



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**“PLAN DE NEGOCIO, EXPORTACIÓN DE CHULLOS DE
ALPACA BEBE HACIA EL MERCADO DE CHICAGO – EE.UU.”**

Trabajo de investigación para optar el Grado de Bachiller en:
Administración de Negocios Internacionales

Presentado por:
Virginia Mercedes Vásquez Huerto (0000-0002-3504-8106)

Lima – Perú
2020



ANEXO 6

**RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
PARA OPTAR EL GRADO DE BACHILLER**

Fecha: 07 / 11 / 2019

Facultad	Ciencias Empresariales		
Carreras de CPE			
Ingeniería de Sistemas de Información y Gestión	<input type="checkbox"/>		
Administración de Empresas	<input checked="" type="checkbox"/>		
Integrantes:			
Código	Alumno	Correo electrónico	Teléfono
	Vasquez Huerto, Virginia Mercedes		

Título del trabajo de investigación:

PLAN DE NEGOCIO, EXPORTACIÓN DE CHULLOS DE ALPACA BEBE HACIA EL MERCADO DE CHICAGO – EE.UU.

El Jurado revisor concluye que el **Trabajo de Investigación** para optar el Grado de Bachiller es:

- Aprobado (13 – 15)
- Aprobado – Muy Buena (16 – 18)
- Aprobado – Sobresaliente (19 – 20)
- Desaprobado (0 – 12)

Calificándola con nota de: catorce en letras (14)

Comentario/sugerencias/recomendaciones/observaciones:

Trabajo aprobado.

Atentamente,

Profesor del curso
Mg. Frederic Henri Pradal Sapin

*Este documento puede ser enviado por correo electrónico

DEDICATORIA

Este plan de negocio está dedicado a mi familia, especialmente a mi niña que me da fuerza para seguir avanzando y logrando lo que me propuse desde el inicio de mi etapa universitaria.

AGRADECIMIENTO

Ante todo, agradezco a nuestro Dios por darme salud y permitirme crecer personal y profesionalmente.

Agradezco también a mis distinguidos padres, hermanos y mi pequeña niña por orientarme en el camino correcto y mostrarme su apoyo en todo momento.

Finalmente agradezco a cada uno de los profesores que conocí en esta casa de estudios, ya que a través de ellos pude desarrollarme y aprender sobre esta carrera que me formara profesionalmente en el mundo de los negocios internacionales.

INDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
INDICE DE TABLAS	7
INDICE DE FIGURAS	8
RESUMEN EJECUTIVO	9
ABSTRACT	10
CAPITULO I. IDEA DE NEGOCIO	11
1.1 Formulación de la idea de negocio	11
a. Descripción de la necesidad insatisfecha	12
b. Producto a ofrecer	12
c. Mercado objetivo	14
1.2 Análisis de la oportunidad	15
1.3 Presentación del modelo de negocio	15
CAPITULO II. ANALISIS DEL ENTORNO	16
2.1 Factores económicos	16
2.2 Factores socioeconómicos	16
2.3 Factores políticos y legales	18
2.4 Factores tecnológicos	19
2.5 Factores ambientales	20
2.6 Sondeo de mercado	20
a. Sondeo de mercado a nivel local	20
2.7 Análisis de la industria	33
a. Análisis FODA	33
CAPITULO III. PLANEAMIENTO ESTRATEGICO	35
3.1 Visión	35
3.2 Misión	35
3.3 Valores de la organización	35

3.4	Objetivos estratégicos	35
a.	Objetivo General	35
b.	Objetivos específicos	35
3.5	Estrategia del negocio	36
3.6	Fuentes generadoras de ventaja competitiva	36
CAPITULO IV. PLAN DE MARKETING		37
4.1	Objetivos de marketing	37
4.2	La mezcla del marketing	37
a.	Descripción de producto	37
b.	Estrategia de precio	37
c.	Estrategia de distribución o plaza	37
d.	Estrategia de promoción	39
4.3	Estrategia de servicio al cliente o postventa	39
4.4	Estrategia de posicionamiento	40
CAPITULO V. PLAN DE OPERACIONES		41
5.1	Objetivos de operaciones	41
5.2	Actividades previas al inicio de la producción	41
5.3	Infraestructura	42
a.	Selección de la ubicación del local.	42
b.	Distribución	42
5.4	Proceso de producción del bien	44
CAPITULO VI. DISEÑO DE LA ESTRUCTURA Y PLAN DE RECURSOS FINANCIEROS		46
6.1	Diseño de estructura y plan de recursos humanos	46
6.2	Estrategias de reclutamiento, selección y contratación de personal	46
6.3	Estrategias de inducción, capacitación y evaluación del personal	50
6.4	Estrategias de motivación y desarrollo del personal	50
6.5	Políticas de remuneración y compensaciones	50
CAPITULO VII. PLAN FINANCIERO		51

7.1 Historia financiera de la empresa	51
7.2 Datos, supuestos y políticas económicas y financieras	51
7.3 Análisis de costos	51
a. Costos fijos de fabricación	52
b. Costos variables de fabricación	53
7.4 Punto de equilibrio	53
7.5 Adquisición de materiales e insumos para la producción	54
7.6 Inversión inicial	56
7.7 Capital de trabajo	57
7.8 Fuentes de financiamiento	58
7.9 Proyección de flujo de caja	59
7.10 Análisis de rentabilidad	60
a. Análisis del VAN y TIR	61
7.11 Estado de ganancias y pérdidas	62
7.12 Balance general	63
7.13 Análisis de sensibilidad y riesgo de la unidad de negocio	65
CAPITULO VIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	66
8.1 Conclusiones	66
8.2 Recomendaciones	67
8.3 Descripción del equipo gerencial de la nueva unidad de negocio	68
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	69
ANEXOS	71

INDICE DE TABLAS

TABLA 1. PBI ESTADOS UNIDOS 2018	16
TABLA 2. POBLACION ESTADOS UNIDOS 2018	17
TABLA 3. POBLACION POR CADA ESTADO DE ESTADOS UNIDOS 2013	17
TABLA 4. PBI DE LAS CIUDADES MAS RICAS DEL MUNDO 2014	18
TABLA 5. EXPORTACION DE PRODUCTOS DE PELETERIA DE PERU AL MUNDO	33
TABLA 6. FUNCIONES GENERALES Y ESPECÍFICAS	47
TABLA 7. COSTOS FIJOS DE FABRICACION	52
TABLA 8. COSTOS VARIABLES DE FABRICACION	53
TABLA 9. PUNTO DE EQUILIBRIO	53
TABLA 10. ADQUISICION DE MATERIALES E INSUMOS	54
TABLA 11. INVERSION INICIAL	56
TABLA 12. CAPITAL DE TRABAJO	57
TABLA 13. FUENTE DE FINANCIAMIENTO	58
TABLA 14. PROYECCION DE FLUJO DE CAJA	59
TABLA 15. ANALISIS DE RENTABILIDAD	60
TABLA 16. ANALISIS DEL VAN Y TIR	61
TABLA 17. ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS	62
TABLA 18. BALANCE GENERAL	63

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. ENVASE DEL PRODUCTO	13
FIGURA 2. ETIQUETA DEL PRODUCTO	13
FIGURA 3. MAPA DE ILLINOIS – ESTADOS UNIDOS	14
FIGURA 4. MAPA DE CHICAGO – ILLINOIS – ESTADOS UNIDOS	14
FIGURA 5. CADENA DE DISTRIBUCION	38
FIGURA 6. FICHA TECNICA	41
FIGURA 7. MAPA DE UBICACIÓN DE LOCAL	42
FIGURA 8. DISTRIBUCION DEL ESPACIO	43
FIGURA 9. LAYOUT DE LA TIENDA	43
FIGURA 10. PROCESO PRODUCTIVO	44
FIGURA 11. FLUJOGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO Y VENTAS DE LOS CHULLOS	45
FIGURA 12. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA	46
FIGURA 13. PROCESO DE COMPRAS	55

RESUMEN EJECUTIVO

La empresa exportadora de chullos de alpaca bebe, denominado como Chull's SAC, se encontrará ubicado en el centro comercial mercado Indio's - en Miraflores. Esta empresa tiene como mercado destino Chicago, Illinois, Estados Unidos.

Esta empresa, le da una presentación especial y diferencial al producto, basada en la presentación final, que es una caja de lata con diseño. Las características principales de estos envases son: la presentación física que hace reflejo de la cultura peruana, además de que las latas son coleccionables, y así se podrá apreciar más la cultura peruana. Con respecto a la calidad del producto a exportar será elaborado con lana de alpaca bebe, que viene a ser el pelaje más cotizado en el mercado exterior, por su textura y suavidad.

La razón primordial para exportar chullos de alpaca bebe a Chicago, es que esta ciudad cuenta con un clima frío durante todo el año. Esta es una gran oportunidad que la empresa ha considerado para exportar los chullos a esta ciudad. Además el consumidor norteamericano (Chicago), está siempre pendiente de la moda.

Por lo expuesto anteriormente, se tiene la certeza de que el negocio a realizar es viable, porque se cuenta con un VAN atractivo de 149,045 dólares americanos; a su vez es un producto muy acogido en el mercado exterior, porque se ofrece un producto de calidad con valor agregado en la presentación, muy distinto de la competencia.

ABSTRACT

The alpaca baby chullos export company, called Chull's SAC, will be located in the Indio's market mall - in Miraflores. This company has as a destination market Chicago, Illinois, United States.

This company gives a special and differential presentation to the product, based on the final presentation, which is a tin box with design. The main characteristics of these packages are: the physical presentation that reflects the Peruvian culture, in addition to the cans being collectible, and thus the Peruvian culture can be appreciated more. Regarding the quality of the product to be exported, it will be made with baby alpaca wool, which is the most quoted coat in the foreign market, due to its texture and softness.

The main reason to export baby alpaca chullos to Chicago, is that this city has a cold climate throughout the year. This is a great opportunity that the company has considered to export the chullos to this city. In addition, the American consumer (Chicago) is always aware of fashion.

Based on the foregoing, it is certain that the business to be carried out is viable, because there is an attractive NPV of US \$ 149,045; It is also a very popular product in the foreign market, because it offers a quality product with added value in the presentation, very different from the competition.

I. IDEA DE NEGOCIO

1.1 Formulación de la idea de negocio

En el rubro textil y confecciones el Perú ha logrado posicionarse como uno de los principales países productores y exportadores de prendas confeccionadas en lana de alpaca a nivel mundial, concentrando el 80% de las exportaciones en el mundo según datos de Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2016). Según estadísticas de exportación de SUNAT, Estados Unidos, representa el 49% de los envíos de prendas de vestir hechas en alpaca, seguido de Alemania (10%), Japón (5%), Francia (5%) y Reino Unido (5%) (SUNAT, 2016).

Es importante destacar que el Perú cuenta con tierras vírgenes donde se realizan la crianza de los animales auquénidos, entre ellos la crianza de alpaca, esto permite la facilidad de conseguir la materia prima de calidad; otro punto importante es que también se cuenta con mano de obra calificada, que pueden diseñar los chullos elaborados a mano con diseños peruanos que son más apreciados en el exterior, y es una buena alternativa para seguir promocionando la marca Perú.

Finalmente, el mercado norteamericano (Chicago) es una buena opción de destino, dado que es la tercera ciudad con mayor número de habitantes detrás de Nueva York y Los Ángeles. Adicional a ello, el consumidor es exigente y el clima es un factor primordial que juega a favor del exportador peruano.

a. Descripción de la necesidad insatisfecha.

Actualmente en el mercado nacional, se encuentra variedades de chullos, elaborados por diferentes materiales, entre ellos se destaca la elaboración de estos productos hechos de alpaca, alpaca bebe, lana sintética, entre otros.

En el mercado existe muchas mypes que solo se encargan de la venta nacional de estos productos, y no optan por exportar. Uno de los motivos más considerados es la carencia económica que poseen seguido también de la poca información que las mypes tienen sobre exportación. Por lo tanto, el presente proyecto consiste en exportar chullos de Alpaca bebe al mercado de Chicago (EE.UU), con diseños peruanos de una buena calidad, con un envase innovador.

b. Producto a Ofrecer

El chullo será elaborado 100% de lana de alpaca bebe, el cual es considerado una peletería de calidad en el mercado internacional.

- **Beneficios del producto**

El chullo es un accesorio que se encuentra de moda en la pasarela internacional, representando a la marca Perú y esto genera el aumento de la demanda de este producto en el mercado norteamericano, añadiendo a este un material de calidad con diseños innovadores.

- **Presentación y Envase.**

En cuanto a la presentación, el chullo contendrá diseños peruanos como Machu Picchu, las líneas de nazca, y algunos animales auquénidos como la llama, un animal muy representativo del Perú.

El envase será de lata de aluminio, el cual tendrá diseños peruanos, así como el logotipo de la marca Perú.



Figura 1. Envase del producto

Fuente: Elaboración propia



1. Etiqueta



Figura 2. Etiqueta del producto

Fuente: Elaboración propia

C. Mercado Objetivo

- **Estados Unidos – Illinois, Chicago.**

Va dirigido a personas de 18 a 60 años de edad que cuenten con poder adquisitivo para obtener la prenda del chullo elaborado de lana de alpaca bebe, dado que es un producto de calidad y con diseños netamente peruanos.

Figura 3. Mapa de Illinois – Estados Unidos



Localización del estado de Illinois.

Fuente: Wikipedia

Figura 4. Mapa de Chicago - Illinois – Estados Unidos



Localización de Chicago en Illinois.

Fuente: Wikipedia

1.2 Análisis de la oportunidad

El mercado norteamericano (Chicago) es una gran oportunidad para exportar los chullos elaborados de alpaca bebe, ya que existen dos factores primordiales: el primero es el factor clima, que nos favorece dado que hay mucho viento durante todo el año; y segundo es el poder adquisitivo, dado que Chicago es considerado el paraíso de los negocios, incrementando su poder adquisitivo de 12 mil 706 millones de dólares anuales. (Entrepreneur)

1.3 Presentación del modelo de negocio

La empresa, el cual se le denominará Chull's SAC, de dedicará a la exportación de chullos de alpaca bebe, considerando la tercerización de la mano de obra, así como de los insumos y materiales en general.






CAPITULO II. ANALISIS DEL ENTORNO

2.1 Factores Económicos

Estados Unidos es una economía mixta capitalista, caracterizado por tener una estructura desarrollada de alto nivel, así como abundantes recursos naturales. De acuerdo al Fondo Monetario Internacional, su PIB de US\$20,4 millones, es el tercero más grande del mundo.

Tabla 1. PBI Estados Unidos, 2018.

Lista según el **Fondo Monetario Internacional**
(estimado 2018)¹

Pos. ⇅	País ⇅	PIB PPA (millones ⇅ de USD)
	Mundo	130 798 124
1	 China	25 238 563
—	 Unión Europea	21 902 204
2	 Estados Unidos	20 412 870
3	 India	10 385 432
4	 Japón	5 619 492
5	 Alemania	4 373 951

Fuente: Fondo Monetario Internacional

2.2 Factores Socioeconómicos

De acuerdo a la tabla 2., Estados Unidos se encuentra en el tercer lugar, como el país con mayor cantidad de habitantes, teniendo más de 329 millones de habitantes en el año 2018.

Tabla 2. Población Estados Unidos 2018

N.º	Pais (o territorio dependiente)	Proyección exponencial de la población al 1/1/2019 ⁹	% del total mundial	Cambio medio anual (%) ¹⁰	Cambio absoluto anual promedio	% del cambio medio abs. total anual	Años para eventual duplicación ¹¹	Censo más reciente, última estimación oficial, proyección de la ONU o reloj de población nacional	Fecha (d/mm/aaaa) ¹²	Tipo ¹³	Enlace (usualmente oficial) de esta última cifra de población
1	 China ¹⁴	1 395 261 000	18,18	0,50	6 941 000	6,55	140	1 393 343 000	23/11/2018	R	data.stats.gov.cn
2	 India	1 375 898 000	17,93	1,64	22 613 000	21,33	43	1 210 854 977	1/03/2011	D	www.censusindia.gov.in
3	 Estados Unidos	329 071 000	4,29	0,73	2 406 000	2,27	95	329 048 000	23/11/2018	R	www.census.gov
4	 Indonesia	266 410 000	3,47	1,18	3 143 000	2,96	59	258 705 000	2016	A	www.bps.go.id
5	 Pakistán	216 823 000	2,83	2,40	5 198 000	4,90	29	207 776 954	15/03/2017	P	www.citypopulation.de

Fuente: Wikipedia

De acuerdo a la Tabla 3., el estado de Illinois es el quinto estado de Estados Unidos, que cuenta con mayor población; ascendiendo a más de 12 millones en el año 2013.

Tabla 3. Población por cada estado de Estados Unidos, 2013.

Puesto en los 50 estados (2010)	Puesto en los estados y territorios en 2010	Estado o territorio	Estimación de población a 1 de julio de 2013	Censo de 2010
1	1	 California	38 332 521	37 253 956
2	2	 Texas	26 448 193	25 145 561
3	3	 Nueva York	19 378 102	18 976 457
4	4	 Florida	18 801 310	15 982 378
5	5	 Illinois	12 830 632	12 419 293
6	6	 Pensilvania	12 702 379	12 281 054

Fuente: Wikipedia

De acuerdo a la Tabla 4., Chicago se encuentra entre las 10 ciudades más ricas del mundo, según los datos del 2014, con un PIB de USD 563 188 millones de dólares.

Tabla 4. PBI de las ciudades más ricas del mundo, 2014.

#	Ciudad	País	PIB (millones de \$USD)	PIB per cápita	Continente
1	Tokio	 Japón	1 616 792	43 664	Asia
2	Nueva York	 Estados Unidos	1 403 463	69 915	América
3	Los Ángeles	 Estados Unidos	1 151 452	65 082	América
4	Londres	 Reino Unido	985 906	68 355	Europa
5	París	 Francia	906 658	75 157	Europa
6	Seúl	 Corea del Sur	780 080	57 241	Asia
7	Osaka	 Japón	671 295	35 902	Asia
8	Shanghái	 China	594 005	24 065	Asia
9	Chicago	 Estados Unidos	563 188	58 861	América
10	Moscú	 Rusia	553 318	45 803	Europa
11	Pekín	 China	506 137	23 390	Asia
12	Colonia	 Alemania	485 218	41 763	Europa

Fuente: Wikipedia

2.3 Factores Políticos y Legales

Actualmente se mantiene vigente el Tratado de Libre Comercio entre Perú y Estados Unidos, el cual fue firmado el 12 de abril del 2006 y entro en vigencia el 01 de febrero del 2009. Dentro de este TLC, se consideró tener un trato especial en el rubro textil y vestido.

El producto a exportar, denominado Chullo de alpaca bebe se encuentra clasificado:

Sección: XVIII

Capitulo: 43

Partida del Sistema Armonizado: 4303 Sub-Partida

del Sistema Armonizado: 4303.10 Sub-partida

Nacional: 4303.10.00.10

Este tratado beneficia a la empresa, porque nuestros productos textiles ingresan con arancel cero al país de Estados Unidos

Respecto a las Barreras No Arancelarias, En cuanto a los textiles y confecciones, debemos de tomar en cuenta algunas normas que son requeridas para el ingreso del producto

- LEY DE FIBRA TEXTIL PRODUCTOS DE IDENTIFICACION (Textile Fiber Products Identification Act.), también conocido como el "Etiquetado Textil Regla," se refiere a la ley federal que establece la normativa relativa a la publicidad y el etiquetado de productos de fibra textil; que requiere marcas para adjuntar una etiqueta a los productos textiles cubiertos con los nombres genéricos y porcentajes en peso de cada fibra en el producto, el nombre bajo el cual el fabricante o cualquier otra parte responsable de hacer negocios y el nombre del país en el que el producto ha sido transformado o fabricado.

Entre otros requerimientos están:

- Los nombres genéricos y porcentajes en peso de las fibras que constituyen el producto textil deben ser listados en la etiqueta. Aquellos componentes inferiores al 5% deben ser listados como "otras fibras".
- El nombre del fabricante o el nombre o identificación de registro emitido por la Federal Trade Commission.
- El nombre del país donde el textil fue fabricado.

2.4 Factores Tecnológicos

Estados Unidos, al ser un país desarrollado cuenta con infraestructura de última generación, y la tendencia del uso de la tecnología es cada vez más importante por la practicidad y facilidad que brinda a la población.

Las principales tecnologías están en el rubro de transporte y comunicaciones.

La empresa Chull's SAC, internamente contara con productos tecnológicos que ayuden a agilizar el proceso productivo, así como el canal de distribución. Las

alternativas tecnológicas son: laptops, lector de código de barras, maquinas empaquetadoras, camiones entre otros.

2.5 Factores Ambientales

La empresa Chull's SAC, contribuirá con el cuidado ambiental, ya que internamente contará con barriles ecológicos para la separación y selección de los residuos, al igual que se incentivará las charlas medioambientales.

Por otro lado, el producto es 100 % natural, ya que se usará como insumo principal la lana de alpaca bebe o baby alpaca, considerando que el envase es de lata y no genera gran impacto medioambiental comparado con los envases de plásticos.

2.6 Sondeo de mercado

a. Sondeo de mercado a nivel local

Para el desarrollo del presente plan de negocio, se tuvo que realizar encuestas y búsqueda de información sobre las necesidades de los clientes, la competencia y proveedores.

- **Competencia**

Con respecto a nuestra competencia, existen empresas que también exportan a EE.UU pero lo que nos diferenciara de ellas es lo siguiente: La empresa Chull's S.A.C. ingresará al mercado de Chicago con diseños innovadores, mostrando en los chullos algunas culturas peruanas, comercializaremos chullos de colección y también brindaremos un valor agregado al producto que vendría hacer nuestro envase innovador, el cual será de colección. Para así poder lograr un buen posicionamiento del producto en Chicago y lograr que la empresa sea reconocida en un corto o mediano plazo.

La empresa Chull's SAC será nueva en el rubro de comercialización internacional de chullos elaborados de alpaca bebe, y al realizar el análisis de competencia Nacional se encontraron las siguientes empresas exportadoras, que son nuestros competidores directos, ya que sus productos van dirigido al mercado norteamericano.

Las siguientes empresas cuentan con gran demanda en el mercado internacional, ya que poseen clientes estables y tienen gran trayectoria y experiencia en la exportación de productos de la industria textil y confecciones.

1. La empresa ALPAKA FASHIONS EIRL, está ubicado en calle 7 mz A. lote. 22 av. el Rosario del norte, Lima - San Martín de Porres. Esta empresa empezó sus actividades comerciales el 25 de mayo del 2010. Los países destino para posicionar sus productos son: Estados Unidos y Francia. Esta empresa está enfocada en prendas de vestir para damas y caballeros, y también están enfocados a exportar accesorios o complementos de vestir como los chullos.
2. La empresa ARTE ANDINO INTERNACIONAL SRL, se encuentra ubicado en Jr. Conde de Castellar Nro. 243 en el Distrito de Santiago de Surco. Empezó sus actividades comerciales el 30 de abril de 1993, siendo una empresa con alta experiencia en la industria textil y confecciones, teniendo como destino único tras los últimos 6 años al país de Estados Unidos.
3. La empresa NAVALE ALPACA SAC, se encuentra ubicado en Jr. León Velarde nro. 537 Lima – Lince. Empezó sus actividades comerciales el 1 de marzo del 2005. Sus principales mercados de destino son: Estados Unidos, China y Australia. Sus productos estrellas en el mercado exterior son Capas, bufanda, sombrero o gorros, chaquetas y accesorios de vestir.

Entrevista a expertos relacionados con el giro de negocio seleccionado

- PEQUEÑA EMPRESA: ARTESANIA "KATTY" SAC

Administrador: ISABEL QUISPE DE LOAYSA

1. ¿Por qué se dedicaron al negocio de venta de productos de peletería de alpaca?

Porque nos enfocamos a los turistas. Como sabemos el Perú es uno de los principales países turísticos de América latina, y nosotros queríamos que ellos lleven la cultura peruana a sus países para seguir incrementando el turismo.

2. ¿Qué productos ofrecen?

Nosotros vendemos chalinas, chompas en alpaca bebe, guantes, ponchos, y chullos de alpaca y alpaca bebe. El que tiene mayor demanda en todos los productos a nivel nacional es el chullo de alpaca y a nivel internacional el chullo de alpaca bebe.

3. ¿Por qué se ubicaron en Miraflores?

Porque tiene mayor oportunidad debido a que existe una gran acogida por parte de los turistas que apuestan por comprar los productos artesanales de peletería de alpaca y otros.

4. ¿Desde qué momento y porque decidieron exportar?

Empezamos a exportar después de 3 años de poner el negocio, porque empezó a aumentar nuestra venta por clientes extranjeros. Decidimos exportar por primera vez 200 chullos y 100 gorritos para probar como era el negocio internacional y obtuvimos buenos resultados. Al siguiente año volvimos a exportar con una cantidad de 500 chullos lo cual también fue rentable y esto nos motivó a innovar nuestros productos para abarcar otros mercados.

5. ¿Cómo es su canal de distribución?

La empresa que produce los chullos se encuentra ubicado en el departamento de Arequipa ellos proveen los productos a mi empresa, artesanía Katty SAC que se encuentra en esa ciudad de lima, en San Juan de Lurigancho.

Luego la empresa ARTESANIA KATTY SAC, distribuye los chullos en lima donde cuenta con 2 stands en el centro comercial INDIO'S distrito de Miraflores.

Por último, la venta es directa hacia el consumidor final.

6. ¿Qué productos exportas?

Los productos que se venden más en el extranjero son Chullos de alpaca bebe y de alpaca y Guantes de lana. Estos productos son con diseños nuevos y con valor agregado según la exigencia del consumidor.

7. ¿Cuáles son tus mercados de exportación?

Estados Unidos, Holanda. Canadá son estos 3 principales mercados que compran la mayor parte de producción de chullos peruanos.

8. ¿Al enviar los productos a esos mercados, que es lo te exigen?

Por ejemplo, si vendemos chullos de alpaca bebe que no sea combinado con otro material porque ellos buscan calidad, que la etiqueta sea al idioma de ese mercado, que tenga variedad de diseños y colores.

9. ¿Cuál son los productos que mayor demanda tienen al exportar?

Los chullos de alpaca y alpaca bebé por la textura que tiene, por la combinación de colores y los diseños innovadores que ofrecemos.

10. ¿Cuáles son tus mercados futuros y por qué?

Porque esta prenda es muy utilizada en lugares con climas fríos queremos ingresar al mercado de Italia, Francia, Países Bajos donde el clima nos favorece y la situación económica también.

- EMPRESA: ALPACA FASHION SAC

Administrador: JULIA SANDOVAL QUISPE

1. ¿Por qué se dedicaron al negocio de venta de productos de peletería de alpaca?

Nosotros como empresa iniciamos a vender estos productos de alpaca ya que es de buena calidad, y además por la gran acogida que tiene en el mercado nacional e internacional.

2. ¿Qué productos ofrecen?

Nosotros vendemos chullos de alpaca y alpaca bebe, guantes de lana, gorritos de lana, ponchos de lana, colchas, polos de hilo, chompas, etc. tenemos gran variedad de diseños, colores, tallas para cada tipo de cliente.

3. ¿Por qué se ubicaron en Miraflores?

Porque nosotros vendemos productos de calidad y estamos enfocados en clientes con mayor poder adquisitivo que sepan valorar este producto y además porque este es un distrito turístico lo cual nos permite tener nuevos clientes.

4. ¿Desde qué momento y porque decidieron exportar?

Empezamos a producir grandes cantidades para clientes americanos ellos nos exigían productos de calidad para comercializarlo en su país, entonces nos decidimos por exportar a ese mismo mercado ya que era uno de los principales consumidores, llevando productos con nuevos diseños y variedad de colores de material alpaca bebe y de fibra de alpaca y por primera vez utilizamos el servicio exporta fácil que nos daba la oportunidad de enviar US\$ 4 mil por intermedio de Serpost.

5. ¿Cómo es su canal de distribución?

Nosotros tenemos una planta productora en Ayacucho y los productos los traemos a lima para comercializar al por mayor y menor, ya sea a clientes nacionales o internacionales.

Producimos con diseños propios y los más innovadores son para el mercado extranjero y a nivel nacional son los productos clásicos y unos cuantos son muestras de lo que se exporta.

6. ¿Qué productos exportas?

Chullos de alpaca y alpaca bebe, guantes de lana, chompas, chalinas de alpaca bebe, y todos los productos elaborados de la lana de alpaca por su textura que es suave, no es alérgico, y por la calidad que lo respalda.

7. ¿Cuáles son tus mercados de exportación?

Estados Unidos como el principal mercado importador, luego Canadá que también exige nuestro producto, Noruega y Suiza son estos países que nos compra en grandes cantidades.

8. ¿Al enviar los productos a esos mercados, que es lo te exigen?

Cuando vendemos el chullo de alpaca bebe, el consumidor americano exige que el producto tenga un buen acabado en la costura, y también exige que los productos sean con diseños llamativos y con la combinación de colores.

9. ¿Cuáles son los productos que mayor demanda tienen al exportar?

En este último periodo se ha exportado más chullos de fibra de alpaca, y de alpaca bebe y de hilado acrílico. Ya que buscan vestirse con productos peruanos por su calidad.

10. ¿Cuáles son tus mercados futuros y por qué?

Dinamarca, Japón y Finlandia estos serían nuestros futuros mercados porque son atractivos para este tipo de artesanía peruana.

- EMPRESA: ALPALDINA SAC

Administrador: JULIO GOMEZ RUIZ

1. ¿Por qué se dedicaron al negocio de venta de productos de peletería de alpaca?

Porque como se sabe todos los productos que sean elaborados de alpaca van a ser de calidad, puesto que, esta materia prima es muy cotizada. A demás por la experiencia que tengo en el tema de artesanías y la elaboración de chullos, ponchos etc.

2. ¿Qué productos ofrecen?

Actualmente estamos vendiendo chullos, ponchos, frazadas, guantes, chompas y la mayoría de estos productos están elaborados de lana de alpaca.

3. ¿Por qué se ubicaron en Miraflores?

Porque este lugar es estratégico para estos tipos de productos por la variedad de clientes que puedes encontrar y además porque se ofrecen productos de calidad.

4. ¿Desde qué momento y porque decidieron exportar?

Desde el momento que fuimos creciendo como empresa queríamos llevar productos con nuestra marca a distintos mercados internacionales, se nos presentó la oportunidad de contactarnos con un cliente holandés para realizar negocios ambos nos beneficiamos al exportar una cierta cantidad de chullos ya que era exigido por los consumidores de ese mercado, luego con la experiencia logramos aumentar los pedidos con diferentes compradores y logramos abarcar diferentes mercados.

5. ¿Cómo es su canal de distribución?

Producimos en Huancayo y vendemos al por mayor a distintas empresas nacionales, y también vendemos al por menor en nuestros Stand ubicados en INDIAN MARKET.

6. ¿Qué productos exportas?

Chalinas de alpaca, gorros de alpaca, chullos de lana de oveja y chullos de alpaca bebe y fibra de alpaca estos son los productos más comerciales para nosotros, y en algunas oportunidades enviamos ponchos y mantas.

7. ¿Cuáles son tus mercados de exportación?

Holanda, Francia, Estados Unidos y Canadá son los mercados que compran con más frecuencia por el clima que tienen, y porque les gusta vestirse con productos peruanos y si son con diseños de la cultura peruana son más cotizados.

8. ¿Al enviar los productos a esos mercados, que es lo te exigen?

Para llegar a los estándares de calidad que exigen estos mercados, necesitamos innovar la variedad en los modelos, la calidad y el etiquetado. Ya que no solo es dar un abrigo si no un buen producto.

9. ¿Cuál son los productos que mayor demanda tienen al exportar?

Actualmente se están exportando más las chalinas, los chullos de alpaca bebe, que es exigido por el consumidor ya que tienen conocimiento que la materia prima con la que se elabora es de calidad y es materia prima peruana, que es el más exigido en el mercado internacional.

10. ¿Cuáles son tus mercados futuros y por qué?

Nuestros mercados futuros son Noruega, Alemania y Austria porque son países que necesitan este producto para su abrigo y además porque tienen gran interés sobre la artesanía peruana.

- **Proveedores**

Para la empresa Chull's SAC es un aspecto muy importante el reconocimiento de los proveedores, el cual es una parte importante de la cadena logística, Debido a la importancia que tiene este elemento, se debe tomar en cuenta que los proveedores serian:

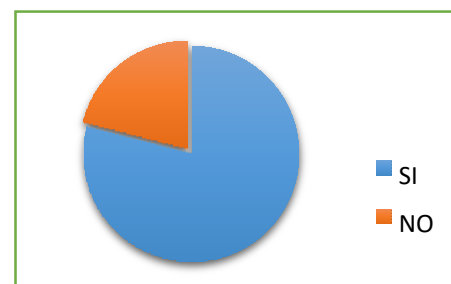
- Alpaka Fashions SAC
- Comercial Exportadora
- Doroti EIRL
- Inca Sumac EIRL.

- **Clientes Potenciales**

Para saber las preferencias y necesidades de los clientes, se realizó una encuesta en el distrito de Miraflores donde concurren diariamente turistas, quienes son nuestro público objetivo. Se realizó las siguientes preguntas:

1. ¿Ud. Estaría dispuesto a adquirir un accesorio de vestir, con diseños peruanos?

ALTERNATIVA		RESPUESTA	PORCENTAJE
A	SI	221	82%
B	NO	50	18%
TOTAL		271	100%

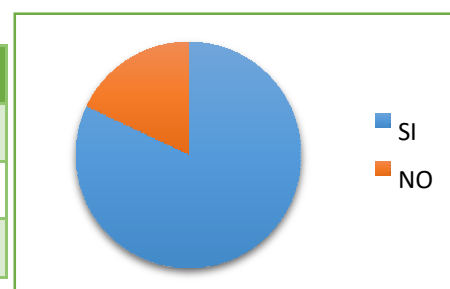


ANALISIS

De acuerdo a la encuesta realizada podemos observar que el proyecto a elaborar cuenta con un 82% de aceptación en cuanto a la adquisición de este accesorio, con diseños peruanos.

2. ¿Le parece un accesorio elegante los chullos, en temporada de invierno?

ALTERNATIVA		RESPUESTA	PORCENTAJE
A	SI	215	79%
B	NO	56	21%
TOTAL		271	100%

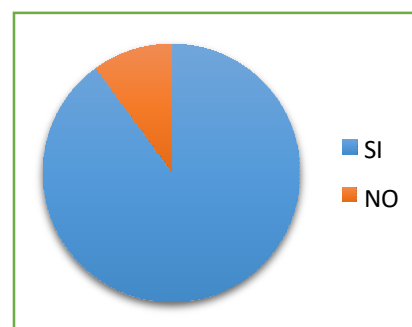


ANALISIS

El segundo cuadro, nos muestra que el 79% de la población encuestada, acepta el chullo como un accesorio elegante, mientras que el 21% de la población, lo ve como un accesorio tradicional.

3. ¿le gustaría que la presentación de los chullos, vengan en cajas de lata?

ALTERNATIVA		RESPUESTA	PORCENTAJE
A	SI	245	90%
B	NO	26	10%
TOTAL		271	100%

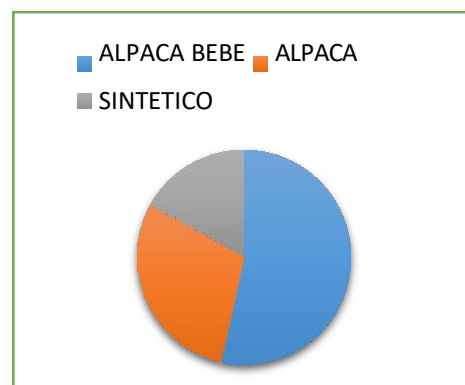


ANALISIS

El tercer cuadro, nos muestra la aceptación de un 90% de la población encuesta, respecto a la presentación del producto, mientras que el 10% no muestra tanta importancia al respecto.

4. ¿Ud. ¿Qué tipo de material prefiere en este accesorio de vestir?

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
A ALPACA BEBE	145	53,5%
B ALPACA	80	29,5%
C SINTETICO	46	17%
TOTAL	271	100%

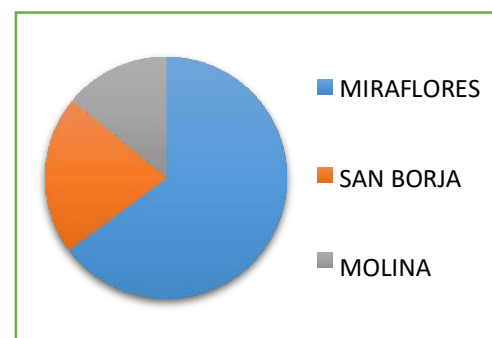


ANALISIS

El cuarto cuadro, muestra que el 53.5% de la población prefiere los chullos elaborados de fibra de alpaca bebe, el 29.5% los prefiere de fibra de alpaca y el 17% prefiere que este elaborado de material sintético.

5. ¿Dónde le gustaría que este ubicado la tienda de accesorios de vestir?

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
A MIRAFLORES	175	64,6%
B SAN BORJA	57	21,0%
C MOLINA	39	14%
TOTAL	271	100%

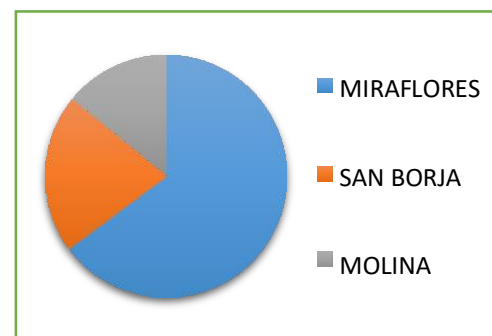


ANALISIS

El quinto cuadro, nos muestra que la población con un 64.6% quiere que la tienda este ubicado en Miraflores, porque es una zona muy comercial, el 21% de la población quiere que este ubicado en San Borja y el 14% de la población quiere que la tienda este ubicado en la Molina.

6 ¿Dónde le gustaría que este ubicado la tienda de accesorios de vestir?

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
A MIRAFLORES	175	64,6%
B SAN BORJA	57	21,0%
C MOLINA	39	14%
TOTAL	271	100%

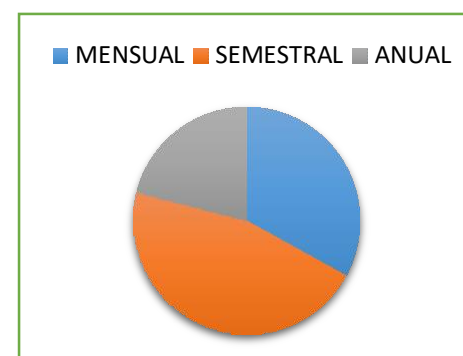


ANALISIS

El quinto cuadro, nos muestra que la población con un 64.6% quiere que la tienda este ubicado en Miraflores, porque es una zona muy comercial, el 21% de la población quiere que este ubicado en San Borja y el 14% de la población quiere que la tienda este ubicado en la Molina.

7 ¿Con que frecuencia realiza sus compras?

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
A MENSUAL	90	33%
B SEMESTRAL	125	46%
C ANUAL	56	21%
TOTAL	271	100%

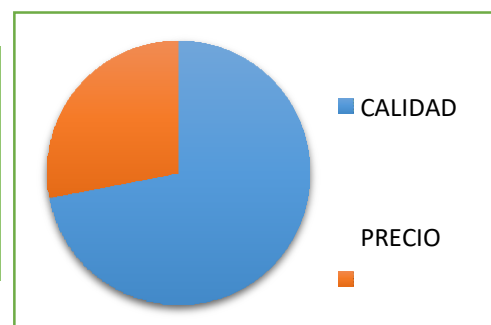


ANALISIS

El sexto cuadro nos muestra que el 33% de las personas encuestadas suelen realizar sus compras de forma mensual y el 46 % realizan sus compras semestralmente y 29 % lo realiza anualmente. Esto nos indica que en su mayoría los turistas son los clientes potenciales.

8 ¿Ud. que es lo que se fija al momento de hacer sus compras?

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
A CALIDAD	195	72%
B PRECIO	76	28%
TOTAL	271	100%

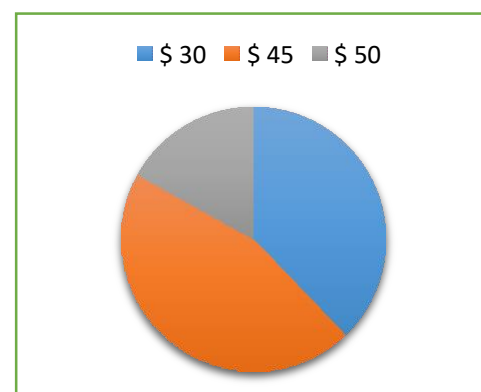


ANALISIS

En el séptimo cuadro, podemos observar que el 72% de la población encuestada prefiere la calidad al momento de realizar sus compras, y el 28% de la población solo se fija en el precio.

9 ¿Cuánto está dispuesto a pagar por los chullos con diseños peruanos elaborados de alpaca bebe, que vienen en presentación de latas decoradas?

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
A \$ 30	103	38%
B \$ 45	123	45,4%
C \$50	45	17%
TOTAL	271	100%



ANALISIS

El octavo cuadro, nos muestra que el 38% de la población encuestada está dispuesto a pagar \$30 dólares por cada chullo, el 45.4% de la población encuestada está dispuesto a pagar \$45 dólares, y el 17% de la población está dispuesto a pagar \$50 dólares.

10 ¿Cuál es el medio de pago que usualmente utiliza?

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
A TARJETAS	132	48,7%
B EFECTIVO	139	51,3%
TOTAL	271	100%

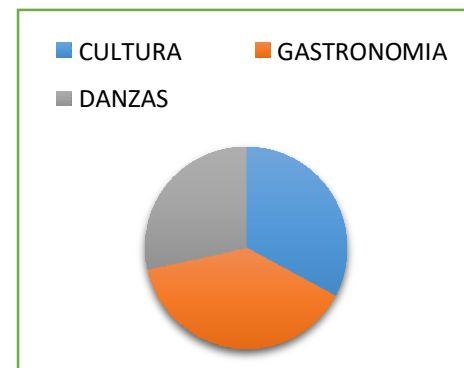


ANALISIS

El noveno cuadro, nos muestra que el 48.7% la población utiliza usualmente tarjetas de crédito para realizar sus pagos, y el 51.3% de la población encuestada prefiere pagar en efectivo.

11 ¿Qué es lo que más le atrae del Perú?

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
A CULTURA	90	33,2%
B GASTRONOMIA	106	39,1%
C DANZAS	75	28,7%
TOTAL	271	100%




ANALISIS

En el décimo cuadro, podemos observar, que 33.2% de los turistas encuestados tienen gran pasión por la cultura peruana, el 39.1% de la población encuestada tiene gran satisfacción por la gastronomía peruana y el 28.7% de la población encuestada tiene gran atracción por las danzas peruanas.




2.7 Análisis de la Industria






La industria textil en el Perú, cada vez va posicionándose en el mercado internacional, gracias al apoyo constante de PROMPERÚ en conjunto a la Red de Oficinas Comerciales en el exterior. Cada año se promocionan variedad de productos de diferentes materiales entre ellos, prendas elaborados de alpaca bebe en el formato de PERU MODA, con el cual se alcanza la internacionalización a los mercados de Estados Unidos, Asia y Europa. Como se puede observar en la Tabla 5, Estados Unidos es el tercer mayor comprador de prendas y accesorios de vestir elaborados de lana de alpaca bebe; mostrando un incremento considerable en los últimos tres años.

Tabla 5. Exportación de productos de peletería de Perú al mundo.

Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú ⁱ
 Producto: 430310 Prendas y complementos "accesorios", de vestir, de peletería (exc. guantes mixtos de cuero ... 

Unidad : miles Dólar Americano

Descargar: 
 Período (número de columnas): 3 por página  líneas por página: Por defecto (25 por página) 

Bilateral a 8 dígitos	Importadores	Valor exportada en 2015	Valor exportada en 2016	Valor exportada en 2017 
	Mundo	128	145	660
	Japón	0	0	229
	China	60	53	88
	Estados Unidos de América	17	39	87
	Alemania	0	0	78

Fuente. TradeMap

a. Análisis FODA

Fortalezas

- Nuestro producto es de calidad.
- Alianzas estratégicas con proveedores.
- Personal capacitado en el rubro de la exportación.

Oportunidades

- Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos.
- El Perú cuenta con el insumo principal que es la lana de alpaca.
- Chicago es una ciudad con un alto poder adquisitivo.

Debilidades

- No se cuenta con tecnología de punta.
- Alto costo financiero de los materiales en general.
- Ser una empresa nueva en el comercio exterior.

Amenazas

- Competencia desleal.
- Ingreso de nuevos competidores con precios más baratos.
- Tipo de Cambio

CAPITULO III. PLANEAMIENTO ESTRATEGICO

3.1 Visión

Ser la empresa líder en la fabricación y comercialización de chullos elaborados de la fibra de alpaca bebe, prevaleciendo el manejo de técnicas manuales y ancestrales, con la innovación de diseños exclusivos y modernos, llevando la cultura peruana a nivel internacional.

3.2 Misión

Somos una empresa productora y comercializadora de chullos de alpaca bebe, que está a la vanguardia de la innovamos constante, brindando calidad y promoviendo las buenas prácticas de comercio justo con nuestros colaboradores, proveedores, clientes y comunidad protegiendo el medio ambiente.

3.3 Valores Organizacionales

Con la finalidad de establecer un buen clima laboral dentro y fuera de la organización, se considerará los siguientes valores:

- Respeto
- Innovación
- Compromiso
- Honestidad
- Integridad

3.4 Objetivos estratégicos

a. Objetivo General

Formular y elaborar un plan innovador de exportación de chullos de alpaca bebe, y de esta manera determinar la viabilidad económica en el mercado de Chicago – Estados Unidos.

b. Objetivos Específicos

- Aumentar la rentabilidad en un 15% anual, a partir del segundo año de exportación.

- Expandir las ventas a otros mercados internacionales como Asia y Europa.
- Cumplir con un plan de producción de satisfaga la demanda.
- Posicionarse en el mercado norteamericano – Chicago, en un corto plazo.

3.5 Estrategia del negocio

Al ser Chull's S.A.C. una empresa nueva en el rubro textil, de accesorios y prendas de vestir se enfocará en la estrategia de diferenciación, dado que como empresa ofrecerá un producto con valor agregado. Los chullos se enviarán en envases innovadores, elaborados de lata de aluminio con diferentes diseños relacionados a la cultura peruana, estas a su vez pueden ser coleccionables.

Por otro lado, se realizará la evaluación constante de los precios tanto nacionales como internacionales, con la finalidad de mantener los precios en el rango promedio que el mercado exige.

3.6 Fuentes generadoras de ventaja competitiva

Las fuentes de ventajas competitivas se establecerán en función de lo expuesto por Michael Porter (2009) en su libro “Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores” las cuales son:

- *Liderazgo en costos:* La empresa que exportara chullos elaborados de alpaca bebe, ingresara al mercado de Chicago con precios bajos, con la finalidad de que a corto plazo se pueda posicionar en el mercado norteamericano.
- *Diferenciación:* La empresa exportara chullos de alpaca bebe en un envase innovador, el cual es el valor agregado, ya que los envases serán de latas de aluminio con diseños peruanos, que también permitirá promocionar la marca Perú.
- *Enfoque:* El producto está diseñado para personas mayores de 17 años de edad, que cuenten con poder adquisitivo y con un estilo casual.

CAPITULO IV. PLAN DE MARKETING

4.1 Objetivos de marketing

- Aumentar el volumen de exportación en 30% más de lo proyectado, dentro de los 03 primeros años.
- Generar alianzas estratégicas con diseñadores peruanos para exhibir las prendas en pasarelas internacionales.
- Participar en ferias internacionales como expositores.

4.2 La Mezcla de marketing

Se tomará en cuenta los cuatro pilares del marketing (producto, precio, plaza, promoción) para poder satisfacer las necesidades del cliente.

a. Descripción de producto

El producto a exportar es chullo elaborado 100% con fibras de alpaca bebe. El envase (lata de aluminio) tendrá diseños peruanos innovadores con la finalidad de promover la cultura peruana a nivel internacional.

b. Estrategia de precio

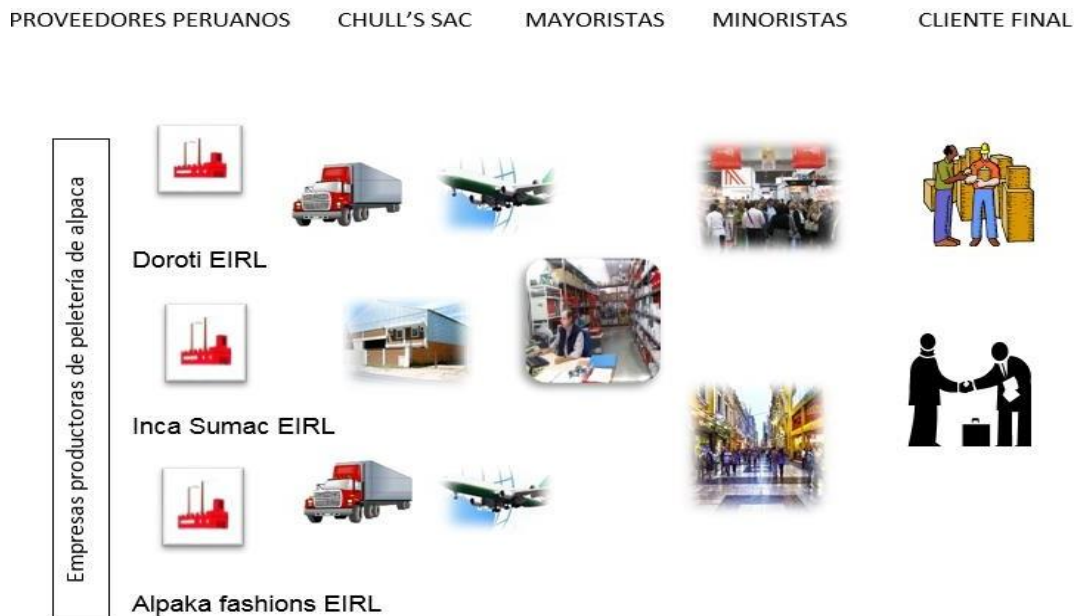
El precio a considerar, es el que se maneja en los mercados internacionales, teniendo en cuenta que el producto es elaborado 100 % de fibra de alpaca bebe, el cual es muy cotizado y valorado en el mercado exterior por la buena calidad.

Cada chullo costara \$ 39.72 dólares americanos.

c. Estrategia de distribución o plaza

La cadena de distribución estará diversificada como se indica en la Figura 5.

Figura 5. Cadena de Distribución



Fuente. Elaboración propia.

• **FABRICANTE**

La empresa que será nuestro proveedor de chullos de alpaca bebe, es “Alpaka Fashion EIRL” el cual comercializara estos productos a distintas empresas, como es el caso de la empresa Chull’s SAC.

• **CHULL’S**

Empresa exportadora de chullos de alpaca, el cual también comercializara los productos en el mercado peruano y la vez exportara hacia el mercado destino de Chicago – EE.UU

• **MAYORISTA**

La empresa Chull’s SAC, también se encontrará en este punto del Canal de Distribución, ya que comercializará sus productos a grandes escalas a nivel internacional, como también irá creciendo el nivel de ventas en el mercado nacional.

Otras empresas mayoristas se encuentran en Chicago, el lugar destino de nuestros productos enviados.

- *MINORISTA*

Las empresas minoristas se encuentran en Chicago. Estas empresas comercializarán el chullo peruano, a cantidades reducidas, obteniendo una mejor aceptación del público objetivo.

- *CONSUMIDOR FINAL*

En este punto de la Cadena de Distribución, el consumidor final, es aquella persona que podrá satisfacer sus necesidades con el Chullo peruano, al precio adecuado, brindándole un producto de calidad.

d. Estrategia de promoción

Al ser una empresa enfocada a la exportación de chullos de alpaca bebe, se realizará la promoción a través de las redes sociales, así también se impulsará la venta local ya que el consumidor final es el turista y ello ayudara a promocionar la marca Chull's.

Por otro lado, en un mediano plazo se trabajará para poder promocionar los chullos de alpaca bebe en ferias nacionales e internacionales.

4.3 Estrategia de servicio al cliente o postventa

La fabricación de los productos no siempre es 100 % eficaz, ya que siempre existe una probabilidad de falla del 0.01%. Ante estos inconvenientes que siempre van a existir, se planea tomar la medida de un servicio post venta adecuado para nuestro minorista y/o mayorista (en el exterior) ya que a través de ellos es que se comercializara los chullos de la empresa Chull's SAC.

Por ello, se realiza el envío de las unidades en mal estado de forma gratuita junto con las próximas compras que el mayorista y/o minorista realice. También se realizará el seguimiento a cada cliente, con la finalidad de que el cliente se sienta satisfecho.

4.4 Estrategia de posicionamiento

Se buscará ingresar al mercado norteamericano a través de empresas que trabajen dentro de centros comerciales artesanales, de esta manera el producto tendrá mayor acogida. Además, los consumidores norteamericanos (Chicago) son muy exigentes con los productos, por ello, la empresa no solo ofrece abrigo a través de su prenda, sino también calidad. Esta calidad que se verá reflejado en el producto (chullo) así como el envase que será muy llamativo y poco común en la comercialización de los chullos. Por ende, esta ventaja diferencial ayudara a la nueva empresa frente a la competencia.

CAPITULO V. PLAN DE OPERACIONES

5.1 Objetivos de operaciones

- Incrementar el volumen de producción en un 10% anual.
- Ampliar el portafolio de diseños para los envases personalizados.
- Cumplir con los tiempos de envío de acuerdo a lo acordado con el cliente.

5.2 Actividades previas al inicio de la producción

La nueva empresa Chull’s SAC, desarrollara diferentes prototipos de producto que se adecuen a las necesidades del cliente final; considerando el color, material y diseño del producto. Así también, se elaborará la Ficha Técnica correspondiente.

Figura 6. Ficha Técnica

FICHA TÉCNICA: CHULLOS DE LANA DE ALPACA BEBE	
INFORMACIÓN DEL PRODUCTO	
Nombre del producto	Chullos de Alpaca bebe
Procedencia	América del Sur
Distribución Geográfica	Se extiende desde Perú, Bolivia, Chile, Argentina y Ecuador.
Presentación	Por unidad
Partida Arancelar	4303.10.00.10
Nombre Técnico	Prendas y complementos de vestir de peletería, de alpaca
Marca	Chull’s Perú
Especificaciones Técnicas	Los chullos, son gorros con orejeras largas elaborados de lana de alpaca bebe con diseños multicolores, para ser usados en la temporada de invierno o lugares fríos. Se cuenta con diferentes presentaciones de acorde a la exigencia del cliente.
Empaque	Bolsas de plástico transparentes más etiquetado.
Envase	La presentación de cada chullo será en latas de aluminio de diseños peruanos.
País de Origen	Perú

Fuente: Elaboración propia

5.3 Infraestructura

a. Selección de la Ubicación del Local

La nueva empresa Chull's SAC, se encontrará ubicado en el MERCADO INDIO'S de la Av. Petti Thouars 5245 en Miraflores. El cual se encuentra ubicada en un lugar estratégico debido a la concurrencia de turistas al distrito y a los locales de artesanías peruanas ya que ellos apuestan por la cultura peruana al comprar algunas artesanías o algún recuerdo de su estadía por nuestro país, el cual aprovecharemos en dar a conocer nuestro producto de Chullos de alpaca bebe en calidad, variedad de diseño y presentación novedosa de nuestro producto.

Figura 7. Mapa de ubicación del local.

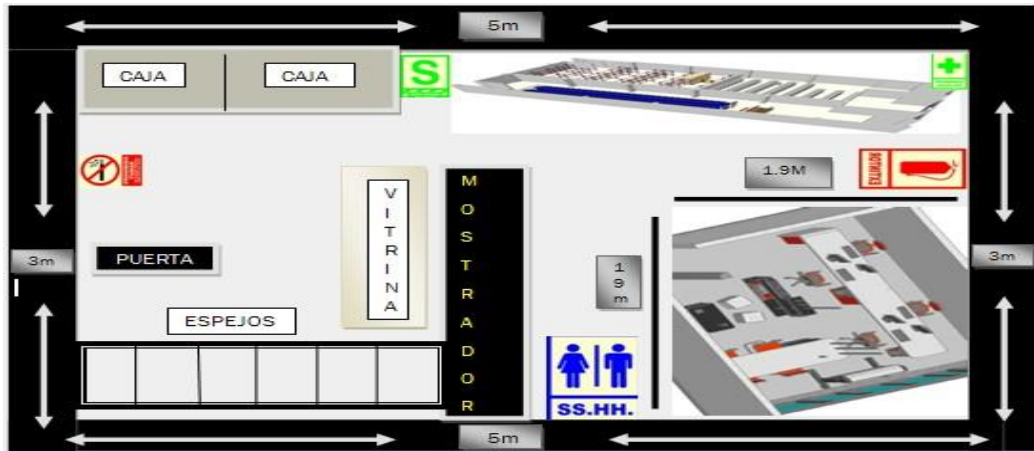


Fuente: Google maps

b. Distribución

La tienda cuenta con un perímetro de 15 m². Por tal motivo la empresa Chull's SAC realizará la división de la infraestructura interna de la siguiente manera. Teniendo en cuenta que este local se dividirá en dos establecimientos tanto para la tienda de ventas y el establecimiento para la oficina central.

Figura 8. Distribución del espacio



Fuente: Elaboración propia

Figura 9. Layout de la tienda



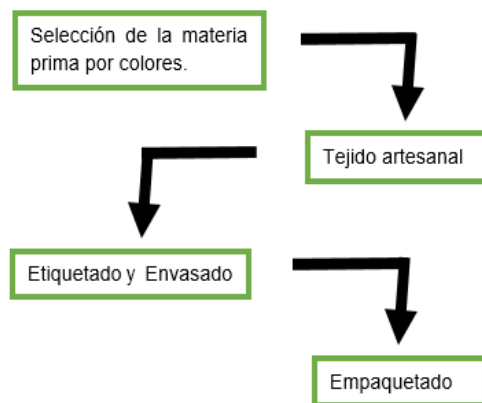
Fuente: Elaboración propia

5.4 Proceso de producción del bien

A continuación, se detalla el flujo grama del proceso productivo del chullo de lana de alpaca bebe.

Figura 10. Proceso productivo

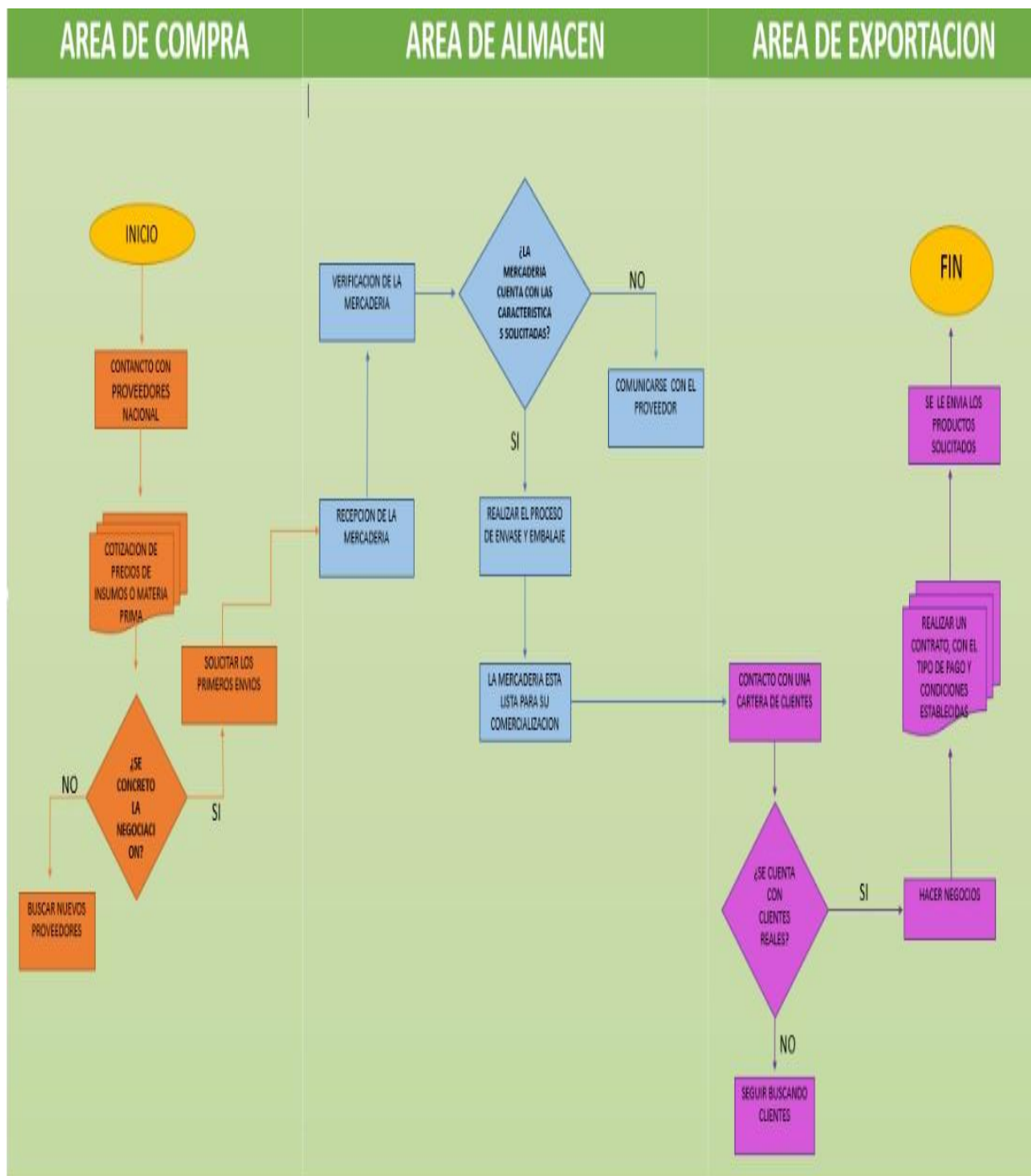
PROCESO PRODUCTIVO DEL CHULLO DE LANA DE ALPACA BEBE



Fuente: Elaboración propia

Adicional al flujo grama de producción, se incluye en el proyecto de investigación el Flujo grama del proceso productivo y de ventas del producto; el cual se detalla a continuación:

Figura 11. Flujo grama del proceso productivo y ventas de los chullos



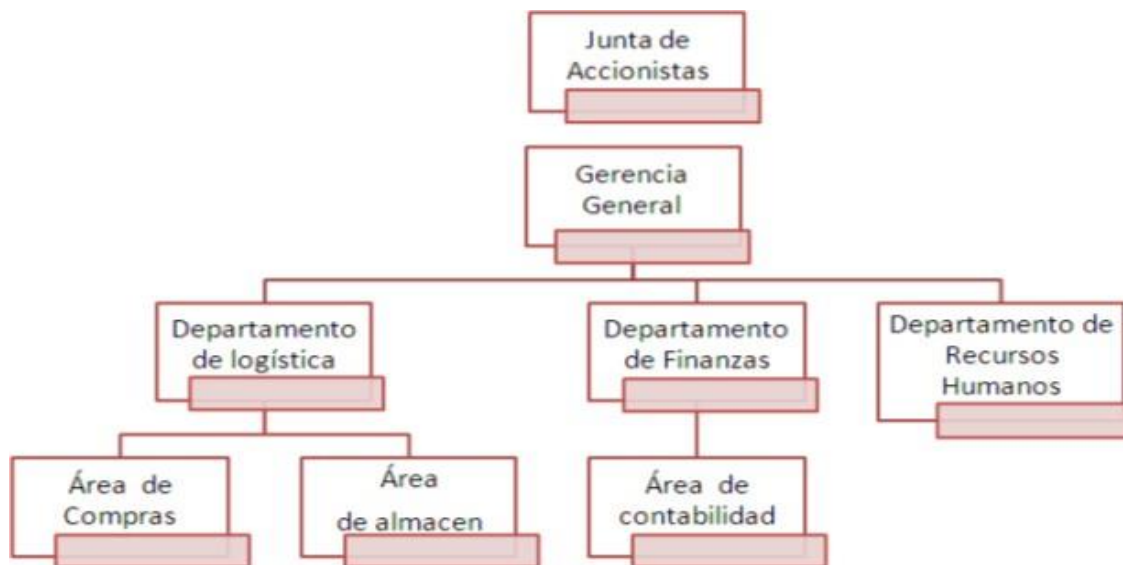
Fuente: Elaboración propia

CAPITULO VI. DISEÑO DE LA ESTRUCTURA Y PLAN DE RECURSOS FINANCIEROS

6.1 Diseño de Estructura y plan de recursos humanos

A continuación, se detalla la estructura orgánica descriptiva de la empresa Chull's SAC.

Figura 12. Organigrama de la empresa.



Fuente: Elaboración propia.

6.2 Estrategias de reclutamiento, selección y contratación de personal.

Para que la empresa Chulls SAC se mantenga y crezca a lo largo del tiempo, es necesario que el personal cumpla con las funciones requeridas de cada área. Por ello se detallan las funciones generales y específicas de cada departamento.

Tabla 6. Funciones generales y específicas

	FUNCIÓN GENERALES	FUNCIÓN ESPECÍFICAS
JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS	Es el máximo órgano que reúne a los accionistas de la sociedad anónima para deliberar sobre los problemas que afectan a la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> *Remover a los miembros del directorio y designar a sus reemplazantes. *Modificar el estatuto. *Aumentar o reducir el capital social. *Emitir obligaciones
GERENCIA GENERAL	Encargada de administrar íntegramente el negocio, en todas sus áreas, tomando las decisiones correspondientes, para el correcto funcionamiento, obteniendo como resultado el crecimiento de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> * Presentar ideas de mejoramiento del desarrollo del negocio. * Presentar planes de objetivos, cada año, teniéndolo como meta. *Toman decisiones sobre el manejo y control de la empresa.
DEPARTAMENTO DE FINANZAS	Encargada de todo el manejo del efectivo, ya sea tanto salido como entrada de este, trabajando como órgano de apoyo para la gerencia general.	<ul style="list-style-type: none"> * presentar los balances de entrada y salida de dinero cuando se solicite. *controlar los gastos, buscando formas de reducirlos. *encargado de distribuir el dinero que se necesite para el desarrollo de las áreas.

<p>ÁREA DE CONTABILIDAD</p>	<p>Se encarga de instrumentar y operar las políticas, normas, sistemas y procedimientos necesarios para garantizar la exactitud y seguridad en la captación y registro de las operaciones financieras.</p>	<p>*Llevar a cabo la contabilidad del Centro en los términos que establece la Ley de Presupuesto, Contabilidad y Gasto Público.</p>
<p>ÁREA DE COMPRA</p>	<p>Encargado de la recepción, selección y compra de los productos, buscando las mejores ofertas y diseños que nos ayuden a ser reconocidos en el mercado meta.</p>	<p>*Seleccionar los diferentes modelos de chullos a ofrecer. * buscar la mejor oferta de compra, la cual nos ayude a tener mejor utilidad, sin no dejar de lado la calidad del producto.</p>
<p>DEPARTAMENTO DE LOGÍSTICA</p>	<p>Encargado de toda la cadena de distribución del producto, hasta que llegue al consumidor final.</p>	<p>*se encarga de encontrar los próximos mercados en los cuales ingresaremos con los chullos. *buscar el mejor medio de transporte ya sea por costo, calidad de servicio y/o rapidez, para que nuestro producto llegue a EE-UU. * encargado de todos los papeleos en aduanas, para que la exportación a EE- UU sea exitosa y eficiente.</p>

<p>ÁREA DE ALMACEN</p>	<p>se encarga de garantizar el abasto suficiente de los artículos y productos recurrentes, así como el adecuado manejo, verificando la exactitud del registro de los bienes, y la integración de los datos que forman el catálogo de productos que manejan los diferentes almacenes, así como la información que conforma el detalle de sus inventarios.</p>	<p>*Programar, dirigir y controlar las actividades de recepción, despacho, registro y control de los bienes destinados al uso y/o consumo de las áreas del Centro.</p> <p>*Verificar que los bienes que se reciben en los almacenes establecidos, cumplan con la cantidad, calidad, especificaciones y oportunidad establecidas en los pedidos, requisiciones o contratos, otorgando en su caso, la conformidad correspondiente al proveedor.</p>
<p>DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS</p>	<p>Encargado de la selección del personal, necesario para cada área.</p>	<p>* velar por el bienestar de los colaboradores de la empresa.</p> <p>* seleccionar el personal adecuado para el puesto que se requiere.</p> <p>* estar pendiente de los puestos que se necesiten en la empresa, no descuidándolo en ningún momento.</p>

Fuente: Elaboracion propia

6.3 Estrategias de inducción, capacitación y evaluación del personal

El nuevo personal que se integre a la empresa Chull's SAC, se someterá a una inducción y capacitación por quince días, en el cual se explicara la cultura institucional de la empresa en mención, así también se evaluara las capacidades del personal cada dos meses, con la finalidad de brindar un feedback sobre el trabajo que realiza cada personal.

La inducción y capacitación constara de charlas por personas profesionales, así como pruebas pilotos de las labores de cada área, mientras que la evaluación constara de test.

6.4 Estrategias de motivación y desarrollo del personal

- Respetar las horas de trabajo, no excediendo las 08 horas de jornada laboral diario.
- Premiar los aportes y contribuciones que signifiquen una mejora para la empresa.
- Respetar las vacaciones programadas, así como los feriados nacionales.
- Brindar la confianza entre todos los niveles jerárquicos.

6.5 Políticas de remuneraciones y compensaciones

La empresa Chull's SAC respetará la remuneración mensual dispuesta por el gobierno, sin embargo, también se considerará la habilidad de cada personal para el aumento de salario. Por otro lado, la empresa brindara uniformes de trabajo, servicio de comedor, actividades recreativas por aniversario de la empresa y descuentos en productos de la empresa.

CAPITULO VII. PLAN FINANCIERO

7.1 Historia financiera de la empresa

La empresa Chull's SAC dedicado a la exportación y comercialización nacional de chullos de lana de alpaca bebe, será constituido como una nueva empresa en el mercado peruano.

7.2 Datos, supuestos y políticas económicas y financieras

Para el desarrollo del plan financiero es importante considerar ciertas premisas económicas, como:

- Incremento de producción en un 5% anual
- Aumento de la UIT
- Incremento de la inflación en un 1.5%

7.3 Análisis de Costos

Al ser una nueva empresa, no se cuenta con suficiente capital para producir los chullos, por lo que se optara a la tercerización de servicios, con la finalidad de solo comercializar el producto en el mercado nacional y norteamericano (Chicago).

En este caso, los proveedores ya mencionados anteriormente nos facilitaran el producto terminado que es el chullo, así como los envases y empaques.

a. Costos Fijo de Fabricación
Tabla 7. Costos fijos de fabricación

DESCRIPCIÓN	U.M.	CANT.	VALOR		SOLES		DOLARES	
			UNITARIO					
Agua	Mes	1	S/.	80.00	S/.	80.00	\$	24.24
Luz	Mes	1	S/.	100.00	S/.	100.00	\$	30.30
Telefonía e Internet	Mes	1	S/.	150.00	S/.	150.00	\$	45.45
Alquiler de local	Mes	1	S/.	500.00	S/.	500.00	\$	151.52
Marketing y Publicidad	mes	1	S/.	1,200.00	S/.	1,200.00	\$	363.64
Útiles de limpieza	mes	1	S/.	50.00	S/.	50.00	\$	15.15
Planilla	mes	1	S/.	7,500.00	S/.	7,500.00	\$	2,272.73
Útiles de oficina	paquete	1	S/.	200.00	S/.	200.00	\$	60.61
Servicio de contabilidad	mes	1	S/.	-	S/.	-	\$	-
Costos exportación	mes		S/.	4,235.00	S/.	4,235.00	\$	1,283.33
Seguro	mes		S/.	200.00	S/.	200.00	\$	60.61
Otros gastos	mes		S/.	1,000.00	S/.	1,000.00	\$	303.03
TOTAL COSTOS FIJOS MENSUAL						S/. 15,215.00		\$ 4,610.61

Fuente: Elaboración propia

b. Costo Variable de Fabricación

Tabla 8. Costos Variables de fabricación

TOTAL	CV	U.M.	CANTIDAD	SOLES	DOLARES
				S/.	\$
MENSUAL		Mes	1	7,065.00	2,140.91

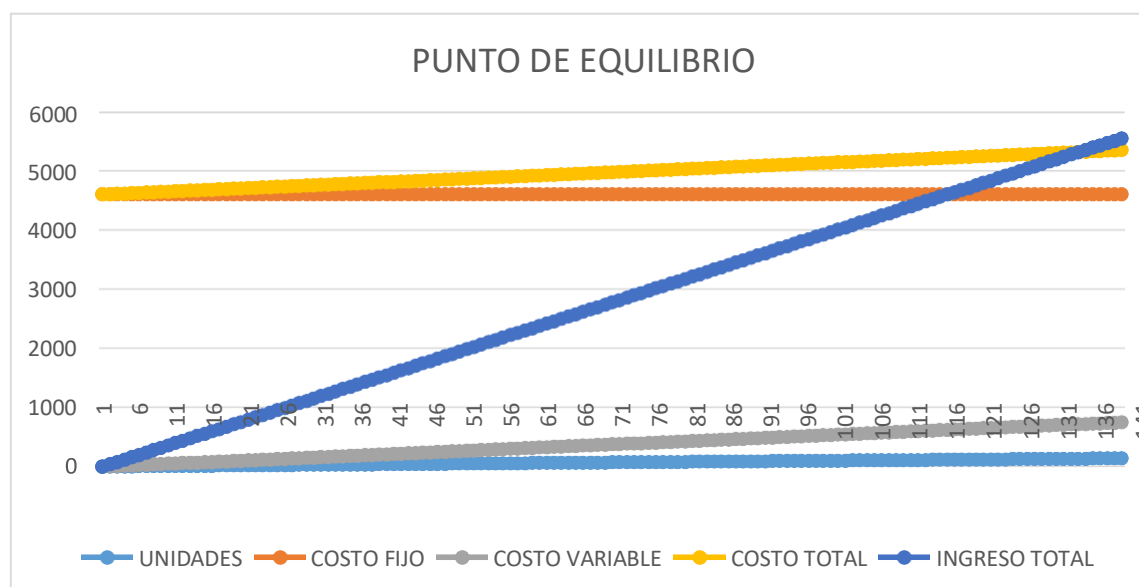
Fuente: Elaboración Propia

7.4 Punto de equilibrio de la nueva unidad de negocio

Tabla 9. Punto de equilibrio

DESCRIPCION	US\$
Precio Venta Unit.	\$ 39.72
Unidades Vendidas	\$ 400.00
Ingreso Total	\$ 15,888.00
Costo fijo total	\$ 4,610.61
Costo variable total	\$ 2,140.91
Costo Variable unit.	\$ 5.35
CANTIDAD DE EQUILIBRIO 134	
UNID. MONETARIA DE EQUILIBRIO	\$ 5,328.64

Fuente: Elaboración propia



La empresa Chull's SAC, tiene una proyección mensual de 400 chullos. De acuerdo al grafico del punto de equilibrio, la empresa Chull's SAC, solo debe de producir mensualmente 134 chullos con un ingreso de \$ 5,328.64 dólares americanos, con lo cual la empresa no gana ni pierde, y se encontraría en el margen del punto de equilibrio aceptable.

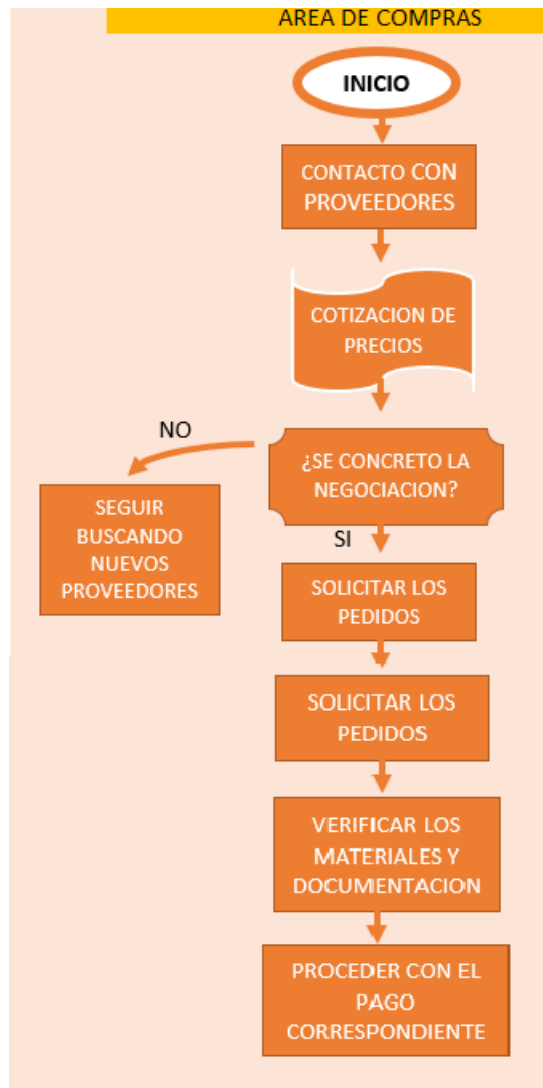
7.5 Adquisición de materiales e insumos para la producción

Tabla 10. Adquisición de materiales e insumos

CHULLO DE ALPACA BEBE	CANTIDAD	PRECIO	UNIT.
	UNIT.	(USD)	
CHULLO	4800	\$	13.00
ETIQUETA	4800	\$	1.08
ENVASE DE LATA	4800	\$	5.00
BOLSA PLASTICA (ENVOLTURA)	4800	\$	0.20
CAJAS	800	\$	2.00

Fuente: Elaboración propia

Figura 13. Proceso de compras



Fuente: Elaboración propia

7.6 Inversión Inicial

Tabla 11. Inversión inicial

ESTRUCTURA DE INVERSION					
DESCRIPCION	VALOR S/.		VALOR USD		
INVERSION FIJA		S/.	13,098	\$	3,969
TANGIBLE	S/.	8,900		\$	2,697
INTANGIBLE	S/.	4,198		\$	1,272
CAPITAL DE TRABAJO		S/.	98,730	\$	29,918
DISPONIBLE	S/.	5,443		\$	1,649
EXIGIBLE	S/.	1,710		\$	518
REALIZABLE	S/.	91,578		\$	27,751
COSTO TOTAL		S/.	111,828	S/.	33,887

Fuente: Elaboración propia

7.7 Capital de trabajo

Tabla 12. Capital de trabajo

CONCEPTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
INGRESOS	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	7,944	8,738	9,612	10,573	11,631	12,794	14,073	15,481	17,029	18,732	20,605	22,665
EGRESOS	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	6,752	7,427	8,169	8,986	9,885	10,873	11,961	13,157	14,472	15,920	17,512	19,263
FLUJO	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
FONDOS	1,192	1,312	1,443	1,587	1,746	1,921	2,113	2,324	2,556	2,812	3,093	3,402
NETOS	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
DEFICIT	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
ACUMULADO	1,192	2,504	3,947	5,534	7,280	9,201	11,313	13,637	16,193	19,005	22,098	25,500

Fuente: Elaboración propia.

7.8 Fuentes de Financiamiento
Tabla 13. Fuente de Financiamiento

ESTRUCTURA DE CAPITAL		CUADRO DE INVERSIONISTAS		
DESCRIPCION	S/	SOCIOS	S/	%
APORTE PROPIO	111,828.00	Vasquez Huerto, Mercedes	27,957.00	25%
PRESTAMO BANCARIO	0	Gutierrez Castro, Fiorela	27,957.00	25%
CREDITOS COMERCIALES	0	Liclla Guierrez, Gean	27,957.00	25%
		Ruiz Sanchez, Marlene	27,957.00	25%
		TOTAL	111,828.00	100%

Fuente: Elaboración propia

7.9 Proyección de Flujo de caja
Tabla 14. Proyección de flujo de caja

CONCEPTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
INGRESO (A)	\$ 7,944	\$ 8,738	\$ 9,612	\$ 10,573	\$ 11,631	\$ 12,794	\$ 14,073	\$ 15,481	\$ 17,029	\$ 18,732	\$ 20,605	\$ 22,665
VENTAS	\$ 7,944	\$ 8,738	\$ 9,612	\$ 10,573	\$ 11,631	\$ 12,794	\$ 14,073	\$ 15,481	\$ 17,029	\$ 18,732	\$ 20,605	\$ 22,665
EGRESO (B)	\$ 6,611	\$ 6,611	\$ 6,611	\$ 6,611	\$ 6,611	\$ 6,611	\$ 6,611	\$ 6,611	\$ 6,611	\$ 6,611	\$ 6,611	\$ 6,611
COSTOS	\$ 6,611	\$ 6,611	\$ 6,611	\$ 6,611	\$ 6,611	\$ 6,611	\$ 6,611	\$ 6,611	\$ 6,611	\$ 6,611	\$ 6,611	\$ 6,611
COSTOS FIJOS	\$ 4,611	\$ 4,611	\$ 4,611	\$ 4,611	\$ 4,611	\$ 4,611	\$ 4,611	\$ 4,611	\$ 4,611	\$ 4,611	\$ 4,611	\$ 4,611
DEPRECIACION	\$ -125	\$ -125	\$ -125	\$ -125	\$ -125	\$ -125	\$ -125	\$ -125	\$ -125	\$ -125	\$ -125	\$ -125
AMORTIZACION DE INTANGIBLES	\$ -15	\$ -15	\$ -15	\$ -15	\$ -15	\$ -15	\$ -15	\$ -15	\$ -15	\$ -15	\$ -15	\$ -15
COSTOS FIJOS NETOS	\$ 4,470	\$ 4,470	\$ 4,470	\$ 4,470	\$ 4,470	\$ 4,470	\$ 4,470	\$ 4,470	\$ 4,470	\$ 4,470	\$ 4,470	\$ 4,470
COSTOS VARIABLES	\$ 2,141	\$ 2,141	\$ 2,141	\$ 2,141	\$ 2,141	\$ 2,141	\$ 2,141	\$ 2,141	\$ 2,141	\$ 2,141	\$ 2,141	\$ 2,141
FLUJO NETO (A-B)	\$ 1,333	\$ 2,127	\$ 3,001	\$ 3,962	\$ 5,020	\$ 6,183	\$ 7,462	\$ 8,870	\$ 10,418	\$ 12,121	\$ 13,994	\$ 16,054

Fuente: Elaboración propia

7.10 Análisis de rentabilidad
Tabla 15. Análisis de rentabilidad

FLUJO DE CAJA ECONOMICO DEL PROYECTO							
(Expresado en Dólares)							
	PERIODO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	LIQUIDACION
INGRESOS							Valor de Rescate
VENTAS TOTALES		\$ 169,877	\$ 178,371	\$ 187,289	\$ 196,654	\$ 206,486	
EGRESOS							\$ 5,320.00
INVERSIÓN TOTAL	\$ 33,887						
ACTIVO FIJO	\$ 3,969						
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 27,751						
GASTOS PRE-OPERATIVOS	\$ 2,167						
RECUPERACION DE CAPITAL DE TRABAJO		\$ -	\$ -	\$ -89,323	\$ -93,789	\$ -27,751	
COSTOS		\$ -81,018	\$ -85,069			\$ -98,478	
COSTOS FIJOS		\$ -55,327	\$ -58,094	\$ -60,998	\$ -64,048	\$ -67,251	
COSTOS VARIABLES		\$ -25,691	\$ -26,975	\$ -28,324	\$ -29,740	\$ -31,227	
FLUJO OPERATIVO		\$ 88,859	\$ 93,301	\$ 97,967	\$ 102,865	\$ 85,577	
PAGO DEL IGV		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
FLUJO ANTES DEL IR		\$ 88,859	\$ 93,301	\$ 97,967	\$ 102,865	\$ 85,577	
IMPUESTO A LA RENTA (28%)		\$ -24,880	\$ -26,124	\$ -27,431	\$ -28,802	\$ -23,962	
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	\$ -33,887	\$ 63,978	\$ 67,177	\$ 70,536	\$ 74,063	\$ 61,616	

Fuente: Elaboración propia

a. Análisis del VAN y TIR

Tabla 16. Análisis del VAN y TIR

COK ANUAL (%)=	24.440%
COK MENSUAL (%)=	1.8%
VAN=	149,045
TIR=	192.25%

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la tabla 16. Podemos observar que el resultado del VAN es positivo de 149,045 dólares; al igual que el TIR con un 192.25%. Por lo tanto, el proyecto es viable dado que se obtendrán buenos resultados económicos en el transcurso de los años proyectados.

7.11 Estado de Ganancias y Pérdidas proyectado de la empresa
Tabla 17. Estados de ganancias y pérdidas

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	PROMEDIO
Ventas	\$ 169,876.75	\$ 178,370.59	\$ 187,289.12	\$ 196,653.57	\$ 206,486.25	\$ 187,735.26
Costo de Ventas	\$ -81,018.18	\$ -85,069.09	\$ -89,322.55	\$ -93,788.67	\$ -98,478.11	\$ -89,535.32
Utilidad Bruta	\$ 88,858.57	\$ 93,301.50	\$ 97,966.57	\$ 102,864.90	\$ 108,008.15	\$ 98,199.94
Gastos de Administración	\$ -55,327.27	\$ -58,093.64	\$ -60,998.32	\$ -64,048.23	\$ -67,250.65	\$ -61,143.62
Gastos de Ventas	\$ -25,690.91	\$ -26,975.45	\$ -28,324.23	\$ -29,740.44	\$ -31,227.46	\$ -28,391.70
Utilidad de Operación	\$ 7,840.39	\$ 8,232.41	\$ 8,644.03	\$ 9,076.23	\$ 9,530.04	\$ 8,664.62
Gastos Financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ingresos Financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Diferencia de Cambio (neta)	\$ -	\$ -	\$ -	g	\$ -	\$ -
Otros Ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros Egresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Resultado del Ejercicio	\$ 7,840.39	\$ 8,232.41	\$ 8,644.03	\$ 9,076.23	\$ 9,530.04	\$ 8,664.62

Fuente: Elaboración propia

7.12 Balance General proyectado de la empresa en su conjunto
Tabla 18. Balance General

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo Total	\$33,887.31	\$180,368.54	\$188,217.62	\$196,491.39	\$205,211.08	\$214,399.00
Activo Corriente	\$27,750.76	\$174,876.75	\$183,370.59	\$192,289.12	\$201,653.57	\$211,486.25
Efectivo	\$27,750.76	\$152,889.08	\$160,533.53	\$168,560.21	\$176,988.22	\$185,837.63
Cuentas por Cobrar comerciales	\$ -	\$ 16,987.68	\$ 17,837.06	\$ 18,728.91	\$ 19,665.36	\$ 20,648.63
Cuentas por Cobrar Relacionada	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otras Cuentas por Cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Existencias	\$ -	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
Otros Activos Corrientes	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos Pagados por Antic	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Activo no Corriente	\$ 6,136.55	\$ 5,491.79	\$ 4,847.03	\$ 4,202.27	\$ 3,557.51	\$ 2,912.75
Doc. por Cob Emp Relac LP	\$ -					
Inversiones Permanentes	\$ -					
Activos Fijos	\$ 3,969.06	\$ 3,507.06	\$ 3,045.06	\$ 2,583.06	\$ 2,121.06	\$ 1,659.06
Intangibles	\$ 2,167.49	\$ 1,984.73	\$ 1,801.97	\$ 1,619.21	\$ 1,436.45	\$ 1,253.69
Crédito Bancario	\$ -					
Otros Activos LP	\$ -					
Pasivo y Patrimonio	\$31,719.82	\$180,368.54	\$188,217.62	\$196,491.39	\$205,211.08	\$214,399.00
Pasivo Total	\$ -	\$ 16,132.02	\$ 16,406.62	\$ 16,704.10	\$ 17,025.58	\$ 17,372.27
Pasivo Corriente	\$ -	\$ 16,132.02	\$ 16,406.62	\$ 16,704.10	\$ 17,025.58	\$ 17,372.27
Tributos por Pagar	\$ -	\$ 125.00	\$ 125.00	\$ 125.00	\$ 125.00	\$ 125.00
Deudas Financieras CP	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Proveedores CP	\$ -	\$ 10,250.00	\$ 10,385.86	\$ 10,533.16	\$ 10,692.46	\$ 10,725.36

Cuentas por Pagar a Afiliadas	\$ -	\$ 5,757.02	\$ 5,895.76	\$ 6,045.94	\$ 6,208.12	\$ 6,521.91
Provisiones CP	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Deu Fin LP Porcion CP	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros Pas no Comerc CP	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pasivo no Corriente	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Patrimonio Neto	\$31,719.82	\$164,236.52	\$171,811.00	\$179,787.29	\$188,185.50	\$197,026.73
Capital Social	\$31,719.82	\$156,396.14	\$163,578.59	\$171,143.27	\$179,109.28	\$187,496.69
Excedente de Revaluación	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Capital Adicional	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Reservas Legales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$ 7,840.39	\$ 8,232.41	\$ 8,644.03	\$ 9,076.23	\$ 9,530.04

Fuente: Elaboración propia

7.13 Análisis de sensibilidad y riesgo de la unidad de negocio

El presente plan de negocios es rentable dado que, al realizar los cálculos del VAN los resultados son favorables en USD149,045 dólares, así mismo con una **tasa interna de retorno de 192.25%**.

Como todo negocio, la presente empresa Chull's SAC cuenta con incertidumbre por la volatilidad del dólar, pero se puede manejar con un buen control administrativo y contable.

CAPITULO VIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1 Conclusiones

Después de haber realizado el proyecto de exportación de chullos de alpaca bebe, se llegó a las siguientes conclusiones:

- La ciudad de Chicago es un mercado que resulta favorable para la comercialización de nuestro producto, por la gran aceptación de los chullos peruanos; ya que la población cuenta con un gran poder adquisitivo y son muy exigentes con la calidad del producto.
- La ubicación de nuestra tienda, resulta favorable, porque es una zona donde concurren diariamente turistas, los cuales generan gran demanda a nuestro producto, y la aceptación de la cultura peruana.
- Al realizar la investigación del mercado objetivo, se determinó que no existe alguna otra empresa que comercialice chullos en un envase de lata, lo cual es una oportunidad para ingresar nuestro producto con un valor agregado, que será nuestra ventaja diferencial.
- Para llevar a cabo el proyecto de exportación de chullos de alpaca bebe, se tiene en cuenta una inversión total de 111.838.00 dólares, el cual será dividido por los 4 socios. Este proyecto será rentable porque nos generará ganancias en el primer año.

8.2 Recomendaciones

Después de haber realizado el proyecto de exportación de chullos de alpaca bebe, se llegó a las siguientes conclusiones:

- Evaluar constantemente las nuevas tendencias y las exigencias del consumidor norteamericano.
- Como nueva empresa, es importante la retroalimentación para evaluar los puntos débiles de la empresa y poder mejorar a lo largo del tiempo.
- Evaluar al cliente interno de la empresa y brindar asesoramiento continuo para que desarrolle sus actividades correctamente, ya que de esta manera la empresa se beneficia.
- Brindar al cliente un servicio post venta y asesoramiento para tener en cuenta su nivel de satisfacción con el producto.
- Ser puntuales con los proveedores, dado que gracias a ellos la empresa puede seguir creciendo, y de esta manera se consolida una alianza estratégica.
- A pesar de las dificultades sociales, económicas, políticas o tecnológicas que sucederán a lo largo del camino como emprendedor, no rendirse, por el contrario, considerar como oportunidad cada adversidad que se presente.

8.3 Descripción del equipo gerencial de la empresa y de la nueva unidad de negocio

El presente plan de negocio está integrado por una estudiante egresada de la carrera de Administración de Negocios Internacionales, quien actualmente se encuentra laborando en el giro de la industria textil con miras a obtener mayor conocimiento y poder plasmarlo en el plan de negocio presentado.

La presente unidad de negocio tiene mira de crecimiento en el mercado nacional e internacional, donde el consumidor es cada vez más exigente con sus preferencias tanto en calidad y diseño, esto va de la mano con la moda y tendencia que los diseñadores peruanos transmiten en las pasarelas internacionales, donde se refleja y se siente la presencia de la marca Perú a través de cada prenda de vestir, especialmente de las prendas elaborados de fibra de alpaca bebe.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- *Acuerdos comerciales del Perú. Acuerdo de promoción comercial PERU – EE.UU. (2006) Sitio web:*
http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=212&Itemid=246
- *TRADE MAP. Exportaciones peruanas a EE.UU.(2014-2018) Sitio Web:*
https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|604|||430310||6|1|1|2|2|1|2|1|1
- *Diario Gestión. Promperú: Exportaciones de prendas de alpaca subieron en primer semestre del 2017. (2017) Sitio Web:*
<https://espresso.gestion.pe/economia/promperu-exportaciones-prendas-alpaca-subieron-145-primer-semester-2017-2203159>
- *Plan Estratégico Nacional Exportador 2025 – PENX. Sitio Web:*
https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PENX_FINAL_101215.pdf
- *Perfil de prendas de alpaca del mercado de Estados Unidos. (2016) Sitio Web:*
https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PDM/EstadosUnidos/perfiles/15_Perfil_Alpaca/15_Perfil_Alpaca_EE_UU6.pdf
- *Plan de Desarrollo de mercado – PDM. Sitio Web:*
<https://www.mincetur.gob.pe/comercio-exterior/plan-estrategico-nacional-exportador/penx-2025/plan-de-desarrollo-de-mercado-2/>

- *Plan de Desarrollo de mercado Estados Unidos. (2012)* Sitio Web: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2_025/PDM/EstadosUnidos/PDM_EEUU.pdf
- *Chicago, el paraíso de los negocios. (2007)* Sitio Web: <https://www.entrepreneur.com/article/258941>
- *Ciudades por PBI. (2014)* Sitio Web: https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Ciudades_por_PIB
- *Información sobre Chicago. (2014)* Sitio Web: <https://es.wikipedia.org/wiki/Chicago>
- Michael Porter (2009) en su libro “Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores.

ANEXOS:**I. ENCUESTA A LA COMPETENCIA**

1. ¿Por qué se dedicaron al negocio de venta de productos de peletería de alpaca?
2. ¿Qué productos ofrecen?
3. ¿Por qué se ubicaron en Miraflores?
4. ¿Desde qué momento y porque decidieron exportar?
5. ¿Cómo es su canal de distribución?
6. ¿Qué productos exportas?
7. ¿Cuáles son tus mercados de exportación?
8. ¿Al enviar los productos a esos mercados, que es lo te exigen?
9. ¿Cuál son los productos que mayor demanda tienen al exportar?
10. ¿Cuáles son tus mercados futuros y por qué?

II. ENCUESTA A CLIENTES POTENCIALES

1. ¿Ud. Estaría dispuesto a adquirir un accesorio de vestir, con diseños peruanos?
2. ¿Le parece un accesorio elegante los chullos, en temporada de invierno?
3. ¿le gustaría que la presentación de los chullos, vengan en cajas de lata?
4. ¿Qué tipo de material prefiere en este accesorio de vestir?
5. ¿Dónde le gustaría que este ubicado la tienda de accesorios de vestir?
6. ¿Con que frecuencia realiza sus compras?
7. ¿Ud. que es lo que se fija al momento de hacer sus compras?

8. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por los chullos con diseños peruanos elaborados de alpaca bebe, que vienen en presentación de latas decoradas?
9. ¿Cuál es el medio de pago que usualmente utiliza?
10. ¿Qué es lo que más le atrae del Perú?