



Facultad de Administración y Negocios

Administración de Negocios Internacionales

Administración de Empresas

Programa Especial de Titulación:

“Exportación de pantalones jeans de tela eco denim sin anilina a
España, ciudad de Madrid”

Jenny Anabel Suarez Cuaila

para optar el Título Profesional de Licenciada en
Administración de Negocios Internacionales

Ventocilla Melgar Anthony Raiph

para optar el Título Profesional de Licenciado en
Administración de Empresas

Villanueva Esquives Karina Janneth

para optar el Título Profesional de Licenciada en
Administración de Negocios Internacionales

Lima – Perú
2019

Tabla de contenido

Tabla de contenido.....	
Índice de Tablas.....	
Índice de gráficos.....	
Índice de Imagen	
Dedicatoria	
Resumen Ejecutivo	
Introducción	
CAPÍTULO I – EL MERCADO	1
1.1 Análisis del producto	1
1.1.1 Situación actual del producto	1
• DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.....	2
• PROPIEDADES Y USOS DEL PRODUCTO	4
• FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	5
• TELAS ECO-DENIM	6
• IDENTIFICACIÓN ARANCELARIA.....	12
• MATRIZ FODA	13
1.2 Análisis de sector	15
1.2.1 Situación actual de la oferta	15
• PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES EN LOS ÚLTIMOS 2 AÑOS DE LA PARTIDA 620462	17
• PRINCIPALES EMPRESAS NACIONALES EXPORTADORAS EN LOS ÚLTIMOS 3 AÑOS DE LA PARTIDA 6204620000	19
• COMPETENCIA DIRECTA	24
• COMPETENCIA INDIRECTA.....	25
• DIFERENCIACIÓN	26
• CALIDAD.....	26
• CONTENIDO	26
• PRESENTACIÓN.....	27
• PRECIO DE CLIENTE.....	27
• DISTRIBUCIÓN.....	28
• PROVEEDORES	28

• ENTREVISTA	29
• FUENTES PRIMARIAS	31
1.2.2 Situación de la demanda.....	35
• INFORMACIÓN HISTÓRICA	35
• LA MODA ÉTICA EN EUROPA.....	38
• FACTORES DETERMINANTES	41
1.3 Análisis de mercado.....	46
1.3.1 Investigación de mercado: Matriz de selección de mercado país destino	46
1.3.2 Planificación de mercado.....	48
• País seleccionado: ESPAÑA.....	48
• TAMAÑO DEL MERCADO (CÁLCULO DE LA DEMANDA)	49
• PRONÓSTICO DE VENTAS Y PARTICIPACIÓN DE MERCADO	51
• PERFIL DE CLIENTE / CONSUMIDOR	52
• MATRIZ DE SELECCIÓN DE MERCADO EN ESPAÑA.....	53
• POBLACIÓN DE ESPAÑA.....	56
• CÁLCULO DE LA DEMANDA INSATISFECHA	59
CAPITULO II – PLAN DE MERCADOTECNIA	64
2.1 Objetivos de la mercadotecnia	64
2.2 Estrategia de posicionamiento	64
2.3 Mezcla de mercadotecnia.....	66
2.3.1 Estrategia de producto.....	66
• FUNCIONABILIDAD Y CARACTERÍSTICA TÉCNICAS.....	66
• NOMBRE MARCA: HEALTHY JEANS	68
• SERVICIOS LIGADOS AL PRODUCTO (POSTVENTA Y GARANTIAS).....	70
2.3.2 Estrategia de precio	71
• POLÍTICA DE PRECIO Y MERCADO OBJETIVO.....	71
• POLITICA DE REDUCCIÓN COMERCIAL	71
• CONDICIONES DE PAGO Y DE CRÉDITOS	72
2.3.3 Estrategia de plaza	72
• CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	72
• COBERTURA.....	72
• GESTIÓN DE PEDIDOS.....	72

• STOCK Y ALMACENES.....	72
2.3.4 Estrategia de promoción.....	72
• PUBLICIDAD	73
• MARKETING DIGITAL COMMUNITY MANAGER E INFLUENCERS.....	73
• FUERZA DE VENTAS	80
• PROMOCIÓN DE VENTAS.....	80
• RELACIONES PÚBLICAS	80
• MAILING O E-MAILING	80
2.4 Presupuesto del plan de mercadotecnia	80
2.4.1 Gastos de ventas	80
2.4.2 Gastos de publicidad y promoción.....	81
2.5 Cadena de valor	82
CAPÍTULO III– GERENCIA Y ORGANIZACIÓN.....	84
3.1 Gerencia.....	84
3.1.1 Planeamiento estratégico	84
• IDEA DE NEGOCIO.....	84
• DIAGRAMA DE ISHIKAWA DE HEALTHY JEANS.....	85
• Visión y Misión.....	88
• VALORES: Los principales valores de Healthy Jeans son:	88
• OBJETIVOS DE LA EMPRESA: Healthy Jeans tiene los siguientes objetivos:.....	88
• ESTRATEGIA GENÉRICA.....	89
• ANÁLISIS INTERNO: MATRIZ FODA DE HEALTHY JEANS	90
• MATRIZ FODA DE LA EMPRESA	94
• ANÁLISIS EXTERNO	95
3.2 Organización	104
3.2.1 Descripción del negocio	105
• NOMBRE O RAZÓN SOCIAL.....	105
• ACTIVIDAD ECONÓMICA O CODIFICACIÓN INTERNACIONAL (CIU)	107
3.2.2 Aspectos legales.....	107
• CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA HEALTHY JEANS.....	107
• AUTORIZACIONES LEGALES	115
• LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	115

• REGISTRO DE MARCA	125
• PROTECCIÓN DE REGISTRO DE MARCA ES EXCLUSIVO DEL PAIS DE REGISTRO.....	127
• REGIMEN LABORAL Y MODALIDAD DE CONTRATACIÓN.....	130
• RÉGIMEN TRIBUTARIO.....	135
3.2.3 Estructura del negocio	135
• ORGANIGRAMA Y DESCRIPCIÓN DE PROCESOS:.....	136
• DECRIPCIÓN DE PROCESOS:	136
• CUADRO DE ASIGNACIÓN DE PERSONAL	141
3.3 Desarrollo del negocio	142
3.3.1 Comercialización	142
• FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	143
• ESTACIONALIDAD	144
• PROGRAMA DE PRODUCCIÓN	144
• HORARIO DE FUNCIONAMIENTO	145
3.3.2 Requerimientos.....	145
• PERSONAL (HORARIOS Y REMUNERACIÓN)	145
• MÁQUINAS, EQUIPOS Y MOBILIARIOS	145
• ÁREAS (PLANO DEL LOCAL Y DISEÑOS DE INSTALACIONES).....	146
3.3.3 Operaciones	148
• Logística de abastecimiento	148
• PROVEEDORES Y HOMOLOGACIÓN DE PROVEEDORES	151
• Logística de distribución	152
• CARACTERÍSTICAS DE LA CARGA	153
CAPÍTULO IV– PLAN DE EXPORTACIÓN	154
4.1 Ficha técnica del producto.....	154
4.2 Distribución física internacional.	155
4.2.1 Cadena de operadores de comercio exterior (gráfico).....	155
• TRAZABILIDAD DE EXPORTACIÓN A ESPAÑA.....	157
• HOMOLOGACIÓN DE AGENCIAS DE CARGA OPERADORES LOGÍSTICOS DE SERVICIO INTEGRAL.....	159
• HOMOLOGACIÓN DE TRANSPORTE INTERNO	160
• HOMOLOGACIÓN DE AGENCIA DE ADUANAS.....	161

•	HOMOLOGACIÓN DE AGENCIA DE CARGA PARA TRANSPORTE INTERNACIONAL.....	162
4.2.2	Preparación (características de la carga)	163
•	TIPO DE CARGA.....	164
•	NATURALEZA DE LA CARGA	165
•	EMPAQUE	166
•	EMBALAJE	167
•	ROTULADO.....	168
4.2.3	Unitarización	169
•	PALETIZACIÓN.....	170
4.2.4	Manipuleo	171
4.2.5	Almacenamiento	171
4.2.6	Transporte.....	172
4.2.7	Tiempo de tránsito.....	172
4.2.8	Regla Incoterms ®	173
4.2.9	Documentación	175
4.2.10	Requisitos de acceso al mercado español	181
4.2.11	Gestión de despacho aduanero	183
4.2.12	Medios de pago	184
4.2.13	Gráfico de carta de crédito.....	185
4.2.14	Contratos	186
CAPÍTULO V – PLAN ECONÓMICO FINANCIERO		193
5.1	Presupuesto de inversión	193
5.1.1	Activos tangibles	193
5.1.2	Activos intangibles	195
5.1.3	Capital de trabajo.....	196
5.2	Estructura de inversión y financiamiento	197
5.2.1	Estructura de la inversión y su proyección	197
5.2.2	Presupuesto de costos	199
5.2.2.1	Presupuesto De Gastos De Exportación	203
5.2.2.2	Presupuesto de Compras.....	206
5.2.2.3	Presupuesto De Gastos Administrativos Proyectado	207
5.2.2.4	Presupuesto De Gastos De Ventas Proyectado	208

5.2.3 Punto de equilibrio.....	210
5.2.3.1 Margen De Ganancia	211
5.2.3.2 Costos Variables.....	211
5.2.3.3 Costos Fijos	212
5.2.3.4 Costo Total	213
5.2.3.5 Precio De Venta	213
5.2.3.6 Margen De Ganancia Del Producto	214
5.2.4 Fuentes de financiamiento (a corto y largo plazo)	215
5.2.4.1 Financiamiento Del Negocio	215
5.2.4.2 Estructura De Capital De La Empresa	215
5.2.4.3 Financiamiento Bancario.	216
5.3 Estados financieros (mensual en el primer año y anual durante 5 años)	217
5.3.1 Estado de resultados general.....	217
5.3.2 Estado de situación financiera (mostrando cambios del efectivo).....	218
5.3.3 Estado de flujo de efectivo.....	220
5.3.3.1 Flujo De Efectivo Proyectado.....	221
5.4 Evaluación de la inversión.	222
5.4.1 Cálculo de Costo de Oportunidad	222
5.4.2 Estructura de WACC.....	224
5.4.3 Ratios Contables.....	224
5.4.3.1 Ratios Financieros	226
5.4.3.2 Ratio De Liquidez	226
5.4.3.3 Ratio De Solvencia	226
5.4.3.4 Ratio De Rentabilidad	227
5.5 Evaluación económica	228
5.5.1 Estructura de Flujo de Caja Económico.....	228
5.5.2 VAN Económico, TIR Económico, PRI Económico	229
5.6 Evaluación financiera.....	230
5.6.1 Estructura de Flujo de Caja Financiero	230
5.6.2 VAN Financiero, TIR Financiero.....	231
5.6 Análisis de sensibilidad.	232
5.7 Análisis de escenarios	232

CONCLUSIONES	235
RECOMENDACIONES	237
BIBLIOGRAFÍA	239
LINKOGRAFÍA.....	240
GLOSARIO	242
ANEXOS	243

Índice de Tablas

Tabla N° 1 Ficha Técnica del Producto	5
Tabla N° 2 DISTINTAS TELAS ECO-DENIM.....	7
Tabla N° 3 FICHA TÉCNICA DE LA TELA ECO-DENIM.....	10
Tabla N° 4 PARTIDA ARANCELARIA	12
Tabla N° 5 MATRIZ FODA.....	13
Tabla N° 6 PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS DEL PERÚ	16
Tabla N° 7 PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES	16
Tabla N° 8 ESTADÍSTICAS PERÚ – ESPAÑA SEGÚN TRADE EUROPA.....	22
Tabla N° 9 CUADRO COMPARATIVO DE COMPETENCIA DIRECTA	24
Tabla N° 10 CUADRO COMPARATIVO DE COMPETENCIA INDIRECTA.....	25
Tabla N° 11 COMPOSICIÓN DE LOS PANTALONES JEANS	27
Tabla N° 12 COMPARACIÓN DE PRECIOS EN EL MERCADO	28
Tabla N° 13 OPORTUNIDAD DE VALOR DE LA MODA SOSTENIBLE PARA LA ECONOMÍA MUNDIAL ...	42
Tabla N° 14 OPORTUNIDAD DE VALOR DE LA MODA SOSTENIBLE PARA LA ECONOMÍA MUNDIAL	43
Tabla N° 15 IMPACTOS AMBIENTALES PROYECTADOS AL 2030	44
Tabla N° 16 MATRIZ DE SELECCIÓN DE MERCADO	46
Tabla N° 17 EMPRESAS IMPOTADORAS EN ESPAÑA DE PANTALONES JEANS	47
Tabla N° 18 CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DE ESPAÑA	49
Tabla N° 19 POBLACIÓN DE ESPAÑA 2019	49
Tabla N° 20 MATRIZ DE SELECCIÓN DE MERCADO EN ESPAÑA (VALORACIÓN DEL 1 AL 5)	54
Tabla N° 21 POBLACIÓN HISTÓRICA DE MUJERES EN MADRID	58
Tabla N° 22 LISTADO DE IMPORTACIONES DE LA PARTIDA ARANCELARIA 62.04.62 EN EL MUNDO ...	59
Tabla N° 23 CANTIDAD DE HABITANTES DE ESPAÑA Y COMUNIDAD DE MADRID	60
Tabla N° 24 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	60
Tabla N° 25 MERCADO POTENCIAL	61
Tabla N° 26 MERCADO DISPONIBLE	61
Tabla N° 27 MERCADO EFECTIVO.....	61
Tabla N° 28 MERCADO OBJETIVO.....	61
Tabla N° 29 Consumo del producto en unidades.....	61
Tabla N° 30 PROYECCIÓN DEMANDA.....	63
Tabla N° 31 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	67

Tabla N° 32 GASTOS DE VENTAS DE HEALTHY JEANS	81
Tabla N° 33 PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTAS DE HEALTHY JEANS.....	81
Tabla N° 34 PRESUPUESTO DE GASTOS DE EXPORTACIÓN	81
Tabla N° 35 PRESUPUESTO DE MARKETING Y PUBLICIDAD	82
Tabla N° 36 MATRIZ FODA.....	94
Tabla N° 37 MATRIZ DE ANÁLISIS DE LAS FUERZAS DE PORTER	96
Tabla N° 38 ANÁLISIS PEST	100
Tabla N° 39 FICHA RUC.....	105
Tabla N° 40 DETERMINACIÓN DE NIVEL DE RIESGO	118
Tabla N° 41 DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE GERENTE GENERAL	137
Tabla N° 42 DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE GERENTE COMERCIAL	138
Tabla N° 43 DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE GERENTE ADMINISTRATIVO.....	139
Tabla N° 44 DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE ASISTENTE DE OPERACIONES.....	140
Tabla N° 45 CUADRO PÁRA ASIGNACIÓN DE PERSONAL	141
Tabla N° 46 IMPORTACIONES DE ESPAÑA DEL MUNDO EN EL 2018	144
Tabla N° 47 HORARIOS Y REMUNERACIÓN	145
Tabla N° 48 EQUIPO Y MOBILIARIOS.....	146
Tabla N° 49 Homologación De Fabricantes De Pantalones Jeans (Valoración del 1-4 donde 4 es máximo valor).....	151
Tabla N° 50 Homologación De Proveedores De Tela Eco Denim (Valoración del 1-4)	152
Tabla N° 51 Homologación De Distribuidor Internacional (Valoración del 1-4)	152
Tabla N° 52 FICHA TÉCNICA.....	154
Tabla N° 53 AGENCIAS DE CARGA OPERADORES LOGÍSTICOS (SERVICIO INTEGRAL).....	160
Tabla N° 54 HOMOLOGACIÓN DE TRANSPORTE INTERNO	161
Tabla N° 55 HOMOLOGACIÓN DE AGENCIA DE ADUANAS	162
Tabla N° 56 HOMOLOGACIÓN DEL TRANSPORTE INTERNACIONAL.....	163
Tabla N° 57 Costos de exportación de la empresa Healthy Jeans.....	200
Tabla N° 58 Costos de fabricación del Maquilador de la empresa Healthy Jeans	201
Tabla N° 59 Costos de mano de obra del Maquilador de la empresa Healthy Jeans.....	202
Tabla N° 60 Costos indirectos de fabricación del Maquilador de la empresa Healthy Jeans	202
Tabla N° 61 Costos totales de producción del Maquilador de la empresa Healthy Jeans	203
Tabla N° 62 Cuadro de presupuesto de gastos de exportación de la empresa Healthy Jeans	204

Tabla N° 63 Cuadro de presupuesto de gastos de exportación del año 2021 al 2025 de la empresa Healthy Jeans en soles.....	205
Tabla N° 64 Cuadro de presupuesto de compras de la empresa Healthy Jeans para el año 2021 en soles.....	206
Tabla N° 65 Presupuesto de compras de la empresa Healthy Jeans desde el año 2021 al 2025 en soles	207
Tabla N° 66 Cuadro de Presupuesto de Gastos Administrativos de la empresa Healthy Jeans del año 2021 al 2025	208
Tabla N° 67 Cuadro de presupuesto de ventas de la empresa Healthy Jeans del año 2021 al 2025..	209
Tabla N° 68 Cuadro de datos de la empresa Healthy Jeans para determinar el punto de equilibrio.	210
Tabla N° 69 Cuadro de Costos Variables de la Empresa Healthy Jeans	211
Tabla N° 70 Cuadro de Costos Fijos de la Empresa Healthy Jeans	212
Tabla N° 71 Cuadro de Costos Totales de la Empresa Healthy Jeans.....	213
Tabla N° 72 Cuadro de Precio de Ventas de la Empresa Healthy Jeans.....	214
Tabla N° 73 Cuadro de Margen de Ganancia del producto de la Empresa Healthy Jeans.....	214
Tabla N° 74 Cuadro de Financiamiento de la Empresa Healthy Jeans	215
Tabla N° 75 Cuadro de Estructura de Capital de la Empresa Healthy Jeans	216
Tabla N° 76 Cuadro de Financiamiento Bancario de la Empresa Healthy Jeans	216
Tabla N° 77 Cuadro de Estado de Resultados de la Empresa Healthy Jeans	217
Tabla N° 78 Cuadro de Situación Financiera de la Empresa Healthy Jeans	219
Tabla N° 79 Cuadro de Estado de Flujo de la Empresa Healthy Jeans	220
Tabla N° 80 Cuadro de Flujo de Efectivo proyectado de la Empresa Healthy Jeans.....	221
Tabla N° 81 Cuadro de tasa libre de riesgo de la Empresa Healthy Jeans	222
Tabla N° 82 Cuadro de datos para el cálculo del COK de la Empresa Healthy Jeans	223
Tabla N° 83 Cuadro de Índice de evaluación del WACC de la Empresa Healthy Jeans	224
Tabla N° 84 Cuadro de los Índices de evaluación de la Empresa Healthy Jeans.....	225
Tabla N° 85 Cuadro de Liquidez de la Empresa Healthy Jeans del año 2021 al 2025	226
Tabla N° 86 Cuadro de Ratio de Solvencia de la Empresa Healthy Jeans del año 2021 al 2025.....	227
Tabla N° 87 Cuadro de Ratio de Rentabilidad de la Empresa Healthy Jeans del año 2021 al 2025....	227
Tabla N° 88 Cuadro de Caja Económico de la Empresa Healthy Jeans del año 2021 al 2025.....	228
Tabla N° 89 Cuadro de Caja Financiero de la Empresa Healthy Jeans del año 2021 al 2025.....	230
Tabla N° 90 Cuadro de Índices de Evaluación de la Empresa Healthy Jeans	231

Tabla N° 91 Cuadro de Análisis de sensibilidad de la Empresa Healthy Jeans.....	232
Tabla N° 92 Cuadro de Escenarios Probables de la Empresa Healthy Jeans.....	233
Tabla N° 93 Cuadro de Escenario Pesimista de índices de evaluación de la Empresa Healthy Jeans.	233

Índice de gráficos

Gráfico N° 1 VALOR CIF % IMPORTADO EN LOS ÚLTIMOS 2 AÑOS.....	17
Gráfico N° 2 PESO NETO (kg.) IMPORTADO EN LOS ÚLTIMOS 2 AÑOS.....	18
Gráfico N° 3 VALOR FOB (\$) EXPORTADO EN LOS ÚLTIMOS 3 AÑOS.....	19
Gráfico N° 4 PESO NETO (kg.) EXPORTADO EN LOS ÚLTIMOS 3 AÑOS	20
Gráfico N° 5 FLUCTUACIÓN DE PRECIO FOB REFERENCIAL EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES DECLARADO EN LA DAM DE LA PARTIDA 6204620000 HACIA ESPAÑA	21
Gráfico N° 6 EXPORTACIÓN DE PERÚ A ESPAÑA – PARTIDA ARANCELARIA 62.04.62.31.90	23
Gráfico N° 7 VENTA DE JEANS – VALOR MINORISTA EN MILLONES DE EUROS 2004 – 2023	36
Gráfico N° 8 RENDIMIENTO DE VENTAS DE JEANS % VALOR MINORISTA DE CRECIMIENTO DE 2004 – 2023	37
Gráfico N° 9 VENTA DE JEANS POR CATEGORÍA VALOR MINORISTA EN MILLONES DE EUROS.....	37
Gráfico N° 10 EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN DE ESPAÑA PARA EL AÑO 2002-2019.....	50
Gráfico N° 11 EVOLUCIÓN PREVISTA DE LA POBLACIÓN DE ESPAÑA SEGÚN SEXO AL 2066.....	51
Gráfico N° 12 PREVISIÓN DEL GASTO EN PRENDAS DE VESTIR EN ESPAÑA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS.....	53
Gráfico N° 13 POBLACIÓN DE ESPAÑA EN 2019, POR COMUNIDAD AUTÓNOMA	56
Gráfico N° 14 POBLACIÓN EXTRANJERA DE ESPAÑA EN 2019, POR COMUNIDAD AUTÓNOMA.....	57
Gráfico N° 15 RANGO DE EDAD DE MUJERES EN MADRID	58
Gráfico N° 16 ESCRITURA PÚBLICA DE HEALTHY JEANS.....	114
Gráfico N° 17 FICHA TÉCNICA.....	143

Índice de Imagen

Imagen N° 1 MODELO DE PANTALÓN JEAN ECOAMIGABLE	4
Imagen N° 2 ETIQUETA QUE DIFERENCIA LA TELA ECO-DENIM.....	6
Imagen N° 3 DE LA TELA ECO-DENIM Z140	8
Imagen N° 4 DE LA TELA ECO-DENIM Z170	9
Imagen N° 5 CERTIFICACIONES DE LA EMPRESA NUEVO MUNDO	11
Imagen N° 6 INTEGRANTES DEL EQUIPO DE TRABAJO VISITANDO LA CIA. NUEVO MUNDO	32
Imagen N° 7 INTEGRANTES DEL EQUIPO DE TRABAJO VISITANDO LA CIA. NUEVO MUNDO	32
Imagen N° 8 INTEGRANTES DEL EQUIPO DE TRABAJO VISITANDO LA CIA. NUEVO MUNDO	33
Imagen N° 9 INTEGRANTES DEL EQUIPO DE TRABAJO VISITANDO LA CIA NATURTEX	33
Imagen N° 10 VISITA A LA ASOCIACIÓN PERUANA DE TÉCNICOS TEXTILES.....	34
Imagen N° 11 ESTUDIO DE MERCADO SOBRE LAS PREFERENCIAS DE COMPRA DE ROPA EN EUROPA	38
Imagen N° 12 ESTUDIO DE MERCADO SOBRE LAS PREFERENCIAS DE COMPRA DE ROPA EN EUROPA	39
Imagen N° 13 ESTUDIO DE MERCADO SOBRE LAS PREFERENCIAS DE COMPRA DE ROPA EN EUROPA	39
Imagen N° 14 ESTUDIO DE MERCADO SOBRE LAS PREFERENCIAS DE COMPRA DE ROPA EN EUROPA	40
Imagen N° 15 ESTUDIO DE MERCADO SOBRE LAS PREFERENCIAS DE COMPRA DE ROPA EN EUROPA	40
Imagen N° 16 ESTUDIO DE MERCADO SOBRE LAS PREFERENCIAS DE COMPRA DE ROPA EN EUROPA	41
Imagen N° 17 OCHO PRIORIDADES DE SOSTENIBILIDAD PARA LA INDUSTRIA DE LA MODA	45
Imagen N° 18 MAPA POLITICO DE ESPAÑA	48
Imagen N° 19 CLAVES PARA UNA ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO DE MARCA.....	65
Imagen N° 20 PRIMER DISEÑO DEL LOGO DE HEALTHY JEANS	69
Imagen N° 21 SEGUNDO DISEÑO DEL LOGO DE HEALTHY JEANS	69
Imagen N° 22 TERCER DISEÑO DEL LOGO DE HEALTHY JEANS	70
Imagen N° 23 FAN PAGE FACEBOOK DE HEALTHY JEANS	74
Imagen N° 24 FAN PAGE INSTAGRAM DE HEALTHY JEANS	74
Imagen N° 25 FAN PAGE INSTAGRAM DE HEALTHY JEANS	75
Imagen N° 26 FAN PAGE INSTAGRAM DE INFLUENCER	76
Imagen N° 27 BOLSA RECICLABLE REUTILIZABLE DE HEALTHY JEANS	76

Imagen N° 28 Proforma de desarrollo de página web	77
Imagen N° 29 Proforma de desarrollo de community manager	78
Imagen N° 30 Cuestionario para contratar influencer con agencia Cronoshare	79
Imagen N° 31 SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA	110
Imagen N° 32 RESERVA DE NOMBRE EN REGISTROS PÚBLICOS	111
Imagen N° 33 GIRO DEL NEGOCIO Y LISTA DE BIENES PARA EL CAPITAL.....	112
Imagen N° 34 ACTA CONSTITUTIVA (MINUTA) DE HEALTHY JEANS	113
Imagen N° 35 FORMATO DE DECLARACIÓN JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	116
Imagen N° 36 DECLARACIÓN JURADA (PERSONA JURÍDICA)	119
Imagen N° 37 CERTIFICADO DE INSPECCIÓN TÉCNICA DE SEGURIDAD EN DEFENSA CIVIL BÁSICA ...	120
Imagen N° 38 CERTIFICADO DE SEGURIDAD EN DEFENSA CIVIL.....	121
Imagen N° 39 MODELO DE COSTOS PARA OBTENER LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	122
Imagen N° 40 LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	123
Imagen N° 41 SOLICITUD DE REGISTRO DE NOMBRE COMERCIAL	128
Imagen N° 42 CONTRATO DE TRABAJO INDETERMINADO PARA JENNY SUAREZ CUAILA	131
Imagen N° 43 CONTRATO DE TRABAJO INDETERMINADO PARA KARINA VILLANUEVA ESQUIVES	132
Imagen N° 44 CONTRATO DE TRABAJO INDETERMINADO PARA EL ASISTENTE	133
Imagen N° 45 CONTRATO DE TRABAJO INDETERMINADO PARA EL GERENTE GENERAL	134
Imagen N° 46 PLANO DEL LOCAL.....	147
Imagen N° 47 PLANO DEL LOCAL.....	147
Imagen N° 48 CARGA SUELTA.....	165
Imagen N° 49 PICTOGRAMAS.....	166
Imagen N° 50 CAJA ROTULADA	169
Imagen N° 51 MANIPULEO DE LA CARGA	171
Imagen N° 52 DISTRIBUCIÓN DE ALMACENES	172
Imagen N° 53 Mapa de tránsitos.....	173
Imagen N° 54 Regla Incoterms	174
Imagen N° 55 FACTURA COMERCIAL.....	175

Imagen N° 56 LISTA DE EMPAQUE (PACKING LIST).....	176
Imagen N° 57 CERTIFICADO DE ORIGEN.....	177
Imagen N° 58 BILL OF LADING	178
Imagen N° 59 INSTRUCCIONES DE EMBALAJE.....	179
Imagen N° 60 RESERVA DE ESPACIO	180
Imagen N° 61 ETIQUETA DEL PANTALÓN JEANS	181
Imagen N° 62 LOGO DE CERTIFICACIÓN FAIR TRADE.....	182
Imagen N° 63 Declaración Aduanera de Mercancías (DAM)	183
Imagen N° 64 Cuadro de activos tangibles de la empresa Healthy Jeans.....	194

Dedicatoria

Queremos agradecer principalmente a Dios por permitirnos llegar hasta donde estamos, a nuestros padres quienes fueron nuestro apoyo incondicional en todo momento desde que empezamos nuestros estudios, también agradecemos a nuestra alma mater y nuestros profesores por compartirnos todas sus enseñanzas y dejarnos emprender con libertad. Por último, queremos agradecer a nuestros centros laborales por la comprensión durante todo este proceso.

Resumen Ejecutivo

En la actualidad el Perú es reconocido mundialmente en diversos rubros dentro de los cuales destaca la producción textil y la calidad de sus prendas, países como EEUU y países europeos conocen esta calidad superior y por ello se ha incrementado el flujo comercial de exportaciones a estos mercados. A lo indicado se suma que dichos mercados están incorporando a sus prácticas empresariales nuevas formas de combinar calidad con sostenibilidad y con ello cuidado del medio ambiente especialmente en el sector textil, lo cual genera una oportunidad para las empresas que puedan ofrecer la combinación de ambos.

En el presente plan de negocios de exportación se busca dar a conocer una nueva propuesta de valor en moda sostenible y consiste en la exportación de pantalones jeans de tela ecodenim sin anilina al mercado español.

Se realiza, en primer lugar, una matriz de selección de mercado, siendo la ciudad de Madrid, España el lugar de destino donde destacó su PBI per cápita, entre otros indicadores macroeconómicos que mostraban estabilidad y solvencia financiera además de tendencias de consumo de cultura ecológica. De igual manera, se elabora un estudio de mercado que ayuda a cuantificar la demanda de pantalones jeans ecoamigables mediante el análisis del perfil del cliente español en este caso mujeres entre 20 y 40 años de edad, el promedio de compra de pantalones jeans al año, fidelidad a alguna marca, cultura de sostenibilidad y la demanda histórica. Concluyendo que existe un nicho de mercado el cual se puede aprovechar.

También se desarrolla un plan de mercadotecnia para poder ingresar al mercado español donde se determinó trabajar inicialmente con distribuidores minoristas, pero que la relación entre empresa exportadora-cliente final se realice mediante los medios de comercialización online. Para ello se planea destinar el 2% de los ingresos a la publicidad y mantenimiento de las plataformas e commerce.

Se desea materializar este plan de negocios de exportación mediante la creación de la empresa Healthy Jeans SAC y para ello se realiza todo el trazo desde la creación de la parte gerencial y aspectos legales hasta los costos de exportación donde se está considerando como mejor opción utilizar el incotems FCR el cual incluye el costo del flete, este incoterms permite fijar el precio de venta y delimitar responsabilidades respecto a la entrega de la mercancía. El precio de venta final por unidad será de \$26.92 precio CFR.

Por último, se realiza un plan económico financiero el cual muestra una inversión inicial proyectada de s/. 255,723.00 conformada por s/. 180,000.00 que es el aporte de los inversionistas (capital propio) y un préstamo bancario de s/. 75,723. Dentro del análisis de este estudio de inversiones se pudo validar

la viabilidad del proyecto de negocios al obtenerse indicadores positivos con un COK de 11.59% que representa el interés que genera la empresa para los inversionistas, un TIR de 104%, y un PRI de 1-0.072M que muestra el tiempo de retorno de inversión.

Introducción

El panorama de las exportaciones peruanas del sector textil en los últimos años muestra un crecimiento favorable sobre todo en el mercado europeo, el cual está mostrando gran interés en temas de sostenibilidad en prendas de vestir.

Ya muchas empresas del sector textil extranjeras se están sumando a la tendencia de sostenibilidad y moda circular donde cada una trata de reducir, de alguna manera, su huella de carbono. Esta tendencia viene aumentando y se está fortaleciendo principalmente en países europeos por el cambio de conciencia y la necesidad de los consumidores de adquirir productos ecoamigables, ya que cada vez más se están involucrando en menguar el deterioro del planeta por lo que estos conceptos ofrecen un panorama de cambio positivo para una sociedad que apunta a la sostenibilidad.

Por ello nace esta propuesta con la creación de la empresa Healthy Jeans cuyo propósito es llevar moda peruana de alta calidad y diseño acompañándola de un propósito al llevar un mensaje de cambio en la adquisición de prendas de vestir, con la exportación y comercialización de pantalones jeans de tela ecodenim sin anilina al país de España.

La anilina es un componente tóxico del índigo que es el que le da color azul al pantalón jean. Al quitar la anilina del índigo se está reduciendo el impacto que genera la prenda en el medio ambiente.

El siguiente plan de negocios tiene por objetivo demostrar la viabilidad de la exportación de pantalones jeans de tela eco denim desarrollando el proyecto en cinco capítulos los cuales se detallarán brevemente líneas abajo:

En el primer capítulo, se detallará la situación actual del consumo de los pantalones jeans con la partida arancelaria 620462 en los distintos mercados internacionales, se confeccionará la matriz FODA del producto, se analizará el perfil del consumidor y la competencia en el país de destino determinando el mercado objetivo y la demanda proyectada.

En el segundo capítulo, se elaborará el plan de mercadotecnia y la penetración de mercado relacionado a una estrategia de precio, también se mostrarán los gastos de marketing y publicidad tras el análisis de proformas y cotizaciones de community manager.

En el tercer capítulo, se mostrará la constitución de la empresa, licencias, el FODA de la empresa y la creación de la marca Healthy Jeans según los lineamientos de Indecopi.

En el cuarto capítulo, se realizará la distribución física internacional, previa homologación de los agentes de carga de servicio integral, la determinación del incoterms, los documentos de exportación y requisitos de acceso al mercado español.

En el quinto capítulo, se evaluará los resultados de la combinación de los costos, capital de trabajo e inversión proyectados en 5 años en una matriz financiera donde se visualizará los índices de evaluación y ratios financieros.

Finalmente se indicará las conclusiones y recomendaciones que podrán ayudar a materializar este proyecto.

CAPÍTULO I – EL MERCADO

1.1 Análisis del producto

Actualmente el mundo se encuentra ante una nueva realidad que ha obligado a voltear la mirada hacia lo básico, ha reenfocarse en el concepto de lo primordial, dejando de lado lo suntuoso, lo que afecta al medio ambiente. Así mismo, existe una nueva generación de personas, que tienen como prioridad cuidar de su habitad. Ante esta situación todos los sectores económicos se han visto en la imperiosa necesidad de reinventarse a sí mismos y a sus productos. El rubro textil, por consiguiente, no es ajeno a este gran cambio.

Para estar acorde con esta nueva realidad y con ánimos de aportar un gran granito de arena, nace la empresa Healthy Jeans que ha rediseñado una prenda básica en todos los estilos y que por mucho tiempo ha sido usada tanto para uso diario como para eventos importantes, prenda infaltable en el armario de la mayoría de personas, por no decir de todos, el Jeans, tejano o denim como se le llama comúnmente, prenda que por muchos años ha significado grandes ingresos para la industria de la moda, pero al mismo tiempo ha sido uno de los mayores contaminantes del agua, ya que para darle ese color tan llamativo y característico el color azul era necesario la utilización de un aditivo particular que no solo da el color azul, sino que también contamina metros y metros cúbicos de agua.

Healthy Jeans consciente de esta realidad, ha realizado la reingeniería del Jean de una manera eco-amigable, que más allá de ser una prenda básica, aportará comodidad, salud y eco-conciencia. Este nuevo producto apostará por el material, tela Eco-denim, en su confección, un material nuevo recientemente lanzado al mercado en el 2018. Con este producto se competirá en un mercado bastante amplio y que hasta hace solo algunos años estaba muy poco comprometido con el cambio climático pero que ahora está intentando virar hacia un nuevo horizonte, un horizonte sostenible.

1.1.1 Situación actual del producto

El sector de la moda se está reinventando, dejando atrás el llamado fast fashion o en español también conocido como la moda rápida, contaminante sinónimo de “tomar, hacer y desechar”, lamentablemente hoy en día una gran parte de marcas dedicadas al rubro textil implementan el fast fashion debido a que de esa manera y con esa filosofía los consumidores usan prendas de vestir que se desgastan más rápido y más rápido deberán comprar más prendas; generando así mayores ingresos y ganancias, sin embargo estas

grandes marcas no se dan cuenta que de esa manera generan más contaminación ambiental.

Por otro lado, existen también marcas que le están dando la bienvenida al slow fashion o también conocido en español como la moda lenta, moda circular o moda verde, la cual es opuesta al fast fashion, ya que buscan crear prendas de vestir más duraderas y de mejor calidad para evitar precisamente que las personas compren demás generando menor impacto de contaminación.

Actualmente las industrias contaminantes no son un grupo reducido, lamentablemente gracias a su crecimiento ahora son muchas más de las que se pueden imaginar lo que ocasiona que una repercusión en el estilo de vida de las personas y aún más a las futuras generaciones.

La tendencia de sostenibilidad medioambiental se viene desarrollando a nivel mundial, ya que el sector textil es el segundo más contaminante después del sector minero y en este contexto, las empresas de vestuario tienen esta responsabilidad, alineándose a la tendencia actual como agentes de cambio.

En la actualidad las industrias más contaminantes no se pueden contar con los dedos de la mano, ahora son muchas más de las que se puede imaginar, lo cual está repercutiendo en el estilo de vida de las personas, afectando aún más a las generaciones del futuro.

- **DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO**

Healthy Jeans ha logrado desarrollar un tipo de prenda de vestir eco amigable, que conserva el estilo y la moda sin descuidar la salud y sobre todo la comodidad, pantalones jeans de tela eco denim, tela que no contiene anilina¹, componente del índigo, el artífice principal de darle el característico color azul. Este componente, ha sido retirado del proceso de tinturado de la tela denim reduciendo la contaminación del agua en su proceso de producción. Los pantalones eco-denim cuentan con un diseño orientado a minimizar el gran impacto que como industria textil ejerce sobre el

¹ Véase: <https://www.youtube.com/watch?v=luZLKsScUZ0>

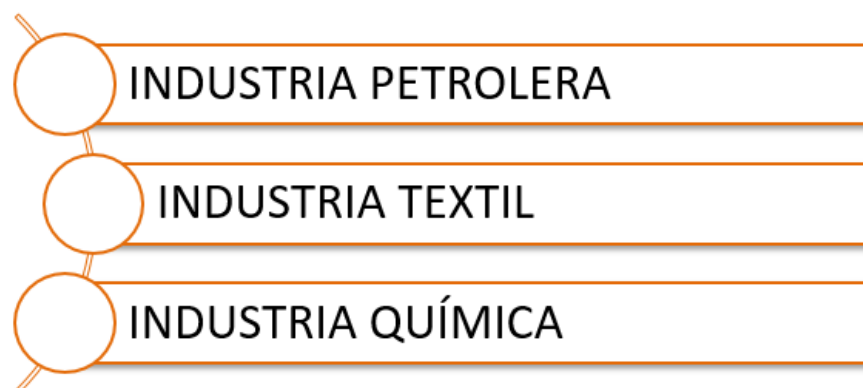
ambiente, sumándose a la tendencia eco-fashion o moda verde². Un producto Made in Perú sostenible, duradero y de la más alta calidad; ideal para una nueva generación de personas amigables con su entorno y asequibles a nuevas formas de innovación.

La calidad de los pantalones eco amigables es respaldada por las certificaciones internacionales Certificación Cotton USA, COTTON LEADS³ que confirman el compromiso con la sostenibilidad en toda la gama de productos.

La industria textil está en segundo lugar de las industrias más contaminante del mundo siguiendo a la industria petrolera, produce el 20% de aguas residuales y el 10% de emisiones de carbono en todo el mundo, según la ONU.

A continuación, se mostrará un cuadro extraído de la página de la ONU donde se aprecia el orden de las industrias más contaminantes en el mundo hasta el año 2019⁴.

Figura N° 1
Orden de las industrias más contaminantes del mundo



FUENTE: ONU

ELABORADO POR: EQUIPO DE TRABAJO

² Es una filosofía de consumo responsable de ropa.

³ Véase: <http://www.nuevomundosa.com/empresa/#sostenibilidad>

⁴ Véase: <https://www.aa.com.tr/es/mundo/onu-la-industria-de-la-moda-es-la-segunda-m%C3%A1s-contaminante-del-mundo/1450749>

- **PROPIEDADES Y USOS DEL PRODUCTO**

El clásico pantalón jean es un producto de uso masificado, es decir, es utilizado a nivel mundial por todo tipo de personas indistintamente del género, nivel socioeconómico, religión, etc. La propuesta de valor de este nuevo modelo de pantalón no es solo hacer innovaciones en el diseño, sino que los clientes puedan vestir a la moda sin contaminar el medio ambiente.

A continuación, se mostrará el modelo de pantalón jean ecoamigable⁵ el cual será enviado en calidad de exportación a Madrid, España; más adelante en el capítulo 4 se explicará detalladamente porqué se decidió optar por Madrid, España como lugar de destino. Se comercializará un solo modelo de pantalón jeans en tallas 38-40-42, ya que elaborar modelos más sofisticados como diferentes colores implica tener que utilizar químicos que contaminen de igual manera al medio ambiente.

Imagen N° 1
MODELO DE PANTALÓN JEAN ECOAMIGABLE



FUENTE: IMAGEN EXTRAÍDA DE INTERNET

⁵ Ecoamigable: Concepto que abarca prácticas que contribuyen al cuidado del medio ambiente en la elaboración de un producto, proyecto o estilo de vida.

• **FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO**

Como ya se explicó anteriormente los pantalones jeans están hechos de tela ECO DENIM, ya que no cuentan con la molécula contaminante llamada anilina. A continuación, se mostrará la ficha técnica del producto final.

Tabla N° 1
Ficha Técnica del Producto

Nombre de la empresa: HEALTHY JEANS S.A.C
Dirección: Jr. Los Mogaburos 144 - Jesús María
Ciudad: Lima
Teléfono: 313-1312
Sitio Web: www.HealthyJeans.com.pe

NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO	PANTALONES JEANS CON TELA ECOAMIGABLE	
FOTOGRAFÍA	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	
	Pantalón Jean con tela eco denim sin anilina, con un botón, un cierre color celeste claro y 2 bolsillos delanteros   	
	Materia Prima	Eco denim sin anilina stretch
	Insumos	Botones, cierre, hilo y etiqueta
	Color	Celeste Claro
	Talla	34-36-38
	Peso	386 Gramos, aprox.
	Uso y aplicación	Prenda de vestir para dama

CANTIDAD DE PRODUCCIÓN ANUAL	9600 unidades
DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA	Madrid, España
PROCEDENCIA	Perú
PRINCIPAL MERCADO	España
POSICIÓN ARANCELARIA	6204620000
OTRAS CARACTERÍSTICAS	Disponible más de 9600 prendas
COMPOSICIÓN	Tipo de tejido: Eco-denim 98 % Algodón y 2 % elastano

FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA
ELABORADO POR: EQUIPO DE TRABAJO

- **TELAS ECO-DENIM**

La línea Ecodemin de la Empresa de tejidos Nuevo Mundo SA es el resultado de la innovación hacia la sostenibilidad en la cadena de producción de la fabricación de jeans. La tela eco-denim está libre de anilina que se encuentra en el índigo en el proceso de tinturado de la tela de algodón.

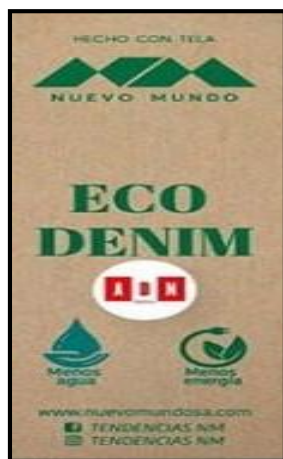
El proveedor de tintes, que es la empresa Archroma⁶, considerado un líder a nivel mundial en todo lo que respecta a color y a productos químicos especiales, es quien presentó el tinte índigo para denim sin anilina en una Conferencia Planet Textiles 2018, cumbre textil sostenible en la ciudad de Vancouver, Canadá.

Este tinte sin anilina constituye una forma no tóxica de elaborar el tan utilizado azul índigo que los consumidores asocian con el denim y los jeans.

En la actualidad, la anilina cuenta con impurezas que son elementos inevitables en la elaboración del denim teñido con índigo que, a diferencia de otras impurezas químicas, la anilina queda atrapada en el pigmento índigo durante el proceso de teñido y, por lo tanto, no se puede lavar del tejido.

A continuación, se mostrará la etiqueta que diferenciará el pantalón jean con tela eco-denim de las que no son eco-amigables.

Imagen N° 2
ETIQUETA QUE DIFERENCIA LA TELA ECO-DENIM



FUENTE: NUEVO MUNDO SA

⁶ Véase: <https://www.archroma.com/>

En la siguiente Tabla N° 2 brindada por la empresa Nuevo Mundo SA se pueden observar las distintas telas de la línea eco-denim para la fabricación de pantalones, ya que existen distintas composiciones de las telas eco-denim.

Tabla N° 2
DISTINTAS TELAS ECO-DENIM

TELA ECO DENIM			
CÓDIGO	COLOR	COMPOSICIÓN	
Z140	BLUE	MI	Stretch
Z150	BLUE	98%2%	Liviano (camisero)
Z152	BLUE	T400	Confort
Z153	BLUE	100%	Rígido
z170	BLUE	98%2%	Stretch + Confort

FUENTE: NUEVO MUNDO

ELABORADO POR: EQUIPO DE TRABAJO

A continuación, se mostrará una descripción detallada de las 2 telas disponibles de la empresa Nuevo Mundo SA, finalmente para el presente plan de negocio los pantalones serán elaborados por la tela eco-denim Z140 o también llamada stretch debido a que es una tela muy común y conocida entre los consumidores finales.

Imagen N° 3
DE LA TELA ECO-DENIM Z140

Artículo Z-140

Nuestra nueva línea ecológica, formulada libre de anilina, siendo así amigable con la vida marina y humana.

Este es un artículo stretch de buena elongación, que permite un abanico de lavados con contrastes diferenciados.



RECOMENDACIONES CONFECCION

Por ser una línea stretch, es necesario seguir las pautas y controles propios para esta línea.

*Almacenar los rollos en forma paralela y no entrecruzada

*Reposar 24 horas

*El tiempo de corte a confección deben ser mínimos (24-48 horas).

*Realizar las pruebas de encogimiento previos a fin de confirmar el molde

*Se deben trabajar (tizar, cortar) todas las partes de la prenda en un mismo sentido, con el fin de evitar la formación de corrugados, luego del lavado. Es decir la pretina, la cuchilla y las mangas de la prenda deben ser cortadas al mismo sentido.

*Al realizar la confección debe mantenerse el mismo sentido en ambas mangas de la prenda, es decir de arriba abajo o de abajo hacia arriba.

Es recomendable fijar primero de la rodilla hacia la basta, y luego comenzar a coser todo el largo del pantalón. Esto evitará la formación de revirados.

*Las máquinas de confección deben ser reguladas particularmente para este tipo de telas.

FUENTE: NUEVO MUNDO SA

Imagen N° 4
DE LA TELA ECO-DENIM Z170

ARTICULO Z170

Nuestra nueva línea ecológica; formulada libre de anilina; siendo amigable; con la vida marina y humana.

La intensidad de su tono Azul Forte de este artículo y su brillo natural, permite lograr lavados con contrastes y desgastes diferenciados.




Recomendaciones de Confección

Recomendamos para este artículo, mantener en la confección y lavandería los controles adecuados para una tela comfort, Es decir:

- Almacenar los rollos en forma paralela y no entrecruzada.
- Reposar 12 a 24 horas.
- El tiempo de corte a confección deben ser mínimos (24-48 horas).
- Realizar las pruebas de encogimiento previos a fin de confirmar el molde.
- Se deben trabajar (tizar, cortar) todas las partes de la prenda en un mismo sentido, con el fin de evitar la formación de corrugados, luego del lavado.
- Se recomienda que se respete los piquetes para evitar el revirado.
- Las máquinas de confección deben ser reguladas particularmente para este tipo de tela.

FUENTE: NUEVO MUNDO SA

**Tabla N° 3
FICHA TÉCNICA DE LA TELA ECO-DENIM**

Cia. Industrial Nuevo Mundo S.A. Jr. José Celedón 750 Lima 15079 – Perú T. (511) 4154000 www.nuevomundosa.com			
FICHA TÉCNICA			
1- RESUMEN			
Artículo	: Z170-173	Familia	: DENIM STRETCH - COMFORT
Composición	: ALGODON 98.5% + SPANDEX 1.5%	Ancho Total	: 157 ± 3cm Norma: ASTM D3774-96
Ligamento	: SARGA 3/1 S	Peso gr/mt²	: 362.8 ±5% Norma: ASTM D3776
Acabado	: CONFORT ECODENIM DENIM/TH/SANF. AZI	Peso oz/yd²	: 10.7 ±5% Norma: ASTM D3776
2- INSTRUCCIONES ESPECIALES : Ensayo realizado bajo la Normas técnicas AATCC Y ASTM			
3-PROPIEDADES FISICAS		NORMAS TECNICAS	
Tipo de Colorante	INDIGO	PROTECCIÓN UV	
Resistencia a la traccion kg-f	Urdimbre:	152-168	ASTM D5035
	Trama :	52-58	ASTM D5035
Resistencia al Desgarre - N	Urdimbre:	—	ASTM D1424
	Trama :	—	ASTM D1424
Encogimiento(%)	Urdimbre:	± 3%	AATCC 135 2010
	Trama :	-18.0,-12.0	
% Elongacion	% E :	22% A 28%	METODO DUPONT
Lotizado de Color	Lote :	555 DE < 1.0	DATA COLOR
Grado de Blanco(Berger)	^o Be :	—	DATA COLOR
Reviraje(%)	% :	-2.50 ;2.50	AATCC 179
Solidez del color al Frote	Humedo :	—	AATCC 8
	Seco :	—	
Solidez del color al Lavado	Cambio de Color :	—	AATCC 61-2A
	Transferencia de Color:	—	
Color(Evaluacion con Luz D65)		—	DATA COLOR
Centro Orillo(Calificion 555)		—	DATA COLOR

FUENTE: NUEVO MUNDO SA

En la siguiente imagen N° 5 se puede visualizar las certificaciones más importantes con las que cuenta la empresa de telas Nuevo Mundo alineadas a la sostenibilidad.

Es importante que para que los pantalones tengan la calidad esperada, la empresa Nuevo Mundo SA cuente con certificaciones que respalden el compromiso medioambiental de la empresa para con sus clientes, por ello en la siguiente ilustración se pueden visualizar las certificaciones más importantes con las que cuenta la empresa de telas Nuevo Mundo SA alienadas a la sostenibilidad.

Imagen N° 5
CERTIFICACIONES DE LA EMPRESA NUEVO MUNDO



FUENTE: NUEVO MUNDO SA

- **IDENTIFICACIÓN ARANCELARIA**

El objetivo del proyecto es la exportación de pantalones jeans eco denim, es por eso que se trabajará con la partida arancelaria 6204620000 la cual servirá para encontrar información en las diferentes plataformas de inteligencia de mercados, como son Euromonitor, trade map, very trade, Siavi, EU trade helpdesk.

Tabla N° 4
PARTIDA ARANCELARIA

PARTIDA	DESCRIPCIÓN DE LA PARTIDA	FOB-18	%VAR-18-17
6204620000	PANT.LARG.PANT.C/PETO.CORTOS(CALZON.) Y SHORTS, P'MUJERES O NIÑAS DE ALGODÓN	3,266,766	24%

SECCIÓN XI: Materias textiles y sus manufacturas

CAPÍTULO 62: Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto

PARTIDA DEL SISTEMA ARMONIZADO 62.04: Trajes sastre, conjuntos, chaquetas (sacos), vestidos, faldas pantalón, pantalones largos pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y shorts (excepto de baño), para mujeres o niñas

SUBPARTIDA NACIONAL 620462000: Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y shorts - de algodón

Fuente: Sunat

Elaborado por: equipo de trabajo

- **MATRIZ FODA**

**Tabla N° 5
MATRIZ FODA**

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>Conocimientos de la elaboración del producto a exportar</p> <p>Producto para ofrecer es ecológico (tela y Tinte)</p> <p>Capacidad de fabricación en cantidad</p> <p>Producto ofrecido exclusivo</p> <p>Modelo de jeans de la mano de diseñadores</p> <p>Investigación de mercado previo a la exportación</p>	<p>Nuevos Horizontes de mercado destino</p> <p>Posibilidad de certificación ante la ONU, de cara a la agenda 2030 y los Objetivos de desarrollo sostenible.</p> <p>País de destino en pleno auge de moda eco amigable</p> <p>Aceptación proyectada del producto a exportar mencionado por la ONU</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>Cantidad de producción que afecta directamente al precio</p> <p>Actual rentabilidad inferior a la media</p> <p>Empresa sin dirección estratégica lo que impedía hasta el momento llevar el producto fuera del país</p> <p>Precio elevado a pesar de la producción en cantidad.</p>	<p>Competencia extranjera</p> <p>Mercado constantemente renovable</p> <p>Pocos proveedores.</p> <p>Cambios adversos en política o comerciales</p> <p>Aumento de precio de los materiales en Perú debido a su poca comercialización</p> <p>Poca difusión del producto ecoamigable</p>

Fuente: Sunat

Elaborado por: equipo de trabajo

Estrategias DO

- ✓ Si bien en la empresa se tiene capacidad de producción aun en este punto no se conoce la demanda proyectada del mercado español, sin embargo, en este país ya se comienzan a organizar las primeras semanas de la moda ecológica, esto a largo plazo se irá implantando en la mente de los consumidores que a su vez demandaran más de estos productos ecológicos y sumado a nuestro mercado meta (Proveedores), podremos exportar mayor cantidad a un precio aún más accesible.
- ✓ Actualmente la empresa no cuenta con diseños variados, solo cuenta con un modelo lo que impide generar una buena competencia en el país de destino, se espera que en un futuro no muy lejano se puedan incrementar los diseños y modelos de pantalón sin la necesidad de dañar al medio ambiente, estos diseños le permitirán a la empresa competir constantemente en el mercado, ya que se sabe que este es muy cambiante, por otro lado, se logrará entrar a un mercado en pleno crecimiento de demanda de pantalones jeans ecológicos.
- ✓ Al día de hoy en el Perú el costo de la materia prima para la elaboración de pantalones ecoamigables es más elevado que el de un pantalón jean normal, lo que genera un aumento en el costo de elaboración y aumento en el precio final para el mercado meta.

Estrategias FO

- ✓ Al tener varios años de experiencia en la empresa confeccionando Jeans, se conoce al detalle el proceso de elaboración de los mismos, los cuales no se alteran al usar insumos ecológicos, esto a su vez nos potencia principalmente al entrar a un nuevo mercado en el exterior tanto en calidad como diseño.
- ✓ Como ya se mencionó tanto la calidad como el diseño que se exportará en base a las tendencias del mercado, generará en el tiempo, realizar nuevos ajustes acorde a la demanda, a lo que se quiere apuntar con la empresa es adquirir en 10 años la certificación que exigirá la ONU con respecto a productos ecológicos para el año 2030 con el fin de mantener así nuestra imagen y tan aceptable producto en el tiempo.

1.2 Análisis de sector

En la actualidad el sector textil en el Perú es uno de los que más dinero hace ingresar a la economía y sin embargo afronta muchos retos, esto debido al ingreso importaciones con precio dumping, lo que significa que la mayoría de prendas de vestir que vienen de otros países, suelen venir con precios por debajo a sus costos de producción generando así una mayor compra de productos internacionales por encima de los nacionales dejando así sin trabajo a miles de peruanos quienes se quedan sin clientes por la también llamada competencia desleal.

La mejor herramienta en la actualidad para luchar contra el dumping es la confección de productos que cuenten con un valor agregado, de esta manera el consumidor elegirá el producto nacional antes que el extranjero sin importar la diferencia de precio.

1.2.1 Situación actual de la oferta

Actualmente en el Perú existen diferentes empresas dedicadas a la exportación de prendas de vestir que están encontrando nuevos nichos de mercado, ya que las exportaciones peruanas cada vez más agradan a extranjeros.

El producto peruano está siendo reconocido en otros sectores a nivel internacional como en el sector alimenticio con los súper foods (súper alimentos: maca, quinua, Goldenberry, espárragos, etc), por ello es estratégico subirse en esta ola donde el estado peruano, además, está promoviendo las exportaciones, ya que generan ingreso de divisas al Perú.

Dicho esto, se muestra en la siguiente Tabla N° 6, las principales empresas que exportan con la partida arancelaria 620462 del Perú al mundo.

Tabla N° 6
PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS DEL PERÚ

EMPRESA	%VAR	%PART
	18-17	18
GRUPO SHEYLER SOCIEDAD ANONIMA CE	204%	24%
CREDITEX S.A.A.	31%	12%
DUPREE VENTA DIRECTA S.R.L.	352%	10%
MODAS DIVERSAS DEL PERU SAC	58%	6%
HUB1916 PERU S.A.C.	--	3%
PERU COTTON TEX S.A.C.	2%	3%
CONFECCIONES ATLANTA SRLTDA	--	2%
LA COTONNADE S.A.C.	1144%	2%
EJAYSA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA -...	-48%	2%

Fuente: Sunat

Elaborado por: Equipo

En la siguiente Tabla N° 7 se muestran los principales países que importan del Perú con la partida arancelaria 620462 en los que se encuentran países norteamericanos, sudamericanos y europeos

Tabla N° 7
PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES

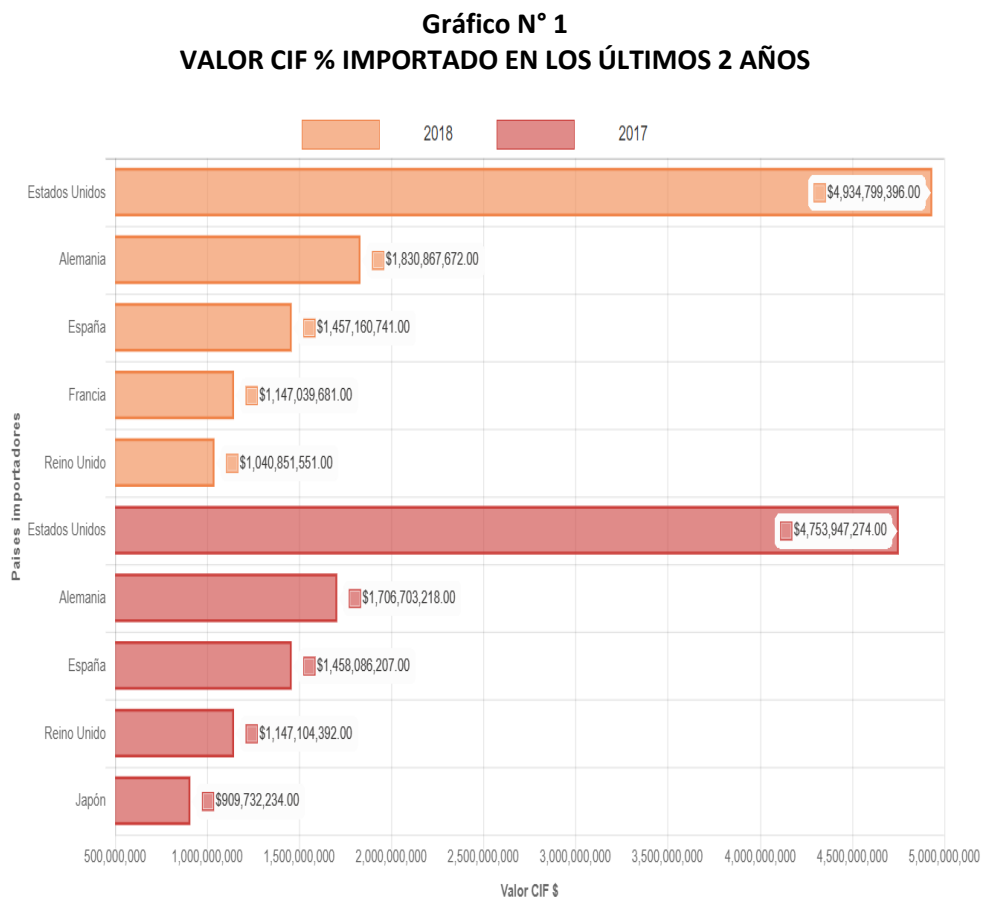
IMPORTADORES	VALOR EXPORTADO EN 2014	VALOR EXPORTADO EN 2015	VALOR EXPORTADO EN 2016	VALOR EXPORTADO EN 2017	VALOR EXPORTADO EN 2018
MUNDO	10708	4492	2946	2622	3185
ESTADOS UNIDOS	1424	1434	1617	1226	1767
BOLIVIA	177	48	161	172	427
ECUADOR	5777	1667	171	129	317
CHILE	722	532	535	519	94
MEXICO	86	26	78	62	91
CUBA	19	29	33	19	86
COSTA RICA	66	60	46	98	83
FRANCIA	117	88	17	30	74
ESPAÑA	28	21	25	59	52
CANADA	37	27	43	45	34
COLOMBIA	455	179	84	29	30
BRASIL	84	98	4	1	19
ARGENTINA	52	70	19	26	15

FUENTE: TRADE MAP

ELABORADO POR: EQUIPO

- PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES EN LOS ÚLTIMOS 2 AÑOS DE LA PARTIDA 620462**

En el siguiente gráfico se muestra el valor CIF \$ importado de los 5 países top en los últimos 2 años de la partida 620462.

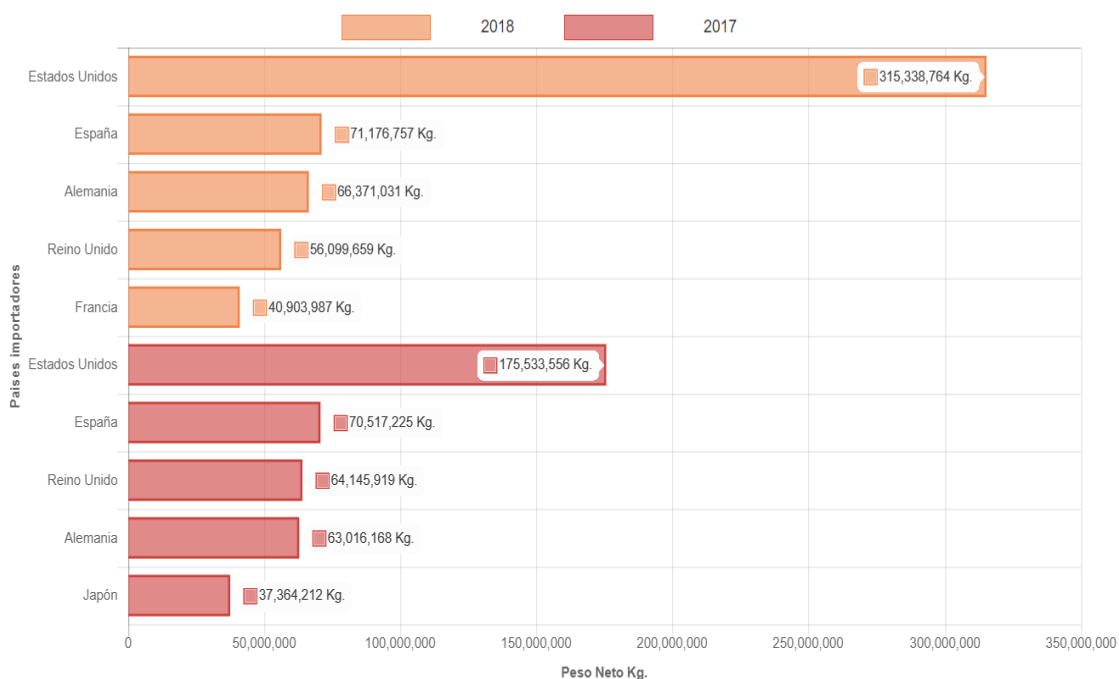


Fuente: Comtrade
Elaborado Por: Late.gob.pe

En el gráfico mostrado se puede apreciar que tanto en el año 2018 como en el año 2017 Estados Unidos muestra ser el país con más importaciones en valor CIF con un monto de \$4,934,799,369.00 de pantalones, muy por debajo en segundo lugar se encuentra Alemania, país también considerado como un gran potencial mundial alcanza \$1,830,867,672.00, España se encuentra en tercer lugar con \$1,458,8,207.00. A pesar de no tener tantas importaciones de pantalones Jeans como Estados Unidos, España se encuentra con una cifra interesante demostrando que es un país con tendencia a la importación de pantalones Jeans, lo cual resulta muy beneficioso para el presente proyecto de investigación.

En el siguiente gráfico se muestra los kilogramos importado de los 5 países top en los últimos 2 años de la partida 620462.

Gráfico N° 2
PESO NETO (kg.) IMPORTADO EN LOS ÚLTIMOS 2 AÑOS



FUENTE: COMTRADE

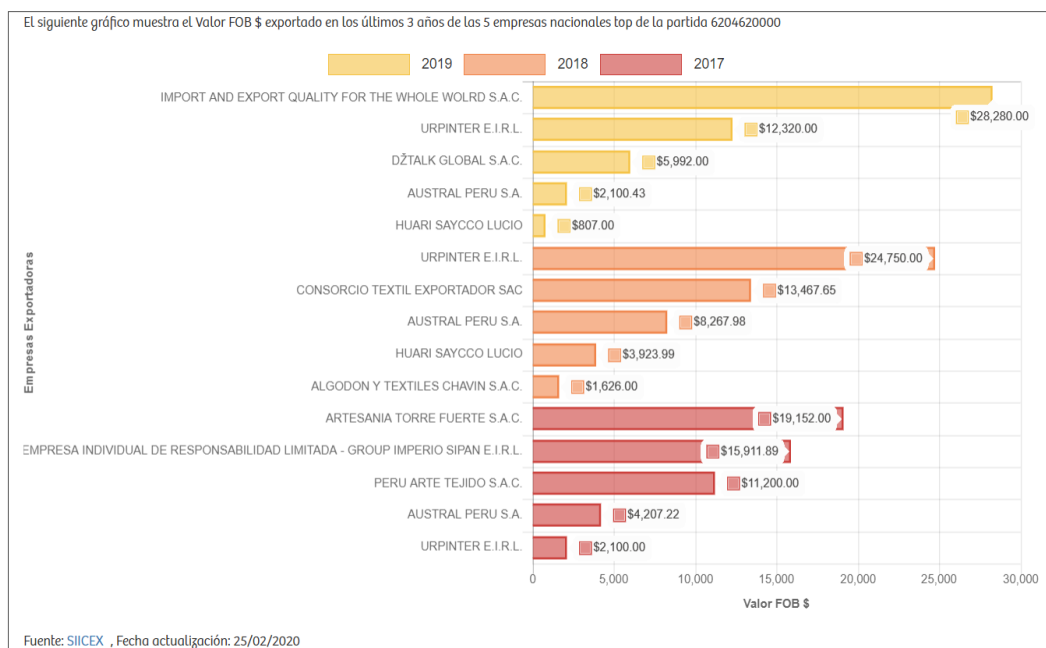
ELABORADO POR: LATE.GOB.PE

En el gráfico mostrado se aprecia que en los años 2017 y 2018 Estados Unidos sigue teniendo una gran cantidad de importaciones de pantalones en unidad de medida kilos con exactamente 315,338,764 y 175,533,556 kilogramos respectivamente, sin embargo, España en un segundo lugar con 71,176,757 y 70,517,225 kilogramos respectivamente de los años 2017 y 2018. Otra razón poderosa para elegir a España como mercado destino. En el año 2018 Alemania aumentó sus importaciones logrando ocupar un 3 lugar, con 66,731,031 kilogramos pudiendo convertirse también en un país tentador para el presente plan de negocio.

- PRINCIPALES EMPRESAS NACIONALES EXPORTADORAS EN LOS ÚLTIMOS 3 AÑOS DE LA PARTIDA 6204620000**

El siguiente gráfico muestra las principales empresas nacionales exportadoras con la partida 6204620000 - Algodón - Pantalones Largos, Pantalones Con Peto, Pantalones Cortos (Calzones) Y Shorts, Para Mujeres O Niñas, De Algodón hacia España.

**Gráfico N° 3
VALOR FOB (\$) EXPORTADO EN LOS ÚLTIMOS 3 AÑOS**

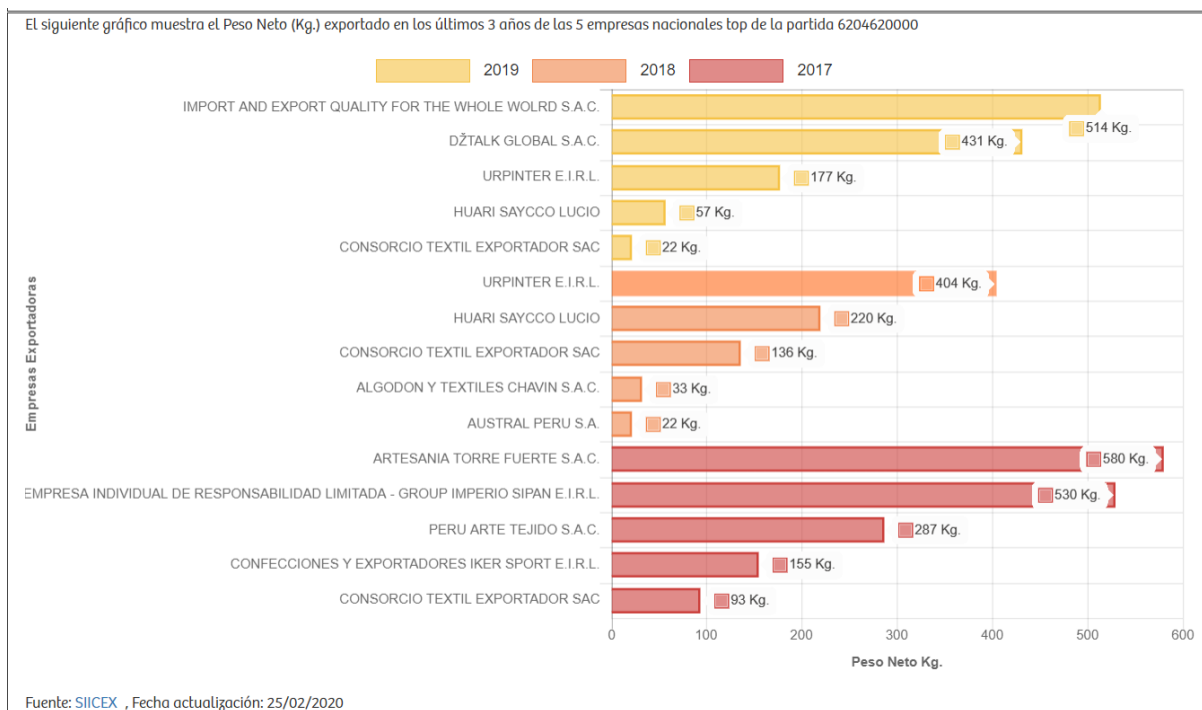


Fuente: Comtrade
Elaborado Por: Late.gob.pe

En el gráfico N° 3 se puede apreciar que en los años 2019 la empresa Import And Export Quality For The Whole Wolrd S.A.C fue la empresa exportadora con mayor valor FOB con un total de \$28,280.00 en segundo lugar el mismo año se encuentra la empresa URPINTER E.I.R.L con un total de \$12,320.00, misma empresa quien obtuvo el primer lugar en el 2018 con un total de \$24,750.00 presentado un descenso en sus exportaciones, sin embargo en el año 2017 se encontraba en último lugar con tan solo \$ 2,100.00 logrando así ser la única empresa exportadora en el Perú con mayor crecimiento en los último 3 años

En el siguiente gráfico se muestra los kilogramos exportados de las 5 empresas top en los últimos 3 años de la partida 620462.

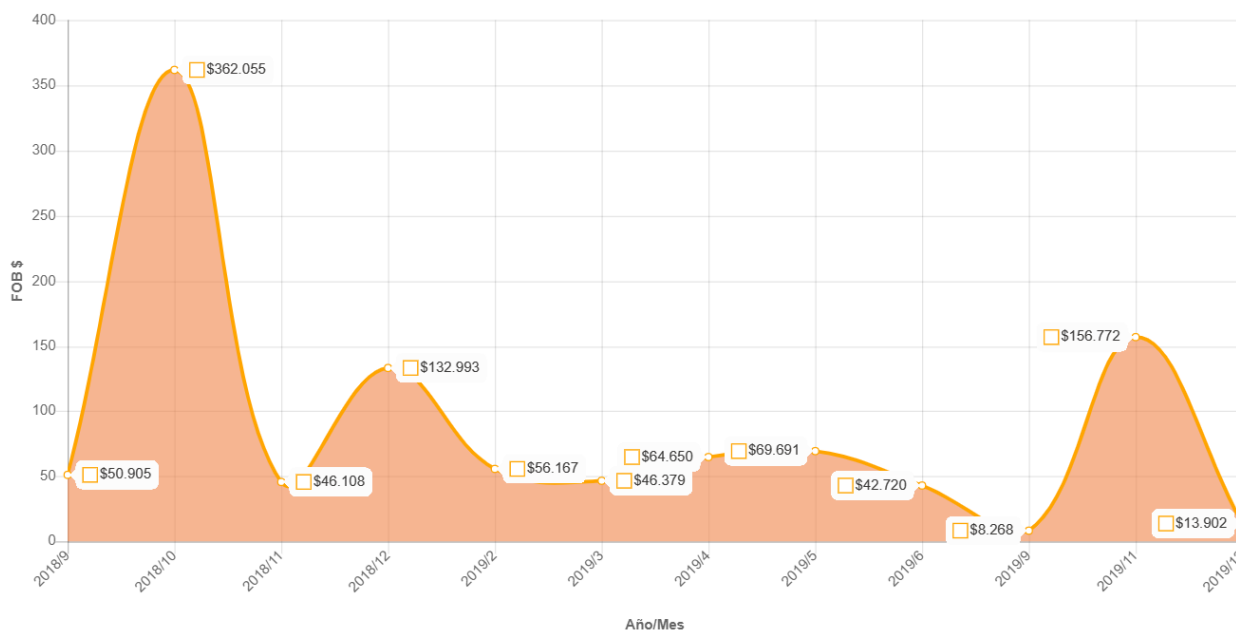
Gráfico N° 4
PESO NETO (kg.) EXPORTADO EN LOS ÚLTIMOS 3 AÑOS



Fuente: Comtrade
Elaborado Por: Late.gob.pe

En el gráfico N° 4 se puede apreciar que al igual que en el precio FOB \$ la empresa Import And Export Quality For The Whole Word S.A.C fue la empresa exportadora con mayor valor en kilogramos en el año 2019 con un total de 514 Kg, al igual que en el cuadro anterior tampoco figura en los años anteriores (2018, 2017) sin embargo a diferencia del cuadro anterior la empresa URPINTER E.I.R.L. se encuentra en 3 lugar con tan solo 177 Kg en el año 2019 mientras que en el año 2018 logró exportar 404 Kg posicionándose en el primer lugar. Podemos concluir entonces que la cantidad en Kg no necesariamente es directamente proporcional al valor FOB \$ ya que en el año 2019 dicha empresa logró obtener más dinero exportando con pocos kilogramos. Esta información será necesaria y utilizada más adelante del presente plan de negocio.

Gráfico N° 5
FLUCTUACIÓN DE PRECIO FOB REFERENCIAL EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES DECLARADO EN LA DAM
DE LA PARTIDA 6204620000 HACIA ESPAÑA



FUENTE: SIICEX
 ELABORADO POR: LATE.GOB.PE

El gráfico N° 5 indica cómo ha ido variando el precio FOB referencial de las exportaciones de PERÚ en los últimos 12 meses de la partida 6204620000 hacia ESPAÑA, como se puede apreciar el mes más alto fue en octubre 2018 con un total de \$362.055, dicho importe decreció considerablemente en el mes de noviembre 2018 con un total de \$46.108, sin embargo, el mes más bajo fue setiembre del 2019 con un total de \$8.268. Para el mes de noviembre del mismo año volvió a subir no tan notoriamente como en meses anteriores con un total de \$156.772. Podemos concluir entonces que las exportaciones en Perú pueden ser muy cambiantes y disparejas en menos de un año, por lo tanto, el año 2020 y 2021 tiene una tendencia de crecimiento.

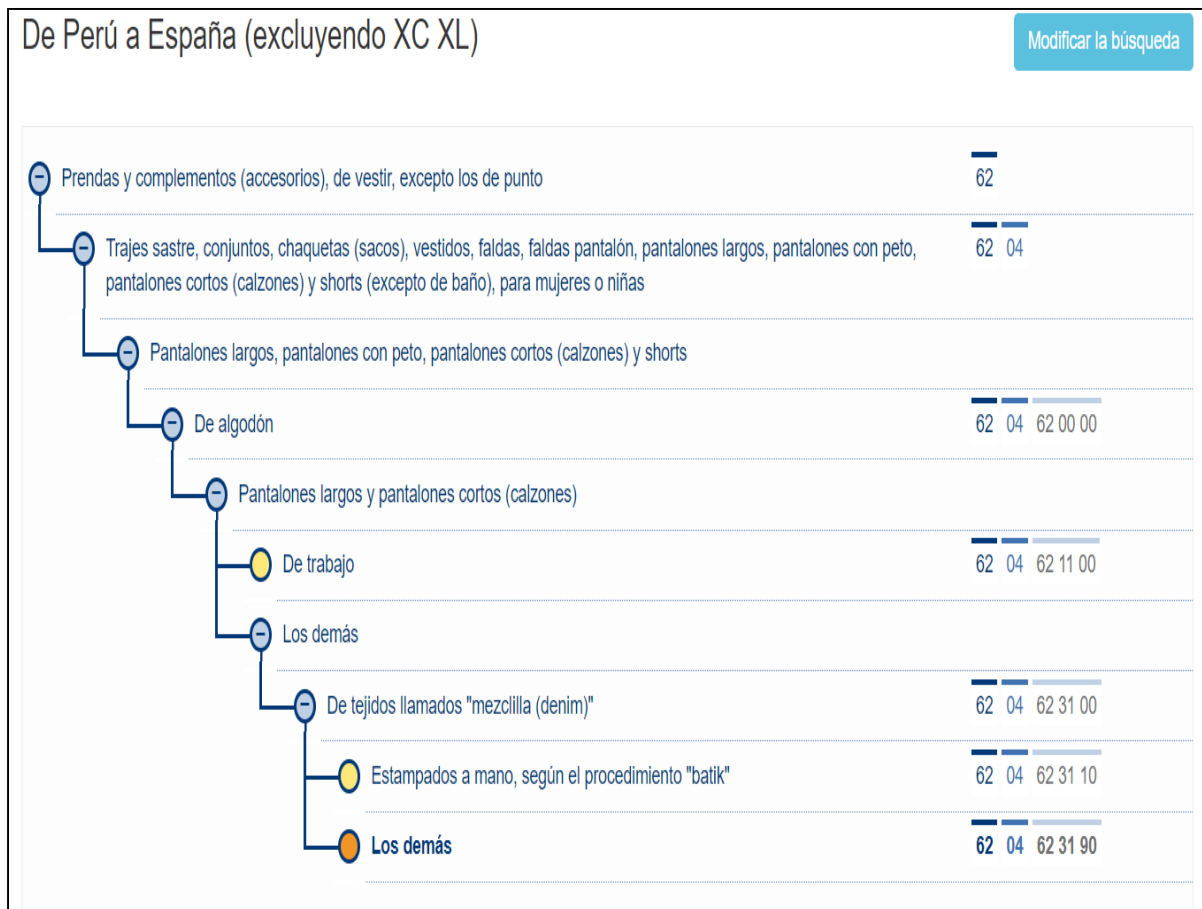
Tabla N° 8
ESTADÍSTICAS PERÚ – ESPAÑA SEGÚN TRADE EUROPA

INDICADOR(ES)	IMPORTACIÓN VALOR A LA EU/MS (EURO)		IMPORTACIÓN VOLUMEN A LA EU/MS (KG)		EXPORTACIÓN VALOR DESDE LA EU/MS (EURO)		EXPORTACIÓN VOLUMEN DESDE LA EU/MS (KG)	
	PERU 2018	PERU 2019	PERU 2018	PERU 2019	PERU 2018	PERU 2019	PERU 2018	PERU 2019
ESPAÑA	1,106	9,233	-	-	1,200,356	1,890,014	38,000	50,00

FUENTE: TRADE.EC.EUROPA
ELABORADO POR: EQUIPO DE TRABAJO

El gráfico presentado muestra las estadísticas de las importaciones y exportaciones respectivamente de Perú hacia España y viceversa de los años 2018 y 2019 respectivamente. Como se puede apreciar existe un incremento de año a año, quiere decir que las importaciones de Perú con España fueron en el 2018 y 2019 de 1,106 y 9,233 miles de euros notándose así un gran aumento, lo que significa que Perú compra cada vez más a España. De igual manera sucede con las exportaciones de Perú a España ya que en los años 2018 y 2019 fueron de 1,200,356 y 1,890,014 respectivamente, lo que significa un crecimiento, por lo tanto, España también compra más producto peruano en los últimos años. Lo cual resulta muy conveniente para el presente plan de negocio.

Gráfico N° 6
EXPORTACIÓN DE PERÚ A ESPAÑA – PARTIDA ARANCELARIA 62.04.62.31.90



Fuente: Trade.Ec.Europa⁷

Elaborado Por: Equipo De Trabajo

⁷ Véase: <https://trade.ec.europa.eu/tradehelp/es/myexport#?product=6204623190&partner=PE&reporter=ES>

- **COMPETENCIA DIRECTA**

Se le llama competencia directa a aquella que pueda sustituir el producto a exportar de manera inmediata es decir en este caso la competencia directa serian empresas tanto españolas como del resto del mundo que también se dediquen a la comercialización de pantalones jeans con tela eco-denim sin anilina.

A continuación, se mostrarán distintas empresas exportadoras del mismo producto, quienes comercializan directamente en España. Estas empresas son consideradas como competencia directa ya que se podría decir que ofrecen un producto sustituto al presentado.

Tabla N° 9
CUADRO COMPARATIVO DE COMPETENCIA DIRECTA

MARCA	COMPETENCIA DIRECTA
CAPITÁN DENIM	Localizados en Albacete, esta es la opción con mayor relación calidad-precio que hemos encontrado. De fabricación y diseño 100% España, Capitán Denim (antes conocidos como MRC Jeans) lleva más de 40 años confeccionando ropa tejana y dando trabajo a familias de su región, a la vez que trabajan por reducir al mínimo posible el impacto que su fabricación genera, cuidando el medioambiente.
COWEST	También de Albacete y con 30 años de experiencia, son otra de las opciones calidad-precio más interesantes para vestir ropa tejana con menor impacto ambiental y hecho en España. Destaca especialmente el uso de tintes no tóxicos y la incorporación de los tejidos orgánicos en su proceso de producción, además de reducir al mínimo los residuos y reciclar los sobrantes.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado Por: Equipo de Trabajo

- **COMPETENCIA INDIRECTA**

Se entiende por competencia indirecta a aquella que si bien es cierto puede sustituir los productos no lo hará en el mismo sentido, es decir si la empresa Healthy Jeans exporta pantalones jeans eco denim la competencia indirecta para este producto serán aquellas prendas que sean ecológicas en general y no necesariamente los pantalones jeans que en este caso es el producto final.

Tabla N° 10
CUADRO COMPARATIVO DE COMPETENCIA INDIRECTA

MARCA	COMPETENCIA INDIRECTA
PATAGONIA	Un clásico en todos los artículos de moda sostenible. Aunque sólo fabriquen un modelo de tejano sostenible, los incluimos por la gran labor que llevan haciendo desde hace muchos años con el respeto al medioambiente y la producción sostenible.
MONKEEGENES	Provenientes del Reino Unido, esta empresa de moda denim basa sus principios en el cuidado del medioambiente y en la concienciación sobre la abolición del trabajo infantil.
DL 1961	Aunque no sea una marca fácil de pronunciar, estos fabricantes establecidos en Nueva York han captado la atención internacional hacia el denim ético a través de sus colecciones con partners conocidos. La marca utiliza fibras innovadoras ecológicas en sus líneas de producción, y ha reducido el uso de agua, tinte y energía en un 50%. DL 1961 tiene un espacio innegable en la moda vaquera de diseño y sus pantalones están llevando la innovación ética al centro de atención.

Fuente: Investigación Propia
Elaborado Por: Equipo De Trabajo

- **DIFERENCIACIÓN**

El objetivo en este proyecto de investigación es generar e incrementar un cambio en la industria textil peruana la cual estará en unos años rumbo a la sostenibilidad.

Así mismo, la meta como empresa es que cuando el mercado objetivo en el extranjero visualice una etiqueta que muestre "Made in Perú", asuma rápidamente que la prenda que tiene en sus manos está elaborada teniendo en cuenta el cuidado del planeta y medio ambiente, cuidando de los derechos humanos sin dejar de lados los altos estándares de calidad con los que se enfrentará a la competencia.

Es en este punto, donde se enfocará el valor agregado y la diferenciación, Healthy Jeans se orientará en brindar calidad con los eco-jeans a la vez que generará consciencia ecoamigable.

- **CALIDAD**

El producto ofrecido será trabajado con insumos certificados lo cual respalda su compromiso con el medio ambiente, además, está hecho pensando en la durabilidad del mismo, así como para la comodidad y satisfacción de los clientes, tal cual se observa en los actuales productos de tela denim, pero con la responsabilidad ambiental desde la elaboración y a largo plazo. La calidad de los materiales que participan en la producción de los pantalones eco-denim son en mayor porcentaje libre de tóxicos, lo cual a mediano o largo plazo no genera una contaminación ambiental, así mismo, es beneficiosa para la piel, puesto que evita posibles reacciones alérgicas en las personas que lo usen y a su vez impide la proliferación de infecciones, lo cual sufren algunas mujeres al usar telas denim con anilina. Por todo lo mencionado anteriormente, la empresa Healthy Jeans ofrece un producto de alta calidad siendo esta una de sus principales fortalezas.

- **CONTENIDO**

Los pantalones Jeans eco amigables, los cuales serán exportados a Europa, contarán con una serie de características físicas que lo diferenciará de la competencia actual en el mercado de España – Madrid, para este fin la tela denim con la cual se elaborará los jeans ecológicos, estarán compuestos por:

Tabla N° 11
COMPOSICIÓN DE LOS PANTALONES JEANS

COTTON USA	98%
FIBRA SINTÉTICA SPANDEX	2%
ANILINA	0%

Fuente: Nuevo Mundo Sa
Elaboración Propia

Como principal componente del pantalón jean se tiene a la tela Denim, la cual está elaborada de algodón que proviene de Estados Unidos e importado por la empresa Nuevo Mundo, este último fabrica la tela Eco Denim con un 98% de algodón y 2% de fibra sintética spandex.

- **PRESENTACIÓN**

Como se explicó anteriormente solo se exportará un modelo de pantalón, el cual se puede apreciar en la Imagen N°1, por el momento no se podrán elaborar más modelos debido a que la elaboración de los mismos puede ir en contra de los principios anteriormente indicados como el cuidado al medio ambiente, se espera que en un futuro se den a conocer nuevas telas que puedan brindarle una variedad de diseños a los clientes y a su vez poder seguir cuidando el medio ambiente. Sin embargo, la presentación de los pantalones será en bolsas también ecológicas con el diseño de logo de la empresa, así como también con los datos de esta.

- **PRECIO DE CLIENTE**

Los factores que influirán en fijar un precio se basarán en las cotizaciones realizadas con los proveedores.

Además de esto, de acuerdo a la investigación se encontró que el precio promedio de pantalones Jeans varía de acuerdo a la calidad y diseño de los mismos, donde una de las principales competencias es la marca Capitán Denim con precios accesibles de 49.95 euros con modelos básicos, pero a su vez atractivos para el público.

Por otro lado, otra empresa que está entrando con fuerza en el mercado ecológico es MUD JEANS, el cual tiene un precio más alto que los demás competidores, el cual borda un promedio de 119 euros, porque su tela denim es 100% algodón orgánico donde el costo de producción se eleva, por ende el precio para su mercado también, esto a su vez trae ventajas y desventajas y una de ellas es que con una tela que es 100% algodón orgánico, el denim

fabricado no se estira, por ello que no ofrecen pantalones con modelos actuales como son los SKINNY JEANS o PITILLOS, ya que de este material solo salen pantalones de corte recto.

De esta manera se concluye que el precio de mercado tendrá que fluctuar entre 49 a 119 euros respectivamente de acuerdo a los factores de diseño materiales y producción de los mismos, sin dejar de lado los modelos actuales y a su vez protegiendo lo que más queremos, nuestro planeta y su medio ambiente.

Tabla N° 12
COMPARACIÓN DE PRECIOS EN EL MERCADO

Precio de Pantalón	Precio dólares	Precio Euros
MUD JEANS	131.23	119
MONKEEGENES	79.04	71.67
Capitán denim	55.08	49.95
Promedio	88.45	80.21

Fuente: Investigación Propia
Elaborado Por: Equipo De Trabajo

- **DISTRIBUCIÓN**

En el capítulo tres en el punto de operaciones, se explicará la distribución y trazabilidad del producto.

- **PROVEEDORES**

Para seleccionar al proveedor principal se han elaborado proformas con 2 empresas la primera de tela denim de algodón orgánico, las coordinaciones se realizaron a través de llamadas telefónicas, envíos de correo electrónico y visitas presenciales a la empresa Naturtex y por la tela eco-denim libre de anilina con la empresa Nuevo Mundo que trabaja con sus distribuidores autorizados Grupo Textil Casas, Textiles Pisco, Nabila Textil. Los dos proveedores cuentan con una tela de muy buena calidad y firme conciencia de sostenibilidad. Se realizaron entrevistas a ambos proveedores y finalmente se quedó como ganador la empresa Nuevo Mundo por contar con mayor experiencia en el mercado y por tener un costo de la tela menor.

Recordar que existen varios tipos de metodologías para la investigación y homologación de proveedores, para el presente plan de negocio la metodología está enfocada en las entrevistas a profundidad a proveedores y especialistas en el rubro. A continuación, se muestran las entrevistas realizadas a los dos proveedores de tela ecoamigable Nuevo Mundo

SA y a la empresa Naturtex e imágenes de la visita a la Asociación Peruana de Técnicos Textiles de la cual es socia la Srta. Jenny Suarez miembro del presente plan de negocios.

- **ENTREVISTA**

INFORME DE ENTREVISTA A CIA. NUEVO MUNDO PROVEEDOR DE TELA ECODEMIN EN
SHOW ROOM

Nuevo mundo es una empresa modelo de tejido plano ubicado en Jr. José Celendón 737 en el cercado de Lima. Nos recibió Ayelén Alayo quien es coordinadora del departamento de producción. Quien muy amablemente respondió algunas preguntas sobre la moda sostenible y su compromiso con el medio ambiente.

¿Por qué el producto que ofrecen es eco amigable?

Nuevo mundo utiliza un algodón seleccionado que tiene menor uso de agua en su producción y menor uso de pesticida. El algodón es americano lo que les permite pertenecer a una alianza a nivel mundial llamada Cotton Leads. En dicha alianza se encuentran afiliadas diferentes empresas y marcas.

En Nuevo Mundo todas sus telas tienen una capa de protección factor 50 UV y eso también está certificado lo que permite que sus telas DENIM al igual que las ropas de baño tengan protección UV.

¿Qué es el eco denim?

Es una línea ecológica la cual se puede hacer en cualquier tela porque el algodón es el mismo para todos. Sin embargo, en esta primera etapa se sacó una pequeña colección de 4 códigos ecológicos que aparte de llevar el sello de Cotton leads tienen un producto Acroma quien es un proveedor de insumos químicos a nivel mundial. Ellos actualmente venden un índigo llamado FREE ANILAIN que significa LIBRE DE ANILINA.

¿Qué es la anilina?

Es un compuesto químico dentro del índigo, su molécula no se disuelve con el agua. Aproximadamente para todo el proceso de la elaboración del DENIM se utilizan un promedio de 20 mil litros de agua y 2.4 kilos de químicos. Cuando ya se encuentra en lavandería el proceso va botando el índigo (el color azulino del denim) la anilina al no disolverse con el agua contamina toda la vía marítima incluida la fauna marítima (ríos mares y demás). Ya que

los residuos de aguan van directo al mar. Inclusive las diferentes reacciones alérgicas que están teniendo las personas a este tipo de moléculas. Ya que hay distintas empresas que usan distintos químicos que puede generar diferentes reacciones en el cuerpo humano.

¿Por qué el algodón no es peruano?

No se usa el algodón peruano porque se manda todo a exportación además de ser muy caro. Por esa razón se trabaja con el americano.

¿Cómo es la calidad del pantalón de un jean sin anilina?

Un pantalón sin anilina es inclusive más duradero que uno convencional ya que no tiene tanta mezcla y además pueden salir más modelos en el proceso de tintorería.

¿Qué es tensel?

Es una tela suave utilizada en su mayoría para sabaneria. Su ventaja es la suavidad y un brillo especial además de una sensación de frescura durante más tiempo ya que la fibra va regulando la humedad temporal a parte que inhibe el porcentaje de bacterias y es considerada sostenible.

¿A dónde exportan sus productos?

Vendemos a nivel nacional a distintos distribuidores rollos de tela DENIM. En el extranjero llegamos a Ecuador, Bolivia, Argentina, Colombia, México. Como producto final se puede considerar ingresar a un mercado europeo.

CONCLUSIONES DE ENTREVISTA

De la entrevista brindada por parte de la cía. Nuevo Mundo S.A se tiene claro que el mercado europeo solicita altos estándares de calidad y que el producto terminado, es decir los pantalones jeans con tela eco-denim podrían estar aptos para competir con dicho mercado.

También se puede concluir que la empresa se encuentra comprometida con la moda ecológica y la ética, es decir además de estar comprometidos con el medio ambiente son muy conscientes que sus colaboradores son igual de importantes que sus ingresos, ya que sin ellos no podrían llegar hasta donde están. Este punto es muy importante ya que se alinea con las ideas del presente plan de negocios.

Por último, se puede concluir que la empresa en mención tiene toda la predisposición de poder colaborar con este nuevo emprendimiento ya que se muestran muy cooperativos a la hora de solicitar cualquier tipo de información.

INFORME DE ENTREVISTA A NATURTEX PROVEEDOR DE TELA DENIM DE ALGODÓN ORGÁNICO EN SHOW ROOM

Naturtex es una empresa modelo que comercializa tejidos de algodón orgánico se encuentra ubicado en Avenida Alameda los Cedros 303, Urbanización Los Cedros de Villa, Chorrillos. Fuimos recibidos por Cecilia Román coordinadora del departamento comercial y le hicimos las siguientes preguntas:

¿Por qué el producto que ofrecen es eco amigable?

El algodón es 100% orgánico el cual es menos contaminante desde el momento de su sembrado hasta la cosecha, ya que requiere de menos cantidades de pesticidas y consume menor cantidad de litros de agua para su regado.

¿Cuál es la calidad del pantalón jean de algodón orgánico?

Un pantalón jean de algodón orgánico es más duradero y contiene tintes ecológicos lo cual es amigable con la piel y el medio ambiente.

CONCLUSIONES DE ENTREVISTA

Se puede concluir de la entrevista al segundo proveedor, Narutex SAC que las telas orgánicas si bien es cierto las telas que ofrecen son 100% eco amigables, son unas telas duras y ásperas con las que no se pueden hacer muchos modelos.

Otra conclusión que se obtiene de la entrevista es que las telas orgánicas tienen el precio demasiado elevados en comparación con las telas que ofrece la compañía Nuevo Mundo S.A

- **FUENTES PRIMARIAS**

A continuación, se mostrarán las fuentes primarias del proyecto, es decir imágenes del equipo del trabajo que demuestren la veracidad de las entrevistas brindadas

Imagen N° 6
INTEGRANTES DEL EQUIPO DE TRABAJO VISITANDO LA CIA. NUEVO MUNDO



ELABORADO POR: EQUIPO DE TRABAJO: A la Izquierda está la Coordinadora Ayellein Alayo de Cia Nuevo Mundo y a la derecha Karina Villanueva

Imagen N° 7
INTEGRANTES DEL EQUIPO DE TRABAJO VISITANDO LA CIA. NUEVO MUNDO



ELABORADO POR: EQUIPO DE TRABAJO: A la Izquierda está la Coordinadora Ayellein Alayo de Cia Nuevo Mundo y a la derecha Jenny Suarez

Imagen N° 8
INTEGRANTES DEL EQUIPO DE TRABAJO VISITANDO LA CIA. NUEVO MUNDO



Elaborado Por: Equipo de Trabajo: En Imagen Jenny Suarez

Imagen N° 9
INTEGRANTES DEL EQUIPO DE TRABAJO VISITANDO LA CIA NATURTEX



ELABORADO POR: EQUIPO DE TRABAJO: A la Izquierda está Jenny Suarez y a la derecha se encuentra la Coordinadora Cecilia Román de Naturtex

Imagen N° 10
VISITA A LA ASOCIACIÓN PERUANA DE TÉCNICOS TEXTILES.



ELABORADO POR: EQUIPO DE TRABAJO: A la Izquierda está Anthony Ventocilla y a la derecha la CEO de Fashion Habitat diseñadora de modas Brigitte Giraud.

1.2.2 Situación de la demanda

- **INFORMACIÓN HISTÓRICA**

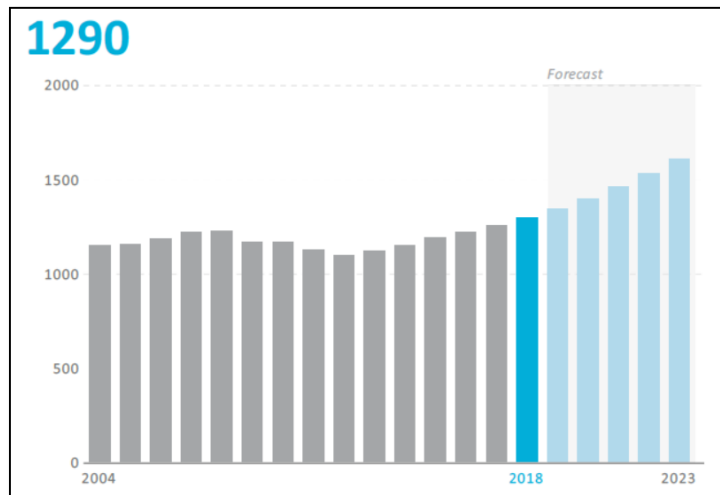
Los pantalones jeans o vaqueros como también se conocen tienen su origen en el siglo XVII, en Nimes, Francia de ahí el nombre denim y luego perfeccionado en Nueva York, EEUU con tela traída de Génova, Italia de ahí el nombre genes que derivó en jeans. Al inicio fue una tela para producir carpas o toldos. Es un tejido plano (urdimbre y sarga) el cual se usaba en esos años por la clase obrera, por su resistencia y durabilidad. Y que al pasar los años empezó a ser usado por todas las clases sociales, ya que inspiraba ese estilo rebelde tejano, el cual ha pasado por varias transformaciones tanto en la composición de la tela como en los diseños que son cada vez más versátiles. Por este uso masificado es también un gran contaminador, ya que su proceso de producción implica utilizar cantidades grandes de agua y uso de tintes tóxicos para el ser humano y su entorno.

En esta parte del proyecto se analizará la demanda histórica de los pantalones jeans en el país de España, el cual es el destino de las exportaciones de Healthy Jeans. Es importante recordar que todo el detalle de la selección de mercado, país de destino se detallará en el punto 1.3 Análisis de mercado.

Los clientes españoles actualmente son grandes consumidores de esta prenda de vestir, pero están cada vez más enterados que la producción de pantalones jeans es uno de los agentes contaminadores principales dentro de la industria de la moda, puesto que la tecnología como el uso de internet hace que las personas estén enteradas del proceso de una prenda de vestir donde inicia y donde acaba. Por ello los consumidores están prestando más atención a las marcas que tienen que ver con la sostenibilidad. Consecuentemente, la tecnología innovadora se fija para ser introducida en la producción de pantalones vaqueros. Por ejemplo, la compañía española Jeanologia emplea maquinaria que consume menos agua y electricidad y que utiliza la tecnología láser en vez de los tintes para obtener el "efecto usado o rasgado de los pantalones vaqueros". Los españoles miran con buenos ojos a las compañías que usan esta tecnología ambiental-amistosa.

A continuación, se muestra la demanda histórica desde el 2004 y la proyección de ventas al 2023 en euros de pantalones jeans en España, información extraída de la plataforma de inteligencia de mercados Euromonitor.

Gráfico N° 7
VENTA DE JEANS – VALOR MINORISTA EN MILLONES DE EUROS 2004 – 2023

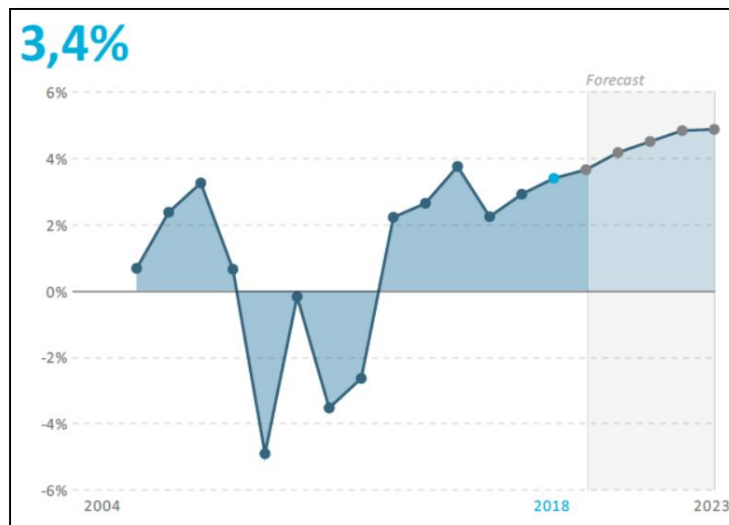


Fuente: Euromitor

Elaborado Por: Equipo De Trabajo

En el gráfico se observa que el valor promedio de ventas proyectado en el periodo de tiempo años 2004-2023 será de 1,290 millones de euros. Se puede observar que hay una tendencia al incremento del consumo de este producto.

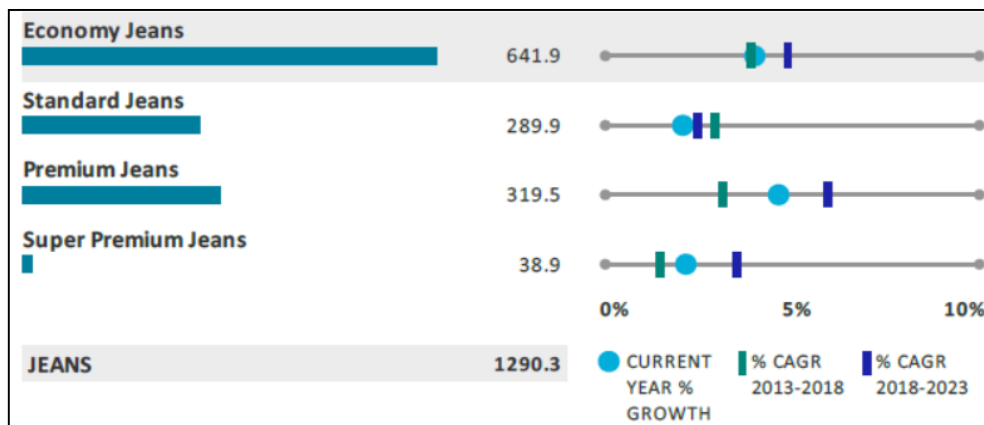
Gráfico N° 8
RENDIMIENTO DE VENTAS DE JEANS % VALOR MINORISTA DE CRECIMIENTO DE 2004 – 2023



Fuente: Euromitor
 Elaborado Por: Equipo De Trabajo

En el gráfico se muestra el porcentaje de crecimiento de 3.4% en el año 2018 de las ventas, donde se pronostica un crecimiento al año 2023 con tendencia al alza.

Gráfico N° 9
VENTA DE JEANS POR CATEGORÍA VALOR MINORISTA EN MILLONES DE EUROS



Fuente: Euromitor
 Elaborado Por: Equipo De Trabajo

En la gráfica se realiza la comparación entre las 4 categorías en las que está dividida el tipo de pantalones jeans, la categoría Economy jeans es la que actualmente más se vende por ser de un precio más bajo. La suma del total de ventas de las 4 categorías es de 1,290.3 millones de euros.

- **LA MODA ÉTICA EN EUROPA**

La firma internacional de investigación de mercados YouGov⁸ realizó un estudio en el que convocó a ocho países europeos para que comenten lo que tienen en su guardarropa.

Los resultados mostraron que el fast fashion aún domina el mercado de la moda entre los consumidores, sin embargo, otras formas de comprar y usar la ropa están cogiendo fuerza, como revender lo que ya no usamos por internet, usar prendas de segunda mano o consumir la llamada "moda ética". Estas tendencias están más presentes en los países nórdicos y en Alemania, aunque el estudio de YouGov revela que la idea de la moda responsable ya se está extendiendo por todo el viejo continente.

Imagen N° 11
ESTUDIO DE MERCADO SOBRE LAS PREFERENCIAS DE COMPRA DE ROPA EN EUROPA



Fuente: Yougov

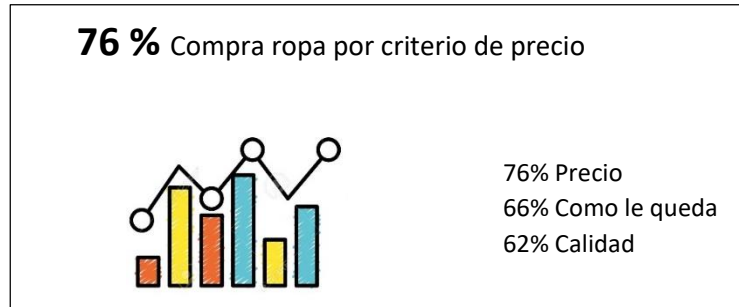
Elaborado Por: Equipo De Trabajo

El primer resultado de la investigación realizada por la empresa YouGov, muestra, en la imagen N° 7, las preferencias de compra de ropa en Europa, donde se puede observar que un promedio de 52 % de personas aún prefieren comprar en marcas de fast fashion, el país con mayor preferencia de esta tendencia es España con un 66% y aunque no es mucha diferencia con Italia donde el 64% si se puede apreciar una diferencia de 21% en comparación de Alemania donde el 45% de personas prefieren la llamada moda rápida. Se puede concluir entonces que España aún es un país que

⁸ Véase: <https://es.yougov.com/news/2019/11/22/los-europeos-y-la-moda-etica/>

prefiere consumir el fast fashion, sin embargo, es un país que se encuentra con tendencia a consumir moda eco-amigable.

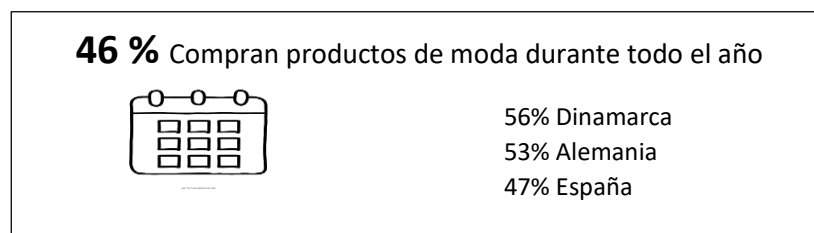
Imagen N° 12
ESTUDIO DE MERCADO SOBRE LAS PREFERENCIAS DE COMPRA DE ROPA EN EUROPA



Fuente: Yougov
 Elaborado Por: Equipo De Trabajo

En la imagen N° 8 se muestra los resultados sobre la consulta de las preferencias de los europeos de acuerdo con el criterio de porqué deciden comprar sus prendas de vestir, como se puede apreciar los resultados arrojan que, en su mayoría, es decir, un 76% prefieren comprar por precio lo que significa que buscan prendas cómodas y de mayor facilidad adquisitiva. En segundo lugar, el resultado confirma que el 66% prefiere comprar sus prendas de vestir por cómo les queda es decir diseños y moda, y por último el 62% prefiere comprar por calidad. Se puede concluir entonces que gracias a los precios cómodos y accesibles la población europea prefiere el fast fashion.

Imagen N° 13
ESTUDIO DE MERCADO SOBRE LAS PREFERENCIAS DE COMPRA DE ROPA EN EUROPA

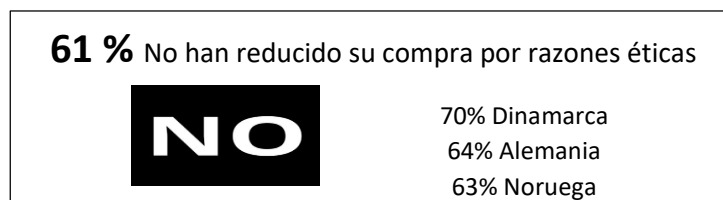


Fuente: Yougov
 Elaborado Por: Equipo De Trabajo

La imagen N° 9 presenta el promedio de personas en Europa que compran productos regularmente durante todo el año, en primer lugar, se encuentra Dinamarca con 56%, seguido de Alemania con 53% y por último se encuentra España con un promedio de

47%. Esto quiere decir que en Europa las personas están acostumbradas en su mayoría a comprar prendas de vestir de manera continua. Se puede concluir entonces que España es un mercado atractivo hacia la vista de cualquier inversionista del sector textil.

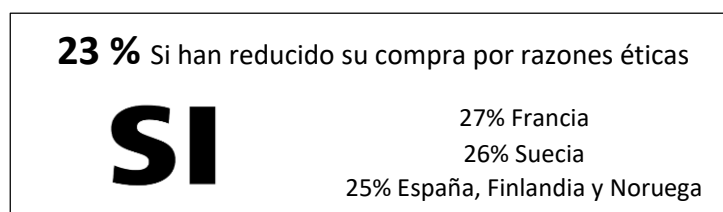
Imagen N° 14
ESTUDIO DE MERCADO SOBRE LAS PREFERENCIAS DE COMPRA DE ROPA EN EUROPA



FUENTE: YOUNGOV
ELABORADO POR: EQUIPO DE TRABAJO

En la imagen N° 10 se explica que el 61 % de europeos no reduce sus compras de prendas de vestir por razones éticas, esto quiere decir que aún no están conscientes del impacto negativo que esto genera en el medio ambiente, en primer lugar se encuentra Dinamarca con un 70%, en segundo lugar se encuentra Alemania con un 64% y por último se encuentra Noruega con un 60%, Como se puede apreciar en el gráfico España no se encuentra entre esa población lo que significa que son más conscientes del impacto negativo que esto genera.

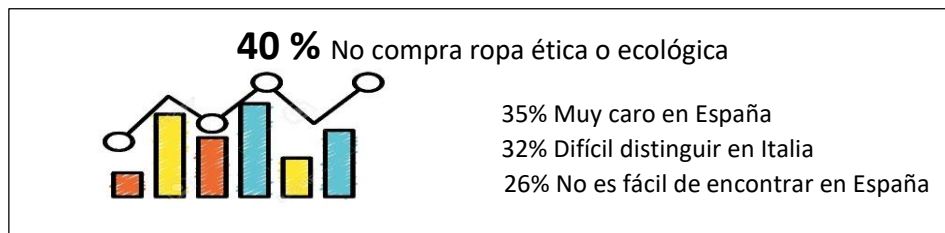
Imagen N° 15
ESTUDIO DE MERCADO SOBRE LAS PREFERENCIAS DE COMPRA DE ROPA EN EUROPA



FUENTE: YOUNGOV
ELABORADO POR: EQUIPO DE TRABAJO

En la imagen N° 11 se puede observar que el 23% de habitantes promedio en Europa si han reducido sus compras de prendas de vestir por razones éticas. En primer lugar, se encuentra Francia con un 27%, en segundo lugar, se encuentra Suecia con 26% y por último se encuentra España con 63%. Lo que significa que España sigue siendo un mercado que tiene tendencia a la moda ecológica o también llamada moda ética.

Imagen N° 16
ESTUDIO DE MERCADO SOBRE LAS PREFERENCIAS DE COMPRA DE ROPA EN EUROPA



FUENTE: YUUGOV
 ELABORADO POR: EQUIPO DE TRABAJO

La imagen N° 12 muestra que el 40% de los europeos no compra ropa ética o ecológica debido a que en España el 35% afirma que es muy cara, mientras que en Italia el 32% afirma que es muy difícil de distinguir entre las demás y el 26% también en España indica que no es fácil de encontrar. Por lo tanto, se concluye que en Europa sobre todo en España existe la intención de comprar moda ecológica, sin embargo, necesitan de mayor facilidad a la hora de adquirirla.

Otros resultados que se dieron gracias a la investigación realizada por la empresa YouGov, se sabe que en España el 43% de la población compra durante temporadas de rebaja, lo que significa que buscan prendas de vestir de bajo costo sin importar el impacto medioambiental, sin embargo, también se puede apreciar que son menos de la mayoría lo que quiere decir que existe un mercado que si se preocupa por el medio ambiente y los efectos secundarios de sus actos.

Otro resultado importante que vale la pena mencionar es que el 27% de personas en Europa si han escuchado hablar acerca del Slow Fashion o también conocido como la moda lenta, para ser exactos el 31% de personas son españolas lo que quiere decir que cada vez está más sonado el Slow fashion sobre el Fast fashion.

- **FACTORES DETERMINANTES**





Dentro de los factores determinantes para emprender este negocio de exportación de pantalones jean ecoamigables es el cambio de la forma de pensar que va hacia una economía ecoamigable y un cambio de consciencia en la compra de ropa. Esta preocupación por el medio ambiente ha llegado al mundo de la moda, por ello el pantalón jeans una de las prendas más usadas a nivel mundial no podía quedarse atrás en la evolución hacia una moda sostenible.

Ya muchas firmas de ropa se suman a este cambio y están incluyendo en la confección de jeans o tejanos denim de algodón orgánico, el cual es sometido a procesos que tienen por finalidad reducir el uso de agua, disminuyendo el uso de los recursos naturales.

Si bien es cierto la industria textil es una de las más contaminantes de todo el planeta, más aún lo es su subdivisión de ropa jeans/vaquera/tejana, lo cual plantea retos a nivel de sostenibilidad medioambiental; y dudas sobre si es posible seguir llevando unos prácticos y duraderos jeans con el mínimo impacto posible en el Planeta Tierra.

Por ello los pantalones jeans eco amigables son una alternativa real de consumo con menor impacto medioambiental y fabricación sostenible de moda denim.

Tabla N° 13
OPORTUNIDAD DE VALOR DE LA MODA SOSTENIBLE PARA LA ECONOMÍA MUNDIAL

	IMPACTO	VALORES EN RIESGO	AÑO 2030
MEDIOAMBIENTAL	 CONSUMO DE AGUA	1. Reducir el consumo de agua	\$30 Billones
	 EMISIÓN DE ENERGÍA	2. Reducir emisiones de energía	\$67 Billones
	 USO DE QUÍMICOS	3. Reducir enfermedades	\$7 Billones
	 GENERACIÓN DE RESIDUOS	4. Reducir cantidad de residuos	\$4 Billones




Fuente: Global Fashion Agenda
Elaborado Por: Equipo De Trabajo

Según el portal web Global Fashion Agenda & The Boston Consulting Group⁹, en un informe publicado en el 2018, el impacto medioambiental puede generar varios impactos de alto riesgo económico para el año 2030, es decir si se prestará la debida atención al impacto medioambiental se podría reducir el consumo de agua hasta en 30 billones de dólares, se podría reducir también las emisiones de energía hasta en 67

⁹ Véase: <https://globalfashionagenda.com/pulse-of-the-fashion-industry-2018-report-released/#>

billones de dólares. De igual manera se podrían reducir las enfermedades generando un ahorro de 7 billones de dólares y por último se podrían reducir la cantidad de residuos hasta en 4 billones de dólares. Se podrían ahorrar aproximadamente 108 billones de dólares aproximadamente alrededor del mundo.

Tabla N° 14
OPORTUNIDAD DE VALOR DE LA MODA SOSTENIBLE PARA LA ECONOMÍA MUNDIAL

	IMPACTO	VALORES EN RIESGO	AÑO 2030
SOCIAL	 BUENAS PRÁCTICAS LABORALES	1. Trabajadores ganan 120% más de su sueldo	\$5 Billones
	 SALUD Y SEGURIDAD	2. Reducir números de heridos y enfermos	\$32 Billones
	 COMUNICACIÓN	3. Aumentar los gastos comunitarios	\$14 Billones

Fuente: Global Fashion Agenda & The Boston Consulting Group, 2018

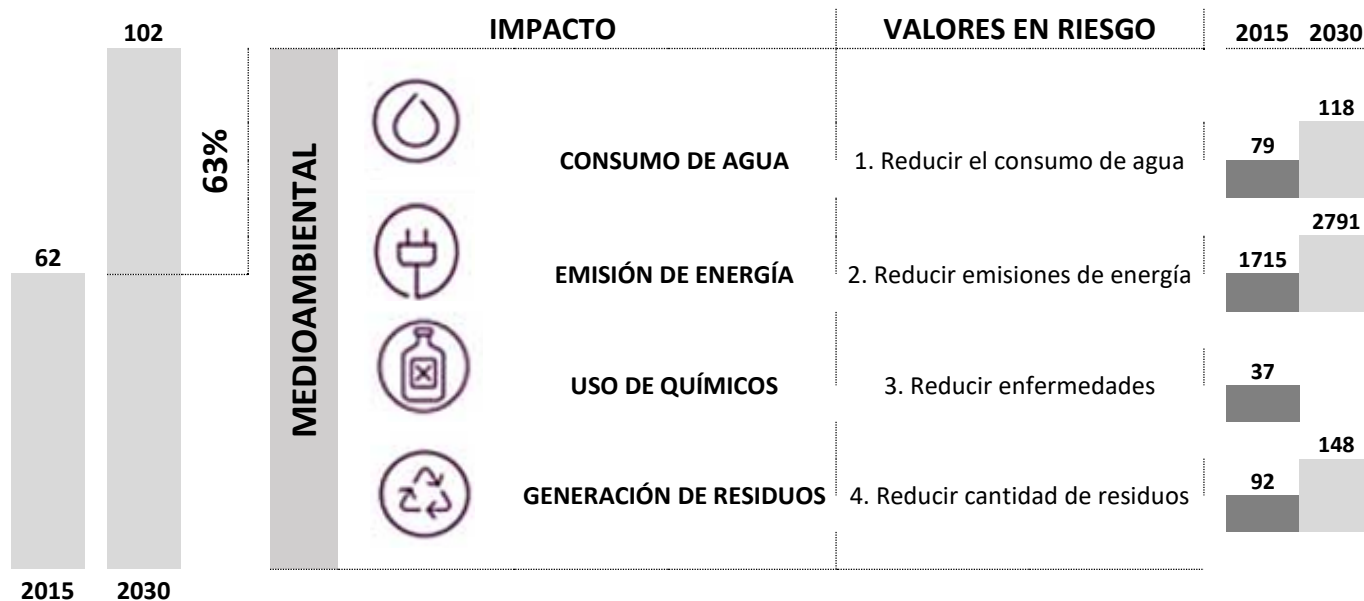
Elaborado Por: Equipo De Trabajo

El fast fashion tiene una cara oculta que muchas personas no quieren ver, ya que deja una huella de carbono muy alta, es decir de contaminación, a cada paso del ciclo de elaboración y término de vida de las prendas de vestir, generando una gran cantidad de riesgos sociales y ocupacionales y sobre el medio ambiente.

Según el portal web Global Fashion Agenda & The Boston Consulting Group, en un informe publicado en el 2018, además del impacto medio ambiental, el impacto social también cumple un rol importante, es decir la moda ecológica no solo implica el proteger al medio ambiente sino también a las personas que viven en él.

Las buenas prácticas laborales hablan acerca de que eliminar poco a poco la explotación laboral que cada empresa deba darle todo el valor que sus colaboradores merecen generando un impacto económico para el año 2030 de 5 billones de dólares, de igual manera la salud y seguridad se tendría un ahorro de 32 billones de dólares, y por último el factor de la comunicación los cuales generan anualmente un promedio de 14 billones de dólares.

Tabla N° 15
IMPACTOS AMBIENTALES PROYECTADOS AL 2030



FUENTE: GLOBAL FASHION AGENDA
ELABORADO POR: EQUIPO DE TRABAJO

En el cuadro se muestra cuáles son las proyecciones de crecimiento para el 2030 sobre el consumo de total de prendas de vestir, el cual aumentará en un 63% y esto porque según proyecciones la población crecerá al igual que habrá un aumento del PBI. Según gráfica el consumo de prendas de vestir en el 2015 fue de 62 millones de toneladas y al 2030 se proyecta que será de 102 millones de toneladas.

Imagen N° 17
OCHO PRIORIDADES DE SOSTENIBILIDAD PARA LA INDUSTRIA DE LA MODA



Fuente: Global Fashion Ceo-Agenda-2020

Según la Agenda Global Fashion del 2020¹⁰ considera que existen ocho puntos claves que deben implementarse con prioridad en la industria de la moda. Divide cambios inmediatos y cambios transformacionales, los primeros están relacionados a la trazabilidad de la cadena de suministro, a revertir el cambio climático, tener un uso eficiente del recurso agua, de la energía y de químicos y finalmente contar con lugares de empleo respetuosos. Sobre los segundos tipos de cambios los transformacionales indica que se debería empezar con utilizar o mezclar materiales sostenibles en la confección de textiles, contar con un modelo de circularidad de negocio, esto quiere decir, en toda línea de vida de la prenda, brindar mejores programas salariales a los trabajadores y finalmente ser partícipe de la cuarta revolución industrial con el aumento de la tecnología.

¹⁰ Véase: <https://globalfashionagenda.com/ceo-agenda-2020/#>

1.3 Análisis de mercado

1.3.1 Investigación de mercado: Matriz de selección de mercado país destino

Para identificar el mercado de destino Healthy Jeans elaboró una lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú en 2018 con la partida arancelaria N°: 620462 (Producto: pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de algodón short. De algodón). La tabla muestra los países que evaluaron para tomar la decisión del país a exportar, donde tomaron en cuenta factores macroeconómicos como el PBI, la calificación moody's, consideraron también facilidad de transporte.

Tabla N° 16 MATRIZ DE SELECCIÓN DE MERCADO

INDICADORES DE EVALUACIÓN	PAÍS 1 - ECUADOR	PUNTAJE	PAÍS 3 - BOLIVIA	PUNTAJE	PAÍS 2 - ESPAÑA	PUNTAJE
1. INGRESO PBI/PER CAPITA USD.	6.344,9	2	3.548,6	1	30.370,9	3
2. CRECIMIENTO PIB (%)	1.40%	1	4.20%	3	2.40%	2
3. INFLACIÓN (%)	2.50%	1	3.10%	2	1.10%	3
4. POBLACIÓN	17,084,357	2	11,353,142	1	46,723,749	3
5. IMPORTACIONES EN MILES DE USD DE PERÚ.	317.45	3	427.25	5	52.48	1
6. EXPORTACIONES EN MILES DE USD (Citar volumen de exportación de 3 países proveedores)	Colombia: 15.558 China: 6.049 Bangladesh: 2.859 --8155.33 miles Dólar Americano	3	Colombia: 2.811 Perú: 1.372 China: 324 --986,696.33 miles Dólar Americano	5	Bangladesh: 1.476.231 Turquía: 397.742 Camboya: 336.619 --736,864 miles Dólar Americano	1
7. PARTICIPACIÓN % DE LAS EXPORTACIONES DEL PERÚ.	10.00%	3	13.00%	5	2.00%	1
8. ARANCEL PARA EL PERÚ (%)	0%	5	0%	5	0%	5
9. IVA (IGV) %	12%	1	13%	2	21%-10%-4%	3
10. ¿EL PERÚ TIENE ACUERDOS COMERCIALES CON LOS 3 PAÍSES SELECCIONADOS?	SI	5	SI	5	SI	5
11. DISPONIBILIDAD DEL TRANSPORTE (malo, regular, bueno, excelente)	Excelente	3	Excelente	3	Excelente	3
12. RATING MOODY'S Calificación de deuda [+]03/04/2020 Perú es	Caa3	1	B1	2	Baa1	5
PUNTAJE TOTAL		33		44		36

Fuente: fuente: trade map / banco mundial/ciat centro interamericano de administraciones tributarias/comunidad financiera online habla hispana a nivel mundial año 2018 / datos macro expansión

Elaborado por: equipo de trabajo

En el cuadro de matriz de selección de mercado se puede apreciar que cuentan con 12 indicadores de evaluación los cuales sirven de instrumento de comparación entre los tres países que más importan del Perú la partida 620462 cuya calificación fluctuó entre 1 al 5 donde 1 es muy malo y 5 es muy bueno. Se observa que España es el país elegido para iniciar las operaciones de exportación de pantalones jeans eco-amigables, como se pudo analizar en cuadros anteriores España es un país atractivo para iniciar actividades ya que si bien es cierto no es una potencia tan marcada como Estados Unidos, pero tiene un mercado potencial y además se encuentra en pleno auge de la moda eco-amigable lo que se busca en el presente plan de negocios.

Tabla N° 17
EMPRESAS IMPOTADORAS EN ESPAÑA DE PANTALONES JEANS

EMPRESA IMPORTADORA	N° DE EMPLEADOS	PAÍS	CIUDAD
ARCHYMODAS	10-09	España	Alcorcón
BENATEXX	0-09	España	Málaga
BONI CHANNEL	10-19	España	Madrid
IMEXFA	20-49	España	Madrid
INDUSTRIAL STANDER ESPAÑA	10-19	España	Puçol
JUAN MANUEL BLANCO	10-19	España	Pozoblanco
JULIANEA	10-19	España	Corral de Almaguer
LUPAFER	0-09	España	Aldeanueva de la Vera
MARLA ESPAÑOLA	0-09	España	Murcia
MODAS NURIA	10-19	España	Marchena
MODAS PRIMOR	20-49	España	Leganés
NAUTILUS	10-19	España	Zarautz
NEHA COLECCIONES	10-19	España	Madrid
NICOTINA	0-09	España	Madrid
ROBERTO VERINO	10-19	España	San Cibrao de Viñas
ROJO CORTEZ	20-49	España	Oviedo
SONIA PEÑA	10-19	España	Málaga
TEMPE	1000-4999	España	Artexo
TRUSA STUDIO	0-9	España	Barcelona
ZONA X	0-9	España	Humanes de Madrid

FUENTE: TRADE MAPS

ELABORADO POR: EQUIPO DE TRABAJO

El gráfico muestra las principales empresas importadoras en España, como se sabe, España es el país elegido para la exportación del producto de pantalones Jeans con tela eco-denim. Esta lista de empresas importadoras servirá para que más adelante se puede elegir al proveedor con el que se trabajará, debido a que del proveedor dependerá el éxito de las ventas de los pantalones, Al ser un producto no muy comercial, se debe tener en cuenta que

el distribuidor debe ser conocido y con gran experiencia en el mercado para poder llegar de una manera más rápida al consumidor final. Otro factor importante a la hora de elegir al distribuidor será, el lugar de ubicación, de preferencia deberá estar ubicada en una zona céntrica y de fácil acceso para los consumidores finales.

1.3.2 Planificación de mercado

- **País seleccionado: ESPAÑA**

España o Reino de España, es un país de la península ibérica de Europa, está compuesto por 17 comunidades autónomas. Su territorio se encuentra abarcando parte de dos continentes Europa y África, por ello está fuertemente influenciado por dos culturas. Su capital es Madrid y es miembro de la Unión Europea.

La forma de gobierno es la monarquía parlamentaria el jefe de Estado es el rey Felipe VI (Felipe de Borbón y Grecia desde el 2014) y el Presidente es Pedro Sánchez (desde el 2018).

Imagen N° 18
MAPA POLITICO DE ESPAÑA



Fuente: Imagen Extraída De Internet
Elaborado Por: Equipo De Trabajo

Tabla N° 18 CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DE ESPAÑA

CAPITAL	Madrid
POBLACIÓN	46.934.632
SUPERFICIE	505.935 km ²
MONEDA	Euros
RELIGIÓN	Mayoritariamente cristianismo
PERTENECE A	CoE, Zona Euro, EEE, FMI, OTAN, OCDE, ONU, OSCE, UE

Fuente: Investigación Propia

Elaborado Por: Equipo De Trabajo

• **TAMAÑO DEL MERCADO (CÁLCULO DE LA DEMANDA)**

Como se explicó en puntos anteriores el mercado seleccionado para exportar los pantalones jeans eco-denim será el país de España, también denominado Reino de España, es un país de la península ibérica de Europa, el cual este compuesto por 17 comunidades autónomas a su vez formadas por 50 provincias; y dos ciudades autónomas.

Se encuentra ubicado en dos continentes en Europa y África entre dos áreas de influencia de influencia; la del Mediterráneo y la del Atlántico; su capital es Madrid y es miembro de la unión europea.

La forma de gobierno es la monarquía parlamentaria y el jefe de Estado es el rey Felipe VI (Felipe de Borbón y Grecia desde el 2014) y el presidente es Pedro Sanchez desde el 2018.

**Tabla N° 19
POBLACIÓN DE ESPAÑA 2019**

TIPO DE DATO DEL INE	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
CIFRAS DE POBLACIÓN	23.007.862	23.926.770	46.934.632
PADRON CONTINUO	23.033.803	23.973.564	47.007.367

Fuente: Ine / Investigación Propia

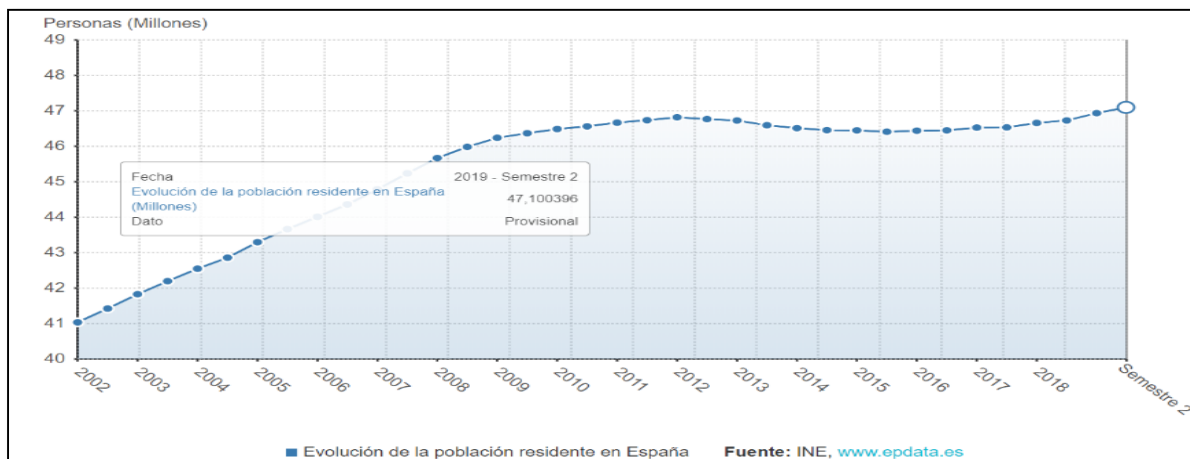
Elaborado Por: Equipo De Trabajo

Como se puede observar en los gráficos anteriores el país de España cuenta con una población total (Hombres y mujeres) de 46.934.632, según las cifras de población y el padrón continuo las cuales son metodologías de medición totalmente distintas por eso se ve una ligera variación entre ambos.

Para el presente plan de negocios se trabajarán con las cifras de población ya que se consideran las más acertadas para la medición de cualquier investigación; según los

datos mostrados la cantidad de hombres es de 23.007.862 mientras que las de mujeres es de 23.926.770. toda la información se encuentra actualizada hasta el año 2019.

Gráfico N° 10
EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN DE ESPAÑA PARA EL AÑO 2002-2019



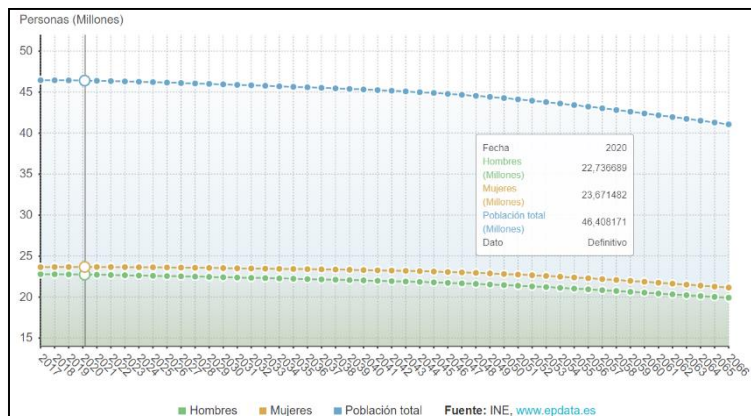
Fuente: Epdata.es

Elaborado Por: Equipo De Trabajo

En el cuadro mostrado se puede apreciar cómo ha sido la evolución de la población de España para el año 2002 al 2019, cabe recalcar que se hablará de la población en general (hombres y mujeres), esta información se extrajo de la plataforma de base de datos Epdata¹¹, actualizada hasta diciembre del 2019.

¹¹ Véase: <https://www.epdata.es/evolucion-prevista-poblacion/099dee74-ac7d-4d3c-a4fa-fbdab676ed1d/espana/106>

Gráfico N° 11
EVOLUCIÓN PREVISTA DE LA POBLACIÓN DE ESPAÑA SEGÚN SEXO AL 2066



Fuente: Epdata.es

Elaborado Por: Equipo De Trabajo

El gráfico mostrado se puede observar una proyección hasta el año 2066 de la población de España dividida en tanto hombres como mujeres, la fecha de actualización de esta información es hasta inicios del 2020, lo que significa que es una información recientemente actualizada. En conclusión, se puede decir que la población de mujeres para el año 2066 será mayor a la de hombres, lo cual resulta muy conveniente para el presente plan de negocios. Ya que los pantalones jeans eco-denim irán dirigidos principalmente a mujeres.

- **PRONÓSTICO DE VENTAS Y PARTICIPACIÓN DE MERCADO**

Dentro de la investigación de mercado y análisis de la demanda+, Healthy Jeans ingresará al mercado español con una participación de mercado del 1.6%

- **PERFIL DE CLIENTE / CONSUMIDOR**

En esta parte de la investigación la empresa Healthy Jeans se dedicó a estudiar el gasto en prendas de vestir realizado de las comunidades autónomas, cuyo fin es identificar cuál de estas comunidades autónomas sería el mejor nicho de mercado para el producto a exportar.

España, como se mencionó anteriormente, es un país en pleno auge de la moda sostenible, eso quiere decir que está dispuesto a adquirir mercadería de este rubro, por lo tanto, es una oportunidad de negocio y de poder exportar los pantalones jeans con tela eco-denim y que además tengan una gran aceptación. Para poder exportar los pantalones jeans será necesario hacerlo a través de distribuidores quienes se encarguen de llevar el producto a los consumidores finales (quienes se usarán finalmente los pantalones jeans). El perfil de cliente tiene como finalidad aumentar la estrategia de marketing, en este caso los clientes serán los distribuidores, es decir las empresas importadoras españolas quienes estén interesadas en ofrecer el producto innovador y eco-amigable. Es necesario conocer las características que describan al cliente meta para poder ofrecer un producto que cubra con todas las necesidades requeridas.

Además de conocer y entender al cliente, se les ofrecerá un producto que en realidad necesiten, así como también desarrollar estrategias de ventas para lograr los objetivos de la empresa. Y por último tener claro el perfil del cliente le permitirá a la empresa tener en claro quiénes son sus principales competidores debido a que se darán cuenta que otras empresas también ofrecen lo mismo. Para poder tener éxito en la exportación de pantalones es necesario segmentar a los clientes y poder cubrir la demanda de aquellas personas que realmente deseen y puedan adquirir el producto. Los pantalones Jeans irán dirigidos principalmente a mujeres del sector medio alto entre las edades de 20 a 40 años, quienes además cuenten con el poder adquisitivo para poder obtener los pantalones jeans eco-amigables. En el capítulo 5 del presente plan de negocio se detallará con cantidades y cálculos explicando cual es la demanda.

Gráfico N° 12
PREVISIÓN DEL GASTO EN PRENDAS DE VESTIR EN ESPAÑA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

PREVISIÓN DEL GASTO EN PRENDAS DE VESTIR EN ESPAÑA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS				
Millones de euros				
	2017	2018	2019	2020
ESPAÑA	21.499	22.104	22.617	23.003
Andalucía	3.578	3.679	3.764	3.828
Aragón	606	623	637	648
Asturias	522	536	549	558
Baleares	513	528	540	549
Canarias	743	763	781	794
Cantabria	289	297	304	309
Castilla y León	1.036	1.065	1.090	1.109
Castilla - La Mancha	823	846	866	880
Cataluña	3.818	3.926	4.017	4.086
Comunidad valenciana	2.096	2.155	2.205	2.243
Extremadura	462	475	486	495
Galicia	1.376	1.414	1.447	1.472
Madrid	3.094	3.181	3.254	3.310
Murcia	654	673	688	700
Navarra	361	372	380	387
País Vasco	1.292	1.328	1.359	1.382
Rioja, La	143	147	150	153
Ceuta	44	46	47	47
Melilla	49	51	52	53

Fuente: EAE Business School

Fuente: EAE Business School

Elaborado por equipo de trabajo

En la gráfica se muestra el gasto en prendas de vestir realizado por cada comunidad autónoma de España. En este gráfico se puede observar que desde el 2017 al 2020 hay tres comunidades autónomas Madrid, Cataluña y Andalucía que tienen mayor consumo, por ello se eligieron estas tres comunidades para contrastarlas entre sí.

- **MATRIZ DE SELECCIÓN DE MERCADO EN ESPAÑA**

En este punto del plan de negocios ya se sabe que el país elegido para enviar los pantalones jeans eco amigables será España, pero la pregunta es ¿A qué parte de España se exportará?, a continuación, se mostrará una matriz de selección con la cual a través de algunos criterios se decidió que los pantalones jeans llegarían a Madrid, España.

Tabla N° 20
MATRIZ DE SELECCIÓN DE MERCADO EN ESPAÑA (VALORACIÓN DEL 1 AL 5)

Cuentas Nacionales - Gobierno - 2018	Madrid	Valor	Cataluña	Valor	Andalucía	Valor
PIB anual	271.651M.\$	2	273.138M.\$	3	189.918M.\$	1
Deuda (%PIB)	14.60%	3	34.20%	1	22.10%	2
Déficit (%PIB)	-0.24%	2	-0.44%	2	-0.51%	2
Mercado Laboral III Trim 2019	Madrid		Cataluña		Andalucía	
Tasa de desempleo	10.30%	2	10.90%	3	21.80%	1
Parados	354 m.	2	422 m.	3	866 m.	1
Comercio	Madrid		Cataluña		Andalucía	
Importaciones % PIB - 2017	27.67%	2	37.65%	3	18.72%	1
Balanza comercial % PIB - 2015	-14.22%	1	-5.94%	2	-1.07%	3
Socio-Demografía	Madrid		Cataluña		Andalucía	
Densidad 2018	827	4	236	2	96	1
Tasa Natalidad 2018	8,70‰	4	8,24‰	3	8,33‰	2
Tasa mortalidad 2018	7,04‰	4	8,83‰	2	8,61‰	3
Índice de Fecund 2018	1.27	1	1.3	2	1.3	2
Tasa bruta de nupcialidad 2018	3,66‰	4	3,41‰	2	3,47‰	3
% Riesgo Pobreza 2018	16.10%	2	13.60%	3	32.00%	1
Población 2018	6,640,705	1	7,565,099	2	8,426,405	3
Esperanza de vida 2015	84.02	4	83.15	2	81.39	2
Conciencia medioambiental (KPMG)	25%	4	25%	3	25%	3
Puntaje Total		42		38		31

Fuente: Datos Macro, Ine.

Elaborado por: equipo de trabajo

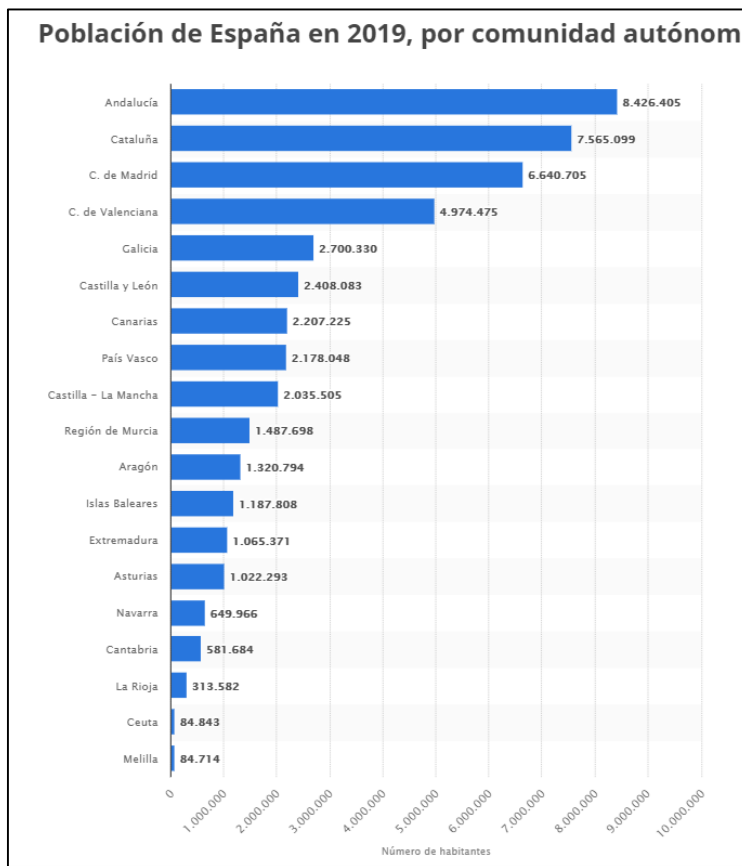
En la Tabla N° 20 se observa la Matriz de selección de mercado de España, la cual muestra los indicadores macroeconómicos más importantes. La comparación fue realizada entre las ciudades españolas con mayor índice de consumo de prendas de vestir: Madrid, Cataluña y Andalucía.

El primer indicador contemplado es el PBI el cual muestra ser mayor en la ciudad de Cataluña 273.138M.\$ con un puntaje de 3 siendo mayor al resto de ciudades, el siguiente indicador es la Deuda país % que da como ganadora a la ciudad de Madrid 14.60% con un puntaje otorgado de 3, se destaca también la Tasa de desempleo donde la ciudad con menor tasa es Cataluña 10.90% con puntaje 3 superando a las otras dos ciudades, la Tasa de natalidad arrojó que Madrid es la ciudad con mayor índice de nacimientos que Cataluña y Andalucía con 8,70‰ por lo que obtuvo un puntaje de 4, la Tasa de mortalidad más baja también la tiene Madrid por 7,04‰ ello contó con el puntaje 4 y finalmente hay un indicador importante para la realización del presente trabajo de investigación que fue La conciencia medioambiental donde a las tres ciudades se les colocó el mismo porcentaje pero que Madrid tuvo el mayor puntaje porque es considerada una de las ciudades más ecológicas de España según el estudio “25 Ciudades Españolas Sostenibles” verificada por KPMG (es una de las cuatro firmas más importantes del mundo de servicios profesionales).

Finalmente se tiene como resultado que la comunidad autónoma de Madrid obtuvo un puntaje total de 42 lo cual la define la ciudad de destino de las primeras exportaciones de Healthy Jeans.

• **POBLACIÓN DE ESPAÑA**

Gráfico N° 13
POBLACIÓN DE ESPAÑA EN 2019, POR COMUNIDAD AUTÓNOMA



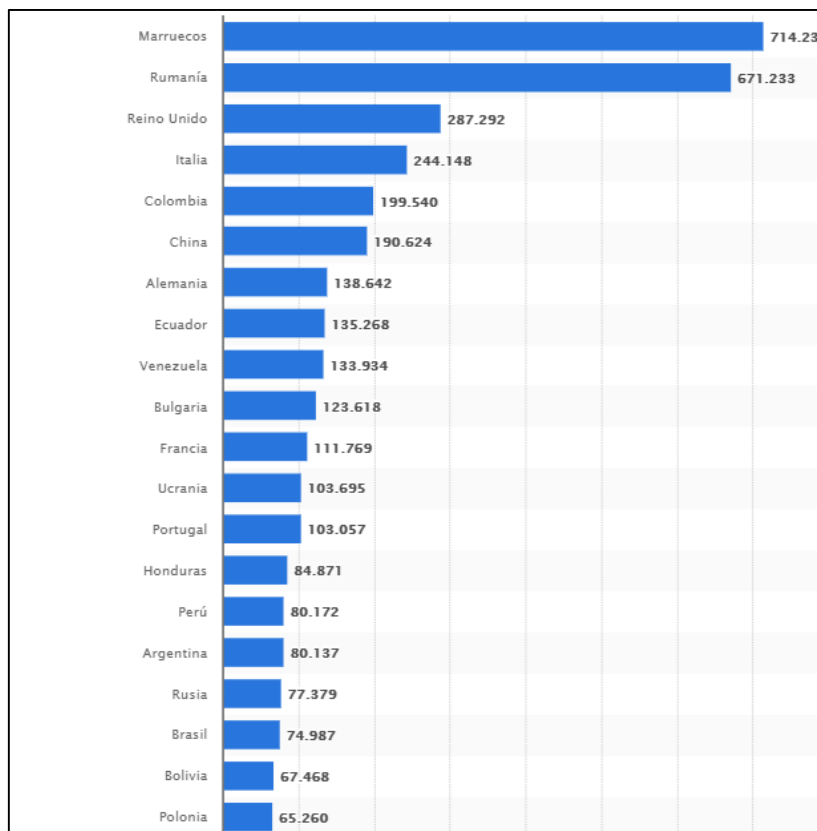
Fuente: siicex

Elaborado por: equipo de trabajo

En el gráfico mostrado se pueden apreciar que Andalucía es la comunidad autónoma con mayores habitantes, cuenta con 8,426.405 seguidos de Cataluña con 7,565.099, y en tercer lugar se encuentra Madrid, destino final de los pantalones jeans eco-amigables, con un total de 6,640.705.

Se puede apreciar también que Melilla es la comunidad española con menor cantidad de habitantes con tan solo 84.714. podríamos decir entonces que es la más pequeña de España.

Gráfico N° 14
POBLACIÓN EXTRANJERA DE ESPAÑA EN 2019, POR COMUNIDAD AUTÓNOMA



Fuente: siicex

Elaborado por: equipo de trabajo

En el gráfico mostrado se pueden apreciar que existen una gran cantidad de personas de nacionalidad marroquí en España, para ser exactos cuenta con 714.239 habitantes en el país Europeo, en segundo lugar se encuentra Rumania con una presencia de 671.233 habitantes en España, por su parte en quinto lugar se encuentra Colombia quienes representan a los latinoamericanos; tiene una presencia importante de 199.540 habitantes en el país del viejo continente, eso resulta positivo ya que si bien es cierto Perú no cuenta con una gran cantidad de presencia en dicho país (80.137 habitantes), el solo hecho que exista presencia latinoamericana en España significa que hay más facilidades de compra de los pantalones jeans.

Tabla N° 21
POBLACIÓN HISTÓRICA DE MUJERES EN MADRID

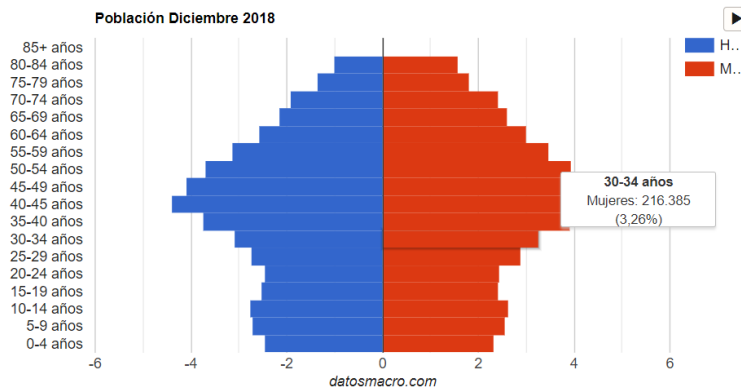
Fecha	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Mujeres	3306.467	3328.114	3328.023	3312.721	3318.521	3339.528	3367.894	3407.498	3456.913

Fuente: Datosmacro.com

Elaborado por: Equipo de trabajo

El gráfico presentado muestra la evolución de la población de mujeres en Madrid, destino final de los pantalones jeans, gracias a esta información se puede apreciar que en los últimos 8 años hubo una tendencia de crecimiento de mujeres, por ejemplo, en el 2010 hubieron 3306.467 mujeres en Madrid, sin embargo, en el año 2018 existen 3456.913. De seguir la tendencia de crecimiento en los próximos años, la demanda ya segmentada sería satisfecha ya que como se explicó anteriormente los pantalones jeans van dirigidos a mujeres.

Gráfico N° 15
RANGO DE EDAD DE MUJERES EN MADRID



Fuente: Datosmacro.Com

Elaborado Por: Equipo de Trabajo

El gráfico muestra cuántas mujeres por rango de edad existen en Madrid, gracias a esta información podemos deducir que en su mayoría hay mujeres de 40 a 45 años, esto resulta conveniente para la venta de pantalones jeans debido a que como se explicó anteriormente los pantalones van dirigidos a mujeres dentro de 20 a 40 años.

• **CÁLCULO DE LA DEMANDA INSATISFECHA**

Para el cálculo de la demanda la empresa Healthy Jeans toma en cuenta los principales mercados de exportación de pantalones de Perú y para ello la empresa elaboró un cuadro comparativo donde colocó estos principales destinos con el fin de determinar los principales mercados, así como también enfocarse en el país de destino.

Tabla N° 22
LISTADO DE IMPORTACIONES DE LA PARTIDA ARANCELARIA 62.04.62 EN EL MUNDO

2019				
País	Unidades	FOB \$	CIF \$	%
Estados Unidos	65	1,785,433	1,796,146	54.66%
Bolivia	16	427,335	429,899	13.08%
Ecuador	12	317,331	319,235	9.71%
Chile	5	124,341	125,087	3.81%
México	3	90,705	91,250	2.78%
Cuba	3	85,743	86,257	2.62%
Costa Rica	3	82,710	83,206	2.53%
Francia	3	73,336	73,776	2.25%
España	2	52,383	52,697	1.60%
Otros Países	8	227,177	228,540	6.95%
TOTAL	118	3,266,494	3,286,093	100%

Fuente: Siicex

Elaborado Por: Equipo De Trabajo

El gráfico muestra un listado de los principales mercados de Perú de la partida arancelaria de pantalones Jeans, en donde Estados Unidos se encuentra en primer lugar siendo el país que más importaciones de pantalones jeans, y a pesar de que España se encuentra en último lugar con tan solo 1.60% de la participación de mercado para nuestro país, igual está considerado como uno de los países con más importaciones de pantalones jeans. Lo que resulta muy favorable para el presente plan de negocios.

La empresa Healthy Jeans inicia su análisis para determinar el mercado meta, de la cantidad total de habitantes de España, los cuales son un total de 47 millones de personas para el año 2019, así mismo, dentro de la matriz de selección de mercado descrito en páginas anteriores, se tomó como referencia el departamento de Madrid, por el nivel socio económico de esta ciudad como un principal factor para el desarrollo

del proyecto de negocio, por ello en el siguiente gráfico se describe los principales factores que la empresa Healthy Jeans tuvo en cuenta para hallar la demanda.

Tabla N° 23
CANTIDAD DE HABITANTES DE ESPAÑA Y COMUNIDAD DE MADRID

	Habitantes 2019
España	47,000,000
Comunidad de Madrid	3,476,194
Segmentación	%
Alto	25%
Medio	55%
Bajo	20%

Fuente: Datosmacro/Nielsen/Yougov

Elaborado Por: Equipo De Trabajo

Como se explicó en el estudio de perfil de cliente, los pantalones jeans van dirigidos al nivel socio económico medio de mujeres residentes en la comunidad de Madrid que estén dentro de un rango de edad entre 20 a 40 años. Entonces gracias a esta información se puede dar a notar que, de los 47 millones de habitantes, 3,476,194 son mujeres que viven en la comunidad de Madrid. De los 3,476,194 el 25% pertenecen al nivel alto, el 55% pertenecen al nivel medio y por último el 20% pertenece al nivel bajo. En conclusión, la empresa tendrá un 55% de mujeres con nivel socio económico medio para ofrecer los pantalones jeans ecoamigables.

De lo antes indicado, en el siguiente cuadro se describe el mercado potencial para la empresa Healthy Jeans.

Tabla N° 24
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

MERCADO TOTAL	Habitantes 2019
Mujeres de Comunidad de Madrid	3,476,194
NSE - Medio y Alto 55%	1,911,907

Fuente: Nielsen / Yougov

Elaborado Por: Equipo De Trabajo

Tabla N° 25 MERCADO POTENCIAL

Detalle	%	Habitantes
NSE - Medio y Alto	55%	1,911,907
Edad 20 - 40 años	32.71%	625,398

Fuente: Datosmacro - Ine España

Fórmula: $MP = \text{Habitantes} \times 55\% \times 32.71\%$

Tabla N° 26 MERCADO DISPONIBLE

Detalle	Cuota país	Habitantes
% de participación del país	1.60%	10,029

Fórmula : $MD = \text{Mercado potencial} \times \text{Cuota Pais (\% Exportaciones a España)}$

Tabla N° 27 MERCADO EFECTIVO

Detalle	Cuota empresa	ME
% Porcentaje de consumidores de textiles ecológico	25.00%	2,507

Fuente: Organización de Consumidores y Usuarios OCU¹²

Tabla N° 28 MERCADO OBJETIVO

Habitantes	M. Objetivo
Habitantes mujeres	2,507

En la tabla N° 28 se muestra el mercado que se quiere cubrir con la empresa Healthy Jeans de acuerdo a la capacidad de producción.

Tabla N° 29 Consumo del producto en unidades

M Objetivo	C. per-capita *	Total
2,507	4.0	10,029

* Unidades compradas por persona por año.

La empresa Healthy Jeans tuvo en cuenta que del total de mujeres de la comunidad de Madrid, el 55% pertenece al nivel socio económico medio, teniendo un total de 1,911,907 mujeres de este último se tendrá que extraer el 32.71% ya que representa la edad entre 20 y 40 años, que es la edad para la cual está dirigido el producto de la empresa, producto de esa extracción resulta un total 625,398 mujeres de la

¹² Ver: <https://www.ocu.org/consumo-familia/consumo-colaborativo/informe/moda-sostenible#>

comunidad de Madrid, las cuales representan el mercado potencial para la empresa Healthy Jeans, ya que cumplen con dos principales factores, el nivel socio económico y la edad.

Por otro lado, el total del mercado potencial para la empresa Healthy Jeans es aún mayor por la cantidad de demandantes, es por ello que la empresa se enfoca en un mercado disponible que está representado por la participación del país en las importaciones de España, que representan un 1.60%, este último multiplicado por el mercado potencial da un total de 10,029 mujeres, que representan el mercado disponible para la empresa Healthy Jeans.

Para el mercado efectivo, la empresa Healthy Jeans tiene en cuenta la cantidad de personas que consumen o adquieren textiles ecoamigables dentro del país de destino, siendo un total del 25%, esto agregado al mercado potencial, representa un total de 2,507 mujeres que conforman el mercado efectivo, así mismo este dato sumado a la capacidad de producción de la empresa, hará que se enfoque en atender al total del mercado efectivo. Así mismo un punto importante para la empresa es la cantidad de compras por año de pantalones Jeans en la comunidad de Madrid, la cual es de 4 compras por año, y multiplicado por el mercado efectivo hallado, da como resultado el mercado objetivo de un total de 10,029 pantalones Jeans por un año.

Por otro lado, para hallar una demanda proyectada para los próximos 5 años, la empresa Healthy Jeans elaboró un cuadro en el cual se detalla año a año el PBI per cápita proyectado de España para los años próximos.

Fórmula: MO = CAPACIDAD PRODUCCIÓN

					Promedio
Ritmo de crecimiento de PBI ESPAÑA	4.75%	4.20%	4.31%	4.05%	4.33%

Fuente: Es.statista.com¹³

¹³ Véase: <https://es.statista.com/estadisticas/501016/prevision-producto-interior-bruto-pib-en-espana>

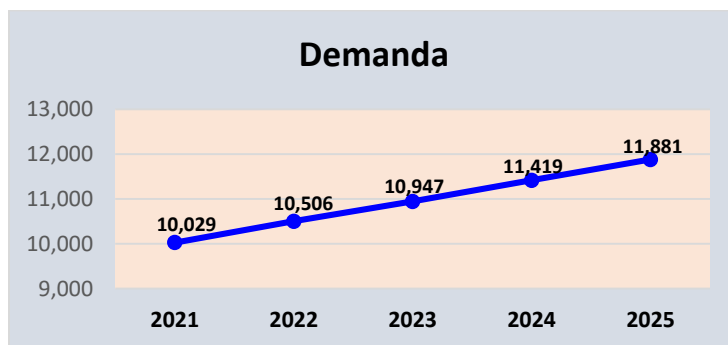
Del cuadro antes descrito la empresa Healthy Jeans obtuvo el promedio de crecimiento de PBI, siendo un total de 4.33% aproximadamente, de este último dato, se presenta una demanda proyectada para la empresa Healthy Jeans, relacionando el mercado objetivo con el ritmo de crecimiento del PBI del país de destino, por ello en el siguiente gráfico se detalla la demanda proyectada para la empresa Healthy Jeans en los próximos 5 años.

Tabla N° 30 PROYECCIÓN DEMANDA

AÑOS	2021	2022	2023	2024	2025
Unidades pantalones	10,029	10,506	10,947	11,419	11,881

Participación de mercado 1.6%

Fórmula : PA= (Cantidad de pantalones a producir/118)/1000



En conclusión la demanda para la empresa Healthy Jeans para el primer año de actividades resulta en total 10029 pantalones, así mismo en el gráfico anterior se muestra la demanda completa para los próximos 5 años, la cual está determinada por el ritmo de crecimiento del PBI en el país de destino.

CAPITULO II – PLAN DE MERCADOTECNIA

2.1 Objetivos de la mercadotecnia

El presente capítulo tiene como finalidad dar a conocer las estrategias que se emplearán para conseguir ser un producto conocido y competitivo en el mercado al cual va dirigido, en este caso, Madrid, España. De la misma manera se planteará la presentación, el empaque y todo el proceso que esto conlleva; debido a que el producto va dirigido a otro país, existen ciertos requisitos que se deben cumplir.

El objetivo general de la mercadotecnia es identificar la mejor estrategia de mercadotecnia y penetración de mercado usando e-commerce y contactar a influencers que cuenten con estilos de vida ecoamigables y que apoyen la sostenibilidad.

Otro de los objetivos será llevar la MARCA PERÚ al mercado europeo y hacer conocido el producto como una marca de pantalones jeans ecológicos elaborada por peruanos emprendedores cuya finalidad es cuidar al medio ambiente y crear una conciencia ambientalista.

De la misma manera se plantearán todas las estrategias de todo lo que la empresa quiere lograr con los pantalones jeans de tela eco-denim; al finalizar el capítulo se tendrá un resultado una estructura de seguimiento adecuada al plan de negocios; esta estructuración tendrá un presupuesto de implementación el cual será explicado y detallado más adelante.

2.2 Estrategia de posicionamiento

El posicionamiento de marca es un conjunto de percepciones que los compradores tienen de una marca, es el lugar la imagen que ocupa en su mente. Por ello se debe conocer muy bien al público objetivo y saber cómo el producto lo beneficiará tanto en el plano emocional como físico.

Existen 4 tipos de estrategia la primera es por rasgos del producto, la segunda es por ventaja competitiva, la tercera es por diferenciación y la cuarta por identificación del branding. Para el presente plan de negocios la estrategia de posicionamiento a trabajar será la de diferenciación.

Imagen N° 19
CLAVES PARA UNA ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO DE MARCA



Fuente: Blog.Soniadurolimia.Com/Posicionamiento-De-Marca/

Healthy Jeans se diferenciará de la competencia, sobre todo en un mercado tan competitivo como España, con los pantalones de tela eco-denim que son libres de anilina, es decir son pantalones elaborados bajo una conciencia ambiental la cual se transmitirá a los consumidores finales a través de los distribuidores de Healthy Jeans. De esa manera no solo se venderá moda sino ayudará a generar una conciencia ambiental que perdurará en la mente y futuras generaciones de consumidores finales.

2.3 Mezcla de mercadotecnia

2.3.1 Estrategia de producto

- **FUNCIONABILIDAD Y CARACTERÍSTICA TÉCNICAS**

Los pantalones jeans de Healthy Jeans cuentan con tela ecodenim y pueden ser usados en toda ocasión ofrece flexibilidad, fresca y sobre todo es un modelo que combina con cualquier prenda de vestir, esta característica del jean hace que sea tan usado a nivel mundial, pero lo que desmarca a Healthy Jeans de su competencia es la composición de su tela, ya que, en su proceso productivo, no se incluye la anilina un componente tóxico insoluble en el agua y gran contaminante.

La empresa Healthy Jeans ofrece estos pantalones después de haber realizado un desarrollo de producto donde se planteó la pregunta cómo puede brindar un valor agregado a los ya muy conocidos pantalones jeans vaqueros sin generar gran impacto en el medio ambiente, el resultado pantalones jeans ecodenim.

A continuación, se presentará la ficha técnica del producto, en donde se puede apreciar todas las características técnicas de la prenda: Modelo, color, tallas, avíos, tipo de tela, gramaje y composición de la tela.

Tabla N° 31
FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO

Nombre de la empresa: HEALTHY JEANS S.A.C
Dirección: Jr. Los Mogaburos 144 - Jesus María
Ciudad: Lima
Teléfono: 313-1312
Sitio Web: www.HealthyJeans.com.pe

NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO	PANTALONES JEANS CON TELA ECOAMIGABLE	
FOTOGRAFÍA	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	
	<p>Pantalón Jean con tela eco denim sin anilina, con un botón, un cierre color celeste claro y 2 bolsillos delanteros</p> 	
	Materia Prima	Eco denim sin anilina stretch
	Insumos	Botones, cierre, hilo y etiqueta
	Color	Celeste Claro
	Talla	34-36-38
	Peso	386 Gramos, aprox.
Uso y aplicación	Prenda de vestir para dama	

CANTIDAD DE PRODUCCIÓN ANUAL	9600 unidades
DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA	Madrid, España
PROCEDENCIA	Perú
PRINCIPAL MERCADO	España
POSICIÓN ARANCELARIA	6204620000
OTRAS CARACTERÍSTICAS	Disponible más de 9600 prendas
COMPOSICIÓN	Tipo de tejido: Eco denim 98 % Algodón y 2 % elastano

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: equipo de trabajo

- **NOMBRE MARCA: HEALTHY JEANS**

Para lanzar al mercado los pantalones jeans ecológicos y tener éxito en el mercado español, es necesario tener un nombre que identifique los valores de la empresa y lo que se desea transmitir, en este caso se desea generar una conciencia ambiental y que los consumidores compren por conciencia y no necesariamente por moda. El nombre elegido fue “Healthy Jeans”, que en español significa “Jeans Saludables”; el nombre está escrito en inglés ya que al ser una empresa peruana que busca la internacionalización y tiene como objetivo llegar a diversos países no necesariamente en Europa, por lo tanto, es necesario llegar con un idioma universal que sea entendible por todos no solo por el habla hispanos. Healthy Jeans o Jeans saludables busca meterse a la mente de los consumidores como una marca que genera cultura ambiental.

LOGOTIPO DE HEALTHY JEANS

Para crear el logo de la empresa, se buscó algo saludable y natural al mismo tiempo para lograr que el cliente se dé cuenta de que el producto que adquirirá será una buena opción de compra.

La primera opción muestra un pantalón de color verde mostrando el compromiso que tiene la empresa con la naturaleza, y todo dentro de un círculo de color verde también que representa el planeta tierra.

Imagen N° 20
PRIMER DISEÑO DEL LOGO DE HEALTHY JEANS



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Equipo de trabajo

La segunda opción muestra un borde de plantas recordando la naturaleza y por qué debemos cuidar el medio ambiente con el nombre de la empresa

Imagen N° 21
SEGUNDO DISEÑO DEL LOGO DE HEALTHY JEANS



Fuente: investigación propia

Elaborado por: equipo de trabajo

La tercera opción muestra unas hojas de color verde reafirmando el compromiso con el cuidado del medio ambiente, y a su vez el slogan que dice moda sostenible buscando así lograr captar el interés de los futuros compradores.

Imagen N° 22 TERCER DISEÑO DEL LOGO DE HEALTHY JEANS

Fuente: investigación propia

Elaborado por: equipo de trabajo

- **SERVICIOS LIGADOS AL PRODUCTO (POSTVENTA Y GARANTIAS)**

En esta etapa del proyecto se trata de llegar a la mente de los consumidores finales a través de distribuidores, buscando quedar como una empresa ecológica bien vista por la moda y al mismo tiempo aportando al medio ambiente, de tal manera que sea un gusto adquirir la marca de pantalones ECO DENIM. Todo esto se logrará con ayuda de los distribuidores es decir gracias a ellos la marca ECO DENIM estará en la mente del consumidor final.

Se tiene planeado que, a través del distribuidor, se harán envíos de bolsas con la marca y el logo de la empresa para que cuando el consumidor final lo vea se acuerde de ECO DENIM y a la vez recuerde por qué decidió comprar.

Se garantiza que el producto tiene distintas certificaciones internacionales como la de COTTON LEADS entre otras, las cuales respaldan la calidad de pantalones jeans, quiere decir que las telas son de calidad y garantiza durabilidad además de buen estilo.

Además, se contará con un soporte constante para poder solucionar dudas consultas o reclamos, ya sea por parte del consumidor final o de los distribuidores, a través de la atención mediante Facebook e Instagram, esta función estará a cargo de la gerente comercial Jenny Suarez, ya que parte de sus funciones será solucionar y gestionar de manera exitosa las plataformas online tanto con el cliente interno (Distribuidores) como externo (cliente final) interactuando constantemente, con los últimos, mediante las redes sociales.

2.3.2 Estrategia de precio

- **POLÍTICA DE PRECIO Y MERCADO OBJETIVO**

Dentro de las políticas de precios, de acuerdo a la capacidad de producción y en base a la demanda, se atenderá un mercado objetivo de **2,507** mujeres madrileñas, las cuales están dentro del rango de edad de 20 a 40 años de edad y pertenecen a la clase media que vendría a ser un 55% de la población, a estos se le agrega que el 36% del mercado está dispuesto a probar nuevas marcas y a su vez el **25%** tiene una cultura ética-ecológica, la participación de mercado de acuerdo a la capacidad de producción da como resultado un **1.6 %** del total de mujeres ya mencionadas que sumado a esto el consumo promedio de pantalones Jeans al año da un promedio de 4 a 5 prendas, el cual como resultado total de demanda es de 10,029 pantalones Jeans al año.

Dicho esto, se exportará 4 veces al año cada 3 meses un total de 10,029 y es en base a esta cantidad de unidades los cuales se sacará los costos de producción, cabe mencionar que se confeccionará 1 solo modelo, de acuerdo a lo acordado con el distribuidor.

La elaboración de los pantalones jeans estará a cargo de una empresa maquiladora Keoma Jeans quienes fabricarán los pantalones de acuerdo con lo solicitado, para poder tener una idea clara de los costos que implica la elaboración de cada pantalón se mostrarán unos gráficos detallando el proceso de este.

- **POLITICA DE REDUCCIÓN COMERCIAL**

Llegado a este punto las condiciones de descuento para los compradores en España dependerá también de la cantidad del pedido que soliciten, ya que a mayor cantidad de producción los costos a su vez bajaran aún más, dicho esto y recordando lo ya investigado en los puntos anteriores de este plan de negocio, se concluyó que el rango de precio de los pantalones Jeans en España-Madrid está entre 49 euros o 195.02 soles aproximadamente a 119 euros o 467.67 soles, con esta información se puede verificar claramente que el punto más fuerte vendrá a ser la calidad a un precio que estará dentro del rango ya mencionado.

- **CONDICIONES DE PAGO Y DE CRÉDITOS**

Las condiciones de pago y crédito estarán determinadas por cartas de crédito, ya que en este punto de la exportación tanto para Healthy Jeans como para el o los importadores no existe una confianza de por medio, por ello será la intervención de una entidad financiera entre Healthy Jeans como también por parte del importador de Madrid, posterior a ello y como se mantenga una constante exportación, se irá verificando que tan buenos compradores son y se pueden ir ajustando o manejando otras maneras distintas de pago, las cuales benefician a ambas partes.

2.3.3 Estrategia de plaza

- **CANALES DE DISTRIBUCIÓN**

Los pantalones jeans serán exportados a la ciudad Madrid, España, el canal de distribución para este fin es vía marítima del Puerto del Callao, Perú al puerto de Valencia, España. Este punto será desarrollado con mayor detalle en el capítulo 4 del proceso de exportación.

- **COBERTURA**

Se cuenta con dos distribuidores uno principal que es Roberto Verino en Madrid y otro distribuidor secundario que en caso el primero presente inconvenientes tenemos al segundo distribuidor para poder cumplir con las entregas que se hayan programado.

- **GESTIÓN DE PEDIDOS**

La validación de la gestión de pedidos estará a cargo del distribuidor ya que él dará su feedback de ventas, lo cual también estará siendo monitoreado a través de inventarios.

- **STOCK Y ALMACENES**

La empresa Healthy Jeans no contará con stocks, ya que toda la producción debe salir a la venta, para ello se ha realizado un estudio de cuál es la cantidad que se debe producir.

2.3.4 Estrategia de promoción

A pesar de que Healthy Jeans no corresponda llegar al consumidor final es importante y necesario que se realice marketing en la ciudad a la cual se está exportando por motivos de que se busca captar una gran demanda del público objetivo, es por ello que se ha

considerado realizar diferentes actividades que permitan cumplir los objetivos a corto mediano y largo plazo.

- **PUBLICIDAD**

Para poder introducir los pantalones jeans a Madrid, España, siendo este el centro comercial de la moda ecológica más importante de Europa, Healthy Jeans se contactará con un distribuidor quien se encargará de hacer llegar los pantalones jeans al consumidor final.

La publicidad y promoción juegan un rol importante ya que el logotipo y nombre de la empresa deberán mostrar el significado de lo que se desea transmitir.

- **MARKETING DIGITAL COMMUNITY MANAGER E INFLUENCERS**

En la actualidad, todas las empresas tanto nacionales como internacionales buscan estar en todas las redes sociales, creando tráfico de web, para poder tener a los clientes actualizados, y así generar mayores ingresos.

Es por esa razón que la empresa Healthy Jeans contará con una página de Facebook y una página de Instagram, donde se tendrá un contenido dedicado a la naturaleza y al cuidado ambiental; también se darán consejos de cómo ayudar al disminuir los índices de contaminación, que es lo que busca la empresa; mientras que en la página de Instagram se mostrarán en historias consejos de cuidado al medio ambiente

Imagen N° 23 FAN PAGE FACEBOOK DE HEALTHY JEANS



Fuente: investigación propia

Elaborado por: equipo de trabajo

Imagen N° 24 FAN PAGE INSTAGRAM DE HEALTHY JEANS



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Equipo de trabajo

Se colocarán pautas a los anuncios más relevantes en las páginas tanto de Facebook como de Instagram para poder causar mayor impacto al público y pueden conocer de la empresa. Además, el slogan representa el mensaje que la empresa quiere brindar, la cual es cuidar el medio ambiente y al mismo tiempo vestir a la moda; El slogan es: ¡Moda Saludable! la idea es que los distribuidores y consumidores finales se conecten y entiendan la idea del negocio.

Imagen N° 25
FAN PAGE INSTAGRAM DE HEALTHY JEANS



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Equipo de trabajo

Parte de esta estrategia de marketing digital es contar con campañas de influencers que estén relacionados a productos ecosostenibles o ecoamigables, ya que ellos generan confianza con el público en este caso sus seguidores, porque conectan con ellos por su carisma reflejando credibilidad.

Contaremos con el apoyo de una influencer dedicada al rubro de la venta de pantalones jeans, queda claro que debe tener una gran acogida en España ya que es ahí donde deberá promocionar los pantalones jeans de esa manera logrará captar la atención de los consumidores y conseguir más ventas. La influencer será: Ninauc. Cuenta con 45 mil seguidores y es considerada una de las mejores influencers en España. A ella se le enviarán muestras de los pantalones jeans ecológicos como forma de pago por la publicidad brindada a esta modalidad se le conoce como canje, pero también se tiene contemplado en gastos de publicidad por el monto de 400 soles que equivalen a 117.00 dólares aproximadamente.

Imagen N° 26
FAN PAGE INSTAGRAM DE INFLUENCER



Fuente: investigación propia
Elaborado por: equipo de trabajo

También se hará entrega de merchandising (técnica de promoción) mediante bolsas reciclables por la compra.

Imagen N° 27 BOLSA RECICLABLE REUTILIZABLE DE HEALTHY JEANS



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Equipo de trabajo

A continuación, se adjunta las cotizaciones realizadas al desarrollador de página web y community manager.

Imagen N° 28 Proforma de desarrollo de página web

"Deje que sus clientes y potenciales clientes siempre le encuentren"

Lima, 18 noviembre 2020

PROFORMA DESARROLLO DE PAGINAS WEB

Estimado

Srta. Jenny Suarez

Es grato dirigimos a ustedes, aprovechando esta oportunidad para enviarle nuestros saludos y agradecerle el interés por nuestros servicios. Nuestra constante capacitación e información de esta tecnología nos compromete a brindarles un servicio de calidad durante el desarrollo y mantenimiento de su página web. Estamos seguros de satisfacer sus requerimientos. Tres años brindando este servicio y la satisfacción de nuestros clientes nos garantiza.

Conceptos Básicos Páginas Webs: Archivos de diseño e información que se publica en internet. Dominios: Nombre de su página web (ej. www.suempresa.com). Hosting: Espacio en internet para su página web y sus correos.

En el siguiente cuadro le presento las características de website que seguramente se ajustaran a sus requerimientos:

Opciones	Características	Inversión
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Páginas en PHP + MYSQL (administrable) ✓ Diseño Personalizado (de acuerdo a sus colores corporativos y logo) ✓ 7 páginas.: inicio, Categorías, Promociones, Empresa, contáctenos. ✓ Formulario de contáctenos; que llegaría a uno o dos correos ✓ Edición y retoque leve de fotos, optimización de pesos de archivos (se logra rapidez al visualizar) ✓ Tiempo 3 Semanas ✓ 1 Idioma ✓ Carrito de compras ✓ Pasarela de pagos (Paypal, Checkout, Yape, Plin) ✓ Correos corporativos (10 cuentas) ✓ Capacitación de uso de plataforma (1 a 2 horas) ✓ DOMINIO Y HOSTING (Al año 250 soles) 	S/.1000

Beneficios

- Realizamos diseños personalizados, según requerimientos de la empresa
- Diseño enfocado en el usuario (que sea fácil de usar por el usuario)
- Utilización de palabras claves y META TAGS para ser encontrado en los buscadores
- Mejora la comunicación con sus clientes, puede ser encontrado las 24 horas todos los días

Forma de Pago y Contratar el Servicio

- Puede solicitar nuestra visita, por correo, msn o teléfono. Así llegar a un acuerdo en precio y tiempo.
- Primer Pago: 50% del total

Imagen N° 29 Proforma de desarrollo de community manager

"Deje que sus clientes y potenciales clientes siempre le encuentren"

Lima, 18 noviembre 2020

PROFORMA COMMUNITY MANAGER

Estimada

Srta. Jenny Suarez

Es grato dirigimos a ustedes, aprovechando esta oportunidad para enviarle nuestros saludos y agradecerle el interés por nuestros servicios. Nuestra constante capacitación e información de esta tecnología nos compromete a brindarles un servicio de calidad durante el desarrollo y mantenimiento de su Community Manager. Estamos seguros de satisfacer sus requerimientos. Tres años brindando este servicio y la satisfacción de nuestros clientes nos garantiza.

En el siguiente cuadro le presento las características del manejo de redes sociales que seguramente se ajustaran a sus requerimientos:

Opciones	Características	Inversión
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Publicaciones 14 a la semana ✓ Uso de hastag ✓ Enlace a publicaciones ✓ Análisis de resultado ✓ Realización de fotos 4 al mes ✓ Difusión en blog ✓ Segmentación de Publico ✓ Diseño e implementación de promociones ✓ Diseño personalizado de página: Facebook 	<p>S/ 250.00</p> <p>De acuerdo a sus requisitos</p> <p>Sin igv</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Publicaciones 14 a la semana ✓ Uso de hastag ✓ Enlace a publicaciones ✓ Análisis de resultado ✓ Realización de fotos 4 al mes ✓ Difusión en blogspot ✓ Diseño e implementación de promociones ✓ Diseño personalizado de página: Instagram ✓ Segmentación de Publico 	<p>S/ 250.00</p> <p>De acuerdo a sus requisitos</p> <p>Sin igv</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Costo Promocion de Facebook ✓ Tipos de Promocion de Facebook (Me gusta, Promocion de publicación) ✓ 7 soles (a partir 1 semana) ✓ 3 soles (a partir de 1 mes) 	

Atte.

Diseñador y Desarrollador

Imagen N° 30 Cuestionario para contratar influencer con agencia Cronoshare

Indica qué tipo de canal o medio quieres utilizar	
<input checked="" type="checkbox"/> Instagram <input checked="" type="checkbox"/> Facebook <input type="checkbox"/> Twitter <input type="checkbox"/> Youtube <input type="checkbox"/> Fotografía digital y/o física <input type="checkbox"/> Eventos presenciales <input type="checkbox"/> Video <input type="checkbox"/> Eventos online	Frecuencia de la acción(es) con el influencer <input type="checkbox"/> Puntual (una única vez) <input type="checkbox"/> Diario <input type="checkbox"/> Semanal (una o más veces a la semana) <input type="checkbox"/> Quincenal (cada 10-15 días) <input checked="" type="checkbox"/> Mensual (una vez al mes aprox.) <input type="checkbox"/> Otro: <input type="text"/>
¿Qué nivel de presupuesto se va a destinar? <input checked="" type="radio"/> € (básico) <input type="radio"/> €€ (medio) <input type="radio"/> €€€ (alto) <input type="radio"/> Otro: <input type="text"/>	Explica qué tipo de producto o servicio quieres promocionar <small>Por favor, sé breve en la descripción</small> <input type="text" value="Pantalones jeans ecoamigables"/>
Género de preferencia del influencer <input checked="" type="radio"/> Femenino <input type="radio"/> Masculino <input type="radio"/> Otro: <input type="text"/>	¿Para cuándo necesitas el servicio? <input type="radio"/> Urgente (en las próximas 24 horas) <input type="radio"/> En los próximos días <input checked="" type="radio"/> Dentro de 1 mes o más <input type="radio"/> Soy flexible
¿En qué localidad necesitas el servicio? Indica el código postal <small>Si no lo sabes, selecciona provincia y ciudad.</small> Provincia: <input type="text" value="Madrid"/> Ciudad: <input type="text" value="Madrid"/>	¿Es necesario conocer presencialmente al influencer? <small>Si valoras varias opciones puedes marcar más de una alternativa</small> <input type="checkbox"/> En el domicilio u oficina del cliente <input type="checkbox"/> En el local o domicilio del influencer <input checked="" type="checkbox"/> Online o de forma remota <input type="checkbox"/> No, servicio solo online (no presencial) <input type="checkbox"/> Otro: <input type="text"/>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Equipo de trabajo

- **FUERZA DE VENTAS**

La fuerza de venta directa está conformada por los distribuidores en Madrid, ellos contarán con una previa capacitación vía online donde obtendrán los argumentos de venta resaltando las bondades del producto.

La participación en ferias está contemplada en los objetivos a mediano plazo, ya que los costos son todavía altos para el presupuesto contemplado al ser una empresa nueva en el mercado aún no se cuenta con las capacidades de gasto para este fin.

- **PROMOCIÓN DE VENTAS**

Las promociones y descuentos se realizarán para fechas especiales en Madrid o cuando se cuente con mucho stock, para ello la empresa Healthy Jeans estará en constante comunicación con los distribuidores a fin de contar con esta información.

- **RELACIONES PÚBLICAS**

Healthy Jeans está trabajando en la posibilidad de auspiciar eventos relacionados al cuidado del medioambiente y gestionar alianzas estratégicas con empresas relacionadas al cuidado del mismo, participar en fechas especiales como días y eventos sobre ecología y medio ambiente en España.

- **MAILING O E-MAILING**

Healthy Jeans utilizará esta herramienta creando un correo corporativo para poder verse más profesional al momento de enviar información de los productos a sus potenciales clientes y/o suscriptores.

2.4 Presupuesto del plan de mercadotecnia

2.4.1 Gastos de ventas

A continuación, se mostrarán los gastos que implican las ventas, cabe resaltar que en el capítulo 5 se mostrarán los detalles de todos los gastos y costos.

Tabla N° 32 GASTOS DE VENTAS DE HEALTHY JEANS
Gastos Ventas

Detalle	Valor
Gerente Comercial	1,500
Vendedor	0
Publicidad	2%
Marketing	1,500
TOTAL S/	3,000

Tabla N° 33 PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTAS DE HEALTHY JEANS

AÑO 2021													
Detalle	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Remuneraciones	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	18,000
CTS	167	167	167	167	167	167	167	167	167	167	167	167	2,000
Gratificación	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	3,000
Essalud	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	1,890
Marketing	0	1500	0	0	1500	0	0	1500	0	0	1500	0	6,000
Publicidad	0	1292	0	0	1292	0	0	1938	0	0	646	0	5,169
Subtotal	2,074	4,866	2,074	2,074	4,866	2,074	2,074	5,512	2,074	2,074	4,220	2,074	36,059
IGV 18%	0	503	0	0	503	0	0	619	0	0	386	0	2010
TOTAL S/	2,074	5,369	2,074	2,074	5,369	2,074	2,074	6,131	2,074	2,074	4,607	2,074	38,069

Tabla N° 34 PRESUPUESTO DE GASTOS DE EXPORTACIÓN
AÑO 2021 EN SOLES

Detalle	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Emision de BL	0	85	0	0	85	0	0	114	0	0	43	0	327
Derechos de Embarque	0	377	0	0	365	0	0	565	0	0	188	0	1,496
Consolidacion de la carga	0	448	0	0	448	0	0	673	0	0	224	0	1,794
Servicio de aforo c/ cuadrillas	0	38	0	0	38	0	0	57	0	0	19	0	151
Comision agencia de aduanas	0	192	0	0	192	0	0	288	0	0	96	0	767
Gastos Operativos	0	75	0	0	75	0	0	113	0	0	38	0	302
Transporte Interno	0	262	0	0	262	0	0	393	0	0	131	0	1,048
Flete	0	1,350	0	0	1,350	0	0	2,035	0	0	665	0	5,400
Subtotal	0	2,827	0	0	2,815	0	0	4,237	0	0	1,404	0	11,284
IGV 18%	0	509	0	0	507	0	0	763	0	0	253	0	2,031
TOTAL S/	0	3,336	0	0	3,322	0	0	5,000	0	0	1,656	0	13,315

2.4.2 Gastos de publicidad y promoción

Dentro de los costos de publicidad y promoción la empresa se enfocará en atacar principalmente los medios digitales, a través de personas reconocidas en España que son influencers o youtubers esto generará rápidamente un impacto positivo para la demanda del producto a exportar, ya que ellos al tener una mejor llegada al consumidor final sería la manera más rápida y efectiva de poder transmitir y fortalecer la cultura ética ecológica de Madrid España.

Sumado a esto se promocionará campañas por internet a través de Facebook, Youtube y Whatsapp, las cuales son las principales redes sociales más utilizadas por el público español en los últimos años según el portal web “WEBSA100.COM”.

Con el tiempo la empresa empezará a participar en ferias las cuales ayudarán a dar a conocer el producto aún más y poder incluso expandir mucho más el mercado objetivo en otras fronteras.

**Tabla N° 35
PRESUPUESTO DE MARKETING Y PUBLICIDAD**

PRESUPUESTO DE MARKETING Y PUBLICIDAD POR ENVÍO		SOLES
Marketing	Proforma community manager facebook	250.00
	Proforma community manager instagram	250.00
	Proforma desarrollo de paginas web	1000.00
Publicidad	Dominio y hosting al año	250.00
	Cobro facebook e instagram al mes	150.00
	Bolsas reutilizables	492.00
	Influencers	400.00
		2792.00

Fuente: investigación propia
Elaborado por: equipo de trabajo

El análisis de esta tabla detalla los gastos en qué se incurrirán en el presupuesto de marketing y presupuesto destinado a la publicidad, pero se brindará mayor detalle en el capítulo cinco de finanzas en el punto de gastos de ventas.

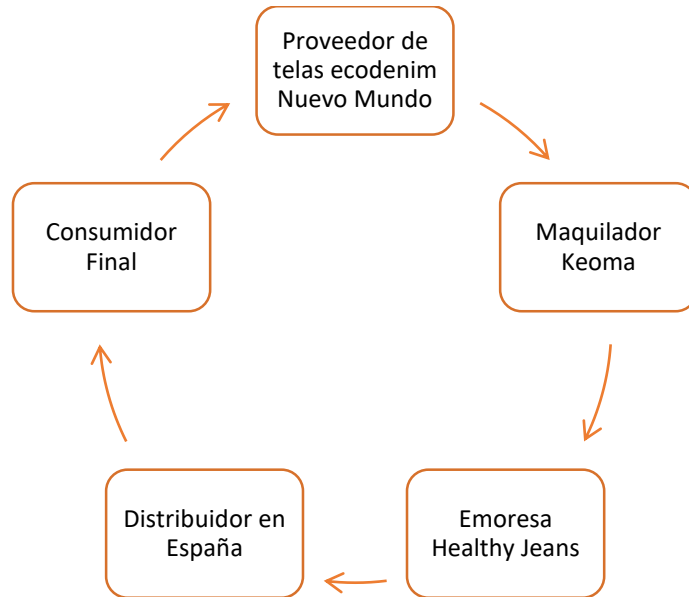
2.5 Cadena de valor

Healthy Jeans tendrá monitoreado cada eslabón de su cadena de valor, para poder satisfacer a un consumidor final exigente, el cual fue elegido por factores económicos, por estudios de mercado y estrategia empresarial.

Al ser una empresa nueva con miras a la expansión se tendrá cuidado en cuanto a la calidad que se ofrece y al tiempo en el que se prevé que la mercancía llegue al puerto de destino, cumpliendo con exactitud con las fechas y plazos definidos en el contrato de compra y venta internacional. La marca no solo es una empresa que ofrece la mejor calidad de telas ecológicas sino además ofrece moda, ya que si bien es cierto no se ofrecerá solo un diseño se tienen planes de expansión y poder crear nuevos diseños y modelos.

A continuación, se mostrará un gráfico para explicar de manera general como será la cadena de valor de la empresa, es decir por donde pasará su proceso desde los proveedores de tela Nuevo Mundo hasta finalmente llegar al consumidor final. El proceso completo se verá en el capítulo 4.

Figura N° 2
CADENA DE VALOR



Fuente: investigación propia
Elaborado por: equipo de trabajo

CAPÍTULO III– GERENCIA Y ORGANIZACIÓN

3.1 Gerencia

3.1.1 Planeamiento estratégico

- **IDEA DE NEGOCIO**

Healthy Jeans nace a consecuencia de la necesidad de cubrir un sector que se encuentra interesado en productos textiles ecológicos que ayuden al cuidado del medio ambiente sobre todo en estas épocas en donde es tan importante tener una cultura sostenible, es decir preocuparse por el cuidado ambiental sobre todo en productos como la vestimenta.

En la actualidad el sector textil es uno de los que más contamina el medio ambiente, sin embargo, no se le toma la importancia necesaria para generar un cambio, el sector textil es el segundo más contaminante del planeta, esta información se encuentra actualizada hasta 05 de enero del 2019. Esto significa que el mundo entero se preocupa mucho más por contaminación generada por los autos, el plástico y la basura sin saber que el sector textil es el que usamos y vemos a diario desde que nacemos.

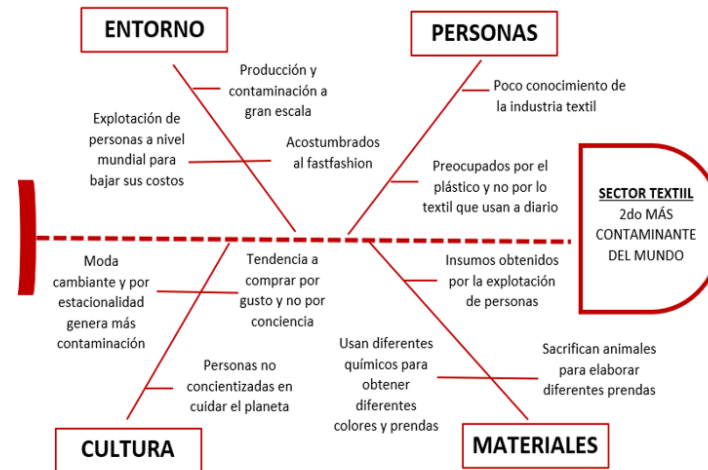
Healthy Jeans busca satisfacer las necesidades de aquellas personas que se preocupan por el cuidado ambiental ya que como se explicó en capítulos anteriores los pantalones que ofrecemos son de tela eco denim libre de anilina la cual proporciona una forma no tóxica de producir el tradicional e icónico azul índigo que los consumidores asocian con el azul del jean.

Para presentar la empresa Healthy Jeans, se elaboró un diagrama de Ishikawa el cual busca categorizar las causas potenciales de un problema con el fin de identificar sus efectos fundamentales. Este diagrama muestra visualmente muchas causas potenciales de un problema o efecto específico.

• **DIAGRAMA DE ISHIKAWA DE HEALTHY JEANS**

“El diagrama de Ishikawa también como conocido como el diagrama de causa y efecto es utilizado para identificar las posibles causas de un problema específico”¹⁴. Healthy Jeans realizó el diagrama de Ishikawa principalmente para reconocer los problemas a los que se enfrentará al lanzarse a un mercado tan grande y arriesgado como Madrid, España, a continuación, se detallará punto por punto del diagrama.

Figura N° 3
DIAGRAMA DE ISHIKAWA



Fuente: investigación propia
Elaborado por: equipo de trabajo

¹⁴ Kaoru Ishikawa, Introducción al control de calidad

- ✓ ENTORNO: Healthy Jeans detectó que la **producción a gran escala** es un problema significativo ya que esto genera precios menores en el mercado y por ende los posibles consumidores finales elijan adquirir este tipo de prendas sin importar que su elaboración afecte tanto al medio ambiente, otro gran problema identificado por Healthy Jeans gracias al diagrama de Ishikawa en relación con el entorno es la **explotación de personas a nivel mundial para bajar sus costos** ya que como es de esperarse a mayor demanda será mayor la cantidad de mano de obra que estas empresas necesitan para cumplir con las necesidades de sus clientes gracias a sus bajos costos, teniendo así que recurrir a la explotación de personas. Healthy Jeans necesita consumidores que tengan cultura sostenible y de esa manera consuman los productos de alta calidad que se les ofrecen.

- ✓ PERSONAS: Healthy Jeans se percató que uno de los 3 grandes problemas identificados es que las personas en general alrededor del mundo están acostumbrados al fast fashion, pero ¿Qué es el fast fashion? Significa “Moda Rápida” en español lo que quiere decir comprar más, usar menos; según el portal web www.contreebute.com.pe. Se entiende moda rápida como el fenómeno por el cual se introducen colecciones de ropa que siguen las últimas tendencias de la moda y que han sido diseñadas y fabricadas de forma acelerada y a bajo costo, como se explicó anteriormente sin pensar en la contaminación ambiental que esto provoca. El segundo gran problema con relación a las personas que tienen poco conocimiento de la industria textil y la actual problemática eso quiere decir que no conocen el gran impacto ambiental negativo que genera el consumir textiles de bajo precio y a su vez de baja calidad; y por último el tercer gran problema que detectó Healthy Jeans es que como consecuencia del poco conocimiento de la cultura sostenible las personas se encuentran preocupadas por el plástico y otros factores en lugar de preocuparse por el sector textil que se usa diariamente y genera mayor problema ambiental

- ✓ CULTURA: Continuando con los problemas encontrados una vez realizado el diagrama de Ishikawa, Healthy Jeans se dio cuenta que la cultura juega un papel importante si quiere lograr sus principales objetivos como el de ser la principal

empresa exportadora de pantalones ecoamigables, para empezar, se identificó que la moda cambiante y por estacionalidad genera más contaminación. Un estudio realizado por la empresa YOUGOV en España, la cual recluta datos estadísticos según la población, reveló que el 60% de la población aun consume el fast fahion Este estudio también se identificó que el 48% las personas compran por gusto y no por necesidad y conciencia, de esa manera elegirán el producto de la competencia sobre el nuestro que es de alta calidad y además ayuda al cuidado del medio ambiente. Por último, Healthy Jeans es consciente de que la gran mayoría de personas no está concientizada en cuidar el planeta lo cual también es un problema la hora de buscar posibles clientes.

- ✓ **MATERIALES:** Para elaborar productos relacionados al fast fashion en la mayoría de las veces se sacrifican animales para elaborar esas prendas a menor costo, de la misma manera utilizan diferentes químicos para obtener distintos colores y diseños en prendas, así como hacen uso de la explotación de personas para poder cumplir con la demanda que solicitan sus clientes debido al bajo costo, Healthy Jeans busca que sus clientes estén conscientes de estos puntos a la hora de hacer su compra.

En conclusión, respecto al diagrama de Ishikawa, Healthy jeans encontró cuatro principales problemas: Entorno, personas, cultura y materiales. La idea de encontrar los problemas es que se pueda trabajar en ellos y lograr los objetivos pese a aquellos problemas y lograr que el mercado al cual se dirija la empresa elija siempre comprar sus productos y no a la competencia.

- **Visión y Misión**
 - ✓ **VISIÓN:** Ser una de las empresas exportadoras del Perú más reconocidas a nivel internacional en moda peruana y ecológica.
 - ✓ **MISIÓN:** Brindar un producto de alta calidad y duradero, comprometiéndose con un desarrollo de prenda que satisfaga todas las expectativas de sus clientes.

- **VALORES: Los principales valores de Healthy Jeans son:**
 - ✓ **INTEGRIDAD:** Healthy Jeans considera este valor muy importante pues significa tener sólidos principios actuando con honestidad y transparencia, lo cual genera confianza a largo plazo.
 - ✓ **CREATIVIDAD:** Healthy Jeans busca siempre innovar en telas, en diseños, adaptándose y creando nuevas tendencias teniendo como foco la moda ecoamigable.
 - ✓ **TRABAJO EN EQUIPO:** Para Healthy Jeans el trabajo en equipo es fundamental, ya que la suma de todos los colaboradores genera sinergias logrando mayores y mejores resultados.
 - ✓ **RESPONSABILIDAD SOCIAL:** Healthy Jeans desea contribuir con su entorno con un desarrollo sostenible empresarial.

- **OBJETIVOS DE LA EMPRESA: Healthy Jeans tiene los siguientes objetivos:**
 - ✓ **EL OBJETIVO GENERAL:**

Lograr el 1.6 % de la participación de mercado en la línea de pantalones jeans ecodenim, en los primeros dos años de funcionamiento en Madrid, España, posicionando a Healthy Jeans como una marca de prestigio con responsabilidad social.
 - ✓ **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

Poder identificar el mercado objetivo idóneo para colocar los pantalones jeans de tela ecodenim mediante un correcto estudio de mercado.

Contactar a distribuidores minoristas, tiendas por departamento o puntos de venta en España que comercialicen productos ecoamigables.

Adquirir los documentos solicitados por la municipalidad para que la empresa pueda iniciar sus funciones de manera legal. Contando con el registro de la marca Healthy Jeans y la marca Perú.

Decidir el transporte internacional más eficiente para lo cual se solicitará información de precios de los diferentes operadores logísticos que puedan brindar a la empresa Healthy Jeans confianza y seriedad en sus procesos.

Realizar un análisis financiero que transparente los costos, gastos e ingresos proyectados a fin de clarificar la viabilidad del proyecto, ya que se desea recuperar lo invertido en el primer año de iniciada las operaciones.

- **ESTRATEGIA GENÉRICA**

“Las tres estrategias genéricas planteadas por Michael Porter son: Liderazgo global en costos, diferenciación y enfoque o concentración”¹⁵. Healthy Jeans utilizará la estrategia de diferenciación, respecto a la mayoría de las empresas que actualmente comercializan internacionalmente pantalones jeans, ya que estas empresas no exportan pantalones ecoamigables. Healthy Jeans también contará con el mismo producto tanto en diseño, color y moda sin causar los efectos a largo plazo contaminantes.

La Organización de Naciones Unidas emitirá para el año 2030 un certificado internacional sobre todos aquellos productos textiles que sean no contaminantes y que tengan un impacto positivo en el planeta generando así conciencia entre las personas que lo usan, según la última revista emitida por la asociación de textiles peruanos (2019).

Por último, como parte también de la estrategia de diferenciación Healthy Jeans utiliza tela Eco-Denim la cual cuenta con diferentes tipos de certificación como, el de llevar el sello de Cotton Leads que garantizan la elaboración de las mismas, así como la durabilidad y calidad del producto final.

En conclusión, Healthy Jeans trabajará con la estrategia de la diferenciación debido a puntos que hacen que su producto sea sobresaliente entre la competencia (Tela

¹⁵ Porter Michell (2009) Estrategia competitiva: Edición pirámides

ecológica, certificaciones que garantizan alta calidad y por último un mismo diseño y color para evitar contaminación en elaborar más diseños).

- **ANÁLISIS INTERNO: MATRIZ FODA DE HEALTHY JEANS**

“La matriz FODA es una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales”¹⁶.

- ✓ **FORTALEZAS:**

Ofrecer un producto novedoso y diferenciado.

Ofrecer una nueva experiencia saludable a la hora de vestir.

Ser la única empresa peruana exportadora de pantalones ecoamigables.

Tener conocimiento previo del mercado de destino.

Contar con el equipo especializado para supervisar el control de calidad.

- ✓ **OPORTUNIDADES:**

País de destino en pleno auge de moda eco amigable.

Preocupación de las personas en el país de destino por la explotación laboral.

Posibilidad de certificación ante la ONU para el año 2030.

No existe competencia directa a nivel nacional.

Abarcar nuevos mercados

- ✓ **DEBILIDADES:**

Precio elevado a pesar de la producción en cantidad.

No contar con financiamiento / ahorros.

Actualmente la empresa no cuenta con un generador de tendencias propio, sino que está subcontratado dentro del servicio que brinda el maquilador.

- ✓ **AMENAZAS:**

Competencia extranjera.

Mercado constantemente renovable.

Se trabaja con solo un proveedor.

Poca difusión del producto ecoamigable.

¹⁶ Ponce Talancón H. Contribuciones a la economía, septiembre 2006

ESTRATEGIAS FO

- ✓ Healthy Jeans desea ofrecer una nueva experiencia saludable y la vez mejorar la calidad de vestir de los consumidores finales. Las personas hoy en día se preocupan más por adquirir productos que no impliquen la explotación de personas para su elaboración, según el portal web yougov.es el 83% de personas en España creen que los fabricantes de ropa deberían estar obligados por ley a considerar aspectos éticos en la producción.
- ✓ Healthy Jeans es la única empresa peruana exportadora de pantalones jeans con tela eco denim sin anilina en el Perú. Debido a que a que en la actualidad no existe competencia directa; lo que significa muy conveniente para lograr sus objetivos (Ser la primera empresa exportador a nivel mundial del Perú) Actualmente el mercado destino, España, prefiere la moda ecológica, según el portal yougov.es El 52% de los españoles residentes en Madrid desean adquirir moda sostenible.
- ✓ Tener previo conocimiento del mercado destino, gracias a un análisis de mercado explicado en el primer capítulo del presente trabajo de investigación. Gracias a eso Healthy Jeans tiene la oportunidad de abarcar nuevos mercados (Otros países europeos) también gracias a la calidad que ofrecen sus pantalones.
- ✓ Contar con un equipo que se encargue exclusivamente del control de calidad de los productos para así garantizar que los productos se diferencian por superar las expectativas de los clientes. Healthy Jeans tiene la posibilidad de acceder a la certificación ante la ONU para el año 2030 para de esa manera garantizar los mejores estándares de calidad para nuestros consumidores.

ESTRATEGIAS DA

- ✓ El precio que se ofrecerá al mercado será elevado a pesar de la producción en cantidad, esto debido a la tela eco denim sin anilina ya que solo contamos con un proveedor de dicha tela. La mayor amenaza que tiene Healthy Jeans es la poca difusión de la moda eco amigable ya que las personas aún no conocen del todo el daño que genera el fastfashion.
- ✓ Los socios actuales de la empresa Healthy Jeans no cuentan con el suficiente financiamiento / Ahorros para poder exportar los productos al mercado europeo por lo cual se tendrá que solicitar un préstamo bancario, generando intereses elevados. Healthy Jeans solo trabaja actualmente con un solo proveedor, eso

resulta una amenaza directa debido a que en algún momento decidirá elevar los precios de sus telas.

- ✓ Healthy Jeans empezará con un solo modelo y color de pantalón por el momento, pero está en la búsqueda de nuevas telas ecoamigables, ya que para llegar a distintos tonos de colores es necesario utilizar químicos que no son naturales actualmente. La competencia extranjera es una amenaza directa ya que si bien es cierto a nivel nacional no existen empresas que exporten pantalones ecológicos, a nivel internacional si existen empresas que exporten pantalones eco amigables como, por ejemplo: Capitán Denim y Cowest. El mercado español es constantemente renovable lo que le genera una amenaza directa a Healthy Jeans, debido a que la empresa no se enfoca en generar productos con tendencia a la moda fast fashion.

ESTRATEGIAS DO

- ✓ Healthy Jeans cuenta con precios elevados a pesar de contar con una producción en cantidad, sin embargo, el país de destino se encuentra en pleno auge eco-amigable lo que indica que, a pesar de los altos precios, su población se preocupa por consumir productos que ayuden al medio ambiente sin importar los precios elevados.
- ✓ Actualmente la empresa carece de financiamiento sin embargo en el Perú no existen otras empresas dedicadas al rubro de la exportación de pantalones jeans con tela eco-amigable logrando así que tengamos una gran posibilidad de crecimiento financiero.
- ✓ Actualmente Healthy Jeans se encuentra sin proyección de diseños o generación de tendencias, esto se debe a que la generación de nuevos colores y diseños exponen aún más al medio ambiente sin embargo el mercado europeo se preocupa por la existencia de explotación laboral a la hora de comprar sus productos.

ESTRATEGIAS FO

- ✓ Healthy Jeans ofrece un producto novedoso y diferenciado al ser un producto de alta calidad y que además cuida del medio ambiente, esto le brinda la oportunidad de certificación ante la ONU para el año 2030, de esta manera se generaría una mayor confianza por parte del público que se desea llegar.
- ✓ Como se mencionó anteriormente Healthy Jeans es la primera y única empresa peruana exportadora de pantalones eco-amigables esto permitirá también abarcar nuevos mercados, no solo España y de tal forma hacerse conocido mundialmente.

- **MATRIZ FODA DE LA EMPRESA**

Tabla N° 36
MATRIZ FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>Ofrecer un producto novedoso y diferenciado</p> <p>Ofrecer una nueva experiencia saludable a la hora de vestir</p> <p>Ser la única empresa peruana exportadora de pantalones eco-amigables</p> <p>Tener conocimiento previo al mercado</p> <p>Contar con el equipo especializado para supervisar el control de corazón</p>	<p>País de destino en pleno auge eco-amigable</p> <p>Preocupación de las personas en el país de destino por la explotación laboral</p> <p>Posibilidad de certificación ante la ONU para el año 2030</p> <p>No existe competencia directa a nivel nacional</p> <p>Abarcar nuevos mercados</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>Precio elevado a pesar de la producción en cantidad</p> <p>Carecer de financiamiento / ahorros</p> <p>Actualmente sin generador de tendencias propio de Healthy Jeans</p>	<p>Competencia extranjera</p> <p>Mercado constantemente renovable</p> <p>Se trabaja con un solo proveedor</p> <p>Poca difusión del producto eco-amigable</p>

Fuente: investigación propia
Elaborado por: equipo de trabajo

- **ANÁLISIS EXTERNO**

Para el análisis externo de la empresa, Healthy Jeans consideró dos metodologías: análisis de factores micro del entorno (Las cinco fuerzas de Porter) y análisis de factores macro del entorno (Pest).

- ✓ CINCO FUERZAS DE PORTER:

“Esta herramienta nos proporciona un marco de reflexión estratégica para determinar la rentabilidad de un sector específico”¹⁷.

¹⁷ Porter Michell (2009) Estrategia competitiva: edición pirámides

Tabla N° 37
MATRIZ DE ANÁLISIS DE LAS FUERZAS DE PORTER

MATRIZ DE ANÁLISIS DE LAS FUERZAS DE PORTER		
Exportación de pantalones jeans ecológicos a Madrid, España		
5 FUERZAS DE PORTER	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Poder de los compradores	<ol style="list-style-type: none"> 1. País de destino en pleno auge ecoamigable. 2. Los compradores adquieren grandes cantidades. 3. Un comprador directo es un gran cliente. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los vendedores son pocos y pequeños mientras que los compradores son pocos y grandes 2. Los compradores pueden cambiar de proveedores por bajo costo 3. Los compradores pueden integrarse hacia atrás.
5 FUERZAS DE PORTER	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Nuevos competidores / potenciales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lealtad de marca. 2. Ventaja en la calidad y los precios. 3. Economía de escala (de acuerdo producción requerida). 4. Barreras de ingreso reducen la amenaza de la nueva competencia. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Normativa gubernamental. 2. Marca no patentada, fácilmente copiable. 3. Ingreso con precios por debajo de los ofrecidos por la empresa. 4. Publicidad
5 FUERZAS DE PORTER	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Posibilidad de obtener la certificación ante la ONU para el año 2030. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Competidores extranjeros.

Rivalidad con competidores establecidos	<ul style="list-style-type: none"> 2. Condiciones de la demanda a largo plazo. 3. Cambios en los hábitos de consumo a nivel nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> 2. Competidores locales ya establecidos con años de experiencia ofreciendo el mismo producto. 3. Producción a gran escala de empresas ya establecidas.
5 FUERZAS DE PORTER	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Poder de los proveedores	<ul style="list-style-type: none"> 1. Sus productos tienen sustitutos. 2. La diferenciación de costos hace que la empresa cambie de proveedores. 3. Integrarse hacia atrás para cubrir las necesidades 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Las empresas pequeñas no son clientes importantes para los proveedores. 2. Los proveedores pueden integrarse hacia adelante para competir con los compradores 3. Los costos que implicaría cambiar de materia prima
5 FUERZAS DE PORTER	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Productos Sustitutos	<ul style="list-style-type: none"> 1. Pocos competidores comprometidos con el medio ambiente. 2. Pocas empresas ecoamigables 3. Alto porcentaje de personas que se atreven a probar nuevas marcas. 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Empresas ya consolidadas que puedan generar un gran cambio en la competencia. 2. Precios relativos. 3. disponibilidad de sustitutos cercanos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: equipo de trabajo

Comenzando con las cinco fuerzas de Porter, se elaboró una matriz en la cual se detalla uno a uno las siguientes oportunidades y amenazas de acuerdo con la situación actual de la empresa.

Se comenzará analizando el poder de los clientes, Healthy Jeans tiene claro que sus clientes tienen una gran capacidad de negociación por poner un ejemplo, cuanto menor número de clientes existan, mayor será su poder de negociación para presionar la demanda y bajar precios. El cuadro mostrado a continuación brinda un detalle más específico.

La segunda fuerza para analizar será la de los nuevos competidores, lo que consiste en la entrada potencial de una empresa que ofrezca productos sustitutos o nuevas alternativas al mercado. Healthy Jeans tiene claro que la lealtad que gane con sus clientes es una importante ventaja frente a cualquier tipo de competencia debido a su calidad, sin embargo, también tiene claro que al no ser una marca patentada es fácilmente copiable además de estar expuestos a los precios bajos con los que ingresará la nueva competencia. El cuadro mostrado a continuación brinda un detalle más específico.

La tercera fuerza de Porter es la Rivalidad con los competidores establecidos. Healthy jeans tiene la posibilidad de certificación ante la ONU para el año 2030 lo que les da una gran ventaja frente a sus competidores, sin embargo, también tiene claro que algunos competidores extranjeros también pueden tener dicha certificación además de competir contra grandes empresas locales con años de experiencia en el mercado como, por ejemplo: Capitán Denim y Cowest las cuales ya tienen ganado un mercado en el mismo sector. El cuadro mostrado a continuación brinda un detalle más específico.

Continuando con el análisis de las cinco fuerzas de Porter, la cuarta será el poder de los proveedores, la oportunidad que tiene Healthy Jeans frente a su proveedor sería que en un futuro existirán más empresas textiles que ofrezcan el mismo producto y de esa manera se podrán manejar mejor los costos. Sin embargo, una clara amenaza sería que los proveedores no suelen trabajar con empresas pequeñas como Healthy Jeans,

por ello una de las estrategias de ingreso será directamente en el precio, el cual beneficiaría directamente a los proveedores con un margen de ganancia muy atractivo, así mismo durante los primeros años en que la empresa incurra en el mercado, se evaluara una integración hacia atrás para así poder ir mejorando a detalle los procesos de producción y posiblemente disminuir los costos de producción.

La última fuerza de Porter por analizar serán los productos sustitutos, estos productos son iguales o similares a los que ofrece Healthy Jeans, si bien es cierto la empresa se caracteriza por diferenciarse del resto gracias a su calidad cabe la posibilidad que existan empresas y productos que logren la misma calidad que ofrece Healthy Jeans, sin embargo como todavía en un mercado no explotado al 100% los primeros años la empresa Healthy Jeans se enfocará en el alto porcentaje de personas que prueban nuevas marcas, así como también las pocas empresas que ofrecen pantalones denim eco amigables.

En conclusión, la matriz de análisis de la fuerza de Porter ayudará a Healthy Jeans a identificar las oportunidades para mejorar las estrategias de Marketing, además de comparar nuestras estrategias o ventajas competitivas con las de la competencia.

✓ ANÁLISIS PEST

“El modelo PEST se centra en aquellos elementos que conforman el entorno en el cual se desarrollan las organizaciones” Liam Fahey y V.K Análisis macro ambiental en gestión estratégica.

Tabla N° 38 ANÁLISIS PEST

FACTOR		DETALLE	PLAZO			IMPACTO
			Corto plazo (6 meses o menos)	Mediano plazo (1 a 3 años)	Largo plazo (más de 3 años)	
POLÍTICO	CAMBIO DE PRESIDENTE	El programa de Gobierno se adecúa a las necesidades de la empresa.	X			Positivo
	ELECCIONES DE ALCALDES Y GOBERNANTES	Cambio o anulación del concurso para empresas emprendedoras con productos innovadores.		X		Indiferente
	TRATADOS COMERCIALES	Actualmente vigente TLC Perú - Unión Europea	X			Muy Positivo

FACTOR		DETALLE	PLAZO			IMPACTO
			Corto plazo (6 meses o menos)	Mediano plazo (1 a 3 años)	Largo plazo (más de 3 años)	
ECONÓMICO	DIVISAS	Tipo de cambio muy volátil lo que causa incertidumbre para la empresa	X			Indiferente
	COMPETENCIA FINANCIERA EN LA TASA DE INTERÉS	Actualmente la tasa de interés ofrecida por los bancos genera una buena opción para el financiamiento del negocio	X			Positivo
	AUMENTO DE EXPORTACIONES	TLC con la unión europea aumento considerablemente las exportaciones a Europa	X			Positivo

FACTOR		DETALLE	PLAZO			IMPACTO
			Corto plazo (6 meses o menos)	Mediano plazo (1 a 3 años)	Largo plazo (más de 3 años)	
SOCIAL	CONCIENCIA AMBIENTAL	Actualmente en el mundo y sobre todo en Europa se inicia la preocupación por la contaminación textil		X		Muy Positivo

FACTOR		DETALLE	PLAZO			IMPACTO
			Corto plazo (6 meses o menos)	Mediano plazo (1 a 3 años)	Largo plazo (más de 3 años)	
TECNOLÓGICO	REDES SOCIALES	Se publicitará el producto a través de personas que sean influyentes en España - Madrid.	X			Positivo
	APLICACIÓN PARA CELULARES Y PAGINA WEB	Se trabajará para la elaboración de una app y página web que permita conocer el proceso del producto, así como hacer fácil los pedidos.	x			Positivo

FACTOR		DETALLE	PLAZO			IMPACTO
			Corto plazo (6 meses o menos)	Mediano plazo (1 a 3 años)	Largo plazo (más de 3 años)	
AMBIENTAL	MATANZA DE ANIMALES	Insumos utilizados que cuentan con certificación la cual indica que no se matan animales para la elaboración de estas.		X		Muy Positivo
	CONTAMINACIÓN AMBIENTAL	El producto que ofrece Healthy Jeans garantiza la no contaminación ambiental.		X		Muy Positivo
	EXPLOTACIÓN DE PERSONAS	Se trabajará para obtener una certificación de no explotación de personas.		X		Muy Positivo

FACTOR		DETALLE	PLAZO			IMPACTO
			Corto plazo (6 meses o menos)	Mediano plazo (1 a 3 años)	Largo plazo (más de 3 años)	
LEGAL	CERTIFICACIÓN ECOLÓGICAS	Producto actualmente cuenta con certificaciones ecológicas las cuales no dañan el medio ambiente.	X			Positivas

Gracias al análisis PEST Healthy Jeans podrá determinar cómo trabajará en los próximos 5 años aproximadamente como por ejemplo conseguir una certificación en contra de la explotación de personas, ya que a nivel mundial grandes marcas no solo de ropa sino de diferentes productos incurrir en la explotación para poder reducir costos, por lo cual uno de los principales puntos para Healthy Jeans será con todas las certificaciones necesarias a nivel mundial.

El primer factor que se analizará será el político el cual tendrá un impacto positivo ya gracias a los constantes cambios que existen; ya sean cambio de gobernantes o cambios con los tratados comerciales, cada vez más se favorecen las empresas exportadoras peruanas.

FACTOR		DETALLE	PLAZO			IMPACTO
			Corto plazo (6 meses o menos)	Mediano plazo (1 a 3 años)	Largo plazo (mas de 3 años)	
POLÍTICO	CAMBIO DE PRESIDENTE	El programa de Gobierno se adecua a las necesidades de la empresa.	X			Positivo
	ELECCIONES DE ALCALDES Y GOBERNANTES	Cambio o anulacion del concurso para empresas emprendedoras con productos innovadores.		X		Indiferente
	TRATADOS COMERCIALES	Actualmente vigente TLC Perú - Union Europea	X			Muy Positivo

El segundo factor que se analizará será el económico, el cual también generará un impacto positivo para la empresa gracias a que la competencia financiera es amplia hoy en día existen tasas de intereses ofrecidas por los bancos genera una buena opción para el financiamiento del negocio, otro detalle positivo es que gracias al TLC con la unión europea aumentaron considerablemente las exportaciones a Europa.

FACTOR		DETALLE	PLAZO			IMPACTO
			Corto plazo (6 meses o menos)	Mediano plazo (1 a 3 años)	Largo plazo (mas de 3 años)	
ECONOMICO	DIVISAS	Tipo de cambio muy volátil lo que causa incertidumbre para la empresa	X			Indiferente
	COMPETENCIA FINANCIERA EN LA TASA DE INTERES	Actualmente la tasa de interes ofrecida por los bancos genera una buenaopcion para el financiamiento del negocio	X			Positivo
	AUMENTO DE EXPORTACIONES	TLC con la union Europea aumento considerablemente las exportaciones a Europa	X			Positivo

El tercer factor para analizar es el social, el cual genera un impacto muy positivo porque Healthy jeans es una empresa eco amigable y actualmente en Europa está empezando la preocupación por la contaminación textil. Eso ayudaría a Healthy jeans a posicionarse como la empresa número uno en el mercado y así cumplir sus objetivos.

FACTOR		DETALLE	PLAZO			IMPACTO
			Corto plazo (6 meses o menos)	Mediano plazo (1 a 3 años)	Largo plazo (mas de 3 años)	
SOCIAL	CONCIENCIA AMBIENTAL	Actualmente en el mundo y sobre todo en Europa se inicia la preocupacion por la contaminacion textil		X		Muy Positivo

El cuarto factor según el análisis PEST es el tecnológico lo que genera un impacto positivo en la empresa ya que hoy en día las redes sociales y una buena página web son claves para poder sacar a flote a la empresa ya que las redes sociales pueden llevar el producto a cualquier cliente a través de un influyente conocido en España, de igual manera una página web amigable para nuestros clientes donde sea fácil adquirir los productos y conocer el proceso y el origen.

FACTOR		DETALLE	PLAZO			IMPACTO
			Corto plazo (6 meses o menos)	Mediano plazo (1 a 3 años)	Largo plazo (mas de 3 años)	
TECNOLÓGICO	REDES SOCIALES	Se publicitara el producto a traves de personas que sean influyentes en España - Madrid.	X			Positivo
	APLICACIÓN PARA CELULARES Y PAGINA WEB	Se trabajará a para la elaboración de una app y página web que permita conocer el proceso del producto, así como hacer facil los pedidos.	X			Positivo

El quinto factor que se analizará será el factor ambiental, el cual para Healthy Jeans es el más importante porque debido a que es una empresa ecoamigable está comprometida con el cuidado ambiente y la no explotación de personas, el factor ambiental generará un impacto muy positivo ya que la empresa se encuentra en contra de la matanza de animales, ayuda a la contaminación ambiental y trabajará para obtener una certificación de no explotación de personas.

FACTOR		DETALLE	PLAZO			IMPACTO
			Corto plazo (6 meses o menos)	Mediano plazo (1 a 3 años)	Largo plazo (mas de 3 años)	
AMBIENTAL	MATANZA DE ANIMALES	Insumos utilizados que cuentan con certificación la cual indica que no se matan animales para la elaboración de las mismas.		X		Muy Positivo
	CONTAMINACION AMBIENTAL	El producto que ofrece Health Jeans garantiza la no contaminación ambiental.		X		Muy Positivo
	EXPLOTACION DE PERSONAS	Se trabajará para obtener una certificación de no explotación de personas.		X		Muy Positivo

El último factor para analizar será el legal, este factor también genera un impacto positivo para la empresa ya que gracias a que el producto actualmente cuenta con certificaciones ecológicas las cuales no dañan el medio ambiente.

FACTOR		DETALLE	PLAZO			IMPACTO
			Corto plazo (6 meses o menos)	Mediano plazo (1 a 3 años)	Largo plazo (mas de 3 años)	
LEGAL	CERTIFICACIÓN ECOLÓGICAS	Producto actualmenten cuenta con certificaciones ecológicas las cuales no dañan el medio ambiente.	X			Positivas

3.2 Organización

“Organizar es poder agrupar actividades que puedan ser necesarias para lograr ciertos objetivos, donde se llegue a asignar a cada grupo un organizador con autonomía para supervisar tanto en sentido horizontal como vertical toda la estructura de la empresa”. Koontz Harol y O’Donnell Cyrill (1975) Elementos de la administración.

Healthy Jeans busca que cada uno de sus colaboradores ponga su total esfuerzo, para hacer crecer el negocio, eso mediante una supervisión y coordinación con el fin de optimizar los recursos y no cometer errores como generar problemas o gastos extras a la empresa.

3.2.1 Descripción del negocio

- **NOMBRE O RAZÓN SOCIAL**

Healthy Jeans presentará a continuación su Ficha Ruc con todas las especificaciones y detalles.

Tabla N° 39 FICHA RUC

FICHA RUC: 20406080100
"HEALTHY JEANS SOCIEDAD CERRADA"
Número de Transacción: 40978893
CIR - Constancia de Información Registrada

Información General del Contribuyente	
Apellidos y Nombres o Razón Social	: "HEALTHY JEANS SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA"
Tipo de Contribuyente	: 39-SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA
Ficha de Inscripción	: 02/01/2021
Fecha de Inicio de Actividades	: 02/02/2021
Estado del Contribuyente	: ACTIVO
Dependencia SUNAT	: 0023 - I.L. MIRAFLORES-LIMA
Condición del Domicilio Fiscal	: HABIDO
Información General del Contribuyente	
Nombre Comercial	: HEALTHY JEANS
Tipo de Representación	: -
Actividad Económica Principal	: 18100 - PRENDAS DE VESTIR.
Actividad Económica Secundaria 1	: 51313 - VTA. PRODUCTOS TEXTILES.
Actividad Económica Secundaria 2	: -
Sistema Emisión comprobantes de Pago	: MANUAL
Sistema de Contabilidad	: MANUAL
Código de Profesión / Oficia	: -
Actividad de Comercio Exterior	: EXPORTADOR
Número Fax	: -
Teléfono Fijo 1	: 1 - 35198889
Teléfono Fijo 2	: -
Teléfono Móvil 1	: -
Teléfono Móvil 2	: -
Correo Electrónico 1	: HEALTHYJEANS@HEALTHYJEANS.COM.PE
Correo Electrónico 2	: -

Domicilio Fiscal

Departamento	: LIMA
Provincia	: LIMA
Distrito	: JESÚS MARÍA
Tipo y Nombre de Zona	: JR LO MOGABUROS
Tipo y Nombre de Vía	: -
Nro.	: 144
Km	: -
Lote	: -
Dpto.	: -
Interior	: -
Otras Referencias	: ALTURA CUADRA 6 DE LA AV. BRASIL FRENTE AL HOSPITAL DEL NIÑO
Condición del inmueble declarado como Domicilio Fiscal	: OTROS.

Domicilio Fiscal	
Fecha de Inscripción RR. PP	: 20/12/2020
Número de Partida Registral	: 12345678
Tomo / Ficha	: -
Folio	: -
Asiento	: -
Origen del Capital	: NACIONAL
País de Origen del Capital	: -

Fuente: investigación propia

Elaborado por: equipo de trabajo para fines académicos

- **ACTIVIDAD ECONÓMICA O CODIFICACIÓN INTERNACIONAL (CIIU)**

“La CIIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme) es la clasificación de actividades que abarca todas las actividades económicas, actividades productivas, que producen bienes y servicios”. Portal Web www.sunat.com.pe.

De acuerdo con el Sistema de banca y Seguros (SBS), los cuales cuentan con una tabla de diferentes códigos CIIU y se pueden visualizar en su página web: www.sbs.com.pe, Healthy Jeans estará dentro del código 1810 el cual tiene como descripción la fabricación de prendas de vestir; excepto prendas de piel.

3.2.2 Aspectos legales

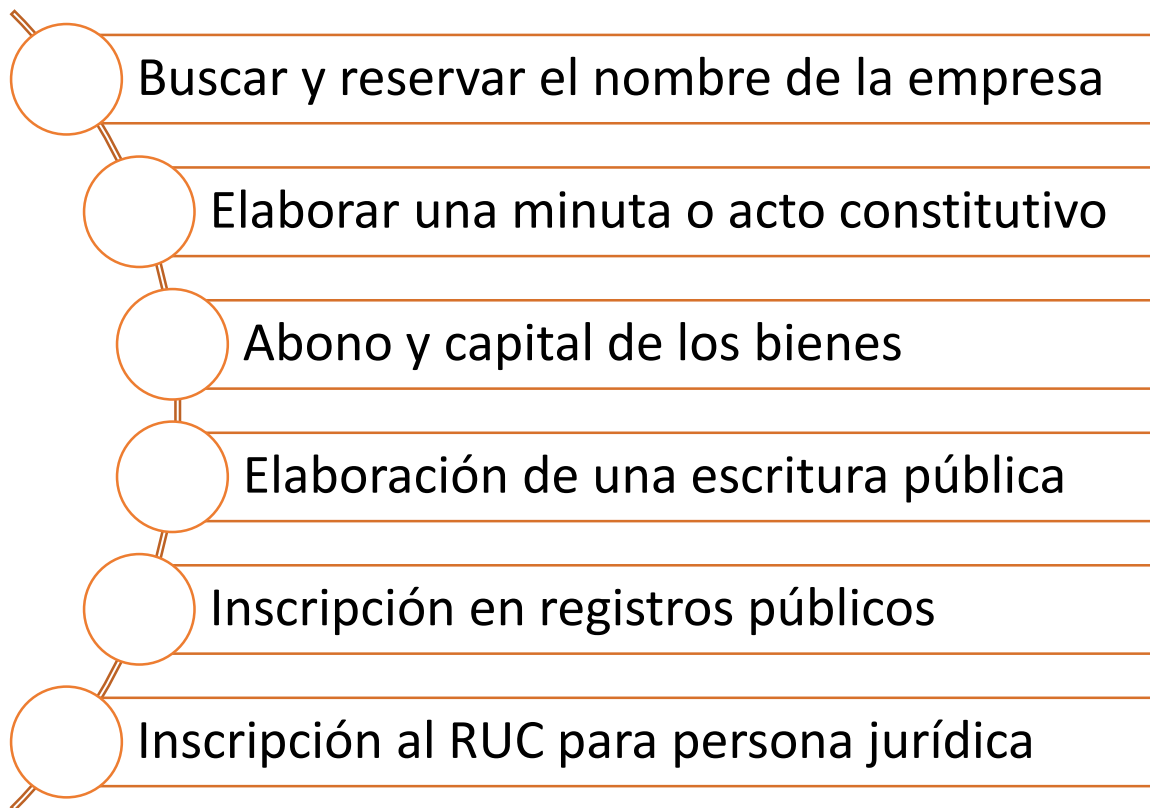
Healthy Jeans se registrará al régimen de Sociedad Anónima Cerrada (SAC), ya que según la ley N° 26887, artículo 234 es creada por un reducido número de personas (hasta veinte socios) que pueden ser naturales o jurídicas, que tienen el ánimo de constituir una sociedad y participar en forma activa y directa en la administración, gestión y representación social. Healthy Jeans tendrá tres socios que invertirán en partes iguales para empezar a emprender dicho negocio.

- **CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA HEALTHY JEANS**

“La constitución de una empresa es un procedimiento a través del cual una persona o grupo de personas registran su empresa ante el Estado para que este les ofrezca los beneficios de ser formales” según sitio web www.gob.pe/269-registrar-o-constituir-una-empresa.com 19/02/2020.

A continuación, se mostrarán los pasos que siguió Healthy Jeans para constituirse como empresa formal.

Figura N° 4
PASOS PARA CONSTITUIR UNA EMPRESA



Fuente: investigación propia
Elaborado por: equipo de trabajo

✓ **BUSCAR Y RESERVAR EL NOMBRE DE LA EMPRESA:**

El representante legal de Healthy Jeans, Anthony Ventocilla, decidió realizar el proceso presencialmente ya que si bien es cierto se puede realizar de manera virtual, en un acuerdo con los demás socios decidieron que de esa manera tendrían más seguridad del caso.

El trámite para la búsqueda y reserva del nombre de la empresa de manera presencial fue hecho en cuatro pasos. Primero los socios de la empresa se acercaron a la oficina registral de SUNARP ubicada en el distrito de Jesús María, Lima, Perú y solicitaron un formato de búsqueda de índice. Esta búsqueda sirvió para saber si el nombre Healthy Jeans se encontraba disponible. Esta búsqueda costó cinco nuevos soles, el resultado fue entregado en un promedio de veinte a treinta minutos. El segundo paso fue decidir qué tipo de empresa crearían y tener claro las diferencias entre cada tipo de empresa,

tales como su organización, sus administradores y la forma como se conforman. Los socios decidieron que Healthy Jeans será una empresa de sociedad anónima cerrada (SAC) en el punto 3.2.2 del presente proyecto de negocios se explicó del porqué de esta decisión. El tercer paso fue la presentación de documento de identidad en las mismas oficinas de SUNARP, junto con el formulario de solicitud de reserva de nombre de una persona jurídica correctamente lleno. Este formato se colocaron tres opciones de nombres. Los cuales fueron: Healthy Jeans, Nature Jeans y Jeans Healthygreen. El buscador registró que el primer nombre se encontraba disponible por lo que procedió con la reserva.

Imagen N° 31
SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA

SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA

SEÑOR REGISTRADOR DEL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS:

Yo, ANTHONY VENTOCILLA MELGAR Identificado con
 DNI CIP CE OTROS _____ N° 47785132
 en mi calidad de (titular socio abogado notario representante)
 domiciliado en JR MANUEL SEGURA 162, distrito de LINCE, Provincia de
LIMA ante Ud. Con el debido respeto me presento y digo:

SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA PARA:

Constitución Modificación de Estatuto

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

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

NOMBRE COMPLETO DE LA PERSONA JURIDICA OBLIGTORIO	NOMBRE COMPLETO DE LA PERSONA JURIDICA OBLIGTORIO
1. HEALTHY JEANS S.A.C	1. HEALTHY JEANS
2. NATURE JEANS S.A.C	2. NATURE JEANS
3. JEANS HEALTHY S.A.C	3. JEANS HEALTHY

TIPO DE PERSONA JURÍDICA

S.A ASOCIACIÓN S.A.C S.R.L COMITÉ

OTROS (Precisar el tipo de persona jurídica) _____

NOMBRE (S) Y APELLIDOS DE TODOS LOS INTEGRANTES DE LA PERSONA JURIDICA EN CONSTITUCION:

ANTHONY VENTOCILLA MELGAR	
JENY SUAREZ CUAILA	
KARINA VILLANUEVA ESQUIVES	

Fuente: investigación propia
Elaborado por: equipo de trabajo para fines académicos

El último paso para la búsqueda y reserva de nombre de la empresa fue realizar el pago en las mismas oficinas de SUNARP, el costo es de veinte nuevos soles. Con los pasos realizados el nombre de la empresa HEALTHY JEANS ya se encuentra registrado.

✓ ELABORAR EL ACTO CONSTITUTIVO (MINUTA) DE LA EMPRESA

Healthy Jeans optó por realizar la elaboración de su minuta a través de un notario. La notaria elegida fue “NOTARIA DE LA PARRAGA” ubicada en Jr. Risso 177 en el distrito de Lince, los requisitos que solicitó la notaria fueron: dos copias del DNI de cada uno de los socios y cónyuges, la búsqueda y reserva del nombre de la empresa junto con dos copias, el archivo (PDF, Word, Excel) en USB con el giro del negocio y la lista de bienes para el capital y por último el formato de declaración jurada y fecha de solicitud de constitución de empresa.

Imagen N° 32
RESERVA DE NOMBRE EN REGISTROS PÚBLICOS

<u>RESERVA DE NOMBRE</u>	
<u>REGISTROS DE PERSONAS JURÍDICAS</u>	
NÚMERO DE TÍTULO	2019-123456
FECHA DE PRESENTACIÓN	20/11/2020
<hr/> <p>Se concede la reserva de nombre de la denominación HEALTHY JEANS S.A.C y la denominación abreviada HEALTHY JEANS. Recibo N° 0027007, Lima 20/12/2020.</p>	

FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA

ELABORADO POR: EQUIPO DE TRABAJO PARA FINES ACADÉMICOS

Imagen N° 33 GIRO DEL NEGOCIO Y LISTA DE BIENES PARA EL CAPITAL

DECLARACIÓN JURADA DE APORTE DE BIENES

Consta por el presente documento que yo ANTHONY VENTOCILLA MELGAR identificado con DNI 47785132, en calidad de socio declaro aporte al capital social de la empresa HEALTHY JEANS SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA, indicando que el criterio usado para su valoración es el de su valor de mercado.

1. ANTHONY VENTOCILLA MELGAR		SOLES
BIENES / CAPITAL	PLATA EN SOLES	60,000
2. JENNY SUAREZ CUAILA		SOLES
BIENES / CAPITAL	PLATA EN SOLES	60,000
3. KARINA VILLANUEVA ESQUIVES		SOLES
BIENES / CAPITAL	PLATA EN SOLES	60,000
TOTAL, DE APORTES BIENES / CAPITAL		180,000

DETALLE DE LOS BIENES APORTADOS.

Lo que hace un total general de S/. 180,000.00 (Ciento ochenta Mil y 00 /100 Nuevos soles). Como aportes en bienes, muebles al capital de la empresa.

Lima, 23 de noviembre del 2020

ANTHONY VENTOCILLA MELGAR

D.N.I 47785132

JENNY SUAREZ CUAILA

D.N.I 43699291

KARINA VILLANUEVA ESQUIVES

D.N.I 72809582

Fuente: investigación propia

Elaborado por: equipo de trabajo para fines académicos

Una vez reunidos los requisitos los integrantes de la empresa se presentaron ante la notaria y solicitaron la elaboración del acta constitutiva (minuta). El costo fue de ciento cincuenta nuevos soles y fue entregada en 5 días hábiles. Cabe resaltar que el costo y el tiempo de espera son distintos dependiendo de la notaria elegida.

Imagen N° 34 ACTA CONSTITUTIVA (MINUTA) DE HEALTHY JEANS

SEÑOR NOTARIO:

SÍRVASE EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PÚBLICAS UNA CONSTITUCIÓN SIMULTÁNEA DE SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA QUE OTORGAN:

ANTHONY VENTOCILLA MELGAR: DE NACIONALIDAD PERUANA OCUPACIÓN ADMINISTRADOR CON DNI N° 47785132 ESTADO CIVIL SOLTERO.

JENNY SUAREZ CUAILA DE NACIONALIDAD PERUANA OCUPACIÓN ADMINISTRADOR CON DNI N° 43699291 ESTADO CIVIL SOLTERO.

KARINA VILLANUEVA ESQUIVES DE NACIONALIDAD PERUANA OCUPACIÓN ADMINISTRADOR CON DNI N° 72809582 ESTADO CIVIL SOLTERO.

TODOS SEÑALANDO DOMICILIO COMÚN PARA EFECTOS DE ESTE INSTRUMENTO EN JR. MOGABUROS 144. PROVINCIA LIMA. DEPARTAMENTO LIMA.

EN LOS TÉRMINOS SIGUIENTES:

PRIMERO: POR EL PRESENTE PACTO SOCIAL LOS OTORGANTES MANIFIESTAN SU LIBRE VOLUNTAD DE CONSTRUIR UNA SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA BAJO LA DENOMINACIÓN DE **HEALTHY JEANS SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA.**

SE OBLIGAN A EFECTUAR LOS APORTES PARA LA FORMACIÓN DE CAPITAL SOCIAL Y A FORMALIZAR EL CORRESPONDIENTE ESTATUTO.

SEGUNDO: EL MONTO DEL CAPITAL SOCIAL ES s/. 100,000.00 (CIEN MIL Y 00/100 NUEVOS SOLES) REPRESENTADOS POR 3 ACCIONES NOMINATIVAS DE UN VALOR NOMINAL DE s/. 1000 (MIL Y 00/100 NUEVOS SOLES) CADA UNA SUSCRITAS Y PAGADAS DE LA SIGUIENTE MANERA.

ANTHONY VENTOCILLA MELGAR SUSCRIBE 500 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA s/.5000 (CINCO MIL Y 00/100 NUEVOS SOLES DE BIENES DINERADOS.

JENNY SUAREZ CUAILA SUSCRIBE 500 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA s/.5000 (CINCO MIL Y 00/100 NUEVOS SOLES DE BIENES DINERADOS.

KARINA VILLANUEVA ESQUIVES SUSCRIBE 500 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA s/.5000 (CINCO MIL Y 00/100 NUEVOS SOLES DE BIENES DINERADOS.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO

TERCERO: LA SOCIEDAD SE REGIRÁ POR ESTATÚTO SIGUIENTE, EN TODO LO NO PREVISTO POR ESTE SE ESTARÁ A LO DISPUESTO POR LA LEY GENERAL DE SOCIEDADES – LEY 28687. QUE EN DELANTE SE DENOMINA “LA LEY”.

Fuente: investigación propia
Elaborado por: equipo de trabajo para fines académicos

✓ **ABONO DE CAPITAL Y BIENES**

Healthy Jeans apertura una cuenta en el banco SCOTIABANK para depositar el dinero que los socios deseaban aportar a la empresa, el monto mínimo que solicita dicha entidad para la apertura es de mil nuevos soles.

✓ **ELABORACIÓN DE ESCRITURA PUBLICA**

Healthy Jeans trabajará con la misma notaria con la que realizó su acta constitutiva (minuta), “NOTARIA DE LA PARRAGA” Para la elaboración de su escritura pública, los requisitos son: DNI de cada uno de los socios de la empresa, formato de acto constitutivo (minuta) y el depósito o Boucher de abono en dinero a la cuenta aperturada.

Gráfico N° 16
ESCRITURA PÚBLICA DE HEALTHY JEANS

SEÑOR NOTARIO:
SÍRVASE EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PÚBLICAS UNA CONSTITUCIÓN SIMULTÁNEA DE SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA QUE OTORGAN:

ANTHONY VENTOCILLA MELGAR: DE NACIONALIDAD PERUANA OCUPACIÓN ADMINISTRADOR CON DNI N° 47785132 ESTADO CIVIL SOLTERO.

JENNY SUAREZ CUAILA DE NACIONALIDAD PERUANA OCUPACIÓN ADMINISTRADOR CON DNI N° 43699291 ESTADO CIVIL SOLTERO.

KARINA VILLANUEVA ESQUIVES DE NACIONALIDAD PERUANA OCUPACIÓN ADMINISTRADOR CON DNI N° 72809582 ESTADO CIVIL SOLTERO.

TODOS SEÑALANDO DOMICILIO COMÚN PARA EFECTOS DE ESTE INSTRUMENTO EN JR. MOGABUROS 144. PROVINCIA LIMA. DEPARTAMENTO LIMA.

EN LOS TÉRMINOS SIGUIENTES:

PRIMERO: POR EL PRESENTE PACTO SOCIAL LOS OTORGANTES MANIFIESTAN SU LIBRE VOLUNTAD DE CONSTRUIR UNA SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA BAJO LA DENOMINACIÓN DE **HEALTHY JEANS SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA**.

SE OBLIGAN A EFECTUAR LOS APORTES PARA LA FORMACIÓN DE CAPITAL SOCIAL Y A FORMALIZAR EL CORRESPONDIENTE ESTATUTO.

SEGUNDO: EL MONTO DEL CAPITAL SOCIAL ES s/. 100,000.00 (CIEN MIL Y 00/100 NUEVOS SOLES) REPRESENTADOS POR 3 ACCIONES NOMINATIVAS DE UN VALOR NOMINAL DE s/. 1000 (MIL Y 00/100 NUEVOS SOLES) CADA UNA SUSCRITAS Y PAGADAS DE LA SIGUIENTE MANERA.

ANTHONY VENTOCILLA MELGAR SUSCRIBE 500 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA s/.5000 (CINCO MIL Y 00/100 NUEVOS SOLES DE BIENES DINERADOS).

JENNY SUAREZ CUAILA SUSCRIBE 500 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA s/.5000 (CINCO MIL Y 00/100 NUEVOS SOLES DE BIENES DINERADOS).

KARINA VILLANUEVA ESQUIVES SUSCRIBE 500 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA s/.5000 (CINCO MIL Y 00/100 NUEVOS SOLES DE BIENES DINERADOS).

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO

TERCERO: LA SOCIEDAD SE REGISTRARÁ POR ESTATUTO SIGUIENTE, EN TODO LO NO PREVISTO POR ESTE SE ESTARÁ A LO DISPUESTO POR LA LEY GENERAL DE SOCIEDADES – LEY 28687. QUE EN DELANTE SE DENOMINA “LA LEY”.

Fuente: investigación propia
Elaborado por: equipo de trabajo para fines académicos

✓ **INSCRIPCIÓN EN REGISTROS PÚBLICOS**

“NOTARIA DE LA PARRAGA” se encargará de la inscripción de la empresa en los registros públicos, ya que, una vez obtenida la escritura pública, es necesario llevarla a SUNARP.

✓ **INSCRIPCIÓN AL RUC PARA PERSONA JURÍDICA**

Este es el último paso que realizó Healthy Jeans para ser una empresa constituida formalmente ante SUNARP. Los requisitos para la inscripción al RUC para persona jurídica son los siguientes: DNI vigente de cada uno de los socios, además del original y fotocopia de la partida registral certificada por los registros públicos y por último cualquier documento privado o público en el que conste la dirección del domicilio fiscal que se declara.

• **AUTORIZACIONES LEGALES**

✓ **AUTORIZACIONES MUNICIPALES**

La empresa Healthy Jeans tiene localizada sus oficinas donde sus socios se encargarán de llevar un orden de todos sus pedidos y así mismo recibir a los futuros clientes que deseen visitar las instalaciones, Estas oficinas cuentan con un almacén en donde llegarán los pantalones ecológicos, este proceso servirá para revisar detalladamente el control de calidad que busca tener la empresa. La oficina se encuentra ubicada en el distrito de Jesus Maria, exactamente en la dirección de Jr. Mogaburos 144.

La municipalidad de Jesus Maria solicita una licencia de funcionamiento para que Healthy Jeans pueda iniciar sus operaciones.

• **LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO**

Healthy Jeans obtendrá Licencia de funcionamiento básica debido a que serán oficinas administrativas y no de comercialización directa, además que el local en mención mide menos de 100 m2 lo cual es uno de los requisitos para obtener la licencia según la municipalidad de Jesus Maria.

Los requisitos que presentó Healthy Jeans para obtener la licencia de funcionamiento fueron:

Imagen N° 35
FORMATO DE DECLARACIÓN JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

MUNICIPALIDAD DE JESUS MARIA	FORMATO DE DECLARACIÓN JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	N° EXPEDIENTE	123456
		FECHA DE RECEPCIÓN	26/12/2020
		N° DE RECIBO DE PAGO	2112
Ley N° 28976 - ley Marco de Licencia de Funcionamiento y Modificaciones			

I MODALIDAD DE TRAMITE QUE SOLICITA (Marcar más alternativas si necesita)

<p>Licencia de funcionamiento</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Indeterminada</p> <p><input type="checkbox"/> Temporal</p> <p><input type="checkbox"/> Para censionario</p> <p><input type="checkbox"/> Para mercados de abastos, galerías y centro comerciales</p>	<p>Cambio o modificaciones</p> <p><input type="checkbox"/> Cambio de denominación o nombre comercial de la persona jurídica (solo completar secciones I, II y III)</p> <p>N° de Licencia _____</p> <p><input type="checkbox"/> Transferencia de Licencia de Funcionamiento (Solo completetar secciones I, II y III)</p> <p>N° de Licencia _____</p>	<p>Otros</p> <p><input type="checkbox"/> Cese de actividades (Solo completar secciones I, II y III)</p> <p><input type="checkbox"/> Otros (Especificar)</p> <p>_____</p>
--	---	--

II DATOS DEL SOLICITANTE

Apellidos y Nombre / Razón Social

HEALTHY JEANS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA

N° DNI	N° DE RUC	N° TELEFONO	CORREO ELECTRONICO
	20406070100	940165214	healthyjeans@healthyjeans.com.pe

Direccion

Av./Jr./Ca.	N°/Int/Mz/Lt/Otros	Urb./ AAHHH/Otros	Distrito y Provincia
Jr. Los mogaburos 144 Jesus Maria Lima			

III DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL

Apellidos y Nombres	N° DNI / N° C.E	N° DE PARTIDA ELECTRONICA
Ventocilla Melga Anthony	47785132	620462



IV DATOS DEL ESTABLECIMIENTO			
Nombre Comercial			
Healthy Jeans Sociedad Anonima Cerrada			
Codigo CIU	Giro	Actividad	Zonificacion
1810	Empresa textil	Exportadora de Textiles	
Av./Jr./Ca.	N°/Int/Mz/Lt/Otros	Urb./ AAHHH/Otros	Distrito y Provincia
Jr. Los mogaburos 144 Jesus Maria Lima			
Croquis de ubicación			
Area total solicitada (m2)			
90 m2			
<p>_____</p> <p>Firma del solicitante / Representante legal / Apoderado</p> <p>DNI: 47785132</p> <p>APELLIDOS Y NOMBRES: VENTOCILLA MELGAR ANTHONY</p>			
<p>_____</p> <p>Firma y sello del calificador municipalidad</p> <p>APELLIDOS Y NOMBRES: YHONEL JIMENEZ HUAMAN</p>			

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: equipo de trabajo para fines académicos

Tabla N° 40
DETERMINACIÓN DE NIVEL DE RIESGO

INFORMACIÓN PROPORCIONADA POR EL SOLICITANTE PARA LA DETERMINACIÓN DEL NIVEL DE RIESGOS DEL ESTABLECIMIENTO OBJETO DE INSPECCIÓN			
DATOS DEL SOLICITANTE			
CONDUCTOR /ADMINISTRADOR ()		REPRESENTANTE LEGAL ()	PROPIETARIO (N)
RAZON SOCIAL: HEALTHY JEANS SOCIEDAD ANÓNIMA		RUC: 20406080100	
NOMBRES Y APELLIDOS: ANTHONY VENTOCILLA		TELEFONOS: 940165214	
DNI: 47785132			
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO OBJETO DE INSPECCIÓN			
ACTIVIDAD O GIRO: EMPRESA EXPORTADORA DE TEXTIL			
DIRECCIÓN / UBICACIÓN: JR. LOS MOGABUROS 144			
LOCALIDAD: LIMA	DISTRITO: JESUS MARIA	PROVINCIA: LIMA	DEPARTAMENTO: LIMA
CARACTERÍSTICAS DEL ESTABLECIMIENTO OBJETO DE INSPECCIÓN DECLARADAS POR EL SOLICITANTE			
FUNCIÓN	CORRESPONDE		NO CORRESPONDE
6. OFICINAS ADMINISTRATIVAS			
6.1 Edificación hasta cuatro (4) pisos y/o plancha techada por piso	x		
6.3 Edificación ubicado en cualquier piso de piso de edificaciones			X
6.4 Edificación ubicado en cualquier piso de piso de edificaciones			X
6.5 Edificación con cualquier número de pisos con plancha techadas			X
8. ALMACEN			
8.1 Almacén o estacionamiento no techado; puede incluir áreas administrativas	x		
8.2 Almacén o estacionamiento techado			X
8.3 Almacén de productos explosivos, pirotécnicos y relacionados			X
NOMBRES Y APELLIDOS: ANTHONY VENTOCILLA			
DNI: 47785132			
FECHA: 25/12/2020			

Imagen N° 36 DECLARACIÓN JURADA (PERSONA JURÍDICA)

DECLARACIÓN JURADA

(Persona Jurídica)

HEALTHY JEANS SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA con RUC N° 20406080100, con domicilio fiscal ubicado en JR. LOS MOGABUROS 144 EN EL DISTRITO DE JESUS MARIA mediante declaración jurada declara que:

ANTHONY VENTOCILLA MELGAR identificado con N° 47785132, con domicilio fiscal ubicado en JR. MANUEL SEGURA 162 Lince cuenta con representación vigente en nuestra empresa, la cual se encuentra inscrita en Registro Públicos – SUNARP

Partida N°: 123456789

Asiento N° 987654

Atentamente:

ANTHONY VENTOCILLA MELGAR

DNI. N° 47785132

TELEFONO: 940165214

Elaborado Por: Equipo De Trabajo Para Fines Académicos

Imagen N° 37 CERTIFICADO DE INSPECCIÓN TÉCNICA DE SEGURIDAD EN DEFENSA CIVIL BÁSICA

**CERTIFICADO DE INSPECCIÓN TÉCNICA DE SEGURIDAD EN DEFENSA
CIVIL BÁSICA**

N° 012345

El órgano ejecutante de la inspección técnica seguridad en defensa civil, en cumplimiento de lo establecido en el D.S. N° 006-2007-PCM.

Realizó la inspección técnica de seguridad en defensa civil al inmueble / establecimiento / local comercial) HEALTHY JEANS SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA ubicada en JR. LOS MOGABUROS 144 en el distrito de JESUS MARIA conducido por OFICINAS ADMINISTRATIVAS DE EMPRESA EXPORTADORA DEL SECTOR TEXTIL con el giro de ADMINISTRATIVA.

El que suscribe certifica que el objeto de inspección antes señalado, CUMPLE con lo dispuesto en las normas de seguridad de defensa civil vigentes.

“El presente certificado ITSDC no constituye autorización alguna para el funcionamiento o apertura del local comercial”

Capacidad Máxima de local (10) diez personas N° de resolución 123456789101112 expedí: 5019 -2019 vigencia del 20/12/2020 al 20/12/2021

Lugar y fecha: Jesús María 03 de ENERO DEL 2021

Elaborado Por: Equipo De Trabajo Para Fines Académicos

Imagen N° 38
CERTIFICADO DE SEGURIDAD EN DEFENSA CIVIL

CERTIFICADO DE SEGURIDAD EN DEFENSA CIVIL

El órgano ejecutante de la Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil de acuerdo con el D.S N° 0066-2019 PCM realizó la inspección técnica básica al inmueble HEALTHY JEANS SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA ubicada en JR. LOS MOGABUROS 144 JESUS MARIA certificando que la instalación, o recinto objeto de inspección CUMPLE con las normas de seguridad en Defensa Civil.

N° DE INFORME TÉCNICO SANITARIO: 123456789º

LUGAR Y FECHA: JESUS MARIA 25/12/2020

AUTORIDAD DE DEFENSA CIVIL

Elaborado Por: Equipo De Trabajo para Fines Académicos

A continuación, se mostrarán los costos que demandaron tener todos los requisitos para obtener la licencia de funcionamiento.

Imagen N° 39
MODELO DE COSTOS PARA OBTENER LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

PAGO POR DERECHO DE LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	MONTO EN SOLES	%UIT
Derecho de inspección de Defensa Civil	141.45	3.984
Certificado expedido por INDECI	150.00	4.225
Derecho de cartón de licencia de funcionamiento	10.00	0.281
a) Grifo, Servicentro u otros similares	600.00	16.90
b) Venta de combustible, lavado y engrase, lubricantes	450.00	12.68
c) Camal	400.00	11.27
d) Almacén para depósito en general (minerales y otros)	500.00	14.08
e) Distribuidora de materiales de construcción	120.00	3.38
f) Fábrica de blquetas, tejas, tubos de concreto, etc.	150.00	4.23
g) Embarque y desembarque de pasajeros	400.00	11.27
h) Distribuidora de Abarrotes por mayor	150.00	4.23
i) Distribuidora de Gaseosas, Cervezas, licores y otros similares	120.00	3.38
j) Fábrica de textiles	120.00	3.38
k) Distribuidora de materiales de construcción	150.00	4.23
l) Vulcanizadora	200.00	5.63
m) Molinería	120.00	3.38
n) Venta de vehículos, maquinarias, equipos u otros similares	120.00	3.38
o) Hotel	200.00	5.63
p) Hostal	150.00	4.225
q) Casa pensión, casa hospedaje particular	120.00	3.38
r) Establecimientos de Educación (Inicial, Primaria y Secundaria)	250.00	7.04
s) Restaurante Turístico	120.00	3.38
t) Establecimiento de salud	140.00	3.94
u) Bancos, Agencias Bancarias		
v) Salón de juego pin ball, nintendo y similares	180.00	5.07
w) Salón de Juego, billares y afines	180.00	5.07
x) Act. Industriales, CIA o afin y Constructora & Consultoría	300.00	8.45
y) Agregados de construcción	150.00	4.225

Elaborado Por: Equipo De Trabajo Para Fines Académicos

Healthy Jeans presenta su licencia de funcionamiento otorgada por la Municipalidad de Jesus Maria (dirección donde realizará sus funciones):

Imagen N° 40 LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

LICENCIA ÚNICA DE FUNCIONAMIENTO

Licencia única de Funcionamiento para área hasta 100 m²

Ordenanza: 003583 – 2015

FECHA EMISIÓN: ----

En uso de las facultad por la Ley Orgánica de Municipalidades – Ley 27972, Ley Marco de Licencias de Funcionamiento Ley 28976, Ordenanza n° 235 – MDJM Ord Reguladora de la Licencia única de Funcionamiento en el distrito de fecha 10/08/2007 , Ordenanza N°2525-MDJM, Ordenanza N°1017-MML, que aprueba el reajuste integral de la zonificación de los usos del suelo de los distritos Breña, Jesús María, Magdalena del Mar (parcial), Lince y Pueblo Libre, que forman parte del área de Tratamiento Normativo II de Lima Metropolitana de fecha 16/07/ 2007, y habiéndose cumplido con los requisitos establecidos en la Ordenanza N° 128- MJM que aprueba el Texto único se Procedimientos Administrativos y sus Modificaciones, Ordenanza N° 1515 – MJM, Decreto de Alcaldía N° 013— 2004.MJM y Decreto de Alcaldía n- 016-2004-MJM de adecuación de Expedientes y Solicitudes en trámite a los procedimientos aprobados de Nuevo Texto único de Procedimientos Administrativos de la Municipalidad, se concede el presente Certificado de Autorización Municipal de Funcionamiento Definitiva.

A: ANTHONY VENTOCILLA MELGAR

RUC: 20406080100

ZONIFICACIÓN: RDA (RESIDENCIAL DE DENSIDAD ALTA)

UBICACIÓN: JR. LOS MOGABUROS N° 144

HORARIO AUTORIZADO (S): EXPORTACIÓN DE TEXTILES

HORARIO AUTORIZADO: 8: 000 A.M. – 11: 00 A.M.

DEBERÁ TRAMITAR LUEGO DE RECEPCIONR LA PRESENTE EL CERTIFICA0 FAVORABLE DE DEFENSA CIVIL DE CONFORMIDAD CON EL DECRETO SUPREMO N° 066-2007-PCM

ELPRESENTE CERTIFICADO DEBERÁ COLOCARSE EN UN LUGAR VISIBLE

OBSERVACIONES:

. No debe ser objeto de quejas vecinales fundadas, bajo apercibimiento de imponerse las sanciones correspondientes y proceder de acuerdo de Ley.

- No se autoriza el uso de pasadizos ni áreas comunes con fines comerciales, bajo apercibimiento de imponerse las sanciones correspondientes y proceder de acuerdo con ley.

El local debe contar con Certificado de Fumigación y Carné de Sanidad todas aquellas personas que brinden las sanciones correspondientes.

Deberá de mantener las condiciones de salubridad e higiene, caso contrario se procederá a imponerse las sanciones correspondientes.

- Se privilegia los principios de veracidad y de control posterior, por lo que existe sujeción a verificación y fiscalización posterior de acuerdo con lo establecido por el artículo 4 de la Ord. N° 235 – MDJM, Ordenanza Regulatoria de la Licencia Única de control posterior, por lo que está sujeto a la aplicación de las sanciones administrativas correspondientes declarándose la nulidad o no renovación de la Licencia.

- Respecto a la verificación técnica y Defensa Civil con fines de verificar si el establecimiento cuenta con el acondicionamiento según el Reglamento Nacional de Edificaciones y la Normas de seguridad, de no encontrarse conforme será casual de renovación la Licencia única según lo establecido en el Art. 13° y el Art. 20 de la Ord. N° 235-amdjm, de fecha 10/08/2007.

- Con informe Técnico N° 148-2015-MDJM/GDUyA/SGAA, de fecha 19.03.2015. El administrativo ha cumplido con presentar la documentación correspondiente, de acuerdo con la Ordenanza N° 343-MDJM que aprueba el texto Único de Procedimientos Administrativos- TUPA de la Municipalidad de Jesús María.

- Deberá de dar cumplimiento de norma CE,040 sobre Uso y Mantenimiento de Edificaciones de RNE.

- Deberá actualizar el área comercial del establecimiento en la Gerencia de Rentas.

- Deberá realizar la carga y descarga de mercados en los horarios establecidos en las normas vigentes.

- Cuenta con un área total de 44.00 m², por lo que no es necesario dotarlo de estacionamientos según Ordenanza N° 241.- MDJM.

- Cuenta como declaración de fábrica como local comercial según Partida N°1150242, inscrita en Registros Públicos.

- De acuerdo con la Ord. N° 285-MDJM, deberá exhibir en un lugar visible al público un cartel que señale lo siguiente: "EN ESTE LOCAL Y EN TODO EL DISTRITO DE JESÚS MARÍA ESTA PRHIBIDO LA DISCRIMINACIÓN ENTRE PERSONAS"

- El giro de VENTA DE PRODUCTOS TEXTILES cuenta con el Código del Índice de Usos: G.52.3.1,02

Elaborado Por: Equipo De Trabajo Para Fines Académicos

- **REGISTRO DE MARCA**

La importancia de la marca es para que todos los clientes finales puedan identificar los productos de la empresa, puede ser una figura, palabra o símbolo. Además de expresar cualidad de la empresa y diferenciación. Healthy Jeans es una empresa que además de cuidar la calidad de sus productos también se preocupa por el medio ambiente, es decir tiene una moda ecológica y eso es lo que se ve reflejado con el nombre de la empresa.

El objetivo de la marca es que los clientes se encuentren satisfechos por los productos que Healthy Jeans ofrece ya que de esta manera sabrá reconocer el valor de la marca convirtiéndola en un valor diferencial de la empresa, por eso se debe elegir cuidadosamente el nombre de la marca. Son muchas las ventajas de registrar la marca, ya que la empresa tiene derecho sobre la misma y así puede impedir que terceros lo usen sin su permiso denunciando ante Indecopi cualquier acto de apropiación.

Si alguna otra persona desea usar la marca registrada como Healthy Jeans se puede transferir o ceder los derechos a través de contratos de licencia o franquicias a cambios de regalías monetarias. Otra ventaja importante es que con el registro de marca se protege un activo valioso, aumentando el valor patrimonial de la empresa Healthy Jeans inclusive puede ser empleado como garantía de un préstamo o financiación.

Healthy Jeans registrará su marca como “HEALTHY JEANS” Esto impediría que otras empresas dedicadas al mismo rubro utilicen o registren signos similares a su marca. En la página oficial de INDECOPI¹⁸ se pueden observar los diferentes tipos de marcas que se pueden registrar.

Pasos para registrar la marca:

- ✓ Elegir una marca la cual debe ser corta, sencilla y creativa para que sea fácil de recordar. No imitar marcas existentes del mercado.
- ✓ Evaluar si la marca es viable con el buscador de antecedentes para saber si la marca puede ser registrada con éxito y así evitar duplicados.

¹⁸ Véase: www.indecopi.gob.pe

- ✓ Una vez recibida la respuesta positiva sobre la viabilidad de la marca, previo pago de la tasa se puede presentar la solicitud desde la plataforma registro virtual de marca en Indecopi.

El pago se realiza desde el Banco De La Nación, el costo es de 534 soles y vale por 10 años, es decir cada 10 años se debe renovar y hacer el mismo pago. El proceso de registro de marca toma 45 días hábiles

Figura N° 5 TIPO DE MARCA



Elaborado Por: Equipo De Trabajo

Healthy Jeans debe ingresar su marca en Peruanizado es un buscador gratuito que permite clasificar productos o servicios. Antes de iniciar el proceso se debe buscar si la marca suena igual o parecido a otra marca ya existente.

Healthy Jeans registrará su marca como nombre comercial, el cual es el signo que sirve para identificar una persona natural o jurídica en el ejercicio de su actividad económica. Los requisitos según INDECOPI para registrar a Healthy Jeans como marca de nombre comercial son:

- ✓ Completar y presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente (dos para la Autoridad y uno para el administrado).
- ✓ Indicar cuál es el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros).
- ✓ Si el signo es mixto, figurativo o tridimensional se deberá adjuntar su reproducción (tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores si se desea proteger los colores).

Una vez que la marca esté lista es importante incluir la protección de los elementos de la propiedad intelectual, es decir planificar y desarrollar una estrategia que permita la protección de la marca en un mercado internacional en el caso de Healthy Jeans en España cuya clase es la clase 25 perteneciente a los pantalones jeans.

- **PROTECCIÓN DE REGISTRO DE MARCA ES EXCLUSIVO DEL PAIS DE REGISTRO**

La protección del registro de marca es exclusiva dentro del territorio donde se registra, es decir en Perú. Si se desea hacer el uso de la marca en otros países, es necesario registrar la marca en la oficina de propiedad industrial del país de destino de las exportaciones.

Al no estar registrado la marca en España se podría estar infringiendo derechos de marcas registradas a favor de terceros en dicho país y se pueden aplicar sanciones como el decomiso de productos o bienes hasta la imposición de multa. Indecopi se encuentra registrado en Tmview (European Trade Mark and Design Network)¹⁹ el cual es un portal donde se puede tener acceso de marcas registradas y en trámites en el mundo entero.

Si en el otro país no está en vigente la marca se puede solicitar la marca sin problema y si se encuentra vigente verificar si no está en uso, si la marca no se encuentra en uso se puede pedir la cancelación de marca y de esa manera registrarla conforme a la legislación de España. Si esta en uso se puede llegar a un acuerdo con el dueño de la marca.

Por motivos culturales o de lenguaje es importante verificar que no exista ninguna prohibición dentro del país que quieres llegar. La marca Healthy Jeans se encuentra escrita en inglés ya que es un idioma mundial y de fácil acceso a distintas partes del mundo. Y en español significa Jeans Saludables, de esa manera no se infringe ninguna prohibición dentro del país de destino.

¹⁹ Véase en:

<https://aulavirtual.promperu.gob.pe/Course/ViewCursoOnline?CursoOnlineId=1053&MatriculaCursoOnlineId=37616>

Imagen N° 41
SOLICITUD DE REGISTRO DE NOMBRE COMERCIAL



DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS
SOLICITUD DE REGISTRO DE NOMBRE COMERCIAL

1. DATOS DEL SOLICITANTE

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

<input type="checkbox"/> PERSONA NATURAL	<input type="checkbox"/> PERSONA JURÍDICA
Tipo de empresa (*) (marque de corresponder): <input type="checkbox"/> Micro <input type="checkbox"/> Pequeña <input type="checkbox"/> Mediana <input type="checkbox"/> Otra: _____	
Nombre o Denominación / Razón Social (conforme aparece en su documento de identidad o de constitución) HEALTHY JEANS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	
Nacionalidad / País de Constitución: PERU	Documento de Identidad (marcar y llenar según corresponda: Persona Natural: DNI <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> / Persona Jurídica RUC <input type="checkbox"/> 20406080100
Representante Legal (Llenado obligatorio en caso de ser Persona Jurídica): ANTHONY VENTOCILLA MELGAR	
Domicilio para envío de notificaciones en el Perú Dirección: JR. LOS MOGABUROS 144 Distrito: JESUS MARIA Provincia: LIMA Departamento: LIMA Referencias de domicilio:	
En caso de contar con el servicio de casilla electrónica, indicar el número de usuario de cuenta (previa suscripción de contrato en www.indecopi.gob.pe) De llenar este campo, todas las notificaciones serán enviadas a esta casilla.	Número de teléfono fijo y/o celular

2. INFORMACIÓN REFERENTE AL PODER DE REPRESENTACIÓN (marcar la opción de corresponder):

(De tener el solicitante un documento de poder privado, se considerará como denominación del solicitante lo señalado en el encabezado del documento de poder; en caso de tener una partida registral, se tomará la denominación que consta en dicha partida)

<input type="checkbox"/>	Se adjunta documentación que acredita representación.
<input type="checkbox"/>	Documentación que acredita representación ha sido presentada en el expediente N°: <u>123456789</u> (Este expediente no debe tener una antigüedad mayor de 05 años, conforme a lo establecido en el artículo 40 de la Ley N° 27444)
<input type="checkbox"/>	Bajo declaración jurada informo que la facultad de representación se encuentra inscrita ante Sunarp, en la Partida registral N° <u>9999999</u> Asiento N° <u>9999999</u>

3. PAGO DE TASA ADMINISTRATIVA (No llenar si adjunta voucher)

N° de comprobante _____	Fecha de pago _____
-------------------------	---------------------

4. DATOS RELATIVOS AL NOMBRE COMERCIAL SOLICITADO

<p>4.1. Tipo de Signo:</p> <p><input type="checkbox"/> Denominativa (compuesto sólo por palabras y/o números)</p> <p><input type="checkbox"/> Denominativa con grafía (compuesta por una o más palabras con un tipo de letra particular, con o sin color)</p> <p><input type="checkbox"/> Mixta (combinación de palabras y elementos gráficos)</p> <p><input type="checkbox"/> Tridimensional (constituida por envases u otras formas, vistas de todos sus ángulos)</p> <p><input type="checkbox"/> Figurativa (compuesta sólo por una o más figuras, con o sin colores)</p> <p><input type="checkbox"/> Otros:</p>	<p>4.2. En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA, escriba la denominación a solicitar</p>	<p>4.3. Reproducción del Signo</p> <p>En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA CON GRAFÍA, MIXTA, FIGURATIVA O TRIDIMENSIONAL, insertar la reproducción de la marca.</p> <p>Se sugiere enviar <u>copia fiel del mismo logotipo</u> al correo: logos-dsd@indecopi.gob.pe. (formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles) Se considerarán los colores que se aprecian en la reproducción adjunta, salvo comunicación en contrario en cada expediente.</p>
<p>4.4. Precise si desea proteger el color o colores como parte del Nombre Comercial: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO (en caso de NO MARCAR alguna opción, se protegerán los colores que aparecen en la reproducción adjunta)</p>		
<p>4.5. Lista de Actividades Económicas (Es responsabilidad del usuario la correcta inclusión de las actividades económicas en la solicitud y su posterior verificación en la Gaceta electrónica del Indecopi)</p>		
<p>Clase</p>	<p>Actividades Económicas (se sugiere consultar la lista de productos y servicios a comercializarse con el nombre comercial en el buscador PERUANIZADO que se encuentra disponible en la página web del Indecopi)</p>	

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

<p>Firma (conforme aparece en su documento de identidad)</p>	<p>Nombre y/o calidad del firmante</p>
	<p>ANTHONY VENTOCILLA MELGAR</p>

IMPORTANTE: Toda información consignada en esta solicitud se considera cierta, en atención al Principio de presunción de veracidad reconocido en el Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, la misma que estará sujeta a fiscalización posterior.

EXAMEN DE FORMA: Dentro de los quince (15) días hábiles contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud, la Dirección verificará si la misma cumple con todos los requisitos previstos en los artículos 50 y 51 del Decreto Legislativo 1075. Si la solicitud contiene todos los requisitos, la Dirección emitirá la correspondiente orden de publicación.

PLAZO DEL PROCEDIMIENTO: 180 días hábiles contados desde el día siguiente de la presentación de la solicitud de registro.

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

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

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

LOGO DE HEALTHY JEANS MIXTO:

Healthy Jeans tendrá un logo con signos mixtos esto quiere decir que tendrá la combinación de palabras y signos

- **REGIMEN LABORAL Y MODALIDAD DE CONTRATACIÓN**

- ❖ **REGIMEN LABORAL:**

“En el Perú existen dos tipos de régimen que regulan la ley de los trabajadores, en primera instancia tenemos el régimen laboral público y el privado”²⁰.

Healthy Jeans se encuentra en la Ley N° 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, con vigencia de 3 años. Lo que caracteriza una microempresa de una pequeña empresa, es que en la microempresa se caracteriza por tener ventas anuales no mayores de 150 UIT²¹, mientras que la pequeña empresa se caracteriza por tener ventas anuales mayor a las 1700 UIT.

- ❖ **MODALIDAD DE CONTRATACIÓN**

Los colaboradores de Healthy Jeans tendrán un contrato indeterminado, ya que este tipo de contrato no tiene un plazo específico siendo la única causal de despido una grave falta. Los trabajadores deberán estar registrados en planilla, para recibir todos los beneficios que por ley ofrece el sistema laboral.

A continuación, se mostrarán los contratos indeterminados que tendrá Healthy Jeans con sus colaboradores, quienes según la minuta de constitución serán cuatro, compuestos por los 3 socios y un colaborador en calidad de asistente

²⁰ Diario El Peruano Publicación Hecha El 16/12/2018

²¹ La Unidad Impositiva Tributaria, valor en soles establecido por el Estado para determinar aspectos tributarios

Imagen N° 42
CONTRATO DE TRABAJO INDETERMINADO PARA JENNY SUAREZ CUAILA

CONTRATO DE TRABAJO INDETERMINADO

Conste el mediante presente documento, suscrito por duplicado con igual valor y tenor, el contrato de trabajo a tiempo indeterminado, que el amparo del texto único ordenado del decreto legislativo N° 728, Decreto supremo N° 003-97-TR, Ley de Productividad y competitividad Laboral y normas complementarias, que celebran de una parte HEALTHY JEANS SAC. Con RUC 20406080100 y domiciliado en el JIRON MOGABUROS 144 de esta ciudad debidamente representada por su titular ANTHONY VENTOCILLA MELGAR con DNI 47785132, a quien en adelante se le llamada LA EMPRESA y la otra parte JENNY SUAREZ CUAILA identificada con DNI 43699291, con domicilio en JR. LOS JASMINES 275 SAN LUIS a quien en adelante se e denominará EL TRABAJADOR en los términos y condiciones siguiente:

PRIMERO – ANTECEDENTES

LA EMPRESA, es una persona jurídica de derecho privado, cuyo objeto social es brindar servicios de exportación textil, para lo que necesita un profesional para cumplir con esa labor.

SEGUNDO – OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del contrato es que EL TRABAJADOR se obliga a prestar sus servicios a LA EMPRESA para realizar las actividades que LA EMPRESA requiera.

TERCERO – PLAZO DEL CONTRATO

La duración del presente contrato será por plazo indeterminado a partir de la suscripción del presente contrato.

CUARTO – CONTRAPRESTACIÓN

En contraprestación a los servicios DEL TRABAJADOR será una remuneración de 1500 nuevos soles que pagará LA EMPRESA por la cual esta se obliga a facilitar AL TRABAJADOR los materiales necesarios para que se desarrollen sus actividades, así como otorgarle las facilidades para que EL TRABAJADOR realice plenamente su labor

QUINTO – HORARIO DE TRABAJO

EL TRABAJADOR deberá prestar sus servicios en el siguiente horario: de 8 am a 1 pm y de 3 pm a 6 pm, de lunes a viernes, por tal razón y de acuerdo con los estipulado en las normas laborales se controlará el cumplimiento del pago con un libro planilla que LA EMPRESA tendrá para tal caso.

Elaborado Por: Equipo De Trabajo Para Fines Académicos

Imagen N° 43
CONTRATO DE TRABAJO INDETERMINADO PARA KARINA VILLANUEVA ESQUIVES

CONTRATO DE TRABAJO INDETERMINADO

Conste el mediante presente documento, suscrito por duplicado con igual valor y tenor, el contrato de trabajo a tiempo indeterminado, que el amparo del texto único ordenado del decreto legislativo N° 728, Decreto supremo N° 003-97-TR, Ley de Productividad y competitividad Laboral y normas complementarias, que celebran de una parte HEALTHY JEANS SAC. Con RUC 20406080100 y domiciliado en el JIRON MOGABUROS 144 de esta ciudad debidamente representada por su titular ANTHONY VENTOCILLA MELGAR con DNI 47785132, a quien en adelante se le llamada LA EMPRESA y la otra parte KARINA VILLANUEVA ESQUIVES identificada con DNI 72809582, con domicilio en JR. AZCONA 1130 BREÑA a quien en adelante se e denominara EL TRABAJADOR en los términos y condiciones siguiente:

PRIMERO – ANTECEDENTES

LA EMPRESA, es una persona jurídica de derecho privado, cuyo objeto social es brindar servicios de exportación textil, para lo que necesita un profesional para cumplir con esa labor.

SEGUNDO – OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del contrato es que EL TRABAJADOR se obliga a prestar sus servicios a LA EMPRESA para realizar las actividades que LA EMPRESA requiera.

TERCERO – PLAZO DEL CONTRATO

La duración del presente contrato será por plazo indeterminado a partir de la suscripción del presente contrato.

CUARTO – CONTRAPRESTACIÓN

En contraprestación a los servicios DEL TRABAJADOR será una remuneración de 1500 nuevos soles que pagará LA EMPRESA por la cual esta se obliga a facilitar AL TRABAJADOR los materiales necesarios para que se desarrollen sus actividades, así como otorgarle las facilidades para que EL TRABAJADOR realice plenamente su labor

QUINTO – HORARIO DE TRABAJO

EL TRABAJADOR deberá prestar sus servicios en el siguiente horario: de 8 am a 1 pm y de 3 pm a 6 pm, de lunes a viernes, por tal razón y de acuerdo con los estipulado en las normas laborales se controlará el cumplimiento del pago con un libro planilla que LA EMPRESA tendrá para tal caso.

Elaborado Por: Equipo De Trabajo Para Fines Académicos

Imagen N° 44
CONTRATO DE TRABAJO INDETERMINADO PARA EL ASISTENTE

CONTRATO DE TRABAJO INDETERMINADO

Conste el mediante presente documento, suscrito por duplicado con igual valor y tenor, el contrato de trabajo a tiempo indeterminado, que el amparo del texto único ordenado del decreto legislativo N° 728, Decreto supremo N° 003-97-TR, Ley de Productividad y competitividad Laboral y normas complementarias, que celebran de una parte HEALTHY JEANS SAC. Con RUC 20406080100 y domiciliado en el JIRON MOGABUROS 144 de esta ciudad debidamente representada por su titular ANTHONY VENTOCILLA MELGAR con DNI 47785132, a quien en adelante se le llamada LA EMPRESA y la otra parte HENRY DIAZ LAGOS identificado con DNI 12345678, con domicilio en JR. JUAN PABLO 125 BREÑA a quien en adelante se le denominara EL TRABAJADOR en los términos y condiciones siguiente:

PRIMERO – ANTECEDENTES

LA EMPRESA, es una persona jurídica de derecho privado, cuyo objeto social es brindar servicios de exportación textil, para lo que necesita un profesional para cumplir con esa labor.

SEGUNDO – OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del contrato es que EL TRABAJADOR se obliga a prestar sus servicios a LA EMPRESA para realizar las actividades que LA EMPRESA requiera.

TERCERO – PLAZO DEL CONTRATO

La duración del presente contrato será por plazo indeterminado a partir de la suscripción del presente contrato.

CUARTO – CONTRAPRESTACIÓN

En contraprestación a los servicios DEL TRABAJADOR será una remuneración de 930 nuevos soles que pagará LA EMPRESA por la cual esta se obliga a facilitar AL TRABAJADOR los materiales necesarios para que se desarrollen sus actividades, así como otorgarle las facilidades para que EL TRABAJADOR realice plenamente su labor

QUINTO – HORARIO DE TRABAJO

EL TRABAJADOR deberá prestar sus servicios en el siguiente horario: de 8 am a 1 pm y de 3 pm a 6 pm, de lunes a viernes, por tal razón y de acuerdo con los estipulado en las normas laborales se controlará el cumplimiento del pago con un libro planilla que LA EMPRESA tendrá para tal caso.

Elaborado Por: Equipo De Trabajo Para Fines Académicos

Imagen N° 45
CONTRATO DE TRABAJO INDETERMINADO PARA EL GERENTE GENERAL

CONTRATO DE TRABAJO INDETERMINADO

Conste el mediante presente documento, suscrito por duplicado con igual valor y tenor, el contrato de trabajo a tiempo indeterminado, que el amparo del texto único ordenado del decreto legislativo N° 728, Decreto supremo N° 003-97-TR, Ley de Productividad y competitividad Laboral y normas complementarias, que celebran de una parte HEALTHY JEANS SAC. Con RUC 20406080100 y domiciliado en el JIRON MOGABUROS 144 de esta ciudad debidamente representada por la junta de socios a quien en adelante se le llamada LA EMPRESA y la otra parte ANTHONY VENTOCILLA MELGAR identificado con DNI 47785132, con domicilio en JR. GARZON 354 JESUS MARIA a quien en adelante se le denominara EL TRABAJADOR en los términos y condiciones siguiente:

PRIMERO – ANTECEDENTES

LA EMPRESA, es una persona jurídica de derecho privado, cuyo objeto social es brindar servicios de exportación textil, para lo que necesita un profesional para cumplir con esa labor.

SEGUNDO – OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del contrato es que EL TRABAJADOR se obliga a prestar sus servicios a LA EMPRESA para realizar las actividades que LA EMPRESA requiera.

TERCERO – PLAZO DEL CONTRATO

La duración del presente contrato será por plazo indeterminado a partir de la suscripción del presente contrato.

CUARTO – CONTRAPRESTACION

En contraprestación a los servicios DEL TRABAJADOR será una remuneración de 930 nuevos soles que pagará LA EMPRESA por la cual esta se obliga a facilitar AL TRABAJADOR los materiales necesarios para que se desarrollen sus actividades, así como otorgarle las facilidades para que EL TRABAJADOR realice plenamente su labor

QUINTO – HORARIO DE TRABAJO

EL TRABAJADOR deberá prestar sus servicios en el siguiente horario: de 8 am a 1 pm y de 3 pm a 6 pm, de lunes a viernes, por tal razón y de acuerdo con los estipulado en las normas laborales se controlará el cumplimiento del pago con un libro planilla que LA EMPRESA tendrá para tal caso.

Elaborado Por: Equipo De Trabajo Para Fines Académicos

- **RÉGIMEN TRIBUTARIO**

“Son las categorías bajo las cuales una persona natural o persona jurídica que posee o va a iniciar un negocio debe estar registrada en SUNAT”²².

El régimen tributario que ha optado Healthy Jeans, está orientado para medianas y pequeñas empresas (MYPES).

Cabe referir que en este régimen se presenta una declaración anual del Impuesto a la Renta donde se paga el impuesto de la siguiente forma:

Hasta 15 UIT de la renta neta la tasa es de 10%. Si hay exceso, de esa cifra es el 29.5%. los pagos a cuenta de renta mensual se pueden deducir en el pago de la renta anual. En este régimen es obligatorio llevar libros y/o registros contables internos.

Accionistas: El gerente general será quien se hará el préstamo al banco para poder empezar el negocio, tendrá la potestad de toma de decisiones y toda la empresa dependerá de ello.

Directivos: Healthy Jeans está compuesto de 3 integrantes que se encargaran de todas las funciones de la empresa, logística, control de calidad, comercial, entre otros. Ellos serán quienes se encarguen de toda la parte administrativa y exportadora.

Empleados: Para ahorrar costos los mismos directivos se encargarán de hacer los trabajos básicos dentro de la empresa.

3.2.3 Estructura del negocio

Healthy Jeans cuenta como cuatro colaboradores dentro de su estructura de negocios. A continuación, mostraremos el organigrama elaborado por procesos, además de un cuadro de asignación de personal.

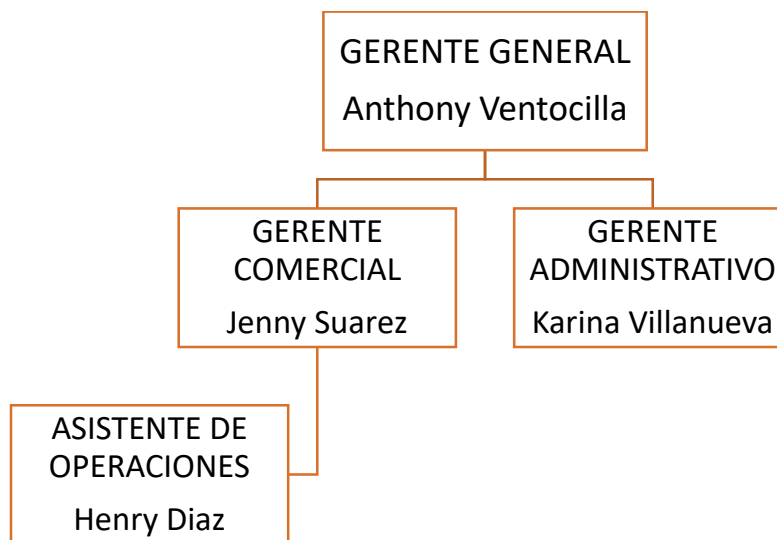
²² Diario Gestión Publicado 21/11/2017

- **ORGANIGRAMA Y DESCRIPCIÓN DE PROCESOS:**

“El organigrama es una representación gráfica del esqueleto de una organización, mostrando los cargos jerárquicos”²³.

El organigrama utilizado por Healthy jeans será de manera vertical de esa manera la empresa tendrá líneas más claras de gestión y un mayor control, esto se debe a que cuentan con departamentos relativamente pequeños.

Figura N° 6
ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA



Elaborado Por: Equipo De Trabajo

- **DESCRIPCIÓN DE PROCESOS:**

-GERENTE GENERAL: El gerente general de Healthy Jeans se encargará del proceso principal de la empresa el cual consiste en tener comunicación directa con los proveedores y distribuidores, además se encargará de llevar la parte financiera y contable de la empresa. El gerente general deberá notificar los movimientos tanto de entrada como de salida a sus socios para que de esa manera puedan llevar un movimiento transparente.

²³ Véase: www.concepto.de/organigrama/#ixzz6PmlNPfzq

Tabla N° 41
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE GERENTE GENERAL

NOMBRE DE PUESTO	GERENTE GENERAL
OBJETIVO DEL PUESTO	Planear, coordinar, dirigir y supervisar las áreas de producción y almacén (control de calidad), además de velar por la rentabilidad de nuestra empresa y velar por cumplir con los objetivos trazados. Todo con el objetivo final de hacer crecer nuestra empresa rumbo a la internacionalización.
PRINCIPALES FUNCIONES DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none"> • Administrar los recursos humanos financieros y materiales de la empresa. • Regular las políticas de crédito a nuestro distribuidor en el país de destino. • Realizar las negociaciones de venta y comercialización del producto. • Asegurar que la elaboración del producto sea bajo los mejores estándares de calidad
GÉNERO	Indiferente
NIVEL ACADEMICO REQUERIDO	Titulado de Universidad en carrera de administración y/o afines
EXPERIENCIA PROFESIONAL	Mínimo de dos años en cargos gerenciales y administrativos
DESTREZAS TÉCNICAS Y/O CONOCIMIENTOS ESPECIALES	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de tomas de decisiones. • Capacidad de trabajo en equipo. • Capacidad de técnicas de negociación. • Conocimientos en administración y gerencia

Elaborado Por: Equipo De Trabajo

-GERENTE COMERCIAL: El gerente comercial de Healthy jeans se encargará del proceso de exportación, todo lo relacionado con los trámites requeridos para poder exportar el producto al mercado de destino. Además, deberá verificar el proceso de calidad ya que Healthy Jeans busca diferenciarse del resto por la calidad de sus productos. El gerente comercial deberá velar porque los pantalones cumplan con todos los estándares de calidad que busca para posicionarse como la principal empresa exportadora de pantalones ecológicos del Perú.

Tabla N° 42
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE GERENTE COMERCIAL

NOMBRE DE PUESTO	GERENTE COMERCIAL
OBJETIVO DEL PUESTO	Supervisar, manejar y desarrollar el área de las ventas de los pantalones jeans de manera internacional, además de manejar adecuadamente el personal a su cargo de tal manera que incrementen las ventas.
PRINCIPALES FUNCIONES DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de estrategias comerciales para el incremento de las ventas mensuales y anuales. • Evaluación de los agentes del exterior. Evaluación de los proveedores locales y diseñadores de moda. • Desarrollo de objetivos por Área y perfeccionamiento de los procesos. • Creación y supervisión de nuevas unidades de negocios.
GÉNERO	Indiferente
NIVEL ACADEMICO REQUERIDO	Bachiller en ingeniería industrial, administración y/o afines
EXPERIENCIA PROFESIONAL	Experiencia de 3 años como ejecutivo comercial
DESTREZAS TÉCNICAS Y/O CONOCIMIENTOS ESPECIALES	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de tomas de decisiones. • Capacidad de trabajo en equipo. • Capacidad de técnicas de negociación. • Manejo de Excel avanzado

Elaborado Por: Equipo De Trabajo

-GERENTE ADMINISTRATIVO: El gerente administrativo se encargará del proceso legal de la empresa es decir de tener todos los documentos en regla para el debido funcionamiento de Healthy Jeans, además de las planillas administrativas es decir de cumplir con los pagos correspondientes según los contratos ya estipulados. Finalmente se encargará del proceso publicitario, es decir se encargará promocionar la empresa además de generar publicidad en redes sociales y mantener actualizada la página web.

Tabla N° 43
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE GERENTE ADMINISTRATIVO

NOMBRE DE PUESTO	GERENTE ADMINISTRATIVO Y FINANZAS
OBJETIVO DEL PUESTO	Supervisar, manejar y desarrollar el área legal de Healthy Jeans. Así como manejar las planillas de la empresa y el área de marketing de esta.
PRINCIPALES FUNCIONES DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de estrategias comerciales para el incremento de las ventas mensuales y anuales. • Desarrollo de objetivos por Área y perfeccionamiento de los procesos. • Creación y supervisión de nuevas unidades de negocios
GÉNERO	Indiferente
NIVEL ACADEMICO REQUERIDO	Bachiller en ingeniería industrial, administración y/o afines
EXPERIENCIA PROFESIONAL	Experiencia de 3 años como ejecutivo comercial
DESTREZAS TÉCNICAS Y/O CONOCIMIENTOS ESPECIALES	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de tomas de decisiones. • Capacidad de trabajo en equipo. • Capacidad de técnicas de negociación. • Manejo de Excel avanzado

Elaborado Por: Equipo De Trabajo

-ASISTENTE DE OPERACIONES: El asistente de operaciones se encargará del proceso de revisión del control de calidad, es decir trabajará de la mano con el gerente comercial para ayudar en lo que este necesite, de igual manera podrá ayudar en los demás procesos de requerir su ayuda.

Tabla N° 44
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE ASISTENTE DE OPERACIONES

NOMBRE DE PUESTO	ASISTENTE DE OPERACIONES
OBJETIVO DEL PUESTO	Manejar y desarrollar el control de calidad de los pantalones y verificar que se cumplan con todos los estándares de calidad.
PRINCIPALES FUNCIONES DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar el control de los pantalones jeans verificando que la calidad y las condiciones estipuladas sean las esperadas. • Apoyo de manera inmediata de cualquiera de los gerentes
GÉNERO	Indiferente
NIVEL ACADEMICO REQUERIDO	Estudiante en ingeniería industrial, administración y/o afines
EXPERIENCIA PROFESIONAL	Experiencia de 1 años en puestos similares
DESTREZAS TÉCNICAS Y/O CONOCIMIENTOS ESPECIALES	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de trabajo en equipo • Capacidad de técnicas de negociación • Manejo de Excel avanzado

Elaborado Por: Equipo De Trabajo

- **CUADRO DE ASIGNACIÓN DE PERSONAL**

El cuadro de asignación de personal más conocido como CAP de Healthy jeans es un documento de gestión institucional el cual contiene los cargos definidos y aprobados de la empresa. Todo esto hecho sobre la base de nuestro organigrama ya mostrado anteriormente

Tabla N° 45
CUADRO PÁRA ASIGNACIÓN DE PERSONAL

CUADRO PARA ASIGNACIÓN DE PERSONAL (Cap.)			
EMPRESA:	HEALTHY JEANS SAC		
SECTOR:	EMPRESA EXPORTADORA DEL SECTOR TEXTIL		
RUC:	20406080100		
N° DE ORDEN	NOMBRE DE PUESTO	NIVEL DE PUESTO	TOTAL, REQUERIDO
1	GERENTE GENERAL	3.0	1
2	GERENTE COMERCIAL	2.0	1
2	GERENTE ADMINISTRATIVO	2.0	1
3	ASISTENTE DE OPERACIONES	1.0	1

Elaborado Por: Equipo De Trabajo

El cuadro de asignación de personal de Healthy Jeans cuenta con el nombre de los puestos ya detallados anteriormente. Así como su nivel, a continuación, se dará una breve explicación sobre el mismo.

GERENTE GENERAL: Tiene como número de orden 1, porque es el representante legal de la empresa frente a los clientes (los distribuidores) y frente a los proveedores locales. Su nivel de puesto es el más alto (tres), ya que se encuentra en la cabeza de nuestro organigrama ya mostrado también, para este puesto solo se requiere una persona.

GERENTE COMERCIAL: tiene como número de orden 2, ya que le reporta directamente al gerente general quien será su jefatura directa. Su nivel de puesto es uno inferior al

del gerente ya que se encuentra bajo su supervisión. También solo se necesita contar con un solo colaborador en ese puesto.

GERENTE ADMINISTRATIVO: tiene como número de orden 2, ya que le reporta directamente al gerente general quien será su jefatura directa. Su nivel de puesto es uno inferior al del gerente ya que se encuentra bajo su supervisión. También solo se necesita contar con un solo colaborador en ese puesto.

ASISTENTE DE OPERACIONES: tiene como número de orden 3, ya que le reporta directamente al gerente comercial quien será su jefatura directa. Su nivel de puesto es uno inferior al del gerente comercial, ya que se encuentra bajo su supervisión. También solo se necesita contar con un solo colaborador en ese puesto.

3.3 Desarrollo del negocio

3.3.1 Comercialización

Healthy Jeans se dedica a la comercialización internacional de pantalones ecológicos con tela eco denim sin anilina, lo que significa que no se dedicará a la producción del producto, es decir Healthy Jeans trabajará de la mano con una empresa fabricante de pantalones jeans (KEOMA SAC). Esta empresa fabricará los pantalones con la tela eco denim del proveedor de Healthy Jeans (NUEVO MUNDO). En conclusión, Healthy Jeans se dedicará a comercializar más no a producir.

• FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO

**Gráfico N° 17
FICHA TÉCNICA**

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO

Nombre de la empresa: HEALTHY JEANS S.A.C
Dirección: Jr. Los Mogaburos 144 - Jesus María
Ciudad: Lima
Teléfono: 313-1312
Sitio Web: www.HealthyJeans.com.pe

NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO	PANTALONES JEANS CON TELA ECOAMIGABLE	
FOTOGRAFÍA	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	
	<p>Pantalón Jean con tela eco denim sin anilina, con un botón, un cierre color celeste claro y 2 bolsillos delanteros</p>   	
	Materia Prima	Eco denim sin anilina stretch
	Insumos	Botones, cierre, hilo y etiqueta
	Color	Celeste Claro
	Talla	34-36-38
Peso	386 Gramos, aprox.	
Uso y aplicación	Prenda de vestir para dama	

CANTIDAD DE PRODUCCIÓN ANUAL	9600 unidades
DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA	Madrid, España
PROCEDENCIA	Perú
PRINCIPAL MERCADO	España
POSICIÓN ARANCELARIA	6204620000
OTRAS CARACTERISTICAS	Disponible más de 9600 prendas
COMPOSICIÓN	Tipo de tejido: Eco denim 98 % Algodón y 2 % elastano

Fuente: Investigación Propia
Elaborado Por: Equipo De Trabajo

- **ESTACIONALIDAD**

Healthy Jeans tiene claro que las exportaciones hacia España tienen un rango de temporadas de alta demanda, por ello es por lo que han diseñado un cuadro de estacionalidad del producto, es decir cada cuánto tiempo y como serán las ventas según la demanda de pantalones jeans con tela eco denim.

**Tabla N° 46
IMPORTACIONES DE ESPAÑA DEL MUNDO EN EL 2018**

EXPORTADORES	ENE-18	FEB-18	MAR-18	ABR-18	MAY-18	JUN-18	JUL-18	AGO-18	SET-18	OCT-18	NOV-18	DIC-18
PROMEDIO TRIMESTRAL	423,148.00			359,492.00			403,584.00			295,172.00		
MUNDO (VALOR FOB \$)	148,102.00	132,757.00	142,289.00	143,672.00	119,869.00	95,951.00	146,406.00	144,769.00	112,409.00	110,057.00	106,565.00	78,550.00

Elaborado Por: Equipo De Trabajo. Fuente: Trade map

El cuadro muestra según nuestra fuente TRADE MAPS, en el año 2018 las importaciones que hizo España de pantalones jeans, una vez hecho un promedio trimestral (Healthy jeans exportará 4 veces al año) y con la demanda calculada (se enviará 10,029 pantalones jeans al año en 4 envíos) el primer trimestre es el más elevado quiere decir que es el mes donde se tendrá más demanda de pantalones.

- **PROGRAMA DE PRODUCCIÓN**

Como se explicó anteriormente Healthy Jeans no producirá directamente sus pantalones, sin embargo, estará pendiente de la producción por ello cuentan con el personal que se encontrará presencialmente vigilando que los productos cuenten con la calidad que la empresa espera y así brindar una gran experiencia de compra a sus consumidores finales.

- **HORARIO DE FUNCIONAMIENTO**

Healthy jeans tiene su local de funcionamiento ubicado en Jesus Maria en Lima Metropolitana. Y tendrá un horario de funcionamiento de lunes a viernes de 9 am a 6 pm y los colaboradores contarán con una hora de almuerzo. Llegando así a las 48 horas semanales requeridas de acuerdo con la ley. Durante el primer año de funcionamiento no se remunerarán las horas extras. Así que el personal deberá terminar sus deberes durante sus horas de trabajo.

3.3.2 Requerimientos

- **PERSONAL (HORARIOS Y REMUNERACIÓN)**

A continuación, se mostrarán los horarios de los colaboradores de Healthy Jeans con sus respectivas remuneraciones de acuerdo con los niveles de puestos ya mencionados anteriormente, los sueldos serán pagados mensualmente y todos contarán con los beneficios de acuerdo con la ley.

Tabla N° 47
HORARIOS Y REMUNERACIÓN

NOMBRE DE PUESTO	HORARIO	REMUNERACION
GERENTE GENERAL		2 MIL SOLES
GERENTE COMERCIAL	LUN - VIER 9 AM	1500 SOLES
GERENTE ADMINISTRATIVO	HASTA LAS 6 PM	1500 SOLES
ASISTENTE DE OPERACIONES		930 SOLES

Elaborado Por: Equipo De Trabajo

- **MÁQUINAS, EQUIPOS Y MOBILIARIOS**

A continuación, se mostrarán los equipos de oficina que se necesitarán para que Healthy Jeans empiece sus funciones, se debe mencionar también que todos los gastos de útiles de oficina como por ejemplo lapiceros, hojas bond, impresoras, etc. Serán contados en su plan financiero explicado en capítulo 5.

**Tabla N° 48
EQUIPO Y MOBILIARIOS**

ACTIVO	CANT.	V. UNIT.	TOTAL
Escritorios	1	340	340
Archivadores	1	251	251
Sillas gerenciales	1	180	180
Sillas secretaria	2	120	240
Estante	1	271	271
Muebles recepción	1	600	600
Contar recepción	1	800	800
Computadoras PC	3	1,525	4,576
Impresoras	1	508	508
Central telefónica	1	1,017	1,017
	13	Subtotal	8,783
		IGV	1,581
		TOTAL S/	10,364

ACTIVO	VALOR
Muebles oficina	2,682
Equipo de oficina	1,017
Equipo procesamiento de datos	5,085
Subtotal	8,783
IGV	1,581
TOTAL \$	10,364

Elaborado Por: Equipo De Trabajo

- ÁREAS (PLANO DEL LOCAL Y DISEÑOS DE INSTALACIONES)**

Como se dijo anteriormente Healthy jeans estará ubicado en el distrito de Jesus Maria en Lima metropolitana, será una oficina que cuente con 2 habitaciones ya distribuidas en el cuadro anterior y servicios higiénicos, además con una puerta de salida. Será una oficina ambientada a las necesidades de sus colaboradores y sus clientes ya que las reuniones se realizarán ahí.

Imagen N° 46
PLANO DEL LOCAL



Fuente: Imagen Extraída De Internet

Como se puede observar en el plano de Healthy jeans, es una oficina pequeña que cuenta con 2 ambientes ya distribuidos y servicios higiénicos. Será un ambiente cómodo para que los colaboradores se sientan a gusto de trabajar. En las siguientes imágenes se puede apreciar la oficina principal en este caso la del gerente principal. Esta es la oficina más arreglada y grande ya que acá se llevarán a cabo las reuniones con los proveedores y posibles clientes buscando así generar una buena impresión y confianza de seguir trabajando con nosotros.

Imagen N° 47
PLANO DEL LOCAL



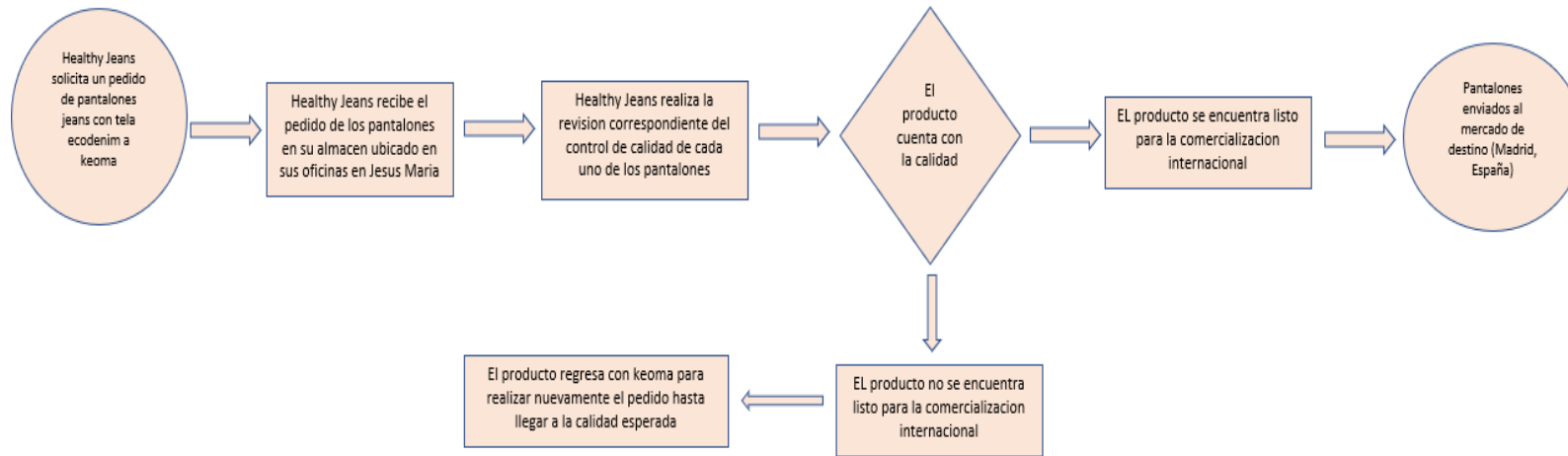
Fuente: Imagen Extraída De Internet

3.3.3 Operaciones

- **Logística de abastecimiento**

Healthy Jeans es una empresa dedicada a la comercialización internacional de pantalones jeans con tela eco denim sin anilina, como se explicó anteriormente, Healthy Jeans no se dedicará a la producción de sus productos. La empresa que se encargará de fabricar los pantalones jeans será KEOMA SAC. Ellos entregarán los pantalones y Healthy Jeans se encargará de comercializarlos internacionalmente. La primera actividad a realizar será que Healthy jeans solicite el pedido de pantalones con tela eco denim sin anilina a KEOMA, una vez que KEOMA fabrique los pantalones se los entregara ya empaquetados y paletizados a Healthy Jeans, Healthy Jeans realizará la revisión correspondiente al control de calidad de cada uno de los pantalones, si el producto no tiene la calidad que busca Healthy Jeans entonces el producto será devuelto a la empresa fabricante KEOMA para que vuelvan a realizar el proceso de elaboración hasta obtener la calidad esperada. Si Healthy Jeans considera que el producto tiene la calidad óptima procederá a ser comercializado internacionalmente para finalmente llegar a su mercado destino (Madrid, España)

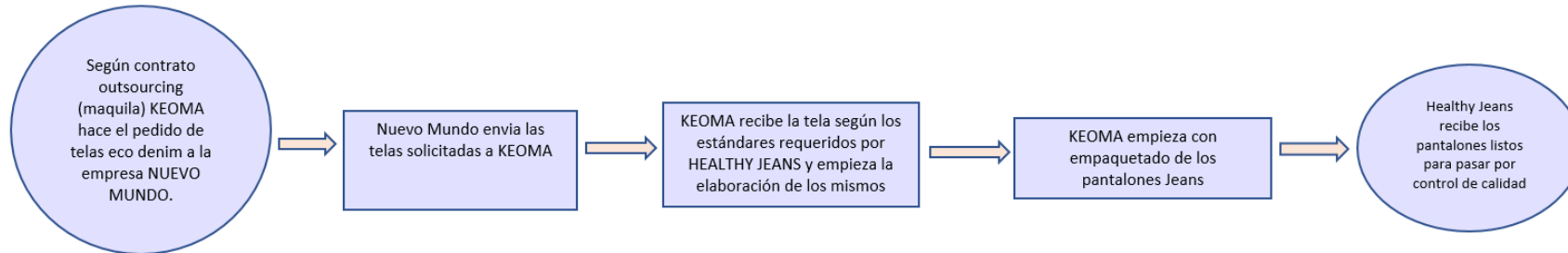
Figura N° 7
FLUJOGRAMA DE LOGÍSTICA DE ABASTECIMIENTO



Elaborado Por: Equipo de Trabajo

Como se explicó en el flujograma anterior, la empresa KEOMA JEANS será la encargada de fabricar los pantalones Jeans según las indicaciones de Healthy Jeans, La tela con la cual se fabricarán los pantalones es tela eco denim sin anilina, el proveedor de esta tela será NUEVO MUNDO. Healthy Jeans estipula en su contrato con KEOMA (outsourcing) que debe fabricar los pantalones jeans con la tela designada, por ello KEOMA debe hacer el pedido de las telas eco denim sin anilina a NUEVO MUNDO para luego proceder con la fabricación, cuando los pantalones jeans se encuentren listos la empresa realizará el empaquetado y enviará a Healthy jeans para pasar por revisión de calidad. En conclusión, Healthy Jeans deberá recibir los pantalones listos para su comercialización según los acuerdos ya pactados y contratos ya estipulados.

Figura N° 8
FLUJOGRAMA DE LOGÍSTICA DE ABASTECIMIENTO



Elaborado Por: Equipo de Trabajo

• **PROVEEDORES Y HOMOLOGACIÓN DE PROVEEDORES**

✓ **HOMOLOGACIÓN DE FABRICANTES DE PANTALONES JEANS**

Healthy Jeans eligió a la empresa KEOMA SAC para la fabricación sus pantalones. Para la elección de la empresa se realizó un cuadro de homologación entre 3 empresas fabricantes de pantalones jeans (KEOMA, TEXMAS y BAMBU FULL PACKAGE).

Tabla N° 49
Homologación De Fabricantes De Pantalones Jeans (Valoración del 1-4 donde 4 es máximo valor)

CRITERIOS	%	Resultados					
		KEOMA	TEXMA	BAMBU FULL PACKAGE	KEOMA	TEXMA	BAMBU FULL PACKAGE
Experiencia	0.3	3	3	1	0.9	0.9	0.3
Crédito	0.2	3	2	4	0.6	0.4	0.8
Ubicación	0.1	4	3	2	0.4	0.3	0.2
Precio	0.3	3	2	3	0.9	0.6	0.9
Servicio al cliente	0.1	4	3	2	0.4	0.3	0.2
RESULTADOS	1	17	13	12	3.2	2.5	2.4

Fuente: Investigación Propia
Elaborado Por: Equipo De Trabajo

Según los resultados de la matriz de homologación podemos visualizar que en cuanto a precios las empresas ofrecen la misma cotización, sin embargo, en los demás criterios KEOMA JEANS destaca notablemente sobre su competencia. Healthy Jeans eligió trabajar con KEOMA gracias a la experiencia que tuvieron los socios al contactarse con ellos, ya que según el criterio de los dueños de la empresa la experiencia tiene un gran porcentaje de valoración.

✓ **HOMOLOGACIÓN DE PROVEEDORES DE TELA ECO DENIM**

Healthy Jeans eligió a la empresa NUEVO MUNDO para la fabricación de sus pantalones, para la elección de la empresa se realizó un cuadro de homologación entre 2 empresas proveedores de telas ecológicas.

Tabla N° 50
Homologación De Proveedores De Tela Eco Denim (Valoración del 1-4)

CRITERIOS	%	NUEVO MUNDO	NATURTEX	Resultados	
				NUEVO MUNDO	NATURTEX
Experiencia	0.3	3	2	0.9	0.6
Crédito	0.2	2	2	0.6	0.6
Ubicación	0.1	4	2	1.2	0.6
Precio	0.3	3	1	0.9	0.3
Servicio al cliente	0.1	4	3	1.2	0.9
RESULTADOS	1	17	13	5.1	3.9

Fuente: Investigación Propia
Elaborado Por: Equipo De Trabajo

Según los resultados de la matriz de homologación podemos visualizar que la empresa NUEVO MUNDO tiene precio más accesible en comparación de su competencia directa, en este caso NATURTEX, y en cuanto a la experiencia NUEVO MUNDO obtiene una puntuación superior a NATURTEX según los socios de la empresa. Es por eso por lo que Healthy Jeans decidió trabajar con la empresa NUEVO MUNDO.

- Logística de distribución**

La empresa HEALTHY JEAN SAC desea ingresar con una marca propia a España por esa razón trabajará con un distribuidor conocido en dicho país, llamado ROBERTO VERINO, a continuación, mostraremos la matriz de homologación entre las 3 posibles empresas distribuidoras de productos textiles en España (ROBERTO VERINO, IMEXFA Y ZONA X)

Tabla N° 51
Homologación De Distribuidor Internacional (Valoración del 1-4)

CRITERIOS	%	IMEXFA	ROBERTO VERINO	ZONA X	Resultados		
					ROBERTO VERINO	IMEXFA	ZONA X
Experiencia	0.4	3	3	2	1.2	1.2	0.8
Ubicación	0.3	4	3	1	1.2	0.9	0.3
Precio	0.2	2	2	1	0.4	0.4	0.2
Servicio al cliente	0.1	3	3	3	0.3	0.3	0.3
RESULTADOS	1	12	11	7	3.1	2.8	1.6

Fuente: Investigación Propia
Elaborado Por: Equipo De Trabajo

Según los resultados de la matriz de homologación se visualiza que, según la puntuación dada, la empresa Healthy Jeans trabajará con la empresa distribuidora ROBERTO VERINO, quien obtuvo puntuación 3.1 sobre una valoración de 4 puntos.

- **CARACTERÍSTICAS DE LA CARGA**

A continuación, se revisará de manera general las características de la carga, más adelante en el capítulo 4 correspondiente a la exportación se revisará detalladamente este punto.

Healthy Jeans tiene planeado exportar 10029 (véase en la tabla Proyección de la demanda) pantalones al año: En 4 envíos donde el primer envío será de 2865 pantalones según estacionalidad. Cada pantalón pesa entre 340 y 400 gr tres tallas (europeo 1.30mt de tela por pantalón).

- Medio de transporte: Marítimo, Puerto de Valencia.
- Tiempo de tránsito: 35 a 39 días

CAPÍTULO IV– PLAN DE EXPORTACIÓN

En este capítulo se mostrará cómo Healthy Jeans llevará a cabo la exportación en lo que respecta a la distribución física internacional, donde se mostrará los puntos desde la preparación de la mercancía en territorio nacional, la puesta en territorio aduanero, hasta su entrega al importador, esto para fines didácticos se explicará toda la trazabilidad. Cabe resaltar que la regla incoterms a utilizar será FCR la misma que contempla que la empresa tiene responsabilidad solo hasta el transporte internacional.

4.1 Ficha técnica del producto

La ficha técnica de Healthy Jeans muestra las características generales y específicas de los pantalones jeans que ofrecen, por ejemplo, su composición, su peso, etc.

**Tabla N° 52
FICHA TÉCNICA**

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO

Nombre de la empresa: HEALTHY JEANS S.A.C
Dirección: Jr. Los Moga buros 144 - Jesus María
Ciudad: Lima
Teléfono: 313-1312
Sitio Web: www.HealthyJeans.com.pe

NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO	PANTALONES JEANS CON TELA ECOAMIGABLE		
FOTOGRAFÍA	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO		
	Pantalón Jean con tela eco denim sin anilina, con un botón, un cierre color celeste claro y 2 bolsillos delanteros   		
	Materia Prima	Eco denim sin anilina stretch	
	Insumos	Botones, cierre, hilo y etiqueta	
	Color	Celeste Claro	
	Talla	34-36-38	
	Peso	386 Gramos, aprox.	
Uso y aplicación	Prenda de vestir para dama		
CANTIDAD DE PRODUCCIÓN ANUAL	9600 unidades		
DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA	Madrid, España		
PROCEDENCIA	Perú		

PRINCIPAL MERCADO	España
POSICIÓN ARANCELARIA	6204620000
OTRAS CARACTERÍSTICAS	Disponible más de 9600 prendas
COMPOSICIÓN	Tipo de tejido: Eco denim 98 % Algodón y 2 % elastano

Fuente: investigación propia
Elaborado por: equipo de trabajo

4.2 Distribución física internacional.

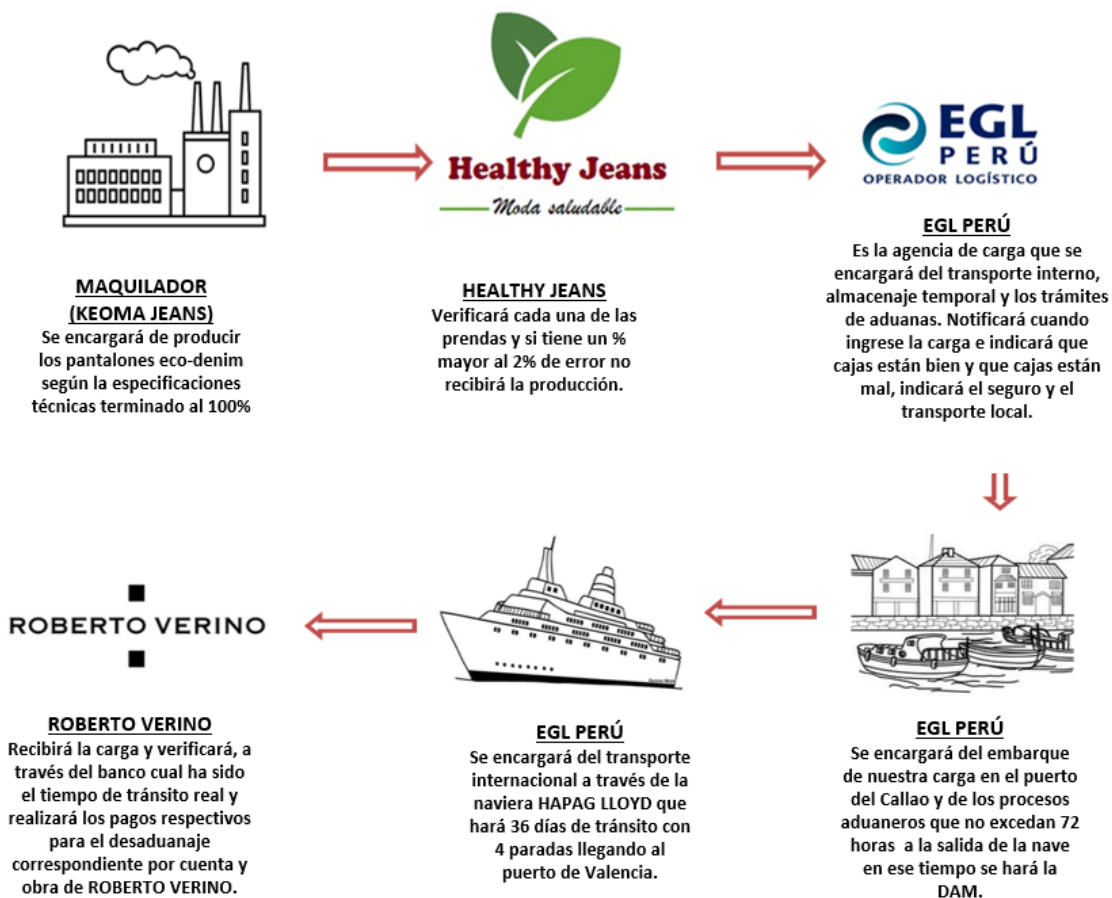
Healthy Jeans ahondará con estrategias logísticas, así como también alianzas los cuales le permitirá ser más competitivo dentro de un mercado internacional.

4.2.1 Cadena de operadores de comercio exterior (gráfico)

Healthy Jeans iniciará sus operaciones como empresa exportadora el 01 de enero del 2021, por lo tanto, se encuentra en proceso de organización y definición de cada proceso para una exportación exitosa. Uno de los documentos utilizados para investigación fue la tesis titulada “Análisis de una implementación de un área de confecciones en empresas pymes exportadoras de prendas de vestir de alpaca en el Perú” de la Universidad Peruana de Ciencias aplicadas año 2018 en la cual mencionan lo siguiente: “Al ser altamente competitivo el sector textil el desafío está en diferenciar el producto, encontrar nichos de mercado con alto potencial y adoptar estrategias logísticas y de atención al cliente”. Lo que invita a reflexionar sobre las estrategias a utilizar en toda la cadena de distribución.

A continuación, se mostrará la cadena de operadores de comercio exterior con una breve explicación de la función que cada operador cumplirá en la empresa.

Figura N° 9
CADENA DE OPERADORES DE COMERCIO EXTERIOR



Elaborado Por: Equipo de Trabajo

Healthy Jeans contratará a una empresa maquiladora, para la fabricación de sus prendas, como se explicó en el capítulo anterior la empresa será KEOMA JEANS, ellos fabricarán los pantalones jeans de acuerdo con las especificaciones brindadas por Healthy Jeans ya estipuladas en su contrato. Healthy Jeans revisará prenda por prenda para verificar que la calidad sea la óptima para poder empezar a comercializar, cuando Healthy Jeans este conforme con la calidad de los pantalones y que a su vez cumplan con todo lo pactado anteriormente.

La empresa EGL es la agencia de carga integral, ellos se encargarán del transporte interno, almacenaje temporal y los trámites de aduanas. La empresa EGL PERU, se encargará también del embarque de la carga en el puerto de origen (puerto del Callao). El Transporte internacional estará a cargo de la misma empresa EGL PERU, ellos se encargarán de llevar

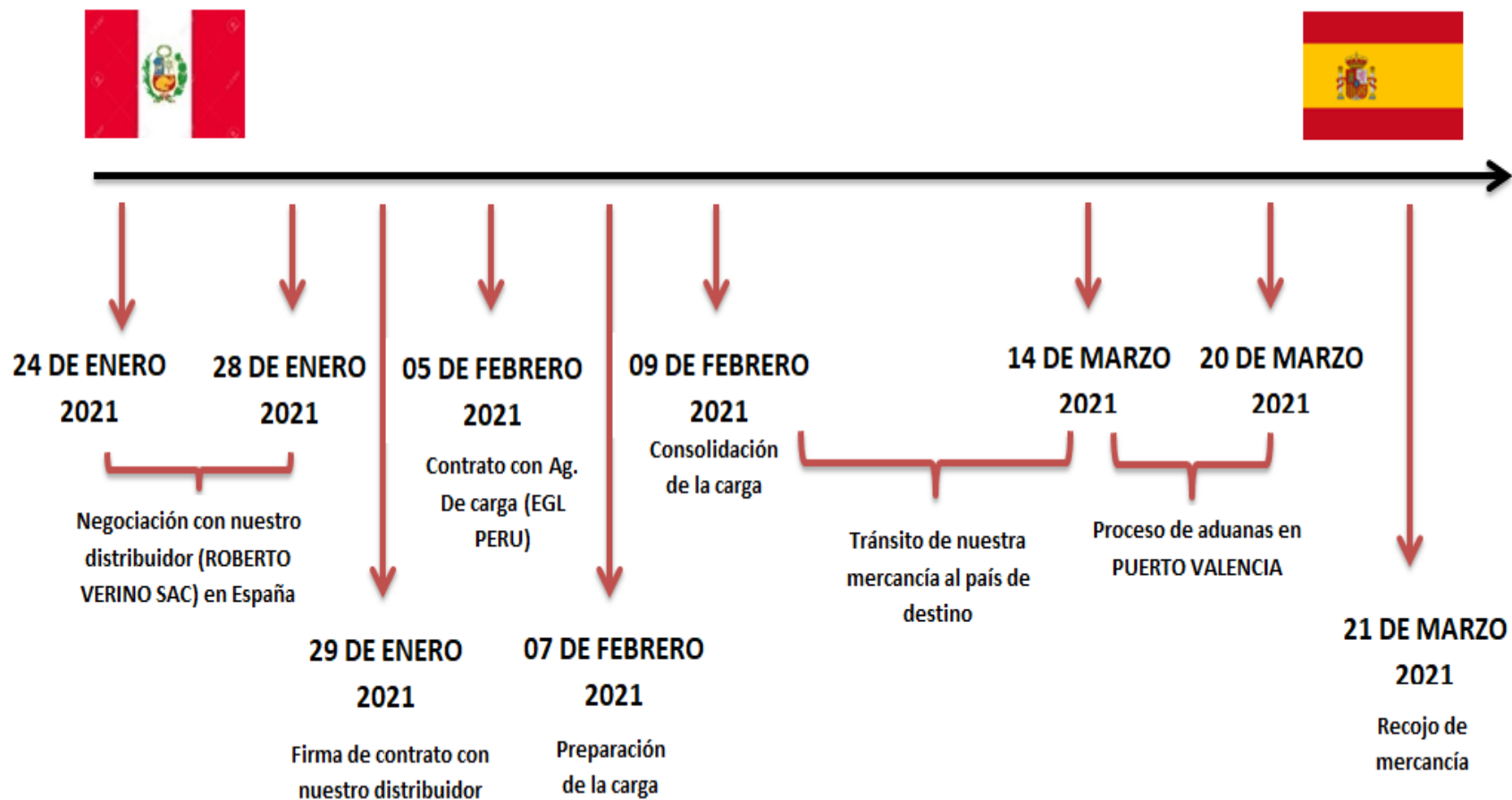
la mercadería a puerto destino con los tiempos ya anteriormente explicados. Véase Figura N°9.

- **TRAZABILIDAD DE EXPORTACIÓN A ESPAÑA**

El siguiente Figura N°10 muestra los días que tomará que el producto llegue al puerto de Valencia, al ser la primera exportación Healthy Jeans decidió trabajar con una agencia de carga que ofrece servicios integrales, la cual se encargará de los principales procesos de exportación como por ejemplo el transporte interno, almacenaje temporal y trámites aduaneros.

El 24 de enero Healthy Jeans contactará a su distribuidor ROBERTO VERINO en Madrid, España para hacer la negociación final y aclarar los medios de pagos que se utilizarán para la primera exportación, 5 días después es decir el 29 de enero Healthy Jeans firmará sus contratos con las condiciones ya pactadas. El 5 de febrero Healthy Jeans elegirá con qué agencia de carga trabajar, más adelante se mostrarán las homologaciones y distintos criterios que se utilizaron para elegir a la agencia de carga integral, 4 días después es decir el 09 de febrero, la carga estará lista para embarcar vía marítima al puerto de Valencia. En un promedio de 35 días la carga llegara a su destino final, eso quiere decir que el 14 de marzo el producto llegara al puerto de Valencia. El proceso de Aduanas en España tomara aproximadamente 6 días. Y para finalizar el proceso el 21 de marzo se procederá a recoger la mercadería.

Figura N° 10
TRAZABILIDAD DE EXPORTACIÓN A ESPAÑA



Elaborado Por: Equipo De Trabajo

- **HOMOLOGACIÓN DE AGENCIAS DE CARGA OPERADORES LOGÍSTICOS DE SERVICIO INTEGRAL**

Healthy Jeans en su afán de contar con la más eficiente cadena de operadores de comercio exterior realizó la homologación de los principales operadores logísticos que brindan el servicio integral.

Estas agencias de carga pasaron por un riguroso análisis para determinar la mejor para el proceso de exportación de pantalones jeans eco denim a España.

Para este proceso Healthy Jeans se contactó mediante correo electrónico con las cinco agencias de carga integral, también realizó investigación de sus páginas web en google y Facebook donde analizó inclusive hasta los comentarios de sus usuarios. Los correos electrónicos mencionados se encuentran adjuntos al presente trabajo de investigación en la sección Anexos.

Las empresas que fueron contactadas son: EGL PERU, EXPERT LOJISTIC & PROYECT, KGS BUSINESS GRUOP, GAMMA CARGO y por último STEP CARGO. Estas empresas fueron analizadas en tres aspectos, vale decir, en los procesos más importantes de toda la Cadena de Distribución Física Internacional.

El primer aspecto que analizó fue El transporte interno, el segundo aspecto fue la agencia de aduanas y finalmente el tercer aspecto fue el transporte internacional, cada uno de estos tres procesos fueron evaluados por sus diferentes cualidades relacionadas a sus funciones y objetivos.

El puntaje que Healthy Jeans asignó en la ponderación de las homologaciones realizadas está acreditado mediante la ficha ruc en el caso del criterio de experiencia, el GPS fue acreditado con documentos de procesos automatizados.

Tabla N° 53 AGENCIAS DE CARGA OPERADORES LOGÍSTICOS (SERVICIO INTEGRAL)

Ponderación del 1 al 4	
Donde 1 es más bajo y 4 más alto	
N°	NOMBRE DE AGENCIA DE CARGA
	EGL PERÚ
	EXPERT
	KGS BUSINESS GROUP
	GAMMA
	STEP

Fuente: investigación propia
Elaborado por: equipo de trabajo

- **HOMOLOGACIÓN DE TRANSPORTE INTERNO**

El proceso de homologación de Transporte Interno que realizó Healthy Jeans a las agencias carga EGL PERU, EXPERT LOJISTIC & PROYECT, KGS BUSINESS GRUOP, GAMMA CARGO y STEP CARGO, tuvo como objetivo comparar la experiencia en el mercado, ya que dependerá de esta la tranquilidad de que los productos llegarán conforme , la experiencia también asegura un conocimiento en caso ocurra algún inconveniente sepan cómo solucionarlo para el proceso de logística internacional de la carga, otro punto muy importante es la Geolocalización, el cual brinda una mayor seguridad y sobre todo seguimiento de la carga en cualquier momento. Otro criterio ponderado fue el costo, este criterio se tuvo en cuenta al momento de realizar esta comparación y valoración de servicio, el cual como empresa no busca un servicio que sea completamente económico, sino que se está teniendo en cuenta todos los beneficios que brindan y el costo por el cual se tiene que pagar para acceder a ellos. Por último, se tiene el criterio de afinidad, debido a que la gran mayoría de agencias de carga de las cuales la empresa Healthy Jeans cuenta con la cotización tres de ellas fueron recomendadas por amigos los cuales en la actualidad ya exportan e importan distintos productos y llevan trabajando años con ellos, y los dos últimos son agencias de carga las cuales en se escogieron de una lista completa de agencias de carga y así poder valorar o comparar si existe algún mejor servicio a parte de las recomendaciones que ya recibió la empresa. A continuación, se muestra la ponderación realizada donde 4 es el mayor puntaje y 1 el menor. En la Tabla siguiente se observa que la empresa que obtuvo mayor puntaje fue EGL PERÚ con 2.65 de puntaje.

Tabla N° 54 HOMOLOGACIÓN DE TRANSPORTE INTERNO

TRANSPORTE INTERNO							Resultados				
Criterios	Ponderación %	EGL PERÚ	EXPERT	KGS BUSINESS GROUP	GAMMA	STEP	EGL PERÚ	EXPERT	KGS BUSINESS GROUP	GAMA	STEP
Experiencia	0.35	2	3	1	2	1	0.70	1.05	0.35	0.70	0.35
Geolocalización GPS	0.25	2	2	3	1	2	0.50	0.50	0.75	0.25	0.50
Seguridad	0.25	4	2	3	2	2	1.00	0.50	0.75	0.50	0.50
Costo	0.15	3	3	1	3	3	0.45	0.45	0.15	0.45	0.45
Total	1.00						2.65	2.50	2.00	1.90	1.80

Fuente: investigación propia
 Elaborado por: equipo de trabajo

- **HOMOLOGACIÓN DE AGENCIA DE ADUANAS**

Para la siguiente homologación de servicio de agencia de aduanas, se evalúa las mismas agencias de carga, ya que como se mencionó al inicio la cotización se realizó a cinco empresas las cuales brindan el servicio integral de operador logístico (holding).

Los criterios que se tomarán en cuenta para elegir la mejor agencia aduanera para el producto serán tanto criterios legales como comerciales, dentro de las consideraciones legales a validar se realizará la verificación de los datos de las agencias de aduanas como tener código y estar debidamente registrada y vigente en Sunat y Sunarp donde su estado sea habido y activo. También se tomará en cuenta que tenga certificaciones y que estén correctamente acreditadas validando su gestión tanto en calidad de servicio como en la gestión de la cadena de suministro. También se tomará en cuenta la experiencia que haya tenido con productos similares al de Healthy Jeans. Adicionalmente se comparará los tiempos de los procesos documentarios y este dato también hace que una agencia de aduanas se desmarque de otras por la experiencia. Finalmente se buscará recomendaciones tanto de amigos o conocidos y se analizará la reputación en redes sociales.

A continuación, se muestra la ponderación realizada a las cinco agencias donde 4 es el puntaje mayor y 1 es el puntaje menor.

Tabla N° 55 HOMOLOGACIÓN DE AGENCIA DE ADUANAS

AGENCIA DE ADUANAS							Resultados				
Criterios de Ponderación	Ponderación %	EGL PERÚ	EXPERT	KGS BUSINESS GROUP	GAMMA	STEP	EGL PERÚ	EXPERT	KGS BUSINESS GROUP	GAMA	STEP
Reputación en redes y manejo de tecnología	0.20	3	2	1	2	0	0.60	0.40	0.20	0.40	-
Servicio al cliente/Asesoría	0.20	2	4	3	2	3	0.40	0.80	0.60	0.40	0.60
Cumplimiento de plazos	0.40	3	2	1	2	3	1.20	0.80	0.40	0.80	1.20
Garantía del servicio	0.20	4	3	2	2	3	0.80	0.60	0.40	0.40	0.60
Total	1.00						3.00	2.6	1.6	2	2.4

Fuente: investigación propia
Elaborado por: equipo de trabajo

Se muestra en la Tabla que la empresa que obtuvo mayor puntaje fue EGL PERÚ con un total de 3 puntos. La agencia EGL PERU salió como ganadora debido a la experiencia, la cual fue acreditada con su código y ficha ruc y destacó, ya que desde el primer contacto con ellos, hicieron una cotización de manera oportuna y mencionando que para realizar la cotización primero tenían que verificar si hay o no espacio en la naviera para la carga, ya que otras agencias que ofrecen el servicio completo, pueden cotizar y asegurar todo el procedimiento pero al momento de realizarlo llegan a tener problemas de tiempo y de embarque. También se verificó sus certificados OEA, BASC, ISO9001, ISO2800 y su pertenencia a algún gremio como la CCL o SNI. También se comprobó su imagen comercial mediante experiencia de otros clientes en redes sociales.

- **HOMOLOGACIÓN DE AGENCIA DE CARGA PARA TRANSPORTE INTERNACIONAL**

Continuando con la homologación de servicios se tiene por último el servicio de las agencias de carga de transporte internacional, en ellas se consideraron criterios de evaluación como servicio al cliente, tiempo refiriéndose a este como el plazo en el cual la carga llegaría al destino solicitado, y también se consideró criterios como experiencia y algunas certificaciones de seguridad el cual está enfocado en los procesos que realizan para el servicio de agencia de carga.

Tabla N° 56 HOMOLOGACIÓN DEL TRANSPORTE INTERNACIONAL

TRANSPORTE INTERNACIONAL							Resultados				
Criterios de Ponderación	Ponderación %	EGL PERÚ	EXPERT	KGS BUSINESS GROUP	GAMMA	STEP	EGL PERÚ	EXPERT	KGS BUSINESS GROUP	GAMA	STEP
Costos de flete	0.35	3	2	3	2	2	1.05	0.70	1.05	0.70	0.70
Cumplimiento de plazos	0.25	2	4	3	2	1	0.50	1.00	0.75	0.50	0.25
Frecuencia de salidas y rutas	0.20	3	3	1	2	2	0.60	0.60	0.20	0.40	0.40
Certificaciones de seguridad	0.20	2	1	2	1	2	0.40	0.20	0.40	0.20	0.40
Total	1.00						2.55	2.5	2.4	1.8	1.75

Fuente: investigación propia
Elaborado por: equipo de trabajo

Con respecto al criterio de servicio al cliente existieron dos agencias que brindaron una excelente atención o servicio, sin embargo, una de ellas se destaca por el seguimiento de la solicitud, por otro lado, el tiempo es fundamental al momento de realizar una exportación es por ello que un criterio ampliamente valorado por nuestra empresa, los tiempos mencionados por las 5 agencias de carga varían entre 36 a 39 días de Callao Perú hasta el puerto de Valencia en España, así mismo al momento de solicitar la cotización existieron dos empresas que contaban con amplia experiencia en el rubro para el servicio de carga, así mismo para Healthy Jeans como empresa fue un punto importante al momento de valorar los servicios es por ello que con este último punto resulta ganador la Agencia EGL PERU obteniendo mayor puntuación frente a los demás, de esta manera se procedió con la elección de agencia para todo el servicio logístico y se procederá con la contratación necesaria para la exportación.

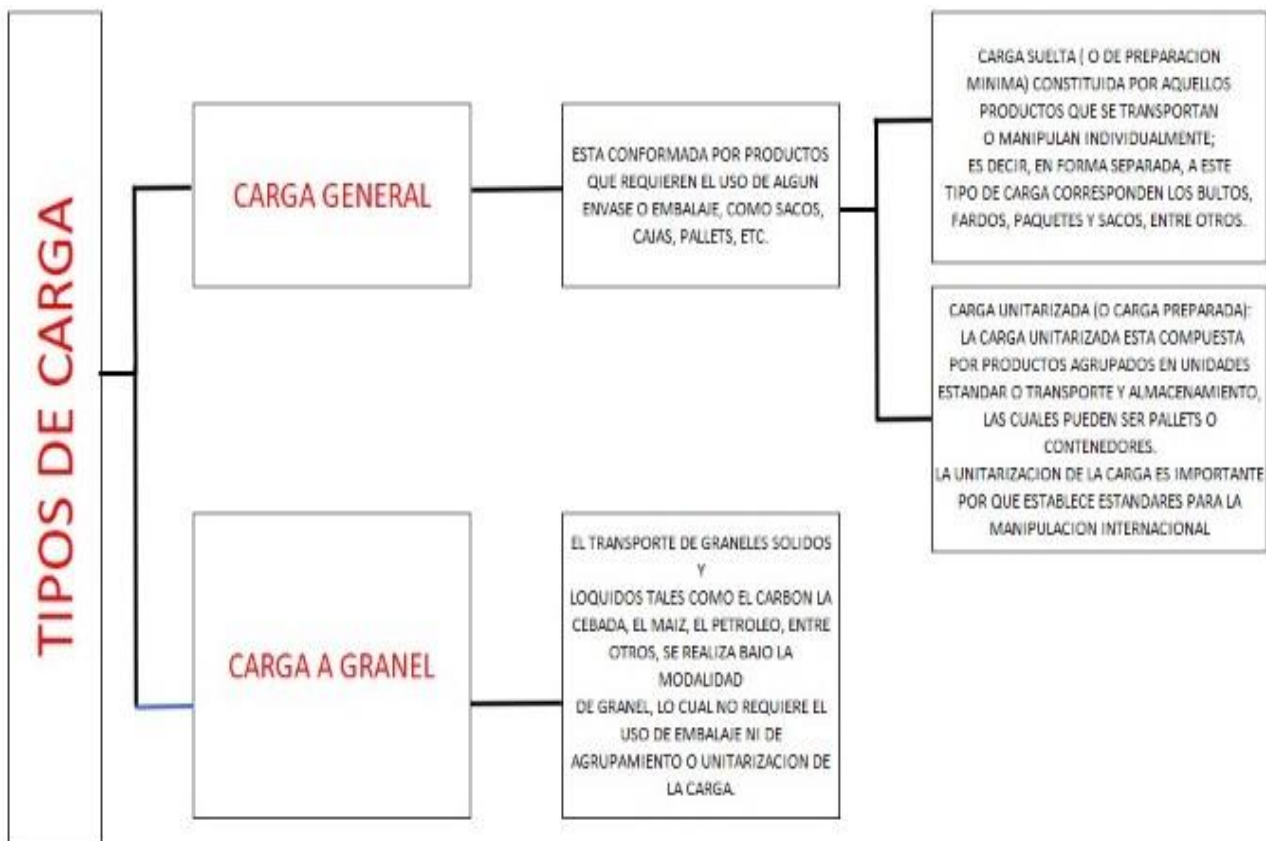
4.2.2 Preparación (características de la carga)

Para este punto la empresa Healthy Jeans ha visto conveniente tener mayor cuidado con la elección de la preparación de la carga, ya que un buen empaque brinda la tranquilidad de que los productos llegarán en buen estado al país de destino bien en la exportación. A

continuación, se muestran los tipos de carga en general que existen en el comercio internacional

- TIPO DE CARGA

Figura N° 11
TIPOS DE CARGA



ELABORADO POR: EQUIPO DE TRABAJO

Según la explicación anterior, sobre los tipos de carga, los pantalones jeans corresponden a una carga general, ya que requieren ser puestos en cajas y luego en pallets para su transporte, por lo tanto el tipo de carga es CARGA GENERAL – CARGA SUELTA. Como se observar en el gráfico en las cajas se encuentran acomodados los pantalones ya embalados listos para ser introducidos en el contenedor.

Imagen N° 48 CARGA SUELTA



Fuente: Imagen Extraída De Internet

- **NATURALEZA DE LA CARGA**

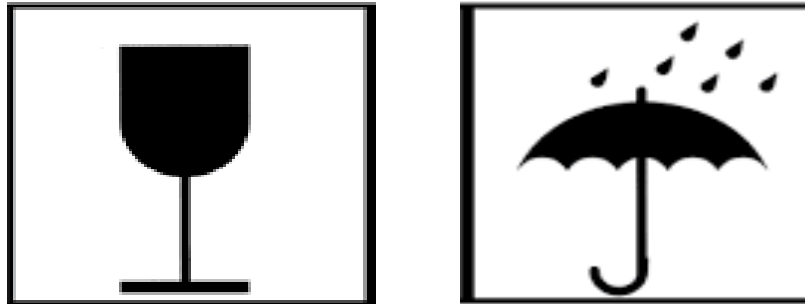
Los pantalones jeans son considerados tipo de carga general y por ende carga suelta y ahora deben ser evaluados para identificar si corresponde considerarlos en una de estas tres condiciones:

- ✓ **CARGA PERECEDERA:** Tipos de producto que tienen tiempo de vida determinado, que al término de este perece o se degrada. Ej. verduras, carnes, flores, etc.
- ✓ **CARGA FRÁGIL:** Tipos de productos que se dañan con facilidad como la loza, el vidrio, etc.
- ✓ **CARGA PELIGROSA:** Carga explosiva, inflamable, radioactiva o cualquier característica que represente un riesgo de provocar accidentes.

Los pantalones jeans no son productos perecederos ya que no tienen un tiempo de vida como las verduras o frutas y tampoco son carga peligrosa porque no representan ningún riesgo de accidente. Por lo tanto, son un tipo de carga FRÁGIL ya que si bien es cierto no corren el riesgo de malograrse por tiempo de vida están expuestos a cualquier tipo de humedad que ponga en riesgo la calidad de los productos.

Los siguientes pictogramas irán en las cajas para que se observe que cuidado deben tener con los productos en la manipulación de la carga.

Imagen N° 49
PICTOGRAMAS



Fuente: Imagen Extraída De Internet

- **EMPAQUE**

El empaque considerado también como la envoltura del producto cuya finalidad es de contener y proteger a los productos, en este caso los pantalones jeans. Así como contiene o protege debe también facilitar la manipulación en toda la cadena de distribución internacional desde transporte y almacenamiento.

Existen dos tipos de empaque:

- ✓ **EMPAQUE SECUNDARIO:** protege el producto empackando cada producto individualmente dependiendo de su tamaño
- ✓ **EMPAQUE TERCARIO:** Se agrupan las cajas o empaques mayores en pallets de mayor porte para su traslado a bodega

Para los pantalones jeans se utilizarán en primera instancia un empaque secundario para que cada pantalon vaya de manera segura e individual antes de ser acomodados en las cajas.

Dentro de los empaques secundarios se encuentran diferentes tipos como por ejemplo:

- ✓ **EMPAQUE SENCILLO:** Se utiliza para productos de menor fragilidad como ropa.
- ✓ **EMPAQUE FULL:** Este empaque es generalmente para productos delicados como decoración o cristalería.
- ✓ **EMPAQUE DE EXPORTACION:** Se usa para clientes que buscan mayor protección a la hora de embarcar su mercancía



Pantalones jeans antes del proceso de empaquetado



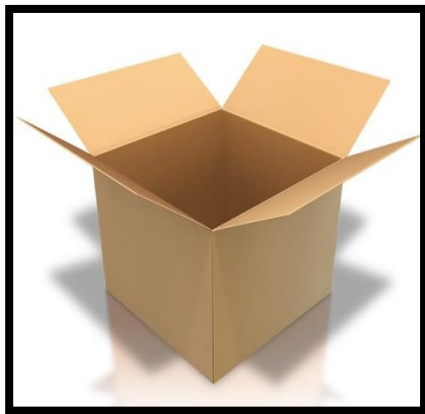
Pantalones ya con el empaque secundario

En conclusión, los pantalones irán empaquetados cada uno con una bolsa de plástico que y de esa manera se asegurará que los pantalones lleguen tal y como se enviaron (conservando la calidad del producto).

- **EMBALAJE**

La empresa Healthy Jeans utilizará cajas de cartón corrugado importadas para agrupar y proteger los pantalones jeans, ya que deben llegar en perfectas condiciones al importador , esta será la primera impresión que tendrá con los productos que comprará. También elegir un buen embalaje resta la preocupación por posibles robos en el transporte. Para la empresa tomará las medidas de seguridad necesarias para que las cajas estén selladas.

En conclusión los pantalones irán en cajas de Cartón corrugados las cuales serán adquiridas en Perú de un importador acreditado, para acceder al DRAWBACK, cumpliendo todos los requisitos explicados anteriormente.



Cajas de cartón corrugados las cuales serán adquiridas en Perú de un importador acreditado, que cumplen con los requisitos de la UE, además de contener los pictogramas de FRÁGIL y PROTEGER DE LA HUMEDAD

- **ROTULADO**

El marcado y rotulado de las cajas van a facilitar la identificación de la cantidad de cajas y la localización en la bodega, las cajas son consideradas piezas de carga.

MARCADO:

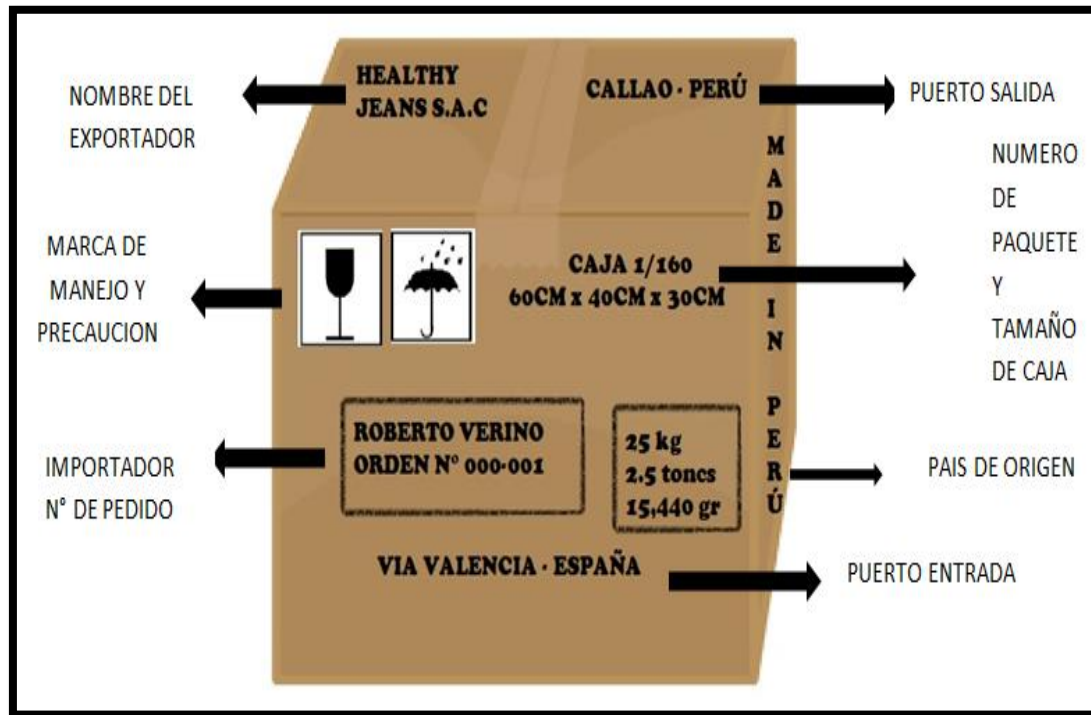
El marcado indica que el embalaje que lo lleva corresponde a un prototipo ensayado con éxito y que cumple con los requisitos establecidos en la Norma Técnica correspondiente y que están relacionados con la fabricación, pero no con el empleo del embalaje/envase. Por lo tanto, la marca no confirma necesariamente que el embalaje pueda ser empleado para alguna sustancia en particular.

ROTULADO:

El rótulo de los productos es cualquier marbete, marca u otra materia descriptiva o gráfica, que se haya escrito, impreso, estarcido, marcado en relieve o en bajo relieve o adherido al producto, su envase o empaque, destinada a informar al consumidor sobre las características de un alimento.

A continuación, se mostrará cómo será la caja de cartón corrugado una vez cumplida todas las especificaciones de marcado y rotulado anteriormente mencionados

**Imagen N° 50
CAJA ROTULADA**



Elaborado Por: Equipo De Trabajo

4.2.3 Unitarización

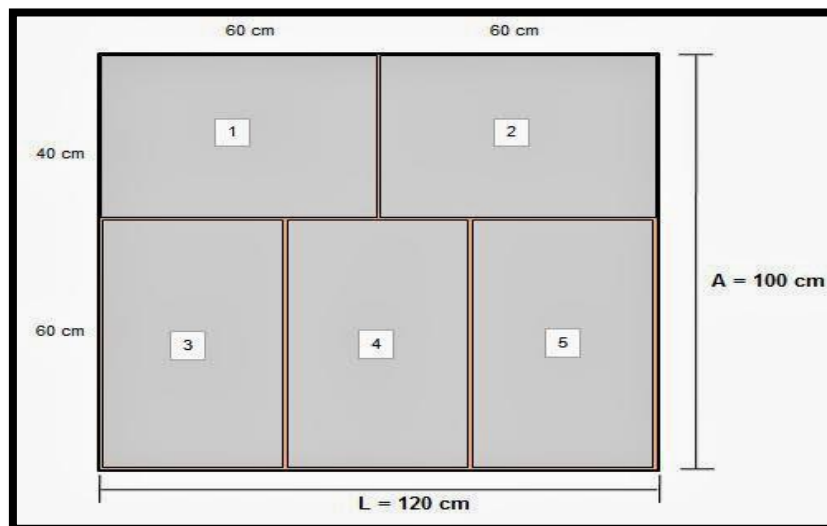
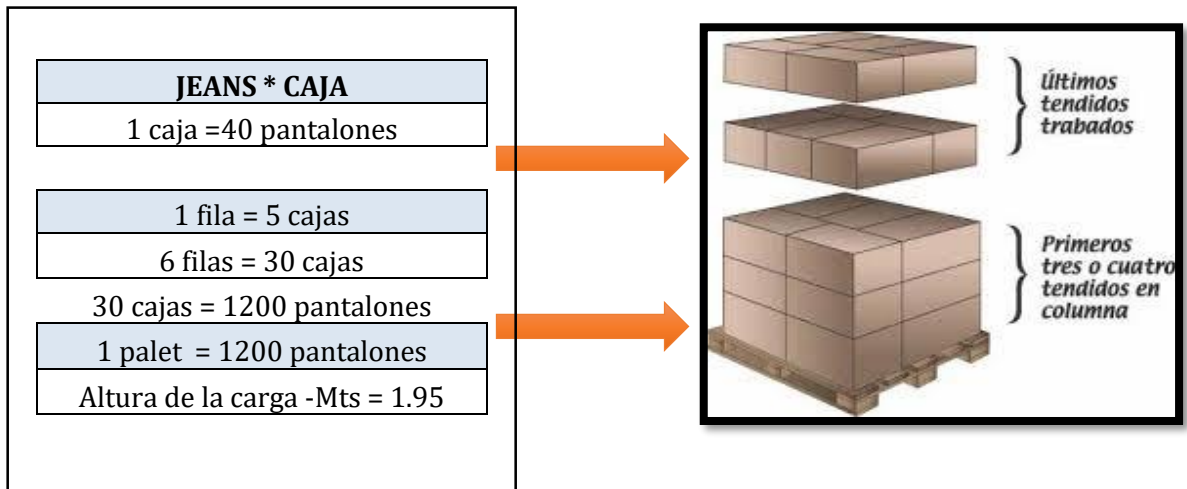
La unitarización es la agrupación de mercancía en unidades superiores de carga, con el fin exclusivo de facilitar su transporte en nuestro caso utilizaremos pallets que nos servirán para transportar la carga hacia el contenedor, de todo esto se encargará el agente de carga (EGL PERU).

	1 - E	2 - E	3 - E	4 - E	TOTAL
Cantidad de pantalones (Uds.)	2,400	2,400	3,600	1,200	9,600
Total, de cajas	60	60	90	30	240
Total, de pallets	2.0	2.0	3.0	1.0	8.0
Peso bruto kg	1,022	1,022	1,540	503	4,134
Peso neto kg	947	897	1,325	756	3,925
Volumen m3	4.68	4.68	7.02	2.34	19

• **PALETIZACIÓN**

En este punto se graficará como serán distribuidos los pallets:

Cada pantalón pesará 386 gr, en una caja de 60CM de largo x 40 CM de ancho y 30 CM de alto entra un total de 40 pantalones, utilizaremos 60 cajas por lo tanto utilizaremos 2 pallets de 120 CM x 100 CM y 15 CM. A continuación, lo graficaremos para que se pueda ver de una manera dinámica nuestra palatización.



4.2.4 Manipuleo

Se entiende como concepto de manipuleo cualquier operación de transporte o sujeción (el levantamiento, colocación, empuje, etc.) de una carga según EDUCAREX, en este caso el manipuleo de la mercancía se encuentra a cargo de la agencia de carga (EGL – PERU S.A.C) con la que se trabajará, ya que ellos se encargaran de recoger el producto de la empresa y la llevaran hacia un almacén temporal de aduanas y para continuar con el proceso luego la llevarán al puerto de origen para ser trasladada a España (País de destino) para finalizar con el proceso.

Imagen N° 51 MANIPULEO DE LA CARGA



Fuente: Imagen Extraída de Internet

4.2.5 Almacenamiento

La carga una vez recogida por EGL PERU SAC. Será llevada a un Almacén temporal aduanero o también conocido como un depósito temporal los cuales son lugares que la autoridad aduanera autoriza para que ingrese y/o se almacene temporalmente la mercancía, en este caso, los pantalones jeans, mientras se efectúan todos los trámites aduaneros.

Imagen N° 52 DISTRIBUCIÓN DE ALMACENES



Fuente: Diario Exportador

4.2.6 Transporte

La mercancía irá vía marítima, ya que es relativamente más flexible, porque brinda una variedad de rutas por todo el mundo, además tiene una capacidad más grande, es decir permite transportar cargas de grandes dimensiones y pesos a largas distancias, pero principalmente sus costos son más accesibles, porque ofrece tarifas de fletes relativamente bajos beneficiando a la economía de escala. Si bien es cierto el tiempo de respuesta es más lento es decir demora mucho más en llegar al puerto de destino, pero la ventaja es que el producto a exportar no es perecedero, es decir, no tiene tiempo de vida no es obligatorio que llegue tan rápido. Por estos motivos se ha decidido contar con transporte marítimo.

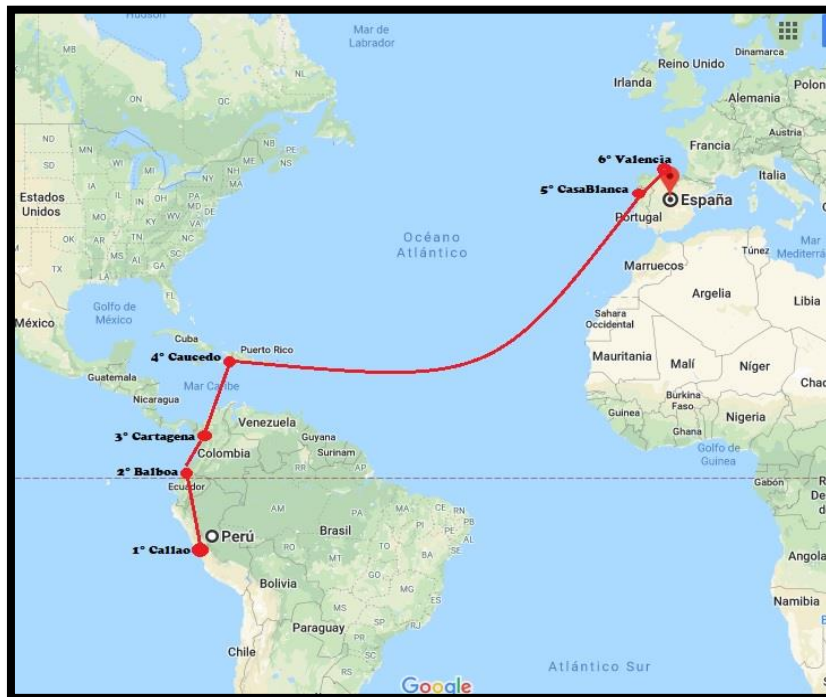
La agencia de carga ganadora según la homologación mostrada anteriormente es la empresa EGL PERU SAC. Esta empresa será la encargada de brindar el servicio completo como operador logístico integral.

4.2.7 Tiempo de tránsito

La mercadería saldrá del Puerto del Callao y llegará al Puerto de Valencia, por lo tanto, el tiempo de transito será de aproximadamente de 36 a 39 días dependiendo de nuestra agencia de carga, con una frecuencia de salida semanal.

Como se mencionó en el punto anterior EGL PERU SAC elegirá una ruta para llevar la carga en el tiempo pactado. A continuación, graficaremos la ruta que la agencia de carga EGL ha elegido para llevar la mercadería:

Imagen N° 53 Mapa de tránsito



En el mapa mostrado anteriormente se puede ver la ruta que la agencia de carga EGL PERU tomará para llevar la mercancía, es decir del puerto del Callao se dirigirá a Panamá puerto de BALBOA luego se dirigirá hacia el puerto de CARTAGENA en Colombia para luego dirigirse al puerto de CAUCEDO ubicado en República Dominicana luego llegará al puerto de CASABLANCA en Marruecos y por último llegará al puerto de destino VALENCIA – España.

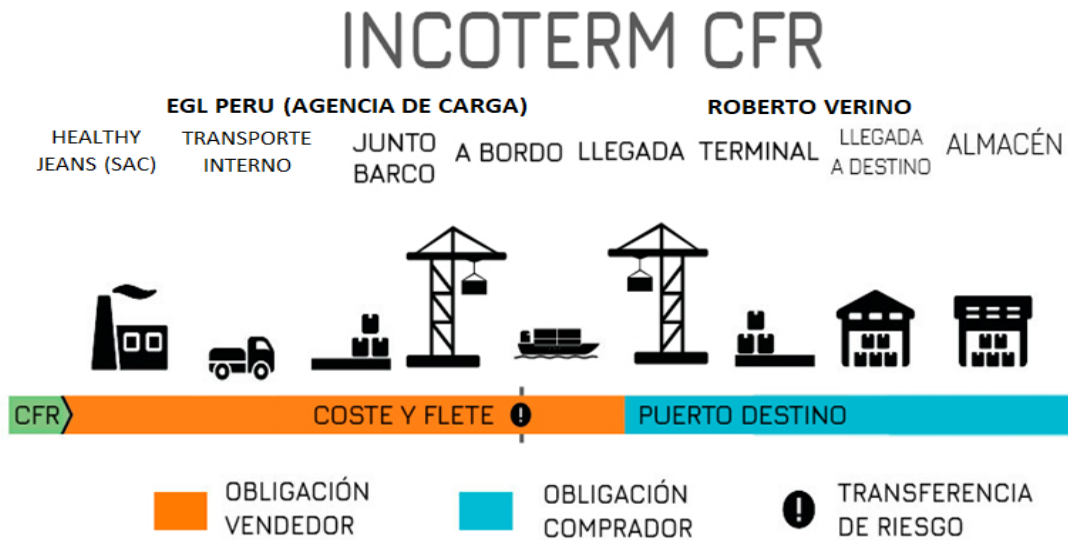
4.2.8 Regla Incoterms[®]

El equipo de trabajo ha optado por elegir la REGLA INCOTERMS[®] 2020 CFR o Cost and Freight el cual es exclusivo de transporte marítimo. Se ha elegido esta REGLA INCOTERMS[®] 2020, en mutuo acuerdo entre Healthy Jeans y Roberto Verino (el consignatario o importador) porque concluyeron que era la más adecuada para determinar los costos, lugar de entrega de la mercancía, quien realizaría los trámites aduaneros y determinar dónde acaba las responsabilidades y riesgos de uno y empieza la del otro. Por ello Healthy

Jeans se hará responsable de entregar la mercancía en el puerto especificado por el comprador de igual manera reservará y pagará el transporte de las mercancías hasta el puerto de destino, Valencia.

A continuación, se muestra un gráfico que refleja de manera didáctica el proceso ya de distribución utilizando el incoterms CFR.

Imagen N° 54 Regla Incoterms



4.2.9 Documentación

Imagen N° 55 FACTURA COMERCIAL

<p>EMPRESA EXPORTADORA</p> <p>Healthy Jeans Sac Dirección: Jr. Mogaburos 144-Jesus Maria-Lima-Perú Teléfono: 313-1312 E-mail: Healthyjeans@healthyjeans.com.pe</p>		<p>RUC N° 20406080100</p> <p><u>FACTURA / INVOICE</u></p> <p>N° 001 - 00001</p> <p>Oden de Compra N°: AG18192 Conocimiento de Embarque N°: 85555291556</p>		
<p>EMPRESA IMPORTADORA</p> <p>Roberto Verino Difusion Sac Direccion: CALLE PONTEVEDRA (PQ. TECNOLOGICO DE GALICIA), 2 - 4 - 32911 SAN CIBRAO DAS VIÑAS (Orense) Madrid - España Telefono/Fax: 2005896521548 E-mail: Robertoverino@Rovertoverino.com.es</p>				
<p>La Mercaderia ha sido enviada en:</p> <p>Dimensiones de Embalaje: 105cm x 105cm x 125cm Peso Bruto: 2.50 Tons. Via: Maritima - Transporte "EGL PERU"</p>				
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION DE MERCANCIAS	PRECIO UNIDAD	TOTAL
2400	UNID.	Pantalón jean de tela ecodenim 3 tallas: 34,36,38. Color celeste Partida Arancelaria 62046200 Valor FOB Flete EGL PERU CFR Valencia	\$ 26.92 x UNID	\$ 64,608
INCOTERMS: CFR VALENCIA		TOTAL FACTURADO		\$ 64,608

Elaborado Por: Equipo de Trabajo

Imagen N° 56 LISTA DE EMPAQUE (PACKING LIST)

EXPORTER: HEALTHY JEANS RUC: 20406080100 Telephone No.:982068497 E-Mail: HEALTHYJEANS@HEALTHYJEANS.COM.PE Company Name/Address: JR. LOS MOGABUROS 144-JESUS MARIA-LIMA-PERU Country/Territory: LIMA - PERU				Ship Date: 05/02/2021 Maritime Roadmap No. / Tracking No. 202002145 Invoice No.:001-00001 se Order No.: AG18192 Payment Terms: CARTA DE CREDITO Lading:12316		Purcha Bill of
CONSIGNEE: ROBERTO VERINO DIFUSION SA CIF/NIF A32005746 Contact Name: ASEGURADO GARCIA, JOSE Telephone No.: 200-58988 E-Mail: robertoverino@robertoverino.com Company Name/Address: CALLE PONTEVEDRA (PQ. TECNOLOGICO DE GALICIA), 2 - 4 - 32911 SAN CIBRAO DAS VIÑAS (Orense) Country/Territory: VALENCIA - ESPAÑA				Special Instructions:		
No. of Packages	No. of Units	Net Weight (KGS)	Unit of Measure	Description of Goods (Part #, Serial #, etc.)	Country of Manufacture	
60	2400	947	UNIDADES	Pantalón jean de tela ecodemin Skinny (pitillo). 1 color: celeste.Tallas del 34-36-38	PERU	
Total Pkgs	Total Units	Total Net Weight	(Indicate /KGS)	Total Gross (Indicate Weight /KGS)		
60	2400	947				
I declare that all the information contained in this packing list to be true and correct. Originator or Name of Company Representative if the packing list is being completed on behalf of a company or individual:						

Imagen N° 57 CERTIFICADO DE ORIGEN

CERTIFICADO DE ORIGEN

UNIÓN EUROPEA

CERTIFICADO
N° 009044

PAIS EXPORTADOR: PERU

PAIS IMPORTADOR: ESPAÑA

N° de Orden (1)	NALADISA	DENOMINACION DE LAS MERCADERIAS
1	62046200	Pantalones largos, con peto o cortos (calzones) y shorts, para mujeres o niñas, de algodón

DECLARACION DE ORIGEN
(DECLARACION JURADA)

DECLARAMOS que las mercaderías indicadas en el presente formulario, correspondiente a la Factura Comercial N° 0002-000017 cumplen con lo establecido en las normas de origen del Acuerdo (2) . . ACE N° 58. . de conformidad con el siguiente desglose:

N° de Orden (1)	NORMAS (3)
1 - 7	ANEXO V, ARTICULO 5, APENDICE 1

Declaro bajo juramento, en cumplimiento de las normas de origen, que los datos consignados son fidedignos.

Fecha: Lima 28 de Enero 2021

Sello y firma del Representante legal del exportador o productor:

OBSERVACIONES: Fecha de declaración jurada de origen: 28-01-2021

CERTIFICACION DE ORIGEN

Certifico la veracidad de la presente declaración, que se hizo en la ciudad de LIMA,

a los: 18 MAR 2021

ASOCIACION DE EXPORTADORES

LUIS FERNANDO RIOS VELA

Sello y firma Entidad Certificadora

Notas: (1) Esta columna indica el orden en que se individualizan las mercaderías comprendidas en el presente certificado. En caso de ser múltiple, las normas de origen, se continuará la individualización de las mercaderías en cuiplementos complementarios de este certificado, numerados correlativamente.
 (2) Especificar si se trata de un Acuerdo de alcance regional o de alcance parcial, indicando número de región.
 (3) En esta columna se indicará la norma de origen con que cumple cada mercadería individualizada por su número de orden.
 El formulario no podrá presentar raspaduras, tachaduras o enmiendas.

Imagen N° 58 BILL OF LADING

BILL OF LADING

Shipper (Complete name and address)

Healthy Jeans - Jr. Los Mogaburos 144 -Jesus Maria

EGL PERU

**B/L Nro.
12316**

Consignee (Complete name and Address)

ROBERTO VERINO DIFUSION SAC

CALLE PONTEVEDRA (PQ. TECNOLOGICO DE GALICIA), 2 - 4 - 32911 SAN CIBRAO DAS VIÑAS (Orense)

Notify (Complete name and Address)

JOSE ASEGURADO GARCIA

CALLE PONTEVEDRA (PQ. TECNOLOGICO DE GALICIA), 2 - 4 - 32911 SAN CIBRAO DAS VIÑAS (Orense)

Shipped on board in apparent good order and condition, unless otherwise stated on the face hereof, the number of packages shown in Carrier's Receipt box, said to contain the goods described in the Particulars furnished by Merchant (contents, weight and measures unknown to Carrier) and to be discharged at the port of discharge or so near thereto as the vessel may safely get and be always afloat, and to be delivered in the like good order and condition at the aforesaid Port unto Consignees or their Assigns, they paying freight as indicated below plus other charges incurred in accordance with the provisions contained in this Bill of Lading.
In accepting this Bill of Lading the Merchant expressly accepts and agrees to all its stipulations on both pages, whether written, printed, stamped or otherwise incorporated, as fully as if they were all signed by the Merchant.
One original Bill of Lading must be surrendered duly endorsed in exchange for the goods or delivery order.
IN WITNESS WHEREOF THE NUMBER OF ORIGINAL BILLS OF LADING STATED BELOW HAVE BEEN SIGNED, ALL OF THIS TENOR AND DATE ONE OF WHICH BEING ACCOMPLISHED THE OTHERS TO STAND VOID.

Pre-Carrage by

Place of receipt by Pre-carrier

EGL PERU

CALLAO – PERU

Vessel

Port of loading

HANSA EUROPE – 1231 CALLAO – PERU

Port of Discharge

place of ultimate delivery by on Carrier

VALENCIA – ESPAÑA

Marks and Numbers	No. Of units	Kind of packages: Description of goods	Gross Weight	Measurement
	2400	Pantalones Jeans con tela Eco denim sin anilina	947 kgs	4.68 m3
Carriers Receipt		Particulars Furnished by the merchant		
Freight & Charges	Revenue tons	rate	Per	Prepaid
				Collect
Extra Charge for declared value		Total		
Declared Value of		Freight payable at		place and date of issue
				LIMA 09/02/2021
		Number of original Bs/L		Signed fir the master

Imagen N° 59 INSTRUCCIONES DE EMBALAJE

TRAMITES:		FLETE CC: PP		
Corte de Guía	EXW	CPT		
Certificado de Origen	FCA	CIP		
Visa Textil	FOB	DDU		
Certificado Fitosanitario	CFR	DDP		
Trámite de Aduana Expo	CIF			
Embalaje				
Consularización				
Otros	_____			
Aeropuerto/Puerto de O		PUERTO CALLAO	Destino Fin: PUERTO VALENCIA	
Fecha de Embarque: 2-Ene				
Carta de Crédito N°: 99887766				
N° de Bultos	de Embalaje	Descripción	Dimensiones	Peso Bruto
60	CAJAS			1,022
<p>Fecha: <u>09/02/2021</u> Dirección: Jr. Mugaburos 144 Jesus Maria Lima-Perú</p>				

Imagen N° 60 RESERVA DE ESPACIO



Nro. BOOKING
11141-0914

09 DE FEBRERO DEL 2021

SRES, EGL PERÚ

REF: EMBARQUE A BORDO / JAK ESMERALDA SW5-F6

ETA CALLAO – 09/02/2021

Por medio de la presente confirmamos su reserva de espacio para embarque a bordo de la nave en referencia. Datos de embarque son los siguientes:

NAVE	: HANSA EUROPE
INGRESO DE CARGA	: 09/02/2021
BOOKING N°	: 0010-2020
SHIPPER	: EGL PERU
CNEE	: ROBERTO VERINO DIFUSION SAC
BULTOS, PESO Y CUBICAJE	: 2 PALETS; 1022;4.68 m3
PUERTO DE EMBARQUE	: CALLAO
PUERTO DE DESCARGA	: PUERTO VALENCIA
PRODUCTO	: PANTALONES JEANS CON TELA ECO DENIM SIN ANILINA
LINEA NAVIERA	: HAPAG LLOYD

PLAZOS:

- ✓ Envío de información de carga IMO: 7 días útiles antes del arribo de la nave.
- ✓ Envío de matrices definitivas de embarque: 3 días útiles antes del arribo de la nave.
- ✓ Envío de FACTURA COMERCIAL PACKING LIST, CERTIFICADO DE ORIGEN de las cargas de tránsito: 24 horas útiles antes del zarpe de la nave.
- ✓ Ingreso de cargas y documentos al depósito temporal: 4 días útiles antes del arribo de la nave.
- ✓ Aviso de cancelación de cargas: hasta 3 días antes del arribo de la nave.

4.2.10 Requisitos de acceso al mercado español

Todos los países cuentan con ciertas condiciones para que ingresen las mercancías a su territorio aduanero, cada país tiene sus requisitos técnicos, sus políticas de protección al consumidor y esto varía debido a que cuentan con políticas de comercio exterior diferentes. En este punto la empresa Healthy Jeans ha tenido en cuenta cada detalle que solicita España para el ingreso de productos textiles a su territorio.

Las empresas que deseen vender sus productos a la UE tienen que haber designado a un representante que sea responsable de que tanto el diseño como la fabricación de los productos exportados cuenten con todos los requisitos aplicables para poder llevarse a cabo la evaluación de la conformidad. Las autoridades aduaneras tienen la potestad de suspender el despacho de mercancías que incumplan con el reglamento.

El reglamento que configura estas características es el reglamento REACH que es el Registro de sustancias y mezclas químicas, ya que registra, evalúa, autoriza y restringe sustancias químicas en los productos textiles que puedan perjudicar la salud y al ecosistema.

La entidad que se encarga de resguardar el cumplimiento del reglamento antes mencionado es la Agencia Europea de Sustancias y Mezclas Químicas (ECHA).

Por ello los pantalones jeans ecoamigables (partida arancelaria 620462) estarán contando con todas las especificaciones técnicas que serán detalladas a continuación:

Cumplir con el reglamento REACH

Correcto marcado y etiquetado de la prenda donde la etiqueta debe contener los datos del responsable, el número de identificación fiscal del importador y la etiqueta debe ser duradera y debe estar cocida o pegada, que dure el mismo tiempo de vida de la prenda.

Imagen N° 61
ETIQUETA DEL PANTALÓN JEANS



Sobre el mercado, la prenda de vestir debe de llevar el marcado con el símbolo CE (Comunidad Europea) que significa que cumple con las normas de seguridad europeas.

CERTIFICACIONES VOLUNTARIAS

Se conoce con este nombre a aquellas certificaciones que exigen los consumidores, más allá de las que exige la entidad competente porque estas hablan de calidad, responsabilidad social y medioambiental de la prenda.

Una de las certificaciones internacionales que Healthy Jeans está trabajando en conseguir es la FAIR TRADE cuyo fin es generar sostenibilidad en toda la cadena de producción asegurando salarios justos a las trabajadoras, buenas prácticas laborales y cuidado medioambiental. También desea acceder a la certificación Oeko Tex Standard 100 y European Ecolabel.

Fairtrade Textile Standard que es una certificación global para el sector textil, se divide en dos la primera se llama Fairtrade Cotton Mark que es para los productores de algodón que deseen certificarse y la segunda es la Fairtrade Cotton Program que está orientada a los comerciantes que compran algodón certificado Fairtrade para confeccionar sus prendas. Healthy Jeans apunta a esta certificación como objetivo a mediano plazo.

Imagen N° 62
LOGO DE CERTIFICACIÓN FAIR TRADE



4.2.11 Gestión de despacho aduanero

Imagen N° 63
Declaración Aduanera de Mercancías (DAM)

Aduana		CA ^o digo		DECLARACION UNICA DE ADUANAS (AI)			REGISTRO DE ADUANA		
MARITIMA DEL CALLAO		118							
NA ^o Orden		Destinaci ^o n	Modalidad	Tipo Despacho	NA ^o Orden de Embarque	NA ^o Declaraci ^o n: 107906			
004726		41	1	NORMAL	2021-107906	Fecha Numeraci ^o n: 05/02/2021			
1 IDENTIFICACION		1.1 Importador/Exportador				Sujeto a: ROJO			
		HEALTHY JEANS S.A.C							
1.2 CA ^o digo y Documento de Identificaci ^o n				1.3 Direcci ^o n de Importador/Exportador			1.4 Cod.Ubi.Geo.		
4 - 20406080100				JR. MUGABURO 144, JESUS MARIA,LIMA,LIMA					
7 DECLARACION DE MERCANCIAS		7.1 NA ^o Serie/Total	7.2 Items Ejemplar B	7.3 NA ^o mero Declaraci ^o n Precedente Serie		7.4 NA ^o Certificado Reposici ^o n Item	7.5 Cod.Apl.Ultr.		
		1							
7.6 Puerto de Embarque CA ^o digo		7.7 Fecha Exp.	7.8 Documento Transporte Detalle	7.9 NA ^o Certificado Origen Fecha		7.10 Cant. Unidad Comercial	7.11 Infor. Verificaci ^o n / Cod.Exoneraci ^o n		
		--/------	LIM2017-000895	0		2400	/		
7.12 Cantidad Bultos	7.13. Clase	7.14 Peso Neto Kilos	7.15 Peso Bruto Kilos	7.16 Cantidad Unidad FÁ-sica Unidad		7.17 Cantidad Unidad Equiv./Prod. Unidad	7.18 Item CIP		
60	CAJAS	947	1,022	2400 - U					
7.19 Subpartida Nacional DV	7.20 Tipo	7.21 Subpartida Naladisa/Nabandina DV	7.22 TM	7.23 TPI	7.24 TPN	7.25 Cod. Lib.	7.26 PaAs Origen	7.27 PaAs Adq/Dest.	7.28 Reg. Apli.
62.04.62.00.00		/	0	0	0	0			13
7.29 FOB Moneda Transacci ^o n CA ^o digo		7.30 FOB US\$	7.31 Flete US\$	7.32 Seguro US\$	7.33 Ajuste Valor US\$	7.34 Valor Aduana US\$			
0 -		64,610	0	0		64,610			
7.35 Descripci ^o n MercancÍas		1. PANTALONES LARGOS PARA DAMA DE ALGODÓN TEJIDO DENIM							
		2. COMP. 98% ALGODÓN 2% POLIESTER							
		3. MARCA:HEALTHY JEANS - TALLAS: 34 /36 /38 / S/M /L							
		4.							
		5. SE ACOGE A DRAWBACK							
7.36 Factura Comercial		Fecha	NA ^o	Fecha	NA ^o	Fecha			
001-0044-00000872 - 05/02/2021		-							
7.37 Informaci ^o n Complementaria							7.38 Observaciones		
CA ^o digo No. 13 Fob: 26810.58							7.39 Tipo Observaci ^o n		

Elaboraci^on: Equipo de trabajo

Fuente: Sunat

4.2.12 Medios de pago

En el cierre de la negociación que hubo entre HEALTHY JEANS SAC y el cliente ROBERTO VERINO SA se ha optado por la utilización de la carta de crédito como medio de pago, que será abierta por el banco Santander España.

En nuestro contrato de compra venta internacional firmado por HEALTHY JEANS SAC y ROBERTO VERINO SAA se hace mención del empleo de la carta de crédito, la cual se eligió por los siguientes beneficios:

- ✓ Garantiza el cobro de la venta de la mercancía de acuerdo con las condiciones estipuladas en la carta de crédito: Monto y oportunidad
- ✓ LA carta de crédito celebrada con ROBERTO VERINO SA puede ser empleada como instrumento de garantía para financiamientos de exportación
- ✓ Unifica criterios e interpretaciones en ambas partes al regirse por normas internacionales (Practica Bancaria Internacional ISBP 681, de la cámara de comercio internacional). De esta manera no habrá motivo a malas interpretaciones a la hora del cobro y el pago

Para el caso HEALTHY JEANS trabajaremos con la empresa SCOTIABANK la cual nos envió su propuesta con comisiones competitivas, además de que cuenta con una amplia red de corresponsales y telebanking para conocer el estado de las operaciones en tiempo real.

Para este tipo de pago habrá que tener en cuenta los documentos requeridos para su presentación. HEALTHY JEANS presentará:

- Factura comercial
- Lista de empaque
- B/L o documento de transporte
- Certificado de origen
- DAM

4.2.13 Gráfico de carta de crédito

El proceso de la carta de crédito es un procedimiento internacional que se trabaja en la mayoría de las empresas grandes y dado que Healthy Jeans están enfocados a grandes distribuidores y almacenes de consumo masivo es necesario garantizar una transacción lo más transparente posible donde ambas partes obtengan lo que se pactó de la mejor forma, si bien este tipo de medio de pago es más costoso operativamente hablando a diferencia de otros. Es un costo ya considerado en el planeamiento del precio y que por lo tanto será asumido previo análisis bajo un enfoque costo/beneficio.

Después de que la empresa haya realizado previamente un análisis entre los diferentes bancos que ofrecen el servicio de rubros internacionales más los beneficios que ofrecen a los empresarios relacionados al comercio exterior, concluyó optar por el banco SCOTIABANK.



**CARTA DE CRÉDITO
DE EXPORTACIÓN**

DETALLE		TARIFA EN DOLARES
1.1	Por aviso (**)	60.00 USD
1.2	Por cancelación o pago, y/o utilización (**)(****)	0.27% 55.00 USD
1.2.1	Por aceptación / pago diferido	1.70% 60.00 USD
1.3	Por confirmación / <u>Nominación</u>	0.20% 55.00 USD
1.4	Por Incremento (**)(****)	0.20% 55.00 USD
1.5	Por Prorroga /fuera del pedido	0.20% 55.00 USD
1.6	Por Pre aviso, por modificación, anulación, descargo o prorroga, autenticación de L/C	40.00 USD
1.7	Por transferencia de carta de crédito (**)	0.20% 55.00 USD
1.8	Por discrepancias	55.00 USD
1.9	Por emisión de cartas compromiso	35.00 USD
1.10	Por transferencia de fondos o emisión de giros o cheques (**)	
1.11	Por remesa complementaria (**)(****)	11.00 USD
1.12	Por revisión de documentos	55.00 USD
1.13	Por gestión ante el BCRP	10.00 USD
	Por Gestión de Swift	22.00 USD
	Por Gestión de Portes	11.00 USD
	Por Modificación	40.00 USD
1.14	Por Convenio	0.02% 1.00 USD
TOTAL, CARTA DE CREDITO		675.00 USD

4.2.14 Contratos

CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

FECHA: 29/01/2021

De una parte, Healthy Jeans, con domicilio en Jirón Los Mogaburos 144 -Jesus Maria -Lima-Perú y número de identificación RUC 20406080100, representado por Anthony Raiph Ventocilla Melgar – Gerente General en adelante “EL VENDEDOR” Y de otra, ROBERTO VERINO DIFUSION SA, con domicilio social en Calle Pontevedra (pq. Tecnológico de Galicia) 2-4, San Cibrao das Viñas, 32911, Orense – Madrid – España y número de identificación/registro fiscal A32005746, representada por Asegurado García José – Director de Compras en adelante, “EL COMPRADOR” Ambas Partes declaran que tienen interés en realizar operaciones de compraventa de mercancías a las que se refiere el presente Contrato y acuerdan lo siguiente:

1. PRODUCTOS

Por medio del presente Contrato, el Vendedor se obliga a suministrar y el Comprador se obliga a adquirir: Los siguientes productos y cantidades: “6405 Pantalones Jeans de tela Eco Denim sin anilina”

2. PRECIO

El precio total de los productos que el Comprador se compromete a pagar al Vendedor será de \$ 76084.33 [Setenta y Seis Mil ochenta y cuatro Dólares y treinta y tres Centavos de Dólar]. Dicho precio: Es la suma de los precios de todos los productos y cantidades descritos en la Cláusula 1.

Alternativa B. Es la suma de los precios de todos los productos que se incluyen en el Anexo 1, así como también determinado por Icotemrs CFR - Valencia

3. CONDICIONES DE ENTREGA

El Vendedor entregará los productos en España – Puerto de Valencia de España, en condiciones CFR - Valencia. Deberá entregar la mercancía en el lugar establecido, y al transportista designado por el Comprador, como máximo un día antes de la fecha límite establecida en el presente Contrato. Si a la llegada de la mercancía a destino, el Comprador no se hace cargo de la misma, el Vendedor podrá exigir el cumplimiento del Contrato y, en concreto, que se efectuó el pago del precio convenido.

4. ENVASE Y EMBALAJE

El Vendedor se obliga a entregar los productos objeto del Contrato, debidamente embalados y protegidos de acuerdo a sus características específicas y a las condiciones del transporte que se vaya a realizar.

5. FORMA DE PAGO

El Comprador se obliga a pagar el precio total que figura en el Contrato. El pago de dicho precio se realizará: Mediante carta de crédito el cual será apertura do por el comprador y en la oficina bancaria de su elección.

Anthony Raiph Ventocilla Melgar
Gerente General
“Healthy Jeans”

Asegurado García José
Director de Compras
“Roberto Verino”

CONTRATO DE REPRESENTACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL

FECHA: 29/01/2020

De una parte, Healthy Jeans, con domicilio en Jirón Los Mogaburos 144 -Jesus Maria -Lima-Perú y número de identificación RUC 20406080100, representado por Anthony Raiph Ventocilla Melgar – Gerente General en adelante “LA EMPRESA” y de otra, ROBERTO VERINO DIFUSION SA, con domicilio social en Calle Pontevedra (pq.Tecnologico de Galicia) 2-4, san cibrao das Viñas, 32911, Orense – Madrid – España y número de identificación/registro fiscal A32005746, representada por Asegurado García José – Director de Compras en adelante, “EL REPRESENTANTE” Ambas Partes se reconocen mutuamente la capacidad de obligarse en los términos del presente Contrato y, manifiestan que la Empresa, es una compañía dedicada a la fabricación y venta de Jeans Eco amigables con tela eco-denim sin anilina, y está interesada en expandir las ventas a los mercados internacionales.

Que el Representante está interesado en realizar las tareas de promoción y gestión de exportaciones de los productos fabricados por la Empresa, dados sus conocimientos y experiencia profesional en comercio exterior.

Que han llegado a un acuerdo para la promoción en el exterior de los citados productos, que se registrará por los siguientes pactos:

OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del presente Contrato consistirá en la promoción y venta en los mercados internacionales de los productos fabricados por la Empresa que se especifican en el Anexo 1 del presente Contrato.

EXCLUSIVIDAD Y TERRITORIO

El Representante ejercerá su actividad de forma exclusiva para la Empresa en el territorio que se delimita en la Comunidad de Madrid, país de España y no podrá realizar su actividad fuera del territorio que le ha sido asignado.

COMPROMISO DE NO COMPETENCIA

Salvo autorización escrita de la Empresa, el Representante, no podrá fabricar, distribuir ni representar ningún tipo de producto que entre en competencia directa con los productos que fabrica la Empresa. A tales efectos el Representante declara que en la fecha en que se firma el presente Contrato, actúa en calidad de representante, agente o distribuidor de las empresas y productos que se mencionan en la primera parte de este contrato. El compromiso de no competencia se mantiene durante la vigencia del presente Contrato y durante 1 año más después de su finalización.

MATERIAL PROMOCIONAL Y MUESTRAS

La Empresa proporcionará al Representante material publicitario (catálogos, folletos, fichas de productos, etc.) y muestras de los productos de este Contrato. El Representante llevará a cabo la distribución de este material entre potenciales clientes y será responsable de posibles deterioros o pérdidas del mismo.

Anthony Raiph Ventocilla Melgar
Gerente General
“Healthy Jeans”

Asegurado García José
Director de Compras
“Roberto Verino Difusion SA”

CONTRATO DE ALIANZA ESTRATÉGICA INTERNACIONAL

FECHA: 29/01/2021

De una parte, Healthy Jeans, con domicilio en Calle Jirón Los Mogaburos 144 -Jesus Maria -Lima-Perú y número de identificación RUC 20406080100, representado por Anthony Raiph Ventocilla Melgar – Gerente General en adelante “EMPRESA A” Y de otra, ROBERTO VERINO DIFUSION SA, con domicilio social en Calle Pontevedra (pq.Tecnologico de Galicia) 2-4, san cibrao das Viñas, 32911, Orense – Madrid – España y número de identificación/registro fiscal A32005746, representada por Asegurado Garcia Jose – Director de Compras en adelante, "EMPRESA B" Ambas Partes se reconocen expresa y recíprocamente capacidad legal suficiente para otorgar el presente Contrato de Alianza Estratégica y manifiestan que:

- I. La **EMPRESA A** es una sociedad de nacionalidad **PERUANA** presente en la ciudad de lima que cuenta con amplia experiencia en el sector textil y cuya actividad principal es la fabricación de pantalones **Jeans con tela Eco Denim sin anilina**.
- II. La **EMPRESA B** es una sociedad de nacionalidad **ESPAÑOLA** presente en la ciudad de Madrid que cuenta con amplia experiencia en el sector de **PRENDAS DE VESTIR** y cuya actividad principal es **IMPORTAR Y EXPORTAR PRENDAS PARA SEÑORITAS Y NIÑAS**
- III. Las Partes creen que pueden lograr beneficios mutuos mediante el trabajo conjunto y han acordado establecer una Alianza Estratégica (la "**Alianza**") en el área de **COMERCIAL** bajo los términos que se establecen en este Contrato.

ARTÍCULO 1. OBJETIVOS DE LA ALIANZA

- 1.1 Las Partes acuerdan establecer una Alianza cuyos objetivos primordiales son:
 - 1.1.1 Explorar/ Importar **PANTALONES JEANS DE TELA ECO DENIM SIN ANILINA** que puedan obtenerse mediante el trabajo conjunto, especialmente en el campo de **FABRICACION Y VENTA DE LOS MISMOS**.
 - 1.1.2 De manera general, explorar acuerdos comerciales que sean mutuamente beneficiosos para las Partes.
- 1.2 Cada una de las Partes reconoce que el éxito de la Alianza requerirá de una relación cooperativa de trabajo basada en la buena comunicación y en el trabajo en equipo, en todos los niveles.
- 1.3 Las Partes confirman su intención de establecer y desarrollar la Alianza de acuerdo a los principios establecidos en este Contrato con miras a lograr el éxito de la Alianza en beneficio mutuo.

ARTÍCULO 2. ÁMBITO GEOGRÁFICO

El ámbito geográfico de la Alianza se centrará en todo el territorio de LA CIUDAD DE MADRID PAIS DE ESPAÑA

ARTÍCULO 3. COMITÉ DE GESTIÓN

- 3.1 Las Partes crearán un comité ("Comité de Gestión") que será responsable de la organización, dirección y gestión de la Alianza.
- 3.2 Las funciones del Comité de Gestión serán entre otras:
- 3.2.1 Llevar a cabo la dirección estratégica y operativa de la alianza.
 - 3.2.2 Aprobar los Proyectos a realizar por la Alianza, incluyendo cualquier compromiso de aportación de fondos de las Parte para los Proyectos aprobados.
 - 3.2.3 Establecer objetivos y metas que permitan medir el progreso de la Alianza.
 - 3.2.4 Identificar y valorar los recursos necesarios para apoyar a la Alianza y acordar las responsabilidades de cada Parte en proporcionar estos recursos.
 - 3.2.5 Garantizar que exista una comunicación activa y coordinada entre las Partes.
 - 3.2.6 Proporcionar un foro en el que cualquier problema pueda tratarse y resolverse de forma constructiva.
- 3.3 Cada Parte designará 2 representantes para ser miembros del Comité de Gestión y, asimismo, consultará con la otra Parte antes de la designación, así como cualquier cambio en la representación.
- 3.4 Cada miembro del Comité de Gestión tendrá un voto. Las decisiones se tomarán por mayoría simple, siempre que, al menos, un representante de cada Parte esté incluido en ese voto mayoritario.
- 3.5 Los miembros iniciales del Comité de Gestión serán:

VILLANUEVA ESQUIVES, KARINA YANETH, designado por la Empresa A.

SUAREZ CUAILA JENNY ANABEL , designado por la Empresa A.

D/Dª [insertar nombre], designado por la Empresa B.

D/Dª [insertar nombre], designado por la Empresa B.

- 3.6 El Presidente del Comité de Gestión será designado por **EMPRESA A**, si bien no tendrá voto de calidad alguno.

Anthony Raiph Ventocilla Melgar
Gerente General
“Healthy Jeans”

Asegurado García José
Director de Compras
“Roberto Verino Difusion SA”

- Contrato con empresa tercerizadora (si corresponde)

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS (OUTSOURCING)

Conste por el presente documento, la celebración de un Contrato de Prestación de Servicios que suscriben de una parte **HEALTHY JEANS**, con RUC N° 20406080100, con domicilio en **Jirón Los Mogaburos 144 -Jesus Maria -Lima-Perú** debidamente representada por **Anthony Raiph Ventocilla Melgar** identificado con DNI N° **47785132** a quien en adelante se le denominará **LA EMPRESA CLIENTE**, y de la otra parte **KEOMA JEANS**, con RUC N° **1025421576** con domicilio en **JR LAMPA 475 – CERCADO DE LIMA** debidamente representada por su **GERENTE GENERAL**, Sra. **ROXANA CUEVA TRUJILLO**, identificado con DNI N° **47585213**, según mandato inscrito en la Ficha N° _____ del Registro de Personas Jurídicas de Lima, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA EMPRESA DE OUTSOURCING**, bajo los términos y condiciones siguientes:

PRIMERA: DE LAS PARTES

- 1 **LA EMPRESA CLIENTE** es una persona natural de derecho privado, cuya actividad principal es **EXPORTACION DE PANTALONES DE TELA ECO DENIM SIN ANILINA**.
- 2 **LA EMPRESA DE OUTSOURCING**, es una empresa debidamente constituida cuyo objeto social comprende **LA FABRICACION DE PANTALONES JEANS**.

SEGUNDA: OBJETO Y ALCANCES DEL CONTRATO

Por el presente documento, y al amparo de lo dispuesto por los artículos 1755 y sgtes. del Código Civil, **LA EMPRESA CLIENTE** conviene en contratar a **LA EMPRESA DE OUTSOURCING**, para que preste el servicio de **FABRICACION DE 2400 PANTALONES JEANS (DEACUERDO A FICHA TÉCNICAY ESPECIFICACIONES DE TELA ECODENIM QUE ADQUIRIRÁ DE LA EMPRESA DE HILANDERÍA NUEVO MUNDO)**.

Este servicio deberá prestarse en forma independiente y autónoma, asumiendo los riesgos propios de la actividad, en virtud a que cuenta con una organización adecuada y permanente para llevarlos a cabo.

Para la prestación de tales servicios, **LA EMPRESA DE OUTSOURCING** delegará en los trabajadores que contrate, la realización de los servicios que requiere **LA EMPRESA CLIENTE**, debiendo recibir las facilidades del caso por parte de esta, para que puedan cumplir con el objeto del presente contrato.

TERCERA: TERCERIZACIÓN DE SERVICIOS

El presente contrato de tercerización de servicios u *outsourcing* no es un contrato de intermediación laboral entre una empresa usuaria y una empresa de servicios, pues el mismo es celebrado entre las partes al amparo de lo dispuesto por la Ley N° 27626, Ley que regula las actividades las empresas especiales de servicios y las cooperativas de trabajo y el artículo 4 de su Reglamento, aprobado por el Decreto Supremo N° 003-2002-TR.

Estas normas señalan que no será considerada intermediación laboral, la tercerización externa de servicios por parte y los contratos que tienen por objeto que un tercero se haga cargo de una parte integral del proceso productivo de una empresa.

CUARTA: CONTRAPRESTACIÓN ECONÓMICA Y FORMA DE PAGO

LA EMPRESA CLIENTE se compromete a pagar el monto ascendente a la cantidad de S/.

... .. (... .. Nuevos Soles), por el servicio de por la **EMPRESA DE *OUTSOURCING***. La oportunidad del pago será, durante el plazo de vigencia del presente contrato estipulado en la cláusula sexta del presente contrato.

QUINTA: PLAZO DEL CONTRATO

El plazo estipulado para la prestación de los servicios que prestará **LA EMPRESA DE *OUTSOURCING***, será de contados a partir de la suscripción del presente documento, pudiendo a su vencimiento ser objeto de renovación por un período igual o mayor, conforme a las condiciones que se acuerden en dicha oportunidad.

El presente contrato podrá darse por terminado anticipadamente por acuerdo entre las partes, o por un pre-aviso comunicado por escrito no menor de 15 (quince) días.

SEXTA: DE LAS OBLIGACIONES DE LA EMPRESA DE *OUTSOURCING*

Son obligaciones de **LA EMPRESA DE *OUTSOURCING***, las siguientes:

- 7.1. Realizar los servicios contratados de acuerdo a lo establecido en la cláusula segunda de este contrato, en forma eficiente, creativa y diligente, siendo indispensable que se cumpla con el objeto previsto en el presente documento.
- 7.2. Adquirir la tela eco-denim sin anilina de la empresa **NUEVO MUNDO SAC** cuyos datos serán proporcionados por el representante legal de la empresa.

SÉPTIMA: DE LAS OBLIGACIONES DE LA EMPRESA CLIENTE

Son obligaciones de **LA EMPRESA CLIENTE**, las siguientes:

- 8.1. Abonar a **LA EMPRESA DE *OUTSOURCING*** la retribución pactada en la forma y porcentaje acordados, siempre que **LA EMPRESA DE *OUTSOURCING*** cumpla a cabalidad con el objeto previsto en la cláusula segunda del presente contrato.
- 8.2. Prestarle todas las facilidades e información para llevar a cabo el servicio requerido.
- 8.3. Las demás que resulten de este contrato o de la ley.

OCTAVA: AUTONOMÍA EN LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS

Las partes dejan expresa constancia que los trabajadores contratados por **LA EMPRESA DE *OUTSOURCING*** para llevar a cabo el objeto del presente contrato, no se encuentran sujetos a subordinación alguna por parte de ... **LA EMPRESA CLIENTE**.

Por tanto, el presente contrato no origina en modo alguno relación laboral entre **LA EMPRESA CLIENTE** y los trabajadores contratados por **LA EMPRESA DE *OUTSOURCING***, los cuales prestarán sus servicios de la siguiente forma:

- 9.1. Los trabajadores prestarán los servicios pactados en la cláusula segunda del presente contrato y los ejecutarán con los instrumentos y equipos proporcionados por la **EMPRESA DE *OUTSOURCING***.
- 9.2. Las instrucciones y sanciones que reciban los trabajadores únicamente pueden provenir de la **EMPRESA DE *OUTSOURCING***.
- 9.3. Los trabajadores encargados de prestar el servicio pactado entre **LA EMPRESA DE *OUTSOURCING*** y **LA EMPRESA CLIENTE** percibirán la remuneración que **LA EMPRESA DE *OUTSOURCING*** les otorgue, no pudiendo recibir beneficios económicos de parte de **LA EMPRESA CLIENTE**.
- 9.4. **LA EMPRESA DE *OUTSOURCING*** se encarga del pago de los beneficios y aportaciones sociales de los trabajadores contratados por ella.
- 9.5. Las labores prestadas por los trabajadores contratados por **LA EMPRESA DE *OUTSOURCING*** no son similares a ninguna labor que lleven a cabo los trabajadores de **LA EMPRESA CLIENTE**.
- 9.6. **LA EMPRESA DE *OUTSOURCING*** fija la jornada laboral y el horario de trabajo de sus trabajadores.

NOVENA: PACTO DE EXCLUSIVIDAD

LA EMPRESA CLIENTE declara conocer que **LA EMPRESA DE *OUTSOURCING*** no tiene obligación de exclusividad en la prestación de sus servicios, lo que significa que presta servicios similares a los pactados en la cláusula segunda del presente contrato a otros clientes.

DÉCIMA: APLICACIÓN DEL CÓDIGO CIVIL

Por sus características y obligaciones, el presente contrato se regulará por las disposiciones de los artículos 1755 a 1763 del Código Civil, quedando indubitablemente entendido por las partes que habida cuenta la naturaleza eminentemente civil del mismo, no se genera relación laboral ni beneficio social alguno.

UNDÉCIMA: DOMICILIO Y JURISDICCIÓN

- 1 Ambas partes se someten a la jurisdicción de los jueces y tribunales de, para resolver cualquier divergencia o exigencia derivada del presente contrato, y señalan como sus domicilios al efecto los indicados al inicio del presente instrumento.
- 2 Cualquier cambio de domicilio, será comunicado mediante carta notarial, dentro de las 48 horas de producido por la parte que lo efectuó. La falta de aviso notarial, determinará la subsistencia del domicilio señalado, a donde se podrá dirigir válidamente toda la correspondencia o notificaciones.

DUODÉCIMA: AUSENCIA DE VICIO O ERROR

Las partes contratantes declaran que en la celebración del presente contrato, no ha mediado dolo, error, intimidación, o cualquier otro hecho que pudiera ser considerado como causal de nulidad y/o anulabilidad, por lo que se ratifican en cada uno de los términos que anteceden.

Suscrito en Lima, en tres ejemplares de igual valor y tenor, el de del

LA EMPRESA CLIENTE

LA EMPRESA DE *OUTSOURCING*

CAPÍTULO V – PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

5.1 Presupuesto de inversión

Dentro del presupuesto de inversión **Lozano Arvey. (2002, Abril 30)**²⁴. Menciona que el presupuesto “Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista” véase anexo número ... y llegando a este punto a continuación se detallará el presupuesto de inversión de la empresa Healthy Jeans el cual ha sido estudiado a detalle, con el fin de generar la menor incertidumbre posible antes de realizar el primer ejercicio económico, cabe resaltar que la empresa realizara cuatro exportaciones para el primer año, todo esto tiene mucha relevancia, ya que con estos datos se podrá obtener información para la toma de decisiones a corto y largo plazo.

Como ya se ha detallado en capítulos anteriormente la empresa Healthy Jeans comenzara a realizar sus actividades a partir del año 2021, cabe mencionar que la información descrita en este capítulo esta principalmente enfocada y proyectada para un periodo de 5 años, así mismo el año 2020 está destinado a realizar la constitución y recojo de información de mercado y será considerado el año cero, esto permitirá tomar mejores decisiones y a su vez reducir al máximo las probabilidades de error o fracaso del proyecto de negocio.

5.1.1 Activos tangibles

Carcelén et al. (2010)¹, comenta que la “teoría de recursos y capacidades considera la estrategia empresarial centrada en los recursos” véase en el anexo número ... y para la empresa Healthy Jeans se identificó los principales recursos necesarios, así como las capacidades de la empresa para llevar a cabo las exportaciones comprendidas dentro del proyecto de negocio, esto permitirá conocer el impacto que tendrá la empresa al ingresar a un mercado extranjero como es España – Madrid.

Dentro de los activos tangibles que se consideró para el levantamiento de la empresa los cuales a su vez están directamente relacionados al mercado meta, objetivos a largo plazo y contratos ya establecidos para el primer año de exportación, la empresa Healthy Jeans no contará con una tienda física, ya que el mercado meta está ubicado fuera del país, por otro lado si será necesario contar con una central de comunicaciones el cual le permitirá a la empresa mantener una comunicación constante con el distribuidor y a su vez pueda ser contactado con otros más dentro del mercado tan diversificado como es

²⁴ Lozano Arvey. (2002, Abril 30) Teoría de presupuestos recuperado de <https://www.gestiopolis.com/teoria-de-los-presupuestos/>

España – Madrid a través de los diferentes canales digitales, todo esto con el fin de poder así expandir la participación de mercado de la empresa Healthy Jeans para el tercer año de exportaciones, por ello la empresa vio conveniente adquirir los siguientes activos para el equipo de trabajo que realizara sus labores dentro de las instalaciones de la empresa.

A continuación, detallamos tanto la cantidad mínima necesaria de los activos tangibles, así como también su precio y total de los mismos, estos están considerados para el primer año de actividades de la empresa Healthy Jeans.

Imagen N° 64 Cuadro de activos tangibles de la empresa Healthy Jeans

Activo	Cant.	V. Unit.	Total
Escritorios	1	340	340
Archivadores	1	251	251
Sillas gerenciales	1	180	180
Sillas secretaria	2	120	240
Estante	1	271	271
Muebles recepción	1	600	600
Recepción	1	800	800
Computadoras PC	3	1,525	4,576
Impresoras	1	508	508
Central telefónica	1	1,017	1,017
	13	Subtotal	8,783
		IGV	1,581
		TOTAL, S/	10,364

Elaborado por Equipo de Trabajo.

Como se puede apreciar en el cuadro anterior, la inversión de la empresa para los activos fijos superara los S/. 10,000 soles, que esto a su vez representa el 4% del total de la inversión para el primer año de exportaciones, así mismo la empresa Healthy Jeans considera todos los activos ya detallados porque contara con cuatro colaboradores, los cuales estarán laborando en horario de oficina dentro de las instalaciones de la empresa, y estos a su vez contarán con todas las herramientas necesarias para el desarrollo profesional y desempeño laboral del mismo.

5.1.2 Activos intangibles

Ludícibus (2000, p. 209)¹ define activo intangible como un activo de capital que no tiene existencia física, véase en el anexo número ... de este modo para la empresa Healthy Jeans los activos intangibles durante la elaboración del proyecto de negocio son aquellos que permitirán el funcionamiento y constitución de la empresa, ya que es este el beneficio con el cual le permitirá estar registrado de manera legal y generar mayor confianza con los clientes en el extranjero, se detalla a continuación en un cuadro elaborado por el equipo de trabajo donde se muestra los requerimientos, tramites y permisos que se requieren, que a su vez constan de un valor el cual esta descrito, así como también la totalidad de los mismos, cabe resaltar que estos fueron expuestos en el capítulo anterior.

Imagen N° 60 Inversión de activos intangibles de la empresa Healthy Jeans

Activo	V. Unit.	Total
Constitución de empresa	500	500
Tramites y permisos	1,200	1,200
Registro de marca	540	540
TOTAL, S/		2,240

Elaborado por: Equipo de Trabajo

Se puede apreciar que para la constitución de la empresa Healthy Jeans en registros públicos demanda un costo aproximado de 500.00 soles, esta será a través de una notaría, el cual facilitara el proceso y tramite documentario, a su vez hará el seguimiento requerido del trámite y elaborara la minuta de constitución, por otro lado se tuvo en cuenta los permisos requeridos para la funcionabilidad de la empresa dentro del marco legal del mismo o en otras palabras para que la empresa pueda operar de manera formal, esto demanda un total de 1,200.00 soles para la empresa, por último la empresa consideró el registro de marca, que a su vez es muy importante para proyecciones a futuro de Healthy Jeans, así como también para poder hacer efectivo todas las exportaciones durante el tiempo establecido, dicho monto se puede visualizar en el cuadro antes descrito, todos los costos para la constitución de la empresa, así como los permisos y registros necesarios representan el 1% aproximadamente del total de la inversión requerida para Healthy Jeans.

5.1.3 Capital de trabajo

Para la descripción del capital de trabajo dentro del proyecto de negocio de Healthy Jeans se ve conveniente citar el siguiente párrafo de L. Gitman (2004)¹, el cual nos habla del capital de Trabajo que es la parte de los activos circulantes que se financian con fondos a largo plazo, lo que define al capital de trabajo por su origen, véase en el anexo número.

Expuesto lo anterior, para la empresa Healthy Jeans el capital de trabajo está compuesto por los gastos administrativos que representan las remuneraciones de los trabajadores y los beneficios de ley como (CTS, Gratificaciones, Essalud), servicios básicos de la empresa, alquiler del ambiente de trabajo de ser necesario, suministros de oficina y materiales de limpieza, por otro lado Healthy Jeans tendrá gastos de ventas los cuales están representados por un trabajador y todos los beneficios de ley que le corresponda, y también por un presupuesto de marketing y publicidad, por último los costos de exportación, los cuales están comprendidos por la elaboración del producto ecológico y la cantidad de pantalones que la empresa requerirá para la exportación, a continuación dentro del cuadro también se describe un monto designado para caja chica que servirá para cualquier gasto imprevisto en el día a día en la empresa.

Imagen N° 61 Capital de trabajo de la empresa Healthy Jeans

Detalle	Valor mes	Provision	Total
Gastos administrativos	6,789	3	20,367
Gastos de ventas	4,866	2	9,733
Costos de exportación	97,920	2	195,840
Caja chica 5%	5479	3	17,178
TOTAL S/			243,118

Elaborado por: equipo de trabajo

Como se puede apreciar en el cuadro elaborado, la inversión más importante que hará Healthy Jeans para iniciar el proyecto de negocio representara un 95% del total, así mismo cada uno de los costos y gastos mencionados tienen un periodo de provisión diferente de acuerdo a que la empresa comenzara sus exportaciones en el segundo mes del año 2021 y valorando por al menos tres meses los gastos administrativos para el personal y caja chica.

Por otro lado, el Capital de trabajo se halló mediante el método contable, el cual inicialmente se parte al hallar la demanda proyectada, para luego en base a ello, ir sacando los costos de producción e insumos y activos necesarios para la empresa Healthy Jeans, así mismo partiendo de esto la empresa Healthy Jeans vio conveniente realizar el financiamiento del 29.61% del total de inversión, es decir un total de 75,723 soles, los cuales estarán financiados a tres años por el Banco Interbank, por otro lado la diferencia será aportado por los tres socios de la empresa, los cuales invertirán un total de 180,000 soles.

5.2 Estructura de inversión y financiamiento

5.2.1 Estructura de la inversión y su proyección

Case, Karl E. Y Ray C. Fair. (1997) en su libro Principios de macroeconomía. México. Pág. 1981 Las empresas tienen como opción invertir tanto en plantas y equipos, véase en el anexo número ..., así mismo para la empresa Healthy Jeans la estructura de inversión y la proyección que realizara para el proyecto de negocio está determinada por los activos fijos tangible e intangibles, como también por el capital de trabajo, así mismo la empresa tendrá en cuenta el foco principal que es la exportación y para ello la producción de pantalones jeans eco-amigables será tercerizado de esta manera se aprovecha directamente la experiencia del fabricante tanto en calidad como en el precio, la empresa Healthy Jeans invertirá en activos fijos el 4% del total destinado, además en activos intangibles invertirá el 1% y el grueso de inversión será en capital de trabajo con un 95%. A continuación, en el siguiente cuadro se aprecia el resumen de inversión total para el primer año.

Imagen N° 62 Resumen de inversión de la empresa Healthy Jeans

Detalle	Valor	%
Activos Fijos	10,364	4%
Activos Fijos Intangibles	2,240	1%
Capital de trabajo	243,118	95%
TOTAL S/	255,723	100%

Elaborado por: Equipo de trabajo

De esta manera la empresa Healty Jeans destinará un total de 256,000 soles de inversión para el primer año de trabajo, esto permitirá también proyectar la inversión para los años siguientes en base a la demanda y la capacidad de producción de la empresa tercerizada, así mismo estos datos permiten a la empresa Healthy Jeans poder calcular el punto de equilibrio el cual brindara información más detalla con el cual permitirá deducir la cantidad mínima de producción y venta para no generar perdida ni ganancia, de esta manera poder tomar mejores decisiones.

5.2.2 Presupuesto de costos

Para BURBANO RUIZ, Jorge. En el libro Presupuestos Enfoque de planeación y control de recursos. 2da. edición. (p 11)¹ mencionan “los presupuestos constituyen la expresión cuantitativa formal de los objetivos que se propone alcanzar la administración de la empresa en un período, con la adopción de las estrategias necesarias para lograrlos.

La empresa Healthy Jeans ha tomado mucho enfoque en el presupuesto de costos, ya que estas son uno de los medios para poder llegar a cumplir los objetivos de la empresa a corto y largo plazo, una de las estrategias para ello es la diferenciación de tela que tendrá el pantalón jean eco-amigable, con esto conseguir a largo plazo ser la primera empresa exportadora de pantalones jean ecológico del Perú.

Así mismo también se considera importante el presupuesto general para el funcionamiento del negocio, para ello la empresa con el equipo de trabajo elaboro un cuadro de presupuesto de costos detallado y proyectado, en el cual se muestra el presupuesto de gastos de exportación, presupuesto de compras, un presupuesto de gastos administrativos proyectado y presupuesto de gastos de ventas proyectado desde el año 2021 al año 2025.

En el cuadro se puede visualizar el detalle de los costos proyectados en los que incurrirá la empresa Healthy Jeans para la exportación de pantalones eco-amigables sin anilina a España - Madrid, así mismo también se muestra los costos de fabricación, costos en valor ex Works, en valor FOB y en valor CIF, dichos costos de exportación serán detallados por la emisión de BL, derecho de embarque, consolidación de la carga, servicio de aforo, comisión de agencia de adunas, gastos operativos y de transporte interno y todo aquel servicio que la agencia de carga requiera para realizar el servicio de exportación para la empresa.

Tabla N° 57 Costos de exportación de la empresa Healthy Jeans

CONCEPTO	2021	2022	2023	2024	2025
Unidades	9,600	9,600	10,800	10,800	10,800
Costo de fabricacion	11.96	12.32	12.69	13.07	13.47
Embajale	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05
Costo total de Produccion	115,342	118,788	137,089	141,202	145,438
Valor Ex Works	115,342	118,788	137,089	141,202	145,438
Emision de BL	95.83	98.70	101.67	104.72	107.86
Derechos de Embarque	438.62	451.78	465.33	479.29	493.67
Consolidacion de la carga	526.08	541.86	558.12	574.86	592.11
Servicio de aforo c/ cuadrillas	44.21	45.54	46.90	48.31	49.76
Comision agencia de aduanas	224.85	231.60	238.54	245.70	253.07
Gastos Operatios	88.45	91.10	93.84	96.65	99.55
Transporte Interno	307.25	316.47	325.96	335.74	345.81
Sub total	1,725	1,777	1,830	1,885	1,942
Valor FOB Total US\$	117,067	120,565	138,920	143,087	147,380
Flete	1,584	3,120	3,628	3,737	3,849
Valor CIF Total US\$	118,651	123,685	142,548	146,825	151,229
Valor CIF unitario US\$	12.36	12.88	13.20	13.59	14.00
Costo fijo (A y V) US\$	1.38	1.36	1.17	1.16	1.20
Total costo unitario US\$	13.74	14.24	14.37	14.76	15.20
Total costo unitario S/	46.86	48.57	49.01	50.32	51.83
Total costo de exportación \$	3,309.01	4,897.05	5,458.64	5,622.40	5,791.07
Total costo de exportación S/	11,283.71	16,698.94	18,613.96	19,172.38	19,747.55

Elaborado por: Equipo de trabajo

De acuerdo al cuadro anterior mostrado, podemos verificar que hay un aumento en la proyección de inversiones a largo plazo, ya que estos están directamente influenciados por la inflación del país, así mismo cabe mencionar que un factor importante para esta proyección es la demanda, la cual está proyectada para 5 años.

Así mismo se aprecia que no hay una gran diferencia de costos los dos primeros años ya que la empresa exportara en total la misma cantidad de pallets completos, además se evidencia que a partir del tercer año se exportara un pallet más por año, un aproximado de 1200 pantalones más, lo cuales incrementan de manera sustancial nuestras inversiones para estos tres últimos años, esto es debido a la proyección de la demanda, el cual se halló en base a la cantidad de pantalones que compra un consumidor final en España – Madrid.

Como ya se mencionó el costo de elaboración de los pantalones está directamente influenciado por la inflación a largo plazo, es por esto que a pesar que aumentaremos la producción a partir del tercer año no hay una reducción en los costos de fabricación para la empresa, por otro lado, los costos de exportación se proyectaron en base a las cotizaciones realizadas a las empresas de servicio como agencias de aduanas, agencias de carga y transporte.

La empresa Healthy Jeans exportará mediante la regla incoterms CFR en el cual se pactó el costo del seguro, este último estará cubierto por el distribuidor de destino, por otro lado, con el paso del tiempo se hará una nueva homologación de agencias de carga para determinar si los costos de exportación de los siguientes años son correctos, de esta manera poder determinar el mejor costo de exportación en favor de la empresa y de los distribuidores de destino.

Así mismo para mayor detalle de los costos de fabricación, presentamos a continuación el siguiente cuadro, con un costo para 2865 pantalones, los cuales serán fabricados por el maquilador.

Tabla N° 58 Costos de fabricación del Maquilador de la empresa Healthy Jeans

MATERIAS PRIMAS DIRECTA	Unidad	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	Total Soles	DOLARES
TELA DENIM	METRO	3724.5	S/16.00	S/59,592.00	\$17,475.66
CIERRE	UNIDAD	2865	S/0.47	S/1,346.55	\$394.88
HILO POLIESTER 20/3 (2743m)	UNIDAD	28.65	S/6.82	S/195.39	\$57.30
BOTÓN (2 por Jean)	UNIDAD	5730	S/0.49	S/2,779.05	\$814.97
ETIQUETAS(HANTAG-HILO-CUERINA)	UNIDAD	2865	S/1.48	S/4,240.20	\$1,243.46
COSTO TOTAL A COMPRAR				S/68,153.19	\$19,986.27

Elaborado por: Equipo de trabajo

Dentro de la materia prima, se consideró todos los insumos necesarios para la elaboración de pantalón eco-denim de la empresa Healthy Jeans, dentro de cuales se encuentra el metraje necesario por cada pantalón a fabricar, así como también cierre, hilos, botones y etiquetas (avíos).

Por otro lado, también se detalla en el siguiente cuadro la mano de obra directa, la cual es fundamental al momento de fabricar los pantalones que la empresa Healthy Jeans exportará a España en el año 2021.

Tabla N° 59 Costos de mano de obra del Maquilador de la empresa Healthy Jeans

MANO DE OBRA DIRECTA	Personal	Sueldo (Mes)	Pago Dolares
Técnico en corte confección y control de calidad	1	S/2,846.67	\$834.80
Técnico en corte y confección	1	S/1,708.00	\$500.88
Ayudantes	2	S/2,277.33	\$1,335.68
TOTAL		S/6,832.00	\$2,671.36

Elaborado por: Equipo de trabajo

Se puede apreciar que el personal requerido para la elaboración de los pantalones son cuatro, de los cuales uno de ellos será el encargado del corte y confección si como también la revisión constante de calidad del producto hace las veces de supervisor, por otro lado, el maquilador contará con un técnico en corte y confección para la parte operativa de confección, así mismo por la cantidad solicitada, el maquilador requiere de dos ayudantes adicionales.

A continuación, se mostrará en un cuadro los costos indirectos de fabricación del maquilador.

Tabla N° 60 Costos indirectos de fabricación del Maquilador de la empresa Healthy Jeans

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	Pago mensual	Dolares
AGUA	S/40.00	\$11.73
LUZ	S/300.00	\$87.98
TELEFONO	S/59.00	\$17.30
MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA	S/500.00	\$146.63
MANTENIMIENTO DE MAQ Y EQ	S/300.00	\$87.98
LAVANDERIA	S/5,300.25	\$1,554.33
LOCAL	S/1,000.00	\$293.26
TOTAL	S/7,499.25	S/2,199.19

Elaborado por: Equipo de trabajo

Del cuadro descrito anteriormente, se aprecia los costos completos de fabricación de 2865 pantalones para la empresa Healthy Jeans, así mismo se detalla en un último cuadro, los costos totalizados y anteriormente descritos.

Tabla N° 61 Costos totales de producción del Maquilador de la empresa Healthy Jeans

DETALLE	SOLES	DOLARES
COSTO TOTAL DE PRODUCCION 2865 JEANS	S/82,484.44	\$24,856.83
UTILIDAD KEOMA (38.9470%)	S/32,125.25	\$9,420.89
COSTO DE MAQUILA TOTAL	S/116,887.02	\$34,277.72
COSTO DE MAQUILA UNITARIO	S/40.80	\$11.96
COSTO UNITARIO DE EMBALAJE	S/0.16	\$0.05
TOTAL COSTO PRODUCCION + EMBALAJE	S/40.95	\$12.01

Elaborado por: Equipo de trabajo

Como se aprecia en el cuadro anterior, el costo de producción de los pantalones Jeans asciende a más de S/. 116,887.02 soles, de los cuales se puede calcular directamente el costo de fabricación por unidad, que asciende a un total de S/. 40.95 soles o \$ 12.01 Dólares.

5.2.2.1 Presupuesto De Gastos De Exportación

En el siguiente cuadro podremos ver como Healthy Jeans proyectó los gastos de exportación para el primer año en base a la cantidad exportada por mes, mencionando que la empresa exportará cuatro veces al año, así también, en base a la cotización de empresas de servicio tanto de carga, transporte y aduanero, se detalla mes a mes el presupuesto que requiere Healthy Jeans para cada exportación, cabe resaltar que todos estos datos detallados en el siguiente cuadro permitirán a la empresa estructurar una inversión más detallada para todo el ejercicio económico, dejando de lado la improvisación a la hora de solicitar los servicios de empresas los cuales faciliten el proceso de exportación.

Tabla N° 62 Cuadro de presupuesto de gastos de exportación de la empresa Healthy Jeans

Detalle	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Emisión de BL	0	85	0	0	85	0	0	114	0	0	43	0	327
Derechos de Embarque	0	377	0	0	365	0	0	565	0	0	188	0	1,496
Consolidación de la carga	0	448	0	0	448	0	0	673	0	0	224	0	1,794
Servicio de aforo c/ cuadrillas	0	38	0	0	38	0	0	57	0	0	19	0	151
Comisión agencia de aduanas	0	192	0	0	192	0	0	288	0	0	96	0	767
Gastos Operativos	0	75	0	0	75	0	0	113	0	0	38	0	302
Transporte Interno	0	262	0	0	262	0	0	393	0	0	131	0	1,048
Flete	0	1,350	0	0	1,350	0	0	2,035	0	0	665	0	5,400
Subtotal	0	2,827	0	0	2,815	0	0	4,237	0	0	1,404	0	11,284
IGV 18%	0	509	0	0	507	0	0	763	0	0	253	0	2,031
TOTAL, S/	0	3,336	0	0	3,322	0	0	5,000	0	0	1,656	0	13,315

Elaborado por: Equipo de Trabajo

Así mismo estos gastos están contemplados dentro de la inversión total de la empresa para el primer año de exportación, los cuales ya fueron descritos anteriormente dentro del proyecto de negocios, los meses en los cuales la empresa exportará los pantalones eco-amigables son designados de acuerdo a un contrato pre establecido entre el distribuidor de España – Madrid y la empresa Healthy Jeans, por otro lado la empresa tendrá en cuenta la estacionalidad de compra de pantalones jeans en España para el segundo año.

Por otro lado, la empresa Healthy Jeans, proyectó los gastos de exportación para el primer y segundo año, estos datos permiten también realizar proyecciones para los siguientes años, teniendo en cuenta que este proyecto de negocio está basado para cinco años, por ello, a continuación, se muestra los gastos de exportación comprendidos entre los años 2021 al 2025.

Tabla N° 63 Cuadro de presupuesto de gastos de exportación del año 2021 al 2025 de la empresa Healthy Jeans en soles.

Detalle	2021	2022	2023	2024	2025
Emisión de BL	327	337	347	357	368
Derechos de Embarque	1,496	1,541	1,587	1,634	1,683
Consolidación de la carga	1,794	1,848	1,903	1,960	2,019
Servicio de aforo c/ cuadrillas	151	155	160	165	170
Comisión agencia de aduanas	767	790	813	838	863
Gastos Operativos	302	311	320	330	339
Transporte Interno	1,048	1,079	1,112	1,145	1,179
Flete	5,400	10,639	12,372	12,744	13,126
Subtotal	11,284	16,699	18,614	19,172	19,748
IGV 18%	2,031	3,006	3,351	3,451	3,555
TOTAL, S/	13,315	19,705	21,964	22,623	23,302

Elaborado por: Equipo de trabajo

Los gastos de exportación y la proyección que realizó Heathy Jeans es de acuerdo a una agencia de carga que realizara dicho proceso, y para tener estos resultados, la empresa hizo inicialmente una homologación de cinco agencias de carga, en las cuales se valoró una puntuación determinada de acuerdo a los requerimientos de la empresa, como los años de experiencia y el precio de acorde al mercado, estos costos fueron descritos de acuerdo a la cantidad de volumen exportado, así como también los servicios adicionales de transporte, carga y aduanas comprendidos en la cotización de la agencia de carga EGL PERU.

5.2.2.2 Presupuesto de Compras

Para el presupuesto de compras la empresa tendrá en cuenta la cantidad y tallas de pantalones que exportaran y de acuerdo a la demanda establecida, se exportaran tres tallas de pantalones eco-amigables los cuales son talla 34, 36 y 38 para el mercado europeo, estas mismas representan las tallas 28, 30 y 32 en el Perú, de esta manera a continuación se muestra de forma detallada el precio de compra de los meses de exportación a España, por ello la empresa en el mes de febrero realizara el primer envío de 2400 pantalones, dicha cantidad no cambiara para el mes de mayo, ya que se proyecta exportar la misma cantidad en base a la demanda, sin embargo en la tercera exportación la empresa incrementara en un Pallet adicional, es decir, 1200 pantalones más que exportaran, esto con el fin de cubrir al máximo la demanda determinada para el primer año de actividades, por último en el mes de noviembre se exportaran 1200 pantalones, un pallet completo, con esto la empresa consigue no superar la demanda proyectada para el primer año.

Tabla N° 64 Cuadro de presupuesto de compras de la empresa Healthy Jeans para el año 2021 en soles

Producto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Pantalon 34	0	32,640	0	0	32,640	0	0	48,960	0	0	16,320	0	130,560
Pantalon 36	0	32,640	0	0	32,640	0	0	48,960	0	0	16,320	0	130,560
Pantalon 38	0	32,640	0	0	32,640	0	0	48,960	0	0	16,320	0	130,560
Subtotal	0	97,920	0	0	97,920	0	0	146,880	0	0	48,960	0	391,680
IGV 18%	0	17,626	0	0	17,626	0	0	26,438	0	0	8,813	0	70,502
TOTAL	0	115,546	0	0	115,546	0	0	173,318	0	0	57,773	0	462,182

Elaborado por: equipo de trabajo

Cabe resaltar que para el primer año de exportación no se tendrá en cuenta la estacionalidad del producto, ya que existe un contrato de por medio el cual nos permite exportar una determinada cantidad en 4 meses distintos en todo el año, por otro lado, la empresa tomará en cuenta la estacionalidad del producto a partir del segundo año en adelante.

A continuación, se muestra el presupuesto de compras proyectado desde el año 2021 al 2025, la proyección de la empresa Healthy Jeans se realizó en base a los costos de maquilado de los pantalones eco-amigables, donde se detalla que existirán tres tallas, los cuales ya fueron mencionados, así como también sus equivalentes en el país.

Tabla N° 65 Presupuesto de compras de la empresa Healthy Jeans desde el año 2021 al 2025 en soles

Producto	2021	2022	2023	2024	2025
Pantalón 34	130,560	134,477	155,825	160,500	165,315
Pantalón 36	130,560	134,477	155,825	160,500	165,315
Pantalón 38	130,560	134,477	155,825	160,500	165,315
Subtotal	391,680	403,430	467,475	481,499	495,944
IGV 18%	70,502	72,617	84,145	86,670	89,270
TOTAL	462,182	476,048	551,620	568,169	585,214

Elaborado por: Equipo de trabajo

Estos datos presentados están directamente relacionados con la proyección de la demanda ya realizada, sin embargo, se sabe también que la demanda que tendrá la empresa no varía significativamente o exponencialmente a largo plazo, pero se puede evidenciar que la tendencia de los costos aumenta significativamente, y esto es debido al 3% de inflación considerado al momento de calcular y proyectar los presupuestos de compra, otro punto a tener en cuenta es, la proyección de aumento en las ventas exportadas, es decir 1200 pantalones más en comparación a la cantidad exportada en los dos primeros años, esto debido a que la empresa proyecta que las ventas se incrementaran de acuerdo a la demanda en un 12.5% a partir del tercer año de actividades.

5.2.2.3 Presupuesto De Gastos Administrativos Proyectado

A continuación, se muestra los gastos administrativos proyectados desde el año 2021 al 2025, esta proyección se realizó considerando todos los gastos administrativos que la empresa Healthy Jeans para el mantenimiento y funcionamiento del negocio en Perú.

Tabla N° 66 Cuadro de Presupuesto de Gastos Administrativos de la empresa Healthy Jeans del año 2021 al 2025

Detalle	2021	2022	2023	2024	2025
Remuneraciones	53,160	54,755	56,397	58,089	59,832
CTS	5,907	6,084	6,266	6,454	6,648
Gratificación	8,860	9,126	9,400	9,682	9,972
Essalud	5,582	5,749	5,922	6,099	6,282
Servicios básicos	2,390	2,462	2,535	2,611	2,690
Alquiler oficina	3,600	3,708	3,819	3,934	4,052
Suministros oficina	1,017	1,047	1,079	1,111	1,145
Materiales de limpieza	954	983	1,012	1,042	1,074
Subtotal	81,469	83,913	86,431	89,024	91,694
IGV 18%	785	808	833	858	883
TOTAL, S/	82,254	84,722	87,263	89,881	92,578

Elaborado por: Equipo de Trabajo

Cabe mencionar que dentro de las remuneraciones descritas en el cuadro anterior están relacionadas a la contratación de cuatro personas necesarias para el funcionamiento de la empresa, esta estará compuesta por un gerente, jefe de logística y un asistente con el fin de elaborar todos los procesos necesarios y requeridos por la empresa para el correcto desempeño. Por otro lado, el personal contara con todos los beneficios de ley como CTS, Gratificación, y seguro de salud, así mismo el presupuesto se va incrementando año a año debido a la inflación proyectada del país, que se estima en aproximadamente 3%.

5.2.2.4 Presupuesto De Gastos De Ventas Proyectado

A continuación, se muestra los gastos de ventas proyectado desde el año 2021 al 2025 de la empresa Healthy Jeans, el cual está compuesto por un personal que se encargará de coordinar con el distribuidor o distribuidores que requieran los pantalones eco-amigables sin anilina de la empresa, este a su vez contará con todos los beneficios de ley, por otro lado se puede apreciar tanto la cantidad de inversión que se realizará para el plan de marketing, como también lo designado a la publicidad de los pantalones eco-amigables.

Tabla N° 67 Cuadro de presupuesto de ventas de la empresa Healthy Jeans del año 2025 al 2025

AÑO 2021 – 2025

Detalle	2021	2022	2023	2024	2025
Remuneraciones	18,000	18,540	19,096	19,669	20,259
CTS	2,000	2,060	2,122	2,185	2,251
Gratificación	3,000	3,090	3,183	3,278	3,377
Essalud	1,890	1,947	2,005	2,065	2,127
Marketing	6,000	6,180	6,365	6,556	6,753
Publicidad	5,169	5,324	5,484	5,648	5,818
Subtotal	36,059	37,141	38,255	39,402	40,585
IGV 18%	2010	2071	2133	2197	2263
TOTAL, S/	38,069	39,211	40,388	41,599	42,847

Elaborado por: Equipo de Trabajo

Así mismo, los gastos en publicidad de la empresa Healthy Jeans representan un 2% del total de los ingresos de la empresa por cada mes de exportación, por otro lado, la remuneración de Jefe de Ventas será mensual, indistintamente del mes que la empresa exporte. Los meses que la empresa no exportará se enfocará en dos procesos importantes como es la preparación de la próxima mercancía a exportar, como también en tratar de contactar con diferentes distribuidores con el fin de aumentar aún más nuestros ingresos y exportaciones a largo plazo.

5.2.3 Punto de equilibrio

El Punto de equilibrio se define como el nivel de ventas en cifras monetarias o en unidades por vender en la cual la empresa no gana ni pierde, así también para la empresa Healthy Jeans se determinó el punto de equilibrio en base a la proyección del primer año, el precio de venta al distribuidor, el costo de producción o costos fijos y el margen de contribución, los cuales se presentan en el siguiente cuadro para luego mostrar el cálculo realizado.

Tabla N° 68 Cuadro de datos de la empresa Healthy Jeans para determinar el punto de equilibrio.

Producto	Proy. 1er Año	Precio Venta	C. Prod.	Mg. Contrib.	nd. Vtas. Product	M.C.Pond.
Pantalón 34	3,343	91.81	40.80	51.01	33%	17.00
Pantalón 36	3,343	91.80	40.80	51.00	33%	17.00
Pantalón 38	3,343	91.80	40.80	51.00	33%	17.00
	10,029	68.85			100%	51.00

Elaborado por: Equipo de Trabajo

COSTOS FIJOS	CF	135,802
	TOTAL MCp	51.00

Punto de Equilibrio =	2,663	Necesito vender 2663 en el Primer año para cubrir mis costos.
-----------------------	-------	---

P E S/.	183,331.89
P E S/ = CF / 1 - CV/Ventas	

De acuerdo a los resultados que fueron obtenidos mediante la fórmula descrita en el gráfico anterior, se describe la cantidad mínima necesaria para no generar rentabilidad y al mismo tiempo no generar pérdida alguna en la inversión realizada, este resultado es de 2,676 pantalones eco-denim, los cuales se deberán producir y vender para cubrir la inversión del primer año, por otro lado, dicha cantidad está por debajo de las ventas de la empresa Healthy Jeans para los próximos 5 años, resaltando que para los dos primeros años las exportaciones serán de 9,600 pantalones eco-amigables por año, teniendo en cuenta que la empresa exportara el primer mes 2,400 pantalones los cuales representan más del 90% del punto de equilibrio, con esta primera cantidad se cubre casi en la

totalidad la producción necesaria para cubrir los costos el primer año de trabajo para la empresa.

5.2.3.1 Margen De Ganancia

El margen de ganancia (o diferencial de precios) es la diferencia entre el precio de venta de un bien o servicio y el costo. A menudo se expresa como un porcentaje sobre el costo. Se agrega un recargo al costo total en que incurre el productor de un bien o servicio para cubrir los costos de hacer negocios y generar ganancias. “El costo total refleja la cantidad total de gastos fijos y variables para producir y distribuir un producto”²⁵.

5.2.3.2 Costos Variables

A continuación presentaremos lo siguientes costos para el producto de la empresa Healthy Jeans, la cual exportara al mercado español a partir del año 2021, así mismo se detallaran en el siguiente cuadro los costos variables, costos fijos, el costo total, precio de venta, y márgenes de ganancia, todo esto con el fin de profundizar de manera precisa los costos de producción de los pantalones eco-denim sin anilina, y a su vez identificar diferentes oportunidades y posibles dificultades que se puedan presentar en base a la competencia.

Tabla N° 69 Cuadro de Costos Variables de la Empresa Healthy Jeans

Detalle	2021	2022	2023	2024	2025
Pantalon 34	41.98	43.76	45.01	46.36	47.75
Pantalon 36	41.14	43.76	45.01	46.36	47.75
Pantalon 38	41.98	43.76	45.01	46.36	47.75

Elaborado por: Equipo de Trabajo.

En base al cuadro anterior podemos apreciar los costos variables de la empresa Healthy Jeans para elaborar el producto que la empresa exportara a España a partir del año 2021, sin embargo, se evidencia diferencias en los costos que año a año van aumentando pero de una manera relativamente baja, esto debido a la inflación considerada y proyectada aproximadamente para los próximos años, tres por ciento aproximadamente, esto se traduce en un ligero aumento en los costos tanto de fabricación del producto, así como también engloba ciertos posibles incrementos de los costos totales de exportación para la empresa, por otro lado Healthy Jeans tiene en cuenta que de existir un incremento

²⁵ Pradhan, Swapna (2007). Retailing Management. Tata McGraw-Hill

alto de un año a otro en los costos, se evaluara trabajar con otro proveedor que brinde el servicio de fabricación de pantalones así como también evaluar otros u otras agencias de carga, aduanas y transporte, con el fin de abaratar o decrecer esa posible diferencia.

5.2.3.3 Costos Fijos

Por otro lado, la empresa Healthy Jeans detalla también los costos fijos proyectados del año 2021 al año 2025, los cuales abarcan los gastos operativos de la empresa como también las cuotas que la empresa ira pagando por el financiamiento bancario que realizó.

Tabla N° 70 Cuadro de Costos Fijos de la Empresa Healthy Jeans

Detalle	2021	2022	2023	2024	2025
Pantalon 34	14.15	13.91	12.00	11.89	12.25
Pantalon 36	14.15	13.91	12.00	11.89	12.25
Pantalon 38	14.15	13.91	12.00	11.89	12.25

Como se puede observar en el cuadro anterior, al proyectar los costos fijos para la empresa Healthy Jeans, se evidencia un leve descenso año a año, independientemente si Healthy Jeans produce todos los meses o no, estos costos fijos están determinados por los gastos operativos de la empresa y se mantendrán durante todo el ejercicio económico, por otro lado, se tiene en cuenta una inflación proyectada para los siguientes años de aproximadamente el tres por ciento, a pesar de ello existe un leve descenso en los costos, se debe a que la empresa Healthy Jeans al iniciar operaciones requerirá de un préstamo bancario el cual está pactado a 36 meses y por un monto total de S/. 76 600 soles, de este último el interés total del primer año será de S/. 18 486 soles, el cual se evidencia en los costos fijos de la empresa, los cuales se tiene que cubrir para que la empresa pueda afrontar la cuota mensual del préstamo, los costos para el primer año son de un monto superior en comparación con los demás años, es por ello que mientras la empresa vaya cancelando el préstamo año a año, los costos irán disminuyendo progresivamente.

Por último, el ligero incremento de los costos fijos para la empresa Healthy Jeans es debido a la inflación ya mencionada y también por la cantidad a exportar la cual será mayor a la del primer año.

5.2.3.4 Costo Total

Los costos totales son la suma de los costos fijos y variables para cualquier determinado de producción.¹ Kotler, Philip, Armstrong, Gary. (2007) y a continuación, se presenta un cuadro con los costos totales de la empresa Healthy Jeans, en el cual se puede verificar una tendencia positiva con respecto al costo total de la fabricación de cada pantalón año a año, esto debido a que, si bien los costos fijos bajan en la proyección ya presentada, supera al crecimiento de los costos variables el cual está directamente relacionado con la cantidad a exportar de la empresa Healthy Jeans, es por eso que al proyectar los costos totales se puede apreciar un incremento en cada ejercicio económico para la empresa.

Tabla N° 71 Cuadro de Costos Totales de la Empresa Healthy Jeans

Detalle	2021	2022	2023	2024	2025
Pantalon 34	56.12	57.67	57.01	58.25	60.00
Pantalon 36	55.29	57.67	57.01	58.25	60.00
Pantalon 38	56.12	57.67	57.01	58.25	60.00

Elaborado por: Equipo de Trabajo.

Cabe resaltar que no hay un cambio significativo para los costos totales, esto es el resultado del estudio que realizó la empresa Healthy Jeans para hallar la demanda en España – Madrid, en el cual se determinó un total de 10 029 pantalones para el primer año teniendo en cuenta la cantidad de mujeres de Madrid, así como también la segmentación de ellas, tanto por edades como por su capacidad adquisitiva y sumado al ritmo de crecimiento del PBI per cápita de este país nos resulta la demanda ya mencionada, de este último dato solo se enviara 9 600 pantalones, un total de 8 pallets. Ya que, si la empresa envía uno más, estaría superando la capacidad de demanda para el mercado meta de España – Madrid y como empresa no es conveniente enviar un pallet incompleto.

5.2.3.5 Precio De Venta

Para Philip Kotler y Gary Armstrong, autores del libro "Fundamentos de Marketing" el precio es (en el sentido más estricto) la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio.

Llegado a este punto, debemos analizar el precio de venta del producto exportado por la empresa Healthy Jeans, el cual se muestra a continuación en el siguiente cuadro.

Tabla N° 72 Cuadro de Precio de Ventas de la Empresa Healthy Jeans

Detalle	2021	2022	2023	2024	2025
Pantalon 34	91.81	94.56	97.40	100.32	103.33
Pantalon 36	91.80	94.55	97.39	100.31	103.32
Pantalon 38	91.80	94.55	97.39	100.31	103.32

Elaborado por: Equipo de Trabajo.

El siguiente cuadro evidencia el precio en soles el cual se venderán los pantalones eco-denim de la empresa Healthy Jeans, la empresa tiene como proyecto de negocio llegar a los distribuidores de España Madrid, y no al consumidor final, para ello se tuvo en cuenta la ganancia que deberá tener este distribuidor y así poder llegar al consumidor final con un precio competitivo en el mercado, además de la calidad y valor agregado, el cual es ser no contaminante para el planeta, mencionar además que el precio promedio de un pantalón Jeans en España es de 80.21 euros, es decir un total de 305.55 soles. Por otro lado, este precio también irá en aumento debido a la inflación.

5.2.3.6 Margen De Ganancia Del Producto

Por último, encontramos los márgenes de ganancias del producto de la empresa Healthy Jeans, los cuales están determinados entre la diferencia del precio de venta al distribuidor y los costos totales de fabricación del producto.

Tabla N° 73 Cuadro de Margen de Ganancia del producto de la Empresa Healthy Jeans

Detalle	2021	2022	2023	2024	2025
Pantalon 34	35.69	36.89	40.39	42.07	43.33
Pantalon 36	36.51	36.88	40.38	42.06	43.32
Pantalon 38	35.68	36.88	40.38	42.06	43.32

Elaborado por: Equipo de trabajo

De esta manera se puede detallar de forma directa el beneficio que trae el producto exportado por la empresa Healthy Jeans a la ciudad de España-Madrid, se observa además que los márgenes de ganancia se elevan en la proyección a lo largo de 5 años, esto es debido a que los costos fijos de acuerdo a los cálculos realizados por la empresa, tienen una tendencia a la baja, lo cual se evidencia en los cuadros anteriores, todo esto nos permitirá con el tiempo realizar métodos de comparación con productos que compitan directamente con el exportado por la empresa y de esta manera poder determinar si la empresa obtiene un beneficio adecuado de acuerdo al rubro.

5.2.4 Fuentes de financiamiento (a corto y largo plazo)

Para autores como Boscán y Sandrea (2006) el financiamiento constituye la opción con que las empresas cuentan para desarrollar estrategias y de acuerdo a lo mencionado en la teoría, la empresa Healthy Jeans contará con un tipo de financiamiento externo, el cual permitirá a la empresa iniciar las actividades de exportación a partir del año 2021, y por otro lado también existirá un financiamiento interno, el cual está determinado por tres socios estratégicos, dichos montos o valores están descritos a continuación.

5.2.4.1 Financiamiento Del Negocio

Para poder financiar la empresa se contará con un capital propio y un préstamo bancario, en el siguiente cuadro se puede visualizar el porcentaje de ambos elementos de financiamiento.

Tabla N° 74 Cuadro de Financiamiento de la Empresa Healthy Jeans

Detalle	Valor	%
Capital propio	180,000	70.39%
Prèstamo	75,723	29.61%
TOTAL S/	255,723	100.00%

Elaborado por: Equipo de trabajo

De acuerdo a lo detallado en el cuadro, el capital de la empresa Healthy Jeans está dividido por los socios estratégicos, los cuales son tres personas aportando cada uno un total de 60,000 soles, por otro lado, el préstamo bancario estará pactado por la entidad financiera a un plazo de tres años, y la cuota mensual de este será de 3,094.42 soles.

De esta manera la inversión total que requiere la empresa para iniciar el proyecto está cubierto al 100% por los 255,723 soles, los cuales representan el capital de trabajo, los activos fijos y activos fijos intangibles, los activos fijos intangibles son aquellos determinados por la empresa para la constitución de la misma, tramites y permisos, así como también el registro de marca.

5.2.4.2 Estructura De Capital De La Empresa

En el cuadro se muestra el monto que aportará cada socio de la empresa Healthy Jeans que se realizó por el mismo monto los tres socios tienen el mismo porcentaje de participación.

Tabla N° 75 Cuadro de Estructura de Capital de la Empresa Healthy Jeans

Socio	Aporte	%
Karina Villanueva	60,000	33.33%
Jenny Suarez	60,000	33.33%
Anthony Ventocilla	60,000	33.33%
TOTAL, S/	180,000	100.00%

Elaborado por: Equipo de Trabajo.

Como se aprecia en el cuadro de estructura de capital de la empresa Healthy Jeans, la empresa contará con tres socios, los cuales aportarán un monto aproximado de 60,000 soles, que a su vez representa más del 70% del total de inversión requerida por la empresa.

5.2.4.3 Financiamiento Bancario.

Dentro de los tipos de financiamientos tanto internos como externos, la empresa Healthy Jeans contara también con el financiamiento de una entidad bancaria, el cual es Interbank, dicha entidad fue elegida por brindar la mejor oferta del mercado, es decir brindar mejores beneficios en tasa de interés como también en el plazo.

Tabla N° 76 Cuadro de Financiamiento Bancario de la Empresa Healthy Jeans

Banco	INTERBANK	Plazo	3 AÑOS
Préstamo	75,723	Pago	Mensual
TCEA	30.70%	Cuota	3,094.42
TEM	2.26%	Pagos	36

Elaborado por: Equipo de trabajo

Como se puede apreciar en el cuadro anterior, el financiamiento externo para la empresa Healthy Jeans será de un total de 75,723 soles el cual tendrá una tasa aproximada de 30.70% pactado a 36 meses, con el cual, la cuota mensual de dicho préstamo será de 3,094.42 soles, así mismo la empresa Healthy Jeans en el primer año de labores, generará una amortización del crédito por un total de 18 859 soles con un interés total de 18,274 soles, así también para el segundo año una amortización de 24,648 soles con un interés de 12,485 soles, y por último en el tercer año se cancelará el préstamo amortizando un total de 32,216 soles y un interés de 4,918 soles.

5.3 Estados financieros (mensual en el primer año y anual durante 5 años)

Dentro de los estados financieros, Marnie Rodríguez Marrero (2008), menciona que es el estudio de la realidad financiera de la empresa a través de los Estados Financieros, de acuerdo a lo citado por Marnie Rodríguez Marrero la empresa Healthy Jeans cuenta con los estados financieros, los cuales están proyectados hasta el año 2025, de esta manera la empresa podrá tomar decisiones importantes a largo plazo, así como también evidenciar una posible realidad financiera de la empresa para los próximos años, a continuación, se realizará el análisis de los estados financieros de la empresa Healthy Jeans.

5.3.1 Estado de resultados general

A continuación, se mostrará el estado de rendimiento de ganancias y pérdidas de la empresa Healthy Jeans, en una proyección del año 2021 hasta el 31 de diciembre del 2025, cabe resaltar que los resultados se encuentran expresados en soles.

Tabla N° 77 Cuadro de Estado de Resultados de la Empresa Healthy Jeans

Detalle	2021	2022	2023	2024	2025
Ingresos operacionales					
Ventas netas	881,287	907,725	1,051,827	1,083,381	1,115,883
Otros ingresos					
Total Ingresos	881,287	907,725	1,051,827	1,083,381	1,115,883
Costo de ventas	391,680	403,430	467,475	481,499	495,944
Otros costos operacionales					
Total Costos Operacionales	391,680	403,430	467,475	481,499	495,944
UTILIDAD BRUTA	489,607	504,295	584,352	601,882	619,939
Gastos de administracion	81,469	83,913	86,431	89,024	91,694
Gastos de Ventas	36,059	37,141	38,255	39,402	40,585
Gastos de exportación	11,284	16,699	18,614	19,172	19,748
Ganancia por Venta Activo					
Otros ingresos					
Otros Gastos	2,089	2,089	2,089	2,089	818
UTILIDAD OPERATIVA	358,706	364,453	438,963	452,195	467,095
Ingresos Financieros					
Gastos financieros	7,475	4,782	1,766		
Ganancia Int. Fianac. Deriv.					
UTILIDAD antes de P.T. e I.R.	351,231	359,671	437,197	452,195	467,095
Impuesto a la Renta MYPE	6,600	6,600	6,600	6,600	6,600
Impuesto a la Renta 29.5%	84,143	86,633	109,503	113,927	118,323
TOTAL IMPUESTO A LA RENTA	90,743	93,233	116,103	120,527	124,923
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	260,488	266,438	321,094	331,667	342,172
UTILIDAD ACUMULADA	260,488	526,926	848,020	1,179,687	1,521,859

Elaborado por: Equipo de Trabajo

Como se puede apreciar los ingresos de la empresa Healthy Jeans tendrán una tendencia creciente, la empresa tiene proyectado cerrar el primer año con un total de 881 287 soles en ventas netas, así mismo se evidencian los costos de ventas, gastos administrativos, gastos de ventas, gastos de exportación, como también los gastos de constitución de la empresa, permisos, tramites y registro de marca, así también se muestra los intereses totales que se pagaran año a año a la entidad financiera, los cuales tienden a disminuir según la empresa vaya cancelando el crédito.

Así mismo se tiene en cuenta el impuesto a la renta que afrontará la empresa, por un total de 100,427 soles, de todo lo antes mencionado y sumado a los pagos tributarios e impuesto a la renta, dará como residuo un total de 240,004 soles de utilidad neta para el primer año de labores de la empresa Healthy Jeans.

5.3.2 Estado de situación financiera (mostrando cambios del efectivo)

A continuación, se mostrará en el siguiente cuadro el estado de situación financiera de la empresa Healthy Jeans desde el año 2021 hasta el año 2025, esta herramienta permitirá a la empresa tener una comprensión clara de la situación financiera actual y por un periodo determinado.

Tabla N° 78 Cuadro de Situación Financiera de la Empresa Healthy Jeans

Detalle	0	2021	2022	2023	2024	2025
ACTIVO						
Activo Corriente						
Efectivo y equivalentes efectivo	243,118	478,451	718,183	953,522	1,275,446	1,605,514
Cuentas por Cobrar Comerciales		0	0	52,591	54,169	55,794
Cuentas por Cobrar Partes Relac.						
Existencias (Neto)		0	0	0	0	0
Gastos Diferidos						
Credito tributario	1,581	76,910	78,502	90,462	93,175	95,971
Total Activo Corriente	244,699	555,361	796,686	1,096,575	1,422,790	1,757,279
Activo no Corriente						
Inversiones Inmobiliarias (Neto)						
Inversiones Activo Fijo (In. Maq. Eq.) (Neto)	8,783	7,142	5,501	3,860	2,219	1,849
Activos Intangibles	2,240	1,792	1,344	896	448	0
Otros activos						
Total Activo No Corriente	11,023	8,934	6,845	4,756	2,667	1,849
TOTAL ACTIVO	255,723	564,295	803,531	1,101,332	1,425,457	1,759,128
PASIVO						
Pasivo Corriente						
Obligaciones Financieras		24,648	32,216	0		
Cuentas por Pagar Comerciales		219	12,958	14,921	15,369	15,830
Impuesto a la renta		87,208	90,215	112,266	117,147	121,055
Pasivos Mantenedos Venta						
Total pasivo corriente	0	112,075	135,389	127,187	132,516	136,884
Pasivo No Corriente						
Obligaciones Financieras	75,723	32,216	0			
Impuesto a la renta						
Total Pasivo no Corriente	75,723	32,216	0	0	0	0
TOTAL PASIVO	75,723	144,291	135,389	127,187	132,516	136,884
PATRIMONIO						
Capital Social	180,000	180,000	180,000	180,000	180,000	180,000
Reservas Legales						
Resultados Acumulados		240,004	488,142	794,144	1,112,942	1,442,243
Diferencias de Conversión						
Total Patrimonio Neto	180,000	420,004	668,142	974,144	1,292,942	1,622,243
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	255,723	564,295	803,531	1,101,332	1,425,457	1,759,128

Elaborado por: Equipo de Trabajo

Como se puede apreciar en el cuadro de situación financiera de la empresa Healthy Jeans, el total activo es igual al total pasivo más el patrimonio, por otro lado también se evidencia la situación financiera para los próximos años, así mismo se puede verificar que la empresa Healthy Jeans tendrá cuentas por cobrar a partir del tercer año, esto debido la empresa tiene a detalle las ventas que se realizaran mes a mes durante los próximos dos años, cabe resaltar que la empresa Healthy Jeans tiene como beneficio otorgar crédito del 30% a los distribuidores al momento de realizar una compra, es decir que la empresa cobrara por cada exportación que realice un 70% al contado y 30% cuando la mercadería llegue a destino, este último está especificado dentro del contrato de venta con el distribuidor que se encuentra en España – Madrid.

5.3.3 Estado de flujo de efectivo

Según (Vargas, 2007) “La información generada por este estado permite a los usuarios evaluar la capacidad que tienen las empresas para generar efectivo y equivalentes al efectivo, así como las necesidades de liquidez. Logrando tomar decisiones más razonables y con mejor criterio”

A continuación, se muestra el estado de flujo de efectivo de la empresa Healthy Jeans en el primer año de venta (2021), el siguiente cuadro nos proporciona la información necesaria para analizar el flujo dentro y fuera de nuestra empresa. Por último las actividades relacionadas con el préstamo de dinero.

Tabla N° 79 Cuadro de Estado de Flujo de la Empresa Healthy Jeans

Detalle	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
INGRESOS													
Cobranzas	0	154,225	66,097	0	154,225	66,097	0	231,338	99,145	0	77,113	33,048	881,287
Otros ingresos													
Total ingresos	0	154,225	66,097	0	154,225	66,097	0	231,338	99,145	0	77,113	33,048	881,287
EGRESOS													
Pago proveedores	510	86,253	37,382	729	86,243	37,378	729	128,392	55,441	729	44,102	19,317	497,203
Remuneraciones	6,464	6,464	10,417	6,464	6,464	6,464	12,927	6,464	6,464	6,464	10,417	12,927	98,398
IGV - SUNAT	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Interés préstamo	1,708	1,677	1,645	1,613	1,579	1,545	1,510	1,474	1,438	1,400	1,362	1,323	18,274
Amortización préstamo	1,386	1,417	1,449	1,482	1,515	1,550	1,584	1,620	1,657	1,694	1,732	1,771	18,859
Impuesto a la Renta	0	3,305	0	0	3,305	0	0	4,957	0	0	1,652	0	13,219
Total egresos	10,068	99,116	50,893	10,287	99,106	46,936	16,751	142,907	65,000	10,287	59,266	35,339	645,954
Flujo caja operativo	-10,068	55,110	15,203	-10,287	55,120	19,161	-16,751	88,431	34,145	-10,287	17,847	-2,291	235,333
Saldo inicial caja	243,118	233,050	288,160	303,363	293,076	348,196	367,356	350,606	439,036	473,182	462,895	480,742	243,118
Saldo final caja	233,050	288,160	303,363	293,076	348,196	367,356	350,606	439,036	473,182	462,895	480,742	478,451	478,451

Elaborado por: Equipo de trabajo

Del cuadro anterior se puede deducir que la empresa Healthy Jeans no efectuará exportaciones mensuales, sin embargo existen ingresos de efectivos por las cobranzas de la empresa, ya que Healthy Jeans trabaja con un 70% de adelanto para efectuar el envío, y la diferencia se cobrará al momento que la mercancía llegue a destino, esto está especificado dentro del contrato con el proveedor, así mismo se detalla que algunos meses donde la empresa no exporta el saldo de caja operativo resulta negativo, esto es el resultado de que la empresa seguirá pagando a los trabajadores todos los meses, además en los meses no exportados, la empresa Healthy Jeans buscará contactar y pactar nuevas ventas, así como también se irá preparando la próxima producción a exportar, de esta manera justificar así el total de egresos mes a mes de la empresa Healthy Jeans.

5.3.3.1 Flujo De Efectivo Proyectado

El siguiente cuadro muestra nuestro plan de ingresos, egresos y saldos de efectivo proyectados hasta el año 2025, esta herramienta básica para la administración financiera para tomar decisiones a largo plazo y con ello Healthy Jeans planificará el uso eficiente de efectivo, de acuerdo a la cantidad de ingresos y egresos de la empresa.

Tabla N° 80 Cuadro de Flujo de Efectivo proyectado de la Empresa Healthy Jeans

Detalle	2021	2022	2023	2024	2025
INGRESOS					
Cobranzas	881,287	907,725	999,235	1,081,804	1,114,258
Otros ingresos (SFMB)	0	76,910	78,502	90,462	93,175
Total ingresos	881,287	984,635	1,077,738	1,172,265	1,207,433
EGRESOS					
Pago proveedores	497,203	505,595	594,882	614,303	632,732
Remuneraciones (incluye aportes)	98,398	101,350	104,391	107,523	110,748
IGV - SUNAT	0	0	0	0	0
Interés préstamo	18,274	12,485	4,918		
Amortización préstamo	18,859	24,648	32,216		
Impuesto a la Renta	13,219	100,824	105,992	128,517	133,885
Total egresos	645,954	744,903	842,398	850,342	877,365
Flujo caja operativo	235,333	239,732	235,339	321,923	330,068
Saldo inicial caja	243,118	478,451	718,183	953,522	1,275,446
Saldo final caja	478,451	718,183	953,522	1,275,446	1,605,514

Elaborado por: Equipo de trabajo

Generalmente los flujos de efectivo proyectados ayudan a evitar cambios arriesgados en la situación de que pueden poner en peligro el crédito de la empresa hacia sus acreedores o generar a la empresa excesos de capital, de esta manera llevar un control

eficiente de los recursos, así mismo el flujo de caja operativo para el primer cubre un 95.48% del saldo inicial de caja el cual es el resultado del capital de trabajo inicial para la empresa.

Healthy Jeans proyecta cerrar el año 2025 con un saldo final de caja de S/. 1,605 514 soles lo que significa que gracias a las proyecciones de ventas la empresa podrá garantizar liquidez de caja chica durante los años proyectados, a pesar del crédito que otorgará la empresa a los distribuidores en España-Madrid.

5.4 Evaluación de la inversión.

La inversión para Hernández, **Hernández y Hernández (2005 p. 3)** es “el empleo productivo de bienes económicos” y en tal sentido se comprende la inversión inicial de un proyecto como un conjunto de recursos económicos los cuales son empleados en un proyecto determinado y en el cual se espera que genere una utilidad también se puede emplear para producir un bien o servicio, para lo cual la empresa Healthy Jeans investigo el costo de oportunidad de la BVL, el cual se detalla a continuación.

5.4.1 Cálculo de Costo de Oportunidad

Para determinar el costo de oportunidad la empresa Healthy Jeans tomará en cuenta la tasa libre de riesgo, el cual permitirá calcular el WACC y COK de la empresa, así calcular el posible retorno de la inversión.

Tabla N° 81 Cuadro de tasa libre de riesgo de la Empresa Healthy Jeans

Nombre	Rendimiento	Anterior	Maximo	MInimo	Var	% Var	Hora
Perú 2Y	2.130	2.130	2.130	2.130	+0.000	+0.00%	20-Mar
Perú 5A	2.700	2.700	2.700	2.700	0.000	0.00%	20-Mar
Perú 10Y	5.649	5.649	5.649	5.649	+0.000	+0.00%	20-Mar
Perú 15A	6.399	6.399	6.399	6.399	+0.000	+0.00%	20-Mar
Perú 20A	6.000	6.000	6.000	6.000	0.000	0.00%	20-Mar
Perú 30A	6.600	6.600	6.600	6.600	+0.000	+0.00%	20-Mar

Elaborado por: Equipo de Trabajo.

Fuente: <https://www.bvl.com.pe/pubdif/boldia/bolres.htm> (Bolsa de valores).

En lo que va del año la BVL logra rendimientos de 8.57% en soles y 11% en dólares para el índice general y de 9.17% en soles y 11.60% en dólares para el índice selectivo, la empresa Healthy Jeans tomará como referencia la tasa libre de riesgo de cinco años, teniendo un valor de 2.70%, dicho valor será incluido para el cálculo del COK el cual se muestra a continuación en el siguiente cuadro.

Tabla N° 82 Cuadro de datos para el cálculo del COK de la Empresa Healthy Jeans

CALCULO DEL COK	
METODO CAPM	
β_e (Industria)	1.06
D/E (Ratio deuda industria)	44.77%
E (Ratio capital industria)	55.23%
Tax (Tasa impositiva industria)	11.11%
β_u desapalancado	0.6161
D/E (Ratio deuda proyecto)	29.61%
E (Ratio capital proyecto)	70.39%
Tax (Tasa impositiva país)	29.5%
β_{proy}	0.7988
Rf (Rentabilidad activo libre de riesgo)	2.70%
Rm (Rentabilidad del mercado)	8.57%
Rf (Rentabilidad activo libre de riesgo)	2.70%
Rp	1.20%
Inf	3.00%
COKproy	11.59%

Elaborado por: Equipo de trabajo

Para el cálculo del COK la empresa Healthy Jeans realizo en base al método CAPM tomando en cuenta algunos ratios de deuda como el ratio de deuda de la industria el cual es del 44.77%, el ratio de capital industrial con un valor de 55.23% que viene siendo la diferencia de la deuda industrial, por otro lado está la tasa impositiva industrial con un 11.11%, estos datos mencionados permitirá el cálculo del des apalancado, resultando así un total de 0.6161 este último viene siendo el rendimiento de activos de la empresa, así mismo para calcular su proyección se tomó en cuenta el ratio de deuda proyectado que para la empresa Healthy Jeans es un total de 29.61% que representa el porcentaje que viene del financiamiento externo del total del capital inicial, así también el ratio de capital proyectado el cual es la diferencia del porcentaje del ratio de deuda proyectado, por último se toma en cuenta la tasa impositiva del país el cual es de un 29.5%, después de realizar el cálculo, muestra un total de 0.7988, que viene siendo el desapalancamiento proyectado, estos datos son útiles para realizar el cálculo del COK, para lo cual se tomará en cuenta lo mencionado en punto 5.4.1 el cual menciona la rentabilidad del activo libre de riesgo, así como también la rentabilidad del mercado, el riesgo país y por último la inflación, dando como resultado el COK con un valor de

11.59%, esto nos indica que el invertir en Healthy Jeans, genera un interés de 11.59% aproximadamente.

5.4.2 Estructura de WACC

El Wacc es el coste medio ponderado de capital, en otras palabras, es la tasa de descuento que se debe de utilizar para poder determinar el valor presente de un flujo de caja en un proceso de valoración de una empresa o proyecto.

Tabla N° 83 Cuadro de Índice de evaluación del WACC de la Empresa Healthy Jeans

índice de evaluación	
WACC	14.70%

Elaborado por: Equipo de trabajo

Desde el punto de vista para atraer posibles inversionistas el WACC determina el retorno esperado al invertir tanto en deuda como en patrimonio de la empresa siendo el resultado un 14.70%, el cual viene siendo el retorno que se espera al invertir en la empresa Healthy Jeans.

5.4.3 Ratios Contables

A continuación, el siguiente cuadro muestra los indicadores de evaluación de la empresa Healthy Jeans, el cual iniciará sus operaciones con una inversión inicial de 255,723 soles, cada socio invertirá 60,000 y solicitará un préstamo por el monto de 75,723 con una TCEA de 30.70% y un COK del 11.59% es decir es la tasa de rentabilidad que exigen los accionistas por invertir dinero en este proyecto, como sabemos el VAN es el Valor Actual Neto y se conoce como la diferencia entre el dinero que entra a la empresa y la cantidad que se invierte en Healthy jean mientras que el TIR que es la tasa interna de retorno de descuento que tiene nuestra empresa, en el siguiente cuadro detallaremos los conceptos ya antes mencionados.

Tabla N° 84 Cuadro de los Índices de evaluación de la Empresa Healthy Jeans

Detalle	Valor
Inversión Inicial	255,723
Aporte Socios	180,000
Financiamiento (Préstamo)	75,723
Costo Financiamiento TCEA	12%
COK	11.59%
VAN	803,490
TIR	102%
B/C	4.14
WACC	11%
VANF	830,460
TIRF	131%
B/Cf	5.61
PRI	0A - 4.0416M

Elaborado por: Equipo de trabajo

De acuerdo a los cálculos realizados por la empresa se evidencia que el proyecto es altamente rentable con un COK de 11.59% que representa el interés que genera la empresa para los inversionistas, por otro lado el VAN indica que la empresa Healthy Jeans es ampliamente rentable y genera beneficios, así mismo se puede verificar la tasa interna de retorno con un total de 104% aproximadamente, el cual evidencia que la exportación de pantalones Jeans genera un 104% de beneficios de lo inicialmente invertido.

Por otro lado, el Wacc que representa los intereses generados desde el punto de vista de los inversionistas al momento de invertir en la empresa Healthy Jeans y por último el PRI que muestra el tiempo de retorno de la inversión realizada, que da un total de cero años, cuatro meses y 1.26 días aproximadamente.

5.4.3.1 Ratios Financieros

Los ratios financieros que también llevan el nombre de indicadores financieros son la comparación entre dos magnitudes expresadas en división o decimal las cuales son extraídas de los estados financieros de Healthy Jeans para fines contables ya que muestran la situación financiera de la empresa de manera global.

5.4.3.2 Ratio De Liquidez

La liquidez de una empresa es la capacidad que tiene la empresa Healthy Jeans para obtener dinero en efectivo y así hacer frente a sus obligaciones a corto plazo. En otras palabras, es la facilidad con la que un activo puede convertirse en dinero en efectivo.

Tabla N° 85 Cuadro de Liquidez de la Empresa Healthy Jeans del año 2021 al 2025

Detalle	2021	2022	2023	2024	2025
L. Corriente	4.96	5.88	8.62	10.74	12.84
L. Severa	4.96	5.88	8.62	10.74	12.84
L. Absoluta	4.27	5.30	7.50	9.62	11.73
Capital trabajo	443,286	661,297	969,388	1,290,275	1,620,394

Elaborado por: Equipo de trabajo

De acuerdo a lo obtenido en el balance financiero de la empresa Healthy Jeans, el cual está proyectado aproximadamente para unos 5 años, se puede apreciar que se obtuvo resultados positivos, los cuales, nos permitirán afrontar tanto a corto como largo plazo las diferentes obligaciones que la empresa pueda tener, es decir la liquidez obtenida para el empresa Healthy Jeans es de 4.96 para el primer año, es así como la empresa Healthy Jeans puede afrontar ampliamente sus obligaciones desde el primer año, así como también para los próximos 5 años, pero esto a su vez, permite ver que se puede invertir de una mejor manera el exceso de activos que tendría Healthy Jeans desde el primer año, lo cual permitirá incluso explotar aún más los recursos obtenidos año a año. Para poder bajar el ratio de liquidez se realizará el reparto de utilidades entre los socios de Healthy jeans.

5.4.3.3 Ratio De Solvencia

Por otro lado, analizaremos también los resultados obtenidos para la empresa Healthy Jeans con respecto al ratio de Solvencia, el cual nos indica el respaldo que tiene la empresa para afrontar deudas actuales y posibles deudas a futuro, en el siguiente

cuadro se presenta los ratios de solvencia de la empresa Healthy Jeans proyectados para los años 2021 al año 2025.

Tabla N° 86 Cuadro de Ratio de Solvencia de la Empresa Healthy Jeans del año 2021 al 2025

Detalle	2021	2022	2023	2024	2025
Solvencia total	0.26	0.17	0.12	0.09	0.08
Solvencia patrimonial	0.34	0.20	0.13	0.10	0.08
Multiplicador capital	1.34	1.20	1.13	1.10	1.08
Cobertura intereses	19.63	29.19	89.27		
Cobertura servicio deudas	9.66	9.81	11.82		

Elaborado por: Equipo de trabajo

Como se evidencia los resultados obtenidos de la empresa Healthy Jeans con respecto a los ratios de solvencia, para el primer año es de 0.26, lo cual indica que las deudas adquiridas por la empresa representan en mayor proporción los bienes respaldatorios que tiene la empresa, esto se debe a que Healthy Jeans es una empresa la cual cuenta con un maquilador para la elaboración del producto, por otro lado la empresa no requiere de muchos activos para realizar las exportaciones, esto también se evidencia en la proyección para los próximos años, de esta manera y de acuerdo a los resultados que va obteniendo la empresa Healthy Jeans se evaluara incluir un propio proceso de producción de pantalones eco-amigables sin anilina.

5.4.3.4 Ratio De Rentabilidad

Por último, se analizará el ratio de rentabilidad obtenido para la empresa Healthy Jeans, el cual permitirá analizar la rentabilidad de los activos de la empresa y poder obtener beneficios, por ello, en el siguiente cuadro se evidencia la rentabilidad obtenida para los próximos 5 años de la empresa Healthy Jeans.

Tabla N° 87 Cuadro de Ratio de Rentabilidad de la Empresa Healthy Jeans del año 2021 al 2025

Detalle	2021	2022	2023	2024	2025
Margen bruto	0.56	0.56	0.56	0.56	0.56
Margen operativo	0.41	0.40	0.42	0.42	0.42
Margen neto	0.27	0.27	0.29	0.29	0.30
ROA	0.43	0.31	0.28	0.22	0.19
ROE	0.57	0.37	0.31	0.25	0.20

Elaborado por: Equipo de trabajo

Dentro de los ratios de rentabilidad de la empresa Healthy Jeans se evidencia que el ROE es un 57%, el cual significa que la empresa por cada activo que tiene el rentabiliza un 57 por ciento, es decir, es el beneficio neto que se obtiene de la inversión de los accionistas, por otro lado también se puede evidenciar que el ROA que es de un 43% el cual indica la capacidad que tiene la empresa en sus activos para generar beneficios en un determinado periodo, de estos dos mencionados se realizaron proyecciones para los próximos 5 años, se puede apreciar que la rentabilidad baja año a año, esto debido a la inflación que se considera creciente para los próximos cinco años en un 3% por año, es decir la empresa Healthy Jeans gastará más para la elaboración de los pantalones Jeans así como también los costos de exportación y los ingresos serán los mismo de acuerdo a la cantidad de pantalones exportados.

5.5 Evaluación económica

5.5.1 Estructura de Flujo de Caja Económico

Dentro de la evaluación financiera de la empresa Healthy Jeans, la empresa elaboro el flujo de caja económico proyectado hasta el año 2025, teniendo en cuenta que iniciará sus actividades el año 2021, a continuación, se presenta en el siguiente cuadro.

Tabla N° 88 Cuadro de Caja Económico de la Empresa Healthy Jeans del año 2021 al 2025

Detalle	0	2021	2022	2023	2024	2025
INGRESOS						
Ventas		881,287	907,725	1,051,827	1,083,381	1,115,883
Otros ingresos (SFMB)		76,910	78,502	90,462	93,175	95,971
Total ingresos		958,196	986,228	1,142,288	1,176,557	1,211,854
EGRESOS						
Costo de ventas		462,182	476,048	551,620	568,169	585,214
Gastos Administrativos		82,254	84,722	87,263	89,881	92,578
Gastos de Ventas		38,069	39,211	40,388	41,599	42,847
Gastos de exportación		13,315	19,705	21,964	22,623	23,302
Inversión Fija Tangible	10,364					
Inversión Fija Intangible	2,240					
Capital de trabajo	243,118					
Impuesto a la Renta		100,427	103,831	128,043	133,397	137,793
Total egresos	255,723	696,248	723,516	829,279	855,670	881,734
Depreciación		0	0	0	0	0
Amortización		0	0	0	0	0
FLUJO CAJA ECONOMICO	-255,723	261,949	262,711	313,009	320,886	330,120

Elaborado por: Equipo de trabajo

En el presente cuadro de flujo de caja económico de la empresa Healthy Jeans , se evidencia tanto los ingresos como egresos de la empresa, dentro de los cuales se puede apreciar el total de inversión que se requiere para iniciar el proyecto, así mismo se detalla las inversiones tangibles e intangibles, como también el capital de trabajo para el año 0 en el cual se iniciarán las actividades de la empresa, así mismo se verifica en la proyección una tendencia positiva dentro de los próximos 5 años, esto debido a que se incrementará la cantidad a exportar, así como también los costos de ventas y exportación.

5.5.2 VAN Económico, TIR Económico, PRI Económico

Asi mismo, para la empresa Healthy Jeans estimaremos los métodos de valoración que se le da a la exportación de pantalones, se evaluará tanto el VAN económico que por sus siglas significa valor actual neto, así como también el TIR y PRI que vienen a ser la tasa interna de retorno y el periodo de recuperación de la inversión realizada, dicho esto a continuación se muestra el siguiente cuadro con los resultados obtenidos en base a los costos de fabricación y gastos de producción y exportación para la empresa.

Tabla N° Cuadro de Índices de Evaluación de la Empresa Healthy Jeans

índice de evaluación	
COK	11.59%
VAN	813,008
TIR	104.23%
B/C	4.18
PRI	1A - 0.072M

Elaborado por: Equipo de trabajo.

Estos resultados se calcularon con el fin de discernir si el proyecto de la empresa Healthy Jeans será rentable en base a los resultados ya descritos y proyectados en el cuadro anterior, por consiguiente se puede verificar que el VAN tiene un valor muy por encima de cero, esto significa que la exportación de pantalones ecológicos sin anilina de la empresa Healthy Jeans producirá ganancias por encima de la rentabilidad exigida, por otro lado el TIR resultante para el proyecto es de 104.23% este monto evidencia en términos porcentuales la cantidad de beneficio que tendrá la empresa, dicho en otras palabras la tasa interna de retorno por la exportación en el proyecto realizado otorgará un 104.23% de beneficio para la empresa de lo ya invertido y por último e

importante tenemos el concepto PRI con el cual se puede dar una idea del tiempo que se requiere para poder recuperar esta inversión inicial, que aproximadamente es de 1 año 0 meses y 13.26 días aproximadamente para la empresa Healthy Jeans.

5.6 Evaluación financiera

La evaluación financiera que realizará la empresa Healthy Jeans, estará en base al análisis de los ingresos y los gastos que estén estrechamente relacionado con el producto, con ello se verificará si habrá retribución al capital que aportó el conjunto de socios.

5.6.1 Estructura de Flujo de Caja Financiero

A continuación, se detalla en el siguiente cuadro el flujo de caja financiero de la empresa Healthy Jeans, el cual permitirá a la empresa verificar la retribución del capital invertido inicialmente por los socios de la empresa.

Tabla N° 89 Cuadro de Caja Financiero de la Empresa Healthy Jeans del año 2021 al 2025

Detalle	0	2021	2022	2023	2024	2025
INGRESOS						
Ventas		881,287	907,725	1,051,827	1,083,381	1,115,883
Otros ingresos (SFMB)		76,910	78,502	90,462	93,175	95,971
Total ingresos		958,196	986,228	1,142,288	1,176,557	1,211,854
EGRESOS						
Costo de ventas		462,182	476,048	551,620	568,169	585,214
Gastos Administrativos		82,254	84,722	87,263	89,881	92,578
Gastos de Ventas		38,069	39,211	40,388	41,599	42,847
Gastos de exportación		13,315	19,705	21,964	22,623	23,302
Inversión Fija Tangible	10,364					
Inversión Fija Intangible	2,240					
Capital de trabajo	243,118					
Impuesto a la Renta		100,427	103,831	128,043	133,397	137,793
Total egresos	255,723	696,248	723,516	829,279	855,670	881,734
Depreciación		0	0	0	0	0
Amortización		0	0	0	0	0
FLUJO CAJA ECONOMICO	-255,723	261,949	262,711	313,009	320,886	330,120
Préstamo	75,723					
Interés préstamo		18,274	12,485	4,918		
Amortización préstamo		18,859	24,648	32,216		
FLUJO CAJA FINANCIERO	-180,000	224,816	225,578	275,876	320,886	330,120

Elaborado por: Equipo de trabajo

Dentro del flujo de caja Financiero de la empresa Healthy Jeans se evidencian tanto los ingresos y egresos que la empresa realizara para los próximos cinco años, esto con el fin de determinar que los recursos se estén utilizando de manera eficiente, y a su vez poder tomar decisiones a corto y largo plazo, dentro del flujo de caja financiero de la empresa

se puede apreciar principalmente parte de la inversión externa que la empresa está realizando por un total de 75,723 soles el cual será cancelado en tres años, se detalla así mismo la cantidad amortizada por año, así como también los intereses pagados por la empresa a la entidad financiera.

5.6.2 VAN Financiero, TIR Financiero

En este punto, para la empresa Healthy Jeans estimaremos los métodos de valoración que se le da al proyecto, el cual fue elaborado para la exportación de pantalones ecológicos de la empresa Healthy Jeans a España – Madrid, se evaluará tanto el VAN que por sus siglas significa valor actual neto, así como también el TIR, dicho esto a continuación se muestra el siguiente cuadro con los resultados obtenidos en base a los costos de fabricación y gastos de producción y exportación para la empresa.

Tabla N° 90 Cuadro de Índices de Evaluación de la Empresa Healthy Jeans

índice de evaluación	
WACC	14.70%
VANf	721,906
TIRf	129.76%
B/Cf	5.01

Elaborado por: Equipo de trabajo

Estos cálculos se realizan con el fin de saber si el proyecto realizado por la empresa será rentable para los accionistas, o desde el punto de vista de un inversionista, en base a la información ya descrita y proyectada en los cuadros anteriores, por consiguiente se puede verificar que el VAN tiene un valor muy por encima de cero, esto significa que la exportación de pantalones ecológicos sin anilina de la empresa Healthy Jeans producirá ganancias por encima de la rentabilidad exigida, esto lleva a ser muy atractivo para los accionistas de la empresa, así como también para un posible inversionista a futuro, por otro lado el TIR resultante para el proyecto es de 129.76% este monto evidencia el grado de beneficio que recibirán los inversionistas o accionistas de la empresa Healthy Jeans, dicho en otras palabras la tasa interna de retorno por la exportación en el proyecto realizado otorgará un 129.76% de beneficio de lo invertido.

5.6 Análisis de sensibilidad.

“Se le llama análisis de sensibilidad (AS) al procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta, es decir, qué tan sensible es la TIR o el VAN ante cambios en determinadas variables de la inversión, considerando que las demás no cambian”²⁶, así mismo la empresa Healthy Jeans elaboró los cálculos para el análisis de sensibilidad los cuales se muestran a continuación.

Tabla N° 91 Cuadro de Análisis de sensibilidad de la Empresa Healthy Jeans.

VARIACIÓN EN VENTAS	Bas/Opt	Pes/Bas
Δ % VAN	77%	4%
Δ % ventas/costos	19.0%	3.0%
ELASTICIDAD	4.07	
SENSIBILIDAD	24.56%	

Elaborado por: Equipo de trabajo

Del cuadro anterior, se puede observar la variación de dos variables, los cuales son el precio y la posible cantidad vendida, así mismo el equipo de trabajo de la empresa Healthy Jeans, realizó un posible análisis dinámico de estas dos variables mediante una simulación, así poder determinar el comportamiento del VAN respecto a la variabilidad de un distinto entorno.

En el caso de un necesario de un escenario Base/optimista, la empresa Healthy Jeans contará con un VAN aproximado de 77% el cual es un valor alto y por ello atractivo para posibles inversionistas, del mismo modo en un escenario Pesimista/base el VAN disminuye considerablemente, sin embargo, aún se mantiene por encima de cero el cual evidencia que la empresa Healthy Jeans seguirá produciendo ganancias por encima de la rentabilidad exigida.

5.7 Análisis de escenarios

Para la proyección de los cuadros antes descritos de la empresa Healthy Jeans se consideraron tres posibles escenarios, dentro de los cuales, la empresa describe la rentabilidad por posibles cambios en el precio del producto en el mercado, así como también los costos de la elaboración del mismo.

²⁶ Baca, 2006; Morales y Morales, 2009

Tabla N° 92 Cuadro de Escenarios Probables de la Empresa Healthy Jeans

ESCENARIOS	BASE	OPTIMISTA	PESIMISTA
VAN	813,008	1,050,920	30,426
TIR	104.23%	127.94%	16.03%
B/C	4.18	5.11	1.12
Probabilidad	70%	15%	15%
VALOR VAN ESPERADO	731,308		
VALOR DE TIR ESPERADO	94.6%		
VARIACIÓN EN VENTAS	Bas/Opt	Pes/Bas	
Δ % VAN	77%	4%	
Δ % ventas/costos	19.0%	3.0%	
ELASTICIDAD	4.07		
SENSIBILIDAD	24.56%		

Elaborado por: Equipo de trabajo

Del cuadro anterior se puede apreciar que la empresa Healthy Jeans tiene un 70% de probabilidad de obtener el escenario base en el cual se elaboró el proyecto de negocio, por otro lado en un escenario optimista donde el precio sube un 5% y los costos bajan un 3% se evidencia que se maximizan aún más la rentabilidad de los activos de la empresa y la probabilidad de un escenario optimista es de un 15%, por último la empresa Healthy Jeans tuvo en cuenta un escenario pesimista dentro del cual el precio baja en un 19% y los costos suben en 5%, aun así el proyecto tiene un amplio margen de rentabilidad, esto es un punto favorable para la empresa, ya que en el peor de los casos seguirá siendo rentable para los inversionistas.

Así mismo dentro un escenario pesimista para la empresa Healthy Jeans, se detalla a continuación los índices de evaluación con un precio menor en el mercado de un 19% menos y unos costos incrementados en un 5%.

Tabla N° 93 Cuadro de Escenario Pesimista de índices de evaluación de la Empresa Healthy Jeans

COK	11.59%
VAN	813,008
TIR	104.23%
B/C	4.18

Elaborado por: Equipo de trabajo

Del cuadro anterior se puede apreciar que en un escenario pesimista los índices de evaluación para la empresa Healthy Jeans se mantienen buenos, es decir el COK mantiene el mismo valor ya expuesto en los puntos anteriores, el cual representa el interés que produce el invertir en la empresa que es un 11.59%, por otro lado, tanto el VAN como la TIR, los resultados son óptimos ya que el proyecto sigue siendo rentable en base a los activos que tiene la empresa.

CONCLUSIONES

Según la investigación de mercado realizada en la ciudad de Madrid, España sobre datos cuantitativos se logró determinar la demanda insatisfecha proyectada, para ello se tomó en cuenta el porcentaje de la población femenina de clase media de Madrid y de ello se extrajo el 32.71% que es el rango de edad de 20 a 40 años, a esta porción de mercado restante se extrajo el 25% que es el porcentaje de personas que tienen preferencias textiles ecológicas y finalmente, se tomó el 1.6 % de participación de mercado lo cual dio como resultado un total de 2,507 mujeres madrileñas. Considerando el consumo por persona de 4 pantalones al año, Healthy Jeans determina que el número óptimo de producción será de 9600 el primer año donde también considera criterios de embalaje.

Se pudo determinar el precio considerando los costos de producción, costos indirectos, costos de embalaje costos de exportación y con ello se comparó con el precio de venta de productos similares en España. Finalmente, el precio de venta será de 26.92 dólares el cual incluye las utilidades, recordar que este precio es el que pagará el distribuidor de España por cada pantalón jeans ecodenim.

Se llegó a realizar el presupuesto de marketing y publicidad mediante las cotizaciones realizados por los especialistas en e-commerce para la creación de página web y community manager con los cuales se determinaron los gastos a incurrir proyectados en cinco años de funcionamiento de la empresa Healthy Jeans.

Se consiguió recabar la información necesaria para la creación de la empresa identificando los plazos de demora de los trámites y documentos indispensables para que la empresa Healthy Jeans SAC pueda empezar a operar. Así como los requisitos en Indecopi para crear la marca, sin embargo, resaltan que las marcas se deben registrar en el país donde se desea comercializar.

En el proceso de exportación se concluyó que la mejor opción para exportar es utilizar el incoterms FCR por ser la primera exportación ya que aún no se conoce completamente las leyes de España respecto a gastos de desaduanaje y costos fiscales, por ejemplo.

Se determinó los documentos de exportación y se calcularon los costos mediante las cotizaciones realizadas a los operadores logísticos integrales en donde se pudo realizar una homologación, logrando elegir la mejor opción para la empresa Healthy Jeans.

Se pudo calcular la inversión para el proyecto de negocios donde el monto total invertido es de 255,723.00 de los cuales 75,723 corresponde al préstamo otorgado por el Banco Interbank, el cual fue seleccionado por ofrecer una tasa preferencial mensual de 2.26% para pagar en tres años. Este préstamo refleja el 29.61% del total del financiamiento y el 70.39% es el capital de la empresa constituido por los aportes de los socios donde cada uno ingresó con un capital de 60,000.00.

Se concluye que el presente plan exportador es viable puesto que en un análisis de escenario pesimista donde el precio baja en un 19% y el costo se incrementa en un 5% los ratios de valuación continúan siendo rentables.

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones más resaltantes a las que llegó el equipo de trabajo para el presente plan de negocios es la siguiente:

Se debe seguir utilizando nuevas metodologías de investigación de mercados, en las cuales se recomienda realizar la visita al país de destino a fin mejorar las relaciones comerciales con los distribuidores y conocer de cerca la idiosincrasia española, ese intercambio intercultural sería muy enriquecedor, así como concertar citas con futuros clientes interesados en la moda textil sostenible.

Analizar la posibilidad de contar con una tienda alquilada o propia en el país de destino esto a partir del segundo año de funcionamiento, para que la empresa Healthy Jeans tenga a su cargo la administración de la tienda.

Se recomienda implementar mejoras en los tiempos de entrega analizando toda la cadena productiva y logística desde el proceso productivo que lo realiza el maquilador hasta el transporte internacional, porque se podría considerar realizar el transporte vía aérea, ya que por vía marítima hay un mes de espera. Ya que si Healthy Jean sigue creciendo podría asumir los costos de flete aéreo y esta mejora conllevaría a una diversificación de destinos otros países europeos con miras a la expansión llevando la marca Perú al mundo.

En el proyecto se menciona que una de las debilidades es que la empresa no cuenta con generador de tendencias propio de Healthy Jeans por ello se recomienda realizar la creación de una nueva plaza de trabajo para ocupar el puesto de Diseñador de modas propio de Healthy Jeans, con un perfil ecofashion, ello en el primer año de funcionamiento.

Un punto a tomar en cuenta es poder implementar un plan de mejora en conjunto con el maquilador en el proceso de lavandería del pantalón jean para reducir el impacto de químicos que se genera este proceso.

Como los ratios de liquidez proyectados son altos una de las opciones recomendadas es realizar la repartición de utilidades entre los socios, pero otra opción a tomar con miras a un crecimiento económico de Healthy Jeans, es que pueda realizar todo el proceso de producción y exportación de los

pantalones jeans, desde la compra de la tela y avíos, como la parte de confección y corte de la tela, la creación de los patrones o molde del diseño, hasta el proceso de lavandería, donde les dan a los pantalones jeans ese efecto desgastado en el acabado final.

De realizar todo el proceso productivo Healthy Jeans estaría a cargo de toda la cadena de producción y podría realizar la compra de máquinas para el proceso de lavandería, máquinas ecoamigables por ejemplo las que oferta la empresa Jeanología máquinas que trabajan con láser y ozono reduciendo el consumo de agua en el proceso de acabados del jeans. El costo de estas máquinas es cuatro veces mayor que las maquinas convencionales de lavandería, pero se recomienda que este cambio se realice por etapas a partir del cuarto o quinto año de recuperación de la inversión.

BIBLIOGRAFÍA

- FERNANDEZ, Elix. 2015. *"Costos para los negocios internacionales"*. Segunda Edición. Paraguay. Unida. 64p
- KOZIKOWSKI, Zbigniew. 2013 *"Finanzas Internacionales"*. Tercera Edición. México. McGRAW-HILL. 293p
- NARVÁEZ, Alejandro. 2017. *"Finanzas Corporativas y estudios de casos"*, Primera Edición, Perú Editorial Macro. 56p
- AMAT, Oriol. 2016. *"Contabilidad y Finanzas para dummies"*. Primera Edición. España. Ediciones CEAC. 169p
- FISHER, Laura y ESPEJO, Jorge. 2011. *"Mercadotecnia"*. Cuarta Edición. México. McGRAW-HILL 116p
- BALOU, Ronald. 2004 *"Logística Administrativa de la cadena de suministro"*. Quinta Edición. México. Pearson Educación. 63p
- LAUDON, Kenneth y LAUDON, Jane. 2016. *"Sistema de Información Gerencial"*. Decimocuarta Edición. México. Pearson Education. 353p
- Espinoza, A, & Sánchez, B. (2016). *"Estudio de prefactibilidad para la implementación de una lavandería industrial especializada en servicios de acabados en prendas denim"*. Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- Arroyo, G & Palomino, C. (2018). *"Análisis de una implementación de un área de confecciones en empresas pymes exportadoras de prendas de vestir de alpaca en el Perú"*. Universidad Peruana de Ciencias aplicadas, Lima, Perú.
- Mendieta, P. (junio 2019). Queremos inspirar una gestión sostenible. *Mundo textil* (157), 36-41p
- Larios, R. (octubre 2019). El reto de la sostenibilidad en la industria textil y de la moda. *Mundo textil* (159), 36- 38p
- Farias, G. (octubre 2019). Moda sostenible y moda circular para salvar el planeta. *Mundo textil* (159), 35p

LINKOGRAFÍA

- Patiño, Manuel. (10 de enero de 2018). Diseño de modas, el eslabón perdido que necesita la industria textil para despegar en el Perú. *Gestión*. <https://gestion.pe/economia/disenomodas-eslabon-perdido-necesita-industria-textil-despegar-peru-224567-noticia/>
- Revista N°159 de Asociación Peruana de Técnicos Textiles: “El Camino hacia la Sostenibilidad” www.apttperu.com
- Empresa de tintes Archroma y el Aniline free <https://www.youtube.com/watch?v=luZLKsScUZ0>
- Principales países importadores en los últimos 3 Años de la partida 620462 <https://www.late.gob.pe/Formularios/PasosFuncionales/frmInteligenciaMercado.aspx#no-back-button>
- Claves para una estrategia de posicionamiento de marca <https://soniadurolimia.com/posicionamiento-de-marca/>
- Ocho prioridades de sostenibilidad para la industria de la moda <https://globalfashionagenda.com/ceo-agenda-2020/#traceability>
- Informe Pulse of the Fashion Industry <https://globalfashionagenda.com/pulse-of-the-fashion-industry-2018-report-released/#>
- Consumidores cada vez menos fieles a marcas https://www.foodretail.es/shoppers/consumidor-fidelidad-marca-estudio-nielsen_0_1345365455.html
- Encuesta a europeos sobre moda y consumo responsable <http://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2019/03/INFORME-CONSUMO-2017-FINAL.pdf>
- Encuestaz de personas europeas que no compran fast fashion <https://www.ocu.org/consumo-familia/consumo-colaborativo/informe/moda-sostenible#>
- Población Histórica De Mujeres De Madrid www.Datosmacro.com
- Cantidad total de habitantes de España y Comunidad de Madrid https://www.foodretail.es/shoppers/consumidor-fidelidad-marca-estudio-nielsen_0_1345365455.html
- Ritmo de crecimiento de PBI ESPAÑA <https://es.statista.com/estadisticas/501016/prevision-producto-interior-bruto-pib-en-espana>
- <https://trade.ec.europa.eu/tradehelp/es/myexport#?product=6204623190&partner=PE&reporter=ES&tab=2>
- Retos de vender un producto ecoamigable <https://www.joseargudo.com/vender-un-producto-ecologico/>
- Certificación fairtrade en textiles: <https://info.fairtrade.net/es/product/textiles>
- Certificación de moda sostenible <https://www.esterxicota.com/certificaciones-moda-sostenible/>
- Datos ONU sobre la contaminación ambiental <https://www.vidasostenible.org/la-industria-textil-es-la-segunda-mas-contaminante-despues-de-la-petrolera/>
- Madrid ciudad más sostenible de España <https://www.ecogestos.com/madrid-elegida-como-la-ciudad-mas-sostenible-de-espana-de-las-ciudades-espanolas-sostenibles/>

- Actividad Económica o Codificación Internacional www.gob.pe/269-registrar-o-constituir-una-empresa.com 19/02/2020
- Gremio de Indumentaria. (22 de octubre 2020). Vista previa de El Estado de la Moda 2021 ¿Puede la industria repuntar el próximo año?. *DeModaPerú Magazine del Gremio de Indumentaria de la CCL*. http://demodaperu.pe/index.php/2020/10/22/vista-previa-de-el-estado-de-la-moda-2021-puede-la-industria-repuntar-el-proximo-ano/?fbclid=IwAR17FjvGen84AofPocJKNN3uSUplBE3JCSPs1zgxPPuICyNe-c-syl_640

GLOSARIO

Anilina: Componente del índigo que es un tinte del denim, poco soluble en el agua y contaminante.

Free anilina: Libre de anilina.

Fast fashion: moda rápida, usar desechar. Es el consumo acelerado de prendas de vestir

Slow fashion: moda lenta, moda verde, moda circular. Es una filosofía de consumo responsable de ropa, que conciencia sobre el impacto de las prendas de vestir en el medio ambiente.

Ecoamigable: Amigable con el medio ambiente. Se define como algo respetuoso y que no es perjudicial para el medio ambiente.

Eco- denim: Tejido denim que no contiene anilina en la composición del índigo, considerada ecoamigable.

Moda circular: Es un modelo de negocio enfocado en la sostenibilidad en toda la cadena de producción en el rubro textil.

Sostenible: Se refiere a la satisfacción de las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas, garantizando el equilibrio entre crecimiento económico, cuidado del medio ambiente y bienestar social.

Huella de carbono: Es un indicador ambiental que refleja los gases emitidos por un individuo o una empresa. Estos gases que se acumulan en la atmósfera son los que producen el efecto invernadero.

Ratio: Razón o relación entre magnitudes, se expresa como una fracción o decimal.

Incoterms: Términos de comercio Internacional.

Trend: Tendencia.

Efecto de lavado: Es una técnica utilizada en modas para referirse a la apariencia de usados o lavados característicos en los pantalones jeans.

Índigo: También conocido como Añil es la denominación del colorante azul y sus variedades, se encuentra en las plantas y también ha sido reproducido de manera sintética por la industria química para teñir prendas de vestir como los pantalones jeans con el color azul que los caracteriza.


Proceso láser: Es un proceso que realiza las lavanderías dentro de la cadena de producción de los pantalones jeans para dar efecto de rasgado o desgaste focalizado, reduciendo los químicos en los acabados del jean.

Proceso de ozono: es un proceso realizado a los pantalones jeans reduciendo el índigo cambiando al denim a diferentes tonos sin utilización de agua, es considerada una práctica sostenible en el proceso de producción de los jeans.

ANEXOS

Anexo N° 1 Correo electrónico de presentación de Healthy Jeans a Distribuidor Roberto Verino


INVITACIÓN A RUEDA DE NEGOCIOS HEALTHY JEANS PANTALONES ECOAMIGABLES

 jsuarezcu@healthyjeans.com.pe
Mar 18/08/2020 21:47

Para: customerservice@robertoverino.com

Buenas noches
Soy Jenny Suarez Gerente comercial de la marca Healthy Jeans comercializadora de pantalones jeans ecoamigables, nos gustaría trabajar con Roberto Verino ya que hemos revisado su perfil y su trayectoria en el mercado como distribuidor en España de ropa y accesorios, nos ha interesado mucho ciertos aspectos de la moda sostenible que ustedes también comparten, por ello los contactamos, ya que deseamos tener un distribuidor en Madrid. La reunión se llevará a cabo el 25/03/2020 a las 9:00 am hora España vía zoom, esperamos su pronta confirmación.

Saludos cordiales
Jenny Suarez
jsuarezcu@healthyjeans.com.pe
Teléfono: 993622714
Lima-Perú



Anexo N° 2 Entrevista con especialistas en Europa

RE: ASESORÍA DE EXPORTACIÓN A ESPAÑA

Hola Silvia
Estos son puntos que quedaron pendientes:

- Distribuidores o boutiques de prendas ecológicas en España
- Si existe certificación en España de reducción de la huella de carbono.
- Y el nombre de la empresa que está en Alemania que vende ropa reusada para la reducción de la huella de carbono personal.

Atte
Jenny Suarez
cel: 993622714

De: OP TRADERS SAC <info@optraders.pe>
Enviado: martes, 16 de junio de 2020 13:22
Para: Jenny Suarez Cuaila <jennysuarez@hotmail.com>
Cc: cesar@optraders.pe <cesar@optraders.pe>; oriana@optraders.pe <oriana@optraders.pe>; contacto@peruexporta.tv <contacto@peruexporta.tv>; silvia@lekkerllama.nl <silvia@lekkerllama.nl>
Asunto: Re: FICHA TÉCNICA PARA ASESORÍA DE EXPORTACIÓN A ESPAÑA

Estimada,
Es grato saludarte hemos recibido tu ficha técnica. de la misma manera, te felicitamos por querer emprender estamos muy entusiasmados por conocerte, te esperamos el día de mañana. 17 de marzo a las 11:15 am. Recibe un cordial saludo de parte del equipo de Lekker Llama y Perú Exporta TV.

Lucero Pillaca
Especialista de exportaciones

Activar Windows

Anexo N° 3 Solicitud a Promperú para entrevista con especialista en Mercado Europeo

RE: Investigación- Exportación de Pantalones jeans de tela ecodenim sin anilina para el mercado Español

AR Angela Reyes <areyes@promperu.gob.pe>
Jue 13/02/2020 12:32

Usted: Suarez Cuaila, Jenny Anabel


Jeny, para obtener la información pueden acceder al portal de la UE: https://madb.europa.eu/madb/statistical_form.htm

Si necesitan mayor información sobre el proceso de exportación, pueden acudir a nuestros canales de atención:


Asesoría presencial: Av Jorge Basadre 610 – San Isidro, los días lunes, martes, jueves y viernes de 09:15 am – 12:45pm y de 2:15 pm – 5:45 pm.
Asesoría vía correo electrónico, sae@promperu.gob.pe, sae1@promperu.gob.pe
Atención telefónica 6045601 o 6045602. L-V 9-6pm

Atentamente,

ANGELA REYES | Especialista del Dpto. Industria de la Vestimenta y Decoración



PROMPERU - Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo
Calle 21 N° 713, Lima 27 - Perú
T: (511) 616 7400 A: 2307
areyes@promperu.gob.pe
www.promperu.gob.pe



De: Suarez Cuaila, Jenny Anabel <jsuarezcu@intercorp.com.pe>
Enviado el: jueves, 13 de febrero de 2020 11:30
Para: Angela Reyes <areyes@promperu.gob.pe>
CC: Jenny Suarez Cuaila <jennysuarez@hotmail.com>
Asunto: RE: Investigación- Exportación de Pantalones jeans de tela ecodenim sin anilina para el mercado Español

Hola
Angela
La partida es 6204620000

De: Angela Reyes [<mailto:areyes@promperu.gob.pe>]
Enviado el: jueves, 13 de febrero de 2020 09:26 a.m.
Para: Jenny Suarez Cuaila; Suarez Cuaila, Jenny Anabel
Asunto: RE: Investigación- Exportación de Pantalones jeans de tela ecodenim sin anilina para el mercado Español

Anexo N° 4 Cotización realizada a la agencia de carga servicio integral: Empresa EGL PERÚ



NRO. EGL – 20/32-00

Fecha: 28/01/2020

Srs. **ANTHONY VENTOCILLA MELGAR**

Atn. –

Por medio de la presente reciba nuestra mejor oferta de servicio EXPORTACION MARITIMA

PRODUCTO	CARGA GENERAL
TERMINOS	CFR
ORIGEN	CALLAO - PERU
DESTINO	BARCELONA - SPAIN
MODO	MARITIMO / LCL
PESO / VOL	2,500.00 KG. / 14.04 CBM.

FLETE MARITIMO INTERNACIONAL

FLETE	:	USD	968.76	69 X ton/M3
BL	:	USD	25.00	
TOTAL	:	USD	993.76	

RECARGOS LOCALES

CONSOLIDACION	:	USD	351.00	
GASTOS OPERATIVOS	:	USD	59.00	
AFORO FISICO	:	USD	29.50	DE REQUERIR
AGENCIAMIENTO DE ADUANAS	:	USD	150.00	
TRANSFER	:	USD	35.40	
HANDLING	:	USD	59.00	
DERECHOS DE EMBARQUE	:	USD	295.00	
TRANSPORTE	:	USD	205.00	
TOTAL	:	USD	1,183.90	

TOTAL : USD 2,177.66

Detalles:

Salidas	:	QUINCENAL
Tiempo de transito	:	33 DIAS APROX
Servicio directo	:	TRANSBORDO
Validez	:	31/01/2020
Almacén	:	

*Incluye IGV

Cordialmente


KATTY LINARES

Calle Huancauri 295 Of. 201 San Miguel

Miembros de:



Anexo N° 5 Cotización realizada a la agencia de carga servicio integral: Empresa EXPERT



Cotización No 2020-00000007

San Miguel, 27 de enero del 2020

Señores VENTOCILLA MELGAR ANTHONY RAIPH
Presente.-

ATT:

Estimados señores

Por medio de la presente les hacemos llegar nuestra propuesta para el transporte de su Exportación de acuerdo a los siguientes terminos:

Mercadería:	PRENDAS DE VESTIR	Origen:	CALLAO
Incoterms:	FOB CALLAO	Salidas:	
Transporte:	MARITIMO	Peso:	2,497.00 KGS.
T. de Transito:		Volumen:	14.04 CBM.
		Validez:	15/02/2020

CONCEPTO	MONEDA	IMPORTE
CARGOS LOCALES		
BL FEE	*	USD 35.40
CUSTOMS	*	USD 177.00
GASTOS OPERATIVOS	*	USD 41.30
CONSOLIDACION	*	USD 377.60
AFORO FISICO (SI REQUIERE)	*	USD 59.00
TRANSPORTE	*	USD 259.60
DERECHO DE EMBARQUE	*	USD 271.40
BOLETIN QUIMICO POR SERIE (SI REQUIERE)	*	USD 70.80
VISTO BUENO	*	USD 212.40
TOTAL A PAGAR		1,504.50

* Conceptos ya incluyen el IGV.

NOTAS:


- 1.- Cotización solo aplica para carga General y apilable, NO HAZMAT / OVERSIZE / OVERWEIGHT // Carga IMO sujeto a recargos en puerto. En caso la cargas tengan más de 3 metros de largo, 2 metros de alto y ancho, peso mayor a 2500 kg por bulto se debe CONSULTAR TARIFA POR CADA CASO.
- 2.- El embalaje de su carga debe ser el apropiado para transporte consolidado por vía marítima. Bultos sueltos con mas de 25 kgs c/u deben ser paletizados o agrupados.
- 3.- Embarque sujeto a recargo por hold de aduanas.

Esperando que nuestra propuesta haya cumplido sus expectativas quedamos atentos a su confirmacion de embarque.

Atentamente,
ALONSO YGREDA ALEXIS GUSTAVO
PHONE: 717-3208
EMAIL: customer@expert.com.pe
MOBIL: 923526463
Cal. Martin de Murua Nro. 150 Int. 810-San Miguel

www.expert.com.pe

Anexo N° 6 Cotización realizada a la agencia de carga servicio integral: Empresa GAMMA CARGO SAC



COTIZACION
No: 2020-0000697

San Isidro, Lunes 27 de Enero de 2020

Señores
ANTHONY VENTOCILLA
Presenta.-
Atención: Sr(a). ANTHONY
Teléfono: * - Correo: *

Estimados señores:

Por medio de la presente nos es grato saludarlos y presentarles la propuesta de fletes en representación de nuestros agentes internacionales:

SERVICIO(s) MARÍTIMO DE EXPORTACIÓN					
Servicio No. 00001					
Origen: País: PERU	Puerto: CALLAO - PERU	CUT OFF			
Destino: País: ESPAÑA	Puerto: BARCELONA - SPAIN	Próx. Salida:			
Vía: VALENCIA	Incoterm: CFR				
Tipo de Carga: CARGA GENERAL	Ref. Cliente:				
Peso: 2500.00 Ton / M3 : 14.040					
Tiempo Tránsito: 36 DIAS	Frecuencia: QUINCENAL				
Descripción	Mnd.	Monto	I.O.V.	Total	
GASTOS TRANSPORTE INTERNACIONAL					
FLETE INTERNACIONAL LCL	Tarifa 70.00 x Peso Mayor	USD 982.80	0.00	982.80	
IMO2020	Tarifa 4.00 x Peso Mayor	USD 56.16	0.00	56.16	
TOTAL				1038.96	
GASTOS ORIGEN					
EMISION DE B/L	USD	35.00	6.30	41.30	
HANDLING FEE	USD	42.37	7.63	50.00	
DERECHO DE EMBARQUE	USD	160.00	28.80	188.80	
VISTO BUENO	USD	145.00	26.10	171.10	
PERUVIAN CUSTOMS TRANSMISSION	USD	21.19	3.81	25.00	
ADUANAS	USD	130.00	23.40	153.40	
GASTOS OPERATIVOS	USD	80.00	14.40	94.40	
SERVICIO DE TERMINAL (ESCENARIO CANAL VERDE)	USD	120.00	21.60	141.60	
ESTIBA	USD	150.00	27.00	177.00	
TOTAL				1042.80	

Muy Atentamente

CLAUDIA MEDINA / AGENT
Cargo: EJECUTIVO COMERCIAL / Dpto.: COMERCIAL
Teléfono : Celular: Email: cmedina@gammacargo.com

LA PRESENTE COTIZACION ES VALIDA HASTA EL 31/03/2020
TAMPoco SUJETA A VARIACION SIN PREVIO AVISO.
TODO PAGO ES AL CONTADO.
EL SERVICIO DE TRANSPORTE INTERNACIONAL EN EL CASO LA MERCADERIA NO SE ENCUENTRE ASEGURADA.
LAS TARIFAS DE APUROAL PAGO AL VOLUBRENO AL QUE RESULTA MENOR.
LOS COSTOS DE DESTINO QUE PAGARAS EN SU REPRESENTACION A LAS NAVIERAS, ALMACENES Y AGENTES PORTUARIOS (SEGUN SEA EL CASO) NO ESTAN INCLUIDOS EN ESTA COTIZACION
DEMAS VARIACIONES
Reservados Para el Servicio.

CONDICIONES DEL SERVICIO - GAMMA CARGO S.A.C.

- Condiciones Generales.
 - La aceptación de una cotización de Gamma Cargo implica, por parte del cliente, el envío de instrucciones específicas antes de la salida del embarque del aeropuerto de origen.
 - Los fletes en la cotización de importación son fletes en representación de nuestros agentes internacionales.
 - Los montajes de combustible (BAP, EFB, EPAP, BBE, etc.) e los seguros por tipo de cambio (CAF) están sujetos a variaciones y pueden cambiar sin previo aviso según que los sea el área o clientes (destinos).
 - La fecha de la tarifa a aplicar está determinada por la fecha de carga de la nave o salida del vuelo.
 - Gamma Cargo se reserva el derecho de seleccionar o modificar el servicio a utilizar.
 - Gamma Cargo no es responsable de la sub estacionada por la navieras / naviera o de los cambios en itinerarios, itinerarios decididos por la navieras / naviera, así tampoco como los demoras que estos pueden ocasionar.
 - La mercancía viaja bajo las condiciones estipuladas al momento del documento emitido por el transportista o portador internacional (Kinney B&I / Suis Aerea -B&I of Lading / Conocimiento de Embarque).
- Condiciones Especiales.
 - Toda mercancía que el cargo GAMMA CARGO S.A.C. se regule de acuerdo con las disposiciones establecidas por la legislación Peruana para el Agente de Carga Internacional.
 - GAMMA CARGO S.A.C. no es responsable bajo circunstancias alguna por acciones o omisiones de terceros involucrados en la cadena logística, o por los Documentos o Conocimientos de Embarque emitidos por terceros a entidad de GAMMA CARGO S.A.C.

Al usar el servicio brindado por Gamma Cargo SAC, el contratante declara haber leído y aceptado las condiciones indicadas líneas arriba.

Anexo N° 7 Cotización realizada a la agencia de carga servicio integral: Empresa KGS BUSINESS GROUP SAC



**KGS
BUSINESS GROUP S.A.C.**
www.kgsgroup.com.pe
Agencia de Carga Internacional / Grupo Logístico

PROPUESTA COMERCIAL

Fecha: 28.01.2020

Para	: Keoma Jeans
Atención	: Anthony Ventocilla
RUC	: 10477851326
Asunto	: Presupuesto de Aduanas

KGS Business Group SAC, Agencia de Carga Internacional, tiene el agrado de emitir nuestra Propuesta Comercial de Gastos y Derechos de Aduanas, que a continuación se detalla:

A) COSTOS ADUANEROS DE EXPORTACION

Despacho de Aduanas	: USD 200.00		
Consolidación	: USD 30.00		
Operatividad Aduanera	: L		
Derechos de Embarque	: L	rojo	
Almacén	: L		NARANJA
Transporte Terrestre	: USD 190.00	(SÁN BORJA)	
SUB – TOTAL	: USD 791.00		
IGV 18%	: USD 142.38		
TOTAL GASTOS	: USD 933.38		

(A) Este costo enviado es siempre y cuando el funcionario de Aduanas no solicita inspección. Canal Verde significa que no hay inspección física de la carga.

****NOTA IMPORTANTE: DE ACUERDO AL DECRETO SUPREMO N° 418-2019 DEL 31/12/2019 (TABLA DE SANCIONES ADUANERAS), ES NECESARIO REALIZAR EL DESPACHO ANTICIPADO EN EL CASO QUE NO SE REALICE, USTED COMO IMPORTADOR TENDRA QUE PAGAR UNA MULTA EQUIVALENTE A 0.2 U.T, LO QUE SERIA 0.2*4300 = S/ 860.**



**KGS
BUSINESS GROUP S.A.C.**

www.ksgroup.com.pe
Agencia de Carga Internacional / Grupo Logístico

Agenciamiento de Aduanas – Importación – Exportación – Asesoría y Gestión Integral en Logística y Comercio Internacional

PROPUESTA COMERCIAL

Fecha: 28.01.2020

Para	: Keoma Jeans
Atención	: Anthony Ventocilla
RUC	: 10477851326
Asunto	: Exportación Marítima
Peso	: 2497 kgs
Volumen	: 14.04 CBM
Pallets	: 6
Numero de cajas	: 160
T/T	: 36 días Aprox.
Vigencia hasta	: 20/02/2020
Frecuencia de salida	: semanales

KGS Business Group SAC, Agencia de Carga Internacional, tiene el agrado de emitir nuestra Propuesta Comercial de Flete marítimo exportación, que a continuación se detalla:

1- FLETE MARITIMO DESDE EL PUERTO DE CALLAO HASTA EL PUERTO DE BARCELONA-ESPAÑA


Flete Matirimo : USD 982.80 ALL IN

COSTOS LOCALES

Transmision + Document fee + Handling : USD 150.00 + IGV

TOTAL CUENTA: USD 1159.80

Anexo N° 8 Cotización realizada a la agencia de carga servicio integral: Empresa STEP CARGO SA

		
COTIZACION No MR-200128-01		
SR. ANTHONY VENTOCILLA		
ORIGEN	FOB Callao	
DESTINO	Barcelona, España	
VÍA	Marítima / Servicio vía Valencia	
TIEMPO DE TRÁNSITO	33 días Aprox.	
FRECUENCIA	Quincenal	
TIPO DE MERCADERIA / carga general	Prendas de vestir (carga general / apilable)	
PESO / VOLUMEN	2500 Kg / 14 M3 / 06 paletas	
CARGOS EN ORIGEN		
	LCL	TOTAL
FLETE TM/M3 MIN 1M3	USD 57.00	USD 798.00
BL	USD 50.00	USD 50.00
		USD 848.00
OTROS CARGOS EN ORIGEN		
HANDLING	\$50 + IGV	USD 59.00
TRANSMISSION FEE	\$10 + IGV	USD 11.80
GASTOS OPERATIVOS	\$25 + IGV	USD 29.50
		USD 100.30
Sujeto a gastos en destino.		
De requerir seguro considerar 0.35% del monto a asegurar / Min \$60 + IGV		
Validez: 31 enero 2019		
Notas:		
1.- Cotización solo aplica para carga General y apilable, NO HAZMAT / OVERSIZE / OVERWEIGHT // Carga IMO sujeto a recargos en puerto. En caso la cargas tengan más de 3 metros de largo, 2 metros de alto y ancho, peso mayor a 2500 kg por bulto se debe CONSULTAR TARIFA POR CADA CASO.		
2.- El embalaje de su carga debe ser el apropiado para transporte consolidado por vía marítima. Bultos sueltos con más de 25 kgs c/u deben ser paletizados o agrupados.		
3.- *Enviar PA para confirmar aceptación en Destino*		
4.- Todo vehículo que ingrese a las instalaciones de Neptunia y contenga carga suelta deberá estar precintado obligatoriamente, para evitar una posible contaminación.		
Para el caso de tracto carreta que tenga carga suelta será inspeccionada aleatoriamente.		
5.Embarque sujeto a recargo por hold de aduanas, el cual será dividido entre los consignatarios		
6.-Embarque sujeto a recargo EBS : \$ 3.00 w/m3 Min : \$ 3.00 (el cual puede ser enviado en condición collect , previa instrucción) *		
7.-(*)Embarque sujeto a recargo EFF : \$ 6.00 w/m3 Min : \$ 6.00 (APLICA PARA CENTRO AMERICA, CARIBE VIA PANAMÁ, EUROPA Y ASIA) *		
El cobro del EFF dependerá de la condición del flete		



M/N	CUT OFF / HORA	ETA CLX	ETA VLC
MEGALOPOLIS V. 003N	28/01/2020 // 12:00 hrs	31-Ene	28-Feb
MAERSK VIRGINIA V. 005N	11/02/2020 // 12:00 hrs	14-Feb	13-Mar
MEGALOPOLIS V. 007N	25/02/2020 // 12:00 hrs	28-Feb	27-Mar
MAERSK VIRGINIA V. 009N	10/03/2020 // 12:00 hrs	13-Mar	10-Abr

Gastos en destino:

Descarga	eur 77 x ton ó eur 28 x m3 (min eur 77)
Manipulación	30,10 x ton/m3 (min eur 53,10)
T-3	eur 4 x ton (x full ton, min 1 Ton)
Transporte Contenedor	10 eur ton/m3 (min 32eur)
Entreguese	68,8 eur x hb/l
ISPS	5 eur x hb/l

Gastos locales de exportación en NEPTUNIA. Los mismos que son cancelados por el agente de aduana directamente al terminal de almacenamiento.

Servicio Logístico de Consolidación	US\$ 18.00 x ton/m3 + igv Min : US\$ 45.00+igv Max : US\$ 115.00+igv
Gastos de Terminal (Serv Tal , Gasto Doc, Gastos Adm, Incremento DPW / APM)	US\$ 69.00 + igv
Manipuleo de Ingreso de Mercadería (*)	A favor del Freight Forwarder

(*) El rubro de Manipuleo se devuelve al FREIGHT FORWARDER previa presentación de factura.

Monto máximo \$ 300.00

Servicio Integrado de Exportación (VB)	US\$ 120.00 + igv
---	-------------------

**** Embarques sujetos a gastos adicionales si se presenta (Aforo, Boe, movilizaciones, segregación de carga imo, Senasa, etc).

Los gastos adicionales de terminal, se muestran en la página web de Neptunia.

http://www.neptunia.com.pe/HTML_Libre/TARIFARIO_WEB_CAL.HTM

Anexo N° 9 Cotización realizada a la agencia de carga servicio integral: Empresa DBSCHENKER

RE: Cotización - Mensaje (HTML)

Archivo Mensaje

Ignorar Correo no deseado Eliminar Responder Responder a todos Reenviar Más Reunión MI Responder a todos Mover a: ? Correo electrónico Responder y el... Al jefe Listo Crear nuevo Reglas OneNote Acciones Mover Marcar como no leído Categorizar Seguimiento Etiquetas Traducir Seleccionar Buscar Relacionadas Edición Zoom

De: Suarez Cuaila, Jenny Anabel Enviado el: martes 04/02/2020 05:50 p.m.

Para: Castro, Maria

CC: inventocilla@gmail.com; karinave_1994_10@outlook.com; jennysuarez@hotmail.com

Asunto: RE: Cotización

Hola Maria
 Sí, es vía Marítima.
 Las medidas son largo, ancho y alto 120cm x 100cm x 1.92cm cada uno son 6 pallets

CALLAO-VALENCIA ESPAÑA
 Peso total : 2.50 toneladas
 Volumen total: 14.04
 Carga general: Pantalones Jeans colocados en cajas.

Atte
 Jenny Suarez

De: Castro, Maria [mailto:Maria.Castro@dbschenker.com]
 Enviado el: martes, 04 de febrero de 2020 03:37 p.m.
 Para: Suarez Cuaila, Jenny Anabel
 CC: inventocilla@gmail.com; karinave_1994_10@outlook.com
 Asunto: RE: Cotización

Jenny:

Ok, entiendo. Les voy a enviar la cotización pero tener en cuenta lo mencionado en mi primer mensaje y que deben presentarnos la documentación de la empresa que realizará la exportación para registrarlas ante el BASC

Por otro lado, entiendo que enviarán el embarque vía marítima? Por lo que necesito adicional la medida de los pallets, largo, ancho y alto (1.95)

CALLAO-VALENCIA ESPAÑA
 Peso total : 2.50 toneladas
 Volumen total: 14.04
 Cantidad de pallets: 6
 Altura de 1.95 cm
 Carga general: Pantalones Jeans colocados en cajas.

Muchas gracias,

Maria Elena Castro
 Sales Support

Schenker Peru s.r.l.
 Dean Valdivia 148 oficina 801, San Isidro, Lima 27, Perú
 Tel +511 712 8531
 Cell +51 948 354 353
 Email: maria.castro@dbschenker.com

Visitenos en: www.dbschenker.pe
 Advertencia Legal: www.dbschenker.pe/og-pe-es/compania/schenker_peru/legal_notes

Suarez Cuaila, Jenny Anabel

ES 05:53 p.m. 04/02/2020

Anexo N° 10 Porcentaje de personas que optan por marcas de moda sostenible

www.ocu.org/consumo-familia/consumo-colaborativo/informe/moda-sostenible#

de la ropa y el calzado que ya no usa y que lo hace a través de [contenedores específicos](#), puntos limpios, iglesias, ONG y tiendas; o bien optan por dársela a familiares y amigos.

Consumo innecesario y cómo reducirlo

El 84 % es consciente de que hace falta ahorrar en recursos y reducir residuos, por lo que **evita comprar más ropa de la necesaria** (o, al menos, lo que ellos consideran como “necesaria”).

Etiquetas para conocer la origen de la ropa

El 42 % dice **leer la etiqueta para conocer el origen de la ropa y así priorizar la hecha en España o Europa**, huyendo de aquellas prendas que proceden de países con más riesgo de explotación laboral.

Asimismo, el 38 % prefiere los materiales naturales y ecológicos como el algodón bio o el lino, y un 25 % no compra ropa hecha a base de tejidos sintéticos como el poliéster, la poliamida y los forros polares.

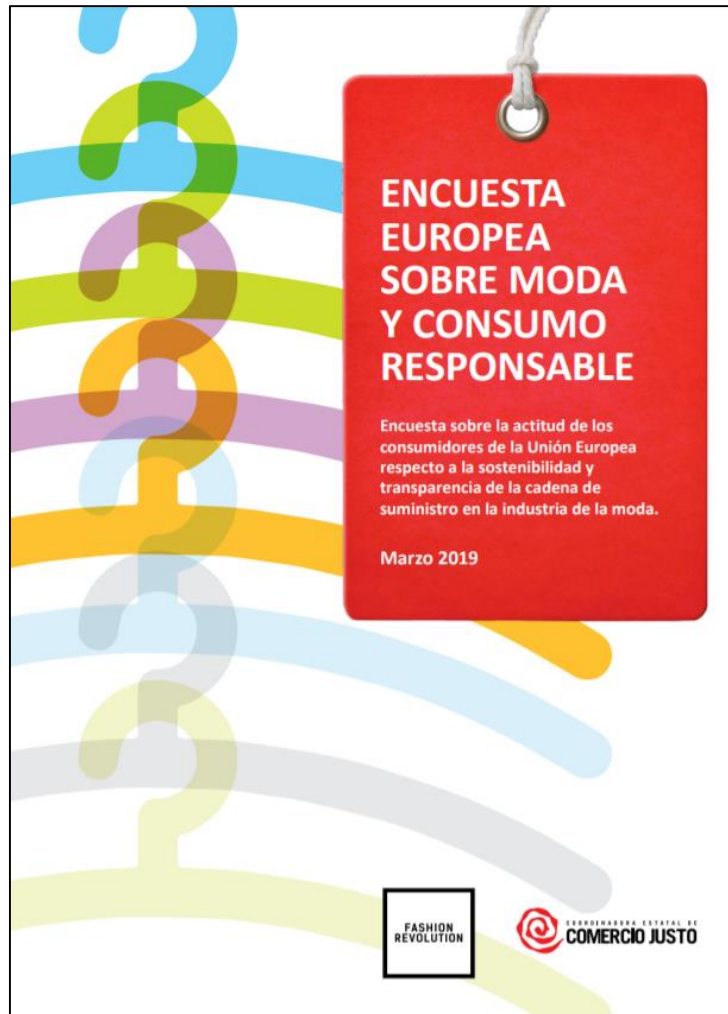
Marcas fast fashion

Hasta un 36 % de las participantes en nuestra encuesta dice **no comprar marcas *fast fashion***. Y no se quedan ahí, el [25 % optan por marcas de moda sostenible](#).

Segunda mano: comprar ropa usada

Anexo N°11 Encuesta europea sobre moda y consumo responsable

www.comerciojusto.org/wp-content/uploads/2019/03/INFORME-CONSUMO-2017-FINAL.pdf



Anexo N°12 Lista de las empresas importadoras en España de pantalones para mujeres extraída de Trade map

Lista de las empresas importadoras en España para el siguiente categoría de productos
Categoría de producto : Pantalones para mujeres

Empresas

Descargar: líneas por página: Por defecto (25 por página) ▼

Nombre de la empresa *	Número de categorías de productos o servicios comercializados	Número de empleados	País	Ciudad	Sitio web
Archymodas	15	10-19	España	Alcorcón	http://www.archymodas.com
Benatex	34	0-9	España	Málaga	http://www.benatex.com
Boni Charel	6	0-9	España	Madrid	http://www.charell.com
Imexfa	5	10-19	España	Madrid	http://www.imexfa.es
Industrial Starter España	159	20-49	España	Puñol	http://www.industrialstarter.es
Juan Manuel Blanco	5	10-19	España	Pozoblanco	http://www.chemablanco.es
Juliana	15	10-19	España	Corral de Almaguer	http://www.juliana.com
Lucafer	15	0-9	España	Aldeanueva de la Vera	http://www.lucafer.es
María Española	14	20-49	España	Murcia	http://www.maría.es
Modas Nuria	12	20-49	España	Marchena	http://www.nuribel.com
Modas Pimor	8	0-9	España	Leganés	http://www.modasnimor.com
Nautilus	78	0-9	España	Zarautz	http://www.nautilus24.com
Neha Colecciones	14	0-9	España	Madrid	http://www.nehacolecciones.com
Nicotina	10	10-19	España	Madrid	http://www.gruonicotina.com
Roberto Verino Difusión	13	0-9	España	San Cibrao das Viñas	http://www.robertoverino.com
Rojó Cortés	41	20-49	España	Oviedo	http://www.rojocortes.com/
Sonia Peña	9	50-99	España	Málaga	http://www.soniapena.com
Tempe	21	1000-4999	España	Arteixo	http://www.tempe.es
Trusa Studio	47	0-9	España	Barcelona	http://www.trusa.es
Zona X	15	0-9	España	Humanes de Madrid	http://www.cbjeans.com/

Fuentes: Kompass Activar Windows