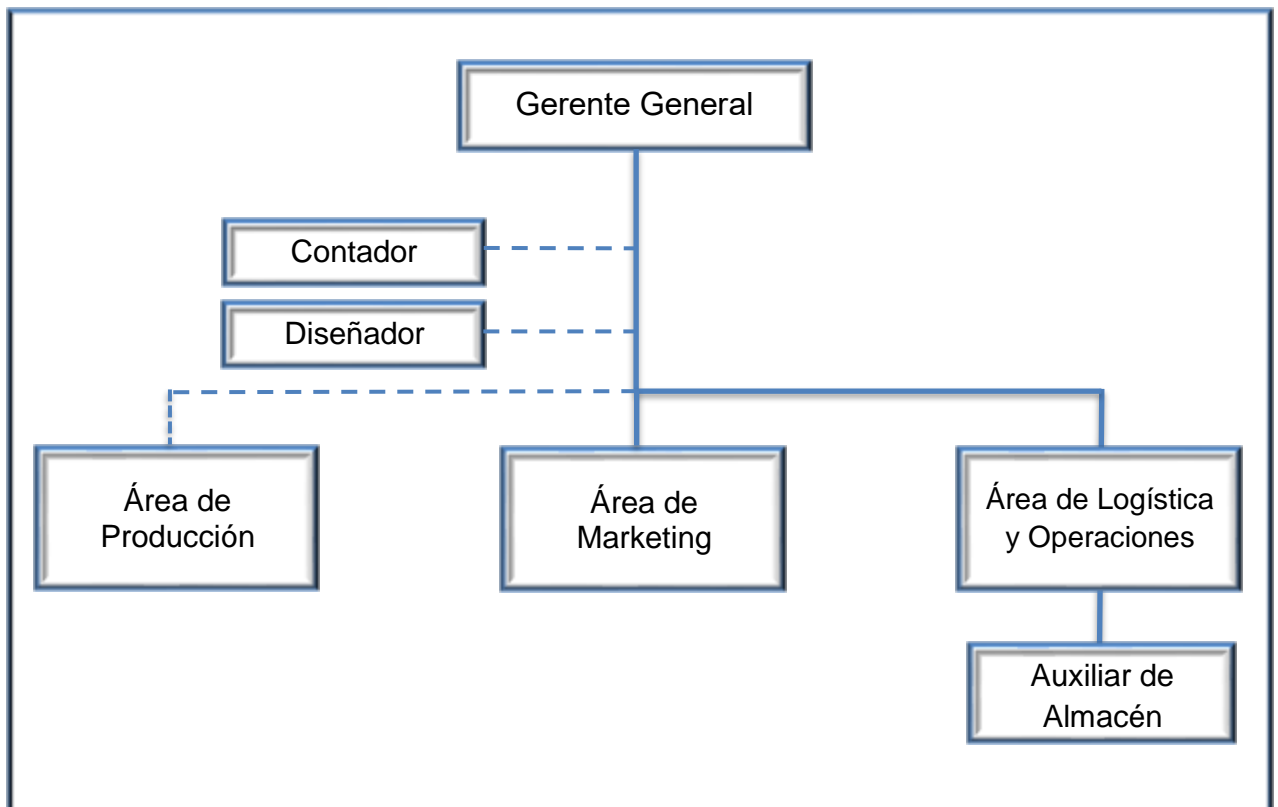


Figura N° 1: Organigrama Vertical de Innova P&P Exportaciones S.A.C.

Fuente: Elaboración propia.

2.5.1. Principales funciones del personal

- Gerente General: Será el encargado y representante legal de la empresa Innova Textil P&P S.A.C., teniendo como funciones principales el planeamiento estratégico y mejora continua de las áreas de la empresa.
- Jefe de Marketing: Será el encargado de la acción comercial, además de las estrategias de marketing para lograr el incremento de las ventas, contra restar a la competencia y satisfacer las necesidades del cliente con las diversas situaciones que se puedan presentar.
- Jefe de operaciones y logística: Será el encargado de la gestión y planificación de compras de los productos, así como la coordinación de la exportación de los mismos.
- Auxiliar de Logística: Será el encargado de la gestión de stocks e inventarios, del manejo y control de colocación e inventario diario, además de la recepción y despacho de mercadería.

Servicio de terceros:

- Jefe de producción: Será el encargado para la producción de las prendas de vestir.
- Contabilidad (Contador externo): Encargado de los registros contables, planilla, estados financieros y declaraciones ante Sunat, esta área será tercerizada
- Diseñador: Será la encargada de los diseños exclusivos de las prendas de vestir.

El área de producción será tercerizada por confeccionistas del emporio comercial de Gamarra, así mismo será tercerizado el almacenaje de estas prendas a confeccionar.

2.7. Cuadro de asignación de personal.

En las siguientes tablas se muestra la distribución de sueldos y beneficios sociales que tendrá cada cargo, así como el costo anual que significa cada trabajador para la empresa.

Tabla N° 3: Remuneración de los Empleados

Cargos	Remuneraciones Mensuales
Gerente General	S/. 2000.00
Jefe de Logística y Operaciones	S/. 1500.00
Jefe de Marketing	S/. 1500.00
Auxiliar de Almacén	S/. 930.00

Fuente: Elaboración Propia.

Asimismo, se debe tomar en cuenta que el área contable, diseño y producción serán tercerizadas por lo que los pagos serán por recibos de honorarios.

Planilla de sueldos: INNOVA TEXTIL P&P S.A.C al pertenecer a la microempresa cuenta con diferentes beneficios laborales.

Tabla N° 4: Cuadro de Planilla

Descripción	N°	Remuneración	Pago mensual	Pago anual	Vacaciones	Sub total	SIS	Total anual
Gerente General	1	S/2,000.00	S/2,000.00	S/23,000.00	S/1,000.00	S/24,000.00	S/180.00	S/24,180.00
Jefe de logística y operaciones	1	S/1,500.00	S/1,500.00	S/17,250.00	S/750.00	S/18,000.00	S/180.00	S/18,180.00
Jefe de marketing	1	S/1,500.00	S/1,500.00	S/17,250.00	S/750.00	S/18,000.00	S/180.00	S/18,180.00
Auxiliar de almacén	1	S/930.00	S/930.00	S/10,695.00	S/465.00	S/11,160.00	S/180.00	S/11,340.00
Total	4							S/71,880.00

Fuente: Elaboración propia.

2.8. Forma Jurídica Empresarial

La empresa “Innova Textil P&P S.A.C.” se constituirá bajo la modalidad de persona jurídica denominada Sociedad Anónima Cerrada (SAC) dado que las características de esta sociedad se asemejan más a las de la empresa.

A continuación, se detallará la participación de los accionistas en cuanto a obligaciones y limitaciones dentro de la empresa.

Tabla N° 5: Participación de accionistas

N°	Accionistas	Participación
1	Accionista 1	70%
2	Accionista 2	30%

Fuente: Elaboración propia.

2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

Las prendas se venderán con marca propia “Bio Cotton”, ya que es vital la diferenciación del producto dentro del mercado, para lo cual se realizarán todos los trámites pertinentes para el registro de marca en INDECOPI.

Tabla N° 6: Cuadro de Procedimientos para registro de Marca de INDECOPI

REQUISITOS PARA REGISTRO DE MARCAS O SIGNOS DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS	
1	Presentar 3 juegos de formatos de solicitud (dos para la autoridad y 1 para el administrador).
2	Especificar los datos del solicitante como el RUC, etc.
3	Indicar el domicilio para el envío de las notificaciones.
4	Indicar el domicilio para el envío de las notificaciones.

5 Adjuntar la constancia del pago realizado que es equivalente al 13. 90% UIT, este pago puede realizarse en el Banco de la Nación.

Fuente: INDECOPI). Elaboración propia

2.10. Requisitos y Trámites Municipales

Al no contar con oficinas administrativas no se requerirá de permisos para funcionamiento, además el local de almacenamiento será tercerizado por lo tanto tampoco se necesitarán realizar trámites municipales.

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

En cuanto a la obtención del RUC, la empresa “Innova P&P exportaciones S.A.C.” deberá acudir a la Sunat para la obtención de RUC (Registro único del contribuyente), como Persona Jurídica con esto podremos realizar todas nuestras actividades formalmente y para ello debemos presentar la siguiente documentación:

- 1) DNI del representante legal
- 2) Presentar una ficha o partida electrónica certificada por Registros Públicos, con una antigüedad no mayor a treinta (30) días calendario.

2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).

La Planilla Electrónica (PLAME) es el documento informático desarrollado por la SUNAT donde se puede encontrar la información de todos los empleados de una empresa, los pagos mensuales y conceptos tributarios. (SUNAT, 2011)

Por ende, “Innova P&P exportaciones S.A.C.” registrara toda la información laboral de sus empleadores en el PLAME.

Tabla N° 7: Planilla Electrónica

Planilla electrónica	Descripción	Descripción	Medio de acceso
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 a la Sunat Operaciones en Línea.

Fuente: SUNAT

2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.

La empresa “Innova Textil P&P S.A.C.” al ser una microempresa, se registrará bajo el régimen especial laboral de REMYPE (Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa), y de acuerdo a Sunat los requisitos para inscribirse a REMYPE son los siguientes:

- RUC vigente.
- Tener el Usuario y Clave SOL.
- Tener como mínimo un trabajador
- No pertenecer al rubro de bares, discotecas, casinos y juegos de azar.

La inscripción será vía electrónica a través del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

2.14. Modalidades de Contratos Laborales.

La empresa “Innova P&P exportaciones S.A.C.” por ser una nueva empresa contará con las siguientes modalidades de contratos.

Tabla N° 8: Contratos

Cargo	Tipo de contrato
Gerente General	A plazo indefinido
Jefe de Logística y Operaciones	A plazo fijo por inicio de actividades
Jefe de Marketing	A plazo fijo por inicio de actividades
Auxiliar de Almacén	A plazo fijo por inicio de actividades

Fuente: Elaboración propia.

2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.

La empresa “Innova P&P exportaciones S.A.C.”, estará contando con los siguientes tipos de contratos:

- Compra venta Internacional.
- Contrato de Trabajo.
- Contrato de arrendamiento.
- Contrato para solicitud para préstamo.

Las responsabilidades de los directores y gerentes de sociedades se deben analizar en función de lo previsto en la Ley General de Sociedades; el Código Civil, el Código Tributario y el Código Penal.

RESPONSABILIDAD CIVIL DE LOS ACCIONISTAS

Los directores responden, ilimitada y solidariamente, ante la sociedad, los accionistas y los terceros por los daños y perjuicios que causen por los acuerdos o

actos contrarios a la ley, al estatuto o por los realizados con dolo, abuso de facultades o negligencia grave.

Es responsabilidad del directorio el cumplimiento de los acuerdos de la junta general, salvo que esta disponga algo distinto para determinados casos particulares.

RESPONSABILIDAD PENAL

El Código Penal tipifica varios delitos vinculados a las funciones de los miembros del directorio. Así, tenemos los artículos 198º, 198º-A y 199º, referidos a los delitos de fraude en la administración de personas jurídicas y la contabilidad paralela. Asimismo, existe otra figura penal en la que los miembros del directorio pueden incurrir y es la tipificada en el artículo 247º del Código Penal, referido al delito de financiamiento por medio de información fraudulenta.

3.- PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

EXPORTACION

3.1. Descripción del producto

El producto a exportar son polos producidos con fibras de algodón orgánico, con diseños llamativos en tendencia, de alta calidad, sumamente cómodos y versatilidad para la mujer y hombre contemporáneo con empaques reutilizables y biodegradables teniendo como eje principal la sostenibilidad ambiental.

3.1.1. Clasificación arancelaria

En el siguiente cuadro se muestra la clasificación arancelaria de polos de algodón orgánico.

Tabla N° 9: Clasificación Arancelaria

Sección	XI MATERIAS TEXTILES Y SUS MANUFACTURAS	
Capítulo	61	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto.
Partida del Sistema Amortizado	61.09	T-shirts y camisetas interiores, de punto.
Subpartida del Sistema Amortizado	6109. 10	
Subpartida NANDINA	6109.10.00	De algodón: “t-shirt” para hombres o mujeres.
Subpartida Nacional	6109.10.00.39	Los demás.

Fuente: (SUNAT, 2020). Elaboración propia

3.1.2. Propuesta de valor

El valor agregado de los polos de algodón orgánico es la moda sostenible. Actualmente, las personas alrededor del mundo han tomado consciencia sobre el impacto de sus acciones y decisiones de compra en el medio ambiente, por ello los productos ecológicos se han convertido en una importante alternativa que genera mucho valor para el consumidor final.

Además, estos polos de algodón orgánico son más agradables al contacto con la piel, generando una sensación de suavidad mayor a comparación de otras prendas de algodón con producción convencional, por otro lado, son prendas que pueden usar personas con problemas de dermatitis, ya que son hipoalergénicos.



Figura N° 2: Propuesta de Valor

Fuente: Elaboración propia

Presentación del empaque del producto:



Diseños de los polos para Mujeres:

Modelo A



Modelo B



Modelo C



3.1.3. Ficha técnica comercial

Tabla N° 10: Ficha Comercial

POLOS DE ALGODÓN ORGÁNICO		
Partida	Descripción	
6109.10.00.39	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto	
Presentación del producto:		
		
Diseños de los polos para Mujeres:		
Modelo A	Modelo B	Modelo C
		
Nombre Comercial: Bio Cotton Love		
Descripción: polos producidos con fibras de algodón orgánico, con diseños llamativos con tendencia, de alta calidad y versatilidad para la		

mujer contemporánea con empaques reutilizables y biodegradables teniendo como eje principal la sostenibilidad ambiental.
Características: Colores multicolores, tipo de tejido tela de algodón orgánico. Medidas: 50cmx65cm
Insumos: 100% Algodón orgánico.
Empaque: Empaque primario: Envase de cartón reciclado y biodegradable. Empaque Secundario: Cajas de cartón corrugado.
Modo de envío: Transporte marítimo Unidades por caja: 36 unidades Peso por unidad: 200gr Contenedor: 20pies

Fuente: Elaboración propia

3.2. Investigación del Mercado de Objetivo

Promperu (2017) indica que:

La República Federal de Brasil, el país de mayor extensión de Sudamérica con una superficie de 8, 514,877 kilómetros cuadrados, se encuentra delimitado por todos los países del subcontinente a excepción de Chile y Ecuador, y sus costas son bañadas por el Océano Atlántico. El país es miembro activo del Mercado Común del Sur (Mercosur), de la Organización de la Naciones Unidas (ONU), la Organización de Estados Americanos (OEA), la Unión de Naciones Sudamericanas (Unasur) y del grupo de potencias económicas emergentes (G5). Se encuentra dividido en cinco regiones geográficas que a su vez, se subdivide en veintiséis estados y en 5565 municipios. Las regiones que componen el territorio marroquí son Centro-Oeste, Nordeste, Norte, Sudeste y Sur. A nivel mundial, es el sexto país más poblado por detrás de China, India, Estados Unidos, Indonesia y Pakistán, con poco más de 198.7 millones de habitantes. (Pag. 3)

Principales Mercados de exportación: El mercado de Brasil se encuentra en el segundo lugar con un alto porcentaje de exportación de polos de algodón peruano.

Tabla N° 11: Principales Mercados de Exportación

Mercado	%Var 19-18	%Part. 19	FOB-19 (miles US\$)
Estados Unidos	-2%	64%	80,694.45
Brasil	6%	11%	14,491.58
Alemania	-22%	5%	5,933.95
Italia	21%	2%	3,018.15
Francia	63%	2%	2,591.90
Hong Kong	14%	2%	2,503.01
Chile	42%	2%	2,185.90
Canadá	-30%	2%	2,049.91
Argentina	-48%	2%	1,989.04
Otros Países (53)	--	8%	10,622.81

Fuente: SUNAT (2019)

Principales Mercados de exportación: El mercado de Brasil se encuentra en el segundo lugar con un alto porcentaje de exportación de polos de algodón peruano.

Tabla N° 12: Principales Empresas Exportadoras

Empresa	%Var 19-18	%Part. 19
TOPY TOP S A	-28%	16%
COTTON KNIT S.A.C.	19%	15%
TEXTILES CAMONES S.A.	-9%	12%
HILANDERIA DE ALGODON PERUANO S.A.	-18%	8%
PRECOTEX S.A.C.	-9%	7%
DEVANLAY PERU S.A.C.	0%	6%
CONFECCIONES TEXTIMAX S A	-14%	5%
CORPORACION ALL COTTON S.A.C.	4%	2%
INDUSTRIA TEXTIL DEL PACIFICO S.A.	-29%	2%
Otras Empresas (438)	--	16%

Fuente: SUNAT (2019)

Principales empresas de exportación: Se presenta el listado de las principales empresas peruanas que exportan al mercado de Brasil de la partida arancelaria número 6109100039, en primer lugar se encuentra la empresa Topy Top S.A.

Tabla N° 13: Convenios Internacionales

CONVENIOS INTERNACIONALES								
SECCION	XI:MATERIAS TEXTILES Y SUS MANUFACTURAS							
CAPITULO	61:Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto							
61.09	T-shirts y camisetas interiores, de punto.							
PAIS	CONVENIO INTERNACIONAL	P.NALADISA	T.MARGEN	FECHA DE VIGENCIA	APLICACION	ARANCEL BASE	PORCENTAJE LIBERADO O MARGEN PORCENTUAL	OBSERVACION
BRASIL	358 - ALADI, ACE 58 PERU - ARGENTINA, BRASIL, URUGUAY Y PARAG	61091000		01/01/2011 - 31/12/9999	ALADI-Verificación Nandina,Naladisa y T.Margen	---	100%	

Fuente: (Aduanet.gob.pe). Elaboración propia.

Se pudo observar que se cuenta con un Tratado Internacional ALADI lo cual el arancel esta liberada al 100%, además, el producto no cuenta con ninguna restricción para ingresar a Brasil.

3.2.1. Segmentación de mercado objetivo

3.2.1.1. Macro segmentación:

En la siguiente tabla se presentará la comparación de datos macroeconómicos de tres distintos países como Brasil, EE.UU., y Alemania, donde se expondrán datos importantes de los mercados más atractivos para nuestro producto.

Tabla N° 14: Macro Segmentación

BRASIL	EE.UU.	ALEMANIA
		

<u>Indicadores Demográficos</u>	<u>Indicadores Demográficos</u>	<u>Indicadores Demográficos</u>
Población	Población	Población
211,715,973 (Julio de 2020 est.)	332,639,102 (Julio de 2020 est.)	80,159,662 (Julio de 2020 est.)
Estructura de edad	Estructura por edades	Estructura de edad
0-14 años: 21,11% (hombres 22,790,634 / mujeres 21,907,018) 15-24 años: 16,06% (hombres 17.254.363 / mujeres 16.750.581) 25-54 años: 43,83% (hombres 46.070.240 / mujeres 46.729.640) 55-64 años: 9,78% (hombres 9.802.995 / mujeres 10.911.140) 65 años y más: 9,21% (hombres 8,323,344 / mujeres 11,176,018) (2020 est.)	0-14 años: 18,46% (hombres 31.374.555 / mujeres 30.034.371) 15-24 años: 12,91% (hombres 21,931,368 / mujeres 21,006,463) 25-54 años: 38,92% (hombres 64,893,670 / mujeres 64,564,565) 55-64 años: 12,86% (hombres 20,690,736 / mujeres 22,091,808) 65 años y más: 16,85% (hombres 25,014,147 / mujeres 31,037,419) (2020 est.)	0-14 años: 12,89% (hombres 5.302.850 / mujeres 5.025.863) 15-24 años: 9,81% (hombres 4.012.412 / mujeres 3.854.471) 25-54 años: 38,58% (hombres 15,553,328 / mujeres 15,370,417) 55-64 años: 15,74% (hombres 6.297.886 / mujeres 6.316.024) 65 años y más: 22,99% (hombres 8.148.873 / mujeres 10.277.538) (2020 est.)
Principales áreas urbanas - población	Principales áreas urbanas - población	Principales áreas urbanas - población
22.043 millones Sao Paulo, 13.458 millones Río de Janeiro, 6.084 millones Belo Horizonte, 4.646 millones BRASILIA (capital), 4.137 millones Porto Alegre, 4.127 millones Recife (2020)	18.804 millones Nueva York-Newark, 12.447 millones Los Ángeles-Long Beach-Santa Ana, 8.865 millones Chicago, 6.371 millones Houston, 6.301 millones Dallas-Fort Worth, 5.322 millones WASHINGTON, DC (capital) (2020)	3.562 millones BERLÍN (capital), 1.790 millones Hamburgo, 1.538 millones Munich, 1.119 millones Colonia (2020)
<u>Indicadores económicos</u>	<u>Indicadores económicos</u>	<u>Indicadores económicos</u>
PIB (paridad del poder adquisitivo)	PIB (paridad del poder adquisitivo)	PIB (paridad de poder adquisitivo)
\$ 3.248 billones (2017 est.) \$ 3.216 billones (2016 est.) \$ 3.332 billones (2015 est.) nota: los datos están en dólares de 2017	\$ 19,49 billones (2017 est.) \$ 19,06 billones (2016 est.) \$ 18,77 billones (2015 est.) nota: los datos están en dólares de 2017	\$ 4.199 billones (2017 est.) \$ 4.099 billones (2016 est.) \$ 4.012 billones (2015 est.)

		nota: los datos están en dólares de 2017
PIB - per cápita (PPA)	PIB - per cápita (PPA)	PIB - per cápita (PPP)
\$ 15,600 (2017 est.) \$ 15,600 (2016 est.) \$ 16,300 (2015 est.) nota: los datos están en dólares de 2017	\$ 59,800 (2017 est.) \$ 58,900 (2016 est.) \$ 58.400 (2015 est.) nota: los datos están en dólares de 2017	\$ 50,800 (2017 est.) \$ 49,800 (2016 est.) \$ 49,100 (2015 est.) nota: los datos están en dólares de 2017
Tasa de inflación (precios al consumidor)	Tasa de inflación (precios al consumidor)	Tasa de inflación (precios al consumidor)
3,4% (2017 est.) 8,7% (2016 est.)	2,1% (2017 est.) 1,3% (2016 est.)	1,7% (2017 est.) 0,4% (2016 est.)
Tasa de desempleo	Tasa de desempleo:	Tasa de desempleo
12,8% (2017 est.) 11,3% (2016 est.)	4,4% (2017 est.) 4,9% (2016 est.)	3,8% (2017 est.) 4,2% (2016 est.)
<u>Indicadores comerciales</u>	<u>Indicadores comerciales</u>	<u>Indicadores comerciales</u>
Riesgo país (S&P)	Riesgo país (S&P)	Riesgo país (S&P)
VAR%: 1,30	VAR%: 1,30	VAR%: 1,60
Acuerdos internacionales	Acuerdos internacionales	Acuerdos internacionales
ALADI-Asociación Latinoamericana de Integración	TLC Perú - USA	TLC Perú-Unión Europea
<u>Indicadores culturales</u>	<u>Indicadores culturales</u>	<u>Indicadores culturales</u>
Idiomas	Idiomas	Idiomas
Portugués (idioma oficial y más hablado)	Inglés solamente 78,2%, español 13,4%, chino 1,1%, otro 7,3% (est. 2017)	Alemán (oficial)
Tendencia	Tendencia	Tendencia
Ecológica, Calidad, artesanal y variedad	Ecológica, Calidad y artesanal	Ecológica y calidad.

Fuente: (THE WORLD FACTBOOK, 2016). Elaboración propia

La presente tabla detalla los datos más relevantes de los países de Brasil, Estados Unidos y Alemania habiendo identificado factores demográficos, económicos, comerciales y culturales de cada país. Considero que Brasil es un país que indica mayor facilidad de negocio y tiene mayor porcentaje del segmento de población a la cual va dirigida el producto.

3.2.1.2. Micro segmentación:

Para la micro segmentación se consideraron datos importantes como el perfil del consumidor de Sao Paulo – Brasil, distribución de la población por sexo, edades y esperanza de vida.

A continuación, se presenta datos de la población de Brasil.

Tabla N°15: Micro Segmentación

Perfil del consumidor
La población en cifras
Población total:
211.049.527
Población urbana:
86,8%
Población rural:
13,2%
Densidad de la población:
25 hab./km ²
Población masculina (en %):
49,3%
Población femenina (en %):
50,8%
Crecimiento natural:
0,75%
Edad media:
27,0
Orígenes étnicos:
Según el IBGE (Instituto Brasileño de la Geografía y Estadística), menos del 48% de la población brasileña es de origen europeo. Alrededor del 43% de la población es de origen mestizo, 8% es de origen africano, y menos del 2% tienen otras raíces étnicas, como indias, árabes, y japonesas.

Fuente: Citypopulation.de, 2015 - Últimos datos disponibles.

3.2.1.3. Población de principales áreas metropolitanas:

Podemos observar que el mayor número de población se da en la ciudad de Sao Paulo, es por ello que se eligió dicha ciudad para poder la exportación de polos de algodón orgánico.

Tabla N°16: Población de las principales ciudades de Brasil

Nombre	Población
São Paulo	21.090.791
Río de Janeiro	12.166.798
Belo Horizonte	5.813.410
Brasilia	4.201.737
Porto Alegre	4.179.197
Salvador	3.953.288
Recife	3.914.317
Fortaleza	3.852.705
Curitiba	3.449.491
Campinas	3.081.247
Goiânia	2.421.831
Manaos	2.403.986
Belém	2.212.653
Grande Vitória	1.910.101
Santos	1.797.500

Fuente: Citypopulation.de, 2015 - Últimos datos disponibles.

3.2.1.4. Edad de la Población

Podemos observar que la esperanza de vida de mujeres es de 79.4 años y hombres es de 72 años.

Tabla N° 17: Esperanza de Vida en Años

Esperanza de vida en años	
Hombre:	72,0
Mujer:	79,4

Fuente: Banco Mundial, últimos datos disponibles., 2009.

3.2.1.5 Distribución de la población por edades en %

Podemos observar en el siguiente cuadro que el mayor rango de edades de 25 años a 69 años es mayor con un porcentaje de 52.7%, siendo este un dato relevante para la exportación de nuestros productos, ya que es nuestro segmento seleccionado.

Tabla N° 18: Distribución de la población por edades en %

Distribución de la población por edades en %	
Menos de 5 años:	7,8%
De 5 a 14 años:	17,7%
De 15 a 24 años:	17,3%
De 25 a 69 años:	52,7%
Más de 70 años:	4,5%
Más de 80 años:	1,5%

Fuente: Source: Naciones Unidas, Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, División de Población, Perspectivas 2010.

3.2.2. Tendencias de consumo

A continuación, se presentan datos relevantes para para evaluar a tendencia de consumo del comprador potencial, como el poder adquisitivo que tiene el consumidor potencial.

Tabla N° 19: Paridad del Poder Adquisitivo

Paridad del poder adquisitivo	2017	2018	2019	2020 (e)	2021 (e)
Paridad del poder adquisitivo (<i>Unidad monetaria local por USD</i>)	2,02	2,03	2,08	2,13	2,17

Fuente: IMF – World Economic Outlook Database, 2015

La paridad de poder adquisitivo es el número de unidades de moneda de un país requeridas para comprar las mismas cantidades de bienes y servicios en el mercado interior que los USD comprarían en los Estados Unidos.

Tabla N° 20: Gastos de Consumo por Categoría

Gastos de consumo por categoría de productos en % de los gastos totales	
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	24,2%
Alimentos y bebidas no alcohólicas	17,7%
Bienes y servicios varios	9,2%
Muebles, equipamiento del hogar y mantenimiento de rutina del hogar	9,2%
Transporte	8,9%
Salud	7,2%
Restaurante y hoteles	6,1%
Vetimenta y calzado	6,0%
Comunicación	5,1%
Educación	2,8%
Bebidas alcohólicas, tabaco y narcóticos	2,6%

Gastos de consumo por categoría de productos en % de los gastos totales	
Ocio y cultura	0,9%

Fuente: IMF – World Economic Outlook Database, 2015

Podemos observar, que el consumidor invierte el 6 % en vestimenta y calzado.

3.3. Análisis de la oferta y la demanda

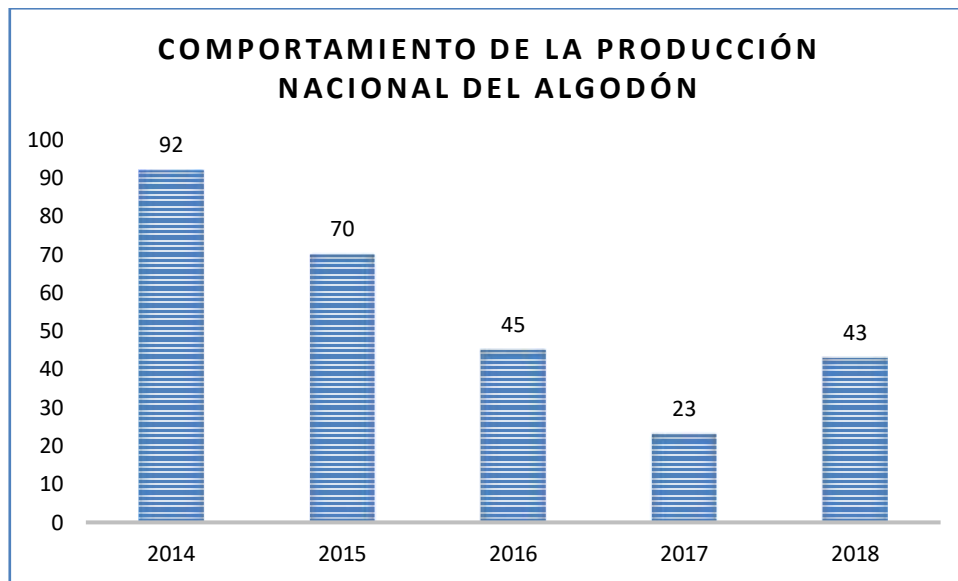
3.3.1. Análisis de la oferta

Esta industria del sector textil se ha posesionado como uno de los sectores principales de desarrollo de la economía nacional, al registrar importantes niveles de crecimiento y desarrollo durante los últimos 15 años. En el Perú, la producción del algodón se da durante todo el año en distintos departamentos como Ica, Piura, Lambayeque, San Martín, Ancash, Lima y Arequipa.

Según el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego del Perú, la producción de algodón rama es estacional, se concentra entre los meses de abril y mayo en el departamento de Ica, que va aumentando desde marzo alcanzando su máximo nivel en mayo, no obstante, no registra producción en el periodo agosto-diciembre; sin embargo, Piura concentra su producción entre agosto- diciembre.

A continuación, se detalla la producción de algodón en los últimos años:

Tabla N° 21: Comportamiento de la producción Nacional de algodón



Fuente: Minagri.gob.pe. Elaboración propia

Como se puede observar en el cuadro anterior, la producción nacional de algodón tiene una tendencia muy variable, y se espera que esta producción pueda seguir en crecimiento.

Tabla N° 22: Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú en 2019

Importadores	Seleccione sus indicadores														
	Valor exportado en 2019 (miles de USD)	Saldo comercial en 2019 (miles de USD)	Participación de las exportaciones para Perú (%)	Cantidad exportada en 2019	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2015-2019 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de las cantidades exportadas entre 2015-2019 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2018-2019 (% p.a.)	Posición relativa del país socio en las importaciones mundiales	Participación de los países socios en las importaciones mundiales (%)	Tasa de crecimiento de las importaciones totales del país socio entre 2015-2019 (% p.a.)	Distancia media entre los países socios y todos los mercados proveedores (km)	Concentración de los proveedores de los países socios	Arancel medio (estimado) enfrentado por Perú
Mundo	390888	309227	100	10633	Toneladas	36762	6	7	0		100	4			
Estados Unidos de América	282839	282720	72,4	7650	Toneladas	36972	7	7	1	1	15,8	2	6636	0,07	0
Brasil	25633	25524	6,6	1083	Toneladas	23669	7	16	3	41	0,3	-1	12691	0,15	0
Canadá	12773	12764	3,3	258	Toneladas	49508	7	9	-3	14	1,8	3	9392	0,09	0

Alemania	10378	10373	2,7	279	Toneladas	37197	5	5	-5	2	9,8	1	5215	0,13	0
Chile	8582	8519	2,2	300	Toneladas	28607	15	2	23	29	0,7	4	17316	0,42	0
Francia	6946	6925	1,8	144	Toneladas	48236	35	42	16	5	5,7	3	5597	0,1	0
Hong Kong, China	5150	5145	1,3	85	Toneladas	60588	-2	-2	22	10	2,3	0	4177	0,23	0
Italia	5023	4986	1,3	102	Toneladas	49245	-3	-1	-2	7	4,2	7	3250	0,07	0
Argentina	4738	4731	1,2	101	Toneladas	46911	7	9	-45	71	0,09	23	13020	0,12	0
Reino Unido	3947	3942	1	109	Toneladas	36211	8	7	24	3	6,4	1	4858	0,1	0

Fuente: Trade Map

Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú en 2019

Producto: 6109 T-shirts y camisetas, de punto

En la siguiente tabla se presenta los principales países donde Perú exporta el producto con el arancel 6109 T-shirts y camisetas, de punto, siendo los tres principales mercados los países de Estados Unidos de América, Brasil y Canadá

La producción de los polos de algodón orgánico será tercerizada, para eso se tomará en cuenta la gran oferta que existe en el emporio comercial de gamarra, existiendo una oferta considerable de mano de obra y materia prima para la confección del producto.

3.3.2. Análisis de la demanda

El mercado de Brasil se encuentra en el segundo lugar con un alto porcentaje de exportación de polos de algodón peruano, alcanzando el 2019 US\$ 14 millones, es decir, un 11% del total de importaciones mundiales.

Tabla N° 23: Principales Mercados de Exportación

Mercado	%Var 19-18	%Part. 19	FOB-19 (miles US\$)
Estados Unidos	-2%	64%	80,694.45
Brasil	6%	11%	14,491.58
Alemania	-22%	5%	5,933.95
Italia	21%	2%	3,018.15
Francia	63%	2%	2,591.90
Hong Kong	14%	2%	2,503.01
Chile	42%	2%	2,185.90
Canadá	-30%	2%	2,049.91
Argentina	-48%	2%	1,989.04
Otros Países (53)	--	8%	10,622.81

Fuente: SUNAT (2019)

Para analizar a la demanda de polos de mujeres en el mercado de Brasil se buscó la exportación total por año desde el 2015 al 2019.

Tabla N° 24: Demanda de polos de mujeres hacia Brasil del 2015 - 2019 de la P.A: 6109100039 en unidades

Años	2015	2016	2017	2018	2019
Unidades	99,432	112,341	135,963	327,380	562,698

Fuente: Trade Map (2019). Elaboración Propia.

Con los datos obtenidos se ha realizar la proyección Lineal.

Tabla N° 25: Método de Mínimos Cuadrados

	AÑOS	DEMANDA	AL CUADRADO
X	X	Y	XY
2015	1	99,432	99432
2016	2	112,341	224682
2017	3	135,963	407889
2018	4	327,380	1309520
2019	5	562,698	2813490
Total	15	1,237,814.00	4,855,013.00

B =	114,157.10
A =	-94,908.50

Fuente: Elaboración Propia.

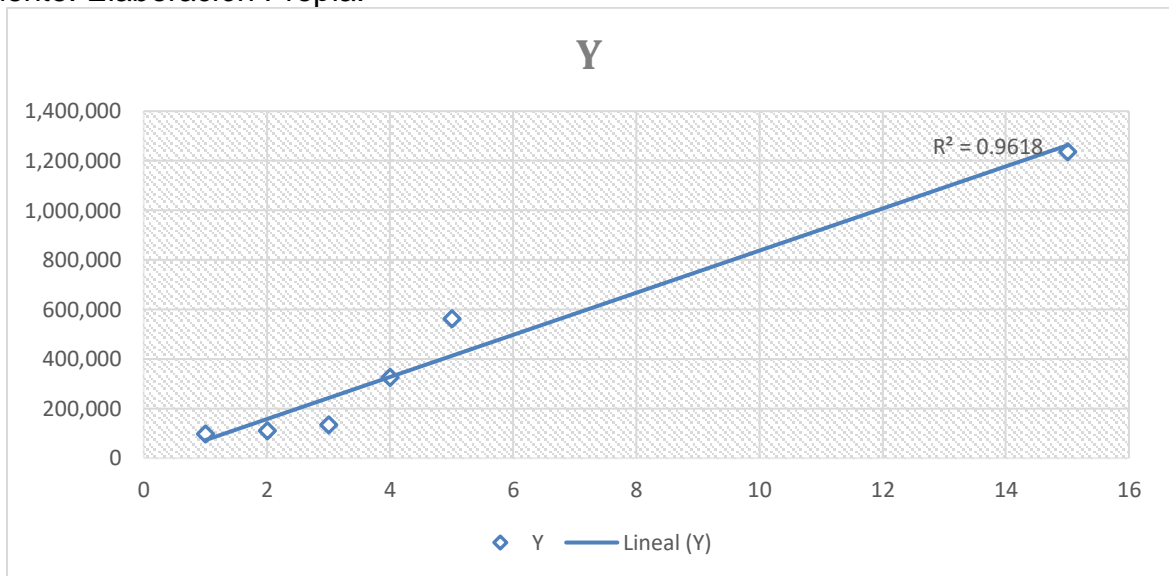


Tabla N° 26: Determinación del rango de confiabilidad

**DETERMINAR LA CONFIABILIDAD DE LA PROYECCIÓN =
COEFICIENTE DE CORRELACIÓN**

RANGO: 0.85 AL 1

Y= a+bx

Proyección 2020	590,034
Proyección 2021	704,191
Proyección 2022	818,348
Proyección 2023	932,505
Proyección 2024	1,046,663
Proyección 2025	1,160,820

Tabla N° 27: Demanda Proyectada del Mercado en Kilogramos

2021	2022	2023	2024	2025
704,191	818,348	932,505	1,046,663	1,160,820
Tendencia del crecimiento del mercado	16.21%	13.95%	12.24%	10.91%
% de vtas que se va a tener en 13 % aprox.				

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla N° 28: Demanda Proyectada de la empresa en Kilogramos
(Proyección de las exportaciones unidades)

Años	2021	2022	2023	2024	2025
Cantidades proyectadas kg	3,456	3,560	3,702	3,887	4,120
cantidades en cajas	480	494	514	540	572
cantidades en unidades	17,280	17,798	18,510	19,436	20,602
Tasa de crecimiento		3.00%	4.00%	5.00%	6.00%
Sirve como modelo para verificar el ritmo en que la empresa crece en ventas a ritmo de mercado o ritmo más conservador					

Fuente: Elaboración Propia.

Según la tabla N° 28, se puede observar que para el primer año la empresa va a exportar 17280 unidades. La tendencia de crecimiento anual va ser de 3%, 4% y 5% en los siguientes años, lo cual garantiza a la empresa una demanda por satisfacer.

3.3.2.1. Encuestas al del potencial consumidor

Para conocer más al consumir final, se realizaron las siguientes encuestas a los consumidores finales, dando los siguientes datos como resultados.

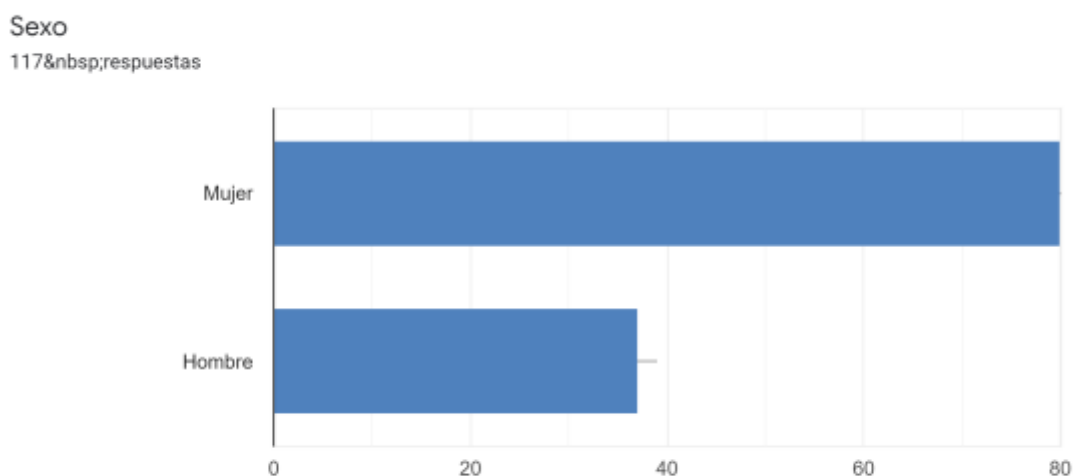


Figura N° 3: Sexo del Consumidor Potencial

Fuente: Elaboración propia.

En la muestra de la Figura 3, podemos observar que nuestro consumidor potencial es un 80% de mujeres y un 20% hombres, por lo tanto, el género que más consumiría el producto sería mujeres.

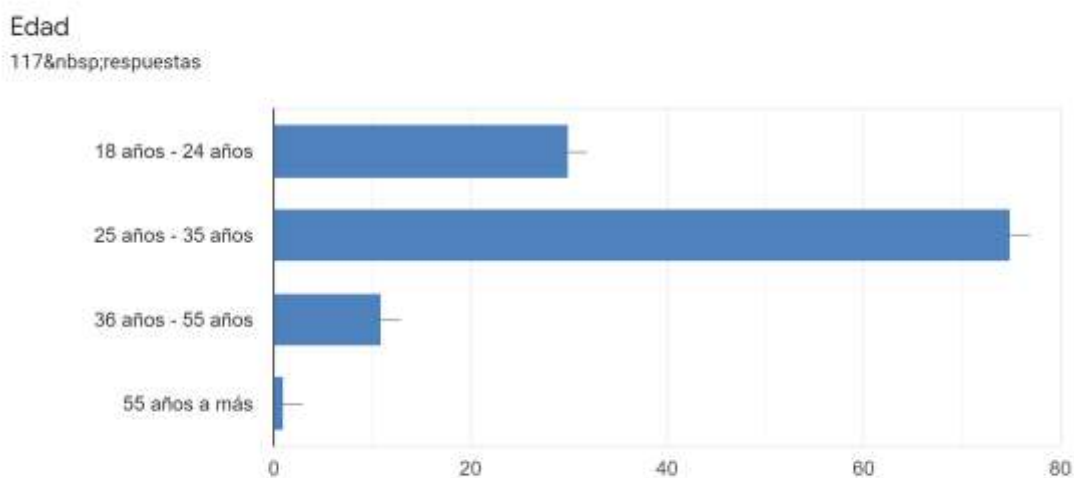


Figura N° 4: Edad del Consumidor Potencial

Fuente: Elaboración propia.

En la muestra de la Figura 4, se observan las edades tienen relación con nuestro segmento, ya que el producto está orientado a mujeres de las edades entre 25 a 35 años.

Con qué frecuencia compra polos?

117 respuestas

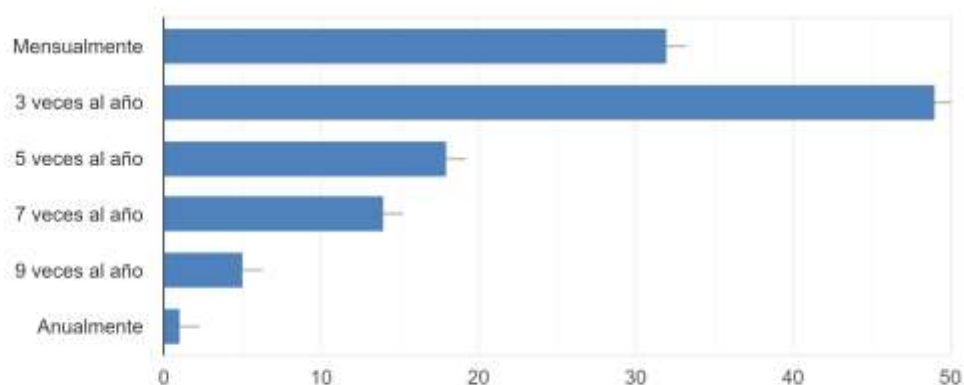


Figura N° 5: Frecuencia de Consumo del Consumidor Potencial

Fuente: Elaboración propia.

En la muestra de la Figura 5, se observa que la frecuencia de consumo de los es de 3 veces al año.

Qué características influyen en su compra?

117 respuestas

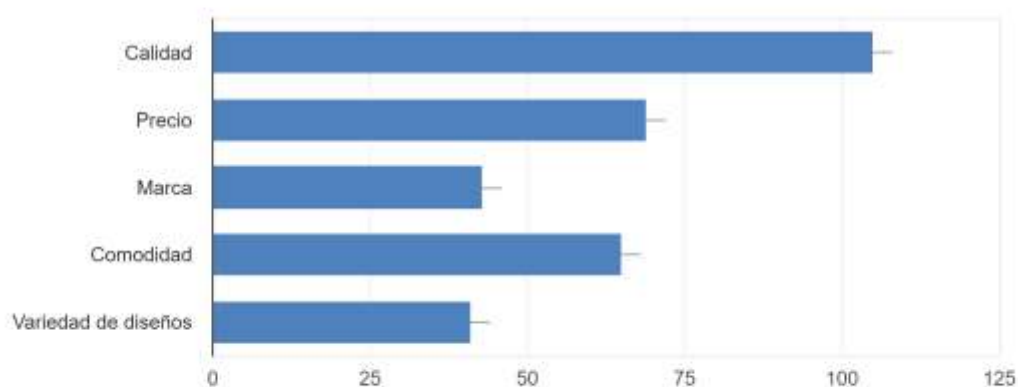


Figura N° 6: Características que Influyen en la Compra

Fuente: Elaboración propia.

En la muestra de la Figura 6, se puede observar mediante las encuestas que el consumidor estima y prioriza en su compra a calidad seguida por el precio y comodidad al momento de su compra.

Contribuye usted con el medio ambiente?

117 respuestas

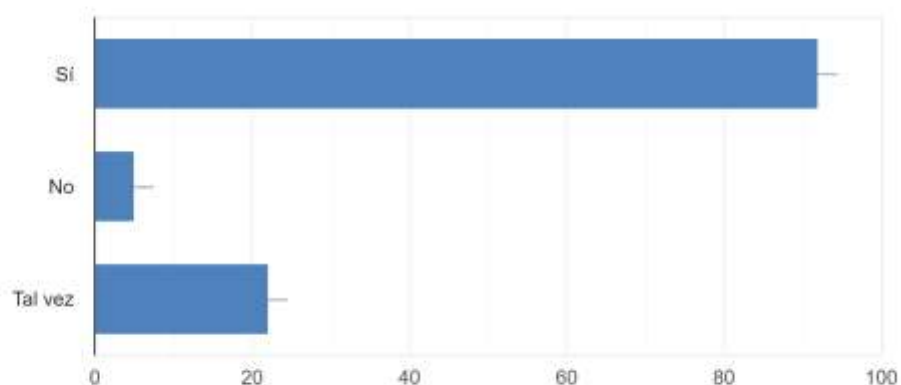


Figura N° 7: Contribución al Medio Ambiente

Fuente: Elaboración propia.

En la muestra de la Figura 7, se observa mediante las encuestas que el cliente final contribuye al medio ambiente y es un factor que es primordial para su compra.

Estaria de acuerdo en la propuesta de venta de polos hechas a base de algodón orgánico con empaque reutilizable y biodegradable?

117 respuestas

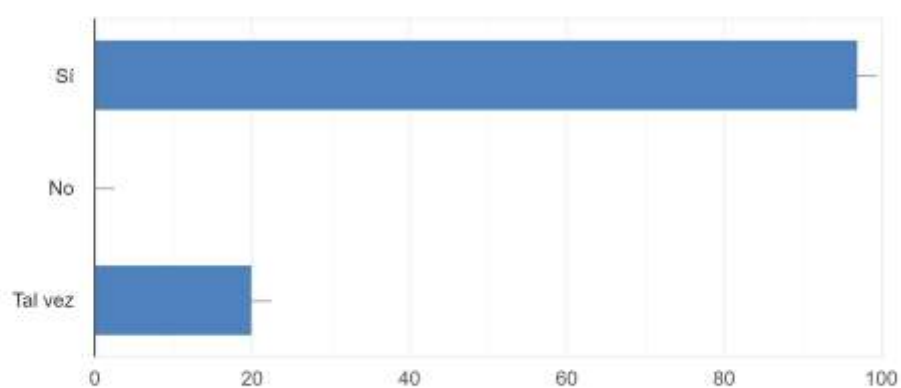


Figura N° 8: Aceptación del Valor Agregado

Fuente: Elaboración propia.

En la muestra de la Figura 8, se observa mediante las encuestas que el cliente acepta el producto con su valor agregado

Estas de acuerdo en comprar un polo con empaque reutilizable?

117 respuestas

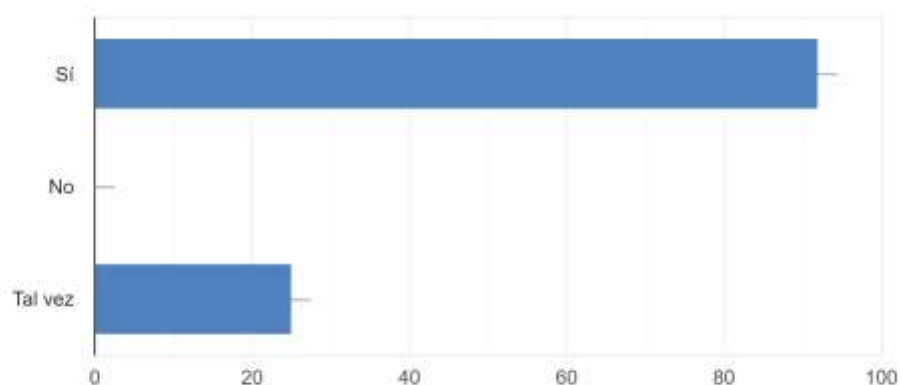


Figura N° 9: Aceptación del Envase del Producto

Fuente: Elaboración propia.

En la muestra de la Figura 9, se observa mediante las encuestas, que se obtuvo la aprobación del producto con un envase biodegradable y reutilizable.

Considerando que es una propuesta eco - friendly, cuánto estaría dispuesto a pagar por un polo de algodón orgánico con empaque reutilizable y biodegradable?

117 respuestas

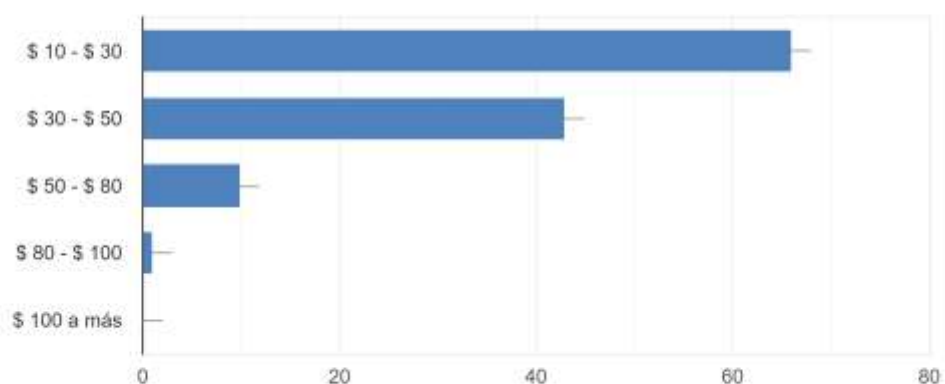


Figura N° 10: Aceptación de Costo de Producto

Fuente: Elaboración propia.

En la muestra de la Figura 10, se observa que el cliente final, estaría dispuesto a pagar un precio entre 10 dólares y 30 dólares.

Cuántas veces al año estaría dispuesto a comprar nuestro producto?

117 respuestas

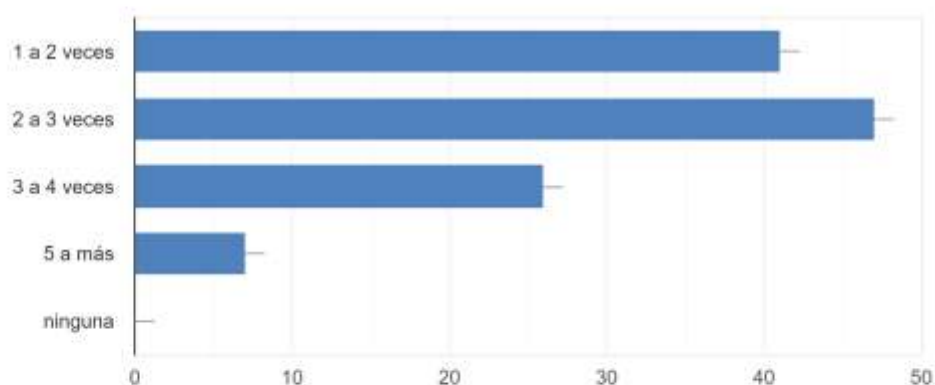


Figura N° 11: Frecuencia de Compra

Fuente: Elaboración propia.

En la muestra de la Figura 11, se observa mediante las encuestas que el cliente estaría dispuesto a comprar el producto de 2 a 3 veces al año.

3.4. Estrategias de Ventas y Distribución

3.4.1. Estrategias de segmentación

La segmentación de mercado es el acto de dividir un mercado en grupos bien definidos de grupos de clientes que pueden necesitar productos o mezclas de mercadotecnias bien definidas. (kotler, 1996). A continuación, se desarrolla la estrategia de segmentación según Schiffman y kanuk, donde se muestran las bases de segmentación y sus variables.

Los polos de algodón orgánico presentan la siguiente segmentación:

Tabla N° 29: Segmentación del Producto

SEGMENTACION	
Segmentación Geográfica	Sao Paulo - Brasil

Segmentación Demográfica	Mujeres de 25 a 35 años de edad.
Segmentación Socio-Económica	Personas con nivel de ingresos económicamente altos, Nivel A y B.
Segmentación Conductuales	Personas que se preocupan por el bienestar de su salud.
Segmentación Estilos de Vida	Personas con tendencia al consumo de productos ecológicos, de calidad, cuidado de su salud y del ambiente.

Fuente: Elaboración propia.

3.4.2. Estrategias de posicionamiento

La estrategia de posicionamiento de la empresa será basada en calidad lo cual abarca a la calidad de la materia prima y la calidad de los diseños únicos lo cual busca el segmento A y B, se ingresará a las boutiques de ropas para mujeres, también se tomará en cuenta las siguientes acciones:

- Información y orientación mediante redes sociales
- Servicio Post Venta

3.4.3. Estrategias de distribución

La estrategia de distribución será mediante distribuidores que cuentan con boutiques en distintas zonas de la ciudad de Sao Paulo ya que ellos tienen mayor alcance de llegada a las tiendas donde se venden las prendas de polos de algodón orgánico.

3.5. Estrategias de Promoción

Como parte de las estrategias de promoción, tenemos lo siguiente:

- Producto 100% orgánico certificado (certificación GOTS)
- Producto con historia desde la siembra de la materia prima
- Adelanto de colección de temporada
- Envío de muestras de los productos
- Viajes comerciales para participar en ferias

3.6. Tamaño de planta. Factores condicionantes.

La empresa no contará con una planta propia, la producción y almacenaje será tercerizada para poder minimizar gastos durante los primeros años de funcionamiento de la organización. A continuación, se presenta el esquema de operatividad para cumplir con el pedido estimado y llegar a tiempo al consumidor.

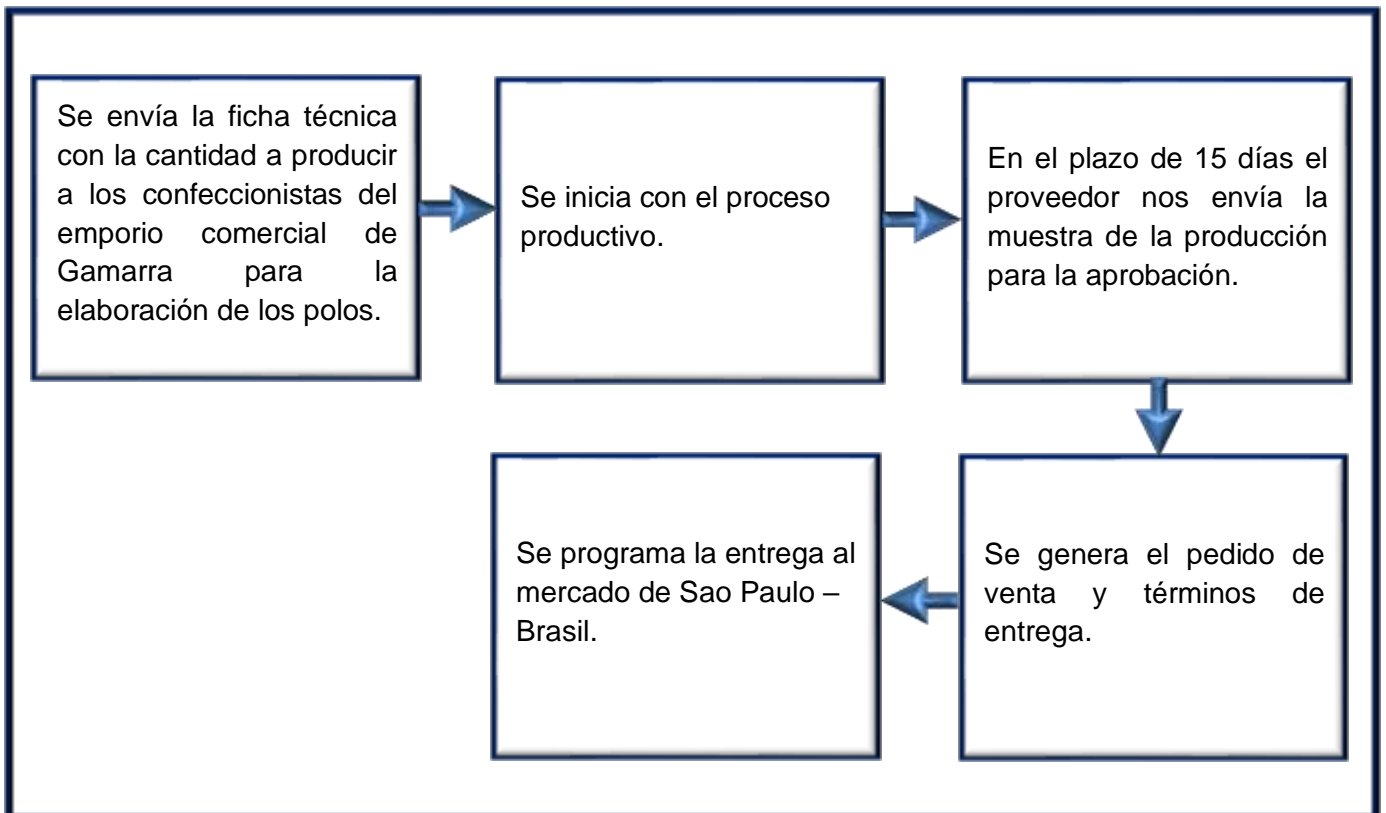


Figura N° 12: Esquema de Operatividad de la empresa

Fuente: Elaboración propia.

4.- PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

4.1. Envases, empaques y embalajes

Mincetur (2009) nos dice que:

El envase es el recipiente de cualquier material y forma que adopte destinado a contener mercancías para su empleo. Asimismo, se caracteriza por individualizar, dosificar, conservar, presentar y describir unilateralmente a los productos, pudiendo estar confeccionando con uno o más materiales distintos simultáneamente. (pág.15)

El envase del producto será cartón reciclado y reutilizable:



Figura N° 13: Envase del producto

Fuente: Elaboración Propia

Mincetur (2009) nos dice que:

El empaque o “embalaje secundario” es cualquier medio material para proteger una mercancía para su despacho o conservación en almacenamiento. Está conformado

por materiales manufacturados a través de métodos aplicados, generalmente con medios mecánicos, que tienden a lograr la protección en la distribución de mercancías a largas distancias protegiéndolas de los riesgos de la carga, transporte, descarga, de los cambios climáticos, bacteriológicos, biológicos en general e incluso contra el hurto, asimismo evita mermas, derrames y en definitiva averías con lo cual beneficia no sólo al vendedor y al comprador, sino también al asegurador y transportista. (pág.8)

El embalaje del producto será en cajas de cartón corrugado de 7mm de espesor con divisiones, doble corrugado, donde se introducirán los polos de algodón orgánico en sus envases individuales, las cajas de cartón serán de 50 x 50 x 30 cm, las cuales estarán selladas con cinta adhesiva.

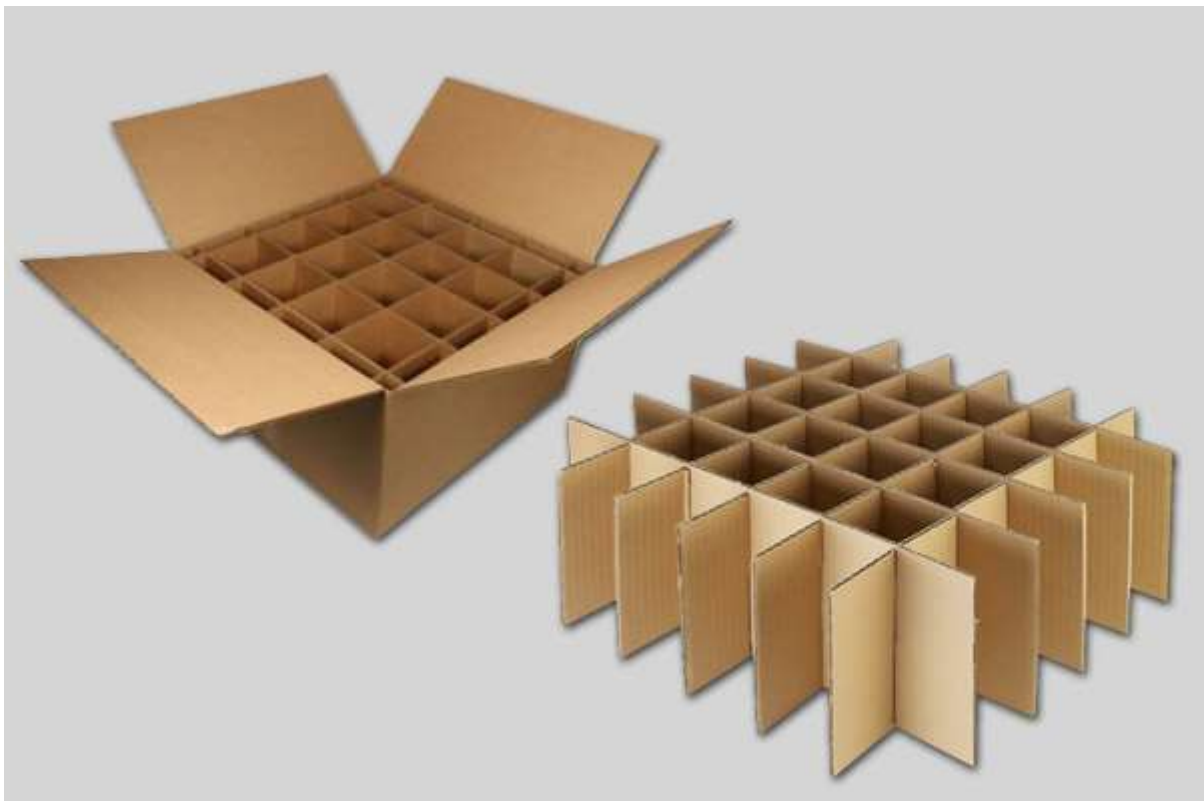


Figura N° 14: Embalaje del producto

Fuente: Gripo Empaques Bio Corrugados Alfa

4.2. Diseño del rotulado y marcado

4.2.1. Diseño del rotulado

Un correcto rotulado y marcado permitirá la adecuada manipulación. Estiba y desestiba de nuestro producto, las cajas irán marcadas con la información relevante al país exportador para que no presente daños al momento del manipuleo.

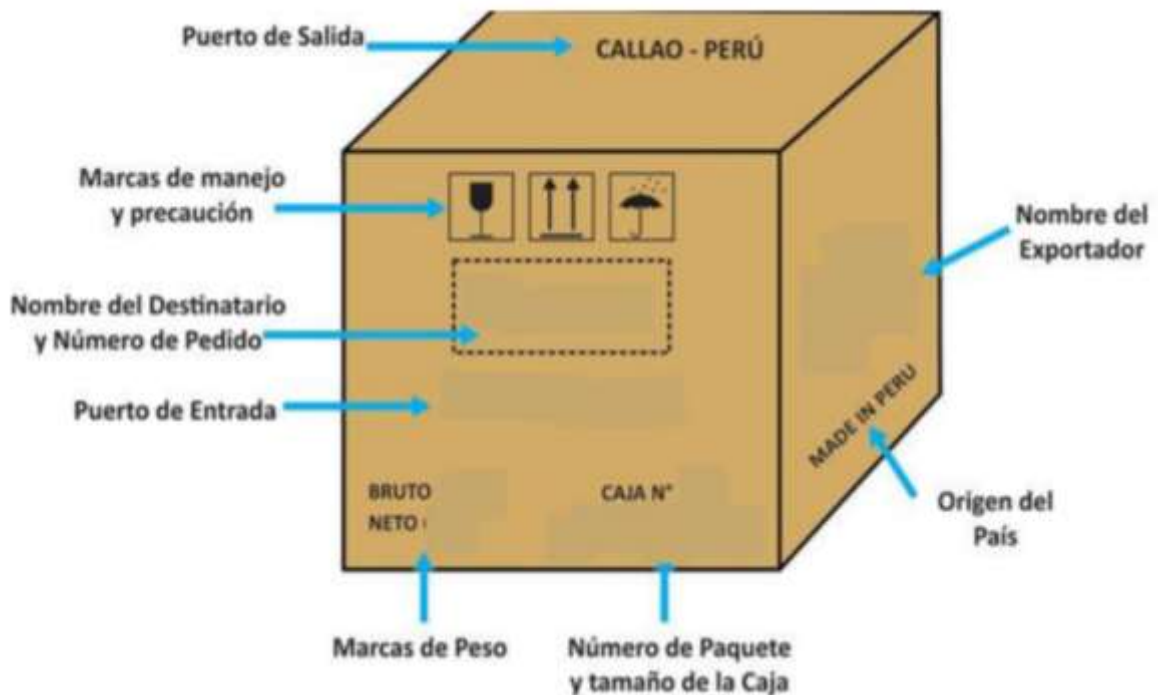


Figura N° 15: Modelo del diseño del marcado

Fuente: Elaboración Propia

4.2.2. Diseño del marcado

Con el fin de lograr una mejor manipulación y cuidado de la carga para que se mantenga en óptimas condiciones es necesario usar los pictogramas que son símbolos internacionalmente aceptados que advierten el contenido, peligro, fragilidad, etc.

Los pictogramas serán adhesivos para su fácil colocación, se muestran los símbolos a usar.



Figura N° 16: Pictogramas

Fuente: Elaboración Propia

- Hacia arriba para indicar la posición correcta de las cajas.
- Proteger de la humedad, muy importante en los textiles ya que estos se contaminan fácilmente de bacterias o microorganismos que pueden dañar a la prenda, siempre mantener en un lugar fresco.
- Proteger de la luz solar, estar informados de los cuidados para con la carga.

4.3. Unitarización y cubicaje de la carga

Los polos de algodón orgánico irán en recipientes tipo cilindros reciclables y biodegradables, de forma individual, que pesan 200 gramos aproximadamente y con las siguientes medidas: 16 cm de alto y 8.3 cm de diámetro, las cuales serán colocadas en cajas de cartón de 50 x 50 x 20cm. En total entran 36 prendas por caja.

Tabla N° 30: Unitarización

Representación Gráfica	Características
	Pallet de madera
	NIMF15



Medidas: 100x120 cm

Base: 4 cajas en el piso

Peso: 1 Kg



Unitarización

Base: 4 cajas en el piso

Niveles: 5

Total de cajas por pallet:
20

Total de pallet por
embarque: 3

Peso neto por embarque:
432 kg

Peso bruto por embarque:
559.20 kg

Tabla N° 31: Unitarización de la carga

Medidas del envase		
Diametro	8.3	Centimetros
Altura	16	Centimetros
Peso neto por envase	200	Gramos
Caja		
Medidas de caja	50*50*20	Centimetros
Largo	50	Centimetros
Ancho	50	Centimetros
Altura	20	Centimetros
N° de unidades por Ancho de caja	6	Unidades
N° de unidades por largo de caja	6	Unidades
Niveles	1	Niveles
Numero de envases por caja	36	Unidades
Peso neto por caja	7.2	Kilogramos
Peso bruto por caja	8.32	Kilogramos
Paleta		
Ancho	100	Centimetros
largo	120	Centimetros
N° de unidades por Ancho de paleta	2	Cajas
N° de unidades por largo de paleta	2	Cajas
Niveles de caja	5	Niveles
Total de cajas por paleta	20	Cajas
Total de unidades por paleta	720	Unidades
Peso neto por paleta :	144	Kilogramos
Peso bruto por paletas	186.4	Kilogramos
N° de paletas por embarque	3	Paletas
N° de unidades por embarque	2160	Unidades
N° de cajas por embarque	60	Cajas
Peso neto por embarque	432	kilogramos
Peso bruto por embarque	559.2	Kilogramos
N° de envios año	8	Envíos
Nro de unidades anuales	17280	Unidades
N° de cajas anuales	480	Cajas
Peso neto anual	3456.00	Kilogramos
Peso bruto anual	4473.60	Kilogramos

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla N° 31, observamos después de a ver todos los cálculos necesarios, se tendrán 17280 unidades en 8 explotaciones por año con 3 pallet en cada exportación.

a. Contenedores

El contenedor de 20 pies estándar o dry van es uno de los contenedores más comúnmente utilizados para el envío de mercancías en el ámbito del transporte marítimo internacional y es el que usaremos en la exportación de nuestra mercancía.

Tabla N° 32: Medidas del Contenedor 20''

Volumen	33.20m3
Medidas externas	Base : 606x243cm Max alto: 260cm
Medidas internas	Base : 590x235cm Max alto : 239cm
Peso vacío	2.23 Kg
Peso máximo	21.770 Kg

Fuente: Icontainers. (2009)

b. Medio de Transporte

El medio de transporte elegido es marítimo mediante el Puerto de Santos en Sao Paulo.

Tabla N° 33: Ventajas y Desventajas del Transporte Marítimo y Aéreo.

TI	TRANSPORTE MARÍTIMO	TRANSPORTE AEREO
VENTAJAS	Tarifa de transporte más barato. Gran capacidad de carga.	Transporte rápido. Menor deterioro de las mercancías.
DESVENTAJAS	Mayores riesgos de pérdida y deterioro. Mayores inventarios y costos financieros durante el trayecto.	Costos de operación elevados. Flete muy costoso.

Fuente: Promperu

4.4. Cadena de DFI de exportación/importación

El DFI es el proceso que se desarrolla con el fin de situar nuestro producto en el mercado internacional cumpliendo con los términos negociados con nuestro cliente.

El objetivo principal de la DFI es disminuir el máximo de tiempo, costo y riesgo que se pueden generar durante el trayecto desde el punto de origen hasta destino.

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

A continuación, se señala la siguiente figura, donde se detalla el proceso de producción iniciando con el diseño que se será realizado por la empresa Innova P&P Exportaciones S.A.C y el proceso de producción de los polos de algodón orgánico será tercerizado por un proveedor del Emporio del Centro Comercial de Gamarra.

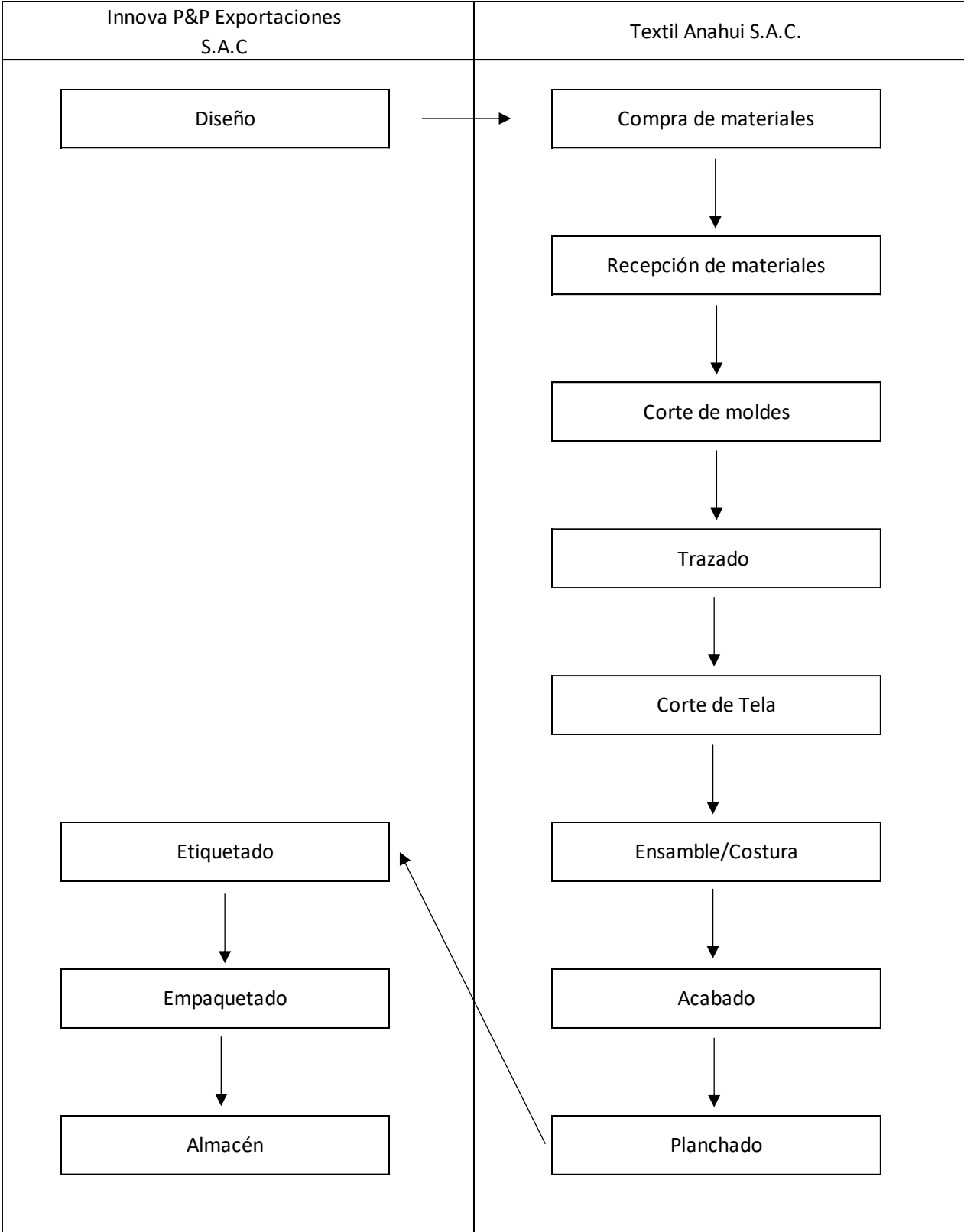


Figura N° 17 Proceso de producción

Fuente: Elaboración propia

Para la elección y homologación de proveedores se tomaron en cuenta varios puntos, tal cual se detalla en el siguiente cuadro:

Tabla N° 34: Criterios para la elección del proveedor de materia prima y Producción.

Criterios	TEXTIL ANAHUI SAC	CREDITEX SAA	RJ CONFECCION ES EIRL
Precio Unid.	S/.34.00	S/.42.00	S/. 26.00
Experiencia	23 años	38 años	10 años
Ubicación	La Victoria	Ate Vitarte	San Martin de Porres
Puntualidad	Muy buena	Muy buena	Buena
Normatividad Ambiental	GOTS	GOTS	No tiene certificación
Capacidad de Producción	Cumple	Cumple	No Cumple

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 35: Matriz de Selección de Proveedor de Materia Prima y Producción.

Criterios	Nivel de Importancia	TEXTIL ANAHUI SAC	Puntaje	CREDITEX SAA	Puntaje	RJ CONFECCIONES EIRL	Puntaje
Precio Unid.	0.3	4	1.2	3	0.9	5	1.5
Experiencia	0.15	3	0.45	4	0.6	2	0.3
Ubicación	0.1	3	0.3	2	0.2	4	0.4
Puntualidad	0.15	4	0.6	4	0.6	4	0.6
Normatividad Ambiental	0.2	5	1	5	1	2	0.4
Capacidad de Producción	0.1	5	0.5	5	0.5	1	0.1
Total	1		4.05		3.8		3.3

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la Matriz de Selección, Innova Textil P&P S.A.C trabajara con el proveedor Textil Anahui SAC, la cual cuenta con 23 años en el mercado, se encuentra ubicada en La victoria, en el Emporio Comercial de Gamarra y uno de los puntos más importantes es que cuenta con la certificación GOTS (Global Organic Textil Standard).

4.4.1. Procedimientos previos a la exportación

Los productos a exportar deberán tener la certificación GOTS (Global Organic Textil Standard), no es un requisito para el ingreso al mercado, pero el proceso de certificación abarca todas las etapas que involucran la transformación de la materia prima: producción, empaquetado, etiquetado, exportación y distribución. Este estándar es el más exigente y actualizado en las últimas tendencias de prácticas medio ambientales, trato justo al trabajador y el uso de insumos eco amigable que no afecten la salud del trabajador ni del consumidor final.

4.4.2. Tramitación Aduanal

Los documentos para la exportación definitiva son los siguientes;

- ✓ Comercial Invoice
- ✓ Packing List
- ✓ Certificado de Origen
- ✓ DAM (Declaración Aduanera de Mercancías)
- ✓ Llenar la matriz del conocimiento de embarque (Bill Of Lading)

4.4.3. Cuando la mercadería llegue al Puerto

La empresa exportadora debe adjuntar todos los documentos para exportar, para que la mercadería no tenga problemas de trámite aduanero a la presentación en el Puerto marítimo.

Según la Cámara de Comercio de Lima, indica lo siguiente:

El requisito de embarque de mayor importancia es el B/L (Bill of Lading), un contrato de transporte marítimo cuyas funciones básicas son:

- Servir como recibo de entrega de carga al transportador.
- Evidenciar un contrato de transporte entre compañía marítima y el usuario.
- Representar un título de propiedad de la mercadería (transferible y negociable)

4.4.4. Determinación de Agente de Aduana

El Agente de carga internacional a escoger es Acamar Aduanas, el cual brinda servicios de Carga Internacional Aéreo, Marítimo, Terrestre y Multimodal. El seleccionado por esta empresa es el Marítimo ya que tiene costos más bajos.

Se escogió a este agente porque se diferencia en cuanto el valor agregado que ellos generan en la cadena de suministros con estándares internacionales.

4.5. Seguro de las mercancías

Las operaciones se trabajarán en Valor FOB, como exportador debemos de cumplir con la obligación de poner a disposición del comprador nuestro producto, polos de algodón orgánico cargadas y estibadas en el buque, en el puerto convenido.

Por lo tanto, el seguro será cubierto por parte del comprador mismo que deberá soportar los riesgos y hacerse cargo de los costes desde ese momento.

5.- PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

5.1. Fijación de precios

Para poder determinar el precio de venta, debemos tomar en cuenta todos los gastos que se involucran en el proceso productivo y logístico como también el Incoterm elegido para posteriormente podamos realizar la cotización al cliente.

5.1.1. Costos y precio

En este caso se detalla los costos involucrados en el Incoterm Venta FOB.

Tabla N° 36: Costo de Producto tercerizado
(Expresado en soles)

Producto	Costo unitario	Cantidad	Costo por envío	Costo anual
Tela de algodón kg.	30.00	432	12,960.00	103,680.00
Etiqueta de tejido	0.05	2,160	108.00	864.00
Etiqueta de cartón	0.06	2,160	129.60	1,036.80
Envase de cartón	0.74	2,160	1,598.40	12,787.20
Costo de servicio trazo y corte	0.40	2,160	864.00	6,912.00
costo de producto terciarizado de costura	1.80	2,160	3,888.00	31,104.00
Costo de producto terciarizado lavandería	1.10	2,160	2,376.00	19,008.00
Costo de producto terciarizado de acabados	0.20	2,160	432.00	3,456.00
cajas de cartón	0.40	60	24.00	192.00
Costo de Transporte del maquilador hacia almacén	0.15	559.20	83.88	671.04
Total insumos en productos			22,463.88	179,711.04

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N° 34 vamos a observar todo aquel costo que se encuentre relacionado al producto que se va a comercializar. En este caso el producto a vender será polos de algodón orgánico para damas por lo tanto se menciona en la siguiente tabla el presupuesto de costos que se incurrirán.

Tabla N° 37: Costos de exportación
(Expresado en soles)

Descripción	Costo unitario	Costo por envío	Costo anual
Seguro de carga	179.50	179.50	1,436.00
Transporte del almacén hacia puerto	320.00	320.00	2,560.00
Certificado de origen	40.00	40.00	320.00
Emisión de BL	179.50	330.00	2,640.00
Handling	179.50	179.50	1,436.00
V°B - Agentes portuarios	610.30	610.30	4,882.40
Consolidación	502.60	502.60	4,020.80
Almacenaje	359.00	359.00	2,872.00
Agenciamiento de Aduanas	359.00	359.00	2,872.00
Aforo físico	107.70	107.70	861.60
Transferencia bancaria	86.16	86.16	689.28
Total		3,073.76	24,590.08

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla N° 35, se puede observar los costos que la empresa debe incurrir en cuanto a la exportación.

Tabla N° 38: Costos fijos (expresado en soles)

Gastos de personal	71,880.00
Materiales indirectos	887.00
Gastos fijos	18,600.00
Gastos administrativos	5,231.00
Gasto de ventas	23,276.45
Costo fijo Total (anual)	119,874.45

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N° 35, se puede observar los costos que la empresa debe pagar independientemente de que se realicen ventas o no. Estarán constituidos por gastos de personal, materiales indirectos, gastos fijos, gastos de ventas, gastos administrativos y gasto financiero. lo que hacen un total de S/ 119,874.45 para el primer año.

Tabla N° 39: Costos variables
(expresado en soles)

Costo de producto tercerizado	179,711.04
Costo de exportación	24,590.08

Costo variable total (anual)	204,301.12
-------------------------------------	------------

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N° 40: Costos totales
(Expresado en soles)

Costo Fijo	Costo variable	Costo Total
119,874.45	204,301.12	324,175.57

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N° 38, se muestra el costo total, el cual está estructurado por la sumatoria del costo total variable y el costo fijo; estos costos serán los que va incurrir la empresa. El costo total es de S/ 324,175.57 soles para el primer año.

Tabla N° 41: Estructura de precio
(Expresado en soles)

CVU	11.82
CFU	6.94
Costo unitario	18.76
Margen de ganancia	15%
Valor de venta	21.94
IGV	0.00
Precio de venta FOB	21.94
Precio Fob unitario US\$	6.11

Fuente: Elaboración propia

En Tabla N° 39, se verifica la estructura del precio Fob en soles y dólares, siendo 17280 unidades a exportar.

5.1.1.1. Precios de Exportación Internacional

Tabla N° 42: Precios Fob Unitarios de exportadores peruanos a Brasil



PERU - EXPORTACIONES

[Partida] 6109100039 LOS DEMAS ""T-SHIRTS"" DE ALGODON, PARA HOMBRES O MUJERES

Período: DE ENE.-2019 A DIC.-2019

Registros: 13.080

Partida Aduanera	Fecha	Exportador	Importador	U\$ FOB Und	Pais de Destino	Via
6109100039	19/02/2019	ALGOTEX GROUP S.A.C.	Latin Comex Eireli CNPJ/MF:22.162.357/0001-09	8.500	BRAZIL	AÉREA
6109100039	29/10/2019	ALGOTEX PERU S.A.C.	LUXOR COMERCIO INTERNACIONAL LTDA	6.000	BRAZIL	AÉREA
6109100039	9/11/2019	ANDEAN FORT E.I.R.L.	BRAZIT COMERCIO INTERNACIONAL LTDA	9.145	BRAZIL	AÉREA
6109100039	4/11/2019	CATALOGO S.A.C	COMEXPORT TRADING COMERCIO EXTERIOR LTDA	9.399	BRAZIL	AÉREA
6109100039	14/07/2019	COFACO INDUSTRIES S.A.C.	ROYAL BRANDS COM. DE ROUPAS E ACC.	8.244	BRAZIL	AÉREA
6109100039	8/02/2019	CONSORCIO TEXTIL VIANNY S.A.C.	LATIN COMEX EIRELI	7.016	BRAZIL	AÉREA
6109100039	14/12/2019	CORPORACION PERUVIAN G & R E.I.R.L.	N/A	8.000	BRAZIL	AÉREA
6109100039	9/10/2019	DEVANLAY PERU S.A.C.	DEVANLAY VENTURES DO BRASIL LTDA	14.310	BRAZIL	MARÍTIMO
6109100039	10/03/2019	DISEÑO PUNTO Y PLANO SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	BRAZIT COMERCIO INTERNACIONAL LTDA	6.800	BRAZIL	AÉREA
6109100039	1/04/2019	DRACOTEX S.A.C.	RESTOQUE COMERCIO E CONFECÇÕES DE ROUPAS S/A	13.399	BRAZIL	AÉREA

6109100039	5/11/2019	ELEMENTO PIMA PERU S.A.C	BRAZIT COMERCIO INTERNACIONAL LTDA	6.000	BRAZIL	AÉREA
6109100039	9/04/2019	INDUSTRIAS NETTALCO S.A.	SCARFACE INDUSTRIA E COMERCIO DE C	12.700	BRAZIL	AÉREA
6109100039	2/02/2019	INTRATESA S.A.C.	TERRAS DE AVENTURA INDUSTRIA DE ARTIGOS ESPORTIVOS S.A	8.500	BRAZIL	AÉREA
6109100039	25/11/2019	MODA & ALGODON PERU TEXTIL S.A.C.	BRAZIT COMERCIO INTERNACIONAL LTDA	12.000	BRAZIL	AÉREA
6109100039	12/11/2019	NEW PERUVIAN TEXTIL E.I.R.L.	BRAZIT COMERCIO INTERNACIONAL LTDA	8.000	BRAZIL	AÉREA
6109100039	27/09/2019	ROMASEFA TEXTIL PERU S.A.C.	JANAINA L G MORAES - ME	10.500	BRAZIL	AÉREA
6109100039	3/10/2019	ROMASEFA TEXTIL PERU S.A.C.	BRAZIT COMERCIO INTERNACIONAL LTDA	9.800	BRAZIL	AÉREA
6109100039	16/04/2019	TANDEM TEXTIL S.A.C.	EGREY CONFECÇÕES E COMERCIO DE ROUPAS -EIRELI- EPP	9.007	BRAZIL	AÉREA
6109100039	11/09/2019	TANDEM TEXTIL S.A.C.	EGREY CONFECÇÕES E COMERCIO DE ROUPAS -EIRELI- EPP	9.404	BRAZIL	AÉREA
6109100039	2/07/2019	TEXTILE CLOTHING SOLUTION S.A.C.	BARTHELEMY COMERCIO DE VESTUARIO LTDA	7.400	BRAZIL	AÉREA
6109100039	13/11/2019	TEXTILES CAMONES S.A.	VCI VANGUARD CONFECÇÕES IMPORTADAS S.A.	16.341	BRAZIL	AÉREA
6109100039	21/12/2019	TEXTILES OF PERU S.A.C.	ICOMM GROUP S.A	6.119	BRAZIL	AÉREA
6109100039	5/08/2019	TEXTILES Y MANUFACTURAS ANDINAS S.A.C. - TEXMA S.A.C.	COMEXPORT TRADING COMERCIO EXTERIOR LTDA.	9.450	BRAZIL	MARÍTIMO
6109100039	3/10/2019	TOPY TOP S A	SCARFACE INDUSTRIA E COMERCIO DE CONFECÇÕES LTDA	12.849	BRAZIL	AÉREA

Fuente: Veritrade (2019). Elaboración propia

En la Tabla N°40. Podemos observar los precios Fob unitarios en dólares de las empresas peruanas exportadoras al mercado de Brasil, precios oscilando entre \$ 5.60 a \$ 14.00 y comparando con nuestro precio Fob unitario de \$ 6.11, con todos estos datos podemos corroborar que nuestro precio es competitivo.

5.1.2. Cotización internacional

Lima, 19 de noviembre de 2020

Sres.

Hlm Ind De Confecções Ltda
S.A.C.,



Atención.- Srta. Mónica Sanchez
Asistente de Importaciones

De nuestra mayor consideración:

Por medio de la presente, estamos alcanzando la siguiente cotización:

Polos de algodón orgánico

Partida Arancelaria: 6109.10.00.39

- Material: Algodón Orgánico
- Embalaje: Envase cilindro de cartón reciclado
- Color: Blanco
- Dimensiones Embalaje: 22 cm. de alto x 8 cm. de diámetro
- Estampado: Logo a 01 color, por un solo frente
- Cantidad: 2,160 unidades

Precio FOB Brasil: \$ 6.11 /unidad

Condiciones. -

Forma de pago:

- Por adelantado: 60% adelanto y 40% fecha embarque.
- Fecha de Embarque: 30 días después de haber aceptado el primer pago.
- Medio de Transporte: Marítimo (sin transbordo)
- Puerto de Embarque: Callao-Perú
- Validez de la Oferta: 30 días

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.

Atentamente,

Yanira Paredes Panduro

Avenida Palmeras 41 – Los Olivos – Lima- Perú Teléfonos. 511-829-8000 / 991168595

Email: Innovatextilpyp@gmail.com

Web: www.innovatextilp&p.com.pe

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

El Contrato de Compra Venta Internacional es el factor central de toda transacción comercial este instrumento se constituye en la figura más representativa del comercio Internacional bajo cuyas normas se desenvuelven los procesos de importación y exportación; asimismo constituye el acuerdo de voluntades con fines lucrativos y que tiene como base el intercambio de mercancías lícitas, entre partes cuyos centros operativos se encuentran en países distintos. El contrato es un documento simple; sin embargo, implica una serie de fases hasta su ejecución, dicho movimiento comercial se aprecia en el gráfico siguiente e incluye la solicitud de cotización como origen de la relación comercial y eje central que determinará las pautas del contrato; las obligaciones tanto del vendedor como del comprador, cuyo tema central se basa en la entrega de mercancía por un precio y la recepción de la mercancía que es al final el proceso que ejecuta el contrato. (SIICEX, 2015)

BIO COTTON LOVE S.A.C realizara el proceso de negociación para poder realizar el contrato de compra y venta internacional y una vez enviada nuestra cotización, siendo aceptada por nuestro cliente procederíamos a formalizarla mediante un contrato de

compra venta y posteriormente con la emisión de una orden de compra. En anexos detallamos el modelo de contrato que utilizaremos para las negociaciones.

El contrato consta de 9 cláusulas (Anexo N° 1), donde se detallan los siguientes puntos:

- Características del producto
- Plazo de entrega
- Precio
- Condiciones de pago
- Terminos contractual de entrega (Incoterm)
- Retraso de envíos
- Inconformidad con los productos
- Resolución de controversias

5.3. Elección y aplicación del Incoterm

El Incoterm elegido es FOB (Free On Board), El exportador deberá cumplir con su obligación de poner a disposición del comprador, las mercancías cargadas y estibadas en el buque, en el puerto convenido.

A continuación, se detalla los motivos de la elección;

- Transporte Internacional vía marítima
- Es la más comercial vía marítima
- Mayor control sobre los gastos de envío
- Como exportadores principiantes no podemos arriesgarnos a cubrir los riesgos internacionales.

No hay compromiso en la fecha de llegada al mercado destino, solo al arribo de la mercancía en el buque.

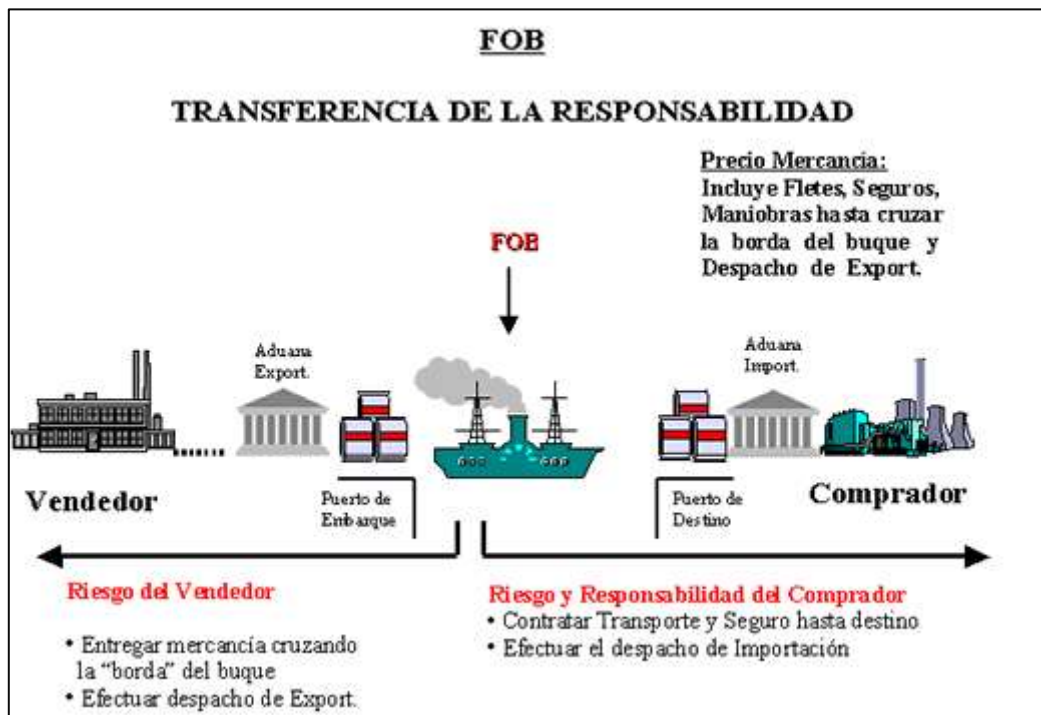


Figura Nº 18 Elección y aplicación del Incoterm

Fuente: Incoterm.com

5.4. Determinación del medio de pago y cobro

El medio de pago es la transferencia bancaria por el volumen a exportar y no

incurrir a los costos bancarios si accedemos a otro medio de pago.

La forma de pago es la siguiente: Por adelantado (60% adelanto y 40% a la fecha embarque).

A continuación, se detalla las ventajas y desventajas tanto para el exportador como importador en la elección de la transferencia bancaria como medio de pago.

Tabla N° 43: Determinación del medio de pago y cobro

	Exportador (Beneficiario)	Importador (Ordenante)
Ventajas	Se recibe el dinero por adelantado.	Rapidez en la tramitación de los documentos.
	No conlleva comisiones para el vendedor.	Emisión menos costosa
	Es un método de pago inmediato.	Confianza para el comprador, paga el porcentaje restante a la fecha embarque.
Desventajas	El riesgo de no cobrar en la fecha pactada del pago.	Comisiones para el comprador.
	Dificultad en la negociación con otros proveedores que usan otro medio de pago.	El exportador no cumpla con la entrega de la mercancía.

Fuente: Elaboración propia



Figura N° 19 Medio de Pago Internacional

Fuente: Prompex- Medios de pago internacional

5.5. Elección del régimen de exportación o de importación

La exportación definitiva es el régimen aduanero elegido que permite la salida de la mercancía al mercado de Sao Paulo - Brasil para su uso o consumo definitivo en el exterior y no está afecta a tributo alguno.

La exportación será por trámite regular, nuestro monto de exportación en valor FOB supera el \$ 5000.00 y requiere contratar el servicio de un Agente de Aduanas.

5.6. Gestión aduanera del comercio internacional

En este caso, se escogió la Agencia de Aduanas "Acamar" para la gestión, los cuales solo se requiere los siguientes documentos:

- Factura comercial – copia SUNAT, emitida por el exportador.
- Documento de transporte
- Conocimiento de embarque o Bill of Lading (B/L) en la vía marítima, la emisión estará a cargo del agente de carga internacional.
- Documento que acredite mandato a favor del agente de aduana.

La agencia de Aduanas nos solicitara los siguientes documentos;

- Escritura Pública
- Poderes vigentes
- Documentos de Identidad del representante legal
- Otros documentos formales de la empresa (RUC, Licencia de funcionamiento, acuerdos de seguridad).

Los pasos para realizar la gestión aduanera son los siguientes;

El agente de aduana recibe las instrucciones de la exportación, copia de la factura comercial, la reserva del espacio (booking) porque es por vía marítima.

- A. El agente de aduana coordina con el exportador para declarar en la DUA los regímenes vinculados al régimen de exportación definitiva.
- B. El agente de aduana confecciona la DUA con datos provisionales y luego las transmite electrónicamente.

- C. El agente de aduana coordina con el exportador para el ingreso de la carga, llevando una unidad de transporte para su recojo en el almacén o lugar elegido por el exportador.
- D. El almacén aduanero recibe la carga y transmite electrónicamente a la aduana la recepción de la carga.
- E. La aduana responde con los canales:
 - ✓ Naranja: autorización automática para embarcar (no hay ningún tipo de revisión)
 - ✓ Rojo: reconocimiento físico de la carga y posterior autorización para el embarque.
- F. Con la autorización de embarque por parte de la aduana, los transportistas marítimos, procederán a cargar la mercadería para trasladarla a su destino final.
- G. Una vez que la carga salió del país, el agente de aduanas (con responsabilidad del exportador) tiene 30 días calendario contabilizados a partir del día siguiente de la fecha de embarque para regularizar la DUA con los datos provisionales y deberá presentar física o electrónicamente:
 - ✓ Copia SUNAT de la factura
 - ✓ Conocimiento de Embarque
- H. Luego de regularizada la exportación, el agente de aduanas procederá a facturar por sus servicios, adjuntando copia de los documentos que sirvieron para el despacho aduanero.

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

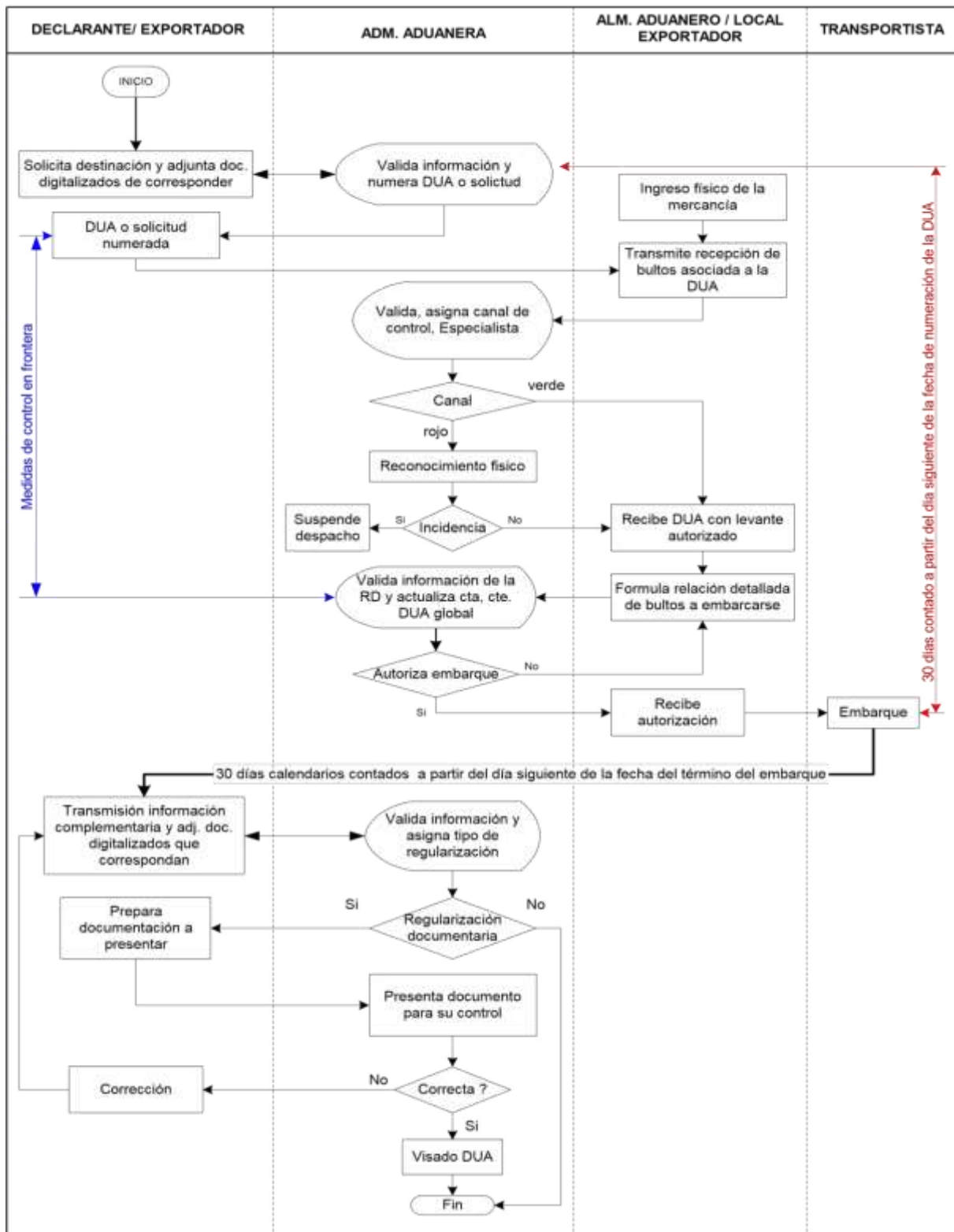


Figura N° 20 Proceso de Exportación Definitiva

Fuente: Cinternacionaluni. (2014)

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

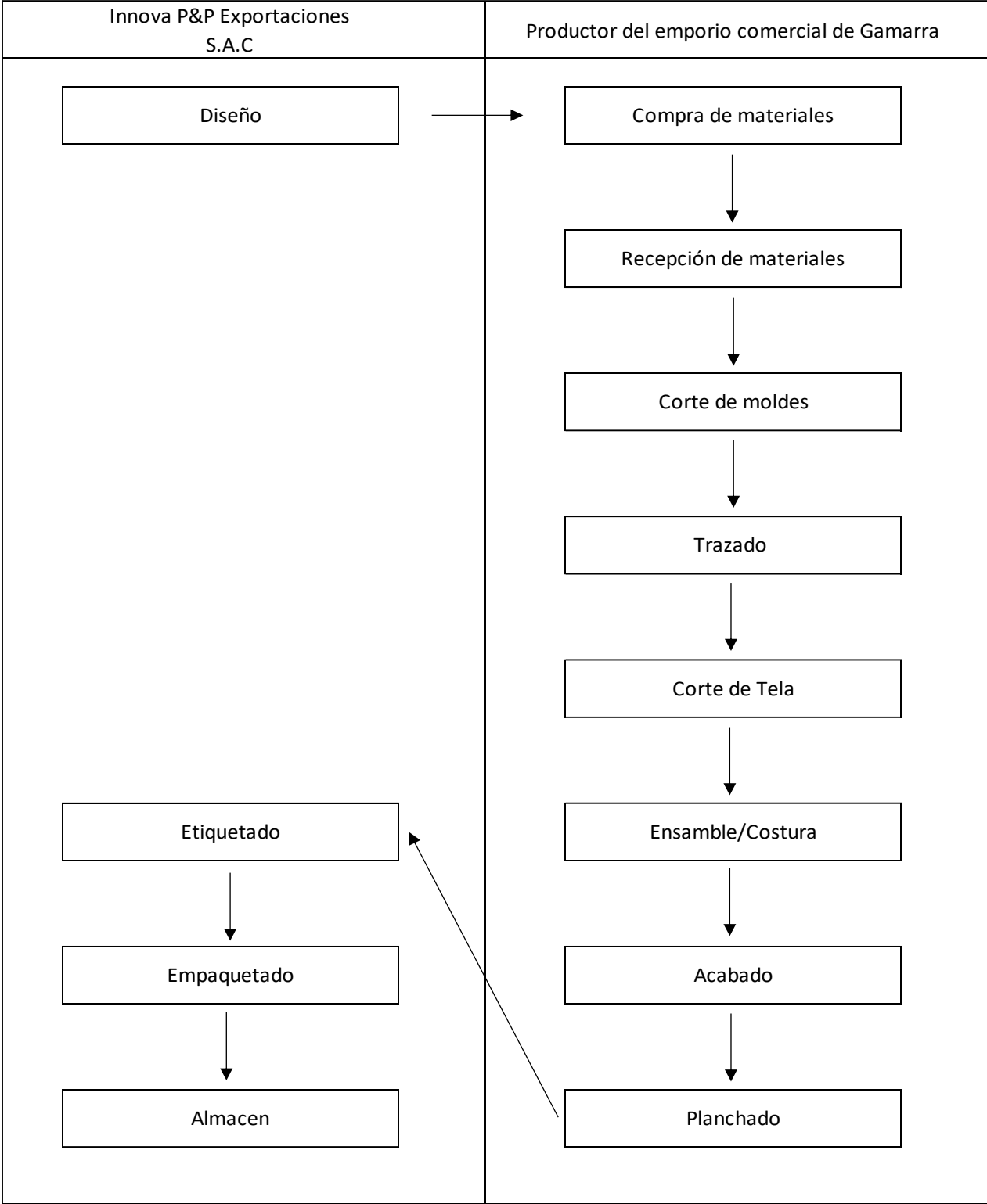


Figura N° 21 Proceso de Producción
Fuente: Elaboración propia

6.- PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

6.1 Inversión Fija

La inversión fija de la empresa está conformada por todos los activos tangibles (elementos físicos), activos intangibles (elementos que no son físicos) y el capital de trabajo.

6.1.1. Activos tangibles

Se puede observar que la inversión de los activos tangibles está conformada por los muebles, enseres y equipos. Estos pasaran a ser parte de la empresa tras el resultado de una compra previa, representando así beneficio económico.

Tabla N° 44: activos tangibles

Categoría	Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Muebles y enseres	Escritorios	4	260.00	1,040.00
	Sillas giratorias	4	90.00	360.00
	Muebles de espera	1	740.00	740.00
	Estante de madera	1	260.00	260.00
	Mesas (mesa de centro y comedor)	1	500.00	500.00
Equipos informáticos y demás	Computadoras	4	1250.00	5,000.00
	Ventiladores	2	90.00	180.00
	Impresora Multifuncional	1	1150.00	1,150.00
	Microondas	1	370.00	370.00
Costo de equipos y maquinarias				9,600.00

Fuente: Elaboración propia

En la tabla, se observa la inversión en la cual la empresa debe incurrir para sus bienes tangibles, las cantidades de cada activo está en relación al tamaño de la empresa, personal de trabajo y de acuerdo a la actividad comercial de la empresa. El total de estos costos es S/9,600.00 soles.

Si bien estos bienes generan beneficios económicos para la empresa las utilidades de estos van depreciándose con el pasar de los años. La empresa ha mencionado como se dará la depreciación de estos activos con el pasar de los

próximos 5 años. A continuación, se muestra el cuadro de depreciación de activos tangibles.

Tabla N° 45: Depreciación de activos tangibles

Concepto / Periodo	Valor inicial	Tasa Anual	1	2	3	4	5
Computadoras	5,000.00	25%	1250.00	1250.00	1250.00	1250.00	0.00
Impresora Multifuncional	1,150.00	25%	287.50	287.50	287.50	287.50	0.00
Muebles y enseres	2,900.00	10%	290.00	290.00	290.00	290.00	290.00
Total			1827.50	1827.50	1827.50	1827.50	290.00

Fuente: SUNAT

En la tabla anterior, se visualiza que los activos como Computadoras e Impresoras por ser procesadores de datos tienen una tasa anual de depreciación más alta que los demás activos 25%, mientras que los demás activos tienen la tasa de 10%. El total del valor Residual es de S/ 1450.00

6.1.2. Activos intangibles

Para esta inversión se tomará en cuenta aquellos bienes que no se pueden identificar de forma física como la constitución de la empresa, permisos municipales, licencias, certificados, etc.

La inversión intangible para la empresa. se encuentra conformado por la inversión de análisis de mercado, constitución de empresa, licencia de funcionamiento y diseño de página web, los cuales suman un total de S/ 7338.54

Estos activos son muy importantes para el correcto funcionamiento de la empresa bajo la ley. A continuación, se muestran los Bienes detallados.

Tabla N° 46: Activos Intangibles

Datos de inversión	Inversión
Diseño de página web	600.00
Registro de Marca	597.70
Constitución de empresa	790.84
Licencia de funcionamiento	500.00
Elaboración del plan	4850.00
Inversión intangible	7338.54

Elaboración: Propia

Si bien estos bienes son muy importantes para el funcionamiento de la empresa, estos se amortizan. Es así que en el siguiente cuadro se indica la forma en que se amortizan de acuerdo a las estipulaciones de la SUNAT.

Tabla N° 47: Amortización de Activos Intangibles

Concepto / Periodo	Valor inicial	Tasa Anual	1	2	3	4	5
Amortización intangibles	7338.54	20%	1,467.71	1,467.71	1,467.71	1,467.71	1,467.71
Acumulado			1,467.71	2,935.42	4,403.12	5,870.83	7,338.54

Fuente: SUNAT

En la tabla, se visualiza que el total de activos intangibles se amortizan a una tasa del 20% por año, esta tasa es establecida por la SUNAT. Finalmente se puede observar que en el periodo de 5 años esta se amortiza a una cantidad de S/ 1,467.71 por año.

6.2. Capital de Trabajo

Para el capital de trabajo se considerará todos los recursos que serán necesarios para iniciar las actividades del negocio. El capital de trabajo para la empresa se encuentra conformado por costos de maquila, materiales indirectos, gastos de personal, gastos fijos, gastos administrativos y garantía de local., los cuales suman un total de S/ 114,075.00 para cubrir los egresos de tres meses. Además, se ha considerado una caja para respaldar las contingencias que se puedan presentar.

Tabla N° 48: Capital de trabajo (Expresado en soles)

Capital de trabajo en soles			
Concepto	Costo unitario	Costo mensual	Costo trimestral
Valor actual de capital de trabajo		69,966	114,075
Capital de trabajo		60,966	105,075
Caja		9,000	9,000
Costo de producto tercerizado		22,463.88	44,927.76
Tela de algodón kg.	30.00	12,960	25,920
Etiqueta de tejido	0.05	108	216
Etiqueta de cartón	0.06	130	259
Envase de cartón	0.74	1,598	3,197
Costo de servicio trazo y corte	0.40	864	1,728
costo de producto terciarizado de costura	1.80	3,888	7,776
Costo de producto terciarizado lavandería	1.10	2,376	4,752
Costo de producto terciarizado de acabados	0.20	432	864
cajas de cartón	0.40	24	48
Costo de Transporte del maquilador hacia almacén	0.15	84	168
Gasto de personal		5,930.00	17,790.00
Gerente General	2,000	2,000	6,000
Asistente de logística y operaciones	1,500	1,500	4,500
Asistente de marketing	1,500	1,500	4,500
auxiliar de almacén	930	930	2,790
Materiales indirectos		108.00	246.00
Recogedor	8.00	8.00	8.00
Escoba	11.00	11.00	11.00
Jabón liquido	7.50	15.00	45.00
Paños	10.00	20.00	20.00
Desinfectante	30.00	30.00	90.00
Papel Higiénico	12.00	24.00	72.00
Gastos fijos		1,550.00	4,650.00
Pago de alquiler de local	1,200	1200.00	3,600
Servicios (luz, agua, teléfono e internet)	350	350.00	1,050
Costo de exportación		3,073.76	9,221.28
Seguro de carga	180	180	539
Transporte del almacén hacia puerto	320	320	960
Certificado de origen	40	40	120
Emisión de BL	180	330	990
	180	180	539
	610	610	1,831

Fuente: Elaboración propia

Consolidación	503	503	1,508
Almacenaje	359	359	1,077
Agenciamiento de Aduanas	359	359	1,077
Aforo físico	108	108	323
Transferencia bancaria	86	86	258
Gastos administrativos		963.50	1,363.50
Hojas bond	15.00	15.00	15.00
Archivadores	5.50	27.50	27.50
Lapiceros	9.00	9.00	9.00
Lápices	8.00	8.00	8.00
Perforador	5.50	22.00	22.00
Engrapador	7.00	28.00	28.00
Grapas	2.00	4.00	4.00
Diseñador	650.00	650.00	650.00
Asesor Contable	200.00	200.00	600.00
Gastos de ventas		23,276.45	23,276.45
Página web	450	450	
Espacio en la feria (Stand)	8257	8257	
Decoración del Stand	2000	2000	
Pasaje Aéreo	1616	1616	
Hospedaje	539	539	
Movilidad	323	323	
Alimentación	592	592	
Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos) + Muestras	2500	2500	
Rueda de negocios	1000	1000	
Comisionista	6000	6000	
Exigible		3600	3600
Garantía de local	1,200.00	3600	

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla anterior, se puede observar los gastos que incurrirá la empresa y estos se clasifican en gastos de personal (salario del personal), gastos de ventas (promoción y marketing), gastos administrativos (útiles de oficina), gastos fijos (alquiler y servicios) y a los costos de materiales indirectos (materiales de limpieza y de uso del personal), costos del producto y garantía de local. Para la empresa, el capital de trabajo servirá para los primeros tres meses que comienza las actividades para cubrir los costos y gastos en los que incurre la empresa.

6.3. Inversión Total

La inversión total es todo dinero que la empresa utilizara para dar inicio a las actividades de la empresa. La inversión total inicial comprende las inversiones fijas, los gastos de pre- inversión y capital de trabajo del proyecto.

Tabla N° 49: Inversión Total

Datos de inversión	Inversión
Diseño de página web	600.00
Registro de Marca	597.70
Constitución de empresa	790.84
Licencia de funcionamiento	500.00
Elaboración del plan	4850.00
Inversión intangible	7338.54
Equipos y maquinaria	6700.00
Muebles y enseres	2900.00
Inversión Tangible	9600.00
Capital de trabajo	114074.99
Inversión Total	
Inversión tangible	9,600.00
Inversión intangible	7,338.54
Capital de trabajo	114,074.99
Total	131,013.53

Fuente. Elaboración propia

En la Tabla anterior, se puede observar el total de la inversión que se debe tener para que la empresa pueda operar de manera normal, en este aspecto, dentro de la inversión total se está considerando: Inversión tangible, Inversión intangible y el capital de trabajo, el cual tiene un total de S/ 131,013.53 soles. Se observa que el mayor porcentaje está representado por el capital de trabajo que abarca un 87.10% del total, asimismo activos tangibles representan el 7.30% del total y los activos intangibles representan el 5.60% del total.

6.4. Estructura de Inversión y Financiamiento

Tabla N° 50: Estructura de la inversión

Inversión Total	
Inversión tangible	9,600.00

Inversión intangible	7,338.54
Capital de trabajo	114,074.99
Total	131,013.53

Elaboración: Propia

En la Tabla se vuelve a detallar la Inversión total que necesita, aquí se involucra todos aquellos gastos en el que se tendrá que incurrir.

Tabla N° 51: Estructura de financiamiento

Datos de financiamiento	%
% Aporte propio	55%
% Financiado	45%
Préstamo a mediano plazo	58,956.09
Aporte propio	72,057.44
Total	131,013.53

Elaboración: Propia

En la tabla anterior se puede observar la estructura de financiamiento de la empresa, que se constituye por el aporte de capital propio de 55%, necesario para poder comercializar el producto; con lo cual se deduce que el 45% restante será financiado con un préstamo. El aporte de capital propio es de S/ 72,057.44 mientras que el financiado por un préstamo bancario es de S/ 58,956.09

6.5. Fuentes financieras y condiciones de crédito

Tabla N° 52: Tasas de Interés Bancario

Tasa Anual (%)	CMAC Arequipa	CMAC Cusco	CMAC Huancaayo	CMA C Ica	CMAC Tacna	CMAC Trujillo	CMC P Lima
Préstamos a cuota fija a más de 360 días	33.67	30.76	27.73	29.49	30.80	27.30	32.95

Fuente: Superintendencia de Banca y Seguros.

Para la tabla anterior se realizó una investigación dentro de las principales entidades financieras en el mercado, de las tasas efectivas para inversión del capital de trabajo. En las tablas, se observa que el costo efectivo anual promedio es del 30.38%,

fluctuando en el promedio de créditos que las entidades bancarias brindan a las empresas que quieren obtener capital de trabajo.

Al ser una empresa que recién inicia sus operaciones y al no contar con un historial crediticio, es difícil que la entidad financiera pueda otorgar un préstamo, por ello la empresa vio por conveniente realizar un préstamo con el aval financiero de un familiar. “El familiar” al ser empresario y cliente de la financiera CMAC Huancayo, cuenta con un historial crediticio que permite avalar a la empresa con un préstamo, que se convierte en una estrategia para poder financiar la inversión que se requiere. Los requisitos para el préstamo son:

- Copia del documento de identidad de titular y cónyuge
- Copia del R.U.C.
- Licencia de funcionamiento o boletas de compra de mercadería (y otros documentos que solicite el asesor financiero)
- Copia del último recibo de luz, agua o teléfono (sólo uno de ellos)
- Copia del documento de propiedad de vivienda
- En caso de no contar con vivienda propia, se solicitará el aval.

Tabla N° 53: Fuentes financieras y condiciones de crédito (Expresado en Soles)

Préstamo	58,956.09
Tiempo (mensual)	24.00
Tasa interés mensual	2.06%
Periodo de gracia con pago de intereses	0.00
Valor de la Cuota	3,138.48

Elaboración: Propia

En la tabla anterior se puede observar las características del préstamo de la empresa, la cual se constituye por un préstamo bancario de S/ 58,956.09 en dos años, con un costo efectivo mensual del 2.06%, no cuenta con periodo de gracia y el valor de la cuota es de S/ 3,138.48

Tabla N° 54: Flujo de Caja de Deuda (Expresado en soles)

Meses	Saldo deudor	Interés	Amortización	Renta	Ahorro tributario	Servicio de deuda
0	58,956				Escudo Fiscal	
1	57,032	1,214.80	1,923.68	3,138	18.22	3,120.26
2	55,069	1,175.16	1,963.32	3,138	17.63	3,120.85
3	53,065	1,134.71	2,003.78	3,138	17.02	3,121.46
4	51,020	1,093.42	2,045.06	3,138	16.40	3,122.08
5	48,933	1,051.28	2,087.20	3,138	15.77	3,122.71
6	46,803	1,008.27	2,130.21	3,138	15.12	3,123.36
7	44,629	964.38	2,174.10	3,138	14.47	3,124.02
8	42,410	919.58	2,218.90	3,138	13.79	3,124.69
9	40,145	873.86	2,264.62	3,138	13.11	3,125.37
10	37,834	827.20	2,311.28	3,138	12.41	3,126.07
11	35,475	779.57	2,358.91	3,138	11.69	3,126.79
12	33,067	730.97	2,407.51	3,138	10.96	3,127.52
13	30,610	681.36	2,457.12	3,138	10.22	3,128.26
14	28,103	630.73	2,507.75	3,138	9.46	3,129.02
15	25,543	579.06	2,559.42	3,138	8.69	3,129.80
16	22,931	526.32	2,612.16	3,138	7.89	3,130.59
17	20,265	472.50	2,665.98	3,138	7.09	3,131.39
18	17,544	417.56	2,720.92	3,138	6.26	3,132.22
19	14,767	361.50	2,776.98	3,138	5.42	3,133.06
20	11,933	304.28	2,834.20	3,138	4.56	3,133.92
21	9,040	245.88	2,892.60	3,138	3.69	3,134.79
22	6,088	186.28	2,952.20	3,138	2.79	3,135.69
23	3,075	125.45	3,013.03	3,138	1.88	3,136.60
24	0	63.36	3,075.12	3,138	0.95	3,137.53

Fuente: CMAC Huancayo – 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 que es el préstamo que se irá disminuyendo a medida que se amortice la deuda. La renta que es constante a lo largo de todo el periodo se constituye por la suma del interés y la amortización.

La empresa cree conveniente financiar parte de la inversión total ya que se obtendrá mayor rentabilidad en lo invertido con el capital propio, es decir tener apalancamiento financiero, además de aprovechar el escudo fiscal que esto nos brindaría, ya que al adquirir un préstamo bancario se tendrían que pagar intereses como el costo de financiamiento, lo cual se deduce del impuesto a la renta.

Por último, el ahorro tributario se calcula del impuesto a la renta multiplicado por el interés, lo cual es restado a la renta para calcular el servicio de deuda.

6.6. Presupuestos de costos

El plan de negocio considera en el presupuesto de costos los siguientes elementos que formaran parte de la estructura del flujo de caja: Costos directos (costo de producto tercerizado y costos de exportación), Costos Indirectos (materiales indirectos, gasto de personal, gastos fijos, gastos administrativos, gastos de ventas) .Al final de presentar cada uno de los costos mencionados anteriormente, el plan de negocio presenta una tabla resumen sobre el total de estos conceptos para los demás años restantes.

- **Costos directos**

Dentro de los costos directos, vamos a observar todo aquel costo que se encuentre relacionado al producto que se va a comercializar. En este caso el producto a vender será polos de algodón orgánico para damas por lo tanto se menciona en la siguiente tabla el presupuesto de costos que se incurrirán.

Tabla N° 55: Costo de Producto tercerizado
(Expresado en soles)

Producto	Costo unitario	Cantidad	Costo por envío	Costo anual
Tela de algodón kg.	30.00	432	12,960.00	103,680.00
Etiqueta de tejido	0.05	2,160	108.00	864.00
Etiqueta de cartón	0.06	2,160	129.60	1,036.80
Envase de cartón	0.74	2,160	1,598.40	12,787.20
Costo de servicio trazo y corte	0.40	2,160	864.00	6,912.00
costo de producto terciarizado de costura	1.80	2,160	3,888.00	31,104.00
Costo de producto terciarizado lavandería	1.10	2,160	2,376.00	19,008.00
Costo de producto terciarizado de acabados	0.20	2,160	432.00	3,456.00
cajas de cartón	0.40	60	24.00	192.00
Costo de Transporte del maquilador hacia almacén	0.15	559.20	83.88	671.04

Total insumos en productos			22,463.88	179,711.04
-----------------------------------	--	--	------------------	-------------------

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 56: Costos de exportación
(Expresado en soles)

Descripción	Costo unitario	Costo por envío	Costo anual
Seguro de carga	179.50	179.50	1,436.00
Transporte del almacén hacia puerto	320.00	320.00	2,560.00
Certificado de origen	40.00	40.00	320.00
Emisión de BL	179.50	330.00	2,640.00
Handling	179.50	179.50	1,436.00
V°B - Agentes portuarios	610.30	610.30	4,882.40
Consolidación	502.60	502.60	4,020.80
Almacenaje	359.00	359.00	2,872.00
Agenciamiento de Aduanas	359.00	359.00	2,872.00
Aforo físico	107.70	107.70	861.60
Transferencia bancaria	86.16	86.16	689.28
Total		3,073.76	24,590.08

Fuente: Elaboración propia.

- **Costos indirectos**

Dentro de los costos indirectos, vamos a observar todo aquel costo que no se encuentre relacionado al producto que se va a comercializar, pero que son importantes.

Tabla N° 57: Materiales indirectos
(Expresado en soles)

Materiales de limpieza	Cantidad	Precio unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Recogedor	1	8.00	8.00	8.00
Escoba	1	11.00	11.00	11.00
Jabón liquido	2	7.50	15.00	180.00
Paños	2	10.00	20.00	40.00
Desinfectante	1	30.00	30.00	360.00
Papel Higiénico	2.00	12.00	24.00	288.00
Total materiales indirectos			108.00	887.00

Fuente: Elaboración propia

En Tabla N° 104, se puede observar todos los materiales indirectos de la empresa, estos materiales de aseo personal serán usados por los colaboradores de la empresa, dentro de estos materiales se tiene el recogedor, la escoba, el jabón líquido, paños, lejía y el papel higiénico.

Tabla N° 58: Gastos de personal
(Expresado en soles)

Descripción	N° de empleados	Pago mensual	Pago anual	Vacaciones	Sub total	SIS	Total anual
Gerente General	1	2,000.00	23,000.00	1,000	24,000.00	180.00	24,180.00
Asistente de logística y operaciones	1	1,500.00	17,250.00	750	18,000.00	180.00	18,180.00
Asistente de marketing	1	1,500.00	17,250.00	750	18,000.00	180.00	18,180.00
auxiliar de almacén	1	930.00	10,695.00	465	11,160.00	180.00	11,340.00
Total	4						71,880.00

Fuente: Elaboración propia

En Tabla N° 105, se puede verificar la remuneración que se le asignará a cada trabajador, así como sus beneficios, de acuerdo al régimen al cual nos estamos acogiendo, los trabajadores no tendrán beneficios como CTS y gratificación, pero gozaran de su sueldo, seguro SIS y vacaciones de quince días, asimismo se puede visualizar el total anual en gasto de personal que tendrá la empresa es de S/ 71,880.00 soles

Tabla N° 59: Gastos fijos
(Expresado en soles)

Descripción	Mensual	Anual
Pago de alquiler de local	1,200.00	14,400.00
Servicios (luz, agua, teléfono e internet)	350.00	4,200.00
Total Gastos fijos	1,550	18,600

Fuente: Elaboración propia

En Tabla N° 106, se puede observar los gastos fijos, los cuales abarcan el pago de alquiler de local y los servicios como la luz, el agua, el internet y el teléfono, estos

gastos deberán pagarse de manera mensual y así no haya comercialización en la empresa.

Tabla N° 60: Gastos administrativos
(Expresado en soles)

Materiales de oficina	Costo unitario	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Hojas bond	15.00	1	15.00	30.00
Archivadores	5.50	5	27.50	110.00
Lapiceros	9.00	1	9.00	9.00
Lápices	8.00	1	8.00	8.00
Perforador	5.50	4	22.00	22.00
Engrapador	7.00	4	28.00	28.00
Grapas	2.00	2	4.00	24.00
Diseñador	650.00	1	650.00	2,600.00
Asesor Contable	200.00	1	200.00	2,400.00
Total gastos administrativos			963.50	5,231.00

Fuente: Elaboración Propia

En Tabla N° 107, se observa todo el listado de los materiales que se usaran dentro de la oficina, esto es para el trabajo eficiente de los colaboradores, En muchos de los materiales de oficina la compra será una vez al año, en otros 2 veces al año y en los productos más usados se comprarán 8 veces al año.

Tabla N° 61: Gasto de ventas
(Expresado soles)

Descripción	Total
Página web	450.00
Espacio en la feria (Stand)	8257.00
Decoración del Stand	2000.00
Pasaje Aéreo	1615.50
Hospedaje	538.50
Movilidad	323.1
Alimentación	592.35
Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos) + Muestras	2500.00
Rueda de negocios	1000.00
Comisionista	6000.00
Gasto de venta total	23276.45

Fuente: Elaboración propia

En Tabla N° 108, se observa el presupuesto de gastos de venta, en este punto se considera una gran inversión, ya que uno de los objetivos es generar ventas y rentabilidad y la única forma de lograr esto es invirtiendo en los gastos de ventas.

6.7. Punto de equilibrio

Tabla N° 62: Costos fijos (expresado en soles)

Gastos de personal	71,880.00
Materiales indirectos	887.00
Gastos fijos	18,600.00
Gastos administrativos	5,231.00
Gasto de ventas	23,276.45
Costo fijo Total (anual)	119,874.45

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N° 109, se puede observar los costos que la empresa debe pagar independientemente de que se realicen ventas o no. Estarán constituidos por gastos de personal, materiales indirectos, gastos fijos, gastos de ventas, gastos administrativos y gasto financiero. lo que hacen un total de S/ 119,874.45 para el primer año.

Tabla N° 63: Costos variables
(expresado en soles)

Costo de producto tercerizado	179,711.04
Costo de exportación	24,590.08
Costo variable total (anual)	204,301.12

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N° 64: Costos totales
(Expresado en soles)

Costo Fijo	Costo variable	Costo Total
119,874.45	204,301.12	324,175.57

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N° 111, se muestra el costo total, el cual está estructurado por la sumatoria del costo total variable y el costo fijo; estos costos serán los que va incurrir la empresa. El costo total es de S/ 324,175.57 soles para el primer año.

Tabla N° 65: Estructura de precio

(Expresado en soles)

CVU	11.82
CFU	6.94
Costo unitario	18.76
Margen de ganancia	15%
Valor de venta	21.94
IGV	0.00
Precio de venta FOB	21.94
Punto de equilibrio (En cantidad)	11,847
Punto de equilibrio (En dinero)	259,939

Fuente: Elaboración propia

En Tabla N° 112, se verifica la estructura del precio como es el costo unitario, el precio de venta y el punto de equilibrio en dinero y en cantidad.

Se tiene la siguiente Fórmula: Punto de Equilibrio

Q=	Cantidad en unidades	Pe=CF/Pv-Cvu
Pv=	Precio de venta por unidad	
Cvu=	Costo variable por unidad	
CF=	Costo fijo total	

Para cubrir los costos entonces:

Cantidad =	17,280
Costo Variable Total=	204,301.12
Precio=	S/21.94 soles
Costo Fijo Total	S/119,874.45

Desarrollando:

$$\frac{119,874.45}{(21.94 - 11.82)} = 11,847 \text{ polos de algodón orgánico para damas}$$

Por lo tanto, el punto de equilibrio en cantidades que la empresa deberá comercializar es 11,847 polos de algodón orgánico para damas; con ello la empresa no gana ni pierde y la venta adicional de un par que se realice, representará la ganancia para la empresa.

6.8. Tributación de la Exportación

La exportación de bienes no está afectada a ningún tributo. La SUNAT, busca facilitar la salida al exterior de las mercancías, para mejorar la competitividad y oferta del país.

Existen dos beneficios tributarios a los cuales se pueden acoger las empresas exportadoras, la Devolución del IGV y el Drawback.

6.9. Presupuesto de ingresos

Tabla N° 66: Ventas en los próximos años

Años	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas	379,153	390,527	406,148	426,456	452,043
Tasa de crecimiento	0	3.00%	4.00%	5.00%	6.00%

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a lo que se muestra en la Tabla 113 la venta en el lapso de cinco años va incrementando, considerando que se tiene el promedio de la tasa de crecimiento de 3,4,5 y 6%. Las ventas en el primer año se calculan del precio de venta el cual será de S/21.94 por la cantidad de polos de algodón orgánico que se espera vender en el primer año el cual asciende a 11,847 unidades.

Tabla N° 67: Saldo a favor del exportador

(Expresado en soles)

Detalle	0	2021	2022	2023	2024	2025
Costo de compra de producto		179,711.04	185,103.43	192,508.64	202,135.18	214,264.41
Gastos administrativos		231.00	244.42	263.53	289.54	324.15
Gasto de ventas		2,065.50	2,130.12	2,214.13	2,319.97	2,450.87
Materiales indirectos		887.00	2,022.00	2,023.00	2,024.00	2,025.00
Total		182,894.54	189,499.97	197,009.30	206,768.68	219,064.43
Base imponible de las compras		154,995.37	160,593.19	166,957.04	175,227.70	185,647.82
IGV de ventas 18%		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
IGV Compras 18%		27,899.17	28,906.77	30,052.27	31,540.99	33,416.61
IGV compras de inversiones	2,583.85	27,899.17				

Devolución del IGV	30,483.0	28,906.7	30,052.2	31,540.9	33,416.6
	1	7	7	9	1

Fuente: Elaboración propia

En la tabla N°114, se observa el crédito fiscal que es la diferencia del I.G.V. de ventas menos el I.G.V de compras. Sin embargo, por tratarse de una exportación, se exonera del pago de I.G.V. de ventas. Por lo tanto, la diferencia del I.G.V. de ventas menos el I.G.V. de compras es el saldo a favor del exportador. La devolución del I.G.V. de compras se considera dentro de los ingresos en el flujo de caja económico.

6.10. Presupuesto de egresos

El presupuesto de egresos estará en función de la proyección de la tasa de inflación, así como en función al promedio de la tendencia de ventas o tendencia de la demanda.

Tasa de inflación 2019 según BCR	1.90%
----------------------------------	-------

FAI n =	$(1 + \text{Tasa de inflación 2019})^n$
---------	---

Tabla N° 68: Tasa de inflación proyectada del año 2020 al 2025

FAI 2020 =	1.02
FAI 2021 =	1.04
FAI 2022 =	1.06
FAI 2023 =	1.08
FAI 2024 =	1.10
FAI 2025 =	1.12

Fuente: BCR

En la Tabla N° 115, se puede verificar que se ha obtenido la proyección de la tasa de inflación para los próximos cinco años, esta tasa nos servirá como referencia para lograr proyectar los costos y hacer más real el proyecto.

- **Costos directos**

Tabla N° 69: Costos variables

(Expresado en soles)

Años	2021	2022	2023	2024	2025
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Costo de compra de producto tercerizado	179,711.04	185,103.43	192,508.64	202,135.18	214,264.41
Costos de Exportación	24,590.08	25,327.78	26,340.89	27,657.94	29,317.41
Costo de venta	204,301.12	210,431.21	218,849.54	229,793.11	243,581.82

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla N° 67 el presupuesto proyectado de costos variables está en función a la tasa de crecimiento de la demanda y tasa de la inflación. Por ello se verifica que año tras año la proyección va en aumento.

- **Costos indirectos**

Tabla N° 70: Presupuesto proyectado de materiales indirectos
(Expresado en soles)

Materiales de limpieza	2021	2022	2023	2024	2025
Útiles de limpieza	887.00	938.5	1011.9	1111.8	1244.7
Total de materiales indirectos	887.00	938.53	1,011.91	1,111.77	1,244.68

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla N° 118, se puede observar que el presupuesto proyectado de materiales indirectos va en crecimiento y este costo va en función de la inflación porque son costos en soles, lo cual se ve afectado directamente por la inflación.

Tabla N° 71: Presupuesto proyectado de gastos de personal
(Expresado en soles)

Descripción	2021	2022	2023	2024	2025
Gerente General	24,180.00	24,905.40	25,652.56	26,422.14	27,214.80
Asistente de logística y operaciones	18,180.00	18,725.40	19,287.16	19,865.78	20,461.75
Asistente comercial	18,180.00	18,725.40	19,287.16	19,865.78	20,461.75
auxiliar de almacén	11,340.00	11,680.20	12,030.61	12,391.52	12,763.27
Gasto de personal total	71,880.00	74,036.40	76,257.49	78,545.22	80,901.57

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N° 69, se observa que el presupuesto proyectado en cinco años de los gastos de personal, va en aumento debido a que la empresa optará por subir de manera anual 3% el sueldo de los colaboradores, esta medida se ha tomado debido al régimen en el cual la empresa se encuentra, al no cumplir con el 100% de los beneficios con el fin de evitar la rotación constante del personal.

Tabla N° 72: Presupuesto proyectado de gastos fijos
(Expresado en soles)

Descripción	2021	2022	2023	2024	2025
Pago de alquiler de local	14,400.00	14,544.00	14,689.44	14,836.33	14,984.70
Servicios (luz, agua, teléfono e internet)	4,200.00	4,443.98	4,791.47	5,264.29	5,893.65
Total Gastos Indirectos	18,600.00	18,987.98	19,480.91	20,100.62	20,878.35

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N°70 se detalla el presupuesto proyectado de los gastos fijos, lo que corresponde al pago de servicios está en función a la tasa de inflación. Por otro lado, con lo que corresponde al pago de alquiler de local, se ha considerado un 1% en la proyección debido a que se trata de un bien inmueble. El arrendador a través del contrato colocará un incremento en el pago del alquiler, esto se debe a que los bienes inmuebles se aprecian y toman más valor en el tiempo.

Tabla N° 73: Presupuesto proyectado de gastos administrativos
(Expresado en soles)

Materiales de oficina	2021	2022	2023	2024	2025
Útiles de oficina	231.00	244.42	263.53	289.54	324.15
asesor contable	2,400.00	2,472.00	2,570.88	2,699.42	2,861.39
Control de calidad	2,600.00	2,678.00	2,785.12	2,924.38	3,099.84
Total de gastos administrativos	5,231.00	5,394.42	5,619.53	5,913.34	6,285.38

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla N° 71, muestra el presupuesto proyectado de los gastos administrativos, donde los útiles de oficina se proyectan en función a la tasa de inflación.

Tabla N° 74: Presupuesto proyectado de gastos de ventas
(Expresado en soles)

Descripción	2021	2022	2023	2024	2025
Página web	450.00	450.00	450.00	450.00	450.00
Espacio en la feria (Stand)	8,257.00	8,587.28	9,016.64	9,557.64	10,226.68
Decoración del Stand	2,000.00	2,080.00	2,184.00	2,315.04	2,477.09
Pasaje aéreo	1,615.50	1,680.12	1,764.13	1,869.97	2,000.87
Hospedaje	538.50	560.04	588.04	623.32	666.96
Movilidad	323.10	336.02	352.83	373.99	400.17
Alimentación	592.35	616.04	646.85	685.66	733.65
Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos) + Muestras	2,500.00	2,600.00	2,730.00	2,893.80	3,096.37
Rueda de negocios	1,000.00	1,040.00	1,092.00	1,157.52	1,238.55
Comisionista	6,000.00	6,240.00	6,552.00	6,945.12	7,431.28
Total gasto de ventas	23,276.45	24,189.51	25,376.48	26,872.07	28,721.62

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N° 72, se puede observar los gastos de ventas que la empresa ha proyectado para los siguientes cinco años, el crecimiento está en función a las ventas que se generen durante el tiempo de actividad, por lo tanto, va en función a la tasa de crecimiento de la demanda.

6.11. Flujo de caja proyectado

6.11.1. Flujo de caja económico

La empresa para diagnosticar su situación financiera. Un primer paso para ello es construir un flujo de efectivo o caja, el cual les mostrará sus ingresos y egresos comparados en un período de tiempo definido para con esta información tomar decisiones más acertadas. Entre más detallado se pueda hacer, la información será más útil, Es de anotar, que el flujo de caja se hace de manera anticipada, es decir se realiza antes de que empiece a correr el período de tiempo para el cual se va a construir. La información se toma de lo conocemos o que podemos predecir, o sea, siempre vamos a saber que tenemos que pagar servicios, nómina, a proveedores y sabemos que de donde provienen nuestros ingresos y sus cantidades. El Flujo de Caja se hace de la siguiente manera:

Tabla N° 75: Flujo de caja económico
(Expresado en soles)

Período (años)	0	2021	2022	2023	2024	2025
Ingresos Operativos		409,63 5.73	419,43 4.07	436,20 0.65	457,99 6.79	485,45 9.76
(-) Costo de ventas		204301 .12	210431 .21	218849 .54	229793 .11	243581 .82
(-) Gastos administrativos		5231.0 0	5394.4 2	5619.5 3	5913.3 4	6285.3 8
(-) Gastos de ventas		23276. 45	24189. 51	25376. 48	26872. 07	28721. 62
(-) Gastos de personal		71880. 00	74036. 40	76257. 49	78545. 22	80901. 57
(-) Gastos de materiales indirectos		887.00	938.53	1011.9 1	1111.7 7	1244.6 8
(-) Gastos indirectos		18600. 00	18987. 98	19480. 91	20100. 62	20878. 35
(-) Impuesto a la renta		6144.5 4	6291.5 1	6543.0 1	6869.9 5	7281.9 0
Egresos Operativos		330,32 0.11	340,26 9.55	353,13 8.87	369,20 6.08	388,89 5.32
Flujo de Caja Operativo		79,315. 62	79,164. 52	83,061. 78	88,790. 71	96,564. 44
Inversiones en Activo Fijo Tangible	9,600.0 0					
Inversiones en Activos Fijo intangible	7,338.5 4					
Inversiones en Capital de Trabajo	114,074 .99					114,07 4.99
Valor residual						1,450.0 0

Total flujo de Inversiones	131,013.53	0.00	0.00	0.00	0.00	115,524.99
Flujo de Caja Económico	-131,013.53	79,315.62	79,164.52	83,061.78	88,790.71	212,089.43

Fuente: Elaboración Propia

En el gráfico N° 73, se puede observar que el flujo de caja económico está constituido por los ingresos operativos y egresos operativos, los cuales están proyectados en un plazo de 5 años.

6.11.2. Flujo de caja financiero

Tabla N° 76: Flujo de caja financiero
(Expresado en soles)

Periodo	0	2021	2022	2023	2024	2025
Flujo de caja económico	-131,014	79,316	79,165	83,062	88,791	212,089
Préstamo	58,956					
Amortización		25,889	33,067			
Intereses		11,773	4,594			
Escudo Fiscal de la Deuda		177	69			
Financiamiento Neto	58,956	37,485	37,593	0	0	0
Flujo De Caja Financiero	72,057.44	41,830.44	41,571.66	83,061.78	88,790.71	212,089.43

Fuente: Elaboración Propia

En el Tabla N° 74 se puede observar que el flujo de caja financiero resulta de la diferencia del flujo de caja económico menos el flujo caja de deuda. El flujo de deuda está formado por la deuda del préstamo bancario en el año 0 y los egresos por servicio de deuda. Cabe señalar que los intereses se pagan como gastos financieros.

6.12. Estado de ganancias y perdidas

Tabla N° 77: Estado de ganancias y pérdidas financiero
(Expresado en soles)

Recursos	Expresado en Soles por año
----------	----------------------------

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) Ventas netas	409,635.73	419,434.07	436,200.65	457,996.79	485,459.76
(-) Costo de ventas	204,301.12	210,431.21	218,849.54	229,793.11	243,581.82
Utilidad bruta	205,334.61	209,002.86	217,351.11	228,203.68	241,877.94
(-) Gastos administrativos	5,231.00	5,394.42	5,619.53	5,913.34	6,285.38
(-) Gastos de ventas	23,276.45	24,189.51	25,376.48	26,872.07	28,721.62
(-) Gastos de personal	71,880.00	74,036.40	76,257.49	78,545.22	80,901.57
(-) Gastos de materiales indirectos	887.00	938.53	1,011.91	1,111.77	1,244.68
(-) Gastos indirectos	18,600.00	18,987.98	19,480.91	20,100.62	20,878.35
(-) Depreciación	1,827.50	1,827.50	1,827.50	1,827.50	290.00
(-) Amortización	1,467.71	1,467.71	1,467.71	1,467.71	1,467.71
Utilidad operativa	82,164.95	82,160.82	86,309.58	92,365.46	102,088.63
(+) Ingresos financieros	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(+) Ingresos varios	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(-) Gastos financieros	11,773.18	4,594.28			
(-) Gastos varios	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Utilidad sin impuesto	70,391.77	77,566.54	86,309.58	92,365.46	102,088.63
(-) Impuesto a la renta	6,144.54	6,291.51	6,543.01	6,869.95	7,281.90
Utilidad neta	64,247.23	71,275.03	79,766.57	85,495.51	94,806.73

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N° 75, se presenta el estado de ganancias y pérdidas de la empresa que inicia con el ingreso por ventas, que es el monto total en soles de las ventas que se darán durante los próximos cinco años del cual se reduce el costo de venta. La utilidad bruta resultante es de S/ 205,334.61 soles en el primer año, luego de restarle los egresos operativos y la depreciación y amortización se tiene la utilidad operativa resultante la cual asciende a S/ 82,164.95 soles que representa la utilidad obtenida por vender el producto, después la empresa obtuvo S/ 70,391.77 de utilidad antes de impuestos luego de haber restado el interés del préstamo.

Finalmente, se calculan los impuestos a la tasa fiscal y se deducen para determinar la utilidad neta de S/ 64,247.23 soles en el primer año.

6.13. Evaluación de la inversión

6.13.1. Evaluación económica

Tabla N° 78: Resultados económicos

VANE	S/. 179,640.89
TIRE	61.77%
B/C (FCE)	2.37

Fuente: Elaboración Propia

Tasa de descuento del Flujo de caja económico el **COK = 18.30%** para el cálculo del VAN y el beneficio costo. En la tabla 126 se observa la evaluación económica de la empresa y con ello se puede concluir que el proyecto es rentable, debido a que el flujo de efectivo económico cumple con las condiciones para que un proyecto pueda ser aceptado, por lo tanto, se tiene como resultado VANE igual a S/. 179,640.89 soles, un TIR de 61.77% y un B/C (**Beneficio/costo**) de 2.37.

Esto significa que se cumple los requisitos para que un proyecto sea rentable: $VAN > 0$, $TIR > COK$ y el $B/C > 1$.

Tabla N° 79: Periodo de recuperación económica
(Expresado en soles)

Periodo de recuperación	0	1	2	3	4	5
	-					
FCE	131,013. 53	67,046. 17	56,566.7 3	50,170.3 3	45,334.4 7	91,536.7 1
FCE Acumulado		67,046. 17	123,612. 90	173,783. 23	219,117. 71	310,654. 42

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N° 76, se observa el periodo de recuperación económica, tomando en cuenta el COK (Costo de aporte propio), el cual es de 18.30%. Por otro lado, actualizando los flujos económicos del futuro al presente y teniendo en cuenta el CPPC, la inversión se recuperará en 26 meses.

6.13.2. Evaluación financiera

Tabla N° 80: Resultados financieros

VANF	S/. 180,048.59
TIRF	78.01%

B/C (FCE)	3.18
-----------	------

Fuente: Elaboración Propia

Tasa de descuento del Flujo de caja económico es el WACC = **21.57%** para el cálculo del VAN y el beneficio costo. En la Tabla N° 128, se tiene el flujo de caja financiero, donde se cumple que el VANF > VANE y el TIRF > Tasa de interés anual que el banco ofrece, con ello se produce un apalancamiento financiero en beneficio del inversionista. De acuerdo a lo antes mencionado, la empresa tiene como resultado un VANF igual a S/. 180,048.59 soles, un TIRF de 78.01% y un B/C de 3.18, por lo cual se puede deducir que el proyecto es muy rentable. De acuerdo al análisis realizado en ambos casos, tanto el flujo financiero, como el económico el proyecto son rentables.

Tabla N° 81: Periodo de recuperación financiera

Periodo de recuperación	0	1	2	3	4	5
	-					
FCE	72,057.4 4	34,408. 42	28,128. 19	46,229.3 6	40,649.6 1	79,869.3 4
FCE Acumulado		34,408. 42	62,536. 61	108,765. 96	149,415. 58	229,284. 92

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla N° 78 se observa el periodo de recuperación financiera, tomando en cuenta el WACC del 21.57%. Por otro lado, actualizando los flujos financieros del futuro al presente y teniendo en cuenta el costo de oportunidad, la inversión se recuperará en 26 meses.

6.13.3. Evaluación social

El presente plan de negocio acerca de la exportación de polos de algodón orgánico hacia el mercado de Brasil no genera ningún conflicto social, sino más bien, apoya positivamente al país.

La empresa busca generar un impacto en el crecimiento económico del país ya que, al constituir la empresa, se genera mayor empleo, incrementando también la cadena logística y contribuyendo con inversión en el país realizando el pago de impuestos al estado.

6.13.4. Impacto ambiental

Somos una empresa que exportará polos de algodón orgánico al mercado brasileño siendo respetuosa con el medio ambiente, buscando criterios que permitan el desarrollo sostenible como un plan de reciclaje, donde el producto a reciclar será separado de la fuente de origen y los residuos que pudieran acumularse, serán desechados de manera adecuada sin causar algún tipo de daño ni a personas ni al medio ambiente.

Los procesos realizados por la empresa, no presentan impacto alguno de manera negativa con el ambiente, por lo tanto, se considera que el plan de negocios, desde el punto de vista ambiental, es viable.

6.14. Evaluación de costos oportunidad del capital de trabajo

6.14.1 Costo de oportunidad

El costo de oportunidad, que también es conocido como (COK), es el mínimo valor que el inversionista espera recibir. A partir del COK, las empresas generan valor para el propietario, porque los retornos de los proyectos de inversión deben ser iguales o mayores.

El costo de oportunidad tiene implícito la relación riesgo retorno que existe en el mercado. Aplicado a este caso el retorno esperado está en función a los rendimientos del mercado que tiene la empresa y el riesgo es la variación que existe entre el retorno real y el esperado. En un conjunto de posibilidades de inversión, el inversionista debe comparar todas las posibilidades que tiene, en el cual se mida el retorno en cada lección.

Tabla N° 82: Aporte propio
(Expresado en soles)

Fuente	Porcentaje	Monto
Aporte propio	55%	72,057.44

Fuente: Elaboración propia

Se tiene un capital propio de S/ 72,057.44 que de acuerdo a este capital, los inversionistas realiza una evaluación de mercado para conocer cuál es la rentabilidad máxima que podría obtener por dicha inversión.

A continuación, un ejemplo:

Tabla N° 83: Cálculo del costo de oportunidad

TREM inversionista 1	18%
Participación inversionista 1	70%
TREM inversionista 2	19%
Participación inversionista 2	30%
COK	18.3%

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a como se visualiza en la tabla N° 80 se tiene que la rentabilidad que otorga el mercado por el capital propio es lo máximo que se deja de ganar por invertir en este proyecto, Realizando el cálculo se tiene como costo de oportunidad 18.03% que es lo mínimo que se espera ganar por la inversión en este proyecto de exportación de polo de algodón orgánicos para damas.

6.14.2. Costo promedio ponderado de capital

A continuación, se calculará el 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 N° 84: Costo Promedio ponderado de Capital

- Capital	55.00%
- Deuda	45.00%
- Cok	18.30%
- Costo de la deuda	27.73%
- Tax Perú	7.80%
- WACC	21.57%

Fuente: Elaboración propia

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

$$CPPC = (55\% * 27.73\%) * (1-7.8\%) + (45\% * 18.30\%)$$

$$CPPC = 21.57\%$$

6.15. Cuadro de riesgo del tipo de cambio

El análisis de sensibilidad supone variaciones que afecten el presupuesto de caja. Por ello es importante crear varios escenarios con el objetivo de tener diferentes perspectivas con relación a las situaciones que se presenten.

Para el caso de un incremento en el tipo de cambio, la empresa. utilizará el contrato forward de divisas.

Según (Banco Central de Reserva del Perú, s.f.) una operación forward de moneda extranjera es un acuerdo entre dos partes, por el cual dos agentes económicos se obligan a intercambiar, en una fecha futura establecida, un monto determinado de una moneda a cambio de otra, a un tipo de cambio.

El fin del contrato forward de divisas es administrar el riesgo en lo que se puede incurrir, por los posibles efectos negativos de la volatilidad del tipo de cambio en el flujo esperado de una empresa (comercio exterior). El mercado de forwards permite que los agentes económicos se cubran del riesgo cambiario, dando mayor certeza a sus flujos.

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

Tabla N° 85: Análisis de sensibilidad con tipo de cambio

TIPO DE CAMBIO	VANE	TIRE	B/C	VANF	TIRF	B/C	ESCENARIOS
3.70	S/ 185,145.21	63.66 %	2.4 4	S/ 185,565.40	80.40 %	3.2 8	optimista

3.65	S/ 182,643.24	62.80 %	2.4 1	S/ 183,057.76	79.31 %	3.2 4	
3.59	S/ 179,640.89	61.77 %	2.3 7	S/ 180,048.59	78.01 %	3.1 8	conservador
3.10	S/ 155,121.66	53.34 %	2.0 5	S/ 155,473.71	67.36 %	2.7 5	
2.80	S/ 140,109.88	48.18 %	1.8 5	S/ 140,427.87	60.84 %	2.4 8	pesimista

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla N° 133, se muestra el análisis de sensibilidad y cómo el tipo de cambio impacta en los diferentes indicadores, tanto en el económico como en el financiero. Para este tipo de análisis se utilizan tres escenarios: pesimista, conservador y optimista. Por ejemplo, es un escenario optimista, para un tipo de cambio S/ 3.70 se obtiene un b/c económico de 2.44, lo que significa que por cada sol que se invierte se está ganando S/1.44 soles.

Por otro lado, en un escenario conservador, para un tipo de cambio de S/ 3.59 se obtiene un B/C económico de 2.37, con lo que la empresa gana por cada sol que se invierte se está ganando S/ 1.37 soles , pero hay una disminución con respecto al tipo de cambio S/ 3.70. Asimismo, para un escenario pesimista, el tipo de cambio de S/ 2.80 se obtiene un beneficio costo de 1.85 y se está ganando por cada sol invertido S/ 0.85 soles que es menos a diferencia de los tipos de cambio más altos y, además es el tipo de cambio donde la empresa está perdiendo.

7.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

- Se concluye que el plan de negocio de la empresa Innova Textil P&P S.A.C. es conveniente y ofrece una oportunidad de exportar un producto con el valor agregado y modelo de negocio diferente que hoy en día valora el consumidor final, asimismo genera fuentes de trabajo.
- Se concluye del estudio realizado, que el mercado de Brasil viene siendo uno de los mejores destinos para la exportación de textiles, debido a su gran demanda y a la preferencia de dichos productos provenientes de Perú, ya que conocen de la buena calidad de los textiles.
- La tercerización del proceso de producción permite a la empresa enfocar su atención en los diseños de las prendas buscando transmitir todo lo que significa el Perú de forma contemporánea y única además de centrarse en comercialización internacional y a su vez a la elaboración de estrategias que tengan como objetivo satisfacer al consumidor de manera eficaz y eficiente, lo cual permitirá a su vez obtener un mayor margen de rentabilidad.
- En cuanto al Estado de Ganancias y Pérdidas se observa el crecimiento de la rentabilidad en los cinco años proyectados y esto a raíz que el sector cada año crece entre 7% a 12% y se estima que en los próximos años esto continúe.
- De acuerdo a la evaluación Financiera del Proyecto de negocio se ha concluido que es viable teniendo una TIR financiero de 78.01% y, a su vez, genera un VANF de S/. 180,048.59 anual.

7.2. Recomendaciones.

- Se recomienda cumplir con las estrategias establecidas en el plan de negocio para el proceso de introducción del producto, teniendo una sólida relación con las empresas que apuestan por nuestro producto.
- Así mismo, se recomienda cumplir con las estrategias de promoción y posicionamiento a fin de que nos permita lograr con lo pronosticado y así poder llegar a las ventas programadas.
- Explorar con mayor frecuencia los canales de comercialización con el objetivo de generar mayor rentabilidad para el negocio, dando mayor énfasis a los canales de venta por internet y las redes sociales que juegan un papel muy importante para la comercialización, ya que permiten llegar fácil y directamente al cliente, y más aún en estas épocas donde debido a la pandemia por el virus Covid-19 se incrementó considerablemente; así mismo permite tener una relación estrecha con el cliente y conocer sus necesidades y preferencias.

ANEXOS

Anexo N° 1: Contrato de Compraventa Internacional

CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Conste por el presente documento el contrato de distribución que suscriben de una parte: Hlm Ind De Confecções Ltda S.A.C., empresa constituida bajo las leyes de la República de Brasil, debidamente representada por su Gerente General Edmundo del Águila Herrera, con Documento de Identidad N° 53.030.418, domiciliado en su Oficina principal ubicado en José Bonifácio 451, Sao Paulo, Brasil, a quien en adelante se denominará EL COMPRADOR y, de otra parte Comercial Bio Cotton Love S.A.C., inscrito en la Partida N° 11817945 del Registro de Personas Jurídicas de la Zona Registral N° IX, debidamente representado por su Gerente General Yanira Paredes Panduro, identificado con DNI N° 73427217 y señalando domicilio el ubicado en Avenida Palmeras 41, Los Olivos, departamento de Lima, República del Perú, a quien en adelante se denominará EL VENDEDOR (ó FABRICANTE), que acuerdan en los siguientes términos:

GENERALIDADES

CLAUSULA PRIMERA:

- 1.1. Las presentes Condiciones Generales se acuerdan en la medida de ser aplicadas conjuntamente como parte de un Contrato de Compraventa Internacional entre las dos partes aquí nominadas.
- 1.2. En caso de discrepancia entre las presentes Condiciones Generales y cualquier otra condición Específica que se acuerde por las partes en el futuro, prevalecerán las condiciones específicas.
- 1.3. Cualquier situación en relación con este contrato que no haya sido expresa o implícitamente acordada en su contenido, deberá ser gobernada por:
 - a) La Convención de las Naciones Unidas sobre la Compraventa Internacional de Productos (Convención de Viena de 1980, en

adelante referida como CISG, por sus siglas en Ingles

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

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

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

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

CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

CLAUSULA SEGUNDA:

- 2.1. Es acordado por las Partes que EL VENDEDOR venderá los siguientes productos: 2040 polos de algodón orgánico para mujeres en envases de cartón biodegradable en forma de cilindro en color cartón, y EL COMPRADOR pagará el precio de dichos productos de conformidad con el artículo N°001.

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

PLAZO DE ENTREGA

CLAUSULA TERCERA:

EL VENDEDOR se compromete a realizar la entrega de periodo de 30 días luego de recibidas las órdenes de compra debidamente firmadas por el comprador.

PRECIO

CLAUSULA CUARTA:

Las Partes acuerdan el precio de \$ 38,613.42 (Treinta y 8 Mil Quinientos Seiscientos trece con 42/100 dólares americanos) por el envío de los productos de conformidad con la carta oferta recibida por el comprador en la cotización enviada el 13 de Setiembre del 2017.

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 FOB ("Free on Board"), el envío se hará por vía marítima, asumiendo todos los gastos relacionados con las mercancías hasta el momento en que hayan sobrepasado la borda del buque en el puerto de embarque fijado.

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 al SESENTA PORCIENTO (60 %) de la cantidad debitada precio al embarque de los productos, y el restante CUARENTA PORCIENTO (40 %) a la llegada en zona primaria de la mercancía.

Las cantidades adeudadas serán acreditadas, salvo otra condición acordada, por medio de transferencia electrónica a la cuenta del Banco del Vendedor

en su país de origen, y EL COMPRADOR considerara haber cumplido con sus obligaciones de pago cuando las sumas adecuadas hayan sido recibidas por el Banco de EL VENDEDOR y este tenga acceso inmediato a dichos fondos.

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.

El Incoterm elegido es FOB (Franco a bordo) que significa que el vendedor entrega cuando las mercancías sobrepasan la borda del buque en el puerto de embarque convenido. Esto quiere decir que el comprador debe soportar todos los costes y riesgos de la pérdida y el daño de las mercancías desde aquel punto. El término FOB exige al vendedor despachar las mercancías para la exportación. Este término puede ser utilizado sólo para el transporte marítimo o por vías navegables interiores.

El vendedor debe entregar las mercancías en la fecha o dentro del plazo acordado, en el puerto de embarque ubicado en el Callao (APM Terminals) y en la forma acostumbrada en el puerto, a bordo del buque designado por el comprador.

El comprador debe soportar todos los riesgos de pérdida y daño de las mercancías desde el momento en que hayan sobrepasado la borda del buque en el puerto de embarque fijado.

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 DÉCIMA:

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 DÉCIMO 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 DÉCIMO 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 DÉCIMO TERCERA:

A menos que se estipule de otra forma por escrito, todas las disputas surgidas en conexión con el presente contrato deberá ser finalmente resueltas por la

ley de Arbitraje y serán competencia exclusiva de la jurisdicción de las cortes de Lima, a las cuales las partes por este medio nominan excepto que una parte deseara buscar un procedimiento arbitral en concordancia con las reglas de arbitraje del Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio Internacional de Lima por uno o más árbitros nombrados de conformidad con dichas reglas.

ENCABEZADOS

CLAUSULA DÉCIMO CUARTA:

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

NOTIFICACIONES

CLAUSULA DÉCIMO 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 DÉCIMO 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 20 días del mes de setiembre 2017.

.....

EL VENDEDOR

.....

EL COMPRADOR

Anexo N° 2: Commercial Invoice

COMMERCIAL INVOICE								
Exporter: Innova Textil P&P S.A.C. Avenida Palmeras 41 – Los Olivos, Lima, Perú Teléfono: (51-1) 829-8000		Invoice No. & Date: EXP 01/01-2021 12-OCT-2021						
		Buyers Order No. & Date: T50124 23-DIC-2021				Proforma		
		Other reference (s): PERU				Bill of Lading No. & Date: GVJG12312341 12-OCT-2021		
Consignee: Hlm Ind De Confeccões Ltda S.A.C José Bonifácio 451, Sao Paulo, Brasil, Teléfono: +(55) (17) 32659900		Buyer (If other than consignee): Hlm Ind De Confeccões Ltda S.A.C José Bonifácio 451, Sao Paulo, Brasil, Teléfono: +(57) (4) 5409570						
Pre-carriage By SEA	Place of Receipt	Country of origin PERU			Country of destination BRASIL			
		Payment Terms: T/T 60 % at the beginning and the other 40 % from the date of Bill of Lading Bank Details: Banco BCP, Account N°: 091-388-10						
Sea Details	Port of Loading CALLAO SEA PORT		Port of Discharge SANTOS SEA PORT					
Port of Discharge SANTOS SEA PORT	Final Destination SAO PAULO-BRASIL							
Boxes Marks Container No.	Numbering of the boxes	Number of Boxes	Description of Goods	Quantity	Presentation	FOB Price USD	Total FOB USD	
Hlm Ind De Confeccões Ltda Container #KJSA1	1.- 90	90	Polos de algodón orgánico	200gr	2,160 Units	6.11	13197.6	
		90	TOTAL FOB				13197.6	
AMOUNT CHARGEABLE (IN WORDS): Twenty- Three thousand thirty-eight and 00/100 dolars								
Total Net Wt:	432.00 Total Shipper:	90.00					Add Freight	2,000.00
Total Gross Wt:	559.20 Total CBM:					Add Insurance	230.00	
WE HEREBY CERTIFY THAT THE GOODS ARE OF PERUVIAN ORIGIN						TOTAL CIF	15427.6	
WE DECLARE THAT THIS PACKING LIST SHOWS THE CORRECT SPECIFICATION OF GOODS DESCRIBED AND THAT ALL PARTICULARS ARE TRUE AND CORRECT								

Anexo N° 3: Packing List

PACKING LIST								
Exporter: Innova Textil P&P S.A.C. Avenida Palmeras 41 – Los Olivos, Lima, Perú Teléfono: (51-1) 829-8000		Invoice No. & Date: EXP 01/01-2021 12-OCT-2021						
		Buyers Order No. & Date: T50124 23-DIC-2021			Proforma			
		Other reference (s):			Bill of Lading No. & Date: GVJG12312341 12-OCT-2021			
Consignee: Hlm Ind De Confeccões Ltda S.A.C José Bonifácio 451, Sao Paulo, Brasil, Teléfono: +(55) (17) 32659900		Buyer (If other than consignee): Hlm Ind De Confeccões Ltda S.A.C José Bonifácio 451, Sao Paulo, Brasil, Teléfono: +(55) (17) 32659900						
Pre-carriage By SEA	Place of Receipt	Country of origin PERU			Country of destination BRASIL			
		Payment Terms: T/T 60 % at the beginning and the other 40 % from the date of Bill of Lading Bank Details: Banco BCP, N° cuenta: 091-388-10						
Sea Details	Port of Loading CALLAO SEA PORT							
Port of Discharge SANTOS SEA PORT	Final Destination SAO PAULO							
Boxes Marks Container No.	Numbering of the boxes	Number of Boxes	Description of Goods	Batch No.	Quantity	Net weight	Gross weight	CBM
						in KGS	in KGS	
Hlm Ind De Confeccões Ltda S.A.C Container #KJSA1	1. - 90	90	Polos de algodón orgánico 200gr	P3510J	2,160	432.00	559.20	
		90		TOTAL		432.00	559.20	
Manufacturer: Innova Textil P&P S.A.C								
Total Net Wt: 432.00 Total Shipper: 90 Total Gross Wt: 559.20 Total CBM:								
WE HEREBY CERTIFY THAT THE GOODS ARE OF PERUVIAN ORIGIN								
WE DECLARE THAT THIS PACKING LIST SHOWS THE CORRECT SPECIFICATION OF GOODS DESCRIBED AND THAT ALL PARTICULARS ARE TRUE AND CORRECT								