



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

**IMPORTACIÓN DE ESTADOS UNIDOS DE TÓNERES DE LA
MARCA XEROX COMPATIBLES CON IMPRESORAS LÁSER
MARCA HEWLETT-PACKARD (HP)**

PRESENTADA POR

GISSELLA MILAGROS ALBERCA SIALER

PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

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

LIMA – PERÚ

2017



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

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

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



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

PLAN DE NEGOCIOS

**IMPORTACIÓN DE ESTADOS UNIDOS DE TÓNERES DE LA MARCA XEROX
COMPATIBLES CON IMPRESORAS LÁSER MARCA HEWLETT-PACKARD (HP)**

PARA OPTAR

EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES

PRESENTADO POR:

GISELLA MILAGROS ALBERCA SIALER

LIMA, PERÚ

2017

DEDICATORIA:

El presente trabajo se lo dedico ante todo a Dios por permitirme avanzar día a día. A mis padres y esposo por su apoyo incondicional en cada uno de los pasos que he dado para mi desarrollo personal y profesional, a mis hijos que son el motivo por el cual sigo adelante, a mis hermanos por ser parte importante de mi vida y a la memoria de mis abuelitos.

ÍNDICE

Resumen ejecutivo	1
1. Estructura general del plan	3
1.1. Modelo de negocios canvas	3
2. Organización y aspectos legales	4
2.1. Nombre o razón social:	4
2.2. Actividad económica o codificación internacional (ciiu):	8
2.3. Ubicación y factibilidad municipal y sectorial:	10
2.4. Objetivos de la empresa, principio de la empresa en marcha:	11
2.5. Ley de mype, micro y pequeña empresa, características.	12
2.5.1. Características de las micro, pequeñas y medianas empresas	13
2.6. Estructura orgánica:	16
2.7. Cuadro de asignación de personal	17
2.8. Forma jurídica empresarial:	17
2.9. Registro de marca y procedimiento en indecopi:	19
2.10. Requisitos y trámites municipales	23
2.11. Régimen tributario procedimiento desde la obtención del ruc y modalidades ...	25
2.12. Registro de planillas electrónicas (plame):	28
2.13. Régimen laboral especial y general laboral:	34
2.14. Modalidades de contratos laborales.	39
3. Plan de marketing internacional	44
3.1. Identificación, descripción y justificación del producto a importar	44
3.1.1. Clasificación arancelaria	45
3.1.2. Ficha técnica comercial	52
3.1.3. Ecuación de valor para el mercado nacional	56
3.1.4. Determinación de la marca a usar	57
3.2. Investigación de mercado objetivo	58
3.2.1. Segmentación de mercado objetivo (macro y micro segmentación)	58

3.2.2. Definición del perfil de consumidor.....	58
3.2.3. Medición del mercado objetivo.....	59
3.3. Análisis de oferta y demanda en el mercado	63
3.3.1. Análisis de la oferta.....	63
3.3.2. Análisis y cálculo de la demanda	63
3.3.3. Análisis de competitividad y benchmark	71
3.3.5. Análisis y determinación de formas de distribución.....	72
3.3.6. Análisis del entorno	73
3.4. Estrategia de venta y distribución nacional	75
3.4.1. Estrategia de segmentación.....	75
3.4.2. Estrategia de posicionamiento	75
3.4.3. Estrategia de ingreso al mercado.....	76
3.4.4. Estrategia de distribución comercial.....	76
3.4.5. Estrategia de branding	76
3.5. Estrategias de promoción nacional	77
3.5.1. Establecer los mecanismos y definir estrategias de promoción, incluida promoción de ventas.....	77
3.5.2. Propuesta de valor.....	79
3.5.3. Estrategia de marketing digital y uso del e-commerce	80
3.6. Políticas de estrategias de precio	81
4. Plan de logística internacional.....	82
4.1. Envases, empaques y embalajes.....	82
4.2. Diseño del rotulado y marcado.....	85
4.2.1. Diseño del rotulado	85
4.2.2. Diseño del marcado.....	86
4.3. Unitarización y cubicaje de la carga.	87
4.4. Cadena de dft de importación	88
4.5. Seguro de las mercancías	91
5. Plan de comercio internacional.....	91
5.1. Fijación de precios	91
5.1.1. Costos y precios.....	91

5.1.2. Cotización internacional.....	93
5.2. Contrato de compraventa internacional y sus documentos.....	94
5.3. Elección y aplicación del incoterm.....	110
5.4. Determinación del medio de pago.....	112
5.4.1. Formas de pago internacionales.....	112
5.4.2. Medios de pago internacionales.....	113
5.5. Elección del régimen de importación.....	116
5.6. Gestión aduanera del comercio internacional.....	116
5.7. Gestión de operaciones de importación: flujograma.....	132
6. Plan económico financiero.....	133
6.1. Inversión fija.....	133
6.1.1. Activos tangibles.....	133
6.1.2. Activos intangibles.....	134
6.2. Capital de trabajo.....	134
6.3. Inversión total.....	135
6.4. Estructura de inversión y financiamiento.....	136
6.5. Fuentes financieras y condiciones de crédito.....	137
6.6. Presupuesto de costos.....	137
6.7. Punto de equilibrio.....	139
6.8. Tributación de la importación.....	139
6.9. Presupuesto de ingresos.....	140
6.10. Presupuesto de egresos.....	141
6.11. Flujo de caja proyectado.....	141
6.12. Estado de ganancias y pérdida.....	143
6.13. Evaluación de la inversión.....	143
6.13.1. Evaluación económica.....	144
6.13.2. Evaluación financiera.....	144
6.13.3. Evaluación social.....	145
6.13.4. Impacto ambiental.....	145
6.14. Evaluación de costo de oportunidad del capital de trabajo.....	146
6.15. Cuadro de riesgo del tipo de cambio.....	147

7. Conclusiones y recomendaciones	148
7.1. Conclusiones.....	148
7.2. Recomendaciones.....	149
Bibliografía.....	151
Anexos.....	152
Anexo 1.....	152
Anexo 2.....	159
Anexo 3.....	160
Anexo 4.....	162
Anexo 5.....	164
Anexo 6.....	166
Anexo 7.....	167

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Pág. 10
Tabla 2	Pág. 13
Tabla 3	Pág. 15
Tabla 4	Pág. 17
Tabla 5	Pág. 31
Tabla 6	Pág. 33
Tabla 7	Pág. 37
Tabla 8	Pág. 45
Tabla 9	Pág. 48
Tabla 10	Pág. 49
Tabla 11	Pág. 50
Tabla 12	Pág. 51
Tabla 13	Pág. 55
Tabla 14	Pág. 59
Tabla 15	Pág. 60
Tabla 16	Pág. 67
Tabla 17	Pág. 72
Tabla 18	Pág. 82
Tabla 19	Pág. 89
Tabla 20	Pág. 93
Tabla 21	Pág. 111
Tabla 22	Pág. 133
Tabla 23	Pág. 135
Tabla 24	Pág. 136

Tabla 25	Pág. 137
Tabla 26	Pág. 138
Tabla 27	Pág. 138
Tabla 28	Pág. 139
Tabla 29	Pág. 139
Tabla 30	Pág. 140
Tabla 31	Pág. 141
Tabla 32	Pág. 142
Tabla 33	Pág. 143
Tabla 34	Pág. 144
Tabla 35	Pág. 148

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Pág. 1
Figura 2	Pág. 9
Figura 3	Pág. 11
Figura 4	Pág. 16
Figura 5	Pág. 44
Figura 6	Pág. 54
Figura 7	Pág. 57
Figura 8	Pág. 60
Figura 9	Pág. 64
Figura 10	Pág. 65
Figura 11	Pág. 66
Figura 12	Pág. 69
Figura 13	Pág. 70
Figura 14	Pág. 70
Figura 15	Pág. 75
Figura 16	Pág. 80
Figura 17	Pág. 83
Figura 18	Pág. 84
Figura 19	Pág. 85
Figura 20	Pág. 87
Figura 21	Pág. 92
Figura 22	Pág. 93
Figura 23	Pág. 94
Figura 24	Pág. 111

Figura 25	Pág. 114
Figura 26	Pág. 115
Figura 27	Pág. 132
Figura 28	Pág. 147

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocio tiene como horizonte de tiempo máximo de realización a 5 años, esto debido a que los cambios tecnológicos que se están dando en el mercado son cada vez más cortos en tiempos y esto sería un aspecto negativo para la continuidad futura de la operación. Sin embargo, la oportunidad de negocio para un horizonte de 5 años termina siendo muy atractiva y es por esa razón que se ha tomado la decisión de poder viabilizarla a través del desarrollo del presente plan.

En primer lugar, se explica cómo ha sido estructurado el plan de negocio a través del modelo CANVAS. Así también, la organización de la empresa y los aspectos legales a ser considerados, que son fundamentales para darle la solidez correspondiente antes de iniciar cualquier planificación.

En segundo lugar, dentro del plan de marketing, se explican los beneficios del producto a comercializar, sus características, ventajas y desventajas en su comercialización. Así también, se realiza un estudio del público objetivo (que serán las universidades privadas fundamentalmente y otros corporativos que se vayan identificando en el camino) y cómo se calculó la demanda para el producto que se va a importar.

En tercer lugar, en el plan de logística internacional, se ha contemplado la importación de un poco más de 1,000 unidades del producto a comercializar, a través de un embarque consolidado y posteriormente las compras serán de cantidades pequeñas a un precio preferencial de importación.

En cuarto lugar, dentro del plan de comercio internacional, vamos a observar cuáles son los costos de importación y las garantías de calidad del producto a comercializar. Así también, en este punto se explica la estrategia para definir nuestro precio de venta, en función del precio de la competencia por el producto original.

Finalmente, a través del desarrollo del plan económico financiero, quedó demostrada la rentabilidad del presente plan de negocio y sobre todo, la conveniencia para el inversionista a través de la evaluación de la TIR del proyecto.

En conclusión, el presente plan de negocios para un horizonte de cinco (05) años, resulta muy atractivo para cualquier inversionista dada la acogida que tendría el producto XEROX (al ser de una marca reconocida mundialmente), con un mayor rendimiento que el mismo producto original, con la garantía de un producto original, pero con un valor de compra mucho menor que el producto original HP.

1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

1.1 MODELO DE NEGOCIOS CANVAS

IMPORTACIÓN DE ESTADOS UNIDOS DE TÓNERES ORIGINALES DE LA MARCA XEROX COMPATIBLES CON IMPRESORAS LASER HP				
<u>socios clave</u>	<u>actividades clave</u>	<u>oferta de valor</u>	<u>relacion con clientes</u>	<u>segmento de mercado</u>
fabricante de la marca Xerox distribuidor mayorista entidad financiera	promocion y publicidad toner Xerox XNX muestras del producto visitas cliente final	menor precio al cliente final mayor rendimiento producto garantia de por vida	soporte tecnico post venta comunicación redes sociales	Empresas publicas y privadas Empresas pequeñas, medianas o grandes Empresas dueñas de impresoras laser marca HP
	<u>recursos clave</u>		<u>canales</u>	
	muestras del toner XNX certificados de calidad garantías de calidad del producto vendedores especializados		paginas web especializada medios impresos (periodicos) redes sociales telemarketing visitas empresariales	
<u>estructura de costos</u>			<u>fuentes de ingresos</u>	
productos para muestra	campañás de promocion y publicidad	personal administrativo	precio de venta de acuerdo al modelo del toner precio de venta en funcion a la cantidad demandada precio de venta si compra con servicio de mantenimiento de equipos de impresión	

Figura 1.Fuente y Elaboración propia.

2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL:

El nombre comercial elegido para la empresa es: **QUALITY PRINTING E.I.R.L.**

Debido a la alta calidad que queremos brindarles a nuestros clientes por la venta de los tóneres originales para impresoras láser de la marca Xerox, que son compatibles con las impresoras de la marca HP.

De acuerdo a lo estipulado en la página web de Perupymes, para constituir una empresa se debe seguir los siguientes pasos:

1. Búsqueda y reserva del nombre de la empresa en Registros Públicos.

En primer lugar, se necesita un nombre para la empresa a crear, el cual no puede coincidir con el nombre de una empresa ya creada, por ello se debe acudir a la Oficina de Registros Públicos, en este caso la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP), y verificar que no exista en el mercado un nombre o razón social igual al elegido. Luego se procede con la reserva del nombre de la empresa.

2. Elaboración de la minuta

La minuta es un documento en el cual los miembros de la sociedad manifiestan su voluntad de constituir la empresa, y en donde se señalan todos los acuerdos respectivos.

La minuta consta del pacto social y los estatutos, además de los insertos que se puedan adjuntar a ésta.

Los elementos fundamentales de una minuta son:

- Los generales de ley de cada socio (sus datos personales, nombres, edades, documentos de identificación, etc.).
- El giro de la sociedad.
- El tipo de empresa o sociedad (E.I.R.L, S.R.L, S.A, etc.).
- El tiempo de duración de la sociedad (plazo fijo o indeterminado).
- La fecha en la que se va a dar inicio a las actividades comerciales.
- El lugar en donde va a funcionar la sociedad (domicilio comercial).
- La denominación o razón social de la sociedad.
- El lugar en donde van a funcionar las agencias o sucursales (si es que las hubieran).
- La persona que va a administrar o representar la sociedad.
- Los aportes de cada socio. Los cuales pueden ser:
 - Bienes dinerarios: dinero y sus medios sustitutos tales como cheques, pagarés, letras de cambios, etc.
 - Bienes no dinerarios: inmuebles o muebles tales como escritorios, mesas, sillas, etc.
- Otros acuerdos que establezcan los socios.

3. Elevar minuta a escritura pública.

Una vez redactada la minuta, se debe llevar a una notaría para que el Notario Público la revise y la eleve a Escritura Pública.

Por lo general, los documentos a adjuntar con la minuta son:

- Constancia o el comprobante de depósito del capital aportado en una cuenta bancaria a nombre de la empresa.
- Inventario detallado y valorizado de los bienes no dinerarios.
- Certificado de Búsqueda Mercantil emitido por la Oficina de Registros Públicos de la inexistencia de una razón social igual o similar.

Una vez elevada la minuta, ésta no se puede cambiar. Al final, se genera la Escritura Pública, Testimonio de Sociedad o Constitución Social, que es el documento que da fe de que la minuta es legal, la cual debe estar firmada y sellada por el notario.

4. Inscribir Escritura Pública en Registros Públicos.

Ya obtenida la Escritura Pública, se debe llevar a la Oficina de Registros Públicos donde se realizarán los trámites necesarios para inscribir la empresa en los Registros Públicos.

La Persona Jurídica existe a partir de su inscripción en los Registros Públicos.

5. Obtención del número de RUC

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es lo que identifica a una persona o empresa ante la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) para el pago de los impuestos.

Toda Persona Natural o Jurídica está obligada a inscribirse en el RUC, de lo contrario será sancionada de acuerdo con el Código Tributario, igual que los inscritos en el RUC que no presenten la declaración.

6. Elección del Régimen Tributario.

En la misma SUNAT, a la vez, que se tramita la obtención del RUC, se debe determinar a qué Régimen Tributario se va acoger la empresa para el pago de los impuestos, ya sea al Régimen Único Simplificado (RUS), al Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER), o al Régimen General.

Una vez obtenido el número de RUC y hemos elegido un régimen tributario, se puede imprimir los comprobantes de pago (boleta y/o factura) a utilizar.

7. Comprar y legalizar libros contables.

En este paso se compra los libros contables necesarios dependiendo del régimen tributario al cual se ha acogido y, posteriormente, se lleva a una notaría para que sean legalizados por un notario público.

8. Inscribir trabajadores en EsSalud.

En este paso registramos a nuestros trabajadores ante el Seguro Social de Salud (EsSalud) a través de un formulario que podemos obtener en la misma SUNAT.

Este registro le permite a los trabajadores acceder a las prestaciones que otorga dicha entidad.

9. Solicitud de Licencia Municipal.

En este paso acudimos a la municipalidad del distrito en donde va a estar ubicada físicamente nuestra empresa, y tramitamos la obtención de la licencia de funcionamiento.

Por lo general, los documentos a presentar son:

- ✓ Una fotocopia del RUC.
- ✓ El certificado de Zonificación (zona industrial, zona comercial, zona residencial, etc.).
- ✓ Un croquis de la ubicación de la empresa.
- ✓ Una copia del contrato de alquiler o del título de propiedad del local.
- ✓ Una copia de la Escritura Pública.
- ✓ El recibo de pago por derecho de licencia.
- ✓ El formulario de solicitud.

2.2. ACTIVIDAD ECONÓMICA O CODIFICACIÓN INTERNACIONAL (CIIU):

La actividad económica a desarrollar es la de venta de suministros y equipos informáticos, así como servicios de arrendamiento y mantenimiento de equipos informáticos.

El Código CIIU en el cual se encuentra clasificada dicha actividad económica es el **4719 – Otras actividades de venta al por menor en comercios no especializados.**

Buscar por Descripción Buscar por Act. Econ. Buscar por CIIU R3

Buscar por Descripción:

Ingrese una palabra o descripción que se relacione a su Actividad Económica:

IMPRESORA **Buscar** ↻

Seleccione una descripción que se relacione a su Actividad Económica:

- 2029--IMPRESORAS FABRICACION DE TONER PARA
- 2610--FABRICACION DE CABLES DE IMPRESORA CABLES DE MONITOR CABLES USB CONECTORES ETC
- 2620--FABRICA DE IMPRESORAS
- 2620--IMPRESORAS INFORMATICA FABRICACION
- 2829--IMPRESORAS DE OFFSET FABRICACION
- 4741--VENTA DE CELULARES LINEA BLANCA VIDEOS IMPRESORAS AUDIO VIDEO
- 4741--VENTA DE COMPUTADORA IMPRESORA Y ACCESORIOS EN GENERAL
- 4741--VENTA DE COMPUTADORAS IMPRESORAS ACCESORIOS E INSUMOS Y SERVICIO D
- 4719--VENTA DE ARTICULOS DE BEBE IMPRESORAS TINTAS Y RECARGA TELEFONICA**
- 7730--IMPRESORAS ALQUILER SIN OPERARIO DE

El Código CIIU Rev. 4 que le corresponde a su Actividad Económica es:

4719-Otras actividades de venta al por menor en comercios no especializados **Ver Nota**

El Código CIIU Rev. 3 que le corresponde a su Actividad Económica es:

5219-Venta al por menor de otros productos en almacenes no especializados.

Figura 2. Búsqueda por descripción

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas e Informática – INEI, revisado 01 de setiembre de 2017.

A lo cual se adjunta la siguiente nota:

Tabla 1. Descripción específica en relación a actividad económica

CIU4	DESCRIPCIÓN	INCLUYE	NO INCLUYE
4719	Otras actividades de venta al por menor en comercios no especializados	Esta clase comprende la venta al por menor de gran variedad de productos entre los que no predominan los productos alimenticios, las bebidas o el tabaco, como: actividades de venta al por menor de grandes almacenes que venden gran variedad de productos, como prendas de vestir, muebles, aparatos, artículos de ferretería, cosméticos, artículos de joyería y bisutería, juguetes, artículos de deporte, etcétera.	---

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas e Informática – INEI, revisado 01 de setiembre de 2017.

2.3. UBICACIÓN Y FACTIBILIDAD MUNICIPAL Y SECTORIAL:

El domicilio fiscal y legal de la empresa será en Av. César Canevaro N° 742, departamento 1101 – Lince.

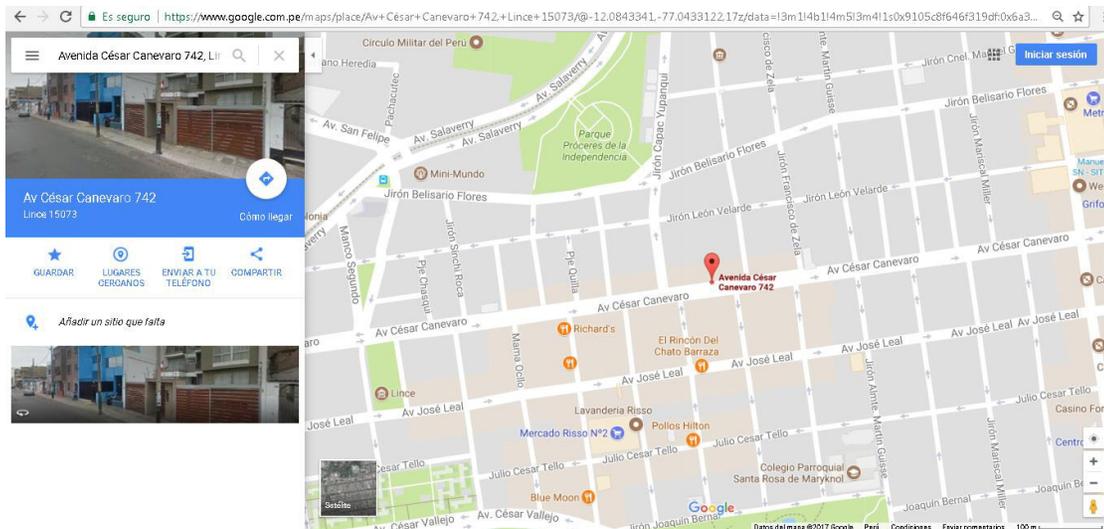


Figura 3. Ubicación georreferenciada de domicilio fiscal.

Fuente: Google Maps, revisado 05 de septiembre de 2017.

Si es factible otorgar la licencia de funcionamiento en la dirección anteriormente indicada para la apertura de la oficina y dedicación de la actividad económica señalada.

2.4. OBJETIVOS DE LA EMPRESA, PRINCIPIO DE LA EMPRESA EN MARCHA:

El principal objetivo será el ofrecer suministro de tóner original de la marca XEROX para impresoras de la marca HP, a un precio mucho menor y con un rendimiento en páginas mayor que el producto de la marca original.

Los valores de la empresa son: CALIDAD el cumplimiento de los rendimientos ofrecidos, EXCELENCIA en la superación de las expectativas del mercado y CONFIANZA en la entrega de un producto con garantía de por vida.

Asimismo, mencionamos la Misión y Visión de la empresa:

MISIÓN:

Ser una empresa dedicada a la venta y distribución de los tóneres marca Xerox para impresoras HP, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes al ofrecer un producto de menor costo que el mismo original, de igual calidad en su producción pero de mayor rendimiento en su tiempo de vida, haciendo más productiva las actividades de impresión de los usuarios finales.

VISIÓN:

Llegar a ser la empresa líder a nivel nacional en la comercialización de suministros originales de la marca XEROX para impresoras HP, en un horizonte de cinco años.

2.5 LEY DE MYPE, MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA, CARACTERÍSTICAS.

Para el presente proyecto se va a desarrollar la microempresa, donde la cantidad de trabajadores será inicialmente de 4 personas.

2.5.1 CARACTERÍSTICAS DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

En este punto, debemos hacer notar que, conforme a lo dispuesto en la Tercera Disposición Complementaria Transitoria de la Ley N° 30056, recogida, a su vez, como la Segunda Disposición Complementaria Transitoria de la Ley MIPYME, las empresas constituidas antes de la entrada en vigencia de la Ley N° 30056 se rigen por los requisitos de acogimiento al régimen de las micro y pequeñas empresas regulados en el Decreto Legislativo N° 1086. De ahí que sea necesario referirnos a los requisitos de acogimiento al RLE de la MYPE regulados en la Ley MYPE y en la Ley MIPYME, respectivamente.

2.5.1.1 Según la Ley MYPE (vigente hasta el 02-07-2013). Factores concurrentes de categorización empresarial: el número de trabajadores y el nivel de ventas anuales

El artículo 5° del Decreto Supremo N° 007-2008-TR (Ley MYPE) establecía las características concurrentes de las MYPES. De modo esquemático, teníamos lo siguiente:

Tabla 2. Antigua categorización empresarial de las MYPE.

Características	N° Trabajadores	Ventas Anuales
Microempresa	De 1 hasta 10	Hasta 150 UIT (S/.525, 000.00)
Pequeña empresa	De 1 hasta 100	Hasta 1700 UIT (S/.5'950,000.00)

Nota: El valor de la UIT al año 2008 era de S/.3, 500.00 Nuevos Soles.

Fuente. Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - Sunat, revisado el 05 de septiembre de 2017.

Microempresa: Tenía de uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive y un nivel de ventas anuales no mayor a 150 UIT. En este sentido, no había variación –en relación con lo que señalaba la Ley N° 28015– en los límites para calificar como microempresa.

Pequeña Empresa: Tenía de uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive y un nivel de ventas anuales no mayor a 1700 UIT. Por ende, en comparación con lo que señalaba la Ley N° 28015, el número máximo de trabajadores subía de 50 a 100 y, además, en cuanto al volumen de ventas, se eliminaba el límite inferior de 150 UIT y se elevaba el límite superior de 850 UIT a 1700 UIT.

Fue positivo que se duplicaran los límites para estar comprendido dentro de la pequeña empresa.

Por otro lado, de acuerdo a lo señalado en el artículo 2° del Reglamento de la Ley MYPE se especifica las reglas para el cómputo del número de trabajadores, detalla que se entiende por el nivel de ventas anuales tratándose de contribuyentes comprendidos en el Régimen General del Impuesto a la Renta, el RER y el Nuevo RUS, respectivamente y, asimismo, precisa que se entiende por conductor de la microempresa a la persona natural que dirige una microempresa no constituida como persona jurídica o que es titular de una microempresa constituida como una EIRL y que, además, cuenta con, al menos, un trabajador.

Con relación al nivel de ventas anuales, se considerarán las ventas de los doce (12) meses anteriores al momento en que la MYPE se registra y la UIT correspondiente al año respectivo.

2.5.1.2 Según la Ley MIPYME (vigente a partir del 03-07-2013). Único factor de categorización empresarial: el nivel de ventas anuales

El artículo 11° de la Ley N° 30056 (02-07-2013) modifica el artículo 5° del Decreto Supremo N° 007-2008-TR, quedando el artículo 5° de la Ley MIPYME redactado en los términos siguientes:

“Artículo 5.- Características de las micro, pequeñas y medianas empresas

Las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales.

Actualmente, ya no se exige un número máximo de trabajadores:

Tabla 3. Actual categorización empresarial de las MYPE.

Tipo Empresa	Microempresa	Pequeña empresa	Mediana empresa
Características	Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT (S/.607, 500).	Ventas anuales superiores a 150 UIT (S/.607, 500) y hasta el monto máximo de 1700 UIT (S/.6'885,00).	Ventas anuales superiores a 1700 UIT (S/.6'885,000).

Nota: El valor de la UIT al año 2017 es S/4, 050.00 Soles.

Fuente. Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral - SUNAFIL, revisado el 20 de septiembre de 2017.

Elaboración propia.

Lo señalado en la Ley N° 30056 elimina el número máximo de trabajadores como parámetro para calificar como una MYPE mientras que el nivel de ventas anuales queda como el único factor de categorización empresarial.

2.6 ESTRUCTURA ORGÁNICA:

A continuación, se detalla el organigrama de la empresa Quality Printing E.I.R.L.

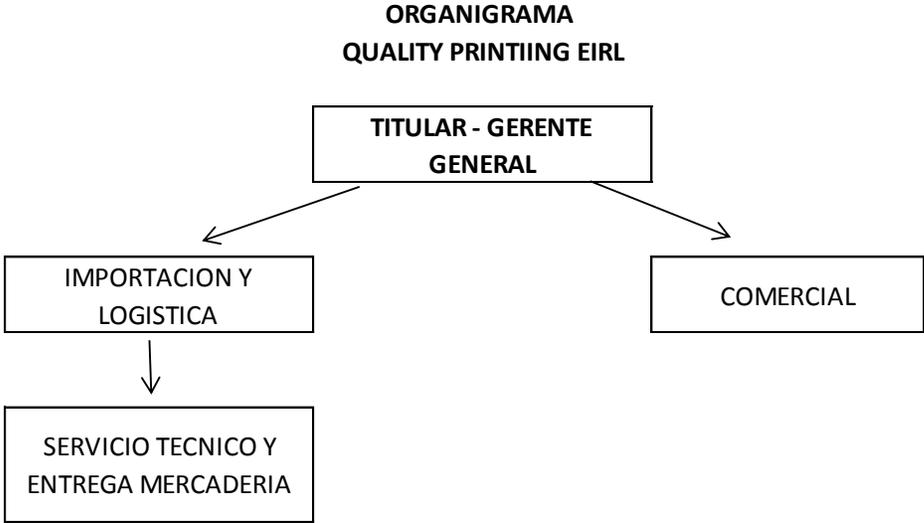


Figura 4. Organigrama de Quality Printing EIRL

Fuente y Elaboración propia.

2.7 CUADRO DE ASIGNACIÓN DE PERSONAL

Tabla 4. Asignación de personal.

N°	PUESTO	CATEGORIA OCUPACIONAL	DESCRIPCION CARGO	GERENCIA		Nro. PLAZA	REMUNERACION
				FUNCIONES			
1	Titular Gerente	Titular Gerente	Administrador de Negocios Internacionales	* Dueño de la empresa, del patrimonio. * Encargado de administrar la empresa y toma de decisiones estratégicas.		1	2,500.00
IMPORTACION Y LOGISTICA							
2	Jefe	Jefe	Administrador de Negocios Internacionales	* Contactar y coordinar con el fabricante la compraventa de los productos. * Ejecuta y supervisa el proceso de importación. * Se encarga de la entrega de los productos en la tienda/almacen de los clientes.		1	1,800.00
3	Auxiliar servicio técnico	Técnico	Técnico en computación	* Personal técnico con conocimientos del producto. * Realiza la instalación de los productos en las oficinas del cliente. * Realiza servicio técnico post venta de mantenimiento de los equipos del cliente donde fueron instalados los productos.		1	850.00
COMERCIAL							
4	Jefe	Jefe	Vendedor , Profesional en Marketing	* Contacta a los potenciales clientes. * Concreta las ventas con los clientes. * Realiza el cobro de la venta. * Seguimiento post venta al cliente.		1	1,800.00
						4	6,950.00

Fuente y Elaboración propia.

2.8. FORMA JURÍDICA EMPRESARIAL:

Se trata de una Persona jurídica y será una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)

Según lo mencionado en la página web de Pymex (revisado 09 de septiembre de 2017), la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL) es una persona jurídica, creada con patrimonio propio distinto al de su titular, razón por la cual, el empresario individual no responde, salvo excepcionalmente, de las deudas que la EIRL haya contraído, obligándose únicamente a enterar el capital comprometido en la escritura de constitución. Una de dichas excepciones, en que el empresario sí responderá, es cuando se contrae una obligación fuera del giro de la EIRL. La

incertidumbre jurídica que crea lo anterior ha sido una de las principales críticas a la normativa que regula la EIRL.

La EIRL necesariamente debe ser creada por una sola persona natural, es decir, no puede ser creada por una sociedad o por dos o más personas naturales. En este hecho radica la principal innovación de la EIRL frente a los tipos de sociedades tradicionales, en donde, como ya dijimos, se requería al menos dos socios.

Constitución de una EIRL

Para la constitución de la empresa Quality Printing E.I.R.L., se menciona en la página web de Pymex (revisado 09 de septiembre de 2017), los requisitos de constitución de una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada que son básicamente los mismos que para las sociedades de responsabilidad limitada.

Dichos documentos serán : Escritura pública cuyo extracto autorizado por el notario que la otorgó se inscribe en el Registro de Comercio del domicilio de la EIRL y publicación en el Diario Oficial dentro de los 60 días siguientes a la fecha de la escritura.

Se debe tomar en cuenta que el nombre de la EIRL debe incluir el nombre y apellido del constituyente, más las actividades económicas que constituyan el objeto y giro de la empresa, debiendo concluir con la palabra Empresa Individual de Responsabilidad Limitada o su abreviatura E.I.R.L. Puede también tener un nombre de fantasía, como es el caso de la empresa creada para del presente trabajo.

Para la creación de la empresa, se tomará en consideración los formatos establecidos por SUNARP. Ver anexos.

2.9. REGISTRO DE MARCA Y PROCEDIMIENTO EN INDECOPI:

Para el presente trabajo, no será necesario registrar marca alguna, ya que la actividad comercial de la empresa **QUALITY PRINTING E.I.R.L.** es de comercialización de productos de una marca ya existente. En este caso la marca de los tóneres es Xerox.

Sin embargo, si se deberá tener presente el procedimiento para el registro del **nombre comercial** de la presente empresa, de acuerdo a las indicaciones dadas por Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual- INDECOPI (revisado 12 de setiembre de 2017) en su página web, que son las siguientes:

- Completar y presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente (dos para la Autoridad y uno para el administrado).
- Indicar los datos de identificación del solicitante:
 1. Para el caso de personas naturales: Consignar el número del Documento Nacional de Identidad (DNI), Carné de Extranjería (CE) o Pasaporte e indicar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
 2. Para el caso de personas jurídicas: Consignar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
 3. En caso de contar con un representante: Se deberá indicar sus datos de identificación y será obligatorio presentar el documento de poder.

- Señalar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú (incluyendo referencias, de ser necesario).
- 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).
- De ser posible, se sugiere enviar una copia fiel del mismo logotipo al correo electrónico: logos-dsd@indecopi.gob.pe, (Formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles).
- Consignar expresamente los productos y/o servicios que se desea distinguir con el signo solicitado, así como la clase y/o clases a la que pertenecen. Para saber las clases a las cuáles pertenecen los productos o servicios a distinguir, se sugiere entrar al buscador PERUANIZADO¹.
- Adjuntar los medios probatorios que acrediten el uso efectivo en el mercado del nombre comercial cuyo registro se solicita, para cada una de las actividades a distinguir.
- Firmar la solicitud por el solicitante o su representante.
- Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo es de S/. 534.99 Soles. Este importe puede pagarse en alguna sucursal del Banco de la Nación o del Banco de Crédito del Perú (BCP).

¹ Para mayor referencia visite el siguiente enlace: <http://servicio.indecopi.gob.pe/appNIZAWeb/>

Si el solicitante va a solicitar este registro a través de un representante, deberá presentar adjunto el Poder. Según el Indecopi deberá cumplirse con los siguientes requisitos:

1. Personas naturales: requieren documento privado. No necesita legalización.
2. Personas jurídicas: requieren documento privado en el que se indique la calidad de la persona que otorga el poder. Por ejemplo: apoderado, director, entre otros. No necesita legalización.
3. En caso el representante sea al Gerente General de una persona jurídica peruana, no será obligatoria la presentación del poder, solo bastará una declaración jurada donde se indique la calidad del representante, la cual estará sujeta a fiscalización posterior a través de la información proporcionada por SUNARP.
4. Tratándose de poderes otorgados en idioma extranjero: deberá presentar su correspondiente traducción simple al idioma español.
5. En caso de renuncia de derechos, el documento poder deberá contar con firma legalizada por un notario.
6. Si hubiese sido otorgado en el extranjero, deberá contener la secuencia de legalizaciones hasta el consulado peruano o apostilla.

De igual manera se deberá tomar en cuenta las siguientes observaciones

- En caso el usuario no presente la constancia de pago del derecho de trámite, se le otorgará un plazo de 2 días hábiles para subsanar la omisión. De no cumplir el requerimiento dentro del plazo otorgado, se tendrá por no presentada la solicitud.

- En caso el usuario no presente los medios probatorios que acrediten el uso efectivo para cada una de las actividades económicas que se pretende distinguir, se le otorgará un plazo de 10 días hábiles para subsanar la omisión. Excepcionalmente, este plazo podrá ser prorrogado a discreción de la Dirección de Signos Distintivos
- De no cumplir con acreditar el uso de algunas de las actividades económicas indicadas en la solicitud, se procederá a excluirlas y a emitir la orden de publicación únicamente respecto de aquellas cuyo uso ha sido debidamente demostrado.
- Con relación al resto de requisitos de forma, si fuera el caso, la Dirección notificará al solicitante para que cumpla con subsanar las omisiones, otorgándole para ello un plazo de 60 días hábiles, contado desde el día siguiente de recibida la notificación.
- De no cumplirse con dichos requerimientos en el plazo establecido, se declarará el abandono de la solicitud y se dispondrá su archivamiento.
- Una vez completados los requisitos en el plazo establecido, la Dirección de Signos Distintivos publicará un extracto de la solicitud en la Gaceta Electrónica del Indecopi, el cual puede ser visualizada a través de la página web. Esta publicación no tiene costo para el solicitante.

Cesión de derechos expectaticios de la solicitud de registro

El solicitante podrá ceder los derechos expectaticios sobre una solicitud de registro en trámite. Para ello deberá presentar el documento en el que conste la cesión con su firma.

En caso sea casado, debe presentar el consentimiento del cónyuge. No se requiere legalizaciones.

En caso no indique su estado civil, la administración considerará que el bien es de libre disposición, estando sujeto a fiscalización posterior.

Recursos impugnativos

Si después de notificada la resolución, el solicitante desea interponer un recurso de reconsideración o de apelación, dispondrá de un plazo máximo de 15 días hábiles contado a partir del día siguiente en que dicha resolución le fue comunicada.

2.10. REQUISITOS Y TRÁMITES MUNICIPALES

El local del presente negocio estará ubicado en el distrito de Lince, para lo cual, según lo investigado en la Municipalidad, se deberán cumplir con los siguientes requisitos:

1. Presentar la Licencia de Funcionamiento para el desarrollo de actividades económicas en establecimiento.
2. Vigencia de poder del representante legal, en el caso de personas jurídicas u otros entes colectivos. Tratándose de personas naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada.
3. Declaración Jurada de Observancias de Condiciones de Seguridad (para locales de hasta 100m²).
4. Adicionalmente serán necesarios los siguientes requisitos:

- a) Copia simple del título profesional en el caso de servicios relacionados con la salud.
- b) Copia simple de la autorización sectorial respectiva en el caso de aquellas actividades que conforme a Ley la requieran de manera previa al otorgamiento de la autorización.

5. Pago del derecho correspondiente (COD. 183-878 por un monto de S/. 91.50 Soles).

** El costo de la inspección de Defensa Civil está incluido dentro del derecho de trámite.

Se debe tener en cuenta que por cada 50m² se requiere de un estacionamiento, dentro de los 300m lineales a la redonda del local.

- Playa de estacionamiento con su respectiva licencia de funcionamiento.
- Parqueo municipal.

Según lo establecido por INDECI (2008) y de acuerdo a las características del local donde funcionará la empresa, aplica la Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil (ITSDC) Básica Ex – Post.

Éste tipo de inspección se ejecuta a locales o establecimientos con menos de 100 m² con capacidad de almacenamiento menor al 30% de su área, exceptuándose las discotecas, Pub-karaokes, bares, casinos, salas de tragamonedas, ferreterías, licorerías, entre otros cuya actividad implique el almacenamiento, uso o comercialización de

productos tóxicos, o altamente inflamables y aquellos que por su naturaleza requieran la obtención de un Certificado de Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil de Detalle o Multidisciplinaria.

Dicha inspección consiste en la verificación ocular de lo consignado en la “Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad” presentada al momento de tramitar la Licencia de funcionamiento en las municipalidades.

Este tipo de ITSDC lo realiza un Inspector Técnico de Seguridad en Defensa Civil, autorizado y acreditado por el INDECI que es convocado por las Oficinas de Defensa Civil de la municipalidad donde se encuentre el establecimiento.

2.11. RÉGIMEN TRIBUTARIO PROCEDIMIENTO DESDE LA OBTENCIÓN DEL RUC Y MODALIDADES

Ante todo se empezará por definir qué es el RUC (Registro Único del Contribuyente), según la información que podemos encontrar en la página web de la SUNAT:

“Es un padrón en el que deben registrarse los contribuyentes respecto de los tributos que administra la SUNAT y constituye una base de datos cuya información es actualizada permanentemente por los contribuyentes y por la misma SUNAT.

Este registro permite otorgar a cada persona, entidad o empresa, un RUC que consta de 11 dígitos el cual es de carácter permanente y de uso

obligatorio en todo trámite ante la SUNAT” (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - SUNAT, revisado 10 de setiembre de 2017)

Para la obtención del RUC el dueño de la empresa o su representante, deberá acercarse a cualquier Centro de Servicios al Contribuyente cercano al domicilio fiscal y presentar los documentos correspondientes, a fin de cumplir con el procedimiento establecido por la SUNAT.

En el caso de la empresa **QUALITY PRINTING E.I.R.L** es como sigue a continuación:

- Presentar DNI del Representante Legal.
- Presentar Ficha o Partida Electrónica Certificada por Registros Públicos, con una antigüedad no mayor a 30 (treinta) días calendario.
- Presentar cualquier documento privado o público donde conste la dirección del domicilio fiscal que se declara.

Se debe registrar junto con los datos de:

- Correo electrónico
- Número de teléfono celular

Si el trámite lo fuera a realizar una tercera persona, se deberá presentar adicionalmente:

- Carta Poder con firma legalizada notarialmente o autenticada por fedatario de la SUNAT, que lo autorice expresamente a realizar el trámite de inscripción en el RUC.
- Los siguientes formularios correctamente llenados y firmados por el titular de la empresa:
 - a. Formulario N° 2119: Solicitud De Inscripción al Ruc o Comunicación de Afectación de Tributos.
 - b. Formulario N° 2054: Representantes Legales, Directores, Miembros del Consejo Directivo.

Si la persona autorizada presenta una carta poder con firma legalizada notarialmente o autenticada por fedatario de la SUNAT, facultándola a realizar el trámite de inscripción en el RUC, no será necesario exhibir el documento de identidad original del titular del RUC o de su representante legal, ni presentar la copia.

Los contribuyentes deben comunicar cualquier cambio que ocurra en los datos que figuran en su RUC, dentro de los plazos legales señalados en las normas respectivas.

Plazos para modificar y/o actualizar datos del RUC:

De acuerdo a lo estipulado por la SUNAT, el plazo para comunicar la modificación de domicilio fiscal es de un (1) día hábil. El plazo para modificar o actualizar los demás datos registrados en el RUC es de cinco (5) días hábiles de producidos los hechos.

De acuerdo a lo indicado en el portal de la SUNAT, dicha entidad podrá solicitar a los contribuyentes, con carácter general o particular y en las condiciones y plazos que ésta determine, la actualización total de los datos contenidos en el RUC.

Adicionalmente, las entidades de la Administración Pública deben actualizar la información relativa a sus representantes legales con una periodicidad anual, salvo que los mandatos se hubiesen recortado a un tiempo inferior al mencionado por alguna circunstancia excepcional.

Se deberá tener en cuenta que para toda modificación o actualización de datos en el RUC, los representantes legales deberán identificarse con alguno de los siguientes documentos según corresponda:

- Documento Nacional de Identidad (DNI)
- Carné de Extranjería
- Cédula Diplomática de Identidad
- Pasaporte

2.12. REGISTRO DE PLANILLAS ELECTRÓNICAS (PLAME):

Definición de Planilla Electrónica

De acuerdo a la definición señalada por la SUNAT (revisado 10 de setiembre de 2017), es el documento llevado a través de los medios informáticos desarrollados por

dicha entidad, en el que se encuentra la información de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación -modalidad formativa laboral y otros, personal de terceros y derechohabientes.

Definición de Planilla Mensual de Pagos (PLAME)

Es el componente de la Planilla Electrónica que se elabora a partir de la información del T-REGISTRO, y que se debe presentar mensualmente de acuerdo al cronograma que establece la SUNAT.

La PLAME contiene la siguiente información mensual, según la categoría del prestador:

- Trabajador: Las remuneraciones e ingresos devengados y/o pagados, así como datos de la jornada laboral, descuentos, tributos, aportes y contribuciones.
- Pensionista: Los ingresos devengados y/o pagados, descuentos, tributos, aportes y contribuciones.
- Prestador de servicio con rentas de cuarta categoría (PS 4ta categoría): el monto pagado por el servicio, así como los datos del comprobante.
- Personal en formación: el monto pagado de la subvención económica o estipendio.
- Personal de terceros: base de cálculo del aporte al Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR) a cargo del ESSALUD, la tasa y el aporte al SCTR contratado con EsSalud.

El detalle de la información de la PLAME por cada categoría se encuentra en el Anexo 1 aprobado por la R.M. N° 121-2011-TR y norma modificatoria, el mismo que se encuentra publicado en el Portal institucional del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE) y de la SUNAT.

Comprende información mensual de los ingresos de los sujetos inscritos en el Registro de Información Laboral (T-REGISTRO), así como de los Prestadores de Servicios que obtengan rentas de 4ta Categoría; los descuentos, los días laborados y no laborados, horas ordinarias y en sobretiempo del trabajador; así como información correspondiente a la base de cálculo y la determinación de los conceptos tributarios y no tributarios cuya recaudación le haya sido encargada a la SUNAT.

La PLAME se elabora obligatoriamente a partir de la información consignada en el T-REGISTRO.

El programa se descarga desde www.sunat.gob.pe, en el cual se elabora la declaración jurada y se envía mediante SUNAT Operaciones en Línea (SOL).

Conceptos a declarar en el PDT – PLAME

La SUNAT pone a disposición de los contribuyentes la Planilla Mensual de Pagos (PLAME) para cumplir con la declaración de las obligaciones que se generen a partir del mes de noviembre de 2011 y que deben ser presentadas a partir del mes de diciembre de 2011, así como efectuar el pago que corresponda.

Los empleadores deberán presentar en forma consolidada la información de todos sus Trabajadores, Pensionistas, Prestadores de servicios, Personal en formación- Modalidad Formativa Laboral y otros y Personal de Terceros en el PDT Planilla Electrónica - PLAME aun cuando tengan sucursales, agencias, establecimientos anexos o puntos de venta en distintos lugares.

Tabla 5. Conceptos a pagar para obtener el PDT PLAME.

CONCEPTOS A PAGAR PARA OBTENER EL PDT PLAME
Información establecida en la R.M N.º 121-2011-TR o norma que la sustituya o modifique.
Retenciones del Impuesto a la Renta de quinta categoría.
Retenciones del Impuesto a la Renta de cuarta categoría.
Impuesto extraordinario de Solidaridad respecto de las remuneraciones correspondientes a los trabajadores, en los casos que exista convenio de estabilidad.
Contribuciones al Essalud, respecto de las remuneraciones o los ingresos que correspondan a los trabajadores independientes que sean incorporados por mandato de una ley especial a Essalud como asegurados regulares.
Contribuciones a Essalud por concepto de pensiones.
Contribuciones a ONP bajo el régimen del Decreto Ley N° 19990.

Prima por el concepto de “+ Vida Seguro de Accidentes”.
Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo contratado con el Essalud para dar cobertura a los afiliados regulares del Essalud.
COSAP, creada por el artículo 4° de la Ley N° 28046.
Registro de Pensionistas del Régimen del Decreto Ley N° 20530, a los que hace referencia en el artículo 11 de la Ley N° 28046.
Prima por el concepto “Asegura tu pensión”, respecto de los afiliados obligatorios al Sistema Nacional de Pensiones que contraten el mencionado seguro.
Retenciones del aporte del trabajador minero, metalúrgico y siderúrgico cuyas actividades se encuentren comprendidas en los Decretos supremos N°s 029-89-TR y el Decreto Supremo N° 164-2001-EF y sus normas modificatorias, al Fondo Complementario de Jubilación Minera, Metalúrgica y Siderúrgica, otorgado por la Primera Disposición Complementaria Final del Reglamento de la Ley N° 29741.
Cuotas de fraccionamiento de los aporte del trabajador minero, metalúrgico y siderúrgico al Fondo Complementario de Jubilación Minera, Metalúrgica y Siderúrgica, otorgado por la Primera Disposición Complementaria Final del Reglamento de la Ley N° 29741, aprobado por Decreto Supremo N° 006-2012-TR.

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - SUNAT, 2013.

Elaboración propia.

El PDT Planilla Electrónica PLAME, en adelante PDT PLAME, será utilizado gradualmente a partir del período noviembre de 2011, de acuerdo a lo siguiente:

Tabla 6. Entrada en vigencia del PDT Planilla Electrónica PLAME.

Universo	Opcional	Obligatorio
Empleadores que en el período a declarar cuentan únicamente con PS 4ta categoría.		A partir de 11/2011.
Del Sector Público que en el período a declarar cuentan con trabajadores, pensionistas, prestadores de servicio (PS 4ta-5ta categoría y asegurados regulares del EsSalud incorporados por mandato de una ley especial), personal en formación y personal de terceros.	De 11/2011 a 12/2012	A partir de 01/2013
Del Sector privado y O. Entidades que en el período a declarar cuentan con trabajadores, pensionistas, prestadores de servicio (PS 4ta-5ta categoría y asegurados regulares del EsSalud incorporados por mandato de una ley especial), personal en formación y personal de terceros.		
➤ Hasta 5 personas	De 11/2011 a 09/2012.	A partir de 10/2012.
➤ Entre 6 y 50 personas	De 11/2011 a 10/2012.	A partir de 11/2012.
➤ Entre 51 y 1000	De 11/2011 a 11/2012.	A partir de 12/2012.
➤ Más de 1000	De 11/2011 a 12/2012.	A partir de 01/2013.

Fuente y elaboración: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - SUNAT, 2013.

Utilización de la PLAME

El PDT Planilla Electrónica – PLAME, en adelante PDT PLAME, podrá ser utilizado a partir del 01.12.2011 para presentar la PLAME, así como la declaración de los conceptos contenidos en la misma.

Para ingresar al PDT PLAME el usuario podrá autenticarse teniendo en cuenta lo siguiente:

- Si ingresa con clave SOL: el aplicativo habilita las opciones para sincronizar datos del empleador, así como sincronizar datos de trabajadores, pensionistas,

personal en formación y personal de terceros (en adelante prestadores), con los datos del T-REGISTRO. La sincronización se realiza del T-REGISTRO al PDT, y permite obtener la información necesaria para elaborar la declaración.

- Si ingresa sin clave SOL: se accede a las opciones del PDT, con excepción de la ejecución de los procesos de sincronización de datos. Cuando se ingresa por primera vez sin clave SOL, el aplicativo genera el usuario Administrador (“ADMINIST”) cuya contraseña inicial será “ADMINIST”, la misma que por seguridad de su información debe cambiar ingresando a la opción “Utilitarios” / “Cambiar contraseña”. El usuario Administrador puede registrar nuevos usuarios del PDT que puedan acceder a la información del RUC registrado, para ello ingrese a la opción “Utilitarios” / “Administrador de Usuarios”.

Adicionalmente a la sincronización, el aplicativo cuenta utilitarios que le permiten importar un “Archivo Personalizado del T-REGISTRO” con los datos del empleador y de sus prestadores. Dicho archivo se obtiene a través de SUNAT Operaciones en Línea, a través de la opción Mis declaraciones y pagos / Utilitarios para mis declaraciones y pagos.

2.13. RÉGIMEN LABORAL ESPECIAL Y GENERAL LABORAL:

Microempresa

Régimen Laboral Especial de la Microempresa

En virtud de los artículos 50°, 55° y 56° de la Ley MIPYME, cuyos textos son idénticos a los de los artículos 41°, 46° y 47° de la Ley MYPE, la Microempresa —al

igual que la Pequeña Empresa— puede acogerse al RLE de la MYPE que comprende: remuneración, jornada de trabajo de ocho (8) horas, horario de trabajo y trabajo en sobretiempo, descansos remunerados (descanso semanal, descanso vacacional de 15 días y descanso por días feriados) y protección contra el despido injustificado o arbitrario (10 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de 90 remuneraciones diarias). Sin embargo, los trabajadores de la Microempresa —a diferencia de los de la Pequeña Empresa— no tienen derecho a un Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (S.C.T.R) ni a un Seguro de Vida a cargo de su empleador, cuando corresponda, tampoco a los Derechos Colectivos, la Participación en las Utilidades, la C.T.S. ni a las Gratificaciones de Fiestas Patrias y Navidad.

Creación del Sistema de Pensiones Sociales (SPS) para la Microempresa

Conforme a lo dispuesto en el artículo 65° de la Ley MIPYME, que recoge el artículo 49° de la Ley MYPE, los trabajadores y conductores de la Microempresa podrán (carácter voluntario) afiliarse al SNP (ONP) o al SPP (AFP). Adicionalmente, según el artículo 66° de la Ley MIPYME, que recoge el artículo 58° de la Ley MYPE modificado por el artículo 3° de la Ley N° 29903, se crea el Sistema de Pensiones Sociales (SPS), de carácter “obligatorio”, para los trabajadores y conductores de la Microempresa que no superen los cuarenta (40) años de edad y que se encuentren bajo los alcances de la citada norma. Es de carácter “facultativo” para los trabajadores y conductores que tengan más de cuarenta (40) años de edad, a la fecha de entrada en vigencia de la citada Ley. Sólo podrán afiliarse al SPS los trabajadores y conductores de la Microempresa. No están comprendidos en los alcances de esta norma los trabajadores que se encuentren afiliados

o sean beneficiarios de otro régimen previsional. El aporte mensual de cada afiliado equivale a una tasa de aporte gradual hasta un máximo del cuatro por ciento (4%) sobre la RMV (que asciende a S/.850 a partir del 01-05-2016) que se establecerá mediante decreto supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas, teniendo en cuenta doce (12) aportaciones anuales. El afiliado puede elegir que sus aportes sean administrados por una AFP o por la ONP, las que pueden determinar una comisión por la administración de los aportes del afiliado. El aporte del Estado se efectuará a favor de los afiliados que perciban una remuneración no mayor a 1.5 de la RMV y en ningún caso será mayor a la suma equivalente de los aportes del afiliado.

Por su parte, la Quinta Disposición Complementaria Final del Reglamento de la Ley MYPE establece que la afiliación y el pago de los aportes al SPS en la entidad administradora de las cuentas individuales de los afiliados se iniciarán al mes siguiente en que la SBS autorice su funcionamiento.

Tabla 7. Comparativo. Régimen Laboral Especial de la MYPE.

RÉGIMEN LABORAL ESPECIAL DE LA MYPE – CUADRO COMPARATIVO		
DERECHO	MICROEMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
Remuneración	RMV (S/.850). Con acuerdo del CNT podrá ser menor.	RMV (S/.850).
Jornada de Trabajo	8 horas.	8 horas.
Horario de Trabajo	Horario nocturno: No se aplicará la sobretasa del 35%.	Horario nocturno: No se aplicará la sobretasa del 35%.
Trabajo en Sobretiempo	Remuneración por trabajo en sobretiempo.	Remuneración por trabajo en sobretiempo.
Descanso Semanal	Descanso semanal y en días feriados.	Descanso semanal y en días feriados.
Descanso Vacacional	15 días calendario de descanso por cada año completo de servicios. Puede reducirse a 7 días, recibiendo la respectiva compensación económica.	15 días calendario de descanso por cada año completo de servicios. Puede reducirse a 7 días, recibiendo la respectiva compensación económica.

Indemnización por Despido Injustificado	10 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de 90 remuneraciones diarias.	20 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de 120 remuneraciones diarias.
Seguro Complementario de Trabajo y de Riesgo (SCTR)	No les corresponde.	De acuerdo a lo dispuesto en la Ley N° 26790.
Seguro de Vida	No les corresponde.	De acuerdo a lo dispuesto en el Decreto Legislativo N° 688.
Derechos Colectivos	No les corresponde.	Normativa Régimen Laboral Común.
Participación en las Utilidades	No les corresponde.	De acuerdo a lo dispuesto en el Decreto Legislativo N° 892.
CTS	No les corresponde.	15 remuneraciones diarias por año completo de servicios, hasta alcanzar un máximo de 90 remuneraciones diarias.
Gratificaciones de Fiestas Patrias y Navidad	No les corresponde.	El monto de las gratificaciones es equivalente a media remuneración cada una.
Aseguramiento en	ESSALUD (9% de la remuneración)	ESSALUD (9 % de la remuneración)

Salud	o SIS subsidiado (S/.15) para el propietario y trabajador, así como a sus derechohabientes.	
Sistema de Pensiones	<p>Los trabajadores y conductores podrán afiliarse al SNP (ONP) o al SPP (AFP).</p> <p>Aquellos que no se encuentran afiliados o sean beneficiarios de algún régimen previsional, podrán optar por el Sistema de Pensiones Sociales (SPS).</p> <p>El SPS es de carácter obligatorio para los trabajadores y conductores de la microempresa que no superen los cuarenta (40) años de edad y es de carácter facultativo para aquellos que tengan más de cuarenta (40) años de edad.</p>	Los trabajadores deberán afiliarse al SNP (ONP) o al SPP (AFP).

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - SUNAT.

Elaboración propia.

2.14. MODALIDADES DE CONTRATOS LABORALES.

En líneas generales, cuando una empresa requiere contratar personal que labore dentro de ella, se debe evaluar la forma en la cual se contratará a los trabajadores.

Por ello, en este caso analizaremos las formas más comunes utilizadas por las empresas en la contratación de personal regulados por la legislación laboral vigente.

De esta manera se podrá identificar el(los) mecanismo(s) de contratación laboral más eficiente(s).

Para el presente proyecto, tendremos en cuenta la Contratación Laboral Directa, que paso a desarrollar en las siguientes líneas:

LA CONTRATACION LABORAL DIRECTA

A continuación presentaremos las modalidades de contratación laboral a utilizar por la empresa QUALITY PRINTING E.I.R.L, que se dará de manera directa con el trabajador.

A PLAZO INDEFINIDO

Este tipo de contrato le permitirá a la empresa que el trabajador contratado pueda atender las labores de tipo ordinaria y permanente que se presenten en cada oportunidad mientras esté vigente la relación laboral.

Según esta modalidad se contratarán a los **Jefes** de cada área.

Cabe indicar que la Ley de Protección de la Contratación Laboral, específicamente en el texto del artículo 4º presume la existencia del contrato de trabajo, siempre que se trate de una relación en la que exista remuneración otorgada por el empleador al trabajador y que sus labores sean prestadas bajo una relación de subordinación.

Bajo la modalidad de contratación indefinida no se requiere que el contrato se encuentre en la modalidad escrita, por esta razón no existe la obligación de presentarlo ante el Ministerio de Trabajo y si eventualmente la empresa deseara presentarlo de todas maneras, dicho trámite no involucra algún gasto de la empresa.

A PLAZO FIJO

Conocido también como contrato de tipo modal o a plazo determinado. Esta es una modalidad de contratación laboral que la mayoría de las empresas utilizan, sobre todo aquella en donde se busca justificar la contratación de personal bajo el argumento que se trata de un inicio o incremento de actividades.

Otras de las modalidades utilizadas bajo este rubro están las relacionadas con las necesidades del mercado, argumentando que es necesaria y justificada la naturaleza temporal, lo cual permitiría en cierto modo al vencimiento del contrato no efectuar renovaciones al trabajador. Ello determina una flexibilidad y margen muy amplio al empleador, a diferencia del contrato a plazo indeterminado que analizamos anteriormente.

Debemos indicar que las modalidades utilizadas en este tipo de contratación justifican solo su uso por un determinado número de años, conforme observamos a continuación:

- ❖ Para el caso del contrato de inicio de actividad: Plazo de 3 años.
- ❖ Para el caso del contrato que justifica las necesidades del mercado: Plazo 5 años.
- ❖ Para el caso del contrato de reconversión empresarial: Plazo 2 años.
- ❖ Para el caso del contrato ocasional: Plazo 6 meses cada año.

Dentro de esta modalidad se contratará al personal de **Servicio Técnico** que laborará dentro de la empresa. Así como futuros asistentes administrativos que con el correr del tiempo, al incrementar sus utilidades, la empresa pudiera contratar.

El problema que puede presentarse en el trabajador es una cierta sensación de inseguridad cada vez que se acerca el vencimiento del plazo del contrato y espera una renovación posterior. Tomando en cuenta que al tratarse de contratos de naturaleza temporal y considerando además un plazo fijo, se determina que el empleador tiene el derecho de no renovar contrato al trabajador una vez vencido el plazo.

De esta manera, el empleador puede llegar a no otorgar inclusive una explicación al trabajador por la no renovación del contrato.

Cabe señalar, que los contratos a plazo fijo mencionados en este punto se celebran por escrito de manera obligatoria y deben presentarse ante el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo dentro del plazo de los quince (15) días posteriores, debiendo sustentarse la causa objetiva que motiva la contratación del personal.

A TIEMPO PARCIAL

Bajo esta modalidad de contratación laboral la prestación de servicios se realiza por parte del trabajador a favor del empleador en una jornada de trabajo inferior a la jornada ordinaria del centro de trabajo, permitiendo de este modo que la prestación de servicios sea en parte de la jornada laboral de la empresa, en determinados días de la semana previamente acordados, a ciertas horas del día, algunas semanas del mes e inclusive en algunos meses del año.

Se considera una jornada parcial de trabajo aquella que tiene una jornada inferior a las cuatro (4) horas del día.

El trabajador que presta servicios bajo esta modalidad se encuentra desprotegido de algunos derechos laborales que le corresponderían si es que laborara en una jornada completa de ocho (8) horas.

Los derechos que pierde el trabajador por acogerse a este tipo de contrato son tres:

- Compensación por Tiempo de Servicios – CTS.
- Protección contra el despido arbitrario.
- Descanso Vacacional.

Dentro de este grupo podemos mencionar a los **Asesores** que brinden determinado tipo de servicio a la empresa.

2.15. CONTRATOS COMERCIALES Y RESPONSABILIDAD CIVIL DE LOS ACCIONISTAS

Según el tipo de empresa que estoy creando, no se contará con accionistas, por lo tanto no se mencionará lo correspondiente al tema.

3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

El presente plan de negocios se trabajará para una IMPORTACIÓN.

3.1. IDENTIFICACIÓN, DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

A IMPORTAR

El producto a importar es Tóner de color negro de la marca Xerox modelo 006R03250, compatible con impresora láser HP LaserJet M125/M125NW, LaserJet M127, LaserJet M201, LaserJet M225, que en físico es como se muestra en la siguiente imagen:



Figura 5. Caja exterior referencial del modelo del tóner a importar.

Fuente: Página Web de Xerox, revisado 10 de septiembre de 2017.

Elaboración: Xerox.

3.1.1. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

El producto a importar en nuestro país se encuentra clasificado bajo la Partida Arancelaria N° 8443.99.00.00.

Tabla 8. Clasificación Arancelaria.

SECCIÓN:XVI MÁQUINAS Y APARATOS, MATERIAL ELÉCTRICO Y SUS PARTES; APARATOS DE GRABACIÓN O REPRODUCCIÓN DE SONIDO, APARATOS DE GRABACIÓN O REPRODUCCIÓN DE IMAGEN Y SONIDO EN TELEVISIÓN.

CAPÍTULO:84 Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; partes de estas máquinas o aparatos.

84.42 Máquinas, aparatos y material (excepto las máquinas herramienta de las partidas nos 84.56 a 84.65) para fundir o componer caracteres o para preparar o fabricar clisés, planchas, cilindros o demás elementos impresores; caracteres de imprenta.

8442.30.10.00 - - Máquinas para componer por procedimiento fotográfico.

8442.30.20.00 - - Máquinas, aparatos y material para componer caracteres por otros procedimientos, incluso con dispositivos para fundir.

8442.30.90.00 - - Los demás.

8442.40.00.00 - Partes de estas máquinas, aparatos o material.

8442.50 - Caracteres de imprenta, clisés, planchas, cilindros y demás elementos impresores; piedras litográficas, planchas, placas y cilindros, preparados para la impresión (por ejemplo: aplanados, graneados).

8442.50.10.00 - - Caracteres (tipos) de imprenta.

8442.50.90.00 - - Los demás.

84.43 Máquinas y aparatos para imprimir, incluidas las máquinas para imprimir por chorro de tinta, excepto los de la partida no 84.71; máquinas auxiliares para la impresión.

- Máquinas y aparatos para imprimir, offset.

8443.11.00.00 - - Máquinas y aparatos para imprimir, offset, alimentados con bobinas.

8443.12.00.00 - - Máquinas y aparatos de oficina para imprimir, offset, alimentados con hojas en las que un lado sea inferior o igual a 22 cm y el otro sea inferior o igual a 36 cm, medidas sin plegar.

8443.13.00.00 - - Las demás máquinas y aparatos para imprimir, offset.

8443.14.00.00 - - Máquinas y aparatos para imprimir, tipográficos, alimentados con bobinas, excepto las máquinas y aparatos flexográficos.

8443.15.00.00 - - Máquinas y aparatos para imprimir, tipográficos, distintos de los alimentados con bobinas, excepto las máquinas y aparatos flexográficos.

8443.16.00.00 - - Máquinas y aparatos para imprimir, flexográficos.

8443.17.00.00 - - Máquinas y aparatos para imprimir, heliográficos (huecograbado).

8443.19.10.00 - - - De estampar.

8443.19.90.00 - - - Los demás.

8443.31.00.00 - - Máquinas que efectúan dos o más de las siguientes funciones: impresión, copia o fax, aptas para ser conectadas a una máquina automática para tratamiento o procesamiento de datos o a una red.

8443.32.11.00 - - - - Del tipo de las utilizadas para impresión sobre discos compactos.

8443.32.19.00 - - - - Las demás.

8443.32.20.00 - - - Telefax.

8443.32.90.00 - - - Las demás.

8443.39.10.00 - - - Máquinas para imprimir por chorro de tinta.

8443.39.90.00 - - - Las demás.

8443.91.00.00 - - Partes y accesorios de máquinas y aparatos para imprimir por medio de planchas, cilindros y demás elementos impresores de la partida 8442.

8443.99.00.00 - - Los demás.

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT, Revisado 10 de setiembre de 2017.

Elaboración: Propia.

Para lo cual debemos tomar en cuenta las siguientes medidas impositivas para las mercancías de la sub partida nacional **8443.99.00.00** establecidas para su ingreso a nuestro país:

Tabla 9. Gravámenes vigentes y valor porcentual.

GRAVÁMENES VIGENTES	VALOR
Ad / Valorem	0%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General a las Ventas	16%
Impuesto de Promoción Municipal	2%
Derecho Específicos	N.A.
Derecho Antidumping	N.A.
Seguro	1%
Sobretasa	0%
Unidad de Medida:	(*)

Nota: N.A.: No es aplicable para esta sub partida.

Fuente y Elaboración: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT, Revisado 10 de setiembre de 2017.

Por otro lado, en el país de origen; Estados Unidos de Norte América; la partida arancelaria es **8443.90.00.00**

Tabla 10. Clasificación arancelaria del producto en Estados Unidos.

Subpartida	Descripción	Arancel Base	Categoría de Desgravación	Salvaguardia	Observaciones
8442509000	Clisés, planchas, cilindros y demás elementos impresores; piedras litográficas, planchas, placas y cilindros, preparados para la impresión	4%	A		
8443110000	Impresoras offset alimentadas con bobinas	4%	A		
8443120000	Impresoras offset alimentadas con hojas de formato inferior o igual a 22 cm x 36 cm (offset de oficina)	4%	A		
8443190000	Demás impresoras offset	7%	A		
8443210000	Impresoras tipográficas, alimentadas con bobinas, excepto flexográficas	4%	A		
8443290000	Demás impresoras tipo gráficas, excepto alimentadas con bobina y las flexográficas	4%	A		
8443300000	Maquinas y aparatos para imprimir, flexograficos	4%	A		
8443400000	Maquinas y aparatos para imprimir, heliograficos (huecograbado)	4%	A		
8443510000	Maquinas para imprimir por chorro de tinta	4%	A		
8443591000	Máquinas de estampar	4%	A		
8443599000	Demás máquinas y aparatos para imprimir, excepto de estampar y de imprimir por chorro de tinta	4%	A		
8443600000	Máquinas auxiliares de imprenta	4%	A		
8443900000	Partes de máquinas y aparatos para imprimir y sus máquinas auxiliares	4%	A		
8444000000	Máquinas para el hilado (extrusión), estirado, texturado o cortado, de materias textiles sintéticas o artificiales	4%	A		

Fuente y Elaboración: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR, revisado 12 de setiembre de 2017.

De igual manera se detalla el Convenio Internacional que tiene Perú con Estados Unidos, por el cual se importará el producto en mención:

Tabla 11. Convenios Internacionales por subpartida.

PAIS	CONVENIO INTERNAC.	FECHA VIGENCIA	ARANCEL BASE/PREFER.	% ADV	OBSERV.
EE.UU.	802 - ACUERDO DE PROMOCION COMERCIAL PERU - EE.UU.	01/01/2012-31/12/9999	4%	100%	---

Fuente y Elaboración: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT, revisado 10 de setiembre de 2017.

Se hace mención de que a la fecha el producto no cuenta con restricciones de ingreso al Perú, para el **Régimen de Importación -10:**

Tabla 12. Restricciones y prohibiciones para el tránsito de mercancías de la subpartida 8443990000.

RESTRICCIONES Y PROHIBICIONES PARA EL INGRESO Y SALIDA AL PAÍS DE LAS MERCANCÍAS DE LA SUBPARTIDA NACIONAL 8443990000						
RÉGIMEN	MERCADERÍA		CONTROL	VIGENCIA		BASE LEGAL
	COD.	DESCRIPCIÓN		DESDE	HASTA	
				10	'01	

Fuente y Elaboración: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT, revisado 10 de setiembre de 2017.

- No existen restricciones de Inspección.
- No existen Prohibiciones de salida de la mercancía.
- No existen Prohibiciones del Ingreso de la mercancía.

3.1.2. FICHA TÉCNICA COMERCIAL

Generalidades del producto

Características.

- Ahorro inmediato.

Entre el 25% y 40% de ahorro en costes comparado con los cartuchos HP, Brother , Lexmark , Kyocera , OKI, Canon, Epson, IBM-InfoPrint y Panasonic.

Rendimiento de páginas significativamente superior al del fabricante original.

Coste por página inferior al del fabricante original en TODOS los cartuchos Xerox.

- Calidad del líder de la tecnología del tóner.

Xerox es el líder de la tecnología del tóner con excelencia en color.

Pruebas de impresión del 100% de los cartuchos aseguran una excelente calidad de impresión.

Diseñado y desarrollado por el centro tecnológico de Xerox según las especificaciones del fabricante original.

- Confianza.

El uso de cartuchos Xerox no invalida la garantía de la impresora OEM (Original Equipment Manufacturer).

Todos los cartuchos disponen de garantía de por vida..

Xerox ofrece una línea gratuita para dar apoyo a los usuarios finales.

Los cartuchos Xerox están diseñados para minimizar desperdicios y reusar y reciclar materiales.

- Sostenibilidad

Los cartuchos de reemplazo se mantienen fuera de la corriente de desechos, ya que contienen componentes nuevos y reprocesados, todas las partes xerográficas críticas son 100% nuevas.

Los cartuchos contienen sólo tóner especificado por Xerox. También nuevos fotorreceptores, cuchillas de limpieza, cilindros, manguitos rodillo revelador y más. Xerox cuenta con una larga historia de gestión medio ambiental.

Con los cartuchos de reemplazo no sólo ahorrará dinero, sino que contribuirá a la protección del medio ambiente. Es la mejor opción para su negocio, ya que, al reciclar los cartuchos usados, disminuye la huella de carbono.

A continuación, se adjunta el Gráfico 1 que permite conocer por dentro las partes principales del producto a importar:

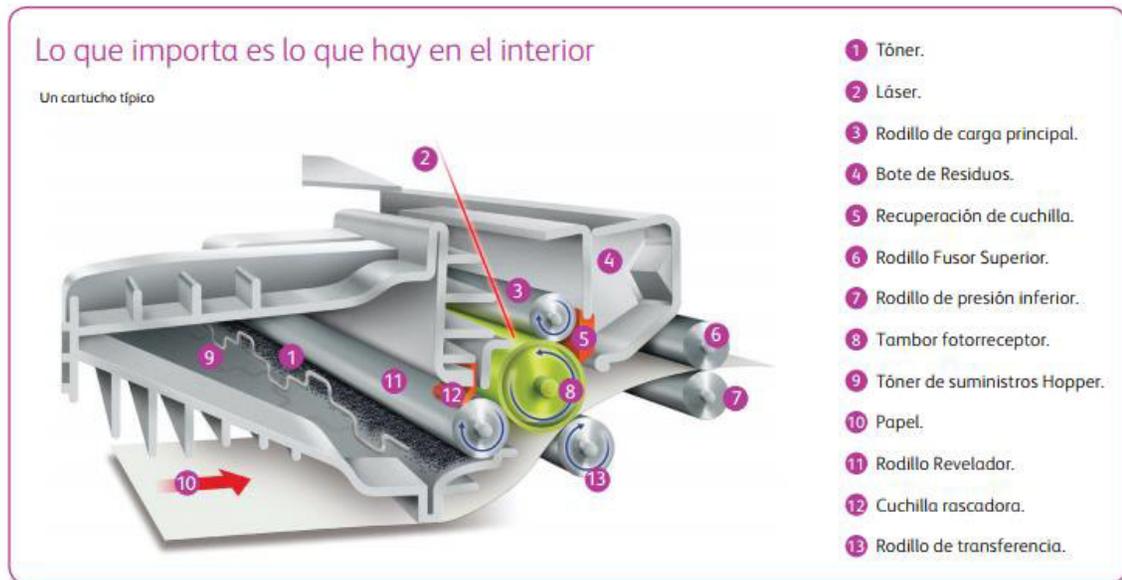


Figura 6. Partes interiores que conforman el tóner.

Fuente y elaboración: Página Web de Xerox, revisado 10 de setiembre de 2017

De acuerdo entonces a lo arriba mencionado, se detalla el modelo del cartucho que se va a importar en este caso es el siguiente:

Tabla 13. Ficha técnica del producto a importar.

<p>MODELO 006R03250</p> <p>Cartucho de tóner negro. Equivalente a HP CF283A. Compatible con HP LaserJet M125/M125NW, LaserJet M127, LaserJet M201, LaserJet M225.</p>	 <p>The image shows a white rectangular box for a Xerox replacement toner cartridge. The box features the Xerox logo in red and green on the right side. Text on the box includes 'Replacement Cartridge for Laser Printer', 'HP LaserJet Color', and a list of compatible models: 'Black Toner • Toner noir • Toner negro • Toner black • Toner preto'. There is also a small illustration of people working at a computer on the right side of the box.</p>
<p>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</p>	
<p>Productos compatibles</p>	<p>HP LaserJet M127, HP LaserJet M125/M125NW, HP LaserJet M201, HP LaserJet M225</p>
<p>Equivalente del fabricante original</p>	<p>CF283A</p>
<p>UPC Code</p>	<p>95205827712</p>
<p>Capacidad</p>	<p>1500⁽¹⁾</p>

Fuente y elaboración: Página Web de Xerox, revisado 10 de setiembre de 2017

Los cartuchos de tóner Xerox para impresoras HP ofrecen una brillante calidad de imagen y fiabilidad excelente a un precio asequible. En comparación con el cartuchos

de tóner original HP, obtendrá de media un rendimiento de páginas 10 % superior, pagará en torno a un 25 % menos y recibirá una garantía 100 % de por vida. Obtenga más, pague menos y evite problemas. La satisfacción está garantizada (Página web Xerox, revisado 10 de septiembre de 2017).

Los productos están destinados a clientes profesionales. Todos los productos se producen en una fábrica que utiliza componentes nuevos, así como piezas recicladas que son operativamente equivalentes a piezas nuevas.

(1) Páginas promedio estándar. Rendimiento declarado de acuerdo con la norma ISO/IEC 19752. El rendimiento varía según la imagen, la cobertura y el modo de impresión.

3.1.3. ECUACIÓN DE VALOR PARA EL MERCADO NACIONAL

En el caso del producto a importar, Tóneres para impresoras láser, se encuentra los siguientes beneficios versus los costos que se ofrecen para el mercado nacional.

VALOR = BENEFICIO – COSTO

Por el lado del Beneficio encontramos:

Mayor rendimiento en páginas del tóner original XEROX versus el tóner original de la marca HP.

Menor costo de adquisición del tóner original XEROX versus el tóner original de la marca HP.

Garantía de por vida del tóner original XEROX.

Garantía por reparación en caso se demostrase que el tóner original XEROX haya generado un problema al equipo HP.

Por el lado del Costo encontramos:

Adquirir tóneres originales de la marca HP tienen un mayor costo.

No se cuenta con disponibilidad conforme avanza el tiempo y salen nuevos modelos.

No hay una garantía de por vida del tóner HP.

3.1.4. DETERMINACIÓN DE LA MARCA A USAR

La marca a usar es la misma del proveedor, en este caso, Xerox.

Xerox es una marca conocida mundialmente por ofrecer productos innovadores, sostenibles con el medio ambiente.

Estos valores son nuestra fortaleza para la venta de los tóneres compatibles con otras marcas.



Figura 7. Logo marca Xerox.

Fuente: Página Web de Xerox, revisado 10 de setiembre de 2017

3.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO OBJETIVO

3.2.1. SEGMENTACIÓN DE MERCADO OBJETIVO (MACRO Y MICRO SEGMENTACIÓN)

Por la Macro Segmentación podemos indicar que nuestro producto lo vamos a distribuir en entidades privadas y públicas, dónde se realicen compras de suministro de tóner a partir de 5 unidades mensuales.

Las empresas consideradas para esta investigación son las distintas Universidades ubicadas en Lima, privadas.

Por la Micro Segmentación podemos indicar que nuestro público serán las Universidades que tengan dentro de sus equipos las impresoras láser HP con las cuales es compatible el modelo de Tóner 006R03250, fabricado por la representada Xerox.

3.2.2. DEFINICIÓN DEL PERFIL DE CONSUMIDOR

El tipo de consumidor al que nos vamos a dirigir serán aquellas Universidades privadas que tienen dentro de su parque informático de impresoras, equipos laser de la marca HP con los que son compatibles los cartuchos de marca Xerox, tal como se muestran los modelos de impresoras en la ficha técnica del producto y cuya demanda mensual de suministros de tóner no es menor a 5 unidades mensuales en total. Además nos vamos a dirigir a consumidores potenciales, quienes hoy realizan la compra de suministros originales de la misma marca de la impresora HP.

3.2.3. MEDICIÓN DEL MERCADO OBJETIVO

Para ello se deberá considerar, en primer lugar, el número de Universidades existentes en el país, entre públicas y privadas; las cuales hasta el año 2014 sumaban un total de 142 entidades. De acuerdo a la información obtenida por la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (SUNEDU, revisado 15 de setiembre de 2017):

Tabla 14. Establecimientos educativos. Número de Universidades públicas y privadas al año 2014.

Año	Total	Públicas	%	Privadas	%
2014	142	51	35.92	91	64.08

Fuente: Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria, revisado 15 de setiembre de 2017.

Elaboración propia.

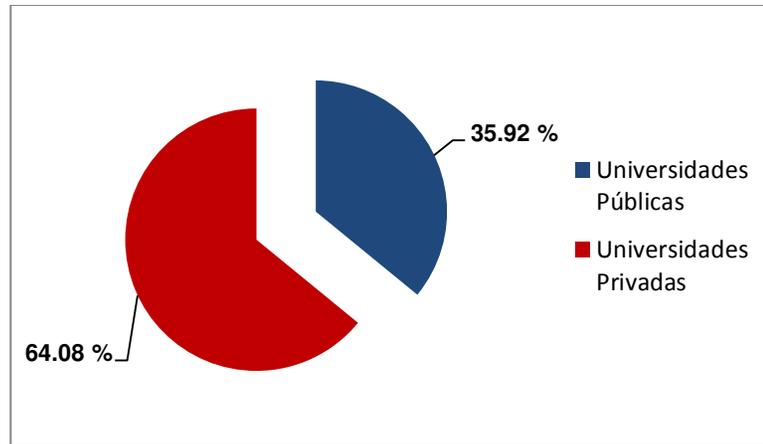


Figura 8. Universidades Peruanas públicas y privadas.

Fuente: Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria, revisado 15 de setiembre de 2017.

Elaboración propia.

Asimismo, cabe mencionar que dentro del universo señalado, sólo se tomará en cuenta para el presente trabajo las Universidades ubicadas en Lima Metropolitana, ya sean entidades pertenecientes al sector privado como público, las cuales según lo investigado suman un total de 50 entidades:

Tabla 15. Universidades en Lima Metropolitana.

UNIVERSIDADES EN LIMA METROPOLITANA			
N	UNIVERSIDAD	TIPO	CIUDAD
1	Pontificia Universidad Católica del Perú	Privada	Lima
2	Facultad de Teología Pontificia y Civil de Lima	Privada	Lima
3	Universidad Alas Peruanas	Privada	Lima

4	Universidad Antonio Ruiz de Montoya	Privada	Lima
5	Universidad Autónoma del Perú	Privada	Lima
6	Universidad Autónoma Municipal de Los Olivos	Publica	Lima
7	Universidad Católica Sedes Sapientiae	Privada	Lima
8	Universidad Científica del Sur	Privada	Lima
9	Universidad de Ciencias y Artes de América Latina	Privada	Lima
10	Universidad de Ciencias y Humanidades	Privada	Lima
11	Universidad de Ingeniería y Tecnología	Privada	Lima
12	Universidad de Lima	Privada	Lima
13	Universidad de San Martín de Porres	Privada	Lima
14	Universidad del Pacífico	Privada	Lima
15	Universidad ESAN	Privada	Lima
16	Universidad Femenina del Sagrado Corazón	Privada	Lima
17	Universidad Inca Garcilaso de la Vega	Privada	Lima
18	Universidad Interamericana para el Desarrollo	Privada	Lima
19	Universidad Jaime Bausate y Meza	Privada	Lima
20	Universidad Le Cordon Bleu	Privada	Lima
21	Universidad María Auxiliadora	Privada	Lima
22	Universidad Nacional Agraria La Molina	Publica	Lima
23	Universidad Nacional de Ingeniería	Publica	Lima
24	Universidad Nacional Federico Villarreal	Publica	Lima
25	Universidad Nacional Mayor de San Marcos	Publica	Lima
26	Universidad Nacional Tecnológica de Lima Sur	Publica	Lima
27	Universidad Peruana Cayetano Heredia	Privada	Lima
28	Universidad Peruana de Arte Orval	Privada	Lima

29	Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas	Privada	Lima
30	Universidad Peruana de Ciencias e Informática	Privada	Lima
31	Universidad Peruana de Integración Global	Privada	Lima
32	Universidad Peruana de Investigación y Negocios	Privada	Lima
33	Universidad Peruana de las Américas	Privada	Lima
34	Universidad Peruana Simón Bolívar	Privada	Lima
35	Universidad Privada Arzobispo Loayza	Privada	Lima
36	Universidad Privada Juan Pablo II	Privada	Lima
37	Universidad Privada Marcelino Champagnat	Privada	Lima
38	Universidad Privada Norbert Wiener	Privada	Lima
39	Universidad Privada Peruano Alemana S.AC.	Privada	Lima
40	Universidad Privada San Juan Bautista SAC	Privada	Lima
41	Universidad Privada SISE	Privada	Lima
42	Universidad Privada Telesup	Privada	Lima
43	Universidad Ricardo Palma	Privada	Lima
44	Universidad San Andrés	Privada	Lima
45	Universidad San Ignacio de Loyola	Privada	Lima
46	Universidad Santo Domingo de Guzmán	Privada	Lima
47	Universidad Seminario Bíblico Andino	Privada	Lima
48	Universidad Seminario Evangélico de Lima	Privada	Lima
49	Universidad Tecnológica del Perú	Privada	Lima
50	Universidad César Vallejo – Sede Lima	Privada	Lima

Fuente: Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria, revisado 15 de setiembre de 2017.

Elaboración propia.

3.3. ANÁLISIS DE OFERTA Y DEMANDA EN EL MERCADO

3.3.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA

En el mercado de venta de suministros de tóner originales existen diferentes marcas, diferentes precios y rendimientos por cada tipo de producto. El negocio de todo fabricante de impresoras está en la venta posterior de sus consumibles y entre ellos el principal, es el cartucho de tóner. Los tóneres propios de la marca de la impresora, tienen un precio variado en el mercado y varía también el rendimiento en páginas de cada uno de ellos. La única marca con reconocimiento mundial que ha lanzado al mercado productos de tóner original compatible para otra marca, es XEROX. Si comparamos el precio del tóner original XEROX con el precio del tóner original HP, ambos productos para una misma impresora HP, existe una marcada diferencia a favor de XEROX. La diferencia no solamente está dada en el precio sino también en un mayor rendimiento en páginas.

3.3.2. ANÁLISIS Y CÁLCULO DE LA DEMANDA

La demanda de los productos de tóner original para impresoras láser cada vez está buscando otras alternativas, dado el alto precio de venta con el que los venden los fabricantes. Dentro de esas otras alternativas, busco ofrecer una opción que no salga de la compra de productos originales pero a un precio mucho menor y con un rendimiento en su compra en páginas, mucho mayor que el original de la misma marca HP.

En ese sentido, lo primero que hemos tenido que hacer es segmentar nuestro mercado. Por lo tanto, hemos seleccionado trabajar solamente con Universidades de

Lima Metropolitana, entre privadas y públicas. En función de esta segmentación hemos identificado en nuestra investigación. En el Perú existen un total de 143 universidades entre privadas y públicas. De este gran grupo, solo 50 universidades se encuentran en Lima Metropolitana:

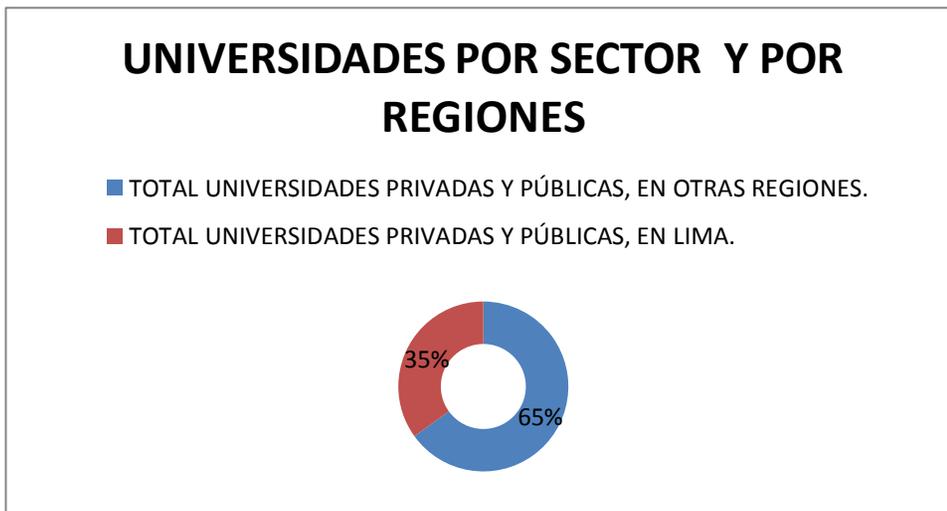


Figura 9. Universidades por sector y por Regiones.

Fuente: Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria, revisado 15 de setiembre de 2017.

Elaboración propia.

Ahora bien, de las 50 universidades (entre privadas y públicas) que se encuentran en Lima, hemos logrado identificar 25 universidades dónde es posible colocar nuestro producto original XEROX XNX y fidelizar al cliente con nuestro producto.

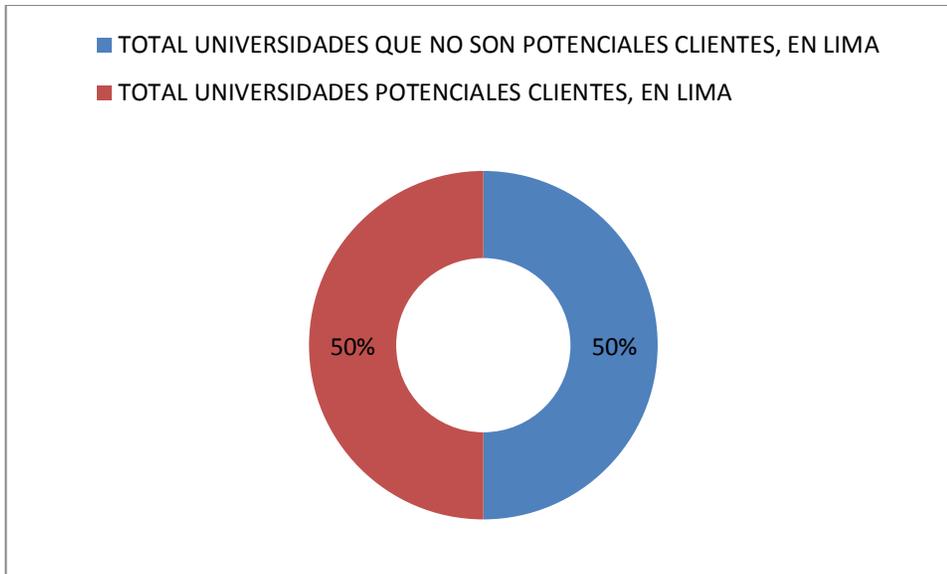


Figura 10. Nicho de mercado.

Fuente y Elaboración propia.

Por lo tanto, nuestro público objetivo serán estas 25 universidades (entre privadas y públicas), dónde se concentrará nuestra atención para el ofrecimiento y futura venta de suministros XNX con la marca XEROX.

Teniendo en cuenta que el parque de impresoras en su totalidad, entre todos los clientes de Lima Metropolitana, es de 1,686 impresoras de diversas marcas y modelos. De ese gran total, el 13% corresponde a impresoras en las cuales podemos vender e instalar el tóner XNX XEROX, ya que dichos modelos de impresoras son compatible con el producto.

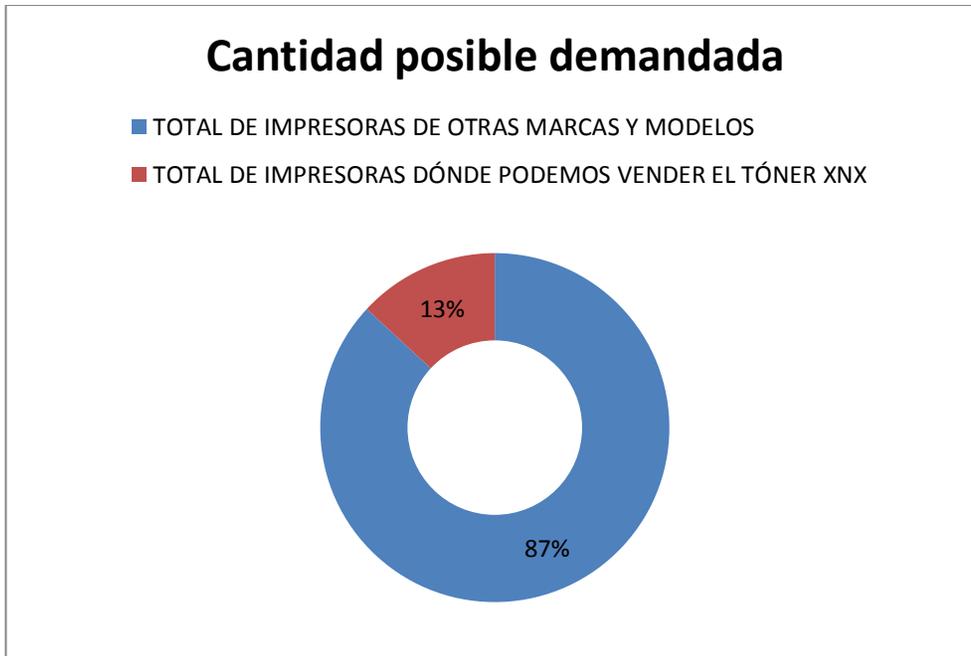


Figura 11. Cantidad posible demandada.

Fuente y Elaboración propia.

Cabe mencionar que para poder medir la demanda del producto a importar, se ha realizado levantamiento de información telefónica de las diferentes universidades de Lima Metropolitana a través de su Área de Logística, así como el Área de Sistemas, según corresponda.

Dicha información recogida se ve plasmada en las siguientes cifras que nos permiten conocer qué cantidades de tóner XNX podremos vender.

Tabla 16. Cantidad de impresoras por modelo de la marca HP compatibles con el tóner XNX Xerox.

N	UNIVERSIDAD	TIPO	CIUDAD	HP LJ	HP LJ	HP LJ	HP LJ	TOTAL
				M125	M225	M127	M201	
1	Pontificia Universidad Católica del Perú	Privada	Lima	2	3	1	5	11
2	Universidad Alas Peruanas	Privada	Lima			15		15
3	Universidad Antonio Ruiz de Montoya	Privada	Lima	6	5	5		16
4	Universidad Autónoma del Perú	Privada	Lima			7		7
5	Universidad Autónoma Municipal de Los Olivos	Publica	Lima			2		2
6	Universidad Católica Sedes Sapientiae	Privada	Lima	2	1	12	1	16
7	Universidad de Ciencias y Artes de América Latina	Privada	Lima			4		4
8	Universidad de Ciencias y Humanidades	Privada	Lima			2		2
9	Universidad de San Martín de Porres	Privada	Lima			11		11
10	Universidad del Pacífico	Privada	Lima	3	3			6
11	Universidad Femenina del Sagrado Corazón	Privada	Lima			2		2
12	Universidad Inca Garcilaso de la Vega	Privada	Lima		4	2	4	10
13	Universidad Jaime Bausate y Meza	Privada	Lima			10		10
14	Universidad Nacional Mayor de San Marcos	Publica	Lima			3		3

15	Universidad Peruana de Integración Global	Privada	Lima	6	5			11
16	Universidad Peruana Simón Bolívar	Privada	Lima	2	1	35	8	46
17	Universidad Privada Juan Pablo II	Privada	Lima			2		2
18	Universidad Privada Norbert Wiener	Privada	Lima			8	2	10
19	Universidad Privada Peruano Alemana S.A.C.	Privada	Lima	4		2		6
20	Universidad Privada SISE	Privada	Lima	3	3			6
21	Universidad Ricardo Palma	Privada	Lima			2		2
22	Universidad San Andrés	Privada	Lima		4		3	7
23	Universidad Seminario Bíblico Andino	Privada	Lima			9		9
24	Universidad Seminario Evangélico de Lima	Privada	Lima	2		2		4
25	Universidad Tecnológica del Perú	Privada	Lima				3	3
TOTAL CANT. IMPRESORAS MODELO HP COMPATIBLES CON TONER XNX				30	29	136	26	221

Fuente y Elaboración propia.

Es importante tener presente que la marca HP, es una marca reconocida a nivel mundial en productos tecnológicos (pc's, impresoras, laptops, servidores, etc.). Tal reconocimiento y participación en el mercado, también se ve reflejada en la siguiente gráfica, dónde podemos apreciar que del total de impresoras que se administran en Lima por las Universidades mencionadas, el 52% de ellas son de la marca HP y podemos ofrecerle nuestros productos.

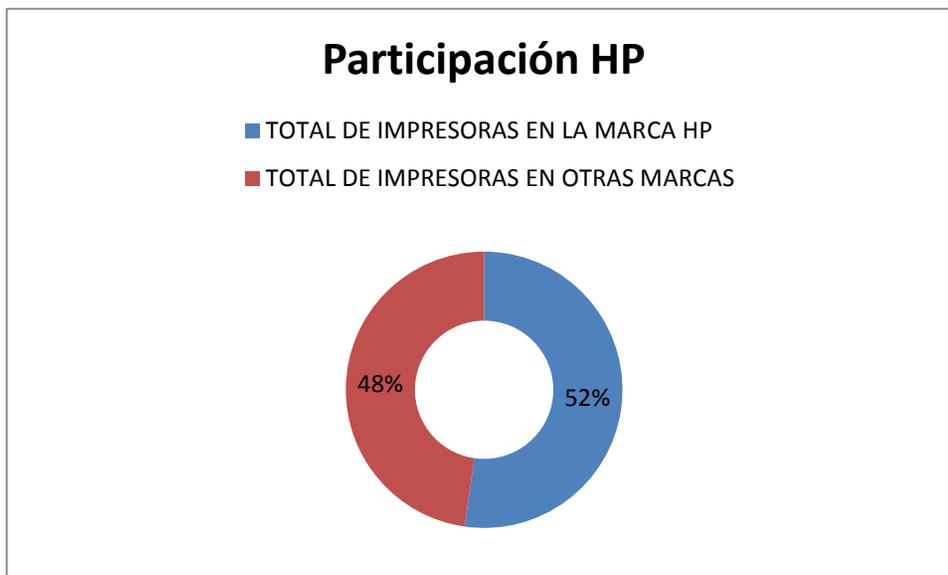


Figura 12. Porcentaje de Participación de las impresoras HP.

Fuente y Elaboración propia.

Finalmente, de la cantidad de impresoras HP (881 unidades) que hay en las universidades (públicas o privadas) de Lima Metropolitana, el 25% de ellas terminan siendo nuestra oportunidad para venderle un tóner original XEROX de la marca XNX:

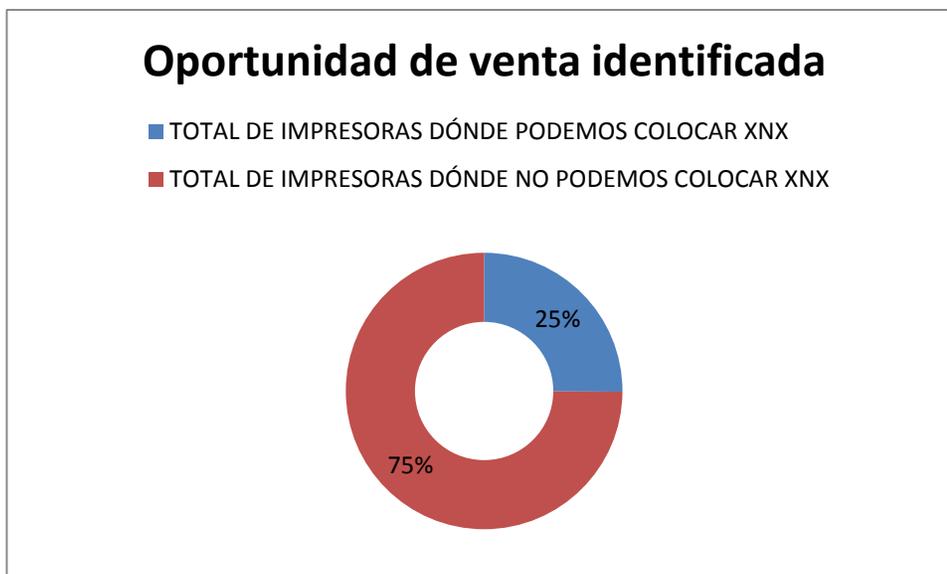


Figura 13. Oportunidad de venta identificada

Fuente y elaboración propia.

Respecto al cálculo de la demanda, muestro el siguiente cuadro proporcionado por el mismo fabricante XEROX en un estudio de oportunidad en el mercado a fines de 2016:

OPORTUNIDAD EN EL MERCADO

Datos importantes:

- En el 2015, HP importó \$42M en cartuchos de tóner.
- El 89% de las ventas se tiene en el portafolio de XRC para poder satisfacer la demanda de suministros OEM de HP.
- Detalle de códigos TOP (más de 5,000 unidades en el año).

#	P/N HP	P/N Xerox	Unids. 2015
1	CE285A	106R02156	87,878
2	CE278A	106R02157	50,410
3	CF280A	006R03026	25,643
4	CF283A	006R03250	25,091
5	CE505A	006R01489	18,432
6	CF280X	006R03206	18,424
7	CE255X	106R01622	15,658
8	CE390X	106R02632	11,702
9	Q2612A	006R01414	11,440
10	CE255A	106R01621	9,572
11	Q7553A	106R02339	6,732
12	CB435A	006R01429	5,965
13	CF210A	006R03180	5,554
14	CE310A	106R02257	5,301

Figura 14. Oportunidad en el mercado de productos Xerox.

Fuente: Página Web de Xerox, revisado 10 de setiembre de 2017.

3.3.3. ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD Y BENCHMARK

Definitivamente nuestro análisis de competitividad me lleva a la conclusión que nuestra ventaja competitiva está en ofrecer al mercado un producto con garantía de por vida (en función del rendimiento en páginas ofrecido por cada tipo de tóner), con un mejor precio de venta, con un mayor rendimiento en páginas y con la seguridad hacia nuestros clientes que cualquier daño que se pudiera presentar a su equipo de impresión HP, el fabricante XEROX asumiría la total reparación, siempre que se demuestre que el tóner XEROX ha sido la causa de dicho problema.

Una funcionalidad del benchmark es la de minimizar costos manteniendo un nivel máximo de rendimiento. Esto es exactamente lo que voy a ofrecer al mercado: un producto original de la marca XEROX que es compatible con una impresora de la marca HP, es decir, que funciona sin problema en la impresora HP, pero que tiene un menor precio de compra que el producto original de la marca HP y que tiene un mayor rendimiento en páginas que el producto original de la marca HP.

3.3.4. ANÁLISIS DE PRECIO DE IMPORTACIÓN (COMPRA)

Los precios de compra para la adquisición de los productos XEROX originales para impresoras HP, se traducen en una ventaja de precio hacia la marca XEROX como podemos apreciar en el siguiente cuadro ejemplo real comparativo:

Tabla 17. Precios de compra de tóneres XNX Xerox para impresoras HP.

TÓNER ORIGINAL XEROX PARA USAR EN IMPRESORA HP:	RENDIMIENTO EN HP (pág.)	RENDIMIENTO EN XEROX	PRECIO DE COMPRA XEROX	PRECIO COMPRA HP
HP 1600 / 2600 Cyan	2,000	2,000	\$ 57.31	\$ 81.88
HP 1600 / 2600 Yellow	2,000	2,000	\$ 57.31	\$ 81.88
HP 1600 / 2600 Magenta	2,000	2,000	\$ 57.31	\$ 81.88
HP P3005 serie	13,000	14,700	\$ 135.88	\$ 194.11
HP 1505 series/1522	2,000	2,200	\$ 43.00	\$ 61.43
HP 1600 / 2600 Black	2,500	2,500	\$ 52.51	\$ 75.01
HP 1010 / 1012 / 1020	2,000	2,400	\$ 43.00	\$ 61.43
HP 1005/1006 (1002/1003/1004/1005/1006/1009)	1,500	1,700	\$ 37.41	\$ 53.44
HP CLJ M551 Series, M570, M575 Series Black	5,500	5,900	\$ 83.46	\$ 119.22
HP LaserJet LJ4015/4515	24,000	25,900	\$ 172.28	\$ 246.12
HP CLJ series 3525, dn, n, x, 3530mfp,fs Cyan	7,000	8,400	\$ 149.04	\$ 212.91
HP CLJ series 3525, dn, n, x, 3530mfp,fs Yellow	7,000	8,400	\$ 149.04	\$ 212.91
HP CLJ series 3525, dn, n, x, 3530mfp,fs Magenta	7,000	8,400	\$ 149.04	\$ 212.91
HP CLJ series 3525, dn, n, x, 3530mfp,fs Black	10,500	12,600	\$ 110.13	\$ 157.33
HP P2015 serie / M2727nf MFP	7,000	8,400	\$ 102.20	\$ 146.01
HP LaserJet M4555, M602, M603 Series (Extended Yield)	24,000	40,000	\$ 160.26	\$ 228.94
HP LJ series P3015	6,000	8,200	\$ 81.41	\$ 116.29
HP CLJ series Pro CP1525, CM1415	2,000	2,100	\$ 39.79	\$ 56.84
HP LJ Pro M1132, M1212, 1214, 1217, P1102	1,600	1,700	\$ 37.79	\$ 53.99
HP CLJ M551 Series, M570, M575 Series Black	11,000	11,900	\$ 112.28	\$ 160.40
HP LaserJet 2025/2320 Cyab	2,800	2,800	\$ 68.44	\$ 97.77
HP LaserJet 2025/2320 Yellow	2,800	2,800	\$ 68.44	\$ 97.77
HP LaserJet 2025/2320 Magenta	2,800	2,800	\$ 68.44	\$ 97.77
HP 1160 / 1320 A+ Version	2,500	3,100	\$ 56.64	\$ 80.91
HP LJ Pro M127 Series	1,500	1,600	\$ 35.63	\$ 50.90
HP LaserJet 2025/2320 Black	3,500	3,500	\$ 69.31	\$ 99.01

Nota: Los precios arriba mencionados son para el cliente final.

Fuente: Página Web de Xerox, revisado 10 de setiembre de 2017

3.3.5. ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DE FORMAS DE DISTRIBUCIÓN

Voy a desarrollar una distribución selectiva dónde vamos a restringir el número de puntos de distribución en base a criterios geográficos, principalmente en los distritos de Cercado de Lima, Jesús María, Pueblo Libre, Surco, San Isidro y Los Olivos.

3.3.6. ANÁLISIS DEL ENTORNO

Hay que tomar en consideración que los factores externos van a influir en mi negocio y el éxito del mismo. Por lo tanto, debo de reconocer que factores se encuentran dentro del macro entorno y micro entorno de mi negocio.

3.3.6.1. MACRO AMBIENTE

Aquí encontramos los siguientes factores:

Económicos.- La situación del PBI por ejemplo, nos afecta indirectamente dado que al no haber capacidad adquisitiva nos podría afectar en la venta de mi producto y que los clientes opten por productos alternativos, como serían los cartuchos recargados.

3.3.6.2. MICRO AMBIENTE

Clientes.- Los clientes son conocedores que al comprar una impresora láser el gasto posterior es muy fuerte (en la compra de los consumibles de tóner). Es por esta razón que buscan opciones de calidad a menor precio. En este sentido, tendríamos un problema que nos podría afectar directamente en la demanda de nuestro producto, dado que existen en el mercado productos de menor precio y menor calidad.

Competidores.- En la venta de productos compatibles para otras marcas, existen proveedores que lamentablemente generan una imagen negativa sobre el producto al comercializar como compatibles, productos de dudosa procedencia. Hay varias marcas en el mercado dentro del concepto de producto original y compatible, pero no tienen el

reconocimiento de la marca XEROX ni a nivel local ni mundial. Esto me pondría en una situación de ventaja competitiva frente a otros proveedores de compatibles originales.

Como información adicional al respecto de nuestros competidores, podemos considerar la relación de productos sustitutos que hemos identificado para nuestro producto compatible original de la marca XEROX:

Productos Sustitutos

Los productos sustitutos al nuestro podrían ser:

- ✚ Los tóneres originales de la misma marca HP. Definitivamente, podría terminar (siendo más caro que nuestro producto) comprándose por un tema de “pérdida de garantía” y con esto muchas veces los clientes terminan comprando el producto original de la misma marca.
- ✚ Los tóneres compatibles de otra marca distinta a la de XEROX. Existen varios proveedores que fabrican productos compatibles, pero que no son de marca reconocida (como XEROX). Las empresas han ido probando la compra de un alternativo original pero no de marca reconocida. Finalmente, lo que las empresas buscan en algunos casos es tener una calidad de impresión aceptable y es en ese sentido, que optan por comprar un alternativo.
- ✚ Los tóneres recargados. Existen empresas que optan por comprar cartuchos de tóner recargados, con la finalidad de bajar sus costos operativos de funcionamiento de las impresoras. En este caso, el cliente opta por la reducción considerable del costo en desmedro de la calidad de impresión.

3.4. ESTRATEGIA DE VENTA Y DISTRIBUCIÓN NACIONAL

3.4.1. ESTRATEGIA DE SEGMENTACIÓN

La segmentación de nuestro mercado estará enfocada en empresas privadas y públicas, que utilicen impresoras láser de la marca HP y que operen principalmente en los distritos de La Victoria, San Borja, San Isidro, Lince, Jesús María, Surco, Miraflores, Magdalena del Marca, Chorrillos, San Miguel, La Molina y el Callao.

3.4.2. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

El posicionamiento que se busca desarrollar con el producto XEROX se realizará para que el cliente tenga presente los diversos beneficios que puede obtener como son: menor precio de compra, mayor rendimiento en páginas y garantía por el tiempo de vida del producto.



Figura 15. Posicionamiento en el mercado. Tóner XNX marca Xerox.

Fuente: Página Web de Xerox, revisado 10 de setiembre de 2017.

3.4.3. ESTRATEGIA DE INGRESO AL MERCADO

La estrategia a usar en este caso será la del Seguidor o segundo del mercado; ya que la estrategia del número dos puede fundamentarse en aspectos como ser una alternativa al líder o una opción más económica.

En el caso de Quality Printing E.I.R.L ofrecemos la alternativa más económica, ofreciendo mayor rendimiento en páginas que los productos de las marcas originales, manteniendo la calidad de un producto original y cuidando el medio ambiente.

3.4.4. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

El tipo de distribución comercial que vamos a emplear para nuestro producto Xerox será de manera Indirecta, ya que en este caso el productor o fabricante no será quien realice la venta al consumidor final, sino que será la empresa Quality Printing E.I.R.L.

La estrategia de distribución comercial que emplearemos es una Distribución Exclusiva, ya que nos dedicaremos a la venta sólo de productos de la marca Xerox, comprometiéndonos a no vender productos de otras marcas de la competencia.

3.4.5. ESTRATEGIA DE BRANDING

La marca que vamos a promocionar (XEROX) es conocida a nivel mundial y está muy fuertemente asociada con la impresión de documentos en alta calidad. En ese

sentido, la marca de nuestra empresa **Quality Printing E.I.R.L.**, busca mantener esa misma línea en obtener “**impresiones con calidad**”.

3.5. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN NACIONAL

3.5.1. ESTABLECER LOS MECANISMOS Y DEFINIR ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN, INCLUIDA PROMOCIÓN DE VENTAS.

En este punto vamos a establecer los mecanismos para en pocas palabras **Generar Nuestra Oferta** para nuestro producto compatible XEROX original para impresoras HP.

Publicación en diarios (Gestión y El Comercio) y revistas de tecnología (PC World). A través de estos medios buscaremos llegar a una mayor cantidad de público, dónde principalmente nos interesa contactar con los encargados de las Áreas de Logística, Jefes de Sistemas o hasta el mismo Gerente General de la entidad cliente. Este producto es muy poco conocido, las empresas no saben que el fabricante XEROX ha lanzado productos con un mayor rendimiento pero con un menor precio, y que trabajan sin problemas en la impresora de la competencia (HP).

Telemarketing dirigido. Vamos a trabajar constantemente la comunicación de nuestra oferta a través de este medio. Habiendo definido nuestro público al cual nos vamos a dirigir, nuestra estrategia de Telemarketing estará dirigida a convencer o persuadir a nuestros potenciales clientes sobre los beneficios de adquirir nuestro producto (menor precio con un mayor rendimiento).

Demostraciones gratuitas y sin costo para el potencial cliente. En coordinación con XEROX DEL PERÚ S.A. una vez que contactemos a un potencial cliente, iremos juntos a visitarlo y le llevaremos muestras del producto ofrecido para que lo utilice sin costo alguno (se entregará la muestra sin compromiso, gratis, para que lo prueben y luego se siga conversando).

Estableceremos obligaciones y compromisos. Es decir, si mi producto ofrecido fuera causal de un daño a la impresora del potencial cliente, entonces asumiremos (en coordinación con XEROX DEL PERÚ S.A.) la reparación del equipo. Así también, el compromiso que asumimos con la garantía del producto es el cumplimiento del tiempo de vida ofrecido (en cuanto a su rendimiento en páginas se refiere). Nuestro producto a comercializar tendrá un rendimiento de 1,600 páginas (mayor al producto original HP que rinde 1,500 páginas).

Eventos especializados, en los cuales podamos mostrar las cualidades de los productos ofrecidos. Ferias de Impresión a nivel nacional, como por ejemplo GRAFINCA 2017 (<http://www.grafinca.com>).

Redes sociales, a través de LinkedIn. Anunciando en dicha página los productos a vender y mostrar un breve video.

De igual manera se puede usar Instagram, Facebook; páginas en las cuales podemos también mostrar un breve video señalando las principales características del producto.

Ferias Universitarias, ya que se puede apuntar también a jóvenes que cuentan con dichas impresoras. Así como profesores o personal administrativo que puede mostrarse interesado por la calidad y rendimiento del producto.

Seguridad en la compra. La empresa Quality Printing E.I.R.L. será una empresa distribuidora autorizada por Xerox del Perú S.A. para la comercialización de los productos XEROX XNX (suministros de tóner originales para la marca HP).

3.5.2. PROPUESTA DE VALOR

En relación a la propuesta de valor, el producto se va a diferenciar de los otros productos similares existentes en el mercado porque se venderá a un precio más bajo que los tóneres de la misma marca HP. Lo cual ayudará a los clientes a bajar sus costos.

Se garantiza mayor rendimiento en cantidad de hojas (dependiendo la calidad de impresión a utilizar en cada máquina).

Al vender el producto bajo la misma marca Xerox, se hace llegar al cliente los mismos beneficios del fabricante que son la Innovación y obtener productos Sostenibles y Amigables con el medio ambiente.

PROPUESTA DE VALOR

Ahorros inmediatos:
2 maneras de ahorrar

Hasta 40% de Ahorro.
+
XRC entregan el mismo rendimiento o más respecto a OEM.
=
Menor costo por página comparado los OEM en todos los XRC

Calidad:
Líder en tecnología de tóner

Xerox es el líder en tecnología de tóner con calidad de excelencia. Inventamos el tóner 60 años atrás.
Excelente calidad de imagen y consistencia igual o mejor que los originales.
Cartuchos, testeados uno a uno para garantizar calidad

Confianza:
Respaldo garantizado

Cada tóner tiene garantía en toda su vida útil.
Garantía de Satisfacción Total:
100% de respaldo.
Si el cartucho es causa de el daño de la impresora, Xerox se hará cargo del coste de la reparación. No hay riesgo.

Compromiso con el Medio ambiente

Xerox tiene compromisos a largo plazo en prácticas sustentables.
Sacamos más de 50000 carcazas para reutilizarlas cada año.
Logramos un 92% de reciclaje para materiales no peligrosos.

xerox

Figura 16. Propuesta de valor de productos de la marca Xerox.

Fuente: Página Web de Xerox, revisado 10 de setiembre de 2017

3.5.3. ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL Y USO DEL E-COMMERCE

En este caso, se hará uso de:

Publicidad en medios escritos, tales como el Diario Gestión que va dirigido a empresarios principalmente; los cuales buscan siempre opciones para mantener sus costos bajos, generando un mayor rendimiento de sus recursos. En este caso puntual, se puede hacer una breve reseña en una página de interés.

Relaciones Públicas, mediante entrevistas directas con los dueños de empresas que cuenten con las impresoras compatibles a los tóneres en venta: HP LaserJet 9000, LaserJet 9040 y LaserJet 9050.

Enviar correos masivos con información acerca del producto. Comprando bases de datos de correos de empresas más conocidas.

3.6. POLÍTICAS DE ESTRATEGIAS DE PRECIO

El producto se venderá al precio sugerido por el fabricante, el cual ya contempla un porcentaje de ganancia para Quality Printing E.I.R.L por ser un distribuidor autorizado.

Los principales productos XEROX compatibles para impresoras HP que tienen acogida en el mercado, son los que aparecen en la siguiente tabla:

Tabla 18. Principales modelos Xerox compatibles con impresoras HP.

P/N HP	P/N XEROX	Descripción	Tipo	Rendimiento HP	Rendimiento XEROX	Precio sugerido XNX_CLIENTE
Q7551X	006R01388	XEROX LJ P3005 TONER CARTRIDGE (1 CTG/CT)	HP Mono	13,000	14,700	\$160.00
CE255A	106R01621	XEROX HP LJ P3015 BLACK STD (1 CTG/CT)	HP Mono	6,000	8,200	\$96.00
CE278A	106R02157	XEROX HP LIP1606 BLACK STD TONER (1CTG/CT)	HP Mono	2,100	2,100	\$51.00
CE505A	006R01489	XEROX LJ P2055 STD TONER (1 CTG/CT)	HP Mono	2,300	3,500	\$58.00
CE505X	006R03196	Xerox HP P2055 Mono MPS	HP Extended Yield	6,500	9,750	\$90.00
CE255X	106R01622	XEROX HP P3015 EXT TONER	HP Mono	12,500	13,500	\$129.00
C8543X	006R00958	XEROX LASERJET 9000 CARTRIDGE (1 CTG/CT)	HP Mono	30,000	33,500	\$178.00
C8543X	006R03201	Xerox HP 9000 Mono MPS	HP Extended Yield	30,000	40,000	\$173.00
CC364A	006R01443	XEROX LJ P4015 STD TONER (1 CARTRIDGE/CT)	HP Mono	10,000	11,700	\$81.00
Q5942X	006R00959	XEROX LASERJET 4250 CARTRIDGE (1 CTG/CT)	HP Mono	20,000	22,200	\$145.00
CE255X	006R03323	Xerox HP LJ P3015 Mono MPS	HP Extended Yield	12,500	21,600	\$108.00
CC364X	006R03204	Xerox HP P4015 Mono MPS	HP Extended Yield	24,000	40,000	\$156.00

4. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

4.1 ENVASES, EMPAQUES Y EMBALAJES

Existe confusión normalmente entre estos tres términos pero en realidad son diferentes. Para el caso de nuestro producto, vamos a diferenciarlos de la siguiente manera:

Se entiende por envase a la unidad primaria de protección de la mercadería, la cual ha sido acondicionada para su manipuleo, almacenamiento y traslado dentro del embalaje. En este caso, el material usado es el plástico.

Por tanto, las principales funciones del envase son conservar el producto, contener, proteger, manipular, distribuir y como elemento de venta y marketing del producto.

Las principales características del envase son:

- Tener la capacidad de contener, proteger e identificar el producto.
- Debe ser adecuado a las necesidades del consumidor en términos de tamaño, ergonomía, calidad, etc.

- Que sea resistente a las manipulaciones, transporte y distribución comercial.

En nuestro caso, el **envase** será el cartucho que contendrá el polvo de tóner para las impresiones (el polvo de tóner, que se encuentra dentro del cartucho, se impregna en el papel con la ayuda del rodillo de presión, que también se encuentra dentro del cartucho y otros componentes internos.



Figura 17. Modelo tóner XNX Xerox 006R03250.

Fuente: Página Web de Xerox, revisado 10 de setiembre de 2017

Nuestro **empaque** será la caja de cartón dónde viene el cartucho de tóner, es decir, la caja donde se aprecia la marca Xerox del producto que importaremos. La misma cumple también con la Norma ISO 780 de Rotulado, como se puede apreciar en las siguientes imágenes:



Figura 18. Modelos cajas de empaque para diversos tóneres Xerox.

Fuente: Página Web de Xerox, revisado 10 de setiembre de 2017

Cabe mencionar que para garantizar la calidad del producto, el tóner ira dentro de una bolsa plástica rellena de aire (como una almohada) que protege al producto de los posibles golpes que la caja podría sufrir durante el manipuleo de la carga en el proceso de importación y transporte de los mismos.

Finalmente, para el **embalaje** de los productos se utilizarán paletas; las cuales son plataformas de dimensiones normalizadas, apoyadas sobre soportes de sustentación. La mercadería será depositada en el piso de la paleta y se asegurará con cintas o zunchos, los cuales se sujetan a ganchos de fijación distribuidos en su perímetro.

El tipo de paletas a utilizar serán las paletas de doble base, de tal manera que se puedan acomodar las cajas de tóner encima de ellas; y de doble entrada, para facilitar el manipuleo con los montacargas en los almacenes del fabricante e importador, así como en los almacenes y terminales logísticos.

4.2. DISEÑO DEL ROTULADO Y MARCADO

4.2.1 DISEÑO DEL ROTULADO



Figura 19. Modelo caja tóner XNX Xerox.

Fuente: Página Web de Xerox, revisado 10 de setiembre de 2017

Nuestro rotulado del empaque de nuestro producto contiene las siguientes marcaciones:

- Paraguas hacia arriba: significa que no puede caerle agua al empaque del producto.
- Vaso de vidrio: significa que es un producto frágil y no puede ponerse peso encima.
- El sol: significa que no puede estar expuesto al sol o calor porque se vela el producto.
- El termómetro: significa que debe de estar almacenado a ciertas temperaturas para evitar el daño del producto.

4.2.2 DISEÑO DEL MARCADO.

Para el marcado del producto se considerará los siguientes ítems:

- Nombre del producto
- Tamaño y clasificación del producto indicando cantidad de piezas por embalaje.
- Cantidad, peso neto.
- Cantidad de envases o unidades y peso individual.
- Especificaciones de calidad.
- País de origen.
- Nombre de la marca, con logo.
- Nombre y dirección del empacador o fabricante.
- Nombre y dirección el importador.



Figura 20. Elementos que se deben incluir en el marcado de cajas.

Fuente: Blog Juan Urrego. Revisado el 15 de septiembre de 2017.

Elaboración propia.

4.3 UNITARIZACIÓN Y CUBICAJE DE LA CARGA.

Nuestra estrategia de comercialización será la de disponer de un stock que nos permita abastecer algunos pedidos de nuestros clientes. Aquello que sea solicitado y que no dispongamos en stock, entonces se procederá a realizar la importación correspondiente. Al realizar la importación tendremos que tener presente la unitarización y el cubicaje de la carga.

Lo primero viene a ser la unitarización, que viene a ser la agrupación de mercancías en unidades superiores de carga, con el fin exclusivo de facilitar su transporte, por lo que debe conservar su integridad durante el tiempo que dure su movilización. La paletización será la modalidad que vamos a utilizar para la unitarización de nuestra carga. Ya que en este caso, no se manejarán cantidades que ameriten el alquiler de un FCL/FCL (contenedor exclusivo), por tanto esperamos realizar la importación bajo la modalidad de LCL/LCL.

Debido a que el volumen y/o cubicaje de la mercadería dependerá de las cantidades solicitadas por el cliente final, la empresa Quality Printing E.I.R.L realizará la importación bajo pedido. De ser el caso, hablando en mayores cantidades de producto, podemos acceder al alquiler de espacios LCL/FCL, lo cual nos da mayor seguridad de que la mercadería transportada llegara en óptimas condiciones.

Asimismo, cuando se realice la importación para mantener nuestro stock de productos para la venta, se puede hablar entonces de un pedido referente.

El cubicaje consiste en llevar la mayor cantidad de carga para aprovechar al máximo la capacidad del transporte respetando la normatividad y capacidad del vehículo.

Ya que se trata de pedidos puntuales y cantidades pequeñas que serán transportadas como carga consolidada (LCL), el fabricante enviará las cajas repartidas en cada paleta, protegidas con plásticos y zunchos para evitar que se muevan o se caigan y los productos se deterioren en el trayecto.

Se puede armar un bulto, es decir, una paleta de hasta 1m³, en la cual entrarían un promedio de 100 cajas de tóner.

4.4. CADENA DE DFI DE IMPORTACIÓN

La cadena de distribución física internacional de importación, contempla los siguientes aspectos:

Tabla 19. Cadena de distribución física internacional – DFI.

CADENA DE DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL - DFI	
Preparación	Embalaje y marcado de los bultos.
Unitarización	Paletizado y contenerización.
Manipuleo	En Terminales y Almacenes.
Almacenamiento	En almacenes y depósitos privados o públicos.
Transporte	En toda la cadena de distribución.
Seguro de la carga	Riesgo / Pólizas.

Documentación	Facturas , Certificados, Documentos de pago, etc.
Gestión y operaciones aduaneras	Importación.
Gestión y operaciones bancarias	Bancos y/o agencias corresponsales.
Gestión de distribución	Incluye el personal operario y administrativo de la empresa.

Fuente: Blog de Israel Sanguinetti. Revisado el 15 de septiembre de 2017.

Elaboración propia.

En el proceso de importación que Quality Printing E.I.R.L se considerará a los siguientes operadores logísticos:

1. **Fabricante – Exportador:** será la empresa XEROX estados Unidos.
2. **Transporte Interno:** para transportar la carga hasta el terminal de almacenamiento donde se ingresará la carga para ser preparada para su exportación en Estados Unidos de Norteamérica.
3. **Terminal de Almacenamiento:** preparación de la mercadería para su exportación.
4. **Agente de Aduana:** quien se encargará de los trámites de exportación frente a la aduana del país de origen.
5. **Agente de Carga:** contratación del espacio, flete y seguro por parte del exportador para embarcar la carga suelta (LCL/LCL).

La mercadería será puesta en el buque y la responsabilidad será entregada al agente de carga, ya que Quality Printing E.I.R.L. pagará un precio USD CIF por la mercadería.

6. **Naviera / Buque:** donde viaja la mercadería.
7. **Agente de Carga:** en destino, a quien se le notifica de la llegada de la nave con la mercadería. En este caso, del contenedor donde viaja nuestra mercadería.
8. **Terminal de Almacenamiento:** en destino, donde se ingresará la mercadería para iniciar trámites de nacionalización.
9. **Agente de Aduana:** quien se encargará de los trámites de liberación de la carga para poder sacarla del almacén.
10. **Transporte Interno:** en país de destino, vale decir, aquí en Perú. Contratación del camión que transportará nuestra mercadería hasta las oficinas de Quality Printing E.I.R.L.
11. **Importador:** las oficinas de Quality Printing E.I.R.L. donde guardaremos el producto para luego ser entregado al cliente final.

4.5. SEGURO DE LAS MERCANCIAS

En Quality Printing E.I.R.L compramos los tóneres a un precio USD CIF, por lo que el seguro de transporte internacional ya se encuentra incluido en dicho precio.

Por tanto, se contratará un Seguro de Transporte Nacional. En este caso, la empresa que nos brindará el servicio es MAPFRE.

El seguro cubre la mercadería que nuestra empresa transporte a nivel nacional. La misma estará cubierta y protegida frente a los daños y/o pérdidas ocurridos durante el transporte, a consecuencia de los riesgos descritos en las condiciones particulares de la póliza. En el caso puntual, de transporte desde el puerto del Callao hasta las oficinas de Quality Printing E.I.R.L en Lince : Av. Canevaro #742 – Dpto. 1101.

Este seguro va dirigido a personas naturales, empresa comerciales, industriales, de servicios y en general todo tipo de empresas que requieran asegurar el traslado de su mercadería.

5. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

5.1 FIJACIÓN DE PRECIOS

5.1.1 COSTOS Y PRECIOS

QUALITY PRINTING E.I.R.L.

Modelo	Precio Unit. FOB Everglades (\$)	Cantidad (unidades)	Total FOB EVERGLADES (\$)
006R03250	15.00	1,051	15,765.00
		FOB	15,765.00
		Flete	1,160.00
		Seguro	80.00
		CIF	17,005.00
		Impuestos:	
		Arancel a/v	0.00
		ISC	0.00
		IGV	2,720.80
		IPM	340.10
			3,060.90
		Percepcion del IGV	200.66
		Gastos de Importacion	890.90
		Gastos administrativos y financieros	33.00
		Costo Total Importacion	17,928.90

Figura 21. Fijación de costos de importación.

Fuente y Elaboración propia.

Tabla 20. Fijación de precio de venta unitario.

MODELO	PRECIO UNIT. FOB EVERGLADES (\$)	FACTOR DE DISTRIBUCIÓN	COSTO UNIT IMPORTACIÓN	IGV	PRECIO VENTA UNIT.
006R03250	15.00	1.13720266	17.06	3.07	20.13

Fuente y Elaboración propia.

5.1.2 COTIZACIÓN INTERNACIONAL

A continuación, se presenta el modelo de una cotización internacional que enviará el proveedor:

XEROX CORPORATION
201 Merritt 7, Norwalk, Connecticut, 06851-1056
Telephone: (001)-877-979-8498
www.xerox.com



Connecticut, August 19th 2017

Quality Printing E.I.R.L.
Atención.- Mrs. ~~Gusselle~~ Alberca – General Manager

Dear Mrs:

By means of the present one document, we send you our price agreement according to the specifications established by you:

PRODUCT	:	CARTUCHO DE TONER NEGRO PARA H XEROX S/M CON CHIP ELECTRONICO
MODEL	:	006R03250
PRESENTATION	:	CARDBOARD BOXES X 1 UNIT
HS	:	8443.99.00.00
QUANTITY	:	1000 BOXES
PACKING DETAILS	:	CARDBOARD BOXES L: 20CM X A: 10CM X H: 15 CM
CIF CALLAO PRICE	:	USD 16.18 PER BOX
PAYMENT TERMS	:	IN ADVANCE 50% WITH ACCEPTANCE OF PURCHASE ORDER AND THE OTHER 50% WITH THE RECEIPT OF DOCUMENTS

Figura 22. Modelo referencial de Cotización Internacional- Primera parte.

Fuente y elaboración propia.

XEROX CORPORATION
201 Merritt 7, Norwalk, Connecticut, 06851-1056
Telephone: (001)-877-979-8498
www.xerox.com



LOADING DATE	:	15 DAYS AFTER FIRST PAYMENT
MODE OF TRANSPORT	:	MARITIME (WITHOUT TRANSSHIPMENTS)
LOADING PORT	:	PORT EVERGLADES, UNITED STATES
VALIDITY OF THE OFFER	:	30 DAYS

We demonstrate that the detailed product enjoys tariff benefit for what we will send you the Certificate of Origin. As a sign of conformity and acceptance of the conditions above expressed, we sign the present document.

Sincerely,

JEFF JACOBSON

CHIEF EXECUTIVE OFFICER

XEROX CORPORATION

Figura 23. Modelo referencial de Cotización Internacional- Segunda parte.

Fuente y Elaboración propia.

5.2. CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL Y SUS DOCUMENTOS

La compraventa internacional es aquella operación bilateral en que una de las partes (vendedor) se obliga a entregar a la otra (comprador) un bien a cambio de cierto precio en dinero o signo que lo represente.

El Contrato de Compra Venta Internacional es la figura típica del Comercio Internacional bajo cuyas normas se desenvuelve la exportación y la importación entre

las partes, cuyos centros operativos se encuentran en países distintos y sobre una mercadería lícita que debe pasar por las Aduanas.

Características de la compra venta internacional:

- a) Consensual: reposa sobre el acuerdo de dos voluntades (exportador e importador) que deben convenir en la integridad de las cláusulas del contrato.
- b) Bilateral: es la prestación y contraprestación, que son los contenidos patrimoniales de cada una de las obligaciones del contrato.
- c) Oneroso: es beneficioso o lucrativo para ambas partes.
- d) Principal: porque de este, se generan otros contratos accesorios.
- e) De libre discusión: porque ambas partes están en igualdad de situaciones, sin presiones de ninguna índole. Actúan en beneficio de sus propios intereses y tienen la oportunidad de discutir, analizar, etc.

Definición del contrato de Compraventa Internacional:

“Es el acuerdo de voluntades celebrado entre partes domiciliadas en países diferentes, a través del cual se transfiere la propiedad de las mercancías que serán transportadas a otro territorio, teniendo como contraprestación el pago de un precio” (Siicex).

El contrato de compraventa internacional puede ser celebrado entre ambas partes presentes o ausentes.

Puede regularse por la Convención de Viena o por otras leyes.

Aspectos que contiene la compraventa internacional:

1. **Las Partes:** En toda compra venta internacional se deben identificar correctamente al vendedor y comprador.
2. **La Vigencia:** El contrato debe tener una fecha de inicio y una fecha de finalización o renovación.
3. **La Mercancía:** Se deben detallar todas las especificaciones técnicas del producto, para así no tener problemas posteriores en cuanto a la calidad del producto.
4. **La Cantidad:** Puede ser una cantidad fija o una cantidad con tolerancia.
5. **El Envase:** Se debe definir el tipo de envase utilizado y su rotulación.
6. **El Embalaje:** Es la protección de la carga para que resista el manipuleo y el transporte internacional, requiere del uso de materiales especializados.
7. **El Transporte:** las vías utilizadas pueden ser la marítima, aérea, terrestre, entre otras.
8. **La Fecha máxima de embarque:** El comprador le fija al vendedor una fecha límite para que las mercancías se encuentren dentro del medio de transporte en el lugar de origen.
9. **La Entrega:** Es el lugar o punto de entrega donde el vendedor debe entregar las mercancías al comprador según el Incoterm pactado.
10. **El Incoterm:** Se debe elegir una de las 11 alternativas vigentes.
11. **Los Gastos:** Durante la ejecución de la operatividad debe haber una distribución de los gastos. El vendedor deberá asumir algunos y el comprador otros.

- 12. Los Riesgos:** La mercadería está sujeta a un sinnúmero de riesgos, es usual que en una compraventa se determine el punto de transmisión de los riesgos.
- 13. El Seguro:** La exportación puede estar asegurada o no, las partes deciden esto. Si va asegurada deberán decidir las características de la póliza del seguro.
- 14. Moneda de Transacción:** Las partes pueden elegir libremente la moneda del contrato. Las más utilizadas son: Dólar (USA), Yen (Japón), Euro (Europa), Yuan (China).
- 15. El Precio:** Es necesario fijar un precio tomando en cuenta el Incoterm, el cual deberá estar en función a la unidad de venta: Kilos / Unidades / Metros / Toneladas / Otros.
- 16. La Forma de Pago:** La forma de pago tiene las siguiente modalidades: Adelantado / Diferido / Mixto.
- 17. El Medio de Pago:** Se deberá establecer cómo llegará el dinero a manos del vendedor, para lo cual existen varias posibilidades: Transferencias bancarias / Remesas / Documentos en cobranza / Cartas de Crédito / Etc.
- 18. La Documentación:** Son todos los documentos necesarios e indispensables que el vendedor debe entregar al comprador para que este pueda nacionalizar las mercancías en su respectiva Aduana. Dentro de los usuales están:
- Factura Comercial – Commercial Invoice
 - Lista de Empaque – Packing List
 - Certificado de Seguro – Certificate of Insurance
 - Conocimiento de Embarque - B/L (Bill of Lading)

19. Lugar de Fabricación: Localidad o región donde ha tenido lugar la fase del proceso de fabricación del producto terminado.

20. Arbitraje: Como medio de la solución de conflictos. Ambas partes deberán elegir un tercer país donde puedan solucionar sus posibles conflictos.

En tal sentido, a continuación presentamos el modelo de Contrato de Compraventa Internacional con el cual se trabajará el presente plan de negocios.

CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte: XEROX CORPORATION , empresa constituida bajo las leyes de la República de ESTADOS UNIDOS DE NORTE AMÉRICA, debidamente representada por su gerente general , con Documento de Identidad N° XXXXXXXX., domiciliado en su Oficina principal ubicado en 201 MERRITT 7, NORWALK, CT , 06851-1056 , ESTADOS UNIDOS, a quien en adelante se denominará **EL VENDEDOR** y, de otra parte QUALITY PRINTING EIRL, debidamente representada por su Gerente General doña GISELLA ALBERCA SIALER , identificada con DNI N° 41563223 y señalando domicilio el ubicado en AV. CESAR CANEVARO N° 742 – DPTO. 1101, distrito de LINCE, provincia y departamento de LIMA, República del Perú, a quien en adelante se denominará **EL COMPRADOR**, que acuerdan en los siguientes términos:

GENERALIDADES

CLÁUSULA PRIMERA:

- 1.1. Las presentes Condiciones Generales se acuerdan en la medida de ser aplicadas conjuntamente como parte de un Contrato de Compraventa Internacional entre las dos partes aquí nominadas.

En caso de discrepancia entre las presentes Condiciones Generales y cualquier otra condición Específica que se acuerde por las partes en el futuro, prevalecerán las condiciones específicas.

- 1.2. Cualquier situación en relación con este contrato que no haya sido expresa o implícitamente acordada en su contenido, deberá ser gobernada por:
- a) La Convención de las Naciones Unidas sobre la Compraventa Internacional de Productos (Convención de Viena de 1980, en adelante referida como CISG, por sus siglas en Ingles) y,
 - b) En aquellas situaciones no cubiertas por la CISG, se tomará como referencia la ley del País donde el Vendedor tiene su lugar usual de negocios.
- 1.3. Cualquier referencia que se haga a términos del comercio (Como FOB, CIF, EXW, FCA, etc.) estará entendida en relación con los llamados Incoterms, publicados por la Cámara de Comercio Internacional.
- 1.4. Cualquier referencia que se haga a la publicación de la Cámara de Comercio Internacional, se entenderá como hecha a su versión actual al momento de la conclusión del contrato.
- 1.5. Ninguna modificación hecha a este contrato se considerará valida sin el acuerdo por escrito entre las Partes.

CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

CLÁUSULA SEGUNDA:

- 2.1. Es acordado por las Partes que **EL VENDEDOR** venderá los siguientes productos: CARTUCHO DE TONER NEGRO PARA H XEROX S/M, CON CHIP ELECTRÓNICO MODELO 006R03250, y **EL COMPRADOR** pagará el precio de dichos productos de conformidad con los artículos 1.3 Y 1.4 del presente Contrato.

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

PLAZO DE ENTREGA

CLÁUSULA TERCERA:

EL VENDEDOR se compromete a realizar la entrega de los productos dentro del periodo de 30 DÍAS luego de recibidas las Órdenes de Compra debidamente firmadas por el comprador.

PRECIO

CLÁUSULA CUARTA:

Las Partes acuerdan el precio CIF CALLAO UJSD 30.582 por el envío de los productos de conformidad con la carta oferta recibida por el comprador en 19 DE AGOSTO DEL 2017.

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

El precio ofrecido será CIF (Cost, Insurance and Freight).

CONDICIONES DE PAGO

CLÁUSULA QUINTA:

Las Partes han acordado que el pago del precio o de cualquier otra suma adecuada por **EL COMPRADOR** a **EL VENDEDOR** deberá realizarse por pago adelantado equivalente al CINCUENTA PORCIENTO (50 %) de la cantidad debitada del precio CON LA APROBACIÓN DE LA COTIZACIÓN (PROFORMA) ENVIADA, y el restante CINCUENTA PORCIENTO (50 %) CON LA RECEPCIÓN DE LOS DOCUMENTOS REQUERIDOS por parte del comprador.

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

INTERÉS EN CASO DE PAGO RETRASADO

CLÁUSULA SEXTA:

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

RETENCIÓN DE DOCUMENTOS

CLÁUSULA SÉPTIMA:

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

TÉRMINO CONTRACTUAL DE ENTREGA

CLÁUSULA OCTAVA:

- El Incoterm a utilizar en esta operación es el CIF (Cost, Insurance and Freight), debido a que el transporte de la mercancía se realizará por barco.
- El vendedor ha de pagar los gastos y el flete necesarios para hacer llegar la mercancía al puerto de destino convenido (CALLAO, PERU), si bien el riesgo de pérdida o daño de la mercancía se transfiere del vendedor al comprador cuando la mercancía traspasa la borda del buque en el puerto de embarque. Este término exige que el vendedor despache la mercancía de exportación.
- Cabe mencionar las siguientes obligaciones del Vendedor:
- Suministrar la mercancía y la factura comercial de conformidad con el contrato de venta, así como obtener cualquier licencia de exportación y llevar a cabo los trámites aduaneros necesarios para la exportación de la mercancía.
- Realizar el contrato de transporte hasta el puerto de destino convenido del tipo normalmente empleado para el transporte de mercancías de la descripción contractual, así como obtener un seguro en que el comprador quede facultado para reclamar directamente del asegurador, y proporcionar el comprador la

póliza del seguro y otra prueba de la cobertura de seguro, el seguro mínimo cubrirá el precio previsto en el contrato más un diez por ciento (es decir, un 110%) y será concertado en la moneda del contrato.

- Entregar la mercancía a bordo del buque, en el puerto de embarque, en la fecha o dentro del plazo estipulados y asumir todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía hasta el momento en que haya sobrepasado la borda del buque en el puerto de embarque.
- Pagar todos los gastos relativos a la mercancía hasta que haya sido entregada, incluidos los de cargar la mercancía a bordo y descargarla en el puerto de destino.
- Asumir los costes, incluyendo transporte principal y seguro, hasta que la mercancía llega al puerto de destino.
- Contratar el seguro siendo beneficiario el comprador.
- Dar al comprador aviso suficiente de que la mercancía ha sido entregada a bordo del buque. A sus expensas tendrá que proporcionar al comprador el documento de transporte usual para el puerto de destino convenido.
- Pagar los gastos de las operaciones de verificación necesarios para poder entregar la mercancía y proporcionar a sus propias expensas el embalaje requerido para el transporte que haya ordenado.
- Prestar al comprador la ayuda precisa para obtener cualesquier documento que pueda necesitar el comprador para la importación de la mercancía.
- Así como las obligaciones del Comprador serán las siguientes:

- Pagar el precio según lo dispuesto en el contrato de compraventa además de conseguir cualquier licencia de importación y llevar a cabo todos los trámites aduaneros para la importación de la mercancía.
- Aceptar la entrega de la mercancía, así como deberá asumir todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde el momento en que haya sobrepasado la borda del buque en el puerto de embarque, del mismo modo si no da aviso suficiente asumirá todos los riesgos de pérdida o daño que pueda sufrir la mercancía a partir de la fecha convenida o la fecha de expiración del plazo fijado para el embarque.
- Asumir los riesgos que pueda sufrir la mercancía en el país de origen desde el momento en que ha sido cargada en el barco.
- Pagar todos los gastos relacionados con la mercancía desde el momento en que haya sido entregada (a bordo del buque), los relacionados con la mercancía en tránsito hasta su llegada al puerto de destino, así como los gastos de descarga.
- Pagar todos los derechos, impuestos y otras cargas oficiales, como son los trámites aduaneros pagaderos por importación de mercancía.
- Cuando tenga derecho a determinar la fecha del embarque de la mercancía deberá avisar al vendedor, además de aceptar el documento de transporte si el mismo resulta conforme a lo contratado. Este pagará los gastos de la inspección previa al embarque.

RETRASO DE ENVIOS

CLAUSULA NOVENA:

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

INCONFORMIDAD CON LOS PRODUCTOS

CLÁUSULA DÉCIMA:

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

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

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

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

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

COOPERACIÓN ENTRE LAS PARTES

CLAUSULA DÉCIMO PRIMERA:

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

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

CASO FORTUITO DE FUERZA MAYOR

CLÁUSULA DÉCIMO SEGUNDA:

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

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

RESOLUCIÓN DE CONTROVERCIAS

CLÁUSULA DÉCIMO TERCERA:

A menos que se estipule de otra forma por escrito, todas las disputas surgidas en conexión con el presente contrato deberá ser finalmente resueltas por la ley de ARBITRAJE COMERCIAL INTERNACIONAL y serán competencia exclusiva de la jurisdicción de las cortes de CANADA, a las cuales las partes por este medio nominan excepto que una parte deseara buscar un procedimiento arbitral en concordancia con las reglas de arbitraje de por uno o más árbitros nombrados de conformidad con dichas reglas.

ENCABEZADOS

CLÁUSULA DÉCIMO CUARTA:

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

NOTIFICACIONES

CLÁUSULA DÉCIMO QUINTA:

Todas las notificaciones realizadas en base al presente acuerdo deberán constar por escrito y ser debidamente entregadas por correo certificado, con acuse de recibo, a la

dirección de la otra parte mencionada anteriormente o a cualquier otra dirección que la parte haya, de igual forma, designado por escrito a la otra parte.

ACUERDO INTEGRAL

CLÁUSULA DÉCIMO SEXTA:

Este acuerdo constituye el entendimiento integral entre las partes.

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

En señal de conformidad con todos los acuerdos pactados en el presente contrato, las partes suscriben este documento en la ciudad de LIMA, a los 15 Días del mes de AGOSTO del 2017.

XEROX CORPORATION

QUALITY PRINTING EIRL

EL VENDEDOR

EL COMPRADOR

5.3. ELECCIÓN Y APLICACIÓN DEL INCOTERM

Ante todo se debe definir que son los Incoterms:

- Son usos y costumbres comerciales recogidos por la Cámara de Comercio Internacional de París.
- No son leyes.
- Son fórmulas abreviadas que definen lugar de entrega, incorporándose obligaciones derivadas para el vendedor y comprador, que forman parte del contrato de compraventa internacional de mercancías, por voluntad de las partes.

La referencia a los Incoterms en un contrato de compraventa, define claramente las obligaciones respectivas de las partes y reduce el riesgo de complicaciones legales.

Asimismo, evita, o por lo menos reduce, las incertidumbres derivadas de las distintas interpretaciones de dichos términos en países diferentes.

Cumplen la función de armonización, con su sola mención se incorpora en el contrato de compraventa, y se aplican en defecto de regulación precisa (supletorias).

Regulan cuatro aspectos relevantes:

- La forma y lugar de entrega de la mercancía.
- Transmisión de los riesgos.
- Quién asume el costo de traslado de las mercancías.
- Obligación de realizar el despacho aduanero.

El Incoterm que se ha elegido para el presente plan de negocios es el **CIF (Costo, Seguro y Flete)**; el cual cumple con las siguientes características:

- El vendedor cumple con la entrega y transmite el riesgo cuando la mercancía se encuentra a bordo del buque en el puerto de embarque convenido.
- El vendedor contrata y paga los costes y el flete y contrata el seguro y paga la prima correspondiente.
- El vendedor debe realizar los trámites aduaneros en origen.
- Sólo se usa para transporte marítimo o vías navegables, como es el caso del presente trabajo.



Figura 24. Descripción gráfica Incoterm CIF 2010.

Fuente: Prompex (citado en Calderón, s.f.)

A continuación adjuntamos el siguiente cuadro donde se muestra el resumen de los gastos a pagar por cada una de las partes, en determinados momentos:

Tabla 21. Resumen de gastos a pagar por el vendedor y comprador – Incoterm CIF 2010.

INCOTERM 2010 : CIF – COSTO, SEGUO Y FLETE	
MODO DE TRANSPORTE: MARÍTIMO / VÍAS NAVEGABLES.	
CARGOS / GASTOS	RESPONSABILIDAD
Embalaje y empaquetado	Vendedor
Transporte interior país de origen	Vendedor
Aduana en origen	Vendedor
Entrega en el puerto de origen	Vendedor
Entrega documentación necesaria	Vendedor
Gastos en terminal de origen	Vendedor
Flete Internacional	Vendedor
Seguro	Vendedor
Gastos en terminal de destino	Comprador
Aduana en destino	Comprador
Transporte interior país de destino	Comprador
Pago derechos y tasas de importación	Comprador

Fuente y Elaboración propia.

5.4 DETERMINACIÓN DEL MEDIO DE PAGO

5.4.1 FORMAS DE PAGO INTERNACIONALES

Son los diferentes acuerdos entre comprador y vendedor para determinar el momento del pago de la mercadería o servicio. Este momento de pago esta en relación al embarque y/o entrega del bien o servicio.

Principales formas de pago internacionales

- **Pago por adelantado:** Se denomina así a todo pago que recibe el exportador antes de efectuar el embarque. Es el sistema más seguro para el exportador, pues este sólo enviará la mercancía cuando haya recibido el pago o transferencia de fondos. Sin embargo, en los mercados competitivos su uso es limitado, pues requiere de una extrema confianza del importador en el exportador.
- **Pago a la vista, también llamado pago al contado/contra documentos:** Se denomina así a todo pago que recibe el exportador una vez efectuado el embarque, y contra la presentación al importador de los documentos representativos de la mercadería y/o servicios.
- **Pago a plazo:** Se denomina así a todo pago que recibe el exportador después de haber entregado los documentos de embarque al importador. Este plazo será convenido entre importador y exportador y normalmente estará en función a la fecha de embarque, fecha de factura, fecha de presentación de documentos.

La forma de pago a trabajar en el presente trabajo es de Pago por adelantado.

5.4.2 MEDIOS DE PAGO INTERNACIONALES

Considerando los riesgos (político/país y comercial/comprador) a los que se enfrentan compradores y vendedores, el uso y costumbre internacional a través de la banca ha mitigado dichos riesgos ofreciendo mecanismos para perfeccionar la forma de pago acordada.

Para el presente trabajo, se ha elegido el medio de pago de **Transferencia / orden de pago**.

El pago que realizara la empresa Quality Printing E.I.R.L. en calidad de importador, al exportador Xerox por intermedio de los bancos. Este medio se usa frecuentemente en la forma de pago de cuenta abierta, que puede resultar de forma más riesgosa para el exportador.

La entidad financiera con la que trabajaremos es Banco Scotiabank:

80



COBRANZAS DOCUMENTARIAS DE IMPORTACIÓN

Contiene cambios vigentes desde: 03.04.2017 Ultima actualización: 25.04.2017

Concepto	Tarifas		Forma de Aplicación	Observaciones
	M. N. (S/.)	M. E. (US\$)		
Comisiones				
1. Al momento de la llegada				
1.1 Por gestión de cobranza (1)				
Hasta US\$ 100,000.00		0.50% Min US\$ 80.00 (S/ 264.00)	Por operación	
Más de US\$ 100,000.00		0.50% Min US\$ 150.00 (S/ 495.00)	Por operación	
2. Comisiones de aplicación eventual				
2.1 Por aceptación / pago diferido (1)		US\$ 82.00 (S/ 270.60)	Flat	Adicionalmente, aplica si la comisión es a plazo
2.2 Por mantenimiento / seguimiento (1)		US\$ 50.00 (S/ 165.00)		Trimestral
2.3 Por amortización		0.40% Min US\$ 70.00 (S/ 231.00)	Flat	Aplica al valor del documento
2.4 Por modificación (1)		US\$ 70.00 (S/ 231.00)		
2.5 Por endoso de documentos (2)		US\$ 35.00 (S/ 115.50)	Por trámite	En caso corresponda sea por cuenta del girador.
2.6 Por aval (1)		3.00% Min US\$ 180.00 (S/ 594.00)	Por año	Tasa a negociar con el cliente
2.7 Por devolución / descargo de cobranzas impagas (1)(3)		US\$ 80.00 (S/ 264.00)		Aplica al valor de cobranza o cuota
2.8 Por cancelación / Por pago / Reembolso (1)(3)		US\$ 70.00 (S/ 231.00)	Flat	Se cobra al Girador (salvo instrucción en contrario): US\$ 70.00 (S/ 231.00)
2.9 Por cobranzas transferidas (2)		US\$ 30.00 (S/ 99.00)		
2.10 Por gestión ante el BCRP (2)		US\$ 30.00 (S/ 99.00)	Por trámite, al reembolso o pago	Trámite documentario ante BCRP
2.11 Por gastos de traducción (2)		US\$ 25.00 (S/ 82.50)	Por trámite	Revisión y endoso de póliza de seguro de transporte

Figura 25. Tarifario cobranzas documentarias de Importación.

Fuente: Página web de Banco Scotiabank, revisado 16 de setiembre de 2017.

Contiene cambios vigentes desde: 03.04.2017 Última actualización: 25.04.2017

Concepto	Tarifas		Forma de Aplicación	Observaciones
	M. N. (S/.)	M. E. (US\$)		
2.12 Por emisión de tracers (1)				Cada 15 días después del vencimiento. A la vista: al quinceavo día, seguimiento quincenal.
3. Otros				
3.1 Por gestión de swift		US\$ 22.00 (S/ 72.60)		Generación y envío de mensajes cifrados
3.2 Por gestión de portes		US\$ 11.00 (S/ 36.30)		Generación y envío de información
3.3 Por gestión de courier				Variable. Se evalúa caso por caso de acuerdo al destino
En caso de incumplimiento				
Por gestión de protesto (2)		US\$ 33.00 (S/ 108.90)	Por trámite	Adicionalmente, se trasladará todo costo/gasto Notarial
Notas: (1) Adicionalmente se cobrarán la Comisión Por gestión de swift y Comisión Por gestión de portes indicadas en este Tarifario. (2) Adicionalmente se cobrará la Comisión Por gestión de portes (3) Adicionalmente se cobrará Comisión por modificación indicada en este tarifario. (*) Las tasas de interés son fijas durante su período de vigencia y están expresadas en términos anuales (TEA: Tasa Efectiva Anual) sobre una base de cálculo de 360 días, pudiendo variar de acuerdo a las condiciones del mercado. Tipo de Cambio Referencial: Dólar: S/ 3.30 y Euro: S/ 3.50. Se deberá tener en cuenta el tipo de cambio vigente del día que se efectuó la operación. La empresa tiene la obligación de difundir información de conformidad con la Ley N° 28587, sus modificatorias y el Reglamento correspondiente. Los servicios y operaciones comprendidos en el Tarifario están afectos al ITF, cuya tasa se encuentra establecida en "Tarifas Generales" (Cuadro N° 91) y en www.scotiabank.com.pe				

Figura 26. Tarifario cobranzas documentarias de Importación.

Fuente: Página web de Banco Scotiabank, revisado 16 de setiembre de 2017.

Los gastos que se incurrirán serán por **Gestión de Swift USD 22.00**, para la generación y envío de mensajes cifrados y por la **Gestión de Portes USD 11.00**, para la generación y envío de información.

5.5 ELECCIÓN DEL RÉGIMEN DE IMPORTACIÓN

El régimen aduanero que se eligió para el presente plan de negocios es el de Importación para el Consumo (DESPA-PG.01).

5.6 GESTIÓN ADUANERA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

BASE LEGAL

- Ley General de Aduanas, Decreto Legislativo N.º 1053 publicado el 27.6.2008 y modificatorias, en adelante Ley.
- Reglamento de la Ley General de Aduanas, Decreto Supremo N.º 010-2009-EF publicado el 16.1.2009 y modificatorias, en adelante Reglamento.
- Tabla de Sanciones aplicables a las infracciones previstas en la Ley General de Aduanas, Decreto Supremo N.º 031-2009-EF publicado el 11.2.2009 y modificatorias.
- Ley de los Delitos Aduaneros, Ley N.º 28008 publicada el 19.6.2003 y modificatorias.
- Reglamento de la Ley de los Delitos Aduaneros, Decreto Supremo N.º 121-2003-EF publicado el 27.8.2003 y modificatorias.
- Ley que establece la determinación del Valor Aduanero a cargo de la SUNAT, Ley N.º 27973 publicada el 27.5.2003 y modificatoria.

- Ley que establece medidas tributarias, simplificación de procedimientos y permisos para la promoción y dinamización de la inversión en el país, Ley N.º 30230, publicada el 12.7.2014.
- Texto Único Ordenado del Código Tributario, Decreto Supremo N.º 133-2013-EF publicado el 22.6.2013 y modificatorias, en adelante Código Tributario.
- Ley del Procedimiento Administrativo General, Ley N.º 27444 publicada el 11.4.2001 y modificatorias.
- Norma que aprueba las disposiciones reglamentarias del Decreto Legislativo N.º 943, Ley de Registro Único de Contribuyentes, Resolución de Superintendencia Nacional de Administración Tributaria N.º 210-2004-SUNAT publicada el 18.9.2004 y modificatorias.
- Reglamento de Comprobantes de Pago, Resolución de Superintendencia N.º 007-99/SUNAT publicada el 24.1.1999 y modificatorias.
- Reglamento de Organización y Funciones de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria, Resolución de Superintendencia N.º 122-2014/SUNAT publicada el 1.5.2014 y modificatorias.

DISPOSICIONES GENERALES

Importación para el consumo

La importación es un régimen aduanero que permite el ingreso legal de mercancías provenientes del exterior, para ser destinadas al consumo.

La importación de mercancías es definitiva, cuando previo cumplimiento de todas las formalidades aduaneras correspondientes, son nacionalizadas y quedan a libre disposición del dueño o consignatario.

Condiciones para el importador

El dueño o consignatario debe contar con Registro Único de Contribuyentes (RUC) activo y no tener la condición de no habido para destinar las mercancías al régimen de importación para el consumo.

Los datos relativos al número del RUC, nombre o denominación social, código y dirección del local del importador se deben consignar exactamente de acuerdo a su inscripción en la SUNAT; en caso contrario el sistema informático rechaza la numeración de la declaración aduanera de mercancías, en adelante declaración.

Los sujetos no obligados a inscribirse en el RUC, de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 3° de la Resolución de Superintendencia N.º 210-2004/SUNAT, pueden solicitar la destinación aduanera al régimen de importación para el consumo utilizando su Documento Nacional de Identidad (DNI) en el caso de peruanos, o Carné de Extranjería, Pasaporte o Salvoconducto tratándose de extranjeros; considerándose entre estos:

a) Las personas naturales que realicen en forma ocasional importaciones de mercancías, cuyo valor FOB por operación no exceda de mil dólares americanos (US\$ 1,000.00) y siempre que registren hasta tres (3) importaciones anuales como máximo.

- b) Las personas naturales que por única vez, en un año calendario, importen mercancías, cuyo valor FOB exceda los mil dólares americanos (US\$ 1,000.00) y siempre que no supere los tres mil dólares americanos (US\$ 3,000.00).
- c) Los miembros acreditados del servicio diplomático nacional o extranjero, así como los funcionarios de organismos internacionales que en ejercicio de sus derechos establecidos en las disposiciones legales, destinen sus vehículos y menaje de casa.

Los tributos que gravan la importación o el tratamiento arancelario aplicable a las mercancías bajo este régimen, está en función de su clasificación dentro del Arancel de Aduanas, dado por la subpartida NANDINA que se definirá a partir de la información proporcionada por el importador (a través de la factura y demás información complementaria, así como por efecto del propio reconocimiento físico del especialista en aduanas, al momento del despacho.

Siendo este el caso, entonces los tributos y multas aplicables a las importaciones serían:

- Arancel *Ad Valorem* (con tasas de 0%, 9% y 17%, según sea el caso)
- Impuesto General a las Ventas (17%)
- Impuesto de Promoción Municipal (2%)

Pudiendo ser aplicable adicionalmente y según sea el caso, los siguientes conceptos:

- Impuesto selectivo al consumo.

- Derechos específicos.
- Derechos correctivos provisionales Ad /Valorem.
- Derechos antidumping y compensatorios.
- Percepción del IGV.

Las formas de importación, se dan en función al monto de las mercancías a importar o a su naturaleza.

Para importar muestras sin valor comercial, obsequios cuyo valor no exceda de los US\$ 1 000,00 (Mil Dólares Americanos), o mercancías por un monto que no exceda los US\$ 2 000,00 (Dos Mil Dólares Americanos), tenemos al Despacho Simplificado de Importación, que utiliza el formato Declaración Simplificada de Importación (DS).

Para los efectos, el importador (o a quien autorice mediante carta notarial), presentará los formatos de la DS, adjuntando la documentación detallada en la respuesta anterior.

Pero cuando el valor FOB de la mercancía sea superior a los US\$ 2 000,00 (Dos Mil Dólares Americanos), se presenta el formato de Declaración Única de Aduanas. Esta variante, denominada Régimen General de Importación Definitiva, requiere la intervención de un despachador de aduana, que es un operador del comercio exterior que actúa como intermediario del proceso. Se deberá adjuntar la documentación correspondiente, señalada anteriormente.

Las mercancías pueden ser solicitadas a destinación aduanera:

- a) Dentro de los treinta (30) días hábiles computados a partir del día siguiente al término de la descarga, excepto en los despachos anticipados y urgentes.
- b) Dentro del plazo concedido a las mercancías sometidas a los regímenes de depósito aduanero, admisión temporal para reexportación en el mismo estado, admisión temporal para perfeccionamiento activo y destino especial de exposiciones o ferias internacionales.
- c) Dentro del plazo de treinta (30) días hábiles computados a partir del día siguiente del término de la descarga en la aduana de destino para la mercancía sometida al régimen de tránsito interno.
- d) Hasta antes que se efectivice la disposición de la mercancía por la Administración Aduanera, tratándose de mercancías en abandono legal.
- e) Dentro del plazo concedido a las mercancías ingresadas a CETICOS y ZOFRATACNA. La destinación de las mercancías al régimen de Importación para el Consumo se realiza mediante la Declaración Aduanera de Mercancías - Formato "Declaración Única de Aduanas - (DUA). Mercancías de importación prohibida y/o restringida.

Todo tipo de mercancías puede ser objeto del régimen de Importación para el Consumo, con excepción de aquellas que se encuentren prohibidas, cuya relación se encuentra en el portal de la SUNAT.

Mercancías restringidas y prohibidas

Las mercancías de importación prohibida no pueden ser destinadas al régimen de importación para el consumo.

Para la destinación al régimen de importación para el consumo de mercancías restringidas se debe contar con la documentación exigida por las normas específicas antes de la numeración de la declaración, salvo en aquellos casos que estas normas señalen que la referida documentación se obtenga luego de la numeración.

La importación para el consumo de mercancías restringidas y prohibidas se regula por el procedimiento específico “Control de Mercancías Restringidas y Prohibidas” INTA-PE.00.06. La relación referencial de mercancías restringidas o prohibidas puede ser consultada en el portal web de la SUNAT.

El importador debe contar con la documentación exigida por las normas específicas para mercancías restringidas antes de su destinación aduanera, salvo en aquellos casos que por normatividad especial la referida documentación se obtenga luego de numerada la DUA.

Los documentos exigibles para su trámite ante la SUNAT (revisado 10 de setiembre de 2017), en términos generales son:

Documento de Transporte: conocimiento de embarque o guía aérea, dependiendo el medio de transporte utilizado; el cual estará en función al volumen del pedido.

Factura comercial y/o declaración jurada de valor según modalidad de importación.

Comprobante de Pago para el caso en que se efectúen transferencias de bienes antes de su destinación a consumo, excepto en los casos señalados en los procedimientos.

Carta Poder Notarial para el despacho simplificado, cuando el despacho lo realice un tercero en representación del importador, dueño o consignatario.

Otros documentos de acuerdo a la naturaleza del despacho, conforme a las disposiciones específicas sobre la materia, referidos a las mercancías restringidas, en el sentido de que solo podrán ser importadas, cuando cuenten con las respectivas autorizaciones, que emiten las entidades competentes según la naturaleza de las propias mercancías. Estas autorizaciones pueden ser extendidas por el Servicio Nacional de Sanidad Agraria y Instituto Nacional de Recursos Naturales (Ministerio de Agricultura), Dirección de Insumos Químicos y Productos Fiscalizados y Viceministerio de Pesquería (Ministerio de la Producción), Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas (Ministerio de Salud), Dirección General de Control de Servicios de Seguridad, Control de Armas, Munición y Explosivos de Uso Civil (Ministerio del Interior), INC, Biblioteca Nacional o Archivo General de la Nación (Ministerio de Educación), entre otras entidades.

Asimismo, tenemos otros documentos, como aquellos que acreditan una donación y lista de contenido, certificado de origen, resolución liberatoria, entre otros, según su naturaleza.

Con estos documentos, y la autorización del sector competente, de corresponder, se presentará la declaración para importar, que puede ser una *Declaración Simplificada de Importación* o una *Declaración Única de Aduanas*, según corresponda.

Requisitos que deben cumplir las mercancías amparadas en una DUA.

Las mercancías amparadas en una DUA, deben cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Corresponder a un solo consignatario.
- b) Encontrarse depositadas en un almacén aduanero, los CETICOS, o la ZOFRATACNA, salvo los casos de mercancías que se acojan al sistema anticipado de despacho aduanero y aquellas que por su naturaleza o por circunstancias excepcionales no puedan ingresar a un almacén aduanero.
- c) Estar declaradas en un solo manifiesto de carga.
- d) Corresponder a un conocimiento de embarque, carta de porte aérea o carta de porte terrestre. Tratándose de transporte terrestre, cuando la mercancía sea ingresada directamente por sus propietarios, puede aceptarse una declaración jurada en reemplazo de la carta de porte terrestre.

Además, puede incluirse en una sola DUA mercancías arribadas en el mismo viaje del vehículo transportador que se encuentren manifestadas en dos o más conocimientos de embarque, carta de porte aérea o carta de porte terrestre, siempre y cuando estén destinadas al mismo consignatario; inclusive aquélla objeto de

transferencia antes de solicitarse su destinación, para lo cual deberá adjuntarse fotocopias de los comprobantes de pago que acrediten dichas transferencias de mercancías a nombre del consignatario.

En el caso de transporte terrestre, la DUA puede amparar mercancías manifestadas en una misma carta de porte terrestre consignada a un solo consignatario y transportadas en varios vehículos, siempre que éstos pertenezcan a una misma compañía transportista autorizada a operar internacionalmente por las autoridades competentes de transportes y registrada en el Módulo Directorios del Sistema Integrado de Gestión Aduanera (SIGAD).

Las mercancías amparadas en un solo conocimiento de embarque, carta de porte aérea o carta de porte terrestre, siempre que no constituyan una unidad y salvo los casos que se presenten en pallets o contenedores, podrán ser objeto de despachos parciales, los que deben efectuarse dentro de los treinta (30) días hábiles siguientes del término de la descarga.

La carga que ingrese por vía terrestre amparada en un solo documento de transporte puede ser nacionalizada conforme vaya siendo descargada.

Mercancías no encontradas en el reconocimiento físico

Cuando el despachador de aduana tuviera conocimiento de que alguna mercancía no ha sido embarcada o ha sido manifestada y no desembarcada o requiera cerciorarse

de que la mercancía a declarar sea la efectivamente arribada, puede solicitar el reconocimiento físico consignando el código N° 20 en la casilla 7.24 de la DUA.

A solicitud del importador, pueden considerarse como vigentes aquellas mercancías declaradas que no fueren encontradas en el reconocimiento físico o en el examen físico realizado en zona primaria, y cuya deuda tributaria aduanera y recargos, hubieran sido cancelados.

El despacho posterior de las mercancías vigentes se realiza sin el pago de tributos y demás conceptos señalados en el numeral precedente, excepto los correspondientes a los gastos de transporte adicionales, estando sujeta a reconocimiento físico obligatorio. Para este efecto, se consigna el código N° 21 en la casilla 7.24 de la DUA, adjuntando fotocopia de la DUA precedente cancelada que haya sido objeto de reconocimiento o examen físico y la documentación respectiva, en los casos que corresponda, en la cual se haya determinado el faltante.

La vigencia señalada en el numeral 10 precedente sólo se otorga respecto de las mercancías transportadas en contenedores con precintos colocados por la autoridad aduanera o carga suelta reconocida físicamente en zona primaria y no podrá efectuarse bajo la modalidad de despacho anticipado.

Para el control de los descargos de las mercancías vigentes, el despachador de aduana deberá indicar en la transmisión de la DUA el número de la declaración de importación para el consumo precedente, debiendo consignar esta información en la casilla 7.3.

Valoración de mercancías

El valor en aduana de las mercancías destinadas al régimen de Importación para el Consumo se verifica y determina de conformidad con las normas del Acuerdo sobre Valoración en Aduana de la OMC, aprobado por Resolución Legislativa N° 26407; la Decisión 571 de la Comunidad Andina “Valor en aduana de las mercancías importadas”, la Resolución 846 - Reglamento Comunitario de la Decisión 571, el Reglamento para la Valoración de Mercancías según el Acuerdo sobre Valoración en Aduana de la OMC, aprobado por el Decreto Supremo N° 186-99-EF y modificatorias; también se aplican los demás procedimientos, instructivos y circulares, así como las Decisiones del Comité de Valoración Aduanera (OMC) y los instrumentos del Comité Técnico de Valoración en Aduana (Bruselas).

Controles del SIGAD a las mercancías

El SIGAD, luego de la cancelación y/o garantía de ser el caso, de la deuda tributaria aduanera y recargos de corresponder, somete la DUA a una selección para la asignación del canal a fin de determinar el tipo de control al que se sujetan las mercancías, de acuerdo a los canales que se detallan a continuación, los cuales son comunicados mediante aviso electrónico y deben ser consultados en el portal de la SUNAT.

En caso que el despachador de aduana impugne la deuda tributaria aduanera y/o recargos, de corresponder, presentará el escrito fundamentado en la aduana de despacho, pudiendo ésta someter la mercancía a reconocimiento físico.

a) Canal verde:

La DUA seleccionada a este canal no requiere de revisión documentaria ni de reconocimiento físico. Cuando el despachador de aduana presuma la existencia de incidencia en su mercancía y antes del retiro de zona primaria podrá solicitar el examen físico de la misma. El despachador de aduana no presenta documentación alguna ante la intendencia de aduana respectiva, manteniendo en su archivo el original y copia de la DUA conforme a la información registrada en el SIGAD, así como de los documentos sustentatorios, los cuales están a disposición de la SUNAT para las acciones de control que correspondan.

b) Canal naranja:

La DUA seleccionada a este canal es sometida a revisión documentaria. En casos excepcionales, cuando el funcionario aduanero encargado determine que la DUA seleccionada a canal naranja requiere de reconocimiento físico, numera un formulario denominado Hoja Informativa (Solicitud de Verificación Física) en INTRANET – TRABAJO EN LÍNEA, el cual es enviado vía correo electrónico a su jefe inmediato o persona designada, quien evaluará el requerimiento, procediendo a autorizar el reconocimiento físico de la mercancía en los casos que amerite o a rechazarlo indicando el motivo. Esta acción se efectúa como parte del proceso de despacho aduanero, y las declaraciones derivadas a reconocimiento físico no se consideran dentro de los porcentajes establecidos para la selección del canal rojo.

Cuando el despachador de aduana presuma la existencia de incidencia en la mercancía y antes del retiro de zona primaria podrá solicitar el examen físico de la misma.

c) Canal rojo:

Las mercancías de las DUAs seleccionadas a este canal están sujetas a reconocimiento físico, de acuerdo a los siguientes porcentajes:

c.1) Intendencias de Aduana Marítima y Aérea del Callao:

No podrán exceder de 15% de las DUAs sometidas a selección por técnicas de gestión de riesgo en promedio mensual.

c.2) Intendencia de Aduana de Tacna:

El porcentaje no podrá exceder del 30% de las DUAs sometidas a selección por técnicas de gestión de riesgo en promedio mensual.

c.3) Para aquellas intendencias de aduanas que numeren en el mes inmediato anterior:

- un promedio diario de diez (10) DUAs o más: el porcentaje no podrá exceder del cincuenta por ciento (50 %) de dichas declaraciones.

- un promedio diario inferior de diez (10) DUAs: el porcentaje será superior al cincuenta por ciento (50 %) de dichas declaraciones excepto las declaraciones que han sido evaluadas por un criterio de selección distinto al aleatorio.

No están incluidos en el porcentaje de reconocimiento físico a que se refiere el numeral anterior, los casos de mercancías cuyo reconocimiento físico se dispone por:

- a) La normatividad específica.
- b) El Reglamento de la Ley General de Aduanas.
- c) La autoridad aduanera, sobre la base de una acción de control o a solicitud del declarante, durante el proceso de despacho.

A. Transmisión electrónica y numeración de la declaración

- El agente de aduana solicita la destinación aduanera del régimen de importación para el consumo mediante la transmisión electrónica.
- El SIGAD valida la información transmitida, y de ser conforme genera el número de declaración y la liquidación de la deuda tributaria.

B. Cancelación de la deuda tributaria aduanera y recargos

En los despachos que cuenten con la garantía previa:

- Los anticipados y urgentes numerados antes de la llegada del medio de transporte, desde la fecha de numeración de la declaración hasta el vigésimo día calendario del mes siguiente a la fecha del término de la descarga.
- Los excepcionales y urgentes numerados después de la llegada del medio de transporte, desde la fecha de numeración de la declaración hasta el vigésimo día calendario del mes siguiente a la fecha de numeración de la declaración.

En los despachos que no cuenten con la garantía previa:

- Los anticipados y urgentes numerados antes de la llegada del medio de transporte, desde la fecha de numeración de la declaración hasta la fecha del término de la descarga
- Los urgentes y excepcionales numerados después de la llegada del medio de transporte, el mismo día de la fecha de numeración de la declaración.

Vencido el plazo para la cancelación, se liquidan los intereses moratorios por día calendario hasta la fecha de pago inclusive, excepto para la percepción del Impuesto General a las Ventas - IGV.

C. Asignación del canal, recepción y registro documental

- El agente de aduana presenta los documentos sustentatorios debidamente foliados de la declaración que haya sido seleccionada a canal naranja o rojo.
- Los documentos sustentatorios de la declaración son:
 - ✓ Fotocopia autenticada del documento de transporte
 - ✓ Fotocopia autenticada de la factura
 - ✓ Fotocopia autenticada del comprobante de pago
 - ✓ Fotocopia autenticada del seguro de transporte
 - ✓ Fotocopia autenticada del certificado de origen
 - ✓ La declaración andina de valor
 - ✓ Otros.

D. Revisión documentaria y/o reconocimiento físico

E. Retiro de las mercancías

El retiro de las mercancías de los terminales portuarios, depósitos temporales, CETICOS y complejos aduaneros se permite previa verificación en el portal web de la SUNAT del otorgamiento del levante.

5.7 GESTION DE OPERACIONES DE IMPORTACIÓN: FLUJOGRAMA

A continuación se pasa a detallar las etapas en el procedimiento de importaciones (tramitación del régimen)².

Figura 27. Flujoograma procedimiento de Importación.



Figura 27. Flujoograma procedimiento de Importación.

Fuente: Cossio Carlin , Alfonso (2017). Elección del Régimen de Exportación o Importación y Gestión Aduanera del Comercio Internacional. Curso de actualización profesional [Material presentado en clase].

² Cossio Carlin, Alfonso (2017).

6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

6.1 INVERSIÓN FIJA

La inversión que voy a tener que realizar para el desarrollo de mi idea de negocio es la siguiente:

Tabla 22. Inversión fija.

ACTIVOS TANGIBLES:	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computadoras	3	S/. 1,550.00	S/. 4,650.00
Teléfonos celulares	3	S/. 295.00	S/. 885.00
Impresora láser marca HP LJ M127 (demo y uso)	2	S/. 487.50	S/. 975.00
Mobiliario de oficina	3	S/. 750.00	S/. 2,250.00
TOTAL ACTIVOS TANGIBLES			S/. 8,760.00
INVERSIÓN TOTAL			S/. 8,760.00
Tipo de Cambio	3.25		\$ 2,695.38
	al		
	23/9/2017		

Fuente y Elaboración propia.

6.1.1 ACTIVOS TANGIBLES

Dentro de nuestros activos tangibles disponemos de lo siguiente:

- ✚ El inmueble es propio dónde funcionará la oficina de QUALITY PRINTING E.I.R.L.
- ✚ Dos computadoras.
- ✚ Dos teléfonos celulares.
- ✚ Dos impresoras HP LJ M127 (una para demo y otra para uso).
- ✚ Mobiliario de oficina para dos personas.

Es importante aclarar que no se va a trabajar con un stock de los tóneres XNX de la marca XEROX originales, dado que la compra/venta se hará a pedido y con crédito (tanto hacia el cliente como hacia el proveedor del producto).

6.1.2 ACTIVOS INTANGIBLES

Dentro de nuestros activos intangibles disponemos de lo siguiente:

- ✚ Nuestra marca QUALITY PRINTING E.I.R.L.
- ✚ La marca XEROX que vamos a comercializar.
- ✚ El ser un canal de distribución autorizado de XEROX.

6.2. CAPITAL DE TRABAJO

El Capital de Trabajo se calcula a través de la diferencia de nuestros Activos Corrientes (valor de nuestra mercadería y el aporte de efectivo) versus nuestros Pasivos Corrientes (préstamo a corto plazo que vamos a realizar para la compra de los suministros de tóner XEROX XNX para el modelo de impresora HP seleccionado). Para efectos del negocio, tenemos la siguiente información para el cálculo del Capital de Trabajo:

Tabla 23. Capital de trabajo.

ACTIVOS CORRIENTES:

Descripción del concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Mercadería para la venta	1	S/. 0.00	S/. 0.00
Disponibilidad de efectivo	1	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00
TOTAL ACTIVO CORRIENTE			S/. 5,000.00

PASIVOS CORRIENTES:

Descripción del concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Préstamos a corto plazo	1	S/. 0.00	S/. 0.00
TOTAL PASIVO CORRIENTE			S/. 0.00

CAPITAL DE TRABAJO **S/. 5,000.00**

Fuente y Elaboración propia.

6.3. INVERSIÓN TOTAL

La inversión total requerida para el negocio y, a su vez, poder iniciar las operaciones será el indicado en el siguiente cuadro.

Tener presente que, la compra de los tóneres XNX será en función el pedido.

Tabla 24. Inversión Total.

INVERSIÓN TOTAL:

ACTIVOS TANGIBLES:	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computadoras	3	S/. 1,550.00	S/. 4,650.00
Teléfonos celulares	3	S/. 295.00	S/. 885.00
Impresora láser marca HP LJ M127 (demo y uso)	2	S/. 487.50	S/. 975.00
Mobiliario de oficina	3	S/. 750.00	S/. 2,250.00

TOTAL ACTIVOS TANGIBLES **S/. 8,760.00**

INVERSIÓN TOTAL **S/. 8,760.00**

Tipo de Cambio 3.25
al
23/9/2017 \$ 2,695.38

Fuente y Elaboración propia.

6.4. ESTRUCTURA DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

La estructura de Inversión y Financiamiento será establecida en función del porcentaje que representan del total de mi inversión, mis activos tangibles totales (será inversión propia) y mis pasivos corrientes totales (será a través de financiamiento), como podemos apreciar en la siguiente tabla:

Tabla 25. Estructura de Inversión y Financiamiento.

Estructura de Inversión y Financiamiento	Porcentaje	Monto Equivalente
Inversión Propia	11%	\$ 2,695.38
Préstamo Bancario - Financiamiento	89%	\$ 21,088.23
Monto Total	100%	\$ 23,783.61

Fuente y Elaboración propia.

6.5 FUENTES FINANCIERAS Y CONDICIONES DE CRÉDITO

Del monto total que requerimos para iniciar el funcionamiento de nuestras actividades, el 80% lo vamos a canalizar como un préstamo bancario a largo plazo (5 años). Dentro del financiamiento vamos a trabajar con periodos de pago de similar tiempo que dure el proyecto (es decir, financiamiento a 60 meses). Dentro de las alternativas de financiamiento encontradas con mejor tasa de interés (2% mensual), tenemos el Banco Falabella, el Banco Financiero y el Banco Scotiabank.

6.6 PRESUPUESTO DE COSTOS

Tabla 26. Costos administrativos (Considerando un T/C de 3.3).

COSTOS ADMINISTRATIVOS		
CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Sueldos y salarios	S/. 3,550.00	S/. 42,600.00
Gastos de oficina	S/. 391.00	S/. 4,692.00
TOTAL	S/. 3,941.00	S/. 47,292.00
	\$ 1,194.24	\$ 14,330.91

Fuente y Elaboración propia.

Tabla 27. Costos Cadena de Distribución Física Internacional – Terminal y Otros.

COSTOS DFI		
TERMINAL - OTROS		
CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 45.00	\$ 540.00
GASTOS PORTUARIOS	\$ 120.00	\$ 1,440.00
DESCONSOLIDACIÓN	\$ 120.00	\$ 1,440.00
DIF. BANCARIO	\$ 15.00	\$ 180.00
GASTOS OPERATIVOS	\$ 85.00	\$ 1,020.00
TRANSPORTE NACIONALES	\$ 150.00	\$ 1,800.00
TRANSMISIÓN	\$ 35.00	\$ 420.00
IGV	\$ 102.60	\$ 1,231.20
TOTAL	\$ 672.60	\$ 8,071.20

Fuente y elaboración propia.

Tabla 28. Costos Cadena de Distribución Física Internacional – Agencia.

COSTOS DFI		
AGENCIA		
CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
COMISIÓN (0.39% CIF), MINIMO	\$ 150.00	\$ 1,800.00
GASTOS OPERATIVOS	\$ 35.00	\$ 420.00
IGV	\$ 33.30	\$ 399.60
TOTAL	\$ 218.30	\$ 2,619.60

Fuente y Elaboración propia.

6.7 PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 29. Cálculo de Punto de Equilibrio.

Costo Fijo Total	\$ 60,059.00
Precio de Venta Unitario	\$ 55.00
Costo Variable Unitario	\$ 35.00
Precio - Costo Variable	\$ 20.00
Punto de Equilibrio	3,003
Ingresos	\$ 165,162.25
Egresos	
Por compra	\$ 0.00
Por sueldos	\$ 60,059.00
Egresos	\$ 60,059.00
Resultado	\$ 105,103.25

Fuente y Elaboración propia.

6.8 TRIBUTACIÓN DE LA IMPORTACIÓN

Tabla 30. Tributación de la importación.

TRIBUTACIÓN DE LA IMPORTACIÓN	
Considerando 1051 unidades	
Valor FOB	15,765.00
Flete	1,160.00
Seguro	80.00
CIF CALLAO	17,005.00
<u>IMPUESTOS</u>	
Arancel Ad/V (0%)	0.00

ISC	0.00
IGV (16%)	2,720.80
IPM (2%)	340.10
	3,060.90
Percepcion del IGV (1%)	200.66
Gastos de Importacion	890.90
Gastos administrativos y financieros	33.00
Costo Total Importacion	17,928.90

Fuente y Elaboración propia.

6.9 PRESUPUESTO DE INGRESOS

Los ingresos proyectados durante la vida del presente trabajo, serán de \$593, 805 sin IGV.

La distribución de este ingreso de manera mensual, es conforme al cuadro siguiente (se muestra una parte de cómo se distribuye):

Tabla 31. Presupuesto de Ingresos.

PERIODO	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
VENTA MENSUAL UNIDADES	106	72	101	74	104	69	106	71	101	74	104	69
VENTAS ADICIONALES												
PRECIO UNITARIO	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 55	\$ 55
INGRESOS MENSUALES	\$ 5,830	\$ 3,960	\$ 5,555	\$ 4,070	\$ 5,720	\$ 3,795	\$ 5,830	\$ 3,905	\$ 5,555	\$ 4,070	\$ 5,720	\$ 3,795

Fuente y Elaboración propia.

6.10. PRESUPUESTO DE EGRESOS

El presupuesto de egresos en el lapso de los cinco años que durará esta empresa, será de \$ 324, 446 sin IGV.

La distribución de este egreso de manera mensual, a manera de ejemplo, es conforme a la tabla siguiente:

Tabla 32. Presupuesto de Egresos.

PERIODO	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
COMPRAS MENSUALES EN CANTIDADES	106	72	101	74	104	69	106	71	101	74	104	69
VALOR UNITARIO DE COMPRA												
GASTOS DE ENVÍOS A UNIVERSIDADES POR TÓNER	\$ 530	\$ 360	\$ 505	\$ 370	\$ 520	\$ 345	\$ 530	\$ 355	\$ 505	\$ 370	\$ 520	\$ 345
\$ 5.00												
VENTAS ADICIONALES												
Valor de compra unitaria del tóner XEROX	\$ 20.13	\$ 20.13	\$ 20.13	\$ 20.13	\$ 20.13	\$ 20.13	\$ 20.13	\$ 20.13	\$ 20.13	\$ 20.13	\$ 20.13	\$ 20.13
TOTAL EGRESOS MENSUALES	\$ 530	\$ 360	\$ 505	\$ 370	\$ 520	\$ 345	\$ 530	\$ 355	\$ 505	\$ 370	\$ 520	\$ 345

Fuente y Elaboración propia.

6.11 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

La rentabilidad y viabilidad de un proyecto de inversión, lo definiremos a través del VAN y del TIR, respectivamente. En ese sentido, vamos a poder apreciar que el proyecto que se encuentra estructurado por cinco años, en el último año se liquidan los activos y se cierra el negocio:

Tabla 33. Flujo de Caja Proyectado.

Flujo Proyectado	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Ingresos		\$ 57,805	\$ 103,186	\$ 126,044	\$ 142,938	\$ 163,832	\$ 593,805
Egresos		\$ 5,255	\$ 62,064	\$ 75,110	\$ 84,961	\$ 97,057	\$ 324,446
Gastos Administrativos	-	\$ 13,119	\$ 13,119	\$ 23,738	\$ 23,738	\$ 29,131	\$ 102,844
Gastos Financieros		\$ 4,597	\$ 3,947	\$ 3,130	\$ 2,104	\$ 816	\$ 14,595
Depreciación		\$ 570	\$ 570	\$ 570	\$ 570	\$ 69	\$ 2,349
U.A.I.IE		\$ 34,264	\$ 23,486	\$ 23,496	\$ 31,565	\$ 36,760	\$ 149,571
Ingresos Extraordinarios						\$ -104	
U.A.I		\$ 34,264	\$ 23,486	\$ 23,496	\$ 31,565	\$ 36,656	\$ 149,467
Impuesto a la Renta (29.5%)		\$ 10,108	\$ 7,046	\$ 7,049	\$ 9,470	\$ 10,997	\$ 44,669
U.D.I.		\$ 24,156	\$ 16,440	\$ 16,447	\$ 22,096	\$ 25,659	\$ 104,798
Depreciación		\$ 570	\$ 570	\$ 570	\$ 570	\$ 69	\$ 2,349
Amortización		\$ 2,539	\$ 3,189	\$ 4,006	\$ 5,032	\$ 6,321	\$ 21,088
Venta de Activo Final						\$ 446	\$ 446
						\$	\$ -
Utilidad Neta	-2695.38	\$ 22,187	\$ 13,821	\$ 13,011	\$ 17,633	\$ 19,854	\$ 86,505
VAN (6.5%) =		\$ 62,828					
TIR=		76%					

Fuente y Elaboración propia.

6.12 ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDA

Tabla 34. Estado de Ganancias y Pérdidas.

ESTADO DE RESULTADOS					
CONCEPTOS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
VENTAS	\$ 57,805.00	\$ 103,185.50	\$ 126,044.05	\$ 142,938.46	\$ 163,832.30
(-) COSTO DE VENTAS	\$ 5,255.00	\$ 62,063.50	\$ 75,109.85	\$ 84,960.84	\$ 97,056.92
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 52,550.00	\$ 41,122.00	\$ 50,934.20	\$ 57,977.62	\$ 66,775.38
(-)GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 13,688.64	\$ 13,688.64	\$ 13,688.64	\$ 13,688.64	\$ 29,130.97
SUELDOS Y SALARIOS					
GASTOS DE OFICINA					
DEPRECIACIONES ACTIVOS FIJOS					
(-)GASTOS DE VENTAS	\$ 2,294.65	\$ 2,294.65	\$ 2,294.65	\$ 2,294.65	\$ 2,294.65
AGENTE DE ADUANA	\$ 540.00	\$ 540.00	\$ 540.00	\$ 540.00	\$ 540.00
AGENTE DE CARGA	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00
GASTOS OPERATIVOS	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00
ALMACEN	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00
AFORO O PREVIO (FISICO)	\$ 1,020.00	\$ 1,020.00	\$ 1,020.00	\$ 1,020.00	\$ 1,020.00
MARKETING	\$ 2,294.65	\$ 2,294.65	\$ 2,294.65	\$ 2,294.65	\$ 2,294.65
TRANSPORTE NACIONALES	\$ 420.00	\$ 420.00	\$ 420.00	\$ 420.00	\$ 420.00
(-)GASTOS FINANCIEROS	\$ 4,597.46	\$ 3,947.18	\$ 3,130.36	\$ 2,104.35	\$ 815.58
INTERES PRESTAMO	\$ 4,597.46	\$ 3,947.18	\$ 3,130.36	\$ 2,104.35	\$ 815.58
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION E IMP	\$ 31,969.24	\$ 21,191.52	\$ 31,820.54	\$ 39,889.97	\$ 34,534.17
(-15%) PARTICIPACION TRABAJADORES	\$ 8,551.18				
UTILIDAD IMPONIBLE	\$ -33,409.24				
(-30%) IMPUESTO A LA RENTA	\$ 9,590.77	\$ 6,357.46	\$ 9,546.16	\$ 11,966.99	\$ 10,360.25
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 22,378.47	\$ 14,834.07	\$ 22,274.38	\$ 27,922.98	\$ 24,173.92
(-5%) RESERVA LEGAL	\$ 1,118.92	\$ 741.70	\$ 1,113.72	\$ 1,396.15	\$ 1,208.70
UTILIDAD LIQUIDA DEL EJERCICIO	\$ 21,259.55	\$ 14,092.36	\$ 21,160.66	\$ 26,526.83	\$ 22,965.22

Fuente y Elaboración propia.

6.13 EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN

La evaluación de la inversión se ha realizado a través de los siguientes indicadores:

6.13.1 EVALUACIÓN ECONÓMICA

Se ha elegido dos indicadores para realizar la evaluación económica. El VAN y la TIR:

Como indicador VAN, tenemos que nuestro proyecto arroja un VAN de \$ 62, 828.00. Esto significa que si el día de hoy hacemos una inversión de \$ 2, 695.00, el mismo se nos devuelve el dinero invertido y además, el día de hoy, obtenemos una rentabilidad o ganancia de \$ 62, 828.00. Esto determina la riqueza del proyecto, donde la teoría dice que si el VAN es mayor a cero, entonces el proyecto es rentable.

Como indicador TIR, tenemos que nuestro proyecto arroja una TIR de 76%. Este indicador al compararlo con nuestro COK que es de 6.5% anual, entonces tenemos que el proyecto para el inversionista que seremos nosotros, resulta igualmente rentable, dado que la tasa de rentabilidad del proyecto es mucho mayor a nuestra tasa esperada de retorno.

6.13.2 EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera de nuestro proyecto la vamos a determinar a través del flujo de caja proyectado. Aquí tenemos que nuestra utilidad neta promedio, considerando también la inversión inicial del mismo, es de \$1, 441.75 sin IGV. Esta sería la utilidad neta promedio en un proyecto de 60 meses de duración. Por lo tanto, nuestra utilidad neta acumulada al final de los 60 meses de duración sería de \$ 86, 505 sin IGV.

6.13.3 EVALUACIÓN SOCIAL

La evaluación social respecto a la ejecución de nuestro proyecto de inversión, es que vamos a contribuir con el desarrollo de la economía al ofrecer un producto de marca reconocida a nivel mundial, con alto prestigio, un producto de calidad (debidamente certificado con la norma ISO), con mayor rendimiento en páginas (aquí entra a tallar la productividad que va a generar nuestro producto en razón que el usuario final hará el cambio del suministro con una menor frecuencia, debido al mayor rendimiento que el producto HP) y finalmente con un menor precio de compra para el cliente final.

6.13.4 IMPACTO AMBIENTAL

El producto que es materia del presente proyecto de inversión cuenta con sus certificaciones de producción en el cuidado del medio ambiente (ISO 14,001, entre otros) y con ello cumpliremos con ser una empresa de responsabilidad social. Las certificaciones con las que cuenta nuestro producto, para tranquilidad de nuestros clientes y garantizando el cuidado con el medio ambiente, son:

Estándares y acreditaciones



Figura 28. Estándares y acreditaciones de los suministros Xerox para las impresoras HP.

Fuente: Página Web de Xerox, revisado 10 de setiembre de 2017

6.14 EVALUACIÓN DE COSTO DE OPORTUNIDAD DEL CAPITAL DE TRABAJO

El costo de oportunidad del capital de trabajo está expresado en una tasa de interés mensual del 6.5%. Esta será la tasa esperada de retorno de nosotros como inversionista. Esta tasa la estamos considerando a raíz del ofrecimiento del Banco Falabella dónde por colocar mi dinero en un plazo de 5 años, el pago de intereses es del 6.5% anual (lo cual sería un equivalente de casi un 0.55% mensual de interés). Al comparar nuestro costo de oportunidad del capital de trabajo con la TIR del proyecto

(76% anual), definitivamente nuestro costo de oportunidad se ve superado por la tasa de rentabilidad o interna de retorno del proyecto.

6.15 CUADRO DE RIESGO DEL TIPO DE CAMBIO

Considerando el tipo de cambio al 23/09/2017 que es de S/. 3.25, se puede desarrollar el siguiente cuadro:

Tabla 35. Riesgo del Tipo de Cambio.

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TONER XEROX XNX COMPATIBLE IMPRESORA LASER HP	\$57,805.00	\$103,185.50	\$126,044.05	\$142,938.46	\$163,832.30
Total soles (TC 3.25)	187,866.25	335,352.88	409,643.16	464,549.98	532,454.98
Total soles (TC 3.15)	182,085.75	325,034.33	397,038.76	450,256.13	516,071.75
Diferencia en soles	5,780.50	10,318.55	12,604.41	14,293.85	16,383.23

Fuente y Elaboración propia.

Nuestro riesgo es tolerable dada las proyecciones del tipo de cambio para el próximo año (no hay mucha variación frente al 2017), según fuente actualizada de proyección en entrevista publicada en el diario El Comercio (8 de agosto de 2017):

“El tipo de cambio estará entre S/3,25 y S/3,30 por dólar este año y el próximo, como producto del superávit comercial y de que el déficit en cuenta corriente se halla en un mínimo de nueve años, estimó Walter

Bayly, chief operating officer de Credicorp y gerente general del Banco de Crédito del Perú (BCP)”

Por otro lado, la comercialización de nuestro producto con las universidades privadas elegidas será en el tipo de moneda extranjera. Con las universidades públicas, se tendrá que aplicar el tipo de cambio correspondiente en la fecha de operación.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 CONCLUSIONES

1. El producto que vamos a comercializar en nuestra empresa termina siendo una alternativa de alta calidad para el cliente, de mayor productividad en rendimiento y de menor costo de adquisición en su compra.
2. Los productos originales hoy en día tienen una fuerte competencia en otros productos compatibles, de igual o mejor calidad, pero con una desventaja en el precio de venta. Los clientes se convencen cada día más, que la calidad de un producto ya no depende de una marca sino del cumplimiento de las expectativas que tiene el cliente al recibir o acoger el producto.
3. Nuestra empresa QUALITY PRINTING E.I.R.L. nos permitirá tener éxito con la venta de nuestro producto XEROX para impresoras HP, poder más adelante diversificar en otras líneas de venta como son los servicios de post venta como

son: mantenimientos preventivos para sus impresoras HP, servicio técnico, atención de incidencias, mantenimientos correctivos, etc.

7.2 RECOMENDACIONES

1. El presente estudio debería de ampliarse y llevarse a otros productos, dónde la marca original no debería de ser la única que trabaje en un mercado monopólico, sino que otros fabricantes tengan las mismas posibilidades de dar a conocer sus productos, con una misma o mejor calidad, pero a un costo diferente. La libre competencia del mercado y la economía global, hará que dentro de poco no sea una competencia entre marcas, sino una competencia entre cumplimientos de lo ofrecido versus el costo de adquisición.
2. Este tipo de producto debería de comercializarse también dentro de las compras del Estado (portal PERÚ COMPRAS), sin ningún problema de restricción. Hoy en dicho portal únicamente se aceptan productos de la misma marca de las impresoras que tiene el cliente, no se aceptan compatibles, ni remanufacturados, menos recargados. El Estado peruano debe de convencerse que tiene aquí una alternativa económica, de igual o mayor calidad, pero con una productividad que le permitirá ser más eficiente en sus trabajadores.
3. Recomendaría que quienes deseen ingresar en el mundo de la venta de los suministros para impresoras láser, busquen alternativas diferenciadoras para ser elegidos entre los muchos proveedores que seremos en un futuro (y que ya lo somos actualmente). Por ejemplo, existen softwares gratuitos de diversas marcas,

que permiten al cliente final monitorear el porcentaje del estado de sus suministros. Es decir, que en cualquier momento el cliente final puede saber qué porcentaje le resta a su suministro como para ir anticipando la compra de manera preventiva. De igual manera, una copia de la información de esta herramienta la pueda visualizar el proveedor, contemplando de esta manera el avisar a su cliente una próxima venta para el cambio oportuno del suministro. De esta manera, se estaría trabajando en un post venta con el mismo cliente y logrando una satisfacción y fidelización del mismo.

BIBLIOGRAFÍA.

- Alayo Luna, F. Y Sánchez Cueva, F. (2016). La estrategia de marketing viral y su relación con la fidelización de los clientes de la empresa Tawa Restobar Trujillo 2016. Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración, Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo.
- Best, R.(2007). Marketing Estratégico (4a. ed.).Madrid: Pearson Educación S.A.
- Cateora, P., Gilly, M., Graham, J (2014). Marketing Internacional (3a. ed.). México: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2012). Marketing (14a. ed.). México: Pearson Educación.
- Lerma, A. y Márquez, E. (2010). Comercio y marketing Internacional (4a. ed.). México: Cengage Learning Editores, S. A. de C. V.
- López Crespo, L. (2014). El marketing relacional y su influencia en la fidelización de los clientes en la empresa JF Corredores de seguros. Trabajo de investigación para optar el título de Licenciada en Administración de empresas, Universidad Nacional Tecnológica de Lima Sur, Lima.
- Ortiz Guillén, M. (2015). Marketing relacional y la calidad del servicio en las empresas de transporte de pasajeros con ruta Andahuaylas – Lima, viceversa, 2014. Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas.
- Quiñones, R. (2012). Mercadotecnia Internacional (1a. ed.). México: Red Tercer Milenio S.C.

ANEXOS

ANEXO 1.

MODELO DE CONSTITUCIÓN PARA UNA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA E.I.R.L

CONSTITUCIÓN DE EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA SIN MINUTA, DE CONFORMIDAD CON EL ARTÍCULO 58 LITERAL I) DEL D. LEG. N° 1049, DECRETO LEGISLATIVO DEL NOTARIADO, CONCORDADO CON EL DECRETO SUPREMO N° 013-2013-PRODUCE, TEXTO UNICO ORDENADO DE LA LEY DE IMPULSO AL DESARROLLO PRODUCTIVO Y AL CRECIMIENTO EMPRESARIAL, QUE OTORGA:

GISSELLA MILAGROS ALBERCA SIALER, DE NACIONALIDAD PERUANA, CON DNI N° 41563223, OCUPACIÓN: ADMINISTRADORA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES, ESTADO CIVIL: CASADA CON PEDRO ENRIQUE TRILLO TELLO, CON DNI N° 40173387, SEÑALANDO DOMICILIO PARA EFECTOS DE ESTE INSTRUMENTO EN AV. CESAR CANEVARO # 742 – DPTO. 1101, LINCE, LIMA 14 , PERU; EN LOS TÉRMINOS SIGUIENTES:

PRIMERA.- POR EL PRESENTE, GISSELLA MILAGROS ALBERCA SIALER : CONSTITUYE UNA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA BAJO LA DENOMINACIÓN DE: **“QUALITY PRINTING E.I.R.L.”** , CON DOMICILIO EN LA PROVINCIA DE LIMA, DEPARTAMENTO DE LIMA, QUE INICIA SUS OPERACIONES A PARTIR DE SU INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS CON UNA DURACIÓN

INDETERMINADA, PUDIENDO ESTABLECER SUCURSALES EN TODO EL TERRITORIO NACIONAL.

SEGUNDA.- EL OBJETO DE LA EMPRESA ES: IMPORTAR DESDE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA, TÓNERES ORIGINALES DE LA MARCA XEROX QUE SON COMPATIBLES CON LAS IMPRESORAS LASER DE MARCA HP, OFRECIENDO UN PRODUCTO DE ALTO RENDIMIENTO A UN MENOR COSTO QUE EL DE LOS TÓNERES ORIGINALES DE LA MISMA MARCA DE LAS IMPRESORAS LÁSER.

TERCERA.- EL CAPITAL DE LA EMPRESA ES DE S/. 16, 500.00 (DIESCISÉIS MIL QUINIENTO Y 00/100 NUEVOS SOLES), CONSTITUIDO DE LA SIGUIENTE MANERA:

APORTE DEL TITULAR EN BIENES NO DINERARIOS DE S/. 6, 105.00 (SEIS MIL CIENTOCINCO Y 00/100 NUEVOS SOLES). LOS BIENES SE DETALLAN EN LA DECLARACIÓN JURADA DE INFORME DE VALORIZACIÓN QUE SE ANEXA A LA PRESENTE Y FORMA PARTE INTEGRANTE DE LA ESCRITURA PÚBLICA QUE ESTE DOCUMENTO ORIGINE.

APORTE DEL TITULAR EN EFECTIVO DE S/. 16, 500.00 (DIESCISÉIS MIL QUINIENTOS Y 00/100 SOLES), DE CONFORMIDAD CON LA DECLARACIÓN JURADA ADJUNTA AL PRESENTE DOCUMENTO.

CUARTA.- SON ÓRGANOS DE LA EMPRESA, EL TITULAR Y LA GERENCIA. EL RÉGIMEN QUE LE CORRESPONDA ESTÁ SEÑALADO EN EL DECRETO LEY N° 21621, ARTÍCULOS 39 Y 50 RESPECTIVAMENTE Y DEMÁS NORMAS MODIFICATORIAS Y COMPLEMENTARIAS.

QUINTA.- LA GERENCIA ES EL ÓRGANO QUE TIENE A SU CARGO LA ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN DE LA EMPRESA. SERÁ DESEMPEÑADA POR UNA O MÁS PERSONAS NATURALES. EL CARGO DE GERENTE ES INDELEGABLE. EN CASO DE QUE EL CARGO DE GERENTE RECAIGA EN EL TITULAR, ÉSTE SE DENOMINARÁ TITULAR GERENTE.

SEXTA.- LA DESIGNACIÓN DEL GERENTE SERÁ EFECTUADA POR EL TITULAR, LA DURACIÓN DEL CARGO ES INDEFINIDA, AUNQUE PUEDE SER REVOCADO EN CUALQUIER MOMENTO.

SÉPTIMA.- CORRESPONDE AL GERENTE:

1. ORGANIZAR EL RÉGIMEN INTERNO DE LA EMPRESA.
2. CELEBRAR CONTRATOS INHERENTES AL OBJETO DE LA EMPRESA, FIJANDO SUS CONDICIONES; SUPERVISAR Y FISCALIZAR EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES DE LA EMPRESA.
3. REPRESENTAR A LA EMPRESA ANTE TODA CLASE DE AUTORIDADES. EN LO JUDICIAL GOZARA DE LAS FACULTADES GENERALES Y ESPECIALES, SEÑALADAS EN LOS ARTÍCULOS 74°, 75°, 77° Y 436° DEL CÓDIGO PROCESAL CIVIL. EN LO ADMINISTRATIVO GOZARÁ DE LA FACULTAD DE REPRESENTACIÓN PREVISTA EN EL ARTICULO 115° DE LA LEY N° 27444 Y DEMÁS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS. TENIENDO EN TODOS LOS CASOS FACULTAD DE DELEGACIÓN O SUSTITUCIÓN. ADEMÁS PODRÁ CONSTITUIR PERSONAS JURÍDICAS EN NOMBRE DE LA EMPRESA Y REPRESENTAR A LA EMPRESA ANTE LAS PERSONAS JURÍDICAS QUE CREA CONVENIENTE Y DEMÁS NORMAS COMPLEMENTARIAS. ADEMÁS PODRÁ SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE, CONCILIACIONES EXTRAJUDICIALES Y DEMÁS MEDIOS ADECUADOS DE SOLUCIÓN DE CONFLICTO, PUDIENDO SUSCRIBIR LOS DOCUMENTOS QUE SEAN PERTINENTES.
4. CUIDAR LOS ACTIVOS DE LA EMPRESA.

5. ORDENAR PAGOS, COBRAR LAS CANTIDADES QUE SE ADEUDEN A LA EMPRESA Y EXIGIR LA ENTREGA DE LOS BIENES MUEBLES E INMUEBLES, QUE LE PERTENEZCAN O CUYA POSESIÓN CORRESPONDA A LA EMPRESA Y OTORGAR RECIBOS Y CANCELACIONES. ORDENAR, EFECTUAR Y RECIBIR PAGOS EN EFECTIVO Y/O CON OTROS MEDIOS DE PAGO, INCLUSIVE CON TÍTULOS VALORES; Y OTORGAR LOS RESPECTIVOS RECIBOS Y CANCELACIONES. CELEBRAR TODO TIPO DE CONTRATOS BANCARIOS, Y REALIZAR CUALQUIER OPERACIÓN BANCARIA, INCLUYENDO APERTURA Y/O CIERRE DE CUENTAS CORRIENTES, CUENTAS A PLAZO, CUENTAS DE AHORRO, CUENTAS DE CUSTODIA Y/O DEPÓSITOS DE CUALQUIER NATURALEZA, PUDIENDO DEPOSITAR O RETIRAR FONDOS; ALQUILAR, RETIRAR Y CERRAR CAJAS DE SEGURIDAD; SOLICITAR Y CONTRATAR CARTAS FIANZA O FIANZAS BANCARIAS; CELEBRAR CONTRATOS DE ARRENDAMIENTO FINANCIERO O “LEASING”, “LEASE BACK”, FIDEICOMISO, COMISIÓN DE CONFIANZA, “FACTORING”, UNDERWRITING, ESCROW ACCOUNT, CRÉDITO EN CUENTA CORRIENTE, CRÉDITO DOCUMENTARIO Y CARTAS DE CRÉDITO, TARJETAS DE CRÉDITO, ADVANCE ACCOUNT, ADELANTO EN CUENTA CORRIENTE, MUTUOS DINERARIOS EN TODAS SUS MODALIDADES, DESCUENTOS, ANTICIPOS, EN FORMA INDIVIDUAL Y/O MEDIANTE LÍNEAS DE CRÉDITO, PUDIENDO OBSERVAR ESTADOS DE CUENTA CORRIENTE, ASÍ COMO SOLICITAR INFORMACIÓN SOBRE LAS OPERACIONES REALIZADAS EN SUS CUENTAS Y/O DEPOSITOS. GIRAR CHEQUES, CONTRA LOS FONDOS DE LA EMPRESA O EN SOBREGIRO, A FAVOR DE TERCEROS O DE SÍ MISMO; ENDOSAR CHEQUES A FAVOR DE TERCEROS O DE SÍ MISMO, INCLUSO PARA ABONO EN CUENTA DE LA EMPRESA; Y COBRAR CHEQUES. GIRAR, EMITIR, ACEPTAR, ENDOSAR, COBRAR, AVALAR, AFIANZAR, RENOVAR, INCLUIR CLÁUSULAS DE PRÓRROGA Y/O DESCONTAR LETRAS DE CAMBIO, PAGARÉS, FACTURAS CONFORMADAS, TÍTULOS DE CRÉDITO HIPOTECARIO NEGOCIABLE, Y CUALQUIER OTRO TÍTULO VALOR.

6. SOLICITAR TODA CLASE DE PRÉSTAMOS CON GARANTÍAS HIPOTECARIA, MOBILIARIA Y DE CUALQUIER FORMA, ADEMÁS CONOCIMIENTO DE EMBARQUE, CARTA DE PORTE, CARTA FIANZA, PÓLIZA, LETRAS DE CAMBIO, PAGARES, FACTURAS CONFORMADAS Y CUALQUIER OTRO TÍTULO VALOR.
7. SUSCRIBIR CONTRATOS DE ARRENDAMIENTO Y SUBARRENDAMIENTO.
8. COMPRAR Y VENDER LOS BIENES SEAN MUEBLES O INMUEBLES DE LA EMPRESA, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS CONTRATOS.
9. CELEBRAR, SUSCRIBIR CONTRATOS DE LEASING O ARRENDAMIENTO FINANCIERO, CONSORCIO, ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN Y CUALQUIER OTRO CONTRATO DE COLABORACIÓN EMPRESARIAL, VINCULADOS AL OBJETO DE LA EMPRESA.
10. AUTORIZAR A SOLA FIRMA, LA ADQUISICIÓN DE BIENES, CONTRATACIÓN DE OBRAS Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS PERSONALES.
11. NOMBRAR, PROMOVER, SUSPENDER Y DESPEDIR A LOS EMPLEADOS Y SERVIDORES DE LA EMPRESA.
12. CONCEDER LICENCIA AL PERSONAL DE LA EMPRESA.
13. CUIDAR DE LA CONTABILIDAD Y FORMULAR EL ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS, EL BALANCE GENERAL DE LA EMPRESA Y LOS DEMÁS ESTADOS Y ANÁLISIS CONTABLES QUE SOLICITE EL TITULAR.
14. SOLICITAR, ADQUIRIR, TRANSFERIR REGISTROS DE PATENTES, MARCAS, NOMBRES COMERCIALES CONFORME A LEY, SUSCRIBIENDO CUALQUIER CLASE DE DOCUMENTOS VINCULADOS, QUE CONLLEVE A LA REALIZACIÓN DEL OBJETO DE LA EMPRESA.
15. PARTICIPAR EN LICITACIONES, CONCURSOS PÚBLICOS Y/O ADJUDICACIONES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS, QUE CONLLEVE A LA REALIZACIÓN DEL OBJETO DE LA EMPRESA.

OCTAVA.- PARA TODO LO NO PREVISTO RIGEN LAS DISPOSICIONES CONTENIDAS EN EL D.L. N° 21621 Y AQUELLAS QUE LAS MODIFIQUEN O COMPLEMENTEN.

DISPOSICION TRANSITORIA.- GISELLA MILAGROS ALBERCA SIALER, EJERCERÁ EL CARGO DE TITULAR GERENTE DE LA EMPRESA.

ASI MISMO, SE NOMBRA COMO APODERADO A PEDRO ENRIQUE TRILLO TELLO, IDENTIFICADO CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD DNI N° 40173387, QUIEN TENDRÁ LAS MISMAS FACULTADES QUE EL GERENTE, CON EXCEPCIÓN DE AQUELLAS QUE SEAN INHERENTES AL CARGO DE GERENTE.

CLAUSULA ADICIONAL I.- DE CONFORMIDAD AL ARTICULO 315 DEL CÓDIGO CIVIL, INTERVIENE PEDRO ENRIQUE TRILLO TELLO, CÓNYUGE DE GISELLA MILAGROS ALBERCA SIALER, AUTORIZANDO EXPRESAMENTE EL APORTE EN BIENES NO DINERARIOS.

INFORME DE VALORIZACIÓN DE BIENES

DE CONFORMIDAD CON LO ESTABLECIDO EN EL ARTÍCULO 21 DEL DECRETO LEY N° 21621, YO, GISELLA MILAGROS ALBERCA SIALER, IDENTIFICADA CON DNI N° 41563223, CON DOMICILIO EN AV. CESAR CANEVARO # 742 – DPTO. 1101, LINCE, LIMA 14, PERÚ, EN MI CALIDAD DE TITULAR GERENTE DE LA EMPRESA DENOMINADA: “QUALITY PRINTING E.I.R.L.” QUE SE CONSTITUYE, DECLARO BAJO JURAMENTO QUE GISELLA MILAGROS ALBERCA SIALER HA APORTADO LOS BIENES NO DINERARIOS QUE A CONTINUACIÓN SE PRECISA, COMO APORTE AL CAPITAL DE LA PRECITADA EMPRESA:

- | | | |
|----|---|-----------------|
| 01 | LAPTOP / COMPUTADORA PERSONAL
VALOR/MERCADO: | 2, 640.00 SOLES |
| 02 | ESCRITORIO | |

	VALOR/MERCADO:	330.00 SOLES
03	SILLA PARA ESCRITORIO	
	VALOR MERCADO:	99.00 SOLES
04	IMPRESORA LASER	
	VALOR MERCADO:	330.00 SOLES
05	TELEFONO FIJO	
	VALOR MERCADO:	66.00 SOLES
06	TELEFONO CELULAR	
	VALOR MERCADO:	330.00 SOLES
07	ALQUILER DEL LOCAL	
	VALOR MERCADO:	1, 650.00 SOLES
08	CONTRATO INTERNET	
	VALOR MERCADO:	330.00 SOLES
09	ÚTILES VARIOS DE OFICINA	
	VALOR MERCADO:	330.00 SOLES
	VALOR TOTAL:	6, 105.00 SOLES

LO QUE HACE UN TOTAL GENERAL DE S/. 6, 105.00 (SEIS MIL CIENTO CINCO Y 00/100 SOLES), COMO APORTE EN BIENES AL CAPITAL DE LA EMPRESA.

LIMA, SEPTIEMBRE DEL 2017

FIRMA DEL TITULAR GERENTE, GISSELLA MILAGROS ALBERCA SIALER.

ANEXO 2.

DECLARACIÓN JURADA APORTE DE BIENES NO DINERARIOS

DE CONFORMIDAD CON LO ESTABLECIDO EN EL ARTÍCULO 10 DEL DECRETO SUPREMO N° 013-2013-PRODUCE, TEXTO UNICO ORDENADO DE LA LEY DE IMPULSO AL DESARROLLO PRODUCTIVO Y AL CRECIMIENTO EMPRESARIAL, YO GISSELLA MILAGROS ALBERCA SIALER, CON DOMICILIO EN AV. CESAR CANEVARO # 742 – DPTO. 1101, LINCE, LIMA 14, PERÚ, EN MI CALIDAD DE TITULAR GERENTE DE LA EMPRESA DENOMINADA “QUALITY PRINTING E.I.R.L” QUE SE CONSTITUYE, DECLARO BAJO JURAMENTO QUE GISSELLA MILAGROS ALBERCA SIALER HA REALIZADO EL DEPÓSITO BANCARIO EN INSTITUCIÓN FINANCIERA POR EL MONTO DEL CAPITAL SUSCRITO, Y QUE CORRESPONDE A S/. 6, 105.00 (SEIS MIL CIENTO CINCO Y 00/100 SOLES).

REALIZO LA PRESENTE DECLARACIÓN JURADA PARA EFECTOS DE ELEVAR A ESCRITURA PÚBLICA LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA REFERIDA.

LIMA, SEPTIEMBRE DEL 2017.

FIRMA DEL TITULAR GERENTE, GISSELLA MILAGROS ALBERCA SIALER.

ANEXO 3.

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN AL RUC

SUNAT	REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN AL RUC O COMUNICACIÓN DE AFECTACIÓN DE TRIBUTOS (Incluye Exoneraciones)	00000999						
FORMULARIO 2119		USO SUNAT LOTE FOLIO						
RUBRO I. INFORMACIÓN GENERAL								
TIPO DE SOLICITUD (MARCAR CON "X") INSCRIPCIÓN AFECTACIÓN DE TRIBUTOS	NÚMERO DE RUC	APELLIDOS Y NOMBRES O RAZÓN SOCIAL						
RUBRO II. DATOS GENERALES DEL CONTRIBUYENTE								
TIPO DE CONTRIBUYENTE (Ver Tabla Anexa N° 2)	CÓDIGO	TELÉFONOS						
NOMBRE COMERCIAL	N° LICENCIA MUNICIPAL	CÓDIGO DE PROFESIÓN U. OFICIO (Ver Tabla N° 11)						
ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL (Ver Tabla Anexa N° 1)	CÓDIGO CIU	FAX						
ACTIVIDADES ECONÓMICAS SECUNDARIAS (Ver Tabla Anexa N° 1)	CÓDIGO CIU	FECHA INICIO ACTIV. (DÍA, MES, AÑO)						
	CÓDIGO CIU	SIST. DE EMISIÓN DE COMPROB. DE PAGO (MARCAR CON "X") MANUAL COMPUTARIZADO						
	CÓDIGO CIU	SISTEMA DE CONTABILIDAD (MARCAR CON "X") MANUAL COMPUTARIZADO						
CORREO ELECTRÓNICO	CORREO ELECTRÓNICO	ACTIVIDAD DE COMERCIO EXTERIOR (MARCAR CON "X") EXPORTADOR IMPORTADOR						
RUBRO III. DOMICILIO FISCAL								
DEPARTAMENTO	PROVINCIA							
DISTRITO	USO SUNAT UBIGEO							
ZONA (Ver Tabla Anexa N° 3) TIPO NOMBRE	VIA (Ver Tabla Anexa N° 4) TIPO NOMBRE							
Número	Interior	OTRAS REFERENCIAS						
Kilometro	Dpto.	CONDICIÓN DEL INMUEBLE						
Manzana	Lote							
RUBRO IV. DATOS DE LA PERSONA NATURAL								
DOCUMENTO DE IDENTIDAD (Tabla 5) TIPO NÚMERO	FECHA DE NACIMIENTO O INICIO DE LA SUCESIÓN DÍA MES AÑO	SEXO (Tabla 6)						
		NACIONALIDAD (Tabla 7)						
		PAIS DE PROCEDENCIA (Solo si es extranjero)						
		DOMICILIADO (Tabla 9)						
RUBRO V. DATOS DE LA EMPRESA								
FECHA DE INSCRIP. EN LOS RR.PP. DÍA MES AÑO	PARTIDA REGISTRAL	TOMO O FICHA						
		FOLIO						
		ASIENTO						
		ORIGEN DEL CAPITAL (Ver Tabla Anexa N° 9)						
		PAIS DE ORIGEN (Si es natio o extranjero)						
RUBRO VI. TRIBUTOS AFECTOS								
CÓDIGO (Ver Tabla Anexa N° 10)	AFECTACIÓN (MARCAR CON "X")	EXONERACIÓN (MARCAR CON "X")	FECHA DESDE LA CUAL ESTA AFECTO O EXONERADO AL TRIBUTO DÍA MES AÑO	CÓDIGO (Ver Tabla Anexa N° 10)	AFECTACIÓN (MARCAR CON "X")	EXONERACIÓN (MARCAR CON "X")	FECHA DESDE LA CUAL ESTA AFECTO O EXONERADO AL TRIBUTO DÍA MES AÑO	
			DÍA MES AÑO				DÍA MES AÑO	
			DÍA MES AÑO				DÍA MES AÑO	
			DÍA MES AÑO				DÍA MES AÑO	
			DÍA MES AÑO				DÍA MES AÑO	
			DÍA MES AÑO				DÍA MES AÑO	
MARQUE CON "X", SI AUTORIZA O NO A OTRA PERSONA PARA LA PRESENTACIÓN DE ESTA DECLARACIÓN: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>			IDENTIFICACIÓN DE LA PERSONA AUTORIZADA:				CONSTANCIA DE RECEPCIÓN	
DOCUMENTO DE IDENTIDAD APELLIDOS Y NOMBRES FIRMA			DECLARO BAJO JURAMENTO QUE LOS DATOS EXPRESAN LA VERDAD				HUELLA DIGITAL PERSONA AUTORIZADA SELLO Y FIRMA	
FIRMA DEL CONTRIBUYENTE O REPRESENTANTE LEGAL APELLIDOS Y NOMBRES								

FORMULARIO GRATUITO - LEER INSTRUCCIONES AL DORSO

NO SE ACEPTAN BORRONES NI ENMIENDAS

REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN O COMUNICACIÓN DE AFECTACIÓN DE TRIBUTOS (Incluye Exoneraciones)

EL PRESENTE FORMULARIO SE UTILIZARÁ CUANDO EL CONTRIBUYENTE SOLICITE SU INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC) O PARA COMUNICAR LA AFECTACIÓN O EXONERACIÓN DE TRIBUTOS QUE SE HUBIERA PRODUCIDO EN FORMA POSTERIOR A SU INSCRIPCIÓN

RUBRO I. INFORMACIÓN GENERAL

Deberá indicarse si se trata de una **inscripción**, en cuyo caso deberá completarse, además del rubro I, la información de los rubros II, III, IV o V (dependiendo si es una persona natural o no) y el rubro VI.

De tratarse de una **afectación u exoneración de tributos**, deberá completarse, además de la información del rubro I, el rubro VI, indicando el tributo por el que se comunica la afectación u exoneración y la fecha desde cuando rige ésta.

Fomularios a ser adjuntados:

En caso sea una persona distinta a la natural, deberá adjuntarse obligatoriamente al presente formulario, el formulario 2054 informando los representantes legales de la empresa.

De contar con establecimientos anexos distintos al declarado como domicilio fiscal, deberá adjuntarse el formulario 2046.

RUBRO II. DATOS GENERALES DEL CONTRIBUYENTE

Datos obligatorios

Deberá completarse obligatoriamente la información respecto a su tipo de contribuyente, actividad económica principal, fecha de inicio de actividades, sistema de emisión de comprobantes de pago y sistema de contabilidad. En caso se tratara de trabajadores independientes, deberán completarse además la información referente al código de profesión u oficio.

Datos no obligatorios

Si bien los datos correspondientes a nombre comercial, número de fax, número de teléfono, actividades económicas secundarias, actividad de comercio exterior y correo electrónico no son obligatorios, es conveniente que consigne dicha información con el propósito de tener actualizados los datos de su registro y poder brindarle un adecuado servicio.

RUBRO III. DOMICILIO FISCAL

Deberá completarse la información referente a su domicilio fiscal, debiendo consignarse el departamento, provincia y distrito donde se ubica. Asimismo deberá indicarse si se ubica dentro de una zona (debe entenderse por zona a: Urbanización, Pueblo Joven, Unidad Vecinal, Conjunto Habitacional, Asentamiento Humano, Cooperativa, Residencial, Zona Industrial, Caserío, Fundo, u otros) y/o de una vía (debe entenderse por vía a: Avenida, Jirón, Calle, Pasaje, Alameda, Malecón, Ovalo, Parque, Plaza, Carretera, Block, u otros).

Deberá indicarse el número referente a la vía, de no contar con éste, deberá consignarse el kilómetro en el que se encuentra (sólo si su tipo de vía es una carretera) o la manzana en la que se encuentra el domicilio. De encontrarse dentro de una edificación o manzana, consignarse el N° o letra del interior, departamento o lote que corresponda.

De existir una referencia que facilite la ubicación de su domicilio fiscal, ésta deberá ser consignada en el campo de Otras Referencias.

Condición del Inmueble: Finalmente deberá indicarse si su domicilio fiscal corresponde a un local propio, alquilado, cesión en uso u otros.

RUBRO IV. DATOS DE LA PERSONA NATURAL

En este rubro se consignará información referente a los datos de identificación del contribuyente en caso este fuera una persona natural, sociedad conyugal o sucesión indivisa.

Los documentos de identificación válidos para inscribirse en el RUC son los siguientes: DNI, Carné de Extranjería, Pasaporte y Cédula Diplomática de Identidad.

En caso su documento de identidad sea DNI, verifique que la información respecto a sus apellidos y nombres del Rubro I, y la información respecto a su fecha de nacimiento y sexo del Rubro IV, correspondan a la que figura en su documento de identidad debido a que la información definitiva respecto a estos datos se obtendrá del RENIEC. De corresponder su nacionalidad a extranjero, deberá indicarse el país de su nacionalidad.

De tratarse de una sucesión indivisa, no será obligatorio que consigne información referente al documento de identidad, fecha de nacimiento y sexo. Lo que sí deberá indicarse en forma obligatoria es la fecha de inicio de la sucesión.

Recuerde que al consignar su condición de domiciliado debe registrarse por lo establecido en la Ley del Impuesto a la Renta.

RUBRO V. DATOS DE LA EMPRESA

En este rubro se consignará información referente a los datos de identificación del contribuyente en caso no se tratara de una persona natural, sociedad conyugal o sucesión indivisa.

De ser una sociedad constituida al amparo de la Ley General de Sociedades o ser una entidad que cuenta con inscripción en los Registros Públicos, deberá indicarse en forma obligatoria la fecha de inscripción, el número de su Partida Registral o el número de Tomo o Ficha y el Folio. Asimismo, deberá completarse información respecto al país de origen del capital de la empresa y el país de origen de dicho capital.

De ser una sociedad irregular o de no contar con inscripción en los Registros Públicos, será obligatorio que indique cuáles el origen de la entidad y el capital de origen.

De corresponder el capital de la empresa a más de un país, deberá indicarse aquel cuya participación en el capital es mayoritario.

RUBRO VI. TRIBUTOS AFECTOS

En este rubro se consignará información referente a la afectación u exoneración del contribuyente. Asimismo se podrá comunicar afectaciones u exoneraciones posteriores a la inscripción.

Consignar los códigos de los tributos a los cuales está afecto.

Finalmente, deberá indicarse la fecha a partir de la cual corresponde la afectación o la exoneración del tributo.

REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES

REPRESENTANTES LEGALES, DIRECTORES, MIEMBROS DEL CONSEJO DIRECTIVO Y PERSONAS VINCULADAS

1. INSTRUCCIONES GENERALES

- 1.1 El presente formulario deberá ser presentado obligatoriamente al momento de la inscripción, modificación o baja de información complementada por los contribuyentes que cuenten con Representantes Legales, Directores, Miembros del Consejo Directivo y otras Personas Vinculadas.
- 1.2 Se deberá presentar en la dependencia SUNAT donde se encuentre inscrito el contribuyente.
- 1.3 De comunicarse uno o más Representantes Legales, se deberá presentar además el anexo del formulario 2054.

2. ESPECÍFICAS

RUBRO I. Información General :

Tipo de Solicitud: Marcar con "X"

- **ALTA:** Cuando se declare por primera vez información de Representantes Legales, Directores, Miembros del Consejo Directivo y Personas Vinculadas.

- **MODIFICACIÓN:** Cuando se comunique la modificación de los siguientes datos referidos de cada Representante Legal, Director, Miembro del Consejo Directivo u otra Persona Vinculada: Apellidos y Nombres o Razón Social, Fecha de Nacimiento, Cargo, País de Origen, Fecha Desde/Hasta (Fecha desde la cual se inicia/termina el vínculo, según corresponda), Porcentaje de Participación, Teléfono y Correo Electrónico. En este caso deberá colocar el mismo tipo y número de documento que registró al momento de su inscripción con la finalidad de poder identificarlo.

- **BAJA:** Cuando un Representante Legal, Director, Miembro del Consejo Directivo o Persona Vinculada a la empresa deja de serlo o cuando se requiere modificar el tipo y número de documento de identidad del Representante o Persona Vinculada.

Número de RUC: Deberá consignar el número del RUC del contribuyente, excepto cuando se trate de una solicitud de inscripción del contribuyente.

Apellidos y Nombres

o Razón Social: Deberá colocar el dato correspondiente al contribuyente.

RUBRO II. Detalle de Representantes Legales, Directores, Miembros del Consejo Directivo y Personas Vinculadas:

Deberá llenar el Rubro II consignando todos los datos relativos de cada Representante Legal, Directores, Miembros del Consejo Directivo u otra Persona Vinculada.

De tratarse de Sociedades constituidas al amparo de la Ley General de Sociedades, deberá indicar el porcentaje de acciones / participaciones / u otros títulos de propiedad de los socios, respecto a los títulos emitidos por la sociedad (empresa).

Tipo de Vínculo: Deberá consignar el código de acuerdo a la siguiente tabla:

TIPO DE VÍNCULO	CÓDIGO
Representante Legal	00
Director	01
Miembro del Consejo Directivo	02
Miembro de la Sucesión	03
Cónyuge	04
Integrante	06
Socio	08
Titular	07

Documento de Identidad: Deberá consignar el código de acuerdo a la siguiente tabla, así como su número. Sólo podrá consignar el número de RUC del Representante Legal o Persona Vinculada cuando éstos se encuentren registrados en el padrón de contribuyentes.

DOCUMENTO	CÓDIGO
Documento Nacional de Identidad	1
Carné de Extranjería	4
RUC	8
Pasaporte (sólo para extranjeros)	7
Cedula Diplomática de Identidad	A

Apellidos y Nombres o Razón Social: Deberá consignar los Apellidos y Nombres de cada Representante Legal, Director, Miembro del Consejo Directivo u otra Persona Vinculada o la Razón Social, según corresponda.

Fecha de Nacimiento: Consignar la fecha solo en el caso de personas naturales.

Cargo: Sólo deben consignar este dato los Representantes Legales. De ser posible, consignar a los representantes en función a su importancia.

País de Origen: Consignar el país de origen de la persona natural o jurídica a registrar cuando su origen sea extranjero.

Fecha (Desde/Hasta): Consignar la fecha según corresponda al tipo de vínculo. Para el caso de los Representantes Legales se debe consignar la fecha desde que se ejerce el cargo o se inscribe la renuncia a dicho cargo. Para el caso de los Directores, Miembros del Consejo Directivo, Socios e Integrantes, consignar la fecha que inician o cesan el vínculo con el contribuyente.

Teléfono y Correo Electrónico: Consignar el número de teléfono y el correo electrónico de los personas a registrarse

ANEXO 5.

SOLICITUD LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO – MUNICIPALIDAD DE LINCE.



**SOLICITUD – DECLARACION JURADA
PARA AUTORIZACIONES MUNICIPALES
VINCULADAS AL FUNCIONAMIENTO – LEY N° 28976**

Formato
A

I. IDENTIFICACION DEL SOLICITANTE:

Apellidos y nombres o Razón Social		
R.U.C.	Correo electrónico y/o teléfono	DNI/CE
Av./Jr./ Calle/Pasaje	N°	Int.

II. TIPO DE AUTORIZACION MUNICIPAL O TRAMITE QUE SE SOLICITA (marcar con una x)

- AUTORIZACION MUNICIPAL DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA
 - MODIFICACION DE DATOS DE LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO MANTENIENDO EL AREA Y GIRO CON CAMBIO DE RAZON SOCIAL
 - VARIACION DE AREA COMERCIAL O ECONOMICA
 - AMPLIACION DE GIRO COMPATIBLE
 - AUTORIZACION DE LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO PARA CESIONARIOS HASTA 500M2 DE AREA.
 - AUTORIZACION MUNICIPAL DE FUNCIONAMIENTO PARA EL USO DEL RETIRO
- OTROS:

III. DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

Av./Jr./ Calle/Psj.		N°	Int.
Nombre del establecimiento	Área del local	Área del retiro Munic.	N° de Estac. Zonificación N° Lic Func.
Giro de la actividad			
1.			
2.			
3.			

IV. CROQUIS DE UBICACION DEL ESTABLECIMIENTO:

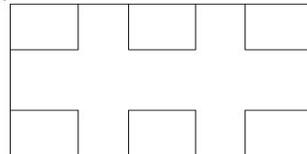
Dé las mejores referencias posibles de la ubicación del establecimiento, identificando los jirones, calles o avenidas.

Otras referencias:

.....

.....

.....



V. REQUISITOS Y/O DOCUMENTOS QUE SE ANEXAN A ESTA SOLICITUD:

1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.
9.

VI. DATOS DEL PROPIETARIO DEL LOCAL (llenar sólo si el local no es propio)

Apellidos y nombres o Razón Social										DNI /C.E.					RUC				

Teléfono					Dirección														

DECLARACION JURADA SOBRE LEGITIMA POSESION:
 Declaro bajo juramento que sobre el local o inmueble para el cual estoy solicitando Autorización Municipal de Funcionamiento ejerzo legítima posesión del mismo basado en:

Sub-arriendo Condominio
 Contrato de alquiler OTRO:

Y que por lo tanto no afecto los derechos de terceros.
 Asimismo el local no está ubicado sobre área pública y respeto los retiros municipales.

VII. DATOS COMPLEMENTARIOS DEL LOCAL:

Número de servicios higiénicos (Indicar cantidad de SS.HH. y aparatos sanitarios en el cuadro inferior)

	HOMBRE	MUJER	TOTAL
Nº DE SS.HH.			
W.C. (INODORO)			
URINARIOS			
LAVATORIOS			
DUCHAS			

Declaro que todos los aparatos sanitarios están en perfecto estado de funcionamiento e higiene.

- BOTIQUIN DE PRIMEROS AUXILIOS IMPLEMENTADO SI NO
- EQUIPO CONTRA INCENDIO IMPLEMENTADO SI NO
- CUENTA CON SEÑALIZADORES DE DEFENSA CIVIL SI NO
- CUENTA CON SEÑALIZADORES (LEY Nº 23537)
 (Prohibido fumar, zonas de fumadores y no fumadores) SI NO

VII. DECLARACION JURADA, Declaro bajo juramento que:

- Las áreas, distribución y características técnicas del local, así como su acondicionamiento, cumplen estrictamente con la normativa establecida en el Reglamento Nacional Edificaciones (RNE) para el giro solicitado.

- El uso de retiro municipal cumple con las especificaciones técnicas establecidas en la Ordenanza Nº 095-MDL.

- Cumpló con toda normatividad aplicable que regula la actividad para la cual solicito autorización.

- Tengo conocimiento que la presente Declaración Jurada y la documentación presentada están sujetas a verificación posterior de su veracidad y en caso de haber proporcionado información, documentos, formatos y/o declaraciones que no correspondan a la verdad, se me podrá aplicar las sanciones administrativas y/o penales correspondientes revocándose las autorizaciones que se me otorguen como consecuencia de esta solicitud, según la Ley Nº 27444 del Procedimiento Administrativo General.

- Brindaré las facilidades necesarias para las acciones de fiscalización y control a las autoridades Municipales competentes.

NOTA:

- Cualquier borrón o enmendadura anula esta Solicitud - Declaración Jurada.
- La siguiente solicitud está sujeta a las Ordenanzas vigentes.
- **Los establecimientos no podrán iniciar sus actividades comerciales con la Solicitud – Declaración Jurada, sin que antes no cuenten con la Licencia de Funcionamiento.**

Fecha: _____



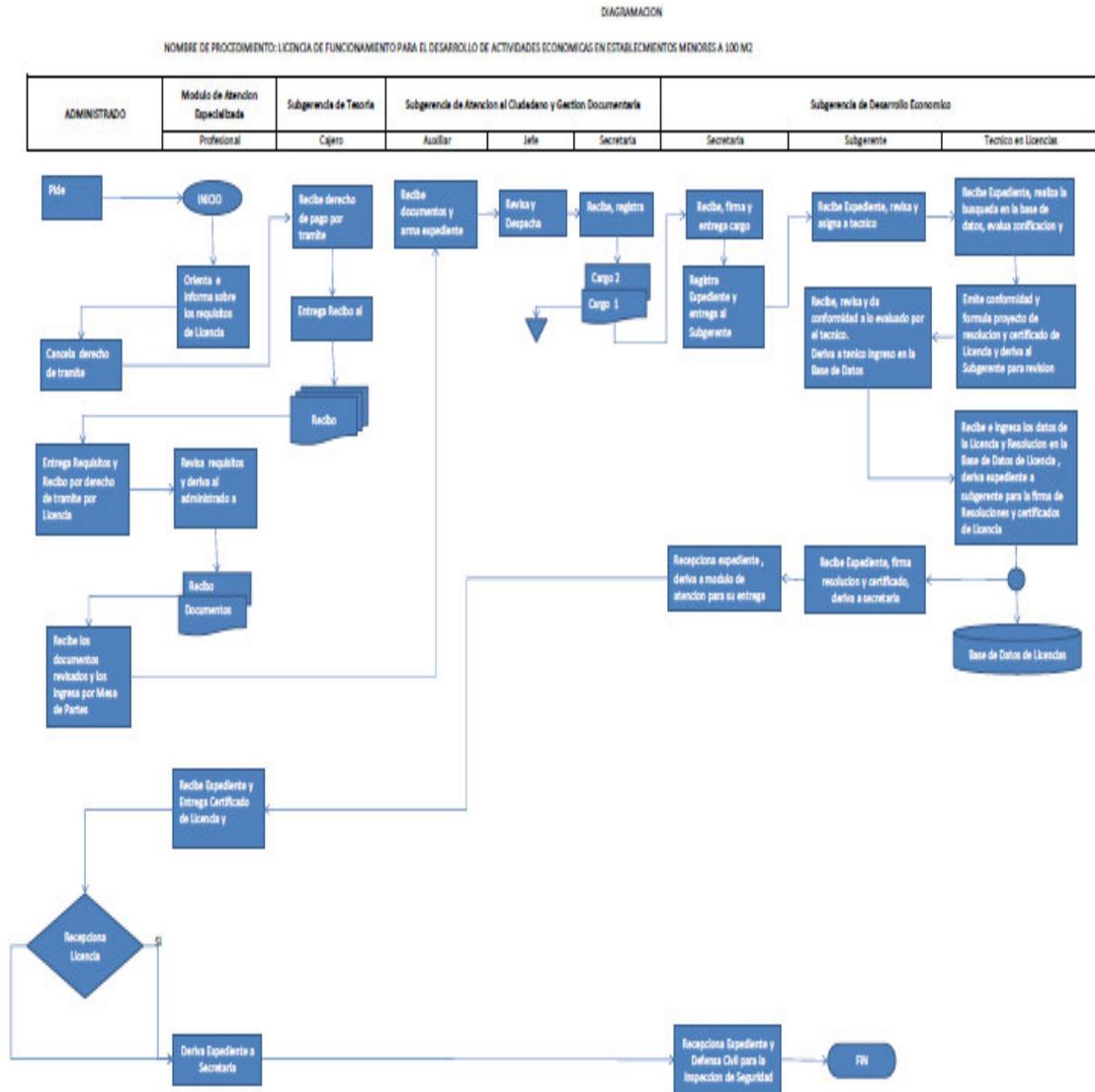
Huella

 Firma del solicitante o apoderado
 DNI/CE

ANEXO 6.

DIAGRAMA

PROCEDIMIENTO: SOLICITUD LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO PARA EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS EN ESTABLECIMIENTOS MENORES A 100 M2 – MUNICIPALIDAD DE LINCE.



ANEXO 7.

DECLARACIÓN JURADA PARA OBSERVANCIA DE SEGURIDAD – MUNICIPALIDAD DE LINCE.



ANEXO-DECRETO SUPREMO N° 058-2014-PCM

ANEXO N° 01: DECLARACION JURADA



DECLARACIÓN JURADA DE OBSERVANCIA DE CONDICIONES DE SEGURIDAD (Ley N° 28976)		
RAZÓN SOCIAL/PERSONA NATURAL.....		UBICADO EN.....
El propietario y/o conductor del local o establecimiento declara bajo juramento lo siguiente:		SI NO CORRESPONDE
1.0 ARQUITECTURA		
1.1	El ingreso y/o salida del local o establecimiento presenta un ancho libre mínimo de 0.90 m, la puerta no abre directamente sobre un desnivel ni invade la vía pública y las vías o rutas de evacuación se encuentran libres de obstáculos y objetos que puedan caer (estantes, anaqueles, espejos, mamparas de vidrio, elementos decorativos u otros).	
2.0 ESTRUCTURAS		
2.1	El local o establecimiento no presenta deterioro en sus elementos estructurales (techos, vigas, columnas y paredes).	
2.2	Si hubiera falso techo, este debe estar fijo o asegurado y no ser de material combustible (tecnopor, plástico y/o cartón).	
2.3	El local o establecimiento no presenta humedad en sus techos, paredes, pisos ni fuga de agua en sus instalaciones sanitarias.	
3.0 INSTALACIONES ELÉCTRICAS		
3.1	El tablero eléctrico es de material no combustible (metal o resina), tiene interruptores termomagnéticos identificados y no utiliza llaves tipo cuchilla.	
3.2	El tablero eléctrico tiene interruptores diferenciales (para instalaciones nuevas a partir del 1 de julio	
3.3	No se utiliza cable mellizo en instalaciones permanentes de alumbrado y/o tomacorriente. El cableado eléctrico se encuentran protegido mediante canaletas o tubos de PVC y las cajas de paso tienen tapa.	
3.4	Si el local o establecimiento cuenta con equipos y/o artefactos eléctricos (hornos microondas, congeladoras, exhibidores y similares) los enchufes deben tener tres espigas y los tomacorrientes deben contar con conexión al sistema de puesta a tierra. Los tomacorrientes se encuentran en buen estado y no se utiliza adaptadores múltiples. Si hubiera equipos y/o artefactos eléctricos (hornos microondas, congeladoras, exhibidores y similares), estos deben contar con sistema de puesta a tierra y con protocolo de medición de la resistencia menor a 25 ohmios.	
3.5	Los equipos de alumbrado (focos, fluorescentes, lámparas, etc.) no presentan cables ni empalmes expuestos. Si cuenta con luces de emergencia (para locales o establecimientos que funcionan en horario nocturno), éstas se encuentran en buen estado y operativas.	
3.6	Los anuncios publicitarios con energía eléctrica no utilizan cables mellizos, tienen cableado adecuado y cuentan con conexión al sistema de puesta a tierra.	
4.0 SEGURIDAD Y PROTECCIÓN CONTRA INCENDIOS		
4.1	El local o establecimiento cuenta con señales de seguridad (direccionales de salida, salida, zona segura en caso de sismo, riesgo eléctrico y extintores).	
4.2	El local o establecimiento cuenta como mínimo un extintor de polvo químico seco de 6 Kg o al menos un extintor por cada 50 m ² de área. Los extintores se encuentran en buen estado, operativos y con	
4.3	Los objetos, materiales y/o productos están almacenados de forma adecuada y segura (evitando que se caigan) y sin obstruir las vías o rutas de evacuación.	
4.4	Las instalaciones de gas (GLP) que utilizan balones mayores a 25 Kg., tienen tuberías de cobre y están alejados de interruptores y tomacorrientes. Los balones de gas se ubican en lugares ventilados y alejados de cualquier fuente de calor.	
4.5	Las campanas, filtros y ductos de extracción de humo (chimeneas) se encuentran libres de grasa y en buen estado de conservación y mantenimiento.	

PROPIETARIO: ()	REPRESENTANTE LEGAL: ()	CONDUCTOR/ ADMINISTRADOR: ()
NOMBRES Y APELLIDOS:		

Firma
DNI N°
Fecha