



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

**IMPORTACIÓN DE CABEZALES DE CHINA PARA LA
FABRICACIÓN DE MÁQUINAS RASPADILLERAS MECÁNICAS
PARA SU COMERCIALIZACIÓN EN LIMA METROPOLITANA**

**PRESENTADA POR
CYNTIA TANIA GUZMÁN RODRIGUEZ**

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

LIMA – PERÚ

2018



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 INTERNACIONALES

**IMPORTACIÓN DE CABEZALES DE CHINA PARA LA
FABRICACIÓN DE MÁQUINAS RASPADILLERAS
MECÁNICAS PARA SU COMERCIALIZACIÓN EN
LIMA METROPOLITANA**

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

PRESENTADO POR:

CYNTIA TANIA GUZMÁN RODRIGUEZ

Lima – Perú

2018

DEDICATORIA

A mis padres, hermanos y enamorado, quienes siempre han confiado en mí en todo momento. Muchas gracias por su apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTO

Agradecer a Dios por iluminar siempre mi camino. Doy gracias a mis padres por su apoyo desde un inicio, así como también a mis hermanos y abuelita. Doy gracias a todos mis profesores de pregrado, por su constante apoyo en la investigación de este plan de negocio y por sus aportes importantes que han sido de gran ayuda para poder culminar la presente.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocio contempla la importación de cabezales de China para la fabricación de máquinas raspadoras mecánicas para su comercialización en Lima metropolitana enfocada a la venta a mayoristas y/o distribuidores.

El producto “máquina raspadora mecánica” es, actualmente, importado de China y fabricado por algunas mype peruanas. La diferenciación entre ambos productos es que el producto importado es más económico en comparación con el producto nacional, mientras que el producto nacional tiene un peso equivalente de 2 a 3 veces menos en comparación con el producto importado. Lo que se presenta en esta investigación es el importar los cabezales de las máquinas raspadoras mecánicas, lo cual es una parte principal para el funcionamiento idóneo de la máquina en mención, para el ensamblaje con el armazón de aluminio, que será adquirido de una empresa peruana, lo cual aportará en el crecimiento continuo de las empresas nacionales; y por consiguiente realizaremos la comercialización del producto final obteniendo así un producto a un costo menor y poder brindar una garantía de 1 año.

La empresa está conformada por el gerente general y sus áreas funcionales que en conjunto se encargarán desde la importación hasta la distribución del bien terminado a nuestros clientes finales que serán los mayoristas y/o distribuidores.

Los cabezales serán adquiridos de una empresa localizada en China, nuestro mercado objetivo es la ciudad de Lima metropolitana. A través del análisis de mercado, se concluyó en que este es el mercado con mayor potencial para la comercialización de las máquinas raspadoras mecánicas por las características de la demanda y debido a que tendrá mayor aceptación por ser producto peruano.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
ÍNDICE	iii
ÍNDICE DE TABLAS	iv
ÍNDICE DE FIGURAS	v
1. Estructura general del plan	1
2. Organización y aspectos legales	3
2.1. Nombre o razón social	3
2.1.1. Inscripción de la empresa en los registros públicos.....	3
2.2. Actividad económica o codificación internacional (CIIU).....	6
2.3. Ubicación, factibilidad municipal y sectorial	6
2.4. Objetivos de la empresa, principios de la empresa en marcha.....	8
2.4.1. Misión	8
2.4.2. Visión.....	8
2.4.3. Valores.....	8
2.4.4. Objetivos.....	9
2.4.5. Principios.....	10
2.4.6. Cultura organizacional	11
2.4.7. Las políticas.....	11
2.4.8. FODA.....	12
2.5. Ley de MYPE,micro y pequeña empresa, características.....	13
2.6. Estructura orgánica	13
2.7. Cuadro de asignación de personal	16
2.8. Forma jurídica empresarial	17
2.9. Registro de marca y procedimiento en INDECOPI	17
2.10. Requisitos y trámites municipales.....	20
2.10.1. Certificado de inspección de defensa civil.....	22
2.11.Régimen tributario procedimiento desde la obtención del RUC y modalidades	23
2.11. Registro de planillas electrónicas (PLAME)	24
2.12. Régimen laboral especial y general laboral	25

2.13. Modalidades de contratos laborales	26
2.13.1. Contrato individual de trabajo	26
2.13.2. Contrato de prestación de servicios.....	26
2.14. Contrato y responsabilidad civil de los accionistas	26
2.14.1. Contrato de servicio logístico integral	26
2.14.2. Contrato de trabajo	26
2.14.3. Contrato de compra-venta	27
2.14.4. Contrato de prestación de servicios.....	27
2.14.5. Contrato de arrendamiento	27
2.15. Responsabilidad civil	27
2.16. Responsabilidad contractual.....	28
2.17. Responsabilidad extracontractual.....	28
3. Plan de marketing internacional	29
3.1. Identificación , descripción y justificación del producto a importar	29
3.1.1. Descripción de producto	29
3.1.2. Clasificación arancelaria	31
3.1.3. Ficha técnica comercial	34
3.1.4. Definir la propuesta valor del producto	36
3.1.5. Determinación de la marca	37
3.2. Investigación de mercado objetivo	37
3.2.1. Segmentación de mercado objetivo macro y micro segmentación	38
3.2.1.1. Macro segmentación	38
3.2.1.2. Micro segmentación.....	39
3.2.2. Perfil del consumidor y posicionamiento.....	40
3.2.3. Medición del mercado objetivo	41
3.2.4. Acceso al mercado	43
3.3. Análisis de la oferta y la demanda	43
3.3.1. Análisis de la oferta	43
3.3.1.1. Exportaciones mundiales.....	43
3.3.1.2. Importaciones peruanas	45
3.3.1.3. Perú	46
3.3.2. Análisis de la demanda.....	48
3.3.2.1. Análisis de la demanda proyectada	48

3.3.3. Análisis de competitividad benchmarking	50
3.3.3.1. Fuerzas de porter	52
3.3.4. Análisis de la precio de importación	53
3.3.5. Análisis y determinación de formas de distribución	54
3.3.6. Análisis del entorno	54
3.3.6.1. Macro ambiente	54
3.3.6.2. Micro ambiente	56
3.4. Estrategia de venta y distribución	57
3.4.1. Estrategia de segmentación	57
3.4.2. Estrategia de posicionamiento	58
3.4.3. Estrategia de ingreso al mercado objetivo	58
3.4.4. Estrategia de distribución comercial	59
3.5. Estrategia promoción	59
3.5.1. Establecer mecanismos adecuados de promoción	59
3.5.2. Propuesta valor uso del e-commerce	59
3.6. Políticas de estrategia de precio	60
4. Plan de logística internacional	60
4.1. Envases, empaques y embalajes	60
4.1.1. Envase	60
4.1.2. Empaque	61
4.1.3. Embalaje	61
4.2. Diseño del rotulado y marcado	62
4.2.1. Diseño del rotulado	62
4.2.2. Diseño del marcado	63
4.3. Unitarización y cubicaje de la carga	64
4.3.1. Unitarización	64
4.3.2. Cubicaje de la carga	65
4.4. Cadena de DFI de importación	67
4.5. Seguro de las mercancías	68
5. Plan de comercio internacional	68
5.1. Fijación de precios	68
5.1.1. Método de fijación de precios	70
5.1.2. Cotización del precio	70

5.2. Contrato de compra venta internacional y sus documentos.....	70
5.3. Elección y aplicación de incoterm	72
5.4. Determinación del medio de pago y cobro.....	72
5.5. Elección del régimen de importación	73
5.6. Gestión aduanera del comercio internacional	73
5.7. Gestión de las operaciones de importación	75
5.7.1. Flujograma de importación	75
5.7.2. Flujograma de fabricación	76
5.7.3. Flujograma de comercialización	77
6. Plan económico financiero	77
6.1. Inversión fija	77
6.1.1. Activos tangibles	78
6.1.2. Activos intangibles	78
6.1.3. Depreciación y amortización de activos	79
6.2. Capital de trabajo	80
6.3. Inversión total	82
6.4. Estructura de inversión y financiamiento	82
6.5. Fuentes financieras y condiciones de crédito	83
6.6. Presupuesto de costos	85
6.6.1. Costos fijos	85
6.6.2. Costos variable	86
6.7. Punto de equilibrio	87
6.8. Tributación de la importación	87
6.9. Presupuesto de ingresos	88
6.10. Presupuesto de egresos	88
6.11. Flujo de caja proyectado.....	90
6.12. Estado de ganancias y pérdidas.....	91
6.13. Evaluación de la inversión	92
6.13.1. Evaluación económica	92
6.13.2. Evaluación financiera	93
6.13.3. Evaluación Social	94
6.13.4. Impacto ambiental	94
6.14. Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo	94

6.15. Cuadro de riesgo del tipo de cambio	95
CONCLUSIONES.....	97
RECOMENDACIONES	97
REFERENCIAS.....	98
ANEXO 01.....	100
ANEXO 02.....	101

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Costo de los Derechos Registrales	3
Tabla 2. Costo de la minuta	5
Tabla 3. Pago a notaria	5
Tabla 4. Pago de derechos en SUNARP	5
Tabla 5. Costos de alquiler y servicios	7
Tabla 6. Análisis de FODA	12
Tabla 7. Asignación de personal	16
Tabla 8. Cuarta categoría – Servicio terceros	17
Tabla 9. Aporte de accionistas	17
Tabla 10. Costos por registro de marca	20
Tabla 11. Costos para la obtención de la licencia de funcionamiento	21
Tabla 12. Costos de inspección INDECI	22
Tabla 13. Gravámenes del producto	32
Tabla 14. TLC	34
Tabla 15. Producto	34
Tabla 16. Indicadores del Perú al 2017-2018	38
Tabla 17. Datos macro segmentación	39
Tabla 18. Datos micro segmentación	39
Tabla 19. Modalidad de pago	40
Tabla 20. Datos de los principales importadores de máquinas raspadoras	42
Tabla 21. Importaciones empresa d'alta corp s.a.c. (2017)	42
Tabla 22. Importaciones empresa luly import e.i.r.l. (2017)	43
Tabla 23. Información de importadores	48
Tabla 24. Demanda del Perú desde 2013 a 2017	48
Tabla 25. Método de mínimos cuadrados	49
Tabla 26. Resultado regresión lineal	49
Tabla 27. Proyección linealmente	49
Tabla 28. Demanda proyectada del mercado en kilogramos	50
Tabla 29. Precio FOB de los principales importadores del producto	51
Tabla 30. Datos del fabricante peruano	51
Tabla 31. Datos de proveedores de China	53
Tabla 32. Importadores de máquina raspadora mecánica y/o electrónica	57

Tabla 33. Determinación de precio FOB por pieza importado	57
Tabla 34. Precio de importación	69
Tabla 35. Costo unitario aproximado	69
Tabla 36. Condiciones de pago.....	71
Tabla 37. Activos tangibles	78
Tabla 38. Activos tangibles	79
Tabla 39. Depreciación de activos fijos tangibles	79
Tabla 40. Amortización de activos fijos intangibles	79
Tabla 41. Depreciación y amortización de activos fijos	80
Tabla 42. Capital de trabajo	80
Tabla 43. Estructura de la inversión	82
Tabla 44. Financiamiento	83
Tabla 45. Estructura y condiciones	83
Tabla 46. Cronograma de pago	84
Tabla 47. Gastos de personal	85
Tabla 48. Material indirecto	85
Tabla 49. Gastos fijos	85
Tabla 50. Gastos administrativos	86
Tabla 51. Gastos ventas	86
Tabla 52. Costos de compra internacional y local	86
Tabla 53. Estructura de precio	87
Tabla 54. Tributos de importación regular	87
Tabla 55. Ingresos por ventas	88
Tabla 56. Presupuesto de costo de venta	88
Tabla 57. Presupuesto de materiales indirectos	89
Tabla 58. Presupuesto de gastos de personal	89
Tabla 59. Gastos fijos	89
Tabla 60. Gastos administrativos	89
Tabla 61. Gastos de ventas	90
Tabla 62. Presupuesto de costos fijos	90
Tabla 63. Flujo de caja económico proyectado	90
Tabla 64. Estado de ganancias y pérdidas	92

Tabla 65. Calculo de la WACC	92
Tabla 66. Evaluación económica	93
Tabla 67. Flujo de caja económico real	93
Tabla 68. Evaluación económica financiera	94
Tabla 69. COK	95
Tabla 70. Cuadro de riesgo del tipo de cambio en costos	95
Tabla 71. Cuadro de riesgo del tipo de cambio en valor de venta.....	96

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. Modelo Canvas	2
FIGURA 2. Búsqueda vía web de nombre de personas jurídicas inscritas	4
FIGURA 3. Ubicación Geográfica De Planta	7
FIGURA 4. Valores de la empresa IMPORTADORA NEVADO S.A.C.	8
FIGURA 5. Principios de la empresa IMPORTADORA NEVADO S.A.C	10
FIGURA 6. organigrama de importadora nevado s.a.c.	14
FIGURA 7. requisitos para tramite de licencia	21
FIGURA 8. Modalidades de régimen tributario	23
FIGURA 9. Régimen laboral especial	25
FIGURA 10. Piezas de la máquina raspadillera	30
FIGURA 11. La máquina raspadillera mecánica	31
FIGURA 12. Piezas del cabezal de la máquinas raspadillera mecánica	35
FIGURA 13. Exportaciones e importaciones 2016-2017	41
FIGURA 14. Exportadores de la partida 847982	44
FIGURA 15. Principales exportadores de la partida 847982 (tonelada)	44
FIGURA 16. Crecimiento en valor de las exportaciones de la partida 847982	45
FIGURA 17. Principales mercados proveedores para un producto importado por Perú (en miles de dólares)	46
FIGURA 18. Principales mercados proveedores para un producto importado por Perú (en toneladas)	46
FIGURA 19. Principales países proveedores del producto 847982 a Perú periodo 2012- 2016	46
FIGURA 20. Comercio bilateral entre Perú y China	47
FIGURA 21. Proyección lineal	51
FIGURA 22. Las cinco fuerzas de Porter	52
FIGURA 23. Exportaciones e importaciones en millones US\$	55
FIGURA 24. Empaque de embalaje.	61
FIGURA 25. Embalaje de distribución internacional.	62
FIGURA 26. Etiqueta de rotulo	63
FIGURA 27. Diseño del marcado de las cajas.	63
FIGURA 28. Características de pallet	64
FIGURA 29. Unitarización de la Carga	64

FIGURA 30. Caja de cartón corrugado individual	65
FIGURA 31. Unitarización de la Carga	65
FIGURA 32. Medidas de las cajas	66
FIGURA 33. cubicaje dentro del contenedor	66
FIGURA 34. cadena DFI	68
FIGURA 35. Flujograma de importación	75
FIGURA 36. Flujograma de fabricación	76
FIGURA 37. Flujograma de comercialización	77

1. Estructura general del plan

La presente idea de negocio surge a través de la necesidad del producto y con la ideología de la fomentación de la industria peruana. Por ello, se realizará un estudio detallado, el cual tendrá la siguiente estructura del plan de negocio:

- a. Estructura general: Aquí se realizará la descripción general del proyecto.
- b. Organización y aspectos legales: Se estudiará la forma de organización empresarial que elegirá la compañía y los requerimientos legales fundamentales para que esta puesta en marcha.
- c. Plan de marketing internacional: Se estudiará el mercado por medio del cual se evaluarán proveedores para la importación y segmentaremos el mercado de acuerdo a sus características.
- d. Plan de logística internacional: Se obtendrá el costo del producto puesto en almacén, así como datos puntuales de envase, empaque, embalaje, unitarización y cubicaje de la carga, lo cuales son necesarios para la cotización de flete internacional.
- e. Plan de comercio internacional: Se establecerá las políticas de fijación de precios, elección de incoterms, determinación de medio de pago, elección de régimen de importación y el contrato de compra venta internacional.
- f. Plan económico-financiero: Se realizará la cuantificación de todos los módulos, principales estados financieros, estados de ganancias y pérdidas, balance general y flujo de caja.

Se ha realizado un diagrama, a través del Modelo Canvas, por medio del cual se ha identificado nueve (9) variables claves en relación al Proyecto (Figura 1).

<p>SOCIOS CLAVE -Proveedor de China.</p>  <p>-Banco, donde se solicitará un préstamo para la inversión.</p> 	<p>ACTIVIDADES CLAVES -Negociación con proveedores externos (China). -Contactar y negociar con agencia de carga y aduanas. -Personal de ventas capacitado.</p>	<p>OFERTA VALOR -Diseño clásico. -Fácil manipulación por el peso óptimo de la máquina. -Producto peruano. -Garantía por 1 año. -Fomentar el crecimiento de la industria peruana.</p>	<p>RELACIÓN CON CLIENTES -Ofrecer garantía de 1 año del producto. -Soporte técnico especializado.</p> 	<p>SEGMENTO DE MERCADO -Comerciantes mayoristas y minoristas.</p>  <p>Preferible que tengan locales en lugares estratégicos.</p> <p>-Preferible tiendas de venta de locería.</p> 
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS -Gastos administrativos. -Pago a proveedores. -Gastos operativos y desaduanaje. -Pago de impuestos.</p> 	<p>INGRESO CLAVE -El producto se venderá por mayor a comerciantes mayoristas o minoristas. -El pago lo realizarán a través de giros a la cuenta bancaria de la empresa.</p> 			

Figura 1: Modelo CANVAS de “Modelo Canvas explicado paso a paso y con ejemplos”, por Innokabi, 2014.

Fuente: Recuperado de <http://innokabi.com/canvas-de-modelo-de-negocio>

2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1. Nombre o razón social

La razón social es una denominación única que representa jurídicamente el nombre de una empresa. Por lo que debe ir claramente expresado en el documento constitutivo de la empresa; la razón social representa la característica primordial, lo cual avala la creación efectiva de la organización.

Dicho lo anterior se realizó la elección del nombre IMPORTADORA NEVADO S.A.C. Se optó por elegir este nombre porque explica directamente lo que ofrece, que es una máquina trituradora de hielo que realiza un raspado tipo nieve, a la vez, recalca el giro primordial de la empresa que es el importar. La empresa está orientada esencialmente a importar, fabricar y comercializar la máquina raspadora mecánica al mercado de Lima metropolitana.

2.1.1. Inscripción de la empresa en los Registros Públicos

Se detalla el proceso de la inscripción de la empresa ante los registros públicos.

- 1) Búsqueda y reserva del nombre: Este trámite se realiza en la SUNARP. Solicitando la búsqueda de los nombres existentes nos aseguramos de que estos no se parezcan igual al que se va utilizar. Una vez registrado la razón social ninguna empresa podrá inscribirse con ese nombre, siendo efectiva la reserva por un plazo de 30 días.

Tabla 1: Costo de los Derechos Registrales

DERECHOS REGISTRABLES	COSTO (S/.)	COSTO (\$)
BUSQUEDA	5	1.52
RESERVA	20	6.10

Fuente: SUNARP 2018
Elaboración propia T.C. = S/. 3.28

También se tiene la opción de la búsqueda gratuita a través de la página web de la SUNARP, en el siguiente enlace: <https://www.sunarp.gob.pe/bus-personas-juridicas.a>

No.	Partida	Razón / Denominación	Siglas	Oficina
1	11006821	NEVADO CONTRATISTAS & CONSULTORES SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	NEVADO C&C S.R.L.	JULIACA
2	11404225	NEVADO DE TICLIO SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	NEVADO DE TICLIO S.R.L.	LIMA
3	11271972	NEVADO DEL SUR ANDINO SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	NEVADO DEL SUR ANDINO S.R.L.	AREQUIPA
4	13062531	NEVADO FLIGHT CENTER SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	NEVADO FLIGHT CENTER S.A.C.	LIMA
5	12027895	NEVADO RENT A CAR SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	NEVADO RENT A CAR SAC	LIMA
6	11002556	NEVADO SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	NEVADO S.A.C.	PUCALLPA
7	11117241	NEVADO TOURS INTERNATIONAL SOCIEDAD ANONIMA	NEVADO TOURS INTERNATIONAL S.A.	PIURA
8	12472833	NEVADOS PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	NEVADOS PERÚ S.A.C.	LIMA

Figura 2: Búsqueda vía web de nombre de personas jurídicas inscritas

Fuente: SUNARP 2018

- 2) Elaboración de la minuta: Es el documento en la que el miembro o los miembros de la empresa manifiestan su voluntad de constituir la y en donde se detalla todos los acuerdos. En la minuta debe de indicar:
 - **Presentar los documentos personales:** incluyendo la copia simple del DNI de cada uno de los socios.
 - **Describir la actividad económica:** Se presenta un documento redactado y firmado por cada una de las partes involucradas donde se señala la actividad de la empresa.
 - **Tipo de empresa:** Debemos especificar el tipo de sociedad que vamos a formar, ya sea S.A., E.I.R.L., entre otras.
 - **Duración:** plazo fijo o indeterminado.
 - **Inicio de actividad comercial:** Se menciona la fecha en que iniciarán todas las actividades.
 - **Domicilio:** La dirección comercial de la empresa.
 - **La razón social de la empresa:** el nombre legal de la empresa.
 - **Capital de la empresa:** Aquí se indica el aporte de cada socio para la constitución de la empresa. Estos pueden ser tanto monetarios como no monetarios. En el caso de los no monetarios, se mencionan los bienes aportados y su valor presentada junto a declaración jurada simple. Para el aporte monetario, se realiza un depósito bancario a nombre de la empresa y se presenta una Constancia de Depósito en original y copia.
 - **Estatuto:** Aquí se establece la organización de la empresa como el régimen del directorio, la junta general, las responsabilidades de cada socio, etc.

Tabla 2: Costo de la minuta

CONCEPTO		COSTO (S/.)	COSTO (\$)
Servicio	de	150	45.73
notaria			

Fuente: Elaboración propia

3) Elevar la minuta a escritura pública: los socios de la empresa deberán acudir llevar la minuta al notario público para que la revise y la eleve Escritura Pública.

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

Los documentos que deberán llevarse junto con la minuta son:

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

Tabla 3: Pago a notaria

CONCEPTO		COSTO (S/.)	COSTO (\$)
Elaboración de la		200	60.98
minuta			

Fuente: Elaboración propia

3) Inscribir la escritura pública en la SUNARP. Una vez obtenida la Escritura Pública de constitución de la empresa, se deberá llevar a la SUNARP, en donde se presentará la solicitud lo cual puede hacerse seguimiento a través de la página web de la SUNARP y en un plazo máximo de 24 horas el área registral calificará el documento, si el registrador público no encuentra ningún defecto en el título, se otorgara un numero de partida de la empresa y un numero de asiento de inscripción, en donde figura el estatuto de la empresa.

Tabla 4: Pago de derechos en SUNARP

CONCEPTO	COSTO (S/.)	COSTO (\$)
Derecho de calificación	44	13.41
Nombramiento de apoderado	20	6.10
Derecho de inscripción	120	36.59
MONTO TOTAL	184	56.10

Fuente: SUNARP 2018

Elaboración propia

2.2. Actividad económica o codificación internacional (CIU)

Según indica el sistema de clasificación internacional industrial uniforme, el código de la actividad económica enfocada al giro de la empresa es el siguiente:

- CÓDIGO 4659: VENTA AL POR MAYOR DE OTROS TIPOS DE MAQUINARIA Y EQUIPO

2.3. Ubicación, Factibilidad Municipal y Sectorial

Para poder definir la óptima ubicación de la empresa he tenido que tomar en cuenta ciertos puntos importantes. La ubicación de la empresa se encontrará en el distrito de San Martín de Porres, abarcando un área de 90 metros cuadrados, que estará ubicado a dos cuadras de la Av. Canta Callao y Av. Dominicos. El local será utilizado para nuestras actividades administrativas pero más enfocado al almacenaje de la mercadería. Es por ello que se ha tomado en cuenta los costos logísticos por la cercanía al puerto de principal del Perú y costo de alquiler del local.

- DETALLES DEL LOCAL:
 - DEPARTAMENTO: LIMA
 - DISTRITO: San Martín de Porres
 - DIRECCIÓN: Av. Canta Callao y Av. Dominicos

- COSTO DEL LOCAL: S/. 700 mensuales
- METRADO DEL LOCAL: 90 m²
- CANT. DE AMBIENTES: 3 AMBIENTES (oficina administrativa, almacén, servicios higiénicos)

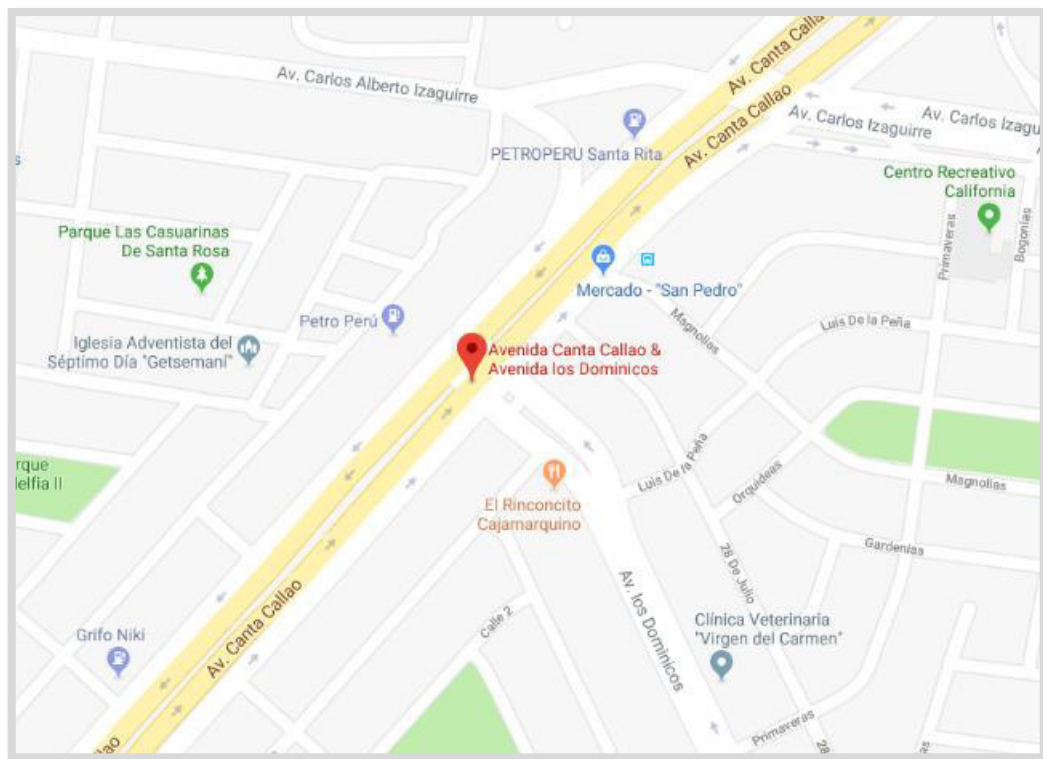


Figura 3: Ubicación Geográfica de Planta
Fuente: Google Maps

Tabla 5: Costos de alquiler y servicios

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL (S/.)	COSTO ANUAL (S/.)
ALQUILER DEL LOCAL	S/. 700	S/. 8,400
SERVICIOS (luz, agua, teléfono e internet)	S/. 350	S/. 4,200
TOTAL	S/. 1,050	S/. 12,600

Fuente: Elaboración propia

2.4. Objetivos de la empresa, principios de la empresa en marcha

2.4.1. Misión

-Ser reconocidos como la mejor opción de nuestros clientes, en busca siempre del crecimiento de la empresa de la mano del compromiso y participación de todo el equipo de trabajo velando por la satisfacción de los clientes otorgando un bien y servicio óptimo.

2.4.2. Visión

Ser una empresa importadora reconocida a nivel nacional abarcando la mayor parte del mercado local por ofrecer productos de calidad a un precio estándar en caminado al crecimiento continuo y diversificación de productos dentro del giro.

2.4.3. Valores

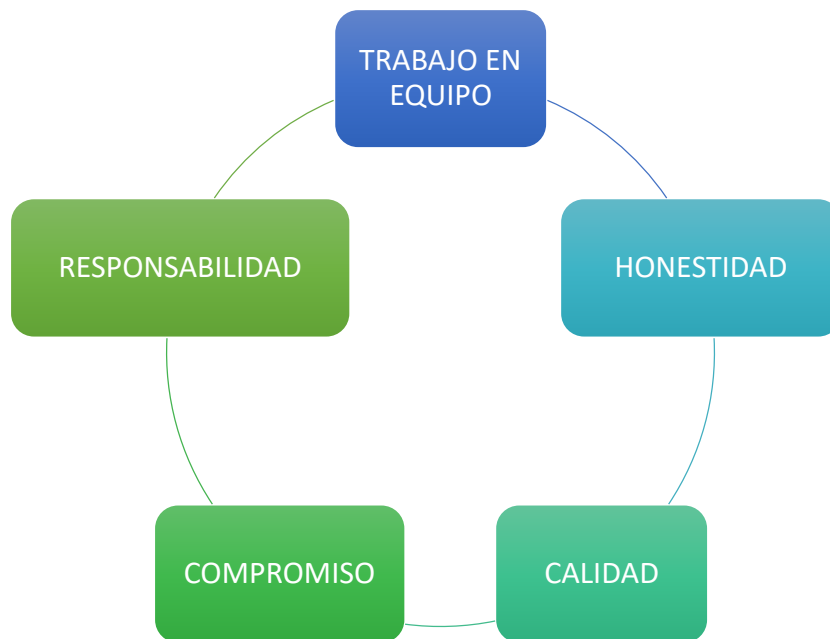


Figura 4: Valores de la empresa IMPORTADORA NEVADO S.A.C.

Fuente: Elaboración Propia

- Trabajo en equipo: Fomentar siempre un buen clima organizacional, compartir conocimientos, experiencias, aportar lo mejor de cada uno y asumir responsabilidades con la finalidad de alcanzar el objetivo general de la empresa.
- Honestidad: Se tiene que fomentar la confianza con nuestros clientes, por lo tanto se tendrá que respetar todo lo estipulado en los contratos, y cumpliendo con todo lo acordado.
- Calidad: Nuestro producto es de calidad en todos sus aspectos, con el fin de poder satisfacer las necesidades del cliente final.
- Compromiso: Cada trabajador tiene que realizar su trabajo comprometiéndose a realizarlo de la mejor manera, la empresa es una sola y trabajar en equipo.
- Responsabilidad: Ser responsables en todo aspecto brindará confianza, ya que garantiza nuestros compromisos.

2.4.4. Objetivos

1. Ser líderes en la comercialización de productos atractivos para nuestro mercado objetivo.
2. Satisfacer las necesidades de nuestro mercado objetivo.
3. Brindar un servicio de post-venta que permita y mantenga una buena relación con el cliente.
4. Abarcar una parte considerada en el mercado local.
5. Entregar a tiempo óptimo y coordinado el producto al cliente.
6. Fomentar la industria peruana, y vender a un precio accesible que nos permita ser la mejor empresa dentro de la competencia, sin dejar de ser rentable.

2.4.5. Principios



Figura 5: Principios de la empresa IMPORTADORA NEVADO S.A.C

Fuente: Elaboración Propia

1. Innovación: Nuestra empresa se compromete a innovar constantemente para poder mantenernos en el nivel de la competencia con mira a superación.
2. Eficiencia: Utilizar de manera correcta los recursos de la empresa y cumplir con nuestras tareas de una manera óptima.
3. Satisfacción del Cliente: Brindando una experiencia de compra y servicio post venta permanente con la finalidad de lograr la fidelización del cliente.
4. Proactividad: Se necesita que nuestro equipo de trabajo este siempre listo para poder afrontar cualquier situación que pueda aparecer en el camino, por tanto, es necesario que nuestro personal esté en constante capacitación.

5. Responsabilidad Ambiental: Somos conscientes de que la población actual está realmente interesado por el reciclaje, y es por eso que la empresa se compromete con el reciclaje dentro de las oficinas administrativas para el apoyo al cuidado del medio ambiente, a la vez, participando de forma activa en eventos sociales y cuidado del medio ambiente.

2.4.6. Cultura Organizacional

La cultura organizacional se basa en lo siguiente:

- a) Mostrarse como una empresa seria, confiable y correctamente organizada.
- b) Cuenta con una buena interrelación de su personal.
- c) Adecuada atención al público externo, especialmente a los clientes.
- d) Disponemos de un decálogo empresarial que marca el comportamiento de la empresa hacia los públicos externos e internos.
- e) La empresa cuenta con distintivos propios como son logotipo, marca y eslogan.

2.4.7. Las políticas son:

- 1. Trabajar con seriedad empresarial en todo momento.
- 2. Efectuar los trámites de importación y comercialización con celeridad y de acuerdo a los dispositivos correspondientes.
- 3. Innovar el producto de manera continua.
- 4. Contar con todos los requisitos legales, tributarios y otros debidamente tramitados.
- 5. Brindar en todo momento información al cliente con el producto que se le vende.

2.4.8. FODA

A continuación, se presenta el análisis FODA de la empresa:

Tabla 6: Análisis de FODA

<i>OPORTUNIDADES</i>	AMENAZAS
<i>Captación de clientes nuevos.</i> <i>Demanda creciente en el mercado.</i> <i>Aprovechar los errores de la competencia.</i> <i>Expansión de la marca en el mercado nacional.</i> <i>Precio más accesible en comparación a la competencia.</i>	Competencia de importadores y fabricantes nacionales. Ingreso de nuevos negocios. Tipo de cambio y crisis en la economía nacional. Barreras arancelarias. Aumento en el poder de negociación de los proveedores.
<i>FORTALEZAS</i>	DEBILIDADES
<i>Calidad en nuestros productos.</i> <i>Bajo costo en la compra de productos.</i> <i>Brindar garantía de producto.</i> <i>Buena relación con los proveedores.</i> <i>Conocimiento de los costos y precios de venta de la competencia.</i> <i>Marca peruana.</i>	La Empresa es nueva en el mercado. El idioma en caso de la negociación con proveedores de China. Diferencias culturales. Capacidad de compra limitada en los primeros años.

Fuente: Elaboración propia

2.5. Ley de MYPE, micro y pequeña empresa, características

Actualmente, según la Ley 30056, indica que para poder definir el tipo de empresa, este se podrá basar en el total de ventas anual, por tanto las microempresas comprenderán las que tengan una venta anual de hasta 150 UIT, sin embargo una pequeña empresa puede tener ventas anuales desde los 150 UIT hasta los 1,700 UIT, cabe recalcar que la UIT para este año 2018 es de S/4,150.00.

En tal caso de la empresa tomando en cuenta el volumen de venta que he calculado que se tendrá durante los primeros años, será una micro empresa y contará en un inicio con 5 trabajadores a tiempo completo, aunque según las necesidades que tengamos durante el tiempo que llevemos trabajando se podrá contratar más trabajadores. Cabe aclarar que se debe contratar un contador externo para que pueda llevar la contabilidad de toda la empresa, de esta manera se estaría optimizando costos.

2.6. Estructura orgánica

Importadora Nevado S.A.C., al ser una empresa nueva, solo se contará con áreas específicas e indispensables para su funcionamiento de la empresa, sin embargo, con el paso del tiempo se podrá ir incrementando el número de colaboradores.

Los principales cargos que existirán son: el área de Gerencia, Comercial, Logística, y el área contable que lo llevará un contador externo; dichas áreas se consideran fundamentales para que la empresa pueda seguir con sus actividades y llegar a cumplir los objetivos planteados.

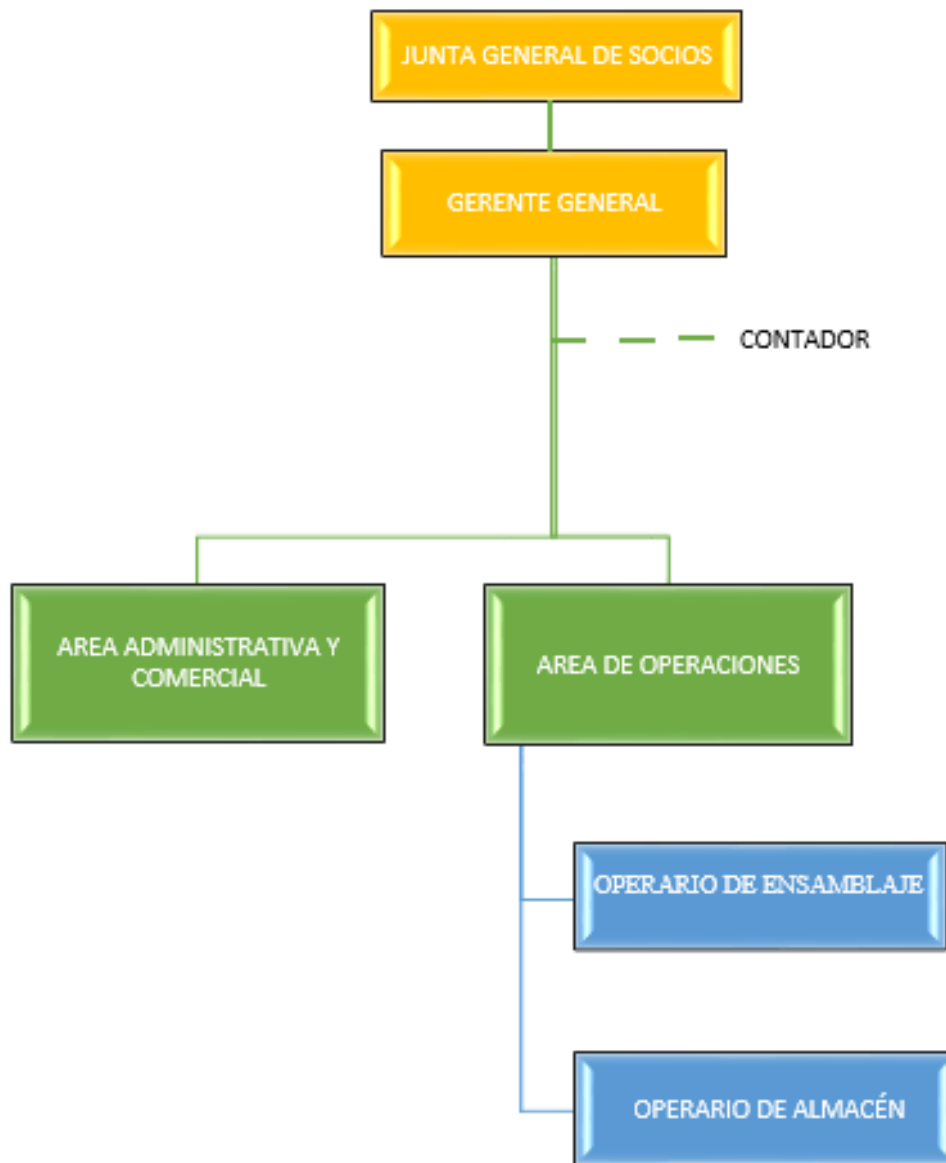


Figura 6: organigrama de importadora nevado s.a.c.

Fuente: elaboración propia

A continuación, se detallan las funciones que realizará cada personal en la empresa:

I. Junta General de Socios:

- Adoptar los estatutos de la sociedad y cualquier reforma que a ellos se introduzca.
- Examinar, aprobar, improbar y fenecer las cuentas y balances de fin de ejercicio.

- Decidir sobre la capitalización o distribución de utilidades.

II. Gerente General:

- Encargada de seleccionar al personal.
- Desarrollar estrategias para el eficiente manejo de la empresa.
- Organizar y enlazar todas las áreas y funciones de la empresa.
- Supervisa el cumplimiento de las normas que existan en la empresa.
- Organizar, dirigir, coordinar y evaluar el desempeño de las labores encomendadas a las distintas áreas.
- Conducir sus actividades de acuerdo con los programas aprobados y con las políticas que se le señalen.
- Formular y gestionar las reformas presupuestales.
- Monitorear los precios.
- Reportar las relaciones comerciales y ventas que se realizan.

III. Jefe Administrativo y Comercial:

- Desarrollar estrategias y plan de marketing para el eficiente manejo de la empresa.
- Capacitarse constantemente para una óptima relación con el cliente.
- Conocer al detalle las características y funcionamiento de los productos ofrecidos al cliente.

IV. Jefe de Operaciones:

- Coordinación de transporte interno y externo.
- Elección de los operadores logísticos.
- Seleccionar proveedores y evaluar las cotizaciones comerciales.
- Realizar el seguimiento continuo de las cargas y trámites aduaneros.

V. Operario de ensamblaje:

- Encargado del ensamblaje y verificar el óptimo funcionamiento de las máquinas raspadoras mecánicas.

VI. Operario de almacén:

- Manipular e inventario de la mercancía.

VII. Contador:

- Preparar el pago de impuestos según cronograma de pagos de la SUNAT.
- Mantener actualizados los libros contables.
- Registro de compras, gastos y ventas.
- Declaración de impuestos, declaración y pago de planillas electrónicas.

2.7. Cuadro de asignación de personal

En el Tabla N° 7, se indica la remuneración que se le asignará a cada trabajador así como sus beneficios tales como vacaciones y SIS según el régimen laboral especial; también se puede visualizar el costo anual que tendrá la empresa en relación a lo mismo.

Tabla 7: Asignación de personal

Descripción	Nº de empleados	Remuneración	Pago Anual	Vacaciones	Sub Total	SIS (4.5%)	Total Anual
Gerente General	1	S/. 1,800	S/. 21,600	S/. 900	S/. 22,500	S/. 1,013	S/. 23,513
Asistente administrativo comercial	1	S/. 1,000	S/. 12,000	S/. 500	S/. 12,500	S/. 563	S/. 13,063
Asistente de operaciones	1	S/. 1,000	S/. 12,000	S/. 500	S/. 12,500	S/. 563	S/. 13,063
Operario de almacén	1	S/. 850	S/. 10,200	S/. 425	S/. 10,625	S/. 478	S/. 11,103
Operario de ensamblaje	1	S/. 850	S/. 10,200	S/. 425	S/. 10,625	S/. 478	S/. 11,103
TOTAL							S/. 71,844

Fuente y elaboración: propia

En el Tabla N° 8, se indica el monto a pagar a los trabajadores externos en la modalidad de recibo por honorarios, cabe mencionar que los trabajadores indicados en la tabla, no estarán en planilla, pues la labor que realice no será permanente y solo lo hará en los días que se acuerden.

Tabla 8: Cuarta categoría – Servicio terceros

CARGO U OCUPACIÓN	N° de personal	Sueldo por servicio	Sueldo Anual
Contador	1	S/. 250.00	S/. 3,000.00

Fuente y elaboración: propia

2.8. Forma jurídica empresarial

La empresa IMPORTADORA NEVADO, se constituirá como una Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C). Una de las características principales es que se necesita un mínimo de 2 accionistas y un máximo de 20 accionistas; además se necesita formar una junta general de accionistas y designar un gerente general quien ejerza la representación legal en la empresa.

El presente proyecto de negocio se desarrollará como Sociedad Anónima Cerrada (SAC), principalmente por lo siguiente:

- Es un trámite efectivo ya que evita demoras en el proceso.
- Es una modalidad pensada para pequeños negocios, con poco número de personas como accionistas, con socios conocidos generalmente familiares como es en el presente plan de negocio.

Tabla 9: Aporte de accionistas

ACCIONISTA	CAPITAL SOCIAL (S/.)	VALOR NOMINAL	%
Primer accionista	30,210.00	10	30%
Segundo accionista	20,140.00	10	20%
Tercer accionista	20,140.00	10	20%
Total de aporte propio	70,490.00		70%

Fuente y elaboración: propia

En la tabla 9, podemos notar los aportes de capital de cada socio lo cual el total conformará un 70% de la inversión inicial, y el 30% será mediante un financiamiento con el banco lo cual será a nombre de la empresa de un accionista del presente proyecto debido a su historial crediticio.

2.9. Registro de marca y procedimiento en INDECOPI

La marca es un signo distintivo, lo cual nos identifica y diferencia de los demás

competidores y/o productos que existen en el mercado. La obtención de este registro da derecho para el uso de la marca de forma exclusiva. Para registrar nuestra marca “SWEET ICE”, nos dirigiremos al Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) a la Oficina de Registros Distintivos. El registro de marca es otorgado por 10 años los cuales pueden ser renovados por el mismo lapso de tiempo.

Antes de solicitar el registro de marca, se recomienda hacer un paso previo una búsqueda de alguna marca igual y/o similar: antecedentes gráficos y fonéticos con el propósito de saber si hay alguna previamente registrada ante INDECOPI.

Para el registro de marcas, nombres comerciales, lemas comerciales, marcas colectivas y marcas de certificación, debe tenerse en cuenta los siguientes requisitos:

- 1.- Presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente (uno de los cuales servirá de cargo). Se debe indicar los datos de identificación del solicitante (incluyendo su domicilio para que se le remitan las notificaciones).
- 2.- En caso de contar con un representante, se deberá indicar sus datos de identificación y su domicilio será considerado para efecto de las notificaciones. Consecuentemente, será obligatorio adjuntar los poderes
- 3.- Indicar cuál es el signo que se pretende registrar. Si éste posee elementos gráficos, se deberá adjuntar su reproducción (tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho y a colores, si se desea proteger los colores).
- 4.- Determinar expresamente cuáles son los productos, servicios o actividades económicas que se desea registrar, así como la clase o clases a la que pertenecen (Clasificación de Niza).
- 5.- En caso de tratarse de una solicitud multiclase, los productos o servicios se deben indicar agrupados por clase, precedidos por el número de clase correspondiente y en el orden estipulado por la Clasificación de Niza.

6.- Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo es equivalente al 14.46% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) por una clase solicitada, se cancelará en la Caja del INDECOPI. Por cada clase adicional, el pago del derecho de trámite es equivalente al 14.46% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) Se deberá tener en cuenta, además, ciertos requisitos adicionales en los siguientes supuestos:

- a) Nombre comercial: se señalará fecha de primer uso y se acompañará los medios de prueba que la acrediten para cada una de las actividades que se pretenda distinguir.
- b) Lema comercial: se indicará el signo al cual se asociará el lema comercial, indicando el número de certificado o, en su caso, el expediente de la solicitud de registro en trámite.
- c) Se le otorgará un plazo de sesenta (60) días hábiles para subsanar los incumplimientos. Si se remedian tales omisiones, para efectos jurídicos se considerará como fecha de presentación de la solicitud aquella en la cual se hubieren completado dichos requisitos. Si no se cumple con el requerimiento formulado, la solicitud de registro se tendrá por no presentada y se dispondrá su archivamiento.
- d) Una vez presentada la solicitud (es decir, habiéndose asignado fecha de presentación para efectos jurídicos), la Dirección tiene un plazo de 15 días hábiles para realizar su examen formal.
- e) Considerando los demás requisitos (documento de poder, indicación de la clase, precisión o exclusión de productos o servicios, entre otros), si fuera el caso, la Dirección notificará al solicitante para que cumpla con subsanar las omisiones, otorgándole para ello un plazo de sesenta (60) días hábiles, contados desde el día siguiente de recibida la notificación.
- f) De no cumplirse con dichos requerimientos en el plazo establecido, se declarará el abandono de la solicitud y se dispondrá su archivamiento. Cuando todos los requisitos han sido completados dentro de los plazos establecidos por la Dirección, se obtiene la autorización para que sea publicado en el diario El Peruano por única vez. Dentro del plazo de 30 días hábiles de recibida la orden de publicación, el solicitante debe realizar su divulgación en el diario oficial El Peruano.

Tabla 10: Costos por registro de marca

CONCEPTO	COSTO (S/.)	COSTO (\$)
Búsqueda de antecedentes fonéticos y figurativos - clase 6	99.97	30.48
Expediente y solicitud de registro de marca	534.99	163.11
TOTAL	634.96	193.59

Fuente: <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos> Y <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/tasas>

Elaboración propia

De lo expuesto previamente, se verifica que el registro del nombre comercial de la empresa ante INDECOPI tiene un costo total de S/ 634.96.

2.10. Requisitos y Trámites Municipales

Primero se tiene que consultar con la municipalidad de San Martín de Porres en el área de catastro en zonificación si la dirección donde se alquilará el local es permitida para poder establecer oficina administrativa y almacenaje, nos dijeron que la zona pertenece al área comercial por ende no habría inconvenientes. En caso la dirección hubiera estado ubicada en la zona vivienda-taller no tendría autorización para trabajar en dicho local. Una vez obtenida la conformidad de la zonificación procedemos al área de comercialización donde debemos realizar el trámite respectivo para la licencia de funcionamiento.

De acuerdo con la información encontrada en la página web de la municipalidad de San Martín de Porres, los requisitos para áreas menores a 100 m² son los siguientes:

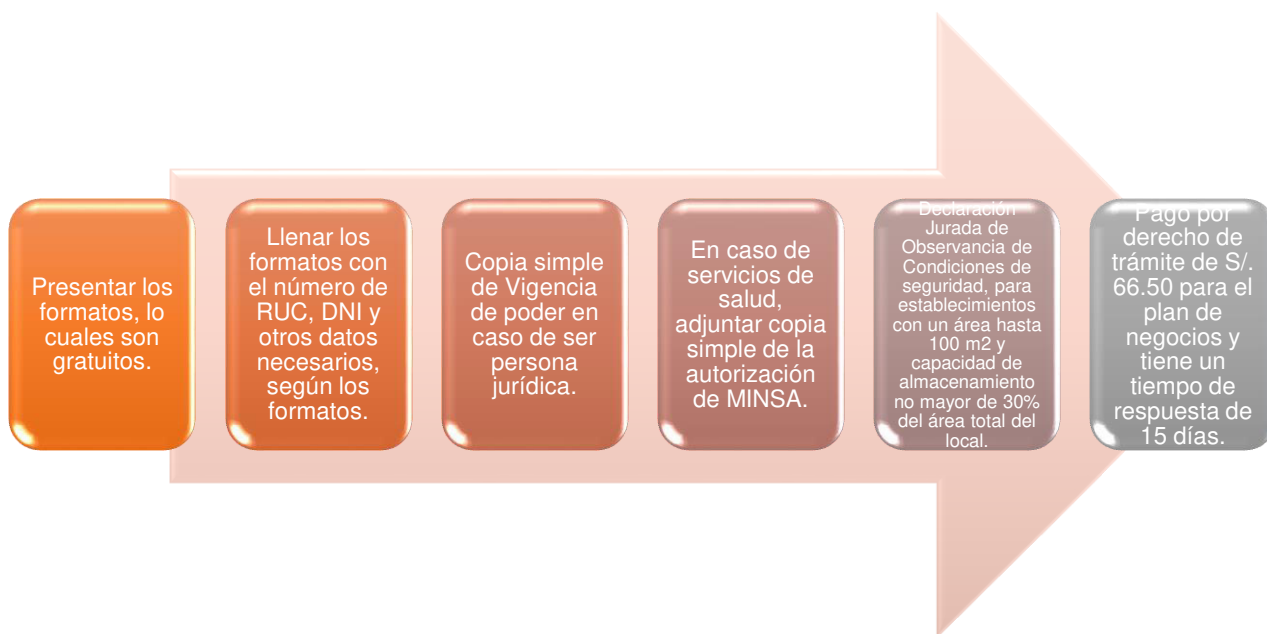


Figura 7: Requisitos para trámite de licencia

Fuente: elaboración propia

En la figura 7, se detalla los requisitos que se necesita para iniciar el trámite de licencia municipal, para este plan de negocios es en la municipalidad San Martín de Porres.

Tabla 11: Costos para la obtención de la licencia de funcionamiento

CONCEPTO	COSTO (S/.)	COSTO (\$)
Declaración Jurada	0.00	0.00
Vigencia de poder	24.00	7.32
Copia DNI	0.10	0.03
Ficha RUC	0.10	0.03
Licencia de funcionamiento	66.50	20.27
TOTAL	90.70	27.65

Fuente: <http://www.mdsmp.gob.pe/gestion.php?sec=16&id=173>

Elaboración propia

2.10.1. Certificado de inspección de defensa civil

Todo inmueble público donde transcurran personas, deberá pasar por la inspección de Defensa Civil para obtener el Certificado de Inspección de Defensa Civil.

En este caso, tomando en cuenta que el establecimiento tiene un área total menor a 100 m², el tipo de inspección es Ex – Post y se deberá presentar los siguientes requisitos 36 (según numeral 6 del Texto Único de Procedimientos Administrativos del INDECI, aprobado por Resolución Ministerial N° 425-2007-PCM):

- Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad, según formato.
- Vigencia de Poder del Representante Legal de la Compañía y la Copia de su DNI.
- Ahora bien, cabe lo señalado anteriormente, está sujeto a una verificación Ex – Post y a la emisión de un Informe de Verificación de Condiciones de Seguridad Declaradas en el formato que fue presentado al INDECI.

La vigencia del Certificado de Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil es de dos (2) años, debiéndose iniciar el procedimiento de renovación antes de la pérdida de su vigencia.

Es así que a continuación en la Tabla 12, se presentan los costos por la inspección a realizar y los documentos solicitados, brindados en la visita realizada al INDECI.

Tabla 12: Costos de inspección INDECI

CONCEPTO	COSTO (S/.)	COSTO (\$)
Copia DNI	0.10	0.03
Vigencia de poder	24.00	7.32
Servicio INDECI	108.40	33.05
TOTAL	132.50	40.40

Fuente: <http://www.mdsmp.gob.pe/gestion.php?sec=16&id=173>

Elaboración propia

2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y

Modalidades

Luego de la constitución en base a los criterios de creación de la empresa, trámites legales y municipales de la empresa, debe tramitar el número de RUC (Registro Único del Contribuyente).

A continuación, se detalla los requisitos que debe cumplir según el reglamento:

- Documento de identidad del representante legal
- Recibo de servicio (con fecha de vencimiento dentro de los últimos dos meses)
- La partida registral certificada (ficha o partida electrónica) por los Registros Públicos.
- En el caso de la declaración de establecimiento(s) anexo(s), deberá exhibir el original y presentar fotocopia de uno de los documentos que sustentan el domicilio del local anexo.

Al tramitar el número de RUC, también nos estamos acogiendo al tipo de Régimen Tributario, según la Figura N°8 podemos apreciar las 04 modalidades de Régimen tributario que tiene el Perú.

Figura 8: Modalidades de régimen tributario

Conceptos	NRUS	RER	RMT	RG
Persona Natural	Sí	Sí	Sí	Sí
Persona Jurídica	No	Sí	Sí	Sí
Límite de ingresos	Hasta S/. 96,000 anuales u S/. 8,000 mensuales.	Hasta S/.525,000 anuales.	Ingresos netos que no superen 1700 UIT en el ejercicio gravable (proyectado o del ejercicio anterior).	Sin límite
Límite de compras	Hasta S/. 96,000 anuales u S/. 8,000 mensuales.	Hasta S/.525,000 anuales.	Sin límite	Sin límite
Comprobantes que pueden emitir	Boleta de venta y tickets que no dan derecho a crédito fiscal, gasto o costo.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.
DJ anual - Renta	No	No	Sí	Sí

Pago de tributos mensuales	Pago mínimo S/ 20 y máximo S/50, de acuerdo a una tabla de ingresos y/o compras por categoría.	Renta: Cuota de 1.5% de ingresos netos mensuales (Cancelatorio).	Renta: Si no superan las 300 UIT de ingresos netos anuales: pagarán el 1% de los ingresos netos obtenidos en el mes. Si en cualquier mes superan las 300 UIT de ingresos netos anuales pagarán 1.5% o coeficiente.	Renta: Pago a cuenta mensual. El que resulte como coeficiente o el 1.5% según la Ley del Impuesto a la Renta.
	El IGV está incluido en la única cuota que se paga en éste régimen.	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).
Restricción por tipo de actividad	Si tiene	Si tiene	No tiene	No tiene
Trabajadores	Sin límite	10 por turno	Sin límite	Sin límite
Valor de activos fijos	S/ 70,000	S/ 126,000	Sin límite	Sin límite
Posibilidad de deducir gastos	No tiene	No tiene	Si tiene	Si tiene
Pago del Impuesto Anual en función a la utilidad	No tiene	No tiene	Si tiene	Si tiene

Fuente: SUNAT

En ese sentido luego de revisar los cuatro tipos de modalidades que se tiene, se tomó la decisión de optar por el régimen mype tributario a la renta (RMT).

2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME)

Se denomina PLAME (Planilla Mensual de Pagos), es el componente de la Planilla Electrónica, que comprende la información mensual de los ingresos de los sujetos en el Registro de Información Laboral. Lo cual está conformada por dos componentes:

- (T-REGISTRO), así como de los Prestadores de Servicios que obtengan rentas de cuarta categoría. La PLAME se debe presentar mensualmente de acuerdo al cronograma que establece la SUNAT.
- El PDT PLAME es el medio informático aprobado por la SUNAT para cumplir con la presentación de la Planilla Mensual de Pagos y con la declaración de las obligaciones que se generan, así como efectuar pagos que le corresponda.

IMPORTADORA NEVADO S.A.C, cumplirá con el T-Registro de los trabajadores, dentro del día en que ingresarán a prestar servicios a la empresa. Asimismo, ingresará con la clave SOL al PDT PLAME con el fin de cumplir con la presentación de la Planilla Mensual de Pagos y con la declaración de las obligaciones que se generen. Esta

planilla se presentara de forma mensual de acuerdo al cronograma que establezca SUNAT.

2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral

En el Perú, las empresas pueden acogerse al Régimen Laboral Especial o el Régimen Laboral General.

En este plan de negocios la importadora Nevado S.A.C., se acoge al régimen laboral Especial, ya que al ser una empresa que recién está iniciando operaciones necesita reducir costos, siempre velando por los beneficios a sus colaboradores de acuerdo a ley.

A continuación, se detalla los beneficios que corresponde a los trabajadores que pertenecen a las micros y pequeñas empresas:

Descanso vacacional	15 días por cada año de servicios
Jornada máxima	8 horas diarias o 48 horas semanales
Descanso físico semanal obligatorio	24 horas
Descanso en feriados	Régimen laboral común
Seguro de salud	Los trabajadores tienen derecho a ser asegurados en el Sistema Integral de Salud. El costo del sistema es semicontributivo (Estado- empleador)
Sistema pensionario	Es opcional la afiliación al Sistema Nacional de Pensiones o Sistema Privado de Pensiones
Despido arbitrario	10 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios, con un tope máximo de 90 remuneraciones diarias

Figura 9: Régimen Laboral Especial

Fuente: <http://ucsp.edu.pe/wp-content/uploads/2017/04/PPT-RLE-MYPE-INPA.pdf>

2.14. Modalidades de Contratos Laborales

El contrato de trabajo es el acuerdo voluntario entre el trabajador y el empleador para intercambiar actividad subordinada por remuneración. Da inicio a la relación laboral, generando un conjunto de derechos y obligaciones para el trabajador y el empleador.

Para el presente plan de negocios la modalidad de contrato ejecutada será el contrato inicio de actividad que se lleva a cabo después de haber culminado los tres meses de prueba lo cual tiene una vigencia entre 6 meses a 1 año.

2.14.1. Contrato individual de trabajo

Cada trabajador contará con su respectivo contrato, los cuales estarán regidos por el contrato por Inicio o lanzamiento de una Nueva Actividad.

2.14.2. Contrato de prestación de servicios

Se contará con un contrato de servicios que será el contador.

2.15. Contratos y Responsabilidad civil de los Accionistas

Se tomará en cuenta el tipo de contrato comercial que utilizará la empresa IMPORTADORA NEVADO S.A.C, ya que se necesita que los derechos y/o obligaciones de ambas partes sean exigibles al emitirse un documento formal. Entre las cuales se tiene:

2.15.1. Contrato de Servicio Logístico Integral

La empresa utilizará este tipo de contrato con el operador logístico que se encargara de realizar todo el servicio logístico integral, desde la recepción de la carga en destino, el transporte internacional, aduanas, gastos en almacén, transporte local, servicios locales como estiba, desestiba, resguardo, carga y descarga hasta su entrega en el almacén de nuestra empresa y toda aquella información de importancia y fundamental de la sociedad que se constituye.

2.15.2. Contrato de trabajo

Es el acuerdo voluntario entre el trabajador y el empleador para intercambiar actividad subordinada por remuneración. El contrato de trabajo da inicio a la relación laboral, generando un conjunto de derechos y obligaciones para el

trabajador y el empleador.

2.15.3. Contrato de compra-venta

Es un contrato de característica bilateral, pues genera obligaciones para ambas partes, es decir, tanto para el vendedor como para el comprador; la obligación principal del comprador es la de pagar el precio convenido al igual el vendedor en entregar la cosa en el lugar y tiempo determinado y por dicha razón el comprador puede pedir indemnización por perjuicios causados e incluso rescindir el contrato, así mismo cuando el comprador no cumple con la obligación de pagar el precio convenido en el tiempo y lugar estipulados, es decir, se constituye en mora; tiene el vendedor los mismos derechos de pedir indemnización de perjuicios o también puede rescindir dicho contrato y pedir indemnización.

2.15.4. Contrato de prestación de servicios

Es un contrato mediante el cual una persona, normalmente un profesional en algún área, se obliga con respecto a otra a realizar una serie de servicios a cambio de un honorario. El pago del contrato es dirigido al cumplimiento de metas, horas, objetivos, proyectos; etc. el incumplimiento de dichas metas no obliga al pago proporcional.

2.15.5. Contrato de Arrendamiento

Es un contrato por el cual una de las partes, llamada arrendador, se obliga a transferir temporalmente el uso y goce de una cosa mueble o inmueble a otra parte denominada arrendatario, quien, a su vez, se obliga a pagar por ese uso o goce un precio cierto y determinado.

2.16. Responsabilidad civil

Se ha definido a la responsabilidad civil como aquella que conlleva el resarcimiento de los daños y perjuicios causados por uno mismo o por tercero, por el que debe responder; sin embargo, otros lo definen como una técnica de tutela (civil) de los derechos (u otras situaciones jurídicas) que tiene por finalidad imponer al responsable (no necesariamente el autor) la obligación de reparar los daños que éste ha ocasionado. Siendo así, es evidente que la primera es una definición más restringida

que ésta última, la cual nos permite colegir que no es admisible hablar en términos de diversos géneros de responsabilidad, en cambio, sólo es posible referirse a varios criterios en razón de los cuales se es responsable.

2.17. Responsabilidad contractual

Cuando el daño es consecuencia del incumplimiento de una obligación voluntaria, se habla en términos doctrinarios de responsabilidad civil contractual, y dentro de la terminología del Código Civil peruano de responsabilidad derivada de la inejecución de obligaciones. La responsabilidad civil obligacional o contractual es producto del incumplimiento de un deber jurídico específico denominado "relación jurídico obligatoria".

En el ámbito contractual (al estar tipificadas y predeterminadas la conducta ilícita o antijurídica), la obligación de indemnizar nacerá siempre que se cause daño al deudor como consecuencia de haber incumplido absoluta o relativamente una obligación.

De tal manera, que la responsabilidad contractual, en principio, cubre fundamentalmente dos supuestos de daño: el incumplimiento de la prestación contratada, en sus variantes, y la mora. Y asimismo, se dice que el fundamento de la responsabilidad contractual es la culpa, la cual es más severa en materia de responsabilidad contractual, por cuanto se responde por daños y perjuicios en razón de su incumplimiento, aun por culpa leve; y además este sistema cubre no sólo las indemnizaciones que pudiera fijar el Juez según cual sea el daño, sino también aquellas que resulten del compromiso de las partes expresado en una cláusula penal.

2.18. Responsabilidad extracontractual

Cuando el daño se produce sin que exista ninguna relación jurídica previa entre las partes, o incluso existiendo ella, el daño es consecuencia, no del incumplimiento de una obligación voluntaria, sino simplemente del deber jurídico genérico de no causar daño a otro, entonces nos encontramos en el ámbito de la responsabilidad civil extracontractual. En el ámbito extracontractual al no estar predeterminadas dichas conductas serán susceptibles de dar lugar a una responsabilidad civil, en la medida que se trate de una conducta antijurídica en sentido amplio.

Cabe indicar que en principio, el accionista no responde frente a terceros por las obligaciones contraídas por la sociedad anónima, no obstante, mientras la sociedad anónima está en formación o si es irregular o la afecta una nulidad insubsanable, el accionista deviene responsable frente a terceros, en aplicación del régimen general correspondiente.

En este punto se analizan todas las condiciones externas e internas con respecto al desarrollo de la empresa para poder optimizar las ventajas y mejorar las debilidades presentadas, de tal manera que el plan de negocio se constituya viable y sustentable en el tiempo.

3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

3.1. Identificación, descripción y justificación del producto a importar

3.1.1. Descripción de producto

El producto importado es el cabezal de máquina raspadora que está conformado por 15 piezas, lo cual se detalla a continuación:

- marco central base de hielo - 3
- soporte de hielo - 4
- marco superior protector - 5
- rueda central – 9
- placa de bronce - 10
- control de velocidad vertical - 11
- caja de cambios – 12 / 12A
- unidad de presión - 13
- tapa del engranaje delantero – 14
- cuchilla - 15
- piñón cónico de transmisión - 16
- engranaje central - 17
- eje roscado de diámetro 7/8" - 18
- regulador principal - 20
- eje vertical manual - 21

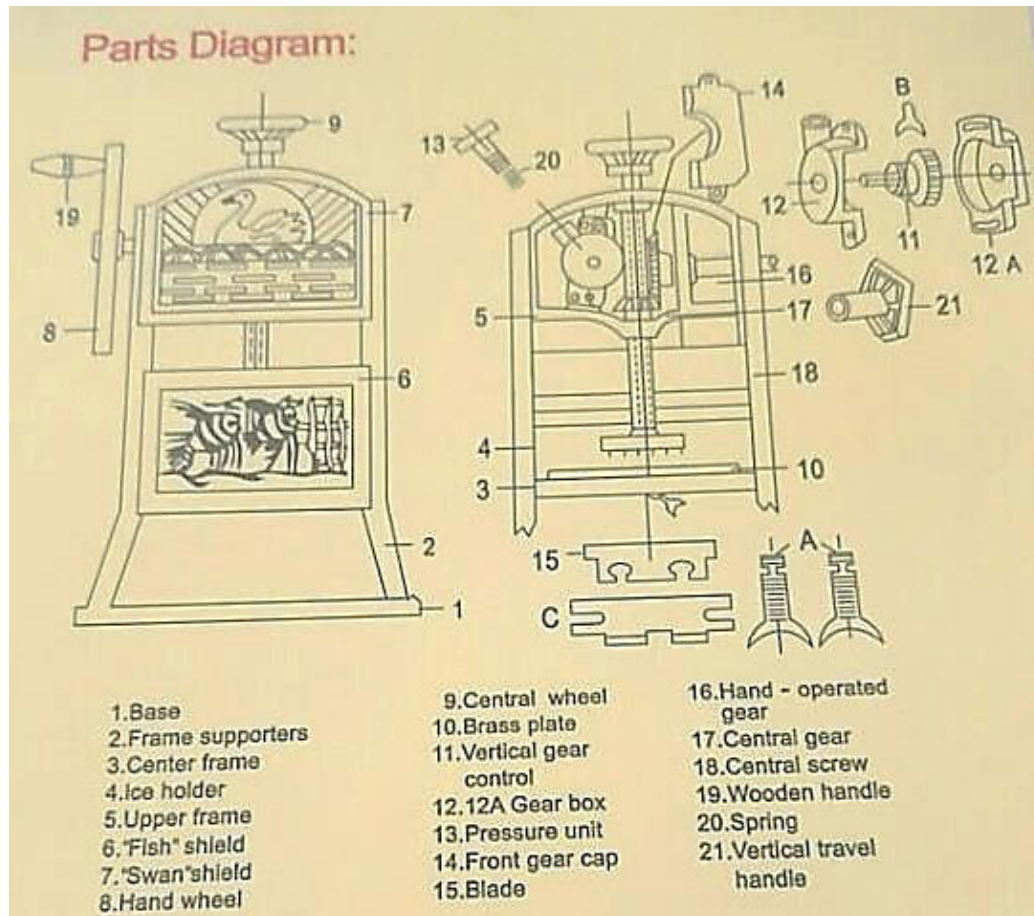


Figura 10: piezas de la máquina raspadillera
 Fuente: información de proveedor

El producto serán cabezales de máquinas raspadilleras, lo cual es la parte principal para el funcionamiento de la máquina raspadillera mecánica, que en conjunto con el armazón de aluminio que será adquirido de una empresa peruana con la finalidad de optimizar costo y fomentar la industria peruana, podremos obtener el producto final que será comercializado a los mayoristas de Lima metropolitana.

La forma de presentación de nuestros productos para la comercialización se hará según la siguiente figura obtenida de google imágenes que fue obtenida con la finalidad de la apreciación del producto en este plan de negocios.

Presentación para comercialización:



Figura 11: la máquina raspadillera mecánica

Fuente: google imágenes

3.1.1. 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

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

8479.90.00.00 - Partes

Gravámenes del producto:

Tabla 13: Gravámenes del producto

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:	(*)

Fuente: SUNAT

Elaboración propia

El Perú cuenta con el tratado de libre comercio con China, cuyos objetivos principales son eliminar los obstáculos en las transacciones comerciales, consolidar el acceso a bienes y fomentar la inversión. Lo cual fue firmado el 28 de noviembre del 2009 y entró en vigencia el 01 de marzo del 2010.

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo en el estudio de aprovechamiento del TLC Perú-China señalan que durante los 7 años de vigencia del TLC con China, el valor de las exportaciones peruanas a China ha incrementado en un promedio anual de 11,7%. El valor exportado de productos tradicionales se incrementó en 11,9%, mientras que el valor exportado de productos no tradicionales creció en 4,7%. En dicho periodo, el valor exportado a China acumuló un total de US\$ 51 770 millones. Y los rubros no tradicionales que registraron mayor crecimiento promedio anual fueron: pieles y cueros (+73%), minería no metálica (+51,7%), agropecuario (+26,3%) y metal mecánico (+14,7%). Asimismo, los rubros no tradicionales con mayor participación en

el valor exportado fueron: pesquero con 2,0% y el agropecuario con 0,9% del total exportado.

Entre los principales productos de la oferta exportable peruana que ya se están beneficiando de este acuerdo se tienen: Uvas frescas, Jibias (Sepias) y calamares preparados en conservas, Tablillas y frisos para parqués, entre otros.

En los últimos años, el Perú ha iniciado un proceso de acercamiento con Asia, el cual incluye el inicio de negociaciones con sus principales socios comerciales en dicho continente.

Dicho acuerdo, nos permite obtener un mejor acceso a un mercado cuyas características antes mencionadas involucran una mayor demanda de bienes de consumo, materias primas, bienes intermedios y bienes de capital.

Según el ministerio de comercio exterior y turismo en el estudio de aprovechamiento del TLC Perú-China señalan que durante los 7 años de vigencia del TLC, el valor de las importaciones peruanas desde China creció a un promedio anual de 13,3%, acumulando un total de US\$ 54 168 millones. Las importaciones de materias primas/productos intermedios, de bienes de consumo y de bienes de capital/materiales de construcción crecieron a tasas anuales de 15,2%, 13,4% y 12,3%, respectivamente. En dicho periodo, las compras de bienes de capital/materiales de construcción tuvieron una participación de 45,7%, mientras que las compras de bienes de consumo y de bienes de capital/materiales de construcción registraron una participación de 29,1% y 25,2%, respectivamente.

El tratado de libre comercio Perú-China nos permite un acceso preferencial al mercado de mayor crecimiento del mundo, con más de 1.382.710.000 personas. En las negociaciones, el Perú ha buscado que sus principales productos de exportación se beneficien con un acceso beneficioso al mercado asiático.

Debemos mencionar, que a la vez se negoció un ACUERDO DE COOPERACIÓN ADUANERA, el cual permitirá que las aduanas soliciten información sobre características tales como el valor u origen de una mercancía, que podrá ser utilizada en los procesos administrativos y judiciales. Esto facilitará las labores de investigación de casos donde se presuman delitos aduaneros, con lo cual se busca que los productos de procedencia China ingresen al Perú en condiciones que permitan un comercio justo.

Tabla 14: TLC

PAIS	CONVENIO INTERNACIONAL	FECHA DE VIGENCIA
CHINA	805- TRATADO DE LIBRE COMERCIO PERU - CHINA	01/03/2010

Fuente: SUNAT
Elaboración propia

3.1.2. Ficha técnica comercial

1. FORMULACIÓN

El producto a importar será cabezal de máquina raspadora mecánica para su fabricación y comercialización en lima metropolitana, el cual tiene la siguiente formulación:

Tabla 15: Producto importado

DETALLE	
Total de piezas	15 piezas por set
Peso de caja individual	4.7kg
Tamaño de caja	15*15*20cm
Material	Fierro

Fuente: Elaboración propia

2. PARTIDA ARANCELARIA

8479.90.00.00 - Partes - Para mezclar, amasar o sobar, quebrantar, triturar, pulverizar, cribar, tamizar, homogeneizar, emulsionar o agitar

3. USOS

Los cabezales serán usados para el ensamblaje de las máquinas raspadoras mecánicas, debido a que el armazón será obtenido de una empresa peruana con la finalidad de optimización de costos, manipulación fácil para el usuario y fomentación del crecimiento de la industria peruana.

4. CARACTERÍSTICAS

El producto final tiene como función moler el hielo y poder realizar la raspadilla, que es el hielo raspado al que añaden un néctar de jugo de distintas frutas.

El producto importado será solo el cabezal lo cual cuenta con las siguientes piezas:



FIGURA 12: Piezas del cabezal de la máquinas raspadora mecánica

Fuente: Elaboración propia

3.1.3. Definir la propuesta valor del producto

La propuesta valor radica en la oportunidad, ya que existe una creciente demanda de las máquinas raspadoras en general tanto electrónicas como mecánicas, debido a su alta acogida del producto final, la raspadora, que mayormente en temporada alta que es en verano. Las probabilidades que el producto tenga éxito en el mercado local son altas, estas máquinas raspadoras mecánicas son demandadas a nivel nacional en toda época del año debido a los distintos cambios de niveles climatológicos en cada provincia.

Como puntos de la propuesta valor tenemos:

- El precio, que buscamos alcanzar con la importación del cabezal que está conformada de 15 piezas, que al ser proveniente de china es un producto con un costo menor.
- El almacén de aluminio, que será adquirido de una empresa de fundición en Perú con lo cual nuestro aporte es fomentar la industria peruana.
- Optimización de costo tanto en flete como ensamblaje.
- Generar empleo en nuestro país, al necesitar tanto personal administrativo como operarios.
- Brindaremos un producto fabricado en Perú, lo cual tendrán una garantía de un año.
- Facilidad de manipulación del producto al cliente final ya que este será de almacén de aluminio que es de 2 a 3 veces menos en peso en comparación del producto importado.

Es por ello, que como consecuencia tendremos un ingreso al mercado local con un precio y producto competitivo frente a los competidores nacionales y la calidad, será una de las principales características de nuestra empresa para poder diferenciarnos en absoluto a la competencia.

3.1.4. Ecuación de valor para el mercado nacional

Se importará el cabezal para su ensamblaje de las máquinas raspadoras mecánicas en Perú con el almacén de aluminio, con ello se busca optimizar costos que influyen al precio final del producto, brindar garantía de nuestro producto y fomentar la industria peruana.

A la vez, brindaremos a nuestros clientes distribuidores y mayoristas el servicio técnico y garantía por 1 año del producto, debemos tener en cuenta que los importadores actualmente no cuentan con un personal calificado para el ensamblaje de sus productos en este caso para las máquinas raspadoras mecánicas, ya que es un producto el cual requiere de un especialista en el tema para obtener un funcionamiento idóneo del mismo y de esta manera poder brindar un servicio de calidad al cliente final, lo cual será un punto a favor nuestro.

3.1.5. Determinación de la marca

Este producto tendrá una marca específica, la cual llevará el nombre comercial "SWEET ICE". Con razón social IMPORTADORA NEVADO S.A.C., que surge el siguiente concepto.

Se escogió como razón social la indicada debido a que está específica el giro de la empresa importadora y NEVADO ya que la máquina raspadora da un producto final que es el hielo raspado parecido a la nieve. Por lo cual escogimos el nombre comercial de la empresa: IMPORTADORA NEVADO S.A.C.

El nombre de la marca, SWEET ICE, es en alusión al producto final, la raspadora, que es hielo raspado con jarabes de sabores dulce.

3.2. Investigación de mercado objetivo

Para el presente plan de negocio, se ha decidido importar los cabezales de las máquinas raspadoras mecánicas para su fabricación y comercialización en el mercado local, ya que podemos ver que este producto ha tenido un constante crecimiento a lo largo de los años, lo cual se detallan más adelante.

El mercado objetivo será el centro de Lima, ya que allí se encuentran la mayoría de importadores y distribuidores de todo tipo de productos, lo cual se dirigen a mayoristas y minoristas a nivel nacional.

Se puede determinar que el PBI del Perú se encuentra en crecimiento constante, lo que lo convierte en un país atractivo para invertir y poder realizar negocios lo cual generan rentabilidad y beneficios a nuestra economía. Según INEI, el PBI aumentó en 1.32% en diciembre del 2017, lo cual acumuló 101 meses continuos de avance y cerró con un 2.50 % y se estableció como 19 años de crecer en forma consecutiva, y se proyecta un 4% para el año 2018.

Asimismo, podemos indicar que nuestro país se encuentra en crecimiento y las probabilidades de invertir se basan en el crecimiento continuo, tal y como señalo en el siguiente cuadro.

Tabla 16: indicadores del Perú al 2017-2018

INDICADOR	MEDIDA	AÑO	PERU
POBLACIÓN ESTIMADA	PERSONAS	2018	32 162 184
CRECIMIENTO POBLACIONAL	PORCENTAJE	2018	1.1
MONEDA LOCAL	SOL	2018	NUEVO SOL
PEA	MILES DE PERSONAS	2018	161,421 MILES
TASA DE DESEMPLEO	PORCENTAJE	2017 - 2018	68.6
PBI	MILES DE MILLONES DE	2017	514,213

Fuente: INEI

3.2.1. Segmentación de mercado objetivo macro y micro segmentación

El segmentar un mercado consiste en dividir un mercado global de un bien y/o servicio de una manera uniforme y conocer al detalle las características de nuestro mercado objetivo.

3.2.1.1. Macro segmentación

Nuestra empresa se está dirigiendo a las empresas distribuidores y mayoristas en lima centro donde se encuentra la mayor afluencia de clientes en búsqueda de productos al por mayor y menor, por lo cual nosotros ofreceremos nuestras máquinas raspadoras marca peruana a este público objetivo.

Nuestro personal calificado visitará las tiendas para ofrecer los productos a los distribuidores y mayoristas de Lima centro, mostrándole el funcionamiento óptimo del mismo y dejando una muestra en concepción para que ellos puedan revisar al detalle y ofrecer nuestro producto a sus clientes. Además, se le informará de los atributos de nuestro producto, tales como: el precio, indicarle que nuestro producto es marca peruana, señalarle el servicio técnico con el que contamos y que el producto tiene un año de garantía. A continuación, se detalla el perfil de forma macro:

Tabla 17: Datos macro segmentación

DETALLE	
GEOGRÁFICOS	Lima metropolitana
CONDUCTUALES	Compradores mayoristas con finalidad de realizar comercio constante de productos rentables
PSICOGRÁFICOS	Vendedores mayoristas y/o distribuidores
DEMOGRÁFICOS	Indiferente

Fuente: Elaboración propia

3.2.1.2. Micro segmentación

Los clientes finales se han delimitado según el mercado objetivo en mira, según la necesidad y uso de este producto en los usuarios finales, que son los de nivel socioeconómico C/D, entre los 25 a 55 años de edad que se encuentren localizados en una población urbana/rural. En la demanda potencial se delimito mayor el mercado y se tomó en cuenta datos, tales como: personas que buscan emprender un negocio, personas independientes, amas de casa, entre otros.

Tabla 18: Datos micro segmentación

Descripción	2017
Población de Peru	32,000,000
% poblacional	34.94%
Población Lima Metropolitana	11,181,700
% poblacional de Lima Metropolitana	100.00%
Población Urbana/Rural de Lima Metropolitana	11,181,700
% Sector Socioeconomico C/D	65.90%
Sector Socioeconomico C/D	5,785,980
% población de edades de 25 a 55 años	56.25%
Mercado disponible 25 a 55 años	3,254,900
Uso per capita (Unidades)	1
Demanda potencial (Q)	750,000
Producción	4,800
Importación	35,667
Exportación	15,333
Demanda Insatisfecha	775,134
Cuota de mercado %	0.12%
Cantidad a importar	960

Fuente:http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_poblacion_peru_2017.pdf
Elaboración propia

Según CPI, el Perú tiene una población de 32, 000,000 habitantes para el 2017, ocupando el departamento de Lima un 34.94% de la población total con 11.181,700 habitantes. Agrupando nuestro mercado potencial, el 65.90% representa el sector socioeconómico C/D y 56.25% las personas de 25 a 55 años. Lo cual según el cálculo realizado, nuestra demanda potencial es 750,000 Q y nuestra empresa solo quiere representar una cuota mínima de 0.12%.

3.2.2. Perfil del consumidor y posicionamiento

La empresa importadora NEVADO S.A.C., está considerando como posibles compradores a los distribuidores y mayoristas de Lima metropolitana, especialmente en cercado de Lima.

Cabe mencionar, que el uso principal de la máquina raspadora es triturar el hielo para la obtención del producto final que es la raspadilla.

El consumidor peruano, en este caso los distribuidores y/o mayoristas poseen las siguientes características:

Tabla 19: Modalidad de pago

FORMA DE PAGO	CONTADO
Modalidad de crédito	100% pago
Tiempo de pago	inmediata
Entrega	Almacén de cliente / Recojo en almacén
Tiempo de entrega	2 días luego de su confirmación de pedido

Fuente: Elaboración propia

Según el siguiente cuadro podemos notar que tanto las exportaciones como las importaciones han ido en un crecimiento continuo gracias a los acuerdos entre países (TLC) y podemos indicar que las exportaciones peruanas hacia China ascendieron del 2016 al 2017 en un USD 3,206.51 mientras las importaciones ascendieron del 2016 al 2017 en un USD 6'223.1.

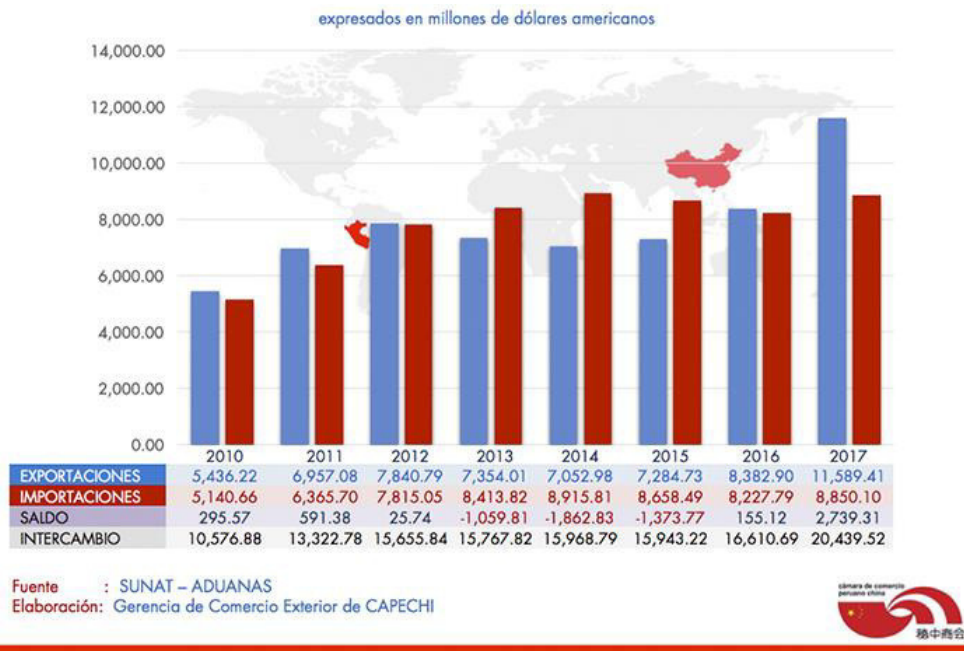


Figura 13: Exportaciones e importaciones 2016-2017

Fuente: SUNAT

Elaboración: Gerencia de comercio exterior de CAPECHI

3.2.3. Medición del mercado objetivo

El mercado objetivo para la comercialización de máquinas raspadoras mecánicas es Cercado de Lima, donde se ubican la gran mayoría de comerciantes mayoristas y/o distribuidores, a la vez es uno de los principales lugares donde abarca la mayor cantidad de comercio a nivel nacional, allí contaremos con más de un distribuidor. Existen dos tipos de mercados al cual estará dirigido nuestra empresa, el mercado potencial que manifiesta un interés suficiente por una oferta de mercado y el mercado disponible que es el conjunto de consumidores que tienen interés, ingreso y acceso a una oferta dada, en este caso nos referimos a las máquinas raspadoras mecánicas.

Por tal razón, se medirá el mercado objetivo por la frecuencia de importaciones que realizan a lo largo del año y la cantidad importada por cada importador según la partida arancelaria, teniendo en cuenta los factores de entorno que estimulen la disposición y capacidad de compra, ajuste de precio y número de usuarios.

Según en la tabla 19 detalle, los principales importadores del producto de máquinas raspadoras tanto electrónicas como mecánicas, que según su partida arancelaria he podido encontrar y en el desarrollo del plan mencionaré detalle a detalle la información recopilada.

Tabla 20: Datos de los principales importadores de máquinas raspadilleras

IMPORTADOR / DISTRIBUIDOR	RUC	LOCALIZACION
D'ALTA CORP S.A.C.	20600818491	LIMA
LULY IMPORT E.I.R.L.	20523735901	LIMA

Fuente: Elaboración propia

Tabla 21: Importaciones empresa **d'alta corp s.a.c. (2017)**

DUA	FECHA	MARCA	CARACTERÍSTICA	EMBARCADOR	PAÍS DE ORIGEN
2017-501371	14/12/2017	HENKEL	MOLEDORA DE HIELO	CHINA NATIONAL ELECTRONICS IMP Y EXP NINGBO CO LT	CHINA
2017-375803	25/09/2017	HENKEL	MOLEDORA DE HIELO	CHINA NATIONAL ELECTRONICS IMP Y EXP NINGBO CO LT	CHINA
2017-295351	04/08/2017	HENKEL	MOLEDORA DE HIELO	CHINA NATIONAL ELECTRONICS IMP Y EXP NINGBO CO LT	CHINA
2017-237779	28/06/2017	HENKEL	MOLEDORA DE HIELO	CHINA NATIONAL ELECTRONICS IMP Y EXP NINGBO CO LT	CHINA
2017-049902	09/02/2017	HENKEL	MOLEDORA DE HIELO	ZHEJIANG XINGXING HOME APPLIANCE CO., LTD	CHINA
2017-012544	11/01/2017	HENKEL	MOLEDORA DE HIELO	CHINA NATIONAL ELECTRONICS IMP & EXP NINGBO CO LT	CHINA

Tabla 22: Importaciones empresa **luly import e.i.r.l. (2017)**

DUA	FECHA	MARCA	CARACTERÍSTICA	EMBARCADOR	PAÍS DE ORIGEN
2017-431884	31/10/2017	SHUANGCHI	ENERGIA ENTRADA 250W	GUANGZHOU METALS & MINERALS IMP. & EXP. LTD.	CHINA
2017-431884	31/10/2017	SHUANGCHI	ENERGIA ENTRADA 300W	GUANGZHOU METALS & MINERALS IMP. & EXP. LTD.	CHINA

Fuente: Elaboración propia

Los cuadros expuestos anteriormente, muestran la cantidad de importaciones de los principales distribuidores de máquinas raspadoras indicando fecha de importación, proveedor y país de origen.

3.2.4. Acceso al mercado

No existe ningún tipo de impedimento o restricción para el ingreso de la importación del cabezal, lo cual será luego ensamblado con el armazón adquirido de una empresa peruana y comercializado a los clientes mayoristas y/o minorista como producto final de la siguiente manera:

Nombre del producto: SWEET ICE

Razón social y domicilio del fabricante: Importadora Nevado S.A.C.

Medidas y peso: 49*25*32 cm

Peso: 13kg

3.3. Análisis de la oferta y la demanda

3.3.1. Análisis de la oferta

3.3.1.1. Exportaciones mundiales

Es difícil identificar la producción mundial de máquinas raspadoras ya que no hay datos estadísticos que den esa información exacta. Sin embargo, tenemos a Alemania y China como los principales países exportadores de máquinas molidoras de hielo identificadas con la partida arancelaria 847982.

Exportadores	valor exportada en 2013	valor exportada en 2014	valor exportada en 2015	valor exportada en 2016	valor exportada en 2017
Mundo	4.193.202	4.386.036	4.031.452	3.979.453	4.418.403
Alemania	1.170.852	1.171.604	1.062.107	1.031.578	1.190.340
China	301.402	392.728	394.870	360.941	442.396
Italia	259.962	352.657	291.578	301.142	348.618
Estados Unidos de América	394.718	438.501	388.160	332.076	323.264
Japón	170.534	181.963	151.723	163.776	206.702

Figura 14: Exportadores de la partida 847982

Fuente y elaboración: Trademap

Como se observa en la tabla, el país que lidera en las exportaciones de la partida 847982 es Alemania cuyo valor de exportación fue de 1, 190,340 millones de dólares para el año 2017 y Otro países exportadores importantes siguientes son China y USA con 442,396 y 348,618 millones de dólares para el año 2017 respectivamente.

Exportadores	2013	2014		2015		2016		2017		
	cantidad exportada	Unidad	cantidad exportada	Unidad	cantidad exportada	Unidad	cantidad exportada	Unidad	cantidad exportada	Unidad
China	9.769	Toneladas	15.060	Toneladas	13.267	Toneladas	13.971	Toneladas	1.069.885	Unidad
Estados Unidos de América	12.793	Toneladas	16.815	Toneladas	13.041	Toneladas	164.239	Unidad	251.930	Unidad
Australia	55.817	Unidad	248.554	Unidad	42.565	Unidad	145.926	Unidad	59.231	Unidad
Alemania	43.087	Toneladas	45.626	Toneladas	50.136	Toneladas	45.866	Toneladas	52.555	Toneladas
Singapur	1.283	Toneladas	1.840	Toneladas	1.642	Toneladas	143.157	Unidad	21.589	Unidad

Figura 15: Principales exportadores de la partida 847982 (tonelada)

Fuente y elaboración: Trademap

En la figura 15, se tiene las exportaciones en términos de cantidad (toneladas), como se puede apreciar quien lidera es China con 1. 069.885 toneladas para el año 2017,

en segundo y tercer lugar esta Estados Unidos de América y Australia con 251.930 y 59.231 toneladas respectivamente.

Exportadores	Crecimiento de las exportaciones en valor entre 2015-2016, %	Crecimiento de las exportaciones en valor entre 2016-2017, %	valor exportada en 2017, Dólar Americano miles
Mundo	N/D	N/D	4.418.403
Alemania	-3	15	1.190.340
China	-9	23	442.396
Italia	3	16	348.618
Estados Unidos de América	-14	-3	323.264
Japón	8	26	206.702

Figura 16: Crecimiento en valor de las exportaciones de la partida 847982
Fuente y elaboración: Trademap

En la figura 16, se muestra las tasas de crecimiento en valor que ha tenido esta partida en los últimos 3 años. Como se puede observar Alemania creció a un 15% con relación al año 2016-2017, y de igual manera notamos un crecimiento para China a un 23% para el 2016-2017.

3.3.1.2. Importaciones peruanas

A continuación, mostraremos las importaciones peruanas de la partida 847982 hacia el Perú.

Exportadores	Valor importada en 2012	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014	Valor importada en 2015	Valor importada en 2016
Mundo	15.191	19.778	15.855	10.008	9.773
Estados Unidos de América	6.041	5.798	4.935	1.924	2.920
China	707	1.716	754	1.326	1.560
Malasia	19	2	25	18	765
Argentina	307	85	77	21	577

Suiza	206	21	672	299	549
-------	-----	----	-----	-----	-----

Figura 17: Principales mercados proveedores para un producto importado por Perú (en miles de dólares)

Fuente y elaboración: Trademap

Exportadores	2012	2013	2014	2015	2016
	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas
Malasia	2	0	5	1	200
China	113	163	106	193	163
Estados Unidos de América	225	339	213	55	72
Italia	32	64	79	57	45
Sudafrica	2	31	8	1	34

Figura 18: Principales mercados proveedores para un producto importado por Perú (en toneladas)

Fuente y elaboración: Trademap

3.3.1.3. Perú

A continuación, se analiza una tabla con las importaciones del Perú hacia el producto según partida arancelaria 847982 en miles de dólares.

Exportadores	Valor importada en 2012 / Cantidad importada, Toneladas		Valor importada en 2013 / Cantidad importada, Toneladas		Valor importada en 2014 / Cantidad importada, Toneladas		Valor importada en 2015 / Cantidad importada, Toneladas		Valor importada en 2016 / Cantidad importada, Toneladas	
	Estados Unidos de América	6.041	225	5.798	339	4.935	213	1.924	55	2.920
China	707	113	1.716	163	754	106	1.326	193	1.560	163
Malasia	19	2	2	0	25	5	18	1	765	200

Figura 19: PRINCIPALES PAISES PROVEEDORES DEL PRODUCTO 847982 A PERU PERIODO 2012-2016

Fuente: cálculos del cci básicos en estadísticas de un comtrade cálculos del INEI

Según los datos basados en el presente cuadro, podemos determinar que el Perú importa principalmente de USA, El producto cuya partida arancelaria es 847982, en el año 2016 Importo 72 toneladas aumentado sus importaciones en US\$ 996 millones, China tuvo una creciente de US\$ 234 millones con 163 toneladas y Malasia obtuvo para el 2016 US\$ 765 millones con 200 toneladas.

A continuación, se muestra unos cuadros con los valores de las importaciones de Perú teniendo como país proveedor a China, ya que hoy en día cuenta con un acuerdo bilateral que permite tener mayor acceso a su mercado.

Código del producto	Descripción del producto	Perú importa desde China			Perú importa desde el mundo		
		Valor en 2014	Valor en 2015	Valor en 2016	Valor en 2014	Valor en 2015	Valor en 2016
8479820000	Máquinas y aparatos para mezclar, amasar o sobar, quebrantar, triturar, pulverizar, cribar, . . .	754	1.326	1.560	15.855	10.008	9.773

Figura 20: Comercio bilateral entre Perú y China

Fuente: TRADE MAP

Finalmente, después de realizar un análisis exhaustivo de los cuadros de países proveedores podemos definir que el principal país proveedor del producto cuya partida arancelaria es 847982 al mercado nacional es USA, seguidamente uno de los proveedores potencial es China, lo cual será nuestra elección debido al precio en comparación a otros mercados potenciales.

3.3.2. Análisis de la demanda

A continuación, se analiza cuanto es la cantidad demanda por los importadores de máquinas raspadoras mecánicas. Cabe mencionar, que todos los importadores que analizaremos importan el producto terminado.

Tabla 23: Información de importadores

IMPORTADOR	CANTIDAD	FECHA	MARCA	PAÍS ORIGEN	FOB UNITARIO	CARACTERÍSTICA
D'ALTA CORP	992	14/12/2017	HENKEL	CHINA	31.5	MOLEDORA DE HIELO
D'ALTA CORP	508	25/09/2017	HENKEL	CHINA	31.5	MOLEDORA DE HIELO
D'ALTA CORP	352	04/08/2017	HENKEL	CHINA	31.5	MOLEDORA DE HIELO
D'ALTA CORP	48	28/06/2017	HENKEL	CHINA	31.5	MOLEDORA DE HIELO
D'ALTA CORP	50	09/02/2017	HENKEL	CHINA	94.6	MOLEDORA DE HIELO
D'ALTA CORP	800	11/01/2017	HENKEL	CHINA	33.5	MOLEDORA DE HIELO
LULY IMPORT E.I.R.L.	810	31/10/2017	SHUANGCHI	CHINA	16.45	ENERGIA ENTRADA 250W y 300W

Fuente: SUNAT

Elaboración propia

Se analiza las importaciones de los dos importadores en mención y se pudo visualizar según el detalle de cada importación que el importador, D'alta corp importa tanto máquinas eléctricas como mecánicas completas o en parte y el importador Luly import E.I.R.L. según su RUC se visualizó que anual tiene una importación en desde el año 2015 estas son de tanto maquinas raspadoras mecánicas como eléctricas, pero realiza importaciones de cantidades considerables.

3.3.2.1. Análisis de la demanda proyectada

Con el objetivo de proyectar la demanda se tomará en cuenta los datos de las importaciones de peruanas de la P.A 8479.90.00.00 en los últimos 5 años expresados en kilogramos con los datos de la web Trademap.

Tabla 24: Demanda del Perú desde 2013 a 2017

producto P.A: 8479.90.00.00 en Toneladas					
PERU					
Años	2013	2014	2015	2016	2017
Toneladas	90,712	107,542	114,411	110,011	143,634

Fuente: Trademap

Elaboración propia

Tabla 25: Método de mínimos cuadrados

MÉTODO DE MINIMOS CUADRADOS

	Años	Demanda	Al cuadrado	
X	X	Y	XY	X²
2013	1	90,712	90,712	1
2014	2	107,542	215,084	4
2015	3	114,411	343,233	9
2016	4	110,011	440,044	16
2017	5	143,634	718,170	25
Total	15	566,310	1,807,243	55

Elaboración propia
 Según la fórmula de la regresión Lineal, se obtuvo los siguientes resultados:

Tabla 26: Resultado regresión lineal

B =	10,831
A =	80,768

Elaboración propia

Tabla 27: Proyección linealmente

<u>Y= a+bx</u>	
Y= -80,768+ 10,831*x	
Proyección 2018=	145,756
Proyección 2019=	156,587
Proyección 2020=	167,419
Proyección 2021=	178,250
Proyección 2022=	189,081
Proyección 2023=	199,912

Elaboración propia

Tabla 28: Demanda proyectada del mercado en kilogramos

2019	2020	2021	2022	2023
156,587	167,419	178,250	189,081	199,912
Tendencia crecimiento del mercado	6.92%	6.47%	6.08%	5.73%

Elaboración propia

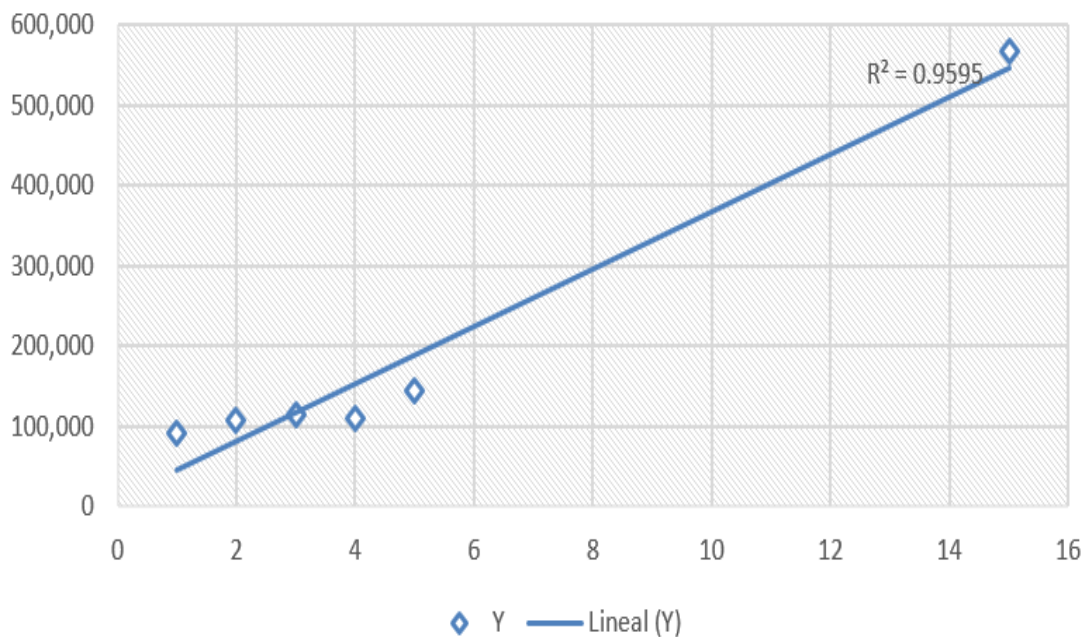


Figura 21: Proyección lineal
Elaboración propia

En la figura 21, se utiliza una proyección lineal, puesto que el coeficiente de correlación R^2 es mayor a 0.85 y no pasa 1%, esto quiere decir que la proyección es confiable.

3.3.3. Análisis de competitividad benchmarking

LA IMPORTADORA NEVADO S.A.C., ha realizado un análisis objetivo de la competencia, para lo cual mostramos el siguiente cuadro:

Tabla 29: Precio FOB de los principales importadores del producto

IMPORTADOR	PAÍS ORIGEN	FOB UNITARIO	CARACTERÍSTICA	TRANSPORTE
D'ALTA CORP	CHINA	31.5	MOLEDORA DE HIELO	MARITIMO
D'ALTA CORP	CHINA	31.5	MOLEDORA DE HIELO	MARITIMO
D'ALTA CORP	CHINA	31.5	MOLEDORA DE HIELO	MARITIMO
D'ALTA CORP	CHINA	31.5	MOLEDORA DE HIELO	MARITIMO
D'ALTA CORP	CHINA	94.6	MOLEDORA DE HIELO	MARITIMO
D'ALTA CORP	CHINA	33.5	MOLEDORA DE HIELO	MARITIMO
LULY IMPORT E.I.R.L.	CHINA	16.45	ENERGIA ENTRADA 250W y 300W	MARITIMO

Fuente: sunat
Elaboración propia

La información del dato de la competencia directa local fue investigada desde la página de mercado libre, donde este fabricante anuncia la venta al mayoreo de su producto, el cual se contactó para solicitar información acerca de las características y precio por mayor, lo cual obtuve e indico la información siguiente:

Tabla 30: Datos del fabricante peruano

IMPORTADOR	PAÍS	PRECIO MAYORISTA (USD)	TIPO
TOKACI S.A.C.	PERÚ	82.32	MÁQUINA RASPADILLERA MECANICA

Fuente y elaboración propia

Analizando ambas competencias directas, con respecto a la diferenciación con ambos productos puedo señalar lo siguiente:

- A) EMPAQUE: Nuestra presentación del producto es la misma al del producto nacional a diferencia que nuestra presentación final al cliente será con un regalo de un molde de hielo lo cual está incluido en el costo de armazón de aluminio.

- B) PESO: En comparación a la competencia importadora nuestro producto tiene un peso menor, ya que su armazón es de aluminio a diferencia del producto importado que es de hierro lo cual da un peso final de 2 a 3 veces más que el nuestro, a la vez, dificultad la manipulación del mismo al cliente final.
- C) PRECIO: Nuestro precio está entre el margen del precio del mercado tanto importado como nacional.

3.3.3.1. Fuerzas de Porter



Figura 22: Las cinco fuerzas de Porter
Fuente y elaboración propia

- a) Poder de Negociación con los clientes:
Son los mayoristas y distribuidores lo cual están localizados de preferencia en zonas estratégicas comerciales como Cercado de Lima.
- b) Poder de Negociación con los proveedores:
Actualmente, se negoció con 3 proveedores de China, pero por el precio se está considerando 2 proveedores que se tiene, este contacto ha sido mediante correo electrónico, ambos cumplen con los requisitos solicitados y el producto.

- c) Amenaza de nuevos competidores:
Los cabezales no tienen ningún tipo de restricción para el ingreso al mercado local, por lo que facilita su importación, nuestra empresa contará con un plus adicional que es ofrecer un producto peruano a un mejor precio que el nacional, ofreciendo una garantía de 1 año.
- d) Amenaza de productos sustitutos:
La máquina raspadora tiene como finalidad realizar el producto final que es la raspadora, lo cual es un aperitivo helado, por ende tenemos varios productos sustitutos tales como las máquinas raspadoras eléctricas, máquinas cremoladeras y de helados.
- e) Rivalidad entre competidores existentes:
Existen 3 competidores en el mercado de Lima quienes ofrecen los mismos productos, dos de ellos son importadores del producto final y uno es un fabricante nacional. Ante ello, competiremos en diferenciación de calidad, precio y garantía.

3.3.4. Análisis de precio de importación (compra)

La empresa está analizando el precio en 3 proveedores de China que nos ofrecen el mismo producto pero distintos precios dependiendo a la cantidad solicitada.

Tabla 31: Datos de proveedores de China

PROVEEDOR	CANTIDAD REQUERIDA MINIMA	TIEMPO DE FABRICACIÓN	MÉTODO DE PAGO
Linyi Hero Hardware Tools Co.,Ltd	2000	15 DÍAS	30% ADELANTO Y 70% ANTES DEL ENVIO
Jiaozuo ZhouFeng Machinery Co.,LTD	400	20 DÍAS	30% ADELANTO Y 70% ANTES DEL ENVIO
Qingdao WEIVO Machinery Co., Ltd	1000	20 DÍAS	30% ADELANTO Y 70% ANTES DEL ENVIO

Fuente: Elaboración propia

Por lo cual, nosotros según las condiciones propuestas por nuestros proveedores, elegimos al proveedor Jiaozuo ZhouFeng Machinery Co.,LTD, debido a que la cantidad mínima requerida es accesible para la empresa, en un tiempo de 20 días y con la misma metodología de pago que la mayoría de empresas provenientes de China.

3.3.5. Análisis y determinación de formas de distribución

Nuestra empresa contará con un almacén ubicado en el distrito de San Martín de Porres ubicado en la Av. Canta callao con Av. Dominicos, ya que se encuentra en un lugar cercano al puerto callao lo cual nos permite ahorro en costo de flete interno de transporte y bajo costo de alquiler en la zona.

Nuestra empresa enviará el pedido final al cliente a través de un taxi carga según sea el pedido requerido, este llegará a tienda o almacén del distribuidor y/o mayorista ó también se tendrá la opción que el cliente pase a recoger su pedido en nuestro almacén.

3.3.6. Análisis del entorno

3.3.6.1. MACRO AMBIENTE

Son todos aquellos indicadores que nos permiten analizar todos los aspectos de la realidad de un país o aspecto determinado de nuestro interés.

El Banco Central de la Reserva (BCR), señaló en su informe que realizó sobre la evolución del Perú durante el periodo del año 2017, con relación a los indicadores que aportan al desarrollo económico.

Con respecto a la inflación anual esta habría disminuido desde 3,2% en diciembre de 2016 a 1,4% en diciembre de 2017 según la proyección del BCR, esto es debido a la rápida reversión de los choques de oferta que afectaron a los productos agrícolas, así como también el Fenómeno El niño costero en el primer trimestre de 2017.

El Directorio del BCR redujo la tasa de referencia en cuatro ocasiones en los meses de mayo, julio, setiembre y noviembre del año 2017, hasta alcanzar el 3,25% al cierre de este año que es una convergencia de la inflación con dirección a la meta de inflación propuesta del BCR, lo cual obtuvo resultados importantes, tales como: mayor flexibilidad en las condiciones monetarias en la moneda nacional, reducción de las tasas de interés en los mercados monetarios y crediticios.

En este informe, el BCR también detalla sobre las exportaciones que fueron favorecidos por altos precios de nuestros principales minerales, a la vez, por aumento en volúmenes de productos no tradicionales de US\$ 874 millones durante el año. El cobre y el oro son nuestros principales productos de exportación aumentando su cotización internacional en 31y 12% en el 2017, de igual manera los precios del zinc y la plata de 29% y 6% respectivamente.

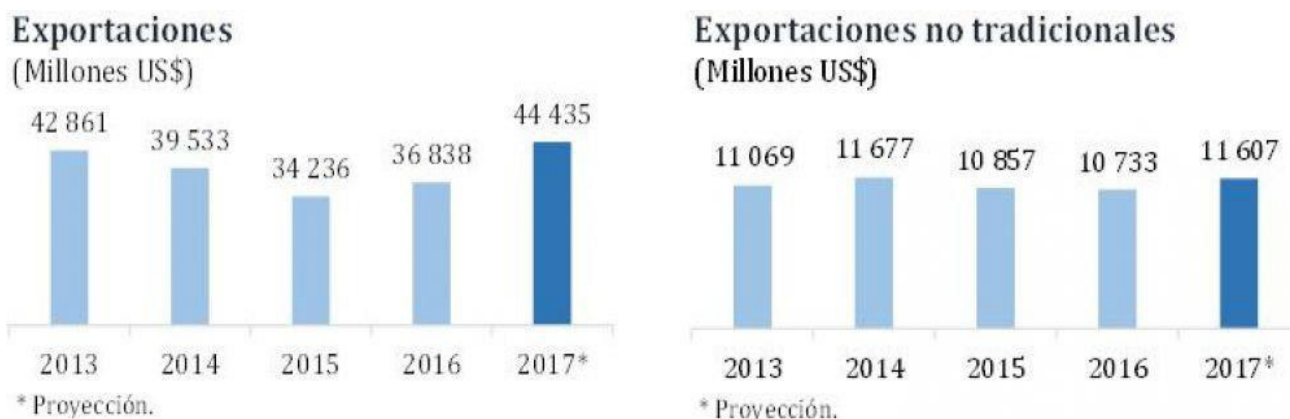


Figura 23: Exportaciones e importaciones en millones US\$
Fuente: BCR

Por otro lado, los precios del maíz y la soya cerraron en el 2017 con una baja de 5% y 4 %, por la mejora de perspectivas de la producción global; mientras que el precio del crudo estuvo 12% al alza por incertidumbre geopolítica.

En este 2017, el índice general de la bolsa de valores de Lima (BVL) se incrementó 28% y el selectivo aumento 31% debido a la recuperación de la demanda interna y alza de precio de los commodities.

Según el Diario Gestión, indicaron con relación al balance anual de la Sunat, que las importaciones en el Perú registraron un valor de US\$ 39,714 millones, lo que significó un crecimiento de 9.8% con respecto al año anterior, destacando mayor importaciones de bienes consumo, materias primas y en menor escala los bienes capital.

En el 2017, las importaciones de bienes de consumo totalizó US\$ 9,410 millones superior en 8.6% al año 2016, los bienes consumo no duradero sumaron US\$ 5,200 millones y crecieron 11.7% y los bienes de consumo duradero sumaron US\$ 4,210 millones superior en 5% con relación al año anterior.

En diciembre 2017, las importaciones de materias primas crecieron en 20.8% dando un total de US\$1,674 millones, en los cuales son para la agricultura, combustibles, lubricantes y materias primas para la industria. Mientras que las importaciones de bienes de capital tuvieron un crecimiento de 0.4% de un valor de US\$ 984 millones.

China y Estados Unidos fueron los países principales proveedores de los bienes importados en el año 2017 con US\$ 8,849 millones y US\$ 8,048 respectivamente, lo cual ambos tuvieron el 42.6% del valor total importado.

Tenemos como principales productos importados provenientes de China: teléfonos móviles, máquinas automáticas portátiles para el tratamiento de la información, aparatos de telecomunicaciones, motocicletas, entre otros y provenientes de Estados Unidos: aceites de petróleo o mineral bituminoso; maíz amarillo duro; gasolinas sin tetra etileno de plomo y diésel B5 con un contenido de azufre menor o igual a 50 PPM.

3.3.6.2. MICRO AMBIENTE

Lima, es un departamento del Perú que está localizada en la zona central occidental limitando con el departamento de Ancash por el norte, Huánuco, Pasco y Junín por el este, con Ica por el sur y con la provincia constitucional del Callao por el Oeste. También, es el departamento más poblado del país y nueve de cada diez pobladores reside en la provincia de Lima, donde se ubica la capital de la República y el área metropolitana más conocida de Perú.

Con relación a la economía de nuestro país, Lima, es considerado el principal centro de actividad económica-financiera, de servicios y manufactura del país. Lima, por ser la primera economía del país es la más desarrollada a comparación con las otras provincias pero con ello también es la más propensa a ser afectada de manera directa por problemas externos como el comercio internacional que al pasar los años esta actividad está siendo mayor demandada en todo los rubros.

El mercado nacional demanda las máquinas raspadoras es por ello que actualmente existe dos tipos que son mecánico y electrónica, cada uno de ellos tiene distintas características. El mecánico tiene un estilo clásico y funciona con el apoyo de la fuerza humana a comparación del eléctrico tiene un estilo básico, pequeño y funciona con energía eléctrica. Ahora, en el mercado con respecto a la máquina raspadora mecánica existe las nacionales e importadas, la diferencia son en peso, ya que la nacional es de armazón de aluminio fundido y la importada de fierro fundido lo cual lo hace más pesado para su manipulación y en precio debido a que la máquina raspadora importada tiene un costo menor porque China cuenta con empresas manufactureras más avanzadas tecnológicamente lo cual hace que se optimicen sus costos, adicional a una mano de obra económica.

Asimismo, en Lima se encuentran ubicado los importadores **D'ALTA CORP S.A.C.** y **LULY IMPORT E.I.R.L.** que comercializan las máquinas raspadoras mecánicas y electrónicas. Estos importadores mencionados traen contenedores de 20ST o 40FCL. A la vez, no encontramos ningún importador que importe los cabezales de las máquinas raspadoras mecánicas para su fabricación en el mercado peruano.

Para ello se analizan estas dos empresas importadoras ubicadas en el departamento de Lima.

Tabla 32: Importadores de máquina raspadora mecánica y/o electrónica

IMPORTADOR	EMBARCADOR	PAÍS DE ORIGEN
D'ALTA CORP S.A.C.	CHINA NATIONAL ELECTRONICS IMP Y EXP NINGBO CO LT	CHINA
LULY IMPORT E.I.R.L.	GUANGZHOU METALS & MINERALS IMP. & EXP. LTD.	CHINA

Fuente: SUNAT – Elaboración propia

Por lo cual, la empresa importadora nevado S.A.C. realizará su micro segmentación de la siguiente manera, al importar el cabezal de la máquina como parte del producto final para la fabricación de máquinas raspadoras mecánicas el precio FOB unitario por set es \$ 10.50, mientras que otros importadores el precio FOB unitario del producto final unitario es \$ 38 adicional tenemos que tomar en cuenta el pago de impuestos, pago de flete, gastos operativos aduaneros y administrativos.

Tabla 33: Determinación de precio FOB por pieza importado.

DETALLE	USD UNIT	USD TOTAL
Cabezal de máquina raspadora mecánica	10.50	5,040.00 por 480 sets.

Fuente y elaboración propia

Por tal motivo, podemos indicar:

1. Captar a los importadores de máquinas raspadoras o comerciantes mayoristas de locería ubicados en centro de Lima y convertirlos en nuestros principales distribuidores.
2. Brindar un precio atractivo en el mercado lo cual cree diferenciación entre nuestro producto de su producto importado lo cual nos ayudaría a posicionar la marca.
3. Ser el único importador en el mercado nacional de venta de máquinas raspadoras a un menor costo del producto final a comparación de un producto importado.
4. Ofrecer un producto con la marca Perú y brindar garantía.

3.4. Estrategia de venta y distribución

3.4.1. Estrategia de segmentación

La importadora Nevado S.A.C. utilizará una estrategia de segmentación concéntrica (Cercado de Lima), ya que vamos a tener un solo segmento que son los distribuidores, los que se encargaran de llevar el producto final al consumidor final, aquí buscaremos satisfacer las necesidades del mercado objetivo, contactándonos con los proveedores

ofreciéndoles un mejor servicio post-venta y garantía al producto, así mismo brindándole un mejor precio y menor tiempo de entrega.

3.4.2. Estrategia de posicionamiento

La empresa importadora nevado S.A.C. promocionará su producto a través la presentación personal de asesor calificado a las distribuidoras de Lima centro.

- Estrategia basada en función a precio y calidad, debido a que el producto será el más accesible del mercado, ya que al importar el cabezal para la fabricación de la máquina raspadora mecánica optimizamos costos, lo que permitirá brindar un mejor precio a nuestros clientes mayoristas y brindándoles garantía de 1 año.
- Estrategia de tiempo, esto dependerá de la cantidad requerida por el cliente, ya que si al importar vía marítima tenemos un tiempo estimado de llegada de 30 días, nosotros podemos brindarle abastecimiento diaria o semanal.
- Estrategia basada en los beneficios del producto, destacando las principales características del producto final, por ejemplo que su peso es 2 a 3 veces menos en comparación al producto importado, será un producto peruano fabricado y fomentando la industria y empleabilidad en nuestro país.

Los distribuidores y/o mayoristas siempre están en búsqueda de precios bajos para poder obtener un mayor margen de ganancia, ofreciendo a los consumidores mejores alternativas para adquirir el producto.

También debemos tener en cuenta que al ser un producto nacional, tendrá más acogida por el mercado nacional, a la vez por ser los únicos proveedores que brinden garantía y servicio de ensamblaje completo del producto.

3.4.3. Estrategia de ingreso al mercado objetivo

El canal de comercialización será a través de un distribuidor que se encargara de comercializar el producto en el centro de lima, por lo cual, se aplicara la estrategia del "PUSH" porque a través de las promociones que le brindemos a nuestros cliente, haremos que la compra se realice de una manera atractiva, a mayor sea el volumen de compra, mayor ajustaremos el precio final al cliente, de tal manera que al comprar por mayor, el precio será menor lo cual generara un margen de ganancia mayor al cliente distribuidor.

Para poder garantizar la efectividad del producto, vamos a brindar una muestra por cliente para su exhibición en tienda y de esta manera pueda visualizar las características y el óptimo funcionamiento de nuestro producto.

3.4.4. Estrategia de distribución comercial

La estrategia de distribución comercial será a través de distribuidor mayorista, ya que ellos compran productos en fábrica y los venden a los minoristas o a otros mayoristas a nivel nacional, utilizando un canal largo para llegar al cliente final.

Nuestro personal calificado se presentará en las tiendas u oficinas de los distribuidores mayoristas para ofrecer nuestro producto, enseñarle el funcionamiento óptimo, brindarle una muestra en concesión para ofrecer a sus clientes finales y brindarles la garantía de 1 año.

Debemos tener en cuenta que el precio final será según la demanda final o cantidad requerida final nuestro cliente, a mayor sea su compra, menor será el precio final.

3.5. Estrategia de promoción

3.5.1. Establecer mecanismos adecuados de promoción

Los mecanismos de promoción que la empresa utilizara son:

Será la creación de una página web que tiene un costo de S/. 1,500.00 donde se mostrará nuestro producto, tendrá un video demostrativo del funcionamiento del producto, indicaremos medios de contacto, en el caso podamos difundir nuestro producto a nivel nacional, ya que con una página web tendríamos mayor llegada a mayor cantidad de futuros clientes.

Calificaremos a nuestros vendedores para ofrecer nuestros productos indicando todos los atractivos del producto, y brindar ofertas a los clientes tales como: Dependiendo a su orden final, les brindaremos de obsequio un molde de aluminio para el tamaño indicado de hielo, para que estos puedan inclinarse más a nuestra propuesta ofrecida, por precio, calidad, y promoción.

3.5.2. Propuesta valor uso del e-commerce

La empresa no aplicará el comercio electrónico debido a que nosotros distribuiremos nuestros productos al mayoreo y las entregas serán propias en nuestro almacén o almacén del distribuidor, dependiendo de la cantidad requerida.

3.6 Políticas de estrategias de precio

La empresa debe fijar el precio de sus productos basándose en un análisis exhaustivo de las distintas variables intervinientes. El cliente valorará al producto bajo criterios objetivos y subjetivos en donde surgirá el concepto de caro o barato.

Entre los factores que influyen en Las políticas de precios se tienen:

- Los costos de los cabezales: \$10.50 FOB
- La cantidad adquirida: 480 sets.
- Compra de armazones de aluminio a un costo de \$ 15.24
- Los precios de la competencia oscilan entre S/ 230 y S/ 280 importado y nacional respectivamente.
- Los beneficios que se desee obtener: Utilidad de 10% a 30%(mínimo).
- Los medios de producción: Importación desde China para su fabricación en Lima.
- Los mercados en donde se actúe: Lima metropolitana

4. Plan de logística internacional

4.1. Envases, empaques y embalajes

La importadora Nevado S.A.C. busca ser una empresa reconocida a nivel nacional por brindar un producto peruano ingresando al mercado con la propuesta de ofrecer una marca peruana, brindando calidad y garantía por un año del producto.

El producto a importar es una parte de la máquina raspadillera mecánica, la cual es el cabezal que contiene lo siguiente:

- marco central base de hielo
- soporte de hielo
- marco superior protector
- rueda central
- placa de bronce
- control de velocidad vertical
- caja de cambios
- unidad de presión
- tapa del engranaje delantero
- cuchilla
- piñón cónico de transmisión
- engranaje central
- eje roscado de diámetro 7/8"
- regulador principal
- eje vertical manual

4.1.1. Envase

El envase es cualquier tipo de recipiente sin importar el material con el que se ha elaborado lo cual sirve para proteger, conservar, transportar y comercializar los productos.

El cabezal de la máquina raspadillera vendrá envuelta con papel marrón de manera individual por cada set y este será portado en un envase de cartón corrugado de

manera individual en cual estará rotulado con la descripción pertinente que se detallará más adelante. Este producto es adquirido como pieza fundamental de la máquina raspadora para su fabricación y comercialización en Lima metropolitana.

4.1.2. Empaque

El empaque es una parte importante del producto pues contiene al envase primario que es este caso es el papel marrón o más conocido como papel crafts, el cual en el empaque de cartón corrugado contendrá 1 sets de cabezales de máquinas raspadoras mecánicas, cada caja tiene como medida de 15*15*20 cm con un peso unitario de caja de 4.7 kg.



Figura 24: Empaque de embalaje.
Fuente: Google imágenes.

4.1.3. Embalaje

El embalaje es cualquier envoltura con la cual se protege el producto que se va a transportar, lo cual en este caso, será la totalidad de las cajas de la carga general, que se establece en cada pallet la cantidad de 60 cajas con las medidas 30*30*40. El proveedor debe considerar proteger los productos del polvo, raspones, roturas y robos. Usará papel film y cinta de embalaje para ello.



Figura 25: Embalaje de distribución internacional

Fuente: Google imágenes

4.2. Diseño del rotulado y marcado

4.2.1. Diseño del rotulado

El rotulado es definido como toda marca o descripción que se incluye en el embalaje de un producto con la finalidad de brindar información acerca de las características que posee el producto, sus componentes, manipulación, conservación, propiedades, contenido y cualquier información que se considere de importancia según el tipo de producto que se exporte o importe en este caso.

La entidad competente exige colocar rotulado a todos los productos importados, indicando la información completa y precisa de datos de importador, número de RUC (registro único del contribuyente), domicilio fiscal y país de proveniencia del producto esta información debe encontrarse legible además el etiquetado de los productos debe presentarse en español. Se deben considerar también las siguientes indicaciones:

1. Marca o logo del producto.
2. Nombre del importador
3. domicilio fiscal
4. País de origen: China.

MARCA: SWEET ICE
IMPORTADO POR: IMPORTADORA NEVADO S.A.C.
RUC: 10XXXXXXXXXX
DOMICILIO: Av. Cantacallao XXX
HECHO EN CHINA

Figura 26: Etiqueta de rotulo
Elaboración propia.

4.2.2. diseño del marcado



Figura 27: Diseño del marcado de las cajas
Elaboración propia.

Los cabezales de las máquinas raspadoras serán envueltos en papel crafts y luego irán empaquetadas en cajas individuales de cartón corrugado de 35*35*15 cm, el rotulado será señalado como la imagen mostrada líneas arriba.

El pictograma de 'frágil' es recomendable para que se manipule delicadamente cada bulto y de esta forma evitar que la mercancía sea dañada en el manipuleo y el pictograma de 'Proteger de la humedad' es recomendable para que la mercancía no se vea dañada por la humedad.

4.3. Unitarizacion y cubicaje de la carga

Habiendo definido un mercado objetivo cuya demanda es considerable por este producto final, se ejecutarán dos importaciones al año para empezar con el abastecimiento. A continuación, se calcula la Unitarización y cubicaje de cada importación.

4.3.1. Unitarización

La unitarización es el proceso por el cual se agrupan los embalajes en una sola unidad para facilitar su transporte. Se esperan recibir 60 cajas de 37.6 kilos cada una que contendrán un total de 480 unidades, la mercadería será entregada por el proveedor bajo el término de acuerdo al incoterm FOB, este enviará la carga unitarizada para ello utilizará paletas, esquineros y stretch film. Las paletas habilitadas para el traslado miden 1200 mm * 800 mm. La paleta requerida tendrá las siguientes características detalladas en el gráfico.


	DIMENSIONES DE PALLET
ANCHO	1200 mm
LARGO	800 mm

Figura 28: Características de pallet

Fuente: Elaboración propia

Las importaciones del cabezal de la máquina raspadora como parte principal para el armado del producto final, se colocarán 8 sets en cada caja con medidas 30*30*40cm cuyo peso individual será alrededor de 37.6kg.



Figura 29: Unitarización de la Carga

Fuente: Google imágenes

4.3.2. Cubicaje de la carga

El cubicaje garantiza que la importación de la mercadería preserve la calidad de los productos. A continuación, se presenta el volumen de la carga preparada para la importación.



Figura 30: Caja de cartón corrugado individual
Fuente: Google imágenes

Esta son las dimensiones para la caja de cartón corrugado individual 15 cm * 15cm * 20 cm con un peso de 4.7 kg, ahora vamos a determinar la cantidad de cajas individuales total que ingresarán en cada caja de cartón para la orden solicitada al proveedor.



Figura 31: Unitarización de la Carga
Fuente: Google imágenes

El proveedor deberá embalar los productos en cajas según la adaptación dentro del pallet utilizando el espacio de la mejor manera posible, en la siguiente figura N° 29 mostraré una simulación según de las cajas que irán apiladas en el pallet y en la figura N° 30 se muestra una segunda simulación del espacio que ocupará la carga dentro de un contenedor según las medidas y peso permitido.

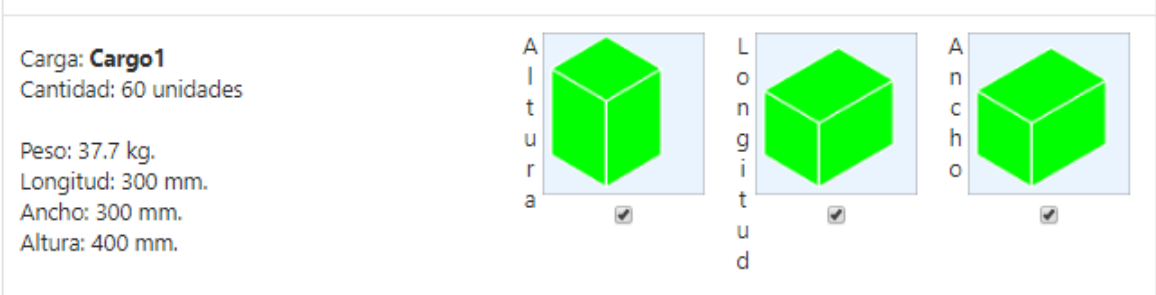


Figura 32: Medidas de las cajas

Fuente: Searates

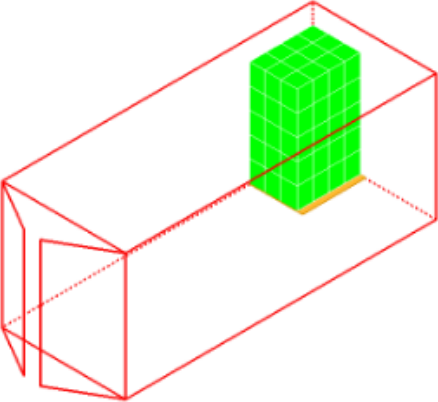

Contenedores	Carga del embalaje
<p>Todos los contenedores:</p> <p>20' dv: 1 unidades</p>	<p>60e paquetes totales. Packed: 60e paquetes. (100%)</p>
	<p>Contenedor Nº1 (20' dv 1 unidades)</p> <p>Packed: 60 packages: (100%). Including: Cargo1 - 60 paquetes (100%)</p> <p>Cargo volume: 2.16 m³ (7% of volume)</p> <p>Cargo weight: 2262 kg. (8% of max payload)</p> <p>Muestre los paquetes por bloques Muestre el empaquetado paso a paso  Muestre las imágenes de carga del palet</p>

Figura 33: cubicaje dentro del contenedor

Fuente: Searates

Para los embarques se considerarán embarques less container load (LCL), al no llenar un contenedor. Según la simulación realizada en la página web Searates se cargará en cada pallet 60 cajas de cinco niveles para su transporte marítimo, con un total de volumen de $2.16 m^2$.

4.4. Cadena de DFI de importación

La Distribución Física Internacional está compuesta por las operaciones de comercio exterior, más allá del transporte local e internacional. Además de ambos ítems, la DFI supone el acondicionamiento, embalaje, formalidades aduaneras para exportación e importación, entre otros. Esta investigación contempla la comercialización del producto en término FOB; debido a que este INCOTERM se adecua a las necesidades de la empresa ya que nos permite tener mayor control de los gastos en destino y tiempos de tránsito, debemos tener en cuenta que la responsabilidad del exportador sobre la mercadería y sobre los costos de la distribución física internacional será hasta que la mercancía se encuentre sobre el buque del transporte internacional.

Para el transporte internacional se va a contratar a una agencia de carga internacional que según evaluación en el mercado se eligió trabajar con el agente de carga Pacific Shipping Cargo S.A.C. y un agente de aduanas para que se encarguen de los trámites necesarios para realizar la importación, lo cual se estableció trabajar con la agencia de aduanas BEAGLE S.A.C.

1. Embarcador
Operador logístico encargado de la consolidación de la mercadería tomando en cuenta que nuestra importación será de carga suelta.
2. Transporte Local
Desde los almacenes del Callao, la carga es trasladada hasta nuestros almacenes que estará ubicado en el distrito de San Martín de Porres.
3. Agencia aduana
Brinda el servicio de asesoramiento aduanero, para la aplicación de la legislación aduanera, numeración de la DUA, entre otros exigidos por ley.
4. Terminal de carga
Las terminales de carga cumplen varios roles en el puerto dentro, tales como: el manipuleo de la mercadería, las conexiones entre las diversas modalidades de transporte y la consolidación de la carga.

CADENA DE DISTRIBUCIÓN FISICA INTERNACIONAL



Figura 34: cadena DFI
Fuente: Elaboración propia

El Incoterm determinado para la importación según acuerdo será FOB por lo que el proveedor en China entregará la carga lista para el embarque marítimo, el booking será responsabilidad nuestra, importadora nevado S.A.C.

4.5. Seguro de las mercancías

En nuestro proyecto de importación utilizaremos el seguro de mercancía flotante, ya que lo tomaremos una vez embarcado nuestro producto la cual la trabajaremos con seguros Rímac por ser una empresa reconocida en Perú y la cual se contratará por intermedio de la agencia de carga porque es un seguro donde se brindará cobertura para eventuales daños, faltantes o cualquier siniestro que pueda sufrir la carga a lo largo de su transporte.

5. PLAN COMERCIO INTERNACIONAL

5.1. Fijación de precios

Para la fijación de precios se tomaron en cuenta diversos métodos de fijación y para el presente plan de negocios de importación de los cabezales de máquinas raspadoras mecánicas provenientes de china para la fabricación y comercialización en el mercado en lima metropolitana se tomó como línea base el costo FOB, y como línea de referencia se utilizó el precio actual de los productos de la competencia directa, se estableció los precios del cuadro posterior.

En la siguiente tabla se hallará en costo según la primera compra de 480 sets a USD 10.50 en precio FOB, se consideró como percepción 3.5% debido a que meses previos se solicitará una muestra de mercancía del cabezal, lo cual se consideraría como una primera importación.

Tabla 34: precio de importación

COSTOS DE IMPORTACIÓN		
CONCEPTO	MONEDA	IMPORTE
FOB	USD \$	5,040.00
FLETE	USD \$	270.00
SEGURO	USD \$	50.00
VALOR ADUANA CIF	USD \$	5,360.00
ADV	USD \$	0.00
IGV	USD \$	857.60
IPM	USD \$	107.20
IMPUESTOS	USD \$	964.80
PERCEPCIÓN 3.5%	USD \$	221.37
EMISION BL	USD \$	17.70
HANDLING	USD \$	59.00
DESCARGA	USD \$	200.00
VB	USD \$	283.20
DEVOLUCION DE CONTENEDOR	USD \$	100.00
CUADRILLA (ALMACEN CANTA CALLAO)	USD \$	50.00
AGENCIA DE ADUANA	USD \$	180.00
GASTOS OPERATIVOS	USD \$	35.40
MOV./CUADRILLA (AFORO)	USD \$	0.00
TRANSPORTE INTERNO	USD \$	80.00
GASTOS ADUANA DESTINO	USD \$	1005.30
COSTOS DE IMPORTACIÓN	USD \$	7,551.30
PRECIO UNITARIO POR PIEZA	USD \$	15.73

Fuente: Elaboración propia

Se detalla los precios de la primera importación es de 480 sets, se aclara que todos los costos son calculados según nuestra cantidad a importar, obteniendo un precio unitario por cabezal es de \$ 15.73.

Tabla 35: Costo unitario aproximado

COSTO UNITARIO	DÓLARES (T.C. 3.28)	SOLES
Costo unitario por cabezal	15.73	51.59
Costo de armazón aluminio	15.24	50.00
Total Precio venta al publico	30.97	101.59

Fuente: Elaboración propia

Después de haber analizado a nuestros competidores directos e indirectos en el mercado local, hemos llegado a la conclusión que vamos a vender nuestro producto a 77.74 dólares aproximadamente, estando a nivel de precios de nuestro competidor directo importador LULY IMPORT E.I.R.L., pero a diferencia que nuestro producto será ensamblado en Perú y será marca nacional.

5.1.1. Método de fijación de precios

Nuestro método de fijación de precios ha considerado los costos unitarios generados para su importación, la estrategia de posicionamiento, los gastos administrativos y los precios de la competencia.

5.1.2 Cotización del precio

Para el presente plan de negocios de importación de cabezales de máquinas raspadoras mecánicas provenientes de china para la fabricación en lima metropolitana, se ha realizado diversas cotizaciones antes de tomar la decisión de la elección del proveedor, en la cual se ha definido la calidad y cantidad del producto a importar, puesto que queremos ser una empresa competitiva , para ello es necesario trabajar con un proveedor especialista en el rubro, asimismo nos brinde la seguridad y garantía de poder importar un producto de acuerdo a nuestras especificaciones.

Para la búsqueda de proveedores se realizó una búsqueda en la web de SUNAT de proveedores del producto final y también en página de internet como Alibaba Group, Portal Businnes- To Businnes Y Made In China, en donde se puede corroborar la información si los fabricantes son miembros verificados, y calificado como proveedor oro que se les otorga a los proveedores serios. Este certificado es otorgado por un inspector que acredita que dicho proveedor que por lo menos tenga 4 años en el mercado. Todo proveedor chino certificado en Alibaba tiene un pago de membresía anual para mantener su estatus ganado y pueda tener mayor credibilidad a comparación de otros proveedores.

Para la cotización del precio se solicitó una proforma al fabricante de cabezales de máquinas raspadoras mecánicas “JiaoZuo ZhouFeng Machinery Co., Ltd” vía correo electrónico, donde indique todo lo relacionado al pedido de importación tales como detallar las piezas que conformaría el cabezal principal de la máquina raspadora mecánica, para ello el proveedor solicitó los datos de empresa para realizar la proforma, lo cual tendrá los datos como: razón social completa tanto de comprador como del proveedor, condición de pago, condición de entrega (Incoterm), datos bancarios de proveedor, descripción del pedido solicitado, precio unitario, cantidad, precio total, etc

5.2. Contrato de compra venta internacional y sus documentos

La negociación del contrato de compra y venta internacional es un factor esencial donde se definirán las obligaciones tanto del comprador como del vendedor, asimismo, se detallan las condiciones de la venta, para que el plan de comercio

exterior marche correctamente. Este documento será decisivo ante cualquier controversia ya en base a ese se decidirá qué proceso se llevará a cabo si una parte no cumpliera con las condiciones indicadas en el contrato en mención.

El contrato deberá tener lo siguiente:

- Información del comprador y vendedor
- Descripción de la mercancía (al detalle)
- El precio
- Condiciones de pago
- Plazo de entrega
- Lugar de entrega
- Contratación de transporte y seguro
- Trámite aduanero de exportación e importación
- Embalajes
- Legislaciones y jurisdicción aplicable
- Fijación de daños y perjuicios
- Entrega de documentos

Asimismo, es importante detallar y especificar dentro del contrato Compra-Venta internacional todas las condiciones acordadas por ambas partes de forma clara, en el contrato indicado se precisará que el Incoterms elegido es FOB, donde debemos señalar la transferencia de riesgo y las responsabilidades que asume cada una de la parte: El exportador e importador.

En el siguiente plan de negocios aplicaremos la transferencia bancaria al exterior y se realizará mediante el BANCO INTERBANK donde cobran una comisión de 0.25%, lo cual también será el banco a elección donde la empresa tendrá sus cuentas corrientes.

Detalle del contrato internacional de acuerdo a principios Contrato de Viena 1980: A continuación, se detalla los conceptos a considerar en el contrato con el proveedor:

Tabla 36: Condiciones de pago

CONCEPTO	DETALLE
Puerto de embarque	NINGBO- CHINA
Dirección del exportador	Building No.2, room 2410,Xinan Road ,Jiaozuo City,Henan Province,China
Producto	Cabezales de máquinas raspadoras mecánicas
Cantidad	480 sets
Precio por cada set	USD \$ 10.50
Período de entrega	20 días
Vía de transporte	Marítima
Seguro y flete	A cuenta del importador

Riesgo de exportador	Hasta la borda del buque
Idioma	Inglés
Documento a entregar el exportador	Bill of lading, Invoice, Packing List
Condición de pago	Transferencia bancaria 30% y 70%
Puerto destino	Callao - Perú

Fuente: Elaboración propia

5.3. Elección y aplicación de incoterm

Los INCOTERMS son términos internacionales de comercio, estos términos reflejan las normas de aceptación voluntaria de dos partes, compradora y vendedora, acerca de las condiciones de entrega de uno o más productos determinados.

Mediante los INCOTERMS se define lo siguiente:

- Obligaciones de entrega y recepción de la carga
- Gastos y riesgos
- Responsabilidades acerca del seguro, transporte y formalidades aduaneras.

Asimismo, se estableció que IMPORTADORA NEVADO S.A.C. realizará sus operaciones de importación bajo el término de compra FOB NINGBO, al ser esta la primera importación que se realizara , se acordó contratar un agente de carga internacional , para que haga la verificación respectiva de la empresa en destino , después de haber comprobado que el proveedor es fidedigno comercialmente , este mismo agente se encargara de proveer flete, seguro y realizar los procesos documentarios respectivos para la nacionalización de la mercadería como corresponde a las responsabilidades asumidas por el comprador en este Incoterms.

5.4. Determinación del medio de pago y cobro

Las transferencias bancarias son operaciones de pago realizadas por un banco a solicitud de un ordenante, la cual implica el pago directo o indirecto, de una determinada cantidad de dinero a un beneficiario.

Se optó por el medio de pago de transferencia bancaria al exterior. La cual se pactó realizar el pago en dos partes , el deposito inicial 30% del monto total que se pagara para que empiece la producción del pedido , el segundo de 70% se pagara antes de que la mercancía sea embarcada , previa envío de documentos escaneados y corroboración de nuestro agente de carga.

Datos para transferencia:

- Beneficiario:
- Dirección del beneficiario:
- Teléfono:
- Telefax:
- Banco:
- Dirección:
- N° cuenta
- Código SWIFT:
- Datos del solicitante:
- Banco intermediario:
- Costo de transferencia: US\$ 35.00 (dos transferencias, anticipo y cancelación)

5.5. Elección del régimen de importación

Se utilizará el Régimen de importación para el consumo, el cual permite el ingreso de mercancías al territorio aduanero para su consumo, luego del pago o garantía, según corresponda, de los derechos arancelarios y demás impuestos aplicables, así como cumplimiento de las formalidades y otras obligaciones aduaneras. (Sunat, 2017).

5.6. Gestión aduanera del comercio internacional

La gestión de despacho que se seguirá es la siguiente:

1. Entrega de documentos vía Courier por parte de exportador al importador, en los 15 días antes del arribo de la nave.
2. Aviso de llegada enviado al importador por parte de la agencia de carga en Perú.
3. Llegada de la carga al puerto del Callao.
4. Entrega de documentos al agente de aduana seleccionado.

Para ello se entrega toda la documentación requerida:

- Factura
 - Packing list
 - Bill of Lading endosado hacia la agencia de aduana
 - Póliza de seguro
 - Datos del importador (RUC y DNI)
 - Peso y dimensiones de la carga
5. Envío de proforma referencial de la agencia de aduana, con los derechos y gastos a pagar.
 6. Pago de derechos aduaneros.

7. Numeración electrónica de declaración aduanera de mercancías (DAM)
8. Firma de la DAM por parte del representante legal de la empresa importadora.
9. Asignación del canal aduanero – verde, naranja o rojo
10. Presentación de documentos y aforo físico de ser el caso.
11. Si el canal es rojo, el despachador programa un reconocimiento físico o aforo presentando la DAM canal rojo y autorización especial para proceder. (Normalmente el aforo puede durar toda una mañana, en presencia del despachador y/o exportador y/o representante del almacén).
12. Durante el aforo, un especialista u oficial de SUNAT determina aleatoriamente las mercaderías seleccionadas a revisar físicamente.
13. Una vez culminada la revisión, se queda a la espera del levante autorizado. El oficial o funcionaria aduanero consignara los resultados en el SIGAD
14. Levante autorizado
15. Se procede a retirar la mercancía.

5.7. Gestión de las operaciones de importación:

5.7.1. Flujograma de importación

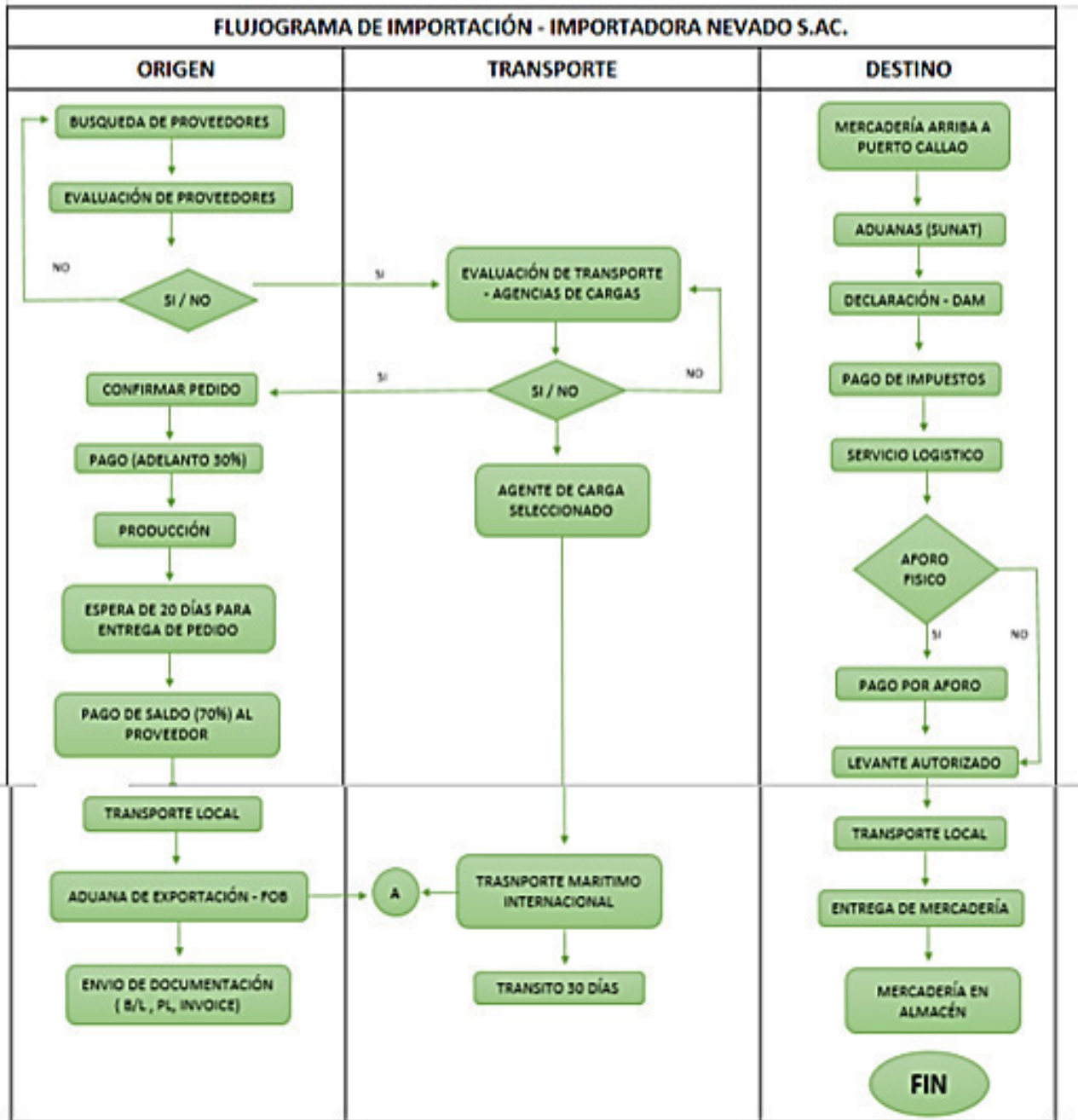


Figura 35: Flujograma de importación
Fuente: Elaboración propia

5.7.2. Flujograma de fabricación

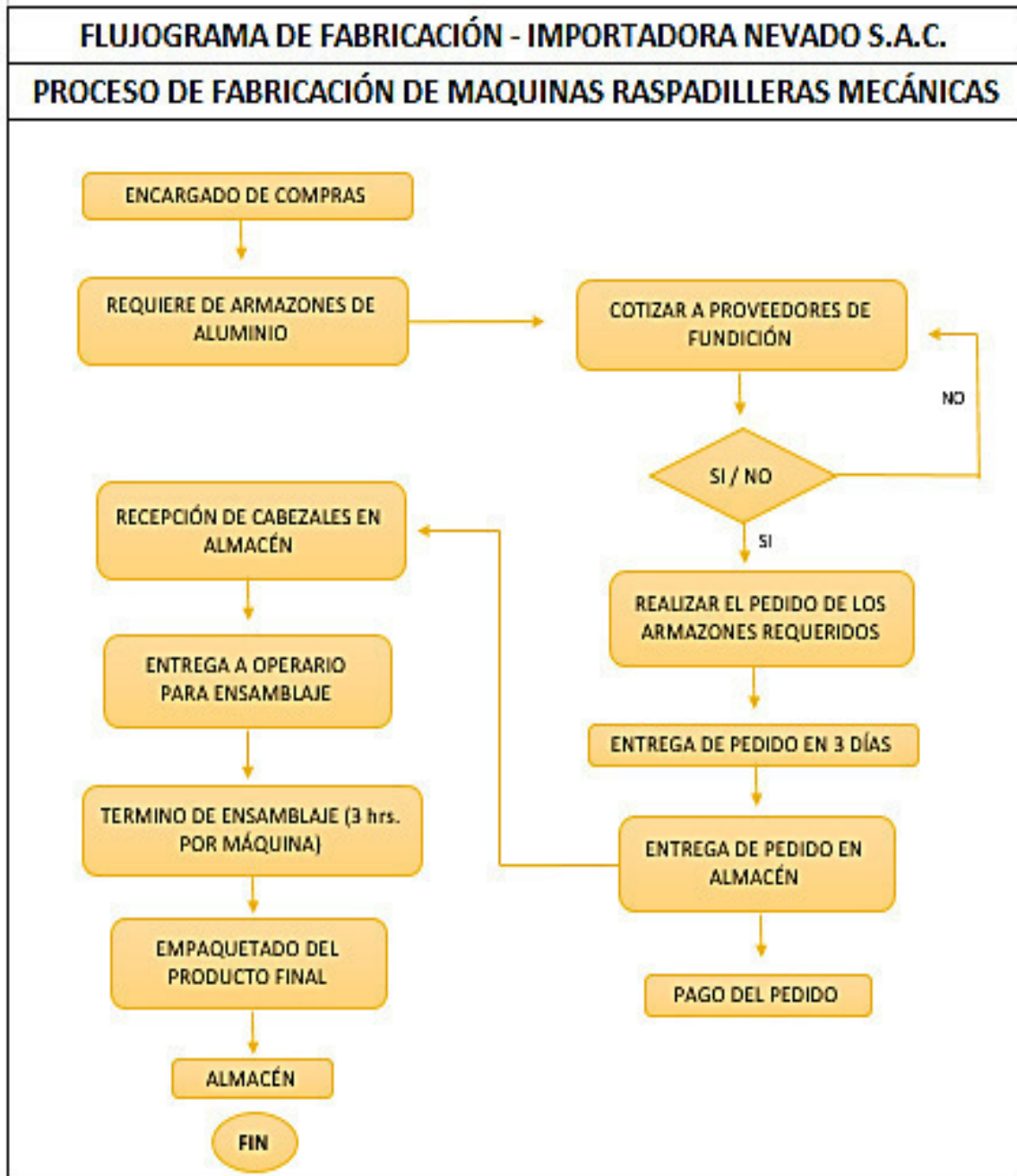


Figura 36: Flujograma de fabricación
Fuente: Elaboración propia

5.7.3. FLUJOGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN

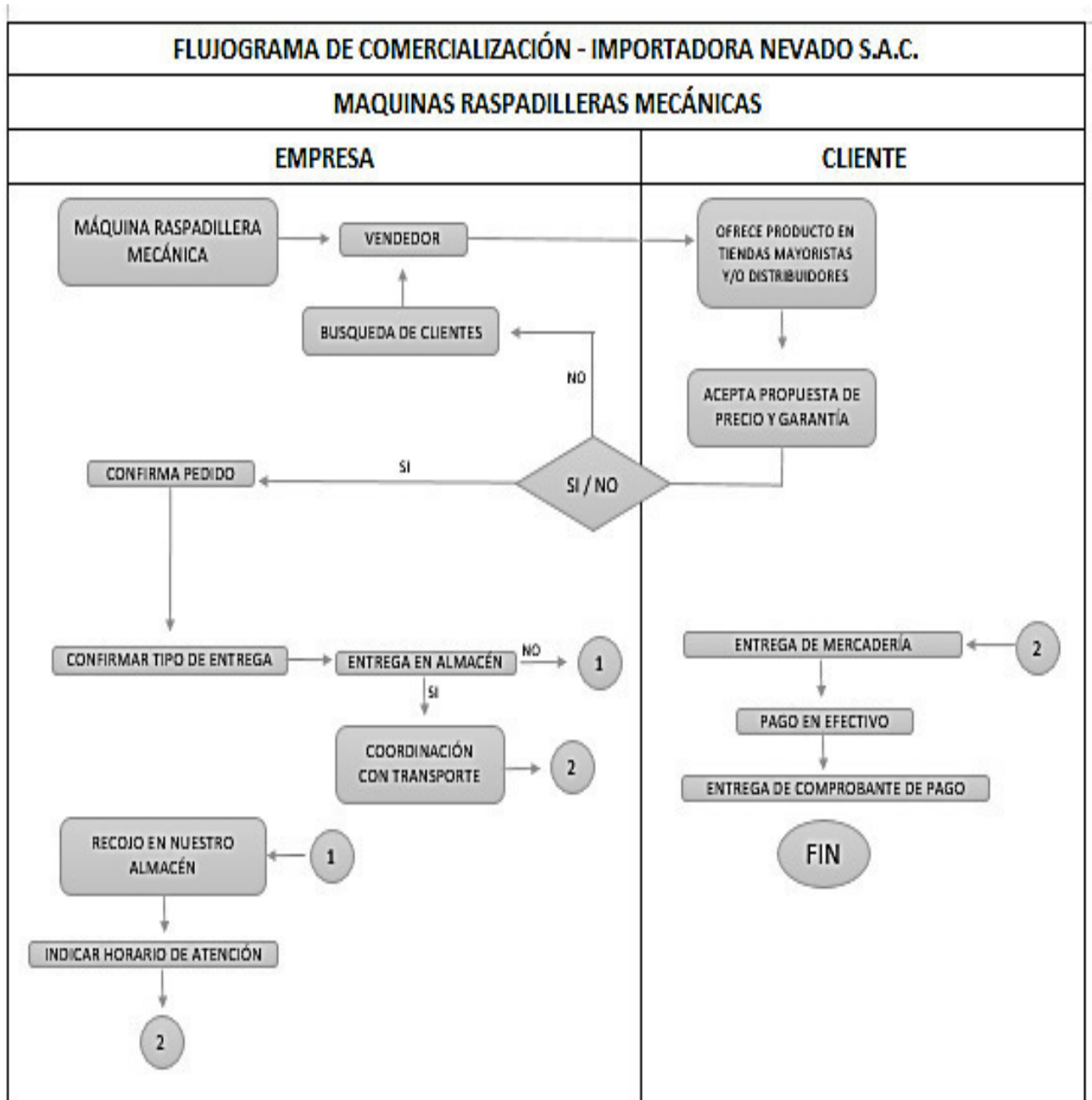


Figura 37: Flujograma de comercialización
Fuente: Elaboración propia

6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

6.1. Inversión fija

6.1.1. Activos tangibles

En el presente plan de negocios, la empresa Importadora Nevado S.A.C., ha tomado en consideración los siguientes bienes de naturaleza material para la implementación de la empresa, lo cual consta de compra portátiles para los empleados, impresora, escritorios, sillas, entre otros que se detalla a continuación.

Tabla 37: Activos tangibles

Activos Tangibles			
Concepto	Cantidad	Precio Unitario S/.	Precio Total S/.
Muebles y Enseres de oficina			
Escritorio de oficina	3	S/. 250	S/. 750
Sillas giratorias de oficina	3	S/. 80	S/. 240
Estante de madera	1	S/. 160	S/. 160
Extinguidores	1	S/. 75	S/. 75
TOTAL			S/. 1,225
Equipos			
Computadoras	3	1500	4500
Impresora multifunción	1	550	550
Ventiladores	1	120	120
Telefono	1	40	40
Celulares	2	150	300
Herramientas	1	150	150
TOTAL			S/. 5,660
Inversion Tangible			S/. 6,885

Fuente: elaboración propia

6.1.2. Activos intangibles

La Tabla 38, detalla los activos intangibles de la empresa, tales como el precio por la constitución del negocio, la licencia de funcionamiento, el registro de nuestra marca y el costo único con el diseño de la página web.

Tabla 38: Activos tangibles

Activos Intangible	
Concepto	Precio Total S/.
Diseño de pagina web	S/. 1,500
Constitucion de empresa	S/. 559
Garantia del Local	S/. 2,100
Licencia de funcionamiento	S/. 91
Requisitos INDECI	S/. 108
Tramite INDECOPI	S/. 635
Inversion Intangible	S/. 4,993

Fuente: elaboración propia

6.1.3. Depreciación y amortización de activos

Cada activo tangible tiene una tasa de depreciación según SUNAT señala que todo equipo de cómputo es equivalente a un 25% y máquinas a 10%. Se consideró depreciación lineal porque es depreciable cada año. Con dicha información mencionada, tenemos la depreciación de los siguientes bienes:

Tabla 39: Depreciación de activos fijos tangibles

Concepto	Valor Inicial	Tasa Anual	2019	2020	2021	2022	2023	Depreciacion Acumulada	Valor Residual
Computadoras	S/. 4,500	25%	1125	1125	1125	1125	0	4500	0
Impresora multifunción	S/. 550	25%	138	138	138	138	0	550	0
Ventiladores	S/. 120	10%	12	12	12	12	12	60	60
Telefono	S/. 40	10%	4	4	4	4	4	20	20
Celulares	S/. 300	10%	30	30	30	30	30	150	150
Herramientas	S/. 150	10%	15	15	15	15	15	75	75
TOTAL			1324	1324	1324	1324	61	5355	305

Fuente: elaboración propia

Según la SUNAT todo lo que son activos intangibles se amortizan en 20% y no se considera como un pago, ni un desgaste.

Tabla 40: Amortización de activos fijos intangibles

Concepto	Valor Inicial	Tasa Anual	2019	2020	2021	2022	2023
Amortizacion Intangible	S/. 4,993	20%	999	999	999	999	999
Acumulado			999	1997	2996	3994	4993

Fuente: elaboración propia

En el siguiente cuadro se detallará la sumatoria entre depreciación y amortización, lo cual se utilizará en los estados de ganancias y pérdidas para fines tributarios.

Tabla 41: Depreciación y amortización de activos fijos

Concepto	2019	2020	2021	2022	2023
Depreciacion + Amortizacion	S/. 2,322	S/. 2,322	S/. 2,322	S/. 2,322	S/. 1,060

Fuente: elaboración propia

6.2. Capital de trabajo

Para el cálculo de los montos a utilizar, como capital de trabajo, se están considerando los siguientes conceptos: compra de la mercadería, costos de importación (transporte internacional y costos de nacionalización), marketing, gastos de ventas y gastos de administración.

Tabla 42: Capital de trabajo

Capital de Trabajo			
Concepto	Costo Unitario S/.	Costo Mensual S/.	Costo Semestral S/.
Costo de producto			
Costo de producto	S/. 51.59	S/. 24,763	S/. 24,763
Costo de Amazon de aluminio	S/. 50.00	S/. 24,000	S/. 24,000
TOTAL			S/. 48,763
Gasto de personal			
Gerente General	S/. 1,800	S/. 1,800	S/. 10,800
Asistente administrativo comercial	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 6,000
Asistente de operaciones	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 6,000
Operario de almacén	S/. 850	S/. 850	S/. 5,100
Operario de ensamblaje	S/. 850	S/. 850	S/. 5,100
Contador	S/. 250	S/. 250	S/. 1,500
TOTAL			S/. 22,800

Materiales Indirectos						
Recogedor	S/.	10	S/.	10	S/.	10
Escoba	S/.	15	S/.	15	S/.	15
Jabon liquido	S/.	18	S/.	18	S/.	108
Papel higienico	S/.	20	S/.	20	S/.	120
Desinfectante	S/.	12	S/.	12	S/.	72
Tacho de Basura	S/.	8	S/.	8	S/.	8
TOTAL				S/.		253.00
Gastos Fijos						
Pago de alquiler de local	S/.	700	S/.	700	S/.	4,200
Servicios (Luz, agua, telefono e internet)	S/.	350	S/.	350	S/.	2,100
TOTAL				S/.		6,300.0
Costos por Importacion						
Flete	S/.	886	S/.	886	S/.	886
Seguro	S/.	164	S/.	164	S/.	164
Impuestos	S/.	3,289	S/.	3,289	S/.	3,289
Percepcion	S/.	755	S/.	755	S/.	755
Emision de B/L	S/.	58	S/.	58	S/.	58
Handling	S/.	194	S/.	194	S/.	194
Descarga	S/.	656	S/.	656	S/.	656
VB	S/.	929	S/.	929	S/.	929
Devolucion del CNT	S/.	328	S/.	328	S/.	328
Cuadrilla	S/.	164	S/.	164	S/.	164
Agencia de Aduanas	S/.	590	S/.	590	S/.	590
Gasto operativo	S/.	116	S/.	116	S/.	116
Transporte interno	S/.	262	S/.	262	S/.	262
TOTAL				S/.		8,390
Costos administrativo						
Utiles de Oficina	S/.	76	S/.	76	S/.	456
TOTAL				S/.		456
Gasto de Venta						
Diseño pagina web	S/.	1,500	S/.	1,500		
Merchandasing (tarjetas)	S/.	60	S/.	60		
Movilidad (ventas)	S/.	300	S/.	300		
TOTAL			S/.	1,860		
Capital de Trabajo				S/.		88,822

Fuente: elaboración propia

6.3. Inversión total

La inversión total del proyecto está conformada por la inversión en activos tangibles, en activos intangibles y el capital del trabajo.

Tabla 43: Estructura de la inversión

Estructura de la Inversion	
Datos de Inversion	Inversion
Diseño de pagina web	S/. 1,500
Constitucion de empresa	S/. 559
Garantia del Local	S/. 2,100
Licencia de funcionamiento	S/. 91
Requisitos INDECI	S/. 108
Tramite INDECOPI	S/. 635
Inversion Intangible	S/. 4,993
Muebles y Enseres de oficina	S/. 1,225
Equipos	S/. 5,660
Inversion Tangible	S/. 6,885
Capital de Trabajo	S/. 88,822
INVERSION TOTAL	
Inversion Intangible	S/. 4,993
Inversion Tangible	S/. 6,885
Capital de Trabajo	S/. 88,822
TOTAL	S/. 100,700

Fuente: elaboración propia

6.4. Estructura de inversión y financiamiento

Como parte de la inversión inicial y puesta en marcha de la empresa, requiere un monto total de S/. 100,700 para iniciar actividades. Como parte de un análisis realizado, y explicado en el punto 6.5 de fuentes financieras y condiciones de crédito, la inversión será con fondos propios (70%) y fondos financiados (30%).

Tabla 44: Financiamiento

Financiamiento	
% Aporte propio	70%
% Financiado	30%
Prestamo a mediano plazo	S/. 30,210
Aporte propio	S/. 70,490
TOTAL	S/. 100,700

Fuente: elaboración propia

En la Tabla 44, muestra que la empresa solicitará un financiamiento por S/. 30,210.00, mientras que los 3 socios participarán con un total de S/. 70,490.00.

6.5. Fuentes financieras y condiciones de crédito

Considerando que la empresa es nueva en el rubro y no tiene un historial creditico, es más difícil acceder a un crédito financiero, es por ello que se utilizará como estrategia, uno de los socios como persona natural con negocio que es cliente en el banco BBVA y cuenta con un historial crediticio solicite el préstamo. Cabe mencionar que posteriormente el pago será cancelado por la empresa.

Tabla 45: Estructura y condiciones

Préstamo	S/. 30,210		
Tiempo (mensual)	36		
Tasa interes mensual	1.88%	25%	tasa efectiva anual
Periodo de gracia	0		
Valor de la Cuota	S/. 1,162	Es la Renta a pagar	

Fuente: elaboración propia

La Tabla 45, muestra las condiciones del préstamo que obtendrá la empresa, el cual asciende a S/. 30,210.00. El financiamiento tendrá un plazo de 36 meses y una cuota fija de S/.1,162.00 nuevos soles.

Tabla 46: Cronograma de pago

Meses	Saldo deudor	Interes	Amortización	Renta	Ahorro tributario	Flujo de caja despues de
0	S/. 30,210				Escudo Fiscal	
1	S/. 29,615	S/. 567	S/. 595	S/. 1,162	S/. 5.67	S/. 1,156
2	S/. 29,009	S/. 556	S/. 606	S/. 1,162	S/. 5.56	S/. 1,156
3	S/. 28,392	S/. 544	S/. 617	S/. 1,162	S/. 5.44	S/. 1,156
4	S/. 27,763	S/. 533	S/. 629	S/. 1,162	S/. 5.33	S/. 1,157
5	S/. 27,122	S/. 521	S/. 641	S/. 1,162	S/. 5.21	S/. 1,157
6	S/. 26,469	S/. 509	S/. 653	S/. 1,162	S/. 5.09	S/. 1,157
7	S/. 25,804	S/. 497	S/. 665	S/. 1,162	S/. 4.97	S/. 1,157
8	S/. 25,126	S/. 484	S/. 678	S/. 1,162	S/. 4.84	S/. 1,157
9	S/. 24,436	S/. 472	S/. 690	S/. 1,162	S/. 4.72	S/. 1,157
10	S/. 23,732	S/. 459	S/. 703	S/. 1,162	S/. 4.59	S/. 1,157
11	S/. 23,016	S/. 445	S/. 716	S/. 1,162	S/. 4.45	S/. 1,157
12	S/. 22,286	S/. 432	S/. 730	S/. 1,162	S/. 4.32	S/. 1,158
13	S/. 21,542	S/. 418	S/. 744	S/. 1,162	S/. 4.18	S/. 1,158
14	S/. 20,785	S/. 404	S/. 758	S/. 1,162	S/. 4.04	S/. 1,158
15	S/. 20,013	S/. 390	S/. 772	S/. 1,162	S/. 3.90	S/. 1,158
16	S/. 19,227	S/. 376	S/. 786	S/. 1,162	S/. 3.76	S/. 1,158
17	S/. 18,426	S/. 361	S/. 801	S/. 1,162	S/. 3.61	S/. 1,158
18	S/. 17,610	S/. 346	S/. 816	S/. 1,162	S/. 3.46	S/. 1,158
19	S/. 16,778	S/. 331	S/. 831	S/. 1,162	S/. 3.31	S/. 1,159
20	S/. 15,931	S/. 315	S/. 847	S/. 1,162	S/. 3.15	S/. 1,159
21	S/. 15,068	S/. 299	S/. 863	S/. 1,162	S/. 2.99	S/. 1,159
22	S/. 14,189	S/. 283	S/. 879	S/. 1,162	S/. 2.83	S/. 1,159
23	S/. 13,294	S/. 266	S/. 896	S/. 1,162	S/. 2.66	S/. 1,159
24	S/. 12,381	S/. 250	S/. 912	S/. 1,162	S/. 2.50	S/. 1,159
25	S/. 11,452	S/. 232	S/. 930	S/. 1,162	S/. 2.32	S/. 1,160
26	S/. 10,505	S/. 215	S/. 947	S/. 1,162	S/. 2.15	S/. 1,160
27	S/. 9,540	S/. 197	S/. 965	S/. 1,162	S/. 1.97	S/. 1,160
28	S/. 8,557	S/. 179	S/. 983	S/. 1,162	S/. 1.79	S/. 1,160
29	S/. 7,556	S/. 161	S/. 1,001	S/. 1,162	S/. 1.61	S/. 1,160
30	S/. 6,536	S/. 142	S/. 1,020	S/. 1,162	S/. 1.42	S/. 1,161
31	S/. 5,496	S/. 123	S/. 1,039	S/. 1,162	S/. 1.23	S/. 1,161
32	S/. 4,438	S/. 103	S/. 1,059	S/. 1,162	S/. 1.03	S/. 1,161
33	S/. 3,359	S/. 83	S/. 1,079	S/. 1,162	S/. 0.83	S/. 1,161
34	S/. 2,260	S/. 63	S/. 1,099	S/. 1,162	S/. 0.63	S/. 1,161
35	S/. 1,141	S/. 42	S/. 1,120	S/. 1,162	S/. 0.42	S/. 1,162
36	S/. 0	S/. 21	S/. 1,141	S/. 1,162	S/. 0.21	S/. 1,162

Fuente: elaboración propia

Se solicitó un financiamiento debido a beneficios explícitos que este nos brinda, tener liquidez para financiar parte del plan de negocio, y se obtiene mayor rentabilidad por el escudo fiscal que produce.

Cuando uno adquiere un préstamo tiene que pagar un interés el cual es deducible del impuesto a la renta reduciendo un escudo fiscal de la empresa que se recupera cuando el contador deduce el ahorro tributario de los impuestos a pagar de 1% como

figura como impuesto a la renta ya que nos estamos acogiendo al régimen MYPE tributario.

6.6. Presupuesto de costos

Para este punto, se están considerando los siguientes presupuestos de costos mostrados en las siguientes tablas, son los que la empresa va a necesitar para poder funcionar mensualmente.

6.6.1. Costos fijos

Tabla 47: Gastos de personal

Descripcion	N° de empleados	Remuneracion	Pago Anual	CTS 1 Sueldo	Gratificacio n 2 Sueldos	Vacaciones	Sub Total	SIS	Total Anual
Gerente General	1	S/. 1,800	S/. 21,600	S/. -	S/. -	S/. 900	S/. 22,500	S/. 1,013	S/. 23,513
Asistente administrativo comercial	1	S/. 1,000	S/. 12,000	S/. -	S/. -	S/. 500	S/. 12,500	S/. 563	S/. 13,063
Asistente de operaciones	1	S/. 1,000	S/. 12,000	S/. -	S/. -	S/. 500	S/. 12,500	S/. 563	S/. 13,063
Operario de almacén	1	S/. 850	S/. 10,200	S/. -	S/. -	S/. 425	S/. 10,625	S/. 478	S/. 11,103
Operario de ensamblaje	1	S/. 850	S/. 10,200	S/. -	S/. -	S/. 425	S/. 10,625	S/. 478	S/. 11,103
Contador	1	S/. 250	S/. 3,000	S/. -	S/. -	S/. -	S/. 3,000	S/. -	S/. 3,000
TOTAL									S/. 74,844

Fuente: Elaboración propia

Tabla 48: Material indirecto

Materiales de Limpieza	Cantidad	Precio Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Recogedor	1	S/. 10	S/. 10	S/. 20
Escoba	1	S/. 15	S/. 15	S/. 30
Jabon liquido	1	S/. 18	S/. 18	S/. 216
Papel higiénico	1	S/. 20	S/. 20	S/. 240
Desinfectante	1	S/. 12	S/. 12	S/. 144
Tacho de basura	1	S/. 8	S/. 8	S/. 16
TOTAL				S/. 666.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 49: Gastos fijos

Descripcion	Mensual	Anual
Pago de alquiler de local	S/. 700	S/. 8,400
Servicios (Luz, agua, teléfono e internet)	S/. 350	S/. 4,200
TOTAL	S/1,050.00	S/ 12,600.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 50: Gastos administrativos

Material de Oficina	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Hojas Bond (pack 500)	1	S/. 12	S/. 144
Hojas Membretadas (pack 500)	1	S/. 40	S/. 240
Folder	2	S/. 3	S/. 30
Sobre Manila	5	S/. 1	S/. 6
Engrampador	2	S/. 12	S/. 24
Perforador	2	S/. 8	S/. 16
Lapicero	6	S/. 1	S/. 6
Lapiz	3	S/. 1	S/. 6
Sellos	1	S/. 16	S/. 32
Archivadores	4	S/. 5	S/. 60
TOTAL		S/. 76	S/. 564

Fuente: Elaboración propia

Tabla 51: Gastos ventas

Descripcion	Total
Diseño pagina web	S/. 1,500
Merchandising (tarjetas)	S/. 60
Movilidad (ventas)	S/. 300
TOTAL	S/. 1,860

Fuente: Elaboración propia

6.6.2. Costos variable

Tabla 52: Costos de compra internacional y local

Producto	Costo Unitario	Costo x 12 Meses
Costo de producto	S/. 51.59	S/. 49,526
TOTAL x 12 Meses	S/.	49,526
Costo de compra local		
Descripcion	Costo Mensual	Costo Anual
Costo de Armazon de aluminio	S/. 50	S/. 48,000
TOTAL	S/.	48,000

Fuente: Elaboración propia

6.7. Punto de equilibrio

Para realizar el cálculo del punto de equilibrio, se han considerado los siguientes datos: Costos fijos, costo variable unitario, precio del producto y tendencia de utilidad esperada.

Tabla 53: Estructura de precio

CVU	S/.	101.59	CVT / N° unid de embarque (Q)
CFU	S/.	94.31	CFT / N° unid de embarque (Q)
Costo unitario	S/.	195.90	
Margen de Ganancia		10%	
Valor de Venta	S/.	215.49	
IGV	S/.	38.79	
Precio de venta	S/.	254.27	
Punto de equilibrio (en cantidad)		593	En el proyecto se venden al año 960 unidades
Punto de equilibrio (en dinero)	S/.	150,772	En el proyecto se venden al año S/. 244,102

Fuente: elaboración propia

La empresa debe comercializar como mínimo la cantidad de 593 unidades anualmente para no perder ni ganar. La venta adicional al monto mencionado será utilidad para el negocio.

6.8. Tributación de la importación

Considerando que la importación del producto a comercializar, se ha realizado en términos FOB, además se deben considerar dos escenarios para este proceso, el de primera importación de muestra e importación regular. El tipo de cambio utilizado para el pago de impuestos es de 3.28, según tabla de SUNAT.

Tabla 54: Tributos de importación regular

	IMPUESTO	USD	SOLES
IMPORTACIÓN REGULAR	A/V	0.00	0.00
	IGV	857.60	2,812.93
	IPM	107.20	351.62
	PERCEPCIÓN 3.5%	221.37	726.09
		1,186.17	3,890.64

Fuente: elaboración propia

6.9. Presupuesto de ingresos

Para realizar el presupuesto de ingresos, se han considerado los siguientes puntos: venta mínima, al precio venta en soles de cada año, existiendo meses pico.

Los ingresos de se observan en el cuadro representan en el primer año de nuestro mercado objetivo, llegando hasta un 5.73% en el quinto año, según la estrategia planteada.

Tabla 55: Ingresos por ventas

Años	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas	S/. 244,102	S/. 260,994	S/. 277,880	S/. 294,775	S/. 311,666
Tasa de Crecimiento	0	6.92%	6.47%	6.08%	5.73%

Fuente: elaboración propia

En la tabla 55, se reflejan las ventas proyectadas a 5 años para el negocio con respecto al porcentaje de la demanda proyectada. Asimismo, en el transcurso de los próximos 5 años se verá una tendencia de crecimiento anualmente.

6.10. Presupuesto de egresos

Para el desarrollo del cuadro del presupuesto de egresos, se están considerando los conceptos a pagar de forma regular, como: compra internacional y nacional, costos de marketing, gastos de ventas y gastos de administración, gastos de tercerización, otros gastos administrativos.

Se tiene en cuenta la tasa de inflación anual, que afecta a los gatos fijos, indirectos y administrativos; además aumento de un 12% en los sueldos a partir del segundo año.

Tabla 56: Presupuesto de costo de venta

Años	2019	2020	2021	2022	2023
costo compra producto	S/. 49,526	S/. 52,954	S/. 56,380	S/. 59,808	S/. 63,235
costos de armazon de aluminio	S/. 48,000	S/. 51,322	S/. 54,642	S/. 57,964.35	S/. 61,286
TOTAL	S/. 97,526	S/. 104,275	S/. 111,022	S/. 117,772	S/. 124,520

Fuente: elaboración propia

Tabla 57: Presupuesto de materiales indirectos

Años	2019	2020	2021	2022	2023
Material de Limpieza	S/. 666	S/. 676	S/. 684	S/. 691	S/. 695
TOTAL	S/. 666	S/. 676	S/. 684	S/. 691	S/. 695

Fuente: elaboración propia

Tabla 58: Presupuesto de gastos de personal

Fuente: elaboración propia

Años	2019	2020	2021	2022	2023
Gerente General	S/. 23,513	S/. 26,334	S/. 29,494	S/. 33,033	S/. 36,997
Asistente administrativo comercial	S/. 13,063	S/. 14,630	S/. 16,386	S/. 18,352	S/. 20,554
Asistente de operaciones	S/. 13,063	S/. 14,630	S/. 16,386	S/. 18,352	S/. 20,554
Operario de almacén	S/. 11,103	S/. 12,436	S/. 13,928	S/. 15,599	S/. 17,471
Operario de ensamblaje	S/. 11,103	S/. 12,436	S/. 13,928	S/. 15,599	S/. 17,471
Contador	S/. 3,000	S/. 3,360	S/. 3,763	S/. 4,215	S/. 4,721
TOTAL	S/. 25,206	S/. 28,231	S/. 31,619	S/. 35,413	S/. 39,663

Tabla 59: Gastos fijos

Años	2019	2020	2021	2022	2023
Pago de alquiler de local	S/. 8,400	S/. 8,528	S/. 8,632	S/. 8,711	S/. 8,765
Servicios (Luz, agua, telefono e internet)	S/. 4,200	S/. 4,264	S/. 4,316	S/. 4,356	S/. 4,383
TOTAL	S/. 12,600	S/. 12,792	S/. 12,948	S/. 13,067	S/. 13,148

Fuente: elaboración propia

Tabla 60: Gastos administrativos

Años	2019	2020	2021	2022	2023
Utiles de Oficina	S/. 564	S/. 573	S/. 579.56	S/. 584.89	S/. 588.52

Fuente: elaboración propia

Tabla 61: Gastos de ventas

Años	2019	2020	2021	2022	2023
Diseño pagina web	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500
Merchandising (tarjetas)	S/. 60	S/. 67.20	S/. 75.26	S/. 84.30	S/. 94.41
Movilidad (ventas)	S/. 300	S/. 336	S/. 376	S/. 421	S/. 472
TOTAL	S/. 1,860	S/. 1,903	S/. 1,952	S/. 2,006	S/. 2,066

Fuente: elaboración propia

Tabla 62: Presupuesto de costos fijos

Años	2019	2020	2021	2022	2023
Gastos de personal	S/. 25,206	S/. 28,231	S/. 31,619	S/. 35,413	S/. 39,663
Materiales indirectos	S/. 666	S/. 676	S/. 684	S/. 691	S/. 695
Gastos fijos	S/. 12,600	S/. 12,792	S/. 12,948	S/. 13,067	S/. 13,148
Gastos administrativos	S/. 564	S/. 573	S/. 580	S/. 585	S/. 589
Gastos de venta	S/. 1,860	S/. 1,903	S/. 1,952	S/. 2,006	S/. 2,066
TOTAL	S/. 40,896	S/. 44,174	S/. 47,782	S/. 51,761	S/. 56,160

Fuente: elaboración propia

6.11. Flujo de caja proyectado

Se ha realizado una proyección de 5 años para el flujo de caja, tiempo en donde la empresa se posiciona en el mercado, y recupera la inversión inicial. En el mismo cuadro presentamos un resumen de nuestros ingresos y egresos operativos y de inversión antes que se paguen a los acreedores y accionistas. Se considera que toda la inversión de capital de trabajo se recupera al final del periodo y el activo fijo se recupera.

Tabla 63: Flujo de caja económico proyectado

Años	0	2019	2020	2021	2022	2023
Ingresos Operativos		S/. 244,102	S/. 260,994	S/. 277,880	S/. 294,775	S/. 311,666
Egresos Operativos		S/. 186,669	S/. 200,496	S/. 214,698	S/. 228,898	S/. 242,041
Flujo de Caja operativo		S/. 57,433	S/. 60,498	S/. 63,182	S/. 65,877	S/. 69,625
Inversion en activo fijo tangible	S/. 6,885					
Inversion en activo fijo intangible	S/. 635					
Inversion en capital de trabajo	S/. 88,822					S/. 88,822
Valor residual						S/. 305
Total de flujo de inversiones	S/. 96,342	0	0	0	0	S/. 89,127
Flujo de Caja Economico sin inflacion	S/. -96,342	S/. 57,433	S/. 60,498	S/. 63,182	S/. 65,877	S/. 158,753

Fuente: elaboración propia

En la tabla 63, se muestra el flujo de caja económica proyectada de la empresa, donde expresa todos los datos a considerar, tales como: ingresos y egresos operativos, inversión, y valor residual.

6.12.Estado de Ganancias y Pérdidas

Para el desarrollo del plan de negocios, se ha realizado la evaluación y proyección de los 5 años del estado de ganancias y pérdidas. A continuación:

Tabla 64: Estado de ganancias y pérdidas

Años	2019	2020	2021	2022	2023
Ingreso de ventas	S/. 244,102	S/. 260,994	S/. 277,880	S/. 294,775	S/. 311,666
Costo de Ventas	S/. 97,526	S/. 104,275	S/. 111,022	S/. 117,772	S/. 124,520
Utilidad Bruta	S/. 146,576	S/. 156,719	S/. 166,858	S/. 177,003	S/. 187,146
Gastos de Venta	S/. 1,860	S/. 1,903	S/. 1,952	S/. 2,006	S/. 2,066
Gastos Fijos	S/. 12,600	S/. 12,792	S/. 12,948	S/. 13,067	S/. 13,148
Otros Costos Fijos	S/. 26,436	S/. 29,480	S/. 32,883	S/. 36,689	S/. 40,946
Depreciacion y Amortizacion	S/. 2,322	S/. 2,322	S/. 2,322	S/. 2,322	S/. 1,060
Marketing	S/. 24,410	S/. 26,099	S/. 27,788	S/. 29,478	S/. 31,167
Utilidad Operativa	S/. 78,947	S/. 84,123	S/. 88,966	S/. 93,443	S/. 98,759
Gastos financieros	S/. 6,019	S/. 4,038	S/. 1,562	S/. -	S/. -
Utilidad antes de Impuestos	S/. 72,928	S/. 80,085	S/. 87,405	S/. 93,443	S/. 98,759
Impuesto a la Renta	S/. 21,514	S/. 23,625	S/. 25,784	S/. 27,566	S/. 29,134
Utilidad Neta	S/. 51,414	S/. 56,460	S/. 61,620	S/. 65,877	S/. 69,625

Fuente: elaboración propia

En la Tabla 64, se observa el estado de ganancias y pérdidas de la empresa, el cual inicia con los ingresos por ventas, es decir, el monto total de la cantidad importada anualmente por el precio de venta sin IGTV. Es importante mencionar que la utilidad operativa no está gravada con IGTV, a excepción de los gastos personal y el pago por servicio a terceros, ya que esto no genera impuesto.

6.13. Evaluación de la inversión

6.13.1. Evaluación Económica

Tabla 65: Calculo de la WACC

Calculo de la WACC				
- Capital	70%			
- Deuda	30%			
- Ke	20%	COSTO DE OPORTUNIDAD		
- Kd	25%	COSTO DE DEUDA DEL BANCO		
- Tax Perú	27%			
- WACC	19.48%	COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL		

Fuente: elaboración propia

Tabla 66: Evaluación económica

Periodo de recuperación	0	1	2	3	4	5
FCE 0 Actualizado	S/. -96,342	S/. 48,071	S/. 42,382	S/. 37,048	S/. 32,332	S/. 65,213
FCE 0 Acumulado		S/. 48,071	S/. 90,454	S/. 127,502	S/. 159,833	S/. 225,046
Periodo de Recuperacion	34 meses		S/. 37,047.86	12		
			S/. 31,159.52	10.1		
VANE		S/. 128,704				
TIRE		62.57%				
B/C		S/. 2.34				

Fuente: elaboración propia

En las tablas muestran la evaluación económica, donde se puede observar que el valor actual neto es mayor a uno, por lo tanto, se acepta el proyecto. Asimismo, respecto a la tasa interna de retorno, esta es mayor a la tasa de descuento, por lo que el negocio es viable.

6.13.2. Evaluación Financiera

En cuanto a la evaluación financiera, nos indica que el proyecto es viable, puesto un VANF de S/. 126,590.00 soles y una TIRF de 74.84% mayor que el COK.

Tabla 67: Flujo de caja económico real

Flujo de Caja Económico real	-96,342	57,433	60,498	63,182	65,877	158,753
Flujo de deuda						
- Ingresos por préstamos	30,210					
- Egresos por servicio de deuda		13,883	13,903	13,927		
Total flujo de deuda	30,210	13,883	13,903	13,927	0	0
Total Flujo de Caja Financiero	-66,132	43,550	46,595	49,255	65,877	158,753

Fuente: elaboración propia

Tabla 68: Evaluación económica financiera

Periodo de recuperaciòn	0	1	2	3	4	5
FCE	-66,132	36,292	32,358	28,504	31,769	63,799
FCE Acumulado		36,292	68,650	97,154	128,923	192,722
Periodo de Recuperacion	13 meses		32,358	12		
			2,518	0.93		
VANF	S/. 126,590					
TIRF	74.84%					
B/C	S/. 2.91					

Fuente: elaboración propia

6.13.3. Evaluación Social

El impacto social que genera el presente proyecto se sustenta en las siguientes razones:

1. El presente plan no generará ningún tipo de conflicto social, ya que el giro del negocio comprende otro tipo de mercado.
2. El presente plan contribuirá a la generación de puestos de trabajo tanto en la parte operativa como administrativos.
3. El presente plan contribuirá al crecimiento de las industrias peruanas.
4. Por lo expuesto anteriormente, podemos advertir que el plan de negocios es viable desde el punto de vista social.
5. Por otro lado, estimamos que en el tiempo y rendimiento del producto, se supere las expectativas del cliente y podamos evaluar la ampliación de nuestro portafolio de productos, siendo el negocio sostenible en el tiempo y generando puestos de trabajo, los cuales puedan contribuir con la sociedad.

6.13.4. Impacto ambiental

La empresa esta comprometida con el cuidado del medio ambiente, por ello se busca integrar criterios de desarrollo sostenible en la totalidad de la toma de las decisiones.

Las características de nuestro plan de negocios no presentan ningún impacto ambiental, por lo tanto, se considera que el plan es viable desde el punto de vista ambiental.

6.14. Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo

Como se ha demostrado en los puntos anteriores del presente módulo, el TIRE y TIR obtenidos, son mayores a las tasas elaboradas, que son el costo de capital propio (COK), y el costo promedio ponderado de capital (WACC), utilizadas para la evaluación económica y financiera del plan de negocio.

Tabla 69: COK

COK	20%
-----	-----

Fuente: elaboración propia

6.15. Cuadro de riesgo del tipo de cambio

Según el análisis de sensibilidad del tipo de cambio se reconoce al TC como una variable sensible, ya que en el escenario pesimista ante una disminución y aun así el proyecto sigue siendo rentable, generando valor para los accionistas.

Tabla 70: Cuadro de riesgo del tipo de cambio en costos

Tipo de cambio	Costo Unitario	Costo C/6 meses	Costo Anual
3.60	S/. 56.63	S/. 27,181	S/. 54,363
3.50	S/. 55.06	S/. 26,426	S/. 52,853
3.45	S/. 54.27	S/. 26,049	S/. 52,098
3.28	S/. 51.59	S/. 24,765	S/. 49,531
3.20	S/. 50.34	S/. 24,161	S/. 48,323
3.00	S/. 47.19	S/. 22,651	S/. 45,302
2.90	S/. 45.62	S/. 21,896	S/. 43,792

Fuente: elaboración propia

En la tabla 70, tenemos el cuadro de riesgo y visualizamos como la fluctuación del tipo de cambio afecta gradualmente al costo.

Tabla 71: Cuadro de riesgo del tipo de cambio en valor de venta

Tipo de cambio	Costo Unitario	Valor de Venta	Precio de Venta
3.60	S/. 56.63	S/. 221.03	S/. 260.80
3.50	S/. 55.06	S/. 219.30	S/. 258.78
3.45	S/. 54.27	S/. 218.43	S/. 257.75
3.28	S/. 51.59	S/. 215.49	S/. 254.27
3.20	S/. 50.34	S/. 214.11	S/. 252.65
3.00	S/. 47.19	S/. 210.65	S/. 248.56
2.90	S/. 45.62	S/. 208.92	S/. 246.52

Fuente: elaboración propia

En la tabla 69, tenemos el cuadro de riesgo y visualizamos como la fluctuación del tipo de cambio afecta gradualmente al valor del producto.

7. Conclusiones

1. Podemos concluir que la idea de negocio de importaciones nevado S.A.C. es buena y permite la oportunidad de importar un producto a precio competitivo, lo cual permite el beneficio al consumidor final.
2. El presente plan de negocio aporta al crecimiento continuo de la industria peruana y a la generación de puestos de trabajo tanto operativo y administrativos.
3. Con relación a los análisis correspondientes se determinó que el proyecto es viable, que dentro del período de ejecución evaluado es posible recuperar la inversión, generar utilidades, satisfacer la demanda y consolidar a la empresa comercialmente.
4. Los precios de venta de la empresa están siendo calculados a través de los costos fijos y variables en los que vaya a incurrir la empresa, con el fin de poder obtener un margen de rentabilidad deseado.

8. Recomendaciones

1. Se recomienda realizar un viaje a China, en busca de entablar relaciones con algunos proveedores del rubro y desarrollar futuras oportunidades de negocio y así poder diversificar la línea de productos a ofrecer.
2. Se recomienda constante capacitación y actualización con respecto a las tendencias del mercado y ajustar a nuestra realidad.
3. Expandir nuestro servicio a nivel nacional, con el objetivo de incrementar la rentabilidad, poder demandar más productos a nuestro proveedor y reducir costos aplicando una economía de escala.
4. Mantener los precios de ingreso al mercado hasta que la empresa esté debidamente posicionada en la mente del consumidor y de esta manera poder posicionar la marca.

REFERENCIAS

1. Alibaba.com. (s.f.). Secure Payment. Recuperado de <https://www.alibaba.com/escrow/buyer.html?spm=5386.1413222.1998223218.5.JU2zoc&tracel og=edu newschp es>
2. Banco Central de Reserva del Perú. (2017). Recuperado de <http://www.bcrp.gob.pe/>
3. Cámara de Comercio Peruano China. (s.f.). Tratado de Libre Comercio Perú – China. Recuperado de <http://capechi.org.pe/ 7 1.html>
4. CPI (2017). Recuperado de <http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr poblacion peru 2017.pdf>
5. Decreto Legislativo N° 1053. (2008). Ley General de Aduanas. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/normasadua/gja-03.htm>
6. Decreto Supremo N° 007-2008-TR. (2008). Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, Ley MYPE. Recuperado de www.mintra.gob.pe/normaCompletaSNIL.php?id=3300
7. INDECOPI (2018). INDECOPI. Recuperado el 2018. http://www.indecopi.gob.pe/0/modulos/JER/JER_interna.aspx?are =0&pfl=0&JER=1198
8. INEI (2018). INEI. Recuperado el 2018. <http://proyectos.inei.gob.pe/web/biblioineipub/bancopub/Est/LIb0002/cap0104.htm>
9. . INEI, Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas Revisión 4, 2010. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf.

10. Ley N° 28015. (2003). Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa y modificatorias. Recuperado de http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf
11. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (s.f.) Acuerdos Comerciales del Perú. Recuperado de http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=42&Itemid=59
12. PROMPERU. (2018). Obtenido de PROMPERU: <http://www.promperu.gob.pe/>
13. SeaRates. (2018). Obtenido de SEARATES: <https://www.searates.com/es/>
14. SUNARP. (2018). Recuperado el 2018, de SUNARP: <https://www.sunarp.gob.pe/>
15. SUNAT. (s.f.). Orientación Aduanera – Importación. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/importacion/requisitos.html>
16. SUNAT. (s.f.). Orientación - MYPES. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/dl-1086.pdf>).
- 17.. SUNAT. (s.f.). Régimen MYPE Tributario. Recuperado de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/regimen-mype-tributario/>
18. SUNAT. (s.f.). Tratamiento de Subpartida Arancelaria. Recuperado de <http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>
19. TRADEMAP. (2018). Obtenido de TRADEMAP: <http://www.trademap.org/Index.aspx>
20. UCSP.(2018). Recuperado de <http://ucsp.edu.pe/wp-content/uploads/2017/04/PPT-RLE-MYPE-INPA.pdf>

ANEXO 1

PROFORMA DE PROVEEDOR DE CHINA



JIAOZUO ZHOUFENG MACHINERY CO.,LTD

Add No.62-165,Longyuan International Square,Shanyang
Area,Jiaozuo,Henan,China

Ref: SELLER: JIAOZUO ZHOUFENG MACHINERY CO.,LTD Date: 06.15,2018

Contact person:Lisa

Email:Lisa@jzhoufeng.com

Tel:0086-13782839261

Fax:0086-391-3385528

Buyer : Cynthia Guzman rodriguez

Email : cn_14@hotmail.com

Importadora nevado S.A.C

PROFORMA INVOICE

Invoice No.LS20180615

Date:06.15.2018

ITEM	QTY	UNIT FOB PRICE	Total FOB Price
Name : Ice Shaver Parts Weight : 4.7 kg 	480 pieces	10.5 USD	5040 USD
Total FOB			5040USD

Payment Terms

30 % deposit by T/T or Western Union , the rest of 70 % balance should be paid before shipment .

Bank Account By T/T:

COMPANY NAME: JIAOZUO ZHOUFENG MACHINERY CO.,LTD

ACCOUNT NO.: OSA90000173641100

SWIFT CODE: COMMCN3XOBU

BANK NAME: BANK OF COMMUNICATIONS CO.,LTD

ADDRESS: NO 188, YINCHENG ZHONG ROAD,SHANGHAI,CHINA

焦作周峰机械设备有限公司
JIAOZUO ZHOUFENG MACHINERY CO.,LTD

ANEXO 2
CONTRATO DE COMPRA VENTA INTERNACIONAL

Conste por el presente documento, el contrato de compra y venta que celebran de una parte JiaoZuo ZhouFeng Machinery Co., Ltd Señalando como domicilio para efectos del presente contacto en Building No.2, room 2410,Xinan Road ,Jiaozuo City,Henan Province,China, representada por el señor Lisa, a quien en adelante se le denominara “EL VENDEDOR”, y de la otra parte ,IMPORTADORA NEVADO S.A.C., identificada con RUC 20XXXXXXXXXX , señalando como domicilio fiscal para efectos en Jr. XXXXXXXXXXXXX, San Martín de Porres – Perú, representado por la Srta. Cyntia Guzmán Rodríguez identificado con DNI 47XXXXXX, según poder inscrito en escrituras públicas N° xxx año 2018 a quien adelante se le denominara “el comprador”en los términos y condiciones siguientes

GENERALIDADES

CLAUSULA PRIMERA:

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

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 válida sin el acuerdo por escrito entre las Partes.

CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

CLAUSULA SEGUNDA:

2.1. Es acordado por las Partes que EL VENDEDOR venderá los siguientes productos: CABEZALES DE MÁQUINAS RASPADILLERAS MECÁNICAS, y EL COMPRADOR pagará el precio de dichos productos de conformidad con el artículo de 480 sets.

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

PLAZO DE ENTREGA

CLAUSULA TERCERA:

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

PRECIO

CLAUSULA CUARTA:

Las Partes acuerdan el precio total de 5,040.00 dólares americanos por el envío de los productos de conformidad con la proforma envía vía correo electrónico.

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

El precio ofrecido con mayor frecuencia a es sobre la base del Incoterms FOB (Free on Board)

Si el envío se hará por vía marítima, o FCA "Free Carrier", trasportación principal sin pagar) si se hará con otra modalidad de transporte.

CONDICIONES DE PAGO

CLAUSULA QUINTA:

Las Partes han acordado que el pago del precio o de cualquier otra suma adecuada por EL COMPRADOR a EL VENDEDOR deberá realizarse por pago adelantado equivalente al TREINTA PORCIENTO (30 %) de la cantidad debitada precio para el inicio de la producción, y el SETENTA PORCIENTO (70 %) después del embarque de los productos.

Las cantidades adeudadas serán acreditadas, salvo otra condición acordada, por medio de transferencia bancaria a la cuenta del Banco del Vendedor en su país de origen, y EL

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

INTERES EN CASO DE PAGO RETRASADO

CLAUSULA SEXTA:

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

RETENCION DE DOCUMENTOS

CLAUSULA SEPTIMA:

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

TERMINO CONTRACTUAL DE ENTREGA

CLAUSULA OCTAVA:

Las partes deberán incluir el tipo de INCOTERMS 2010 acordado.

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

Por ejemplo, si se opta por las condiciones de entrega en la fábrica, EXW, es conveniente aclarar que el costo y la responsabilidad de cargar la mercancía al vehículo, corresponde al comprador.

Hay que recordar que una operación adicional, involucra no solo costos, como el pago a cargadores, si no también conlleva un riesgo intrínseco en caso de daño de la mercadería durante el proceso de carga.

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

RETRASO DE ENVIOS

CLAUSULA NOVENA:

EL COMPRADOR tendrá derecho a reclamar a EL VENDEDOR el pago de daños equivalente al 0,5 % del precio de los productos por cada semana de retraso, a menos

que se comuniquen las causas de fuerza mayor por parte del EL VENDEDOR a EL COMPRADOR.

INCONFORMIDAD CON LOS PRODUCTOS

CLAUSULA DECIMA:

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

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

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

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

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

COOPERACIÓN ENTRE LAS PARTES

CLAUSULA DECIMO PRIMERA:

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

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

CASO FORTUITO DE FUERZA MAYOR

CLAUSULA DECIMO SEGUNDA:

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

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

RESOLUCIÓN DE CONTROVERCIAS

CLAUSULA DECIMO TERCERA:

A menos que se estipule de otra forma por escrito, todas las disputas surgidas en conexión con el presente contrato deberán ser finalmente resueltas por la ley de Perú 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 la Cámara de Comercio de Lima. Por uno o más árbitros nombrados de conformidad con dichas reglas.

ENCABEZADOS

CLAUSULA DECIMO CUARTA:

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

NOTIFICACIONES

CLAUSULA DECIMO QUINTA:

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

ACUERDO INTEGRAL

CLAUSULA DECIMO SEXTA:

Este acuerdo constituye el entendimiento integral entre las partes. No deberá realizarse cambios o modificaciones de cualquiera de los términos de este contrato a menos que sea modificado por escrito y firmado por ambas Partes.

En señal de conformidad con todos los acuerdos pactados en el presente contrato, las partes suscriben este documento en la ciudad de Lima, a los XX Días del mes de XXXXXXXX del 2018.

EL VENDEDOR
JiaoZuo ZhouFeng Machinery Co., Ltd

EL COMPRADOR
IMPORTADORA NEVADO S.A.C.