



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

**IMPORTACIÓN DE ARTÍCULOS PARA REPOSTERÍA DE CHINA  
PARA SU COMERCIALIZACIÓN EN LIMA METROPOLITANA**

**PRESENTADA POR  
MAYRA ACURIO ESPINOZA**

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

**LIMA – PERÚ**

**2018**



**CC BY-NC-SA**

**Reconocimiento – No comercial – Compartir igual**

El autor permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

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



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**IMPORTACIÓN DE ARTÍCULOS PARA REPOSTERÍA DE CHINA PARA SU  
COMERCIALIZACIÓN EN LIMA METROPOLITANA**

**Bachiller:**

**MAYRA ACURIO ESPINOZA**

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

**LIMA - PERÚ**

**2018**

## Dedicatoria

Agradezco a mis padres y a la familia Espinoza Quesada por todo el apoyo, con su ejemplo me hacen una mejor persona. Papito Martín esto solo es una pequeña muestra del amor que te tengo.

## ÍNDICE

Contenido	
Dedicatoria.....	1
ÍNDICE .....	2
RESUMEN EJECUTIVO .....	6
CAPÍTULO I. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN.....	7
CAPÍTULO II. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES.....	8
2.1 Nombre o razón social.....	8
2.2 Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU).....	8
2.3 Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial .....	8
2.4 Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha .....	11
2.4.1 Objetivo general.....	11
2.4.2 Objetivo específico .....	11
2.4.3 Misión .....	12
2.4.4 Visión.....	12
2.4.5 Principios.....	12
2.4.6 Valores .....	12
2.5 Ley de MYPE, Micro y Pequeña empresa, características.....	12
2.6 Estructura Orgánica .....	14
2.7 Cuadro de Asignación de personal.....	15
2.8 Forma Jurídica Empresarial.....	16
2.9 Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI .....	18
2.10 Requisitos y Trámites Municipales .....	18
2.11 Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y modalidades	19
2.11.1 Régimen MYPE Tributario .....	19
2.12 Registro de Planillas Electrónicas (PLAME) .....	21
2.13 Régimen Laboral Especial y General Laboral .....	22
2.14 Modalidades de Contratos Laborales.....	23
2.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.....	23
CAPÍTULO III. MARKETING INTERNACIONAL .....	24
3.1 Identificación, descripción y justificación del producto a importar .....	24
3.1.1 Clasificación arancelaria.....	25
3.1.2 Ficha técnica comercial .....	25
3.1.3 Ecuación de valor para el mercado nacional .....	27
3.1.4 Determinación de la marca a usar .....	28

3.2	Investigación de mercado objetivo .....	28
3.2.1	Segmentación de mercado objetivo (macro y micro segmentación).....	28
3.2.2	Definición del perfil del consumidor .....	38
3.2.3	Medición del mercado objetivo .....	38
3.3	Análisis de oferta y demanda en el mercado .....	43
3.3.1	Análisis de oferta .....	43
	Decorations (Beijing) International Trade Co .....	44
3.3.2	Análisis y cálculo de la demanda .....	45
3.3.3	Análisis de competitividad y benchmark .....	48
3.3.4	Análisis de precio de importación (compra) .....	49
3.3.5	Análisis y determinación de formas de distribución .....	51
3.3.6	Análisis del entorno .....	52
3.4	Estrategia de venta y distribución nacional .....	54
3.4.1	Estrategia de segmentación .....	55
3.4.2	Estrategia de posicionamiento .....	55
3.4.3	Estrategia de ingreso al mercado .....	56
3.4.4	Estrategia de distribución comercial .....	56
3.4.5	Estrategia de branding.....	56
3.5	Estrategia de promoción nacional.....	57
3.5.1	Establecer los mecanismos y definir estrategias de promoción, incluida promoción de ventas.....	57
3.5.2	Propuesta de valor .....	57
3.5.3	Estrategias de marketing digital y uso de e-commerce.....	57
3.6	Políticas de estrategia de precio .....	58
	<b>CAPÍTULO IV. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL.....</b>	<b>59</b>
4.1	Envases, empaques y embalajes .....	59
4.2	Envases .....	59
4.2.1	Empaques.....	62
4.2.2	Embalajes .....	63
4.3	Diseño del rotulado y marcado.....	64
4.3.1	Diseño del rotulado .....	64
4.3.2	Diseño del marcado .....	65
4.4	Unitarización y cubicaje de la carga.....	67
4.5	Cadena de DFI de importación .....	68

4.6	Seguro de las mercancías .....	69
CAPÍTULO V. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL .....		71
5.1	Fijación de precios.....	71
5.1.1	Costos y precios .....	71
5.1.2	Cotización Internacional .....	75
5.2	Contrato de compraventa internacional (importación) y sus documentos .....	76
2.3	Elección y aplicación del incoterm.....	84
2.4	Determinación del medio de pago y cobro.....	85
2.5	Elección del régimen de importación .....	86
2.6	Gestión aduanera del comercio internacional.....	86
2.7	Gestión de las operaciones de importación: Flujo Grama .....	87
2.8	Gestión de las operaciones de producción del bien a ejecutar: Flujo Grama .....	89
CAPÍTULO VI. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO .....		90
6.1	Inversión Fija.....	90
6.1.1	Activos tangibles.....	90
6.1.2	Activos intangibles.....	91
6.2	Capital de Trabajo .....	91
6.3	Inversión Total.....	92
6.4	Estructura de Inversión y Financiamiento.....	92
6.5	Fuentes Financieras y condiciones de crédito.....	93
6.6	Presupuesto de costos .....	93
6.7	Punto de Equilibrio .....	94
6.8	Tributación a la importación.....	95
6.9	Presupuesto de ingresos.....	110
6.10	Presupuesto de egresos.....	115
6.11	Flujo de caja proyectado .....	116
6.12	Estado de Ganancias y Pérdida.....	117
6.13	Evaluación de la Inversión .....	118
6.13.1	Evaluación Económica .....	118
6.13.3	Evaluación Social .....	118
6.13.4	Impacto Ambiental.....	118
6.14	Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo.....	119
CAPÍTULO VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		122
6.1	Conclusiones.....	122

6.2 Recomendaciones.....	122
REFERENCIAS .....	123
APÉNDICE A.....	126
APÉNDICE B.....	127
APÉNDICE C .....	128
APÉNDICE D .....	131
APÉNDICE E .....	132
APÉNDICE F.....	133

## RESUMEN EJECUTIVO

Importaciones Acurio S.A.C, es una empresa que incursionará en la importación y comercialización de artículos de repostería de plástico en el mercado limeño con variedad en sus productos, busca convertirse en una empresa líder del rubro en Lima metropolitana. Para ello, la empresa tiene como uno de sus objetivos el posicionar a la empresa en el rubro de repostería mediante publicidad, vía correo electrónico, facebook y página web y sobre todo la necesidad de un producto resistente, con mayor duración que otros hecho a base de metal y son adecuados al contacto con alimentos. A través de medios tecnológicos y sociales se comunicará sorteos, eventos, envío de catálogos, promociones, videos tutoriales del uso de los artículos e información de la empresa.

El consumidor final que está definido como personas progresistas y modernas de 25 a 39 años de edad del nivel socioeconómico C, cuentan con afición por la repostería o laboran como independiente o dependiente en el rubro, están arraigadas al emprendimiento a través de pequeños negocios propios porque son autosuficientes económicamente y realizan compras con frecuencia media.

Asimismo, se pudo advertir que en el mercado nacional son pocas las empresas que se dedican a importar y comercializar artículos de repostería, por lo que estos aspectos garantizan el éxito de la empresa.

## **CAPÍTULO I. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN**

Pastry Shop busca ser una empresa especializada en artículos de pastelería, con productos de plástico, adecuados al contacto con alimentos, artículos variados, precios acorde al mercado y similares a la competencia. Es por ello que se ha estructurado el Plan de Negocios, analizando la posibilidad de que ésta empresa realice la importación de los productos antes señalados; para ello, se realizará un estudio el cual tendrá la siguiente estructura:

- a) Descripción de la Estructura General del Plan de Negocios; donde se realizará la descripción general de la empresa y del producto a comercializar.
- b) Evaluación de la constitución y de los aspectos legales de la organización, donde se estudiará la forma de organización empresarial de la empresa, y los requerimientos legales necesarios para su formación.
- c) Estudio del Plan de Marketing Internacional; donde se realizará un estudio de mercado por medio del cual se evalúan a los proveedores que realizarán la importación.
- d) Plan de Logística Internacional; donde se obtendrá el costo total del producto puesto en el almacén.
- e) Plan de Comercio Internacional; donde se establecerán las políticas de fijación de precios y los elementos necesarios para la cotización internacional.
- f) Plan económico financiero; donde se realizará la cuantificación de todos los módulos (inversión total, fuentes de financiamiento, presupuesto de ingresos y egresos).
- g) Conclusiones y recomendaciones del proyecto.

## **CAPÍTULO II. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES**

### **2.1 Nombre o razón social**

Para constituir la empresa, se ha optado por las siguientes denominaciones:

- Razón Social: Importaciones Acurio S.A.C
- Nombre comercial: Pastry Shop

### **2.2 Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)**

“La CIIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme) es una clasificación de actividades cuyo alcance abarca a todas las actividades económicas, las cuales se refieren tradicionalmente a las actividades productivas, es decir, aquellas que producen bienes y servicios”. (Sunat, 2018).

De acuerdo al rubro comercial de empresa, la actividad económica a la que pertenece, son las siguientes:

- CIIU 4610 - Venta al por mayor a cambio de una retribución o por contrata. (CIIU Revisión 4)
- CII 4773 – Venta al por menor de otros productos nuevos en comercios especializados. (CIIU Revisión 4)

### **2.3 Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial**

Existen tres principales centros comerciales ubicados en los distritos de Lince, Cercado de Lima y Magdalena de Mar, donde se dedican a la venta de productos similares, por lo que existe mayor afluencia de clientes potenciales.

Se ha determinado que la ubicación de la empresa será en el Distrito de Cercado de Lima, de acuerdo a la ponderación que se muestra en la Tabla 1. Se ha tomado como factores la facilidad de acceso, alquiler de establecimiento, proximidad a los clientes y seguridad.

Tabla 1

Determinación de la ubicación

Factor	Peso	Lince		Cercado de Lima		Magdalena del Mar	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Facilidad de acceso	0.25	3	0.75	3	0.75	2	0.50
Alquiler de establecimiento	0.25	2	0.50	2	0.50	1	0.25
Proximidad a los clientes	0.25	2	0.50	3	0.75	1	0.25
Seguridad	0.25	3	0.75	2	0.75	3	0.75
<b>Total</b>	<b>1.00</b>		<b>2.50</b>		<b>2.75</b>		<b>1.75</b>

Tabla 2

Niveles de calificación

Niveles de calificación	
1	Poco óptimo
2	Normal
3	Muy óptimo

Acurio Importaciones S.A.C se ubicará en Jirón Andahuaylas 749 Cercado de Lima, de acuerdo a la Figura 1.

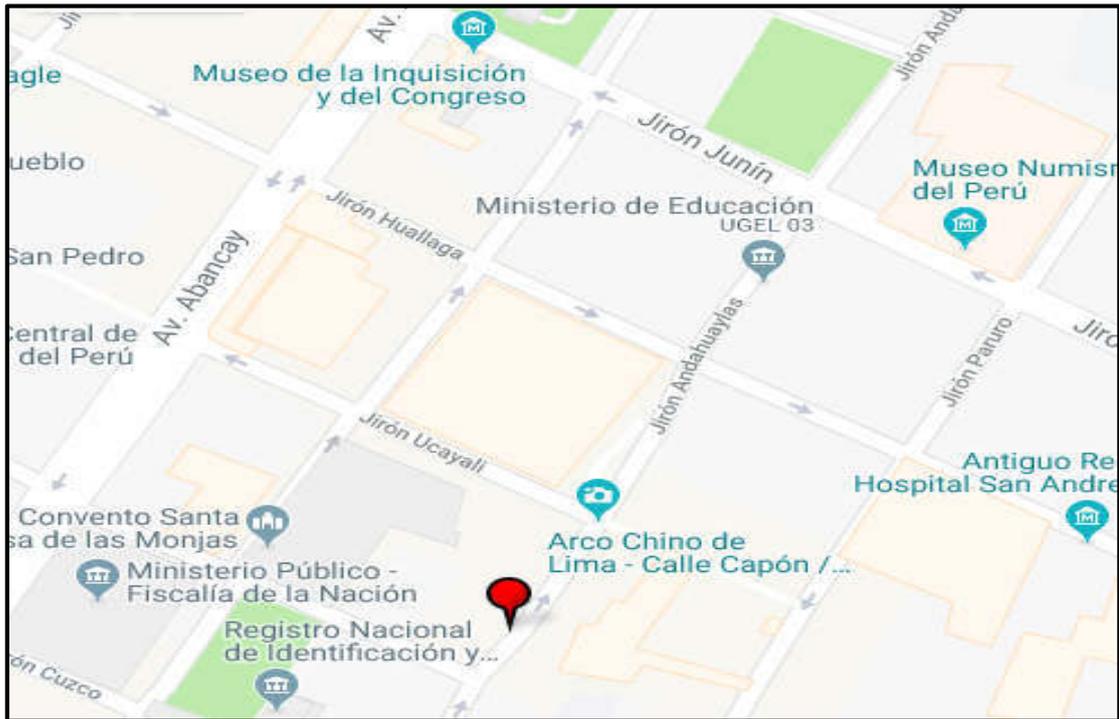


Figura 1: Domicilio fiscal  
Fuente: Páginas Amarillas

El domicilio fiscal será un local alquilado en zona comercial, en la que se ubicará la tienda y el almacén, a un pago mensual de S/. 1200.00. En cuanto a la factibilidad sectorial, a través de la Figura 2, se muestra la zona comercial.

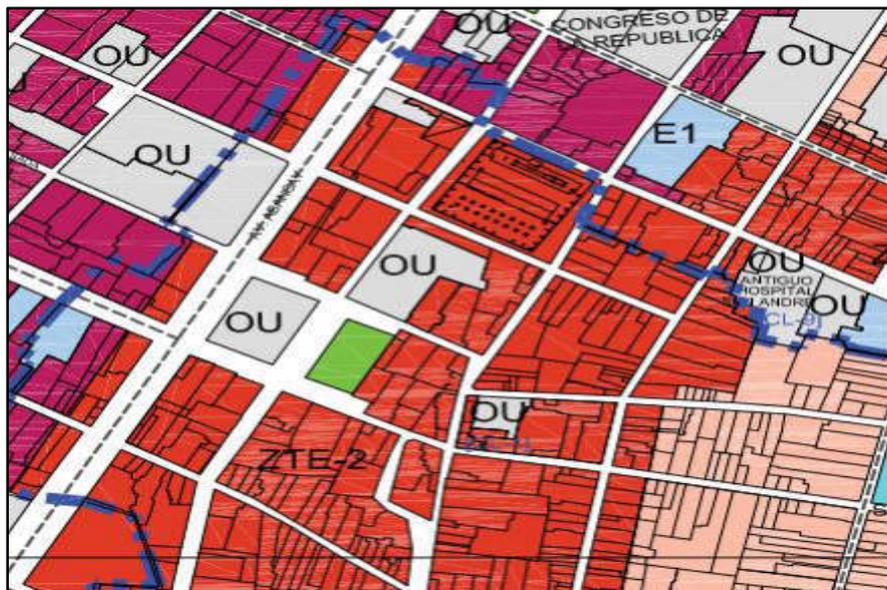


Figura 2: Plano de zonificación de Cercado de Lima  
Fuente: Municipalidad de Lima

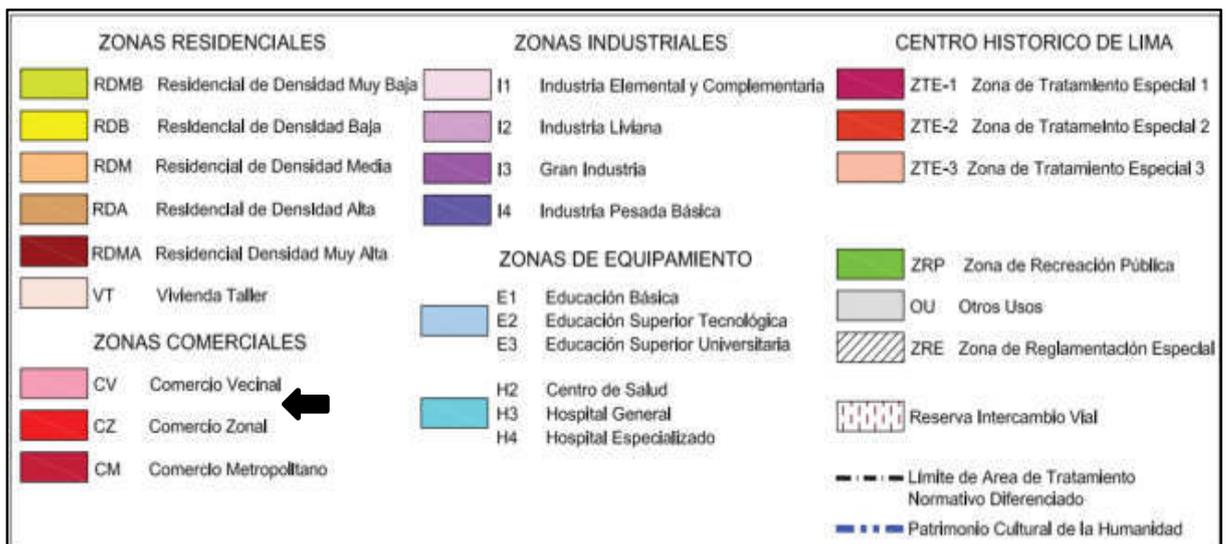


Figura 3: Leyenda del plano de zonificación de Cercado de Lima  
Fuente: Municipalidad de Lima

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

### 2.4.1 Objetivo general

El objetivo general es:

- Ser una empresa líder en el rubro de artículos de repostería a base de plástico, mediante la importación y comercialización en Lima metropolitana.

### 2.4.2 Objetivo específico

Los objetivos específicos son los siguientes:

- Posicionar a la empresa en el rubro de artículos de repostería a base de plástico.
- Potenciar la imagen de la empresa, a través de vínculos de cercanía entre nuestros clientes y productos.
- Potenciar la imagen a través de redes sociales.
- Motivar a los empleados y ofrecer buena atención a los clientes.
- Ofrecer variedad de artículos de repostería a base de plástico.

### **2.4.3 Misión**

Ser una empresa importadora y comercializadora de artículos para repostería a base de plástico, que abastece al mercado limeño con variedad y novedad en sus productos.

### **2.4.4 Visión**

Ser la principal empresa comercializadora de artículos de repostería a base de plástico en Lima metropolitana.

### **2.4.5 Principios**

- Cultura de resultados
- Servicio al cliente
- Desarrollo y bienestar del recurso humano
- Trabajo en equipo

### **2.4.6 Valores**

- Honestidad
- Respeto
- Trabajo en equipo

## **2.5 Ley de MYPE, Micro y Pequeña empresa, características**

Importaciones Acurio S.A.C se registrará bajo el régimen de microempresa, debido a que las ventas anuales están proyectadas hasta 150 UIT, considerándose por ser una nueva empresa, la capacidad de gastos y beneficios a sus trabajadores.

Tabla 3

Comparación de las características de micro y pequeña empresa

<b>Régimen Laboral de la Pequeña Empresa</b>		
<b>Características</b>	<b>Microempresa</b>	<b>Pequeña empresa</b>
<b>Remuneración Mínima Vital</b>	Remuneración Mínima Vital (RMV).	Remuneración Mínima Vital (RMV).
<b>Jornada de trabajo</b>	Jornada de trabajo de 8 horas.	Jornada de trabajo de 8 horas.
<b>Descanso Semanal y feriado</b>	Descanso semanal y en días feriados.	Descanso semanal y en días feriados.
<b>Sobretiempo</b>	Remuneración por trabajo en sobretiempo.	Remuneración por trabajo en sobretiempo.
<b>Descanso Vacacional</b>	Descanso vacacional de 15 días calendarios.	Descanso vacacional de 15 días calendarios.
<b>Seguro</b>	Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS.	Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD.
<b>Indemnización por despido arbitrario</b>	Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración).	Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración).
<b>Gratificación</b>	No	Derecho a percibir 2 gratificaciones al año (Fiestas Patrias y Navidad).
<b>Utilidades</b>	No	Derecho a participar en las utilidades de la empresa
<b>Compensación por Tiempo de Servicios</b>	No	Derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración.

Fuente: Sunat

## 2.6 Estructura Orgánica

La empresa se estructura de la siguiente manera:

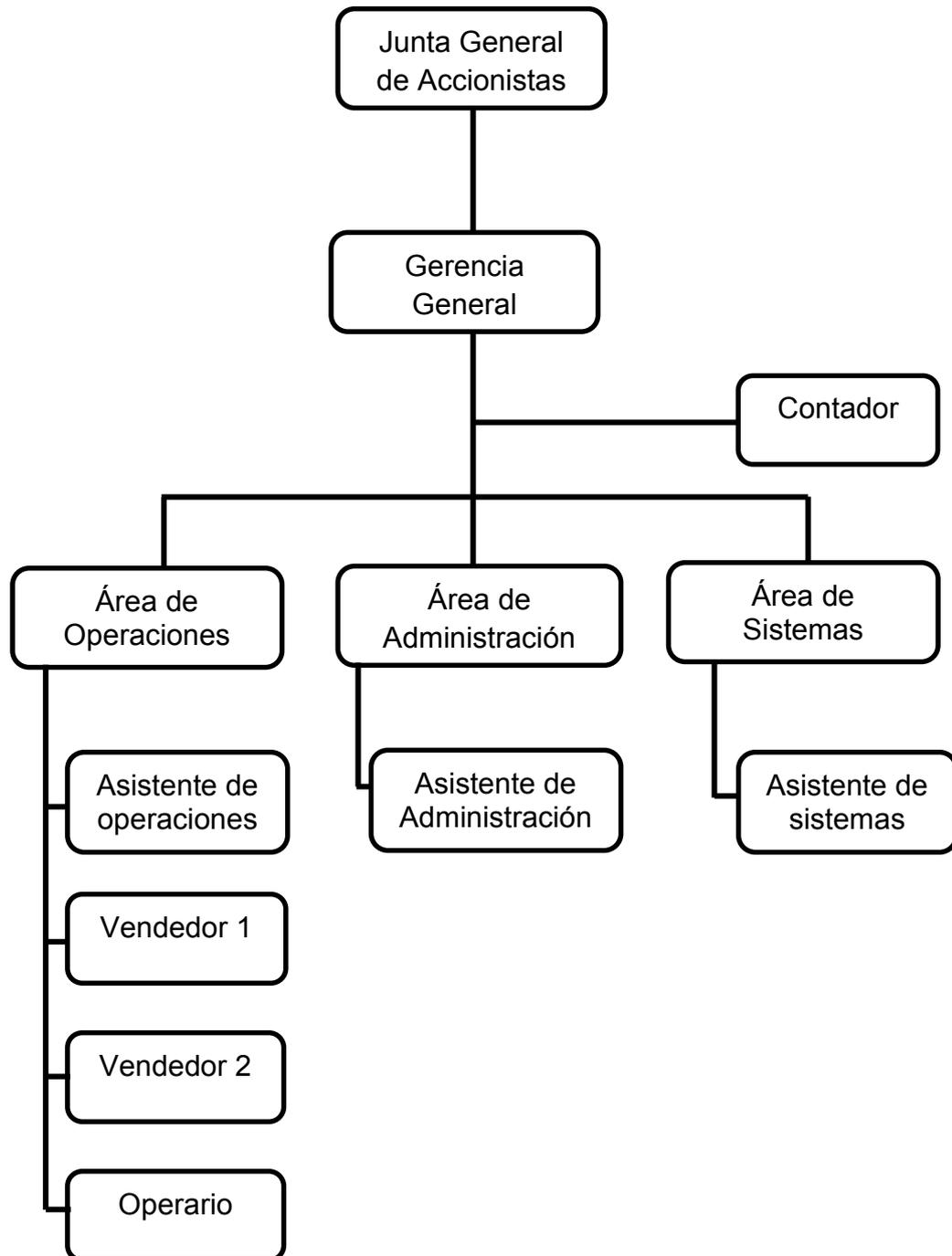


Figura 4: Estructura orgánica

## 2.7 Cuadro de Asignación de personal

La empresa estará conforma por 7 empleados y un contador que realizará su servicio a través de recibos por honorarios.

Tabla 4

### Asignación de Personal

Cantidad	Puesto
1	Gerente General
1	Asistente de Administración
1	Asistente de Operaciones
1	Asistente de Sistemas
2	Vendedor
1	Operario
1	Contador

- **Junta General de Accionistas.-** Está integrado por cuatro socios, se encargan de realizar modificaciones al estatuto de la sociedad y tomar decisiones sobre el capital social.
- **Gerente General.-** Encargado de la evaluación continua de las demás áreas de la empresa y del desarrollo de estrategias.
- **Asistente de Administración.-** Encargado de la administración, pagos y cobranzas de las facturas.
- **Asistente de Operaciones.-** Encargado del tema logístico, almacén y supervisión del estibador, mantener actualizado el registro de proveedores de la empresa y solicitar cotizaciones de compras.
- **Asistente de Sistemas.-** Encargado de la implementación de software, catálogo virtual, redes sociales y mantenimiento de los equipos de cómputo.

- **Vendedor.-** Encargado ofrecer productos, atender a los clientes, resolviendo sus dudas y asesorando sobre los productos que se encuentran en tienda.
- **Operario.-** Encargado de la manipulación de la carga y de su almacenamiento.
- **Contador.-** Encargado de los registros contables, planilla, estados financieros y declaraciones ante Sunat.

Tabla 5

Remuneraciones de acuerdo al Régimen laboral de la microempresa

Cargo	Sueldo Mensual	SIS	Total Anual	Vacaciones	Total General
Gerente General	S/.3,000.00	S/.180.00	S/.38,160.00	S/.1,500.00	S/.39,660.00
Asistente de Administración	S/.1,250.00	S/.180.00	S/.17,160.00	S/.625.00	S/.17,785.00
Asistente de Sistemas	S/.2,000.00	S/.180.00	S/.26,160.00	S/.1,000.00	S/.27,160.00
Asistente de Operaciones	S/.1,250.00	S/.180.00	S/.17,160.00	S/.625.00	S/.17,785.00
Operario	S/.930.00	S/.180.00	S/.13,320.00	S/.465.00	S/.13,785.00
Vendedor 1	S/.1,200.00	S/.180.00	S/.16,560.00	S/.600.00	S/.17,160.00
Vendedor 2	S/.1,200.00	S/.180.00	S/.16,560.00	S/.600.00	S/.17,160.00
<b>Total</b>	<b>S/.10,830.00</b>	<b>S/.1,260.00</b>	<b>S/.145,080.00</b>	<b>S/.5,415.00</b>	<b>S/.150,495.00</b>

## 2.8 Forma Jurídica Empresarial

Importaciones Acurio será constituida bajo una Sociedad Anónima Cerrada sin directorio, asimismo, la Junta general de accionistas estará conformada por cuatro socios.

Tabla 6

Participación de accionistas

N°	Accionistas	Participación (%)
1	Accionista 1	70%
2	Accionista 2	10%
3	Accionista 3	10%
4	Accionista 4	10%

Tabla 7

Diferencia entre Sociedades

<b>Diferencia entre Sociedades</b>				
<b>Sociedades</b>	<b>S.A.C</b>	<b>S.R.L</b>	<b>S.A.A</b>	<b>S.A</b>
<b>Características</b>	De 2 a 20 accionistas.	De 2 a 20 socios participacionistas.	Tiene más de 750 accionistas, más del 35% de su capital pertenece a 175 o más accionistas, se constituye como tal o sus accionistas deciden la adaptación a esta modalidad.	2 accionistas como mínimo. No existe número máximo.
<b>Denominación</b>	"Sociedad Anónima Cerrada", o de las siglas "S.A.C."	"Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada", o de las siglas "S.R.L."	"Sociedad Anónima Abierta", o de las siglas "S.A.A."	"Sociedad Anónima", o de las Siglas "S.A."
<b>Órganos</b>	Junta General de Accionistas, Directorio (opcional) y Gerencia	Junta General de Socios y Gerencia	Junta General de Accionistas, Directorio y Gerencia	Junta General de Accionistas, Directorio y Gerencia.
<b>Capital Social</b>	Aportes en moneda nacional y/o extranjera y en contribuciones tecnológicas intangibles.	Representado por participaciones y deberá estar pagada cada participación por lo menos en un 25%	Representado por participaciones y deberá estar pagada cada participación por lo menos en un 25%	Aportes en moneda nacional y/o extranjera, y en contribuciones tecnológicas intangibles.
<b>Duración</b>	Determinado o Indeterminado	Indeterminada	Determinado o Indeterminado	Determinado o Indeterminado
<b>Transferencia</b>	La transferencia de acciones debe ser anotada en el Libro de Matrícula de Acciones de la Sociedad.	La transferencia de participaciones se formaliza mediante escritura pública y debe inscribirse en el Registro Público de Personas Jurídicas.	La transferencia de acciones debe ser anotada en el Libro de Matrícula de Acciones de la Sociedad.	La transferencia de acciones debe ser anotada en el Libro de Matrícula de Acciones de la Sociedad.

Fuente: ProInversión

## 2.9 Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

No se realizará el registro de marca en Indecopi, debido a que el producto y el rubro no lo requieren, por lo que se comercializará con la marca del proveedor.

## 2.10 Requisitos y Trámites Municipales

Para el trámite de Licencia de funcionamiento se requiere realizar un pago de S/. 198.10 y cumplir con los siguientes requisitos que se muestran en la Figura 5:

**REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DE LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO**

- 1) Presentar Formulario Gratuito de Solicitud Declaración Jurada, consignando número de RUC, documento de identidad del solicitante y/o representante y debidamente llenado. Asimismo, se recomienda consignar el número de partida, asiento o ficha registral, sólo en caso de personas jurídicas u entes colectivos. (\*)
- 2) Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad para Inspecciones Técnicas de Seguridad en Edificaciones Ex Post (establecimientos de 0 a 100m<sup>2</sup>) formulario gratuito; o Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones Básica Ex Ante (establecimientos con área mayor a 100m<sup>2</sup> hasta 500 m<sup>2</sup> y giros excepcionales); Certificado de Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones de Detalle (establecimientos con un área mayor a 500m<sup>2</sup> y giros excepcionales) o Inspección Técnica de Seguridad Multidisciplinaria según el giro, previo al inicio del trámite, según corresponda.

Adicionalmente, de ser el caso, serán exigibles los siguientes requisitos:

- Declaración Jurada de contar con Título Profesional o copia simple de éste, en el caso de servicios relacionados a la salud. Se recomienda adjuntar Declaración Jurada de encontrarse habilitado por el Colegio Profesional correspondiente. (\*)
- Informar en el formato solicitud Declaración Jurada sobre el número de estacionamientos de acuerdo a la norma vigente.
- Copia simple de la autorización sectorial contenida en el D.S. N° 006-2013 PCM o norma que la sustituya o reemplace.
- Copia simple de la autorización expedida por el Ministerio de Cultura a locales declarados Monumentos Históricos excepto en los casos en que el Ministerio de Cultura haya participado en las etapas de remodelación y monitoreo de ejecución de obras previas inmediatas a la solicitud de licencia del local.
  - Verificado los requisitos señalados se procederá al pago de la Tasa correspondiente que incluye evaluación de zonificación, compatibilidad de uso e Inspecciones Técnicas de Seguridad en Edificaciones Básica Ex Post o Ex Ante.

**TASA DE LICENCIA**

GRUPO I	GRUPO II	GRUPO III	GRUPO IV
153.00	198.10	198.10	204.70

Más el pago que corresponda a Defensa Civil (de acuerdo al metraje)

**TASAS DE DEFENSA CIVIL (POR INSPECCIÓN)**

METRAJE	1ERA	2DA
HASTA 100m <sup>2</sup>	45.60	30.40
DE 101-500m <sup>2</sup>	155.80	83.60

(\*) Obligatorio desde que entre en vigencia el D.L. 1271

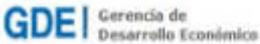


Figura 5: Requisitos para la obtención de Licencia de Funcionamiento  
Fuente: Municipalidad de Lima

El plazo del trámite de Licencia de Funcionamiento es de un máximo de 30 días hábiles.

## **2.11 Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y modalidades**

En cuanto a la obtención del RUC, la empresa Importaciones Acurio S.A.C al conformarse como una persona jurídica, requerirá el DNI del representante legal y presentar una ficha o partida electrónica certificada por Registros Públicos, con una antigüedad no mayor a treinta (30) días calendario.

### **2.11.1 Régimen MYPE Tributario**

Según Sunat existen cuatro regímenes tributarios a los que se puede acoplar, aunque debido a las características de la empresa, el más adecuado es el Nuevo Régimen MYPE Tributario, ideal para una micro empresa, debido a la simplicidad de las obligaciones tributarias como:

- Los comprobantes de pago a emitirse son: boletas de venta, facturas, notas de crédito, débito y guía de remisión.
- Si los ingresos netos anuales del ejercicio no superan las 300 UIT se declaran y pagan el 1% de los ingresos netos mensuales.
- Si los ingresos netos anuales del ejercicio superan las 300 UIT se declaran y pagan el 1.5% de los ingresos netos mensuales.
- Los ingresos netos que no superen 1700 UIT.
- Si la renta neta anual es hasta 15 UIT es del 10% y si aumenta es del 29.5%.

<b>Régimen MYPE Tributario</b>										
<b>¿Cuánto pagar?</b>	<b>Pago a cuenta del Impuesto a la Renta:</b>									
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Monto Netos</th> <th>Ingresos</th> <th>Tasa</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Menor a 300 UIT</td> <td></td> <td>1% de los Ingresos Netos</td> </tr> <tr> <td>A partir del mes que supere las 300 UIT</td> <td></td> <td>1.5 % de los Ingresos Netos o Coeficiente (*)</td> </tr> </tbody> </table>	Monto Netos	Ingresos	Tasa	Menor a 300 UIT		1% de los Ingresos Netos	A partir del mes que supere las 300 UIT		1.5 % de los Ingresos Netos o Coeficiente (*)
	Monto Netos	Ingresos	Tasa							
	Menor a 300 UIT		1% de los Ingresos Netos							
A partir del mes que supere las 300 UIT		1.5 % de los Ingresos Netos o Coeficiente (*)								
(*) Calculado de acuerdo con lo dispuesto por el artículo 85 de la Ley del Impuesto a la Renta.										
	<b>Impuesto General a las Ventas (IGV) mensual: 18% de sus ventas realizadas</b>									
<b>¿Cuándo declarar y pagar?</b>	De acuerdo al cronograma de obligaciones mensuales									
<b>¿Se presenta una declaración anual?</b>	Si, con la cual se paga una regularización del impuesto equivalente a:									
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Tramo de Ganancia</th> <th>Tasa sobre la utilidad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Hasta 15 UIT</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Más de 15 UIT</td> <td>29.5 %</td> </tr> </tbody> </table>	Tramo de Ganancia	Tasa sobre la utilidad	Hasta 15 UIT	10%	Más de 15 UIT	29.5 %			
	Tramo de Ganancia	Tasa sobre la utilidad								
	Hasta 15 UIT	10%								
Más de 15 UIT	29.5 %									
Si los activos superan el S/. 1 000,000 se debe declarar el Impuesto Temporal a los Activos Netos (ITAN)										
Tasa: 0.4%										

Figura 6: Régimen MYPE Tributario  
Fuente: Sunat

Así mismo los libros y registros contables requeridos de acuerdo a Sunat son: registro de compras, ventas y libro diario de formato simplificado, como se muestra en la Figura 7.

Límite de ingresos	Libros Obligados a llevar
Hasta 300 UIT de ingresos netos	Registro de Ventas Registro de Compras Libro Diario de Formato Simplificado
Con ingresos netos anuales Superiores a 300 hasta 500 ingresos brutos	Registro de Ventas e Ingresos Registro de Compras Libro Mayor Libro Diario
De 500 Ingresos Brutos a 1700 Ingresos Netos	Registro de Ventas Registro de Compras Libro Mayor Libro Diario Libro de Inventarios y Balances

*Figura 7: Libros obligados*  
Fuente: Sunat

## 2.12 Registro de Planillas Electrónicas (PLAME)

La empresa está obligada al envío de la información a Sunat a través del T-Registro y PLAME, ya que cuenta con obligaciones laborales.

Tabla 8

Planilla Plame y T- Registro

Planilla electrónica	Descripción	Descripción	Medio de acceso
<b>REGISTRO</b>	Registro de Información Laboral	Es el Registro de Información Laboral de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación – modalidad formativa laboral y otros (practicantes), personal de terceros y derechohabientes.	A través de la Clave Sol, opción mi RUC y otros registros.
<b>PLAME</b>	Planilla Mensual de Pagos	Comprende información laboral, de seguridad social y otros datos sobre el tipo de ingresos de los sujetos registrados, trabajadores y derechohabientes.	Se descarga el programa en <a href="http://www.sunat.gob.pe">www.sunat.gob.pe</a> , se elabora, genera archivo y envía en Sunat Operaciones en Línea.

Fuente: Sunat

### 2.13 Régimen Laboral Especial y General Laboral

Al ser Importaciones Acurio S.A.C una microempresa, se registrará bajo el régimen especial laboral de REMYPE (Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa), de acuerdo a Sunat los requisitos para inscribirse a REMYPE son los siguientes:

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

La inscripción será vía electrónica a través del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, en la que se hará el registro de la empresa y de los trabajadores.

## 2.14 Modalidades de Contratos Laborales

Importaciones Acurio S.A.C, por ser una nueva empresa contará con las siguientes modalidades de contratos.

Tabla 9

Contratos

<b>Puesto</b>	<b>Tipo de contrato</b>
Gerente General	A plazo indefinido
Asistente de Administración	A plazo fijo por inicio de actividades
Asistente de Sistemas	A plazo fijo por inicio de actividades
Asistente de Operaciones	A plazo fijo por inicio de actividades
Vendedores	A plazo fijo por inicio de actividades
Operario	A plazo fijo por inicio de actividades
Contador	*Recibos por honorarios

## 2.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas

Importaciones Acurio S.A.C, contará con contratos de Compraventa nacional e internacional y servicios profesionales. En el Apéndice A, B e I, se encuentra los modelos de contratos.

La junta general de accionistas está conformado por 4 accionistas y cuentan con la responsabilidad civil ante algún hecho.

## **CAPÍTULO III. Marketing Internacional**

### **3.1 Identificación, descripción y justificación del producto a importar**

El plan de negocio es la importación de artículos de repostería de plástico de China para su comercialización en Lima metropolitana; tales como cortadores para galletas y fondant, plantillas, raspadores, alisador de fondant, cucharas medidoras, rodillo y boquillas. Se ha detectado un nicho de mercado que carece de proveedores que ofrezcan artículos de repostería de plástico, por tal motivo Pastry Shop se enfocará a la comercialización de dichos productos, resaltando las principales ventajas.

Se preguntarán ¿Por qué de plástico?, es debido a que son adecuados a contacto con insumos alimenticios, no se oxidan ni deforman como los artículos de metal.

Asimismo, en el mercado nacional, son pocas las empresas importadoras de artículos de repostería, en su mayoría son pequeños comercializadores que no cuentan con diversidad de accesorios. Las empresas grandes ofrecen al mercado productos básicos junto a artículos de cocina y/o similares, es decir no se enfocan totalmente en el rubro.

Se ha determinado que se importará de China, debido a su producción en escala, precios cómodos y al Tratado de Libre Comercio Perú – China.

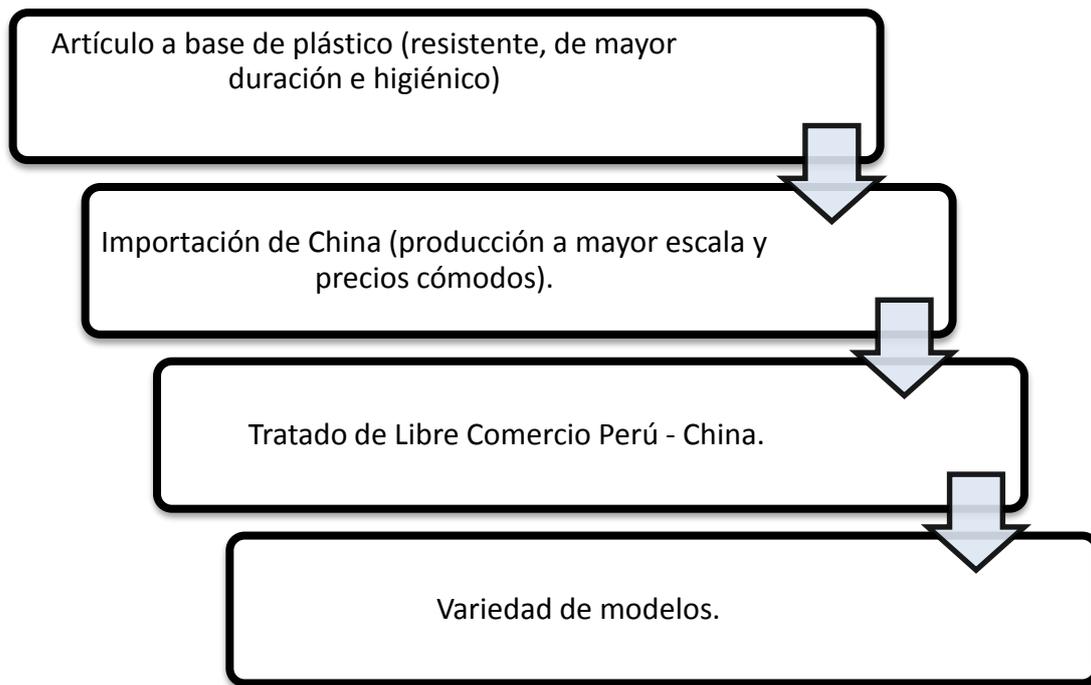


Figura 8: Justificación del producto a importar

### 3.1.1 Clasificación arancelaria

De acuerdo a la Sunat, la clasificación arancelaria es la siguiente:

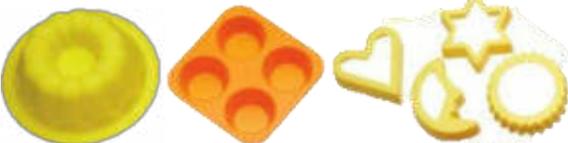
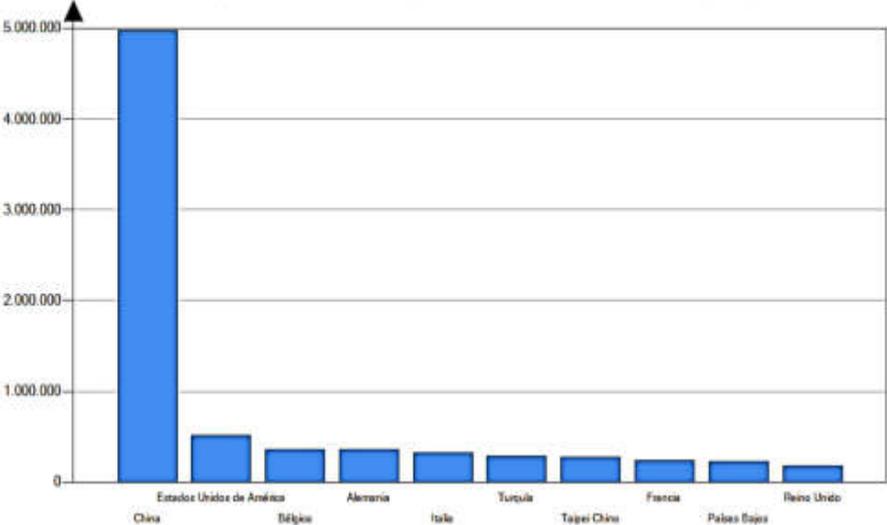
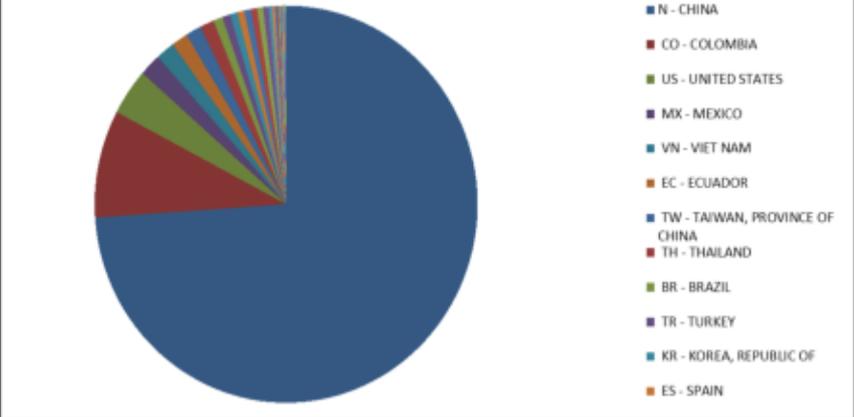
- 3924.10.90.00 - Demás vajillas y demás artículos para el servicio de mesa o de cocina, de plástico.

### 3.1.2 Ficha técnica comercial

Tabla 10

Ficha Técnica Comercial

Ficha Técnica Comercial De Artículos De Repostería	
<b>Nombre comercial del producto</b>	Artículos de repostería
<b>Partida arancelaria</b>	3924.10.90.00
<b>Descripción</b>	Demás vajillas y demás artículos para el servicio de mesa o de cocina, de plástico.

<b>Imagen</b>																											
<b>Material</b>	Plástico																										
<b>Uso</b>	Herramienta para elaboración de torta																										
<b>Grado</b>	Grado alimenticio																										
<b>Color</b>	De colores																										
<b>Peso</b>	30 gr – 120 gr																										
<b>Presentación</b>	Bolsas, blíster, caja de cartón, caja transparente.																										
<b>Embalaje</b>	Caja de cartón																										
<b>País de origen</b>	China																										
<b>Gravamen</b>	De acuerdo a Sunat, la partida arancelaria cuenta con un ad/Valorem de 6%, impuesto selectivo al consumo es de 0%, impuesto general a las ventas es de 16%, impuesto de promoción municipal es de 2%, no tiene derechos específicos ni derecho antidumping y el seguro es de 2.5%.																										
<b>Exportación de los principales mercados</b>	<p>Lista de los países exportadores para el producto seleccionado en 2017 Producto : 392410 Vajilla y demás artículos para servicio de mesa o de cocina, de plástico</p>  <table border="1"> <caption>Exportación de los principales mercados (2017)</caption> <thead> <tr> <th>País</th> <th>Exportación (aproximada)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>China</td> <td>4,900,000</td> </tr> <tr> <td>Estados Unidos de América</td> <td>500,000</td> </tr> <tr> <td>Bélgica</td> <td>300,000</td> </tr> <tr> <td>Alemania</td> <td>300,000</td> </tr> <tr> <td>Italia</td> <td>300,000</td> </tr> <tr> <td>Turquía</td> <td>250,000</td> </tr> <tr> <td>Taipei China</td> <td>200,000</td> </tr> <tr> <td>Francia</td> <td>200,000</td> </tr> <tr> <td>Países Bajos</td> <td>150,000</td> </tr> <tr> <td>Reino Unido</td> <td>100,000</td> </tr> </tbody> </table> <p>Fuente: Trademap</p>	País	Exportación (aproximada)	China	4,900,000	Estados Unidos de América	500,000	Bélgica	300,000	Alemania	300,000	Italia	300,000	Turquía	250,000	Taipei China	200,000	Francia	200,000	Países Bajos	150,000	Reino Unido	100,000				
País	Exportación (aproximada)																										
China	4,900,000																										
Estados Unidos de América	500,000																										
Bélgica	300,000																										
Alemania	300,000																										
Italia	300,000																										
Turquía	250,000																										
Taipei China	200,000																										
Francia	200,000																										
Países Bajos	150,000																										
Reino Unido	100,000																										
<b>Empresas productoras</b>	Decorations International Trade, Ninghai County Hesheng House Ware Co, Guangdong Wina Industrial Co, Ningbo Zobon International Trading Co.																										
<b>Importaciones peruanas</b>	<p>Importaciones peruanas 2017</p>  <table border="1"> <caption>Importaciones peruanas 2017 (por país)</caption> <thead> <tr> <th>Código</th> <th>País</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>N</td> <td>CHINA</td> </tr> <tr> <td>CO</td> <td>COLOMBIA</td> </tr> <tr> <td>US</td> <td>UNITED STATES</td> </tr> <tr> <td>MX</td> <td>MEXICO</td> </tr> <tr> <td>VN</td> <td>VIET NAM</td> </tr> <tr> <td>EC</td> <td>ECUADOR</td> </tr> <tr> <td>TW</td> <td>TAIWAN, PROVINCE OF CHINA</td> </tr> <tr> <td>TH</td> <td>THAILAND</td> </tr> <tr> <td>BR</td> <td>BRAZIL</td> </tr> <tr> <td>TR</td> <td>TURKEY</td> </tr> <tr> <td>KR</td> <td>KOREA, REPUBLIC OF</td> </tr> <tr> <td>ES</td> <td>SPAIN</td> </tr> </tbody> </table> <p>Fuente : Sunat Elaboración: Propia</p>	Código	País	N	CHINA	CO	COLOMBIA	US	UNITED STATES	MX	MEXICO	VN	VIET NAM	EC	ECUADOR	TW	TAIWAN, PROVINCE OF CHINA	TH	THAILAND	BR	BRAZIL	TR	TURKEY	KR	KOREA, REPUBLIC OF	ES	SPAIN
Código	País																										
N	CHINA																										
CO	COLOMBIA																										
US	UNITED STATES																										
MX	MEXICO																										
VN	VIET NAM																										
EC	ECUADOR																										
TW	TAIWAN, PROVINCE OF CHINA																										
TH	THAILAND																										
BR	BRAZIL																										
TR	TURKEY																										
KR	KOREA, REPUBLIC OF																										
ES	SPAIN																										

Fuente: SUNAT, Trademap.

### 3.1.3 Ecuación de valor para el mercado nacional

Pastry Shop busca ser una empresa especializada en artículos de pastelería, con productos de plástico, adecuados al contacto con alimentos, artículos variados y novedosos, precios acorde al mercado y similares a la competencia; dado que un competidor se distingue de otro, por la variedad de productos que ofrecen; asimismo, se utilizará medios de marketing para generar compras espontáneas en el público objetivo y en clientes potenciales, a través de demostraciones del uso de los artículos de repostería y sus técnicas, realizadas por parte de mujeres emprendedoras con larga experiencia en el rubro de la pastelería.

Las TIC son imprescindibles para la empresa Pastry Shop, por medio del sistema de ventas se registrará la información del cliente como su nombre, correo, edad y compras realizadas y se les enviará trimestralmente catálogos virtuales por vía electrónica, con la finalidad de fidelizar al cliente.

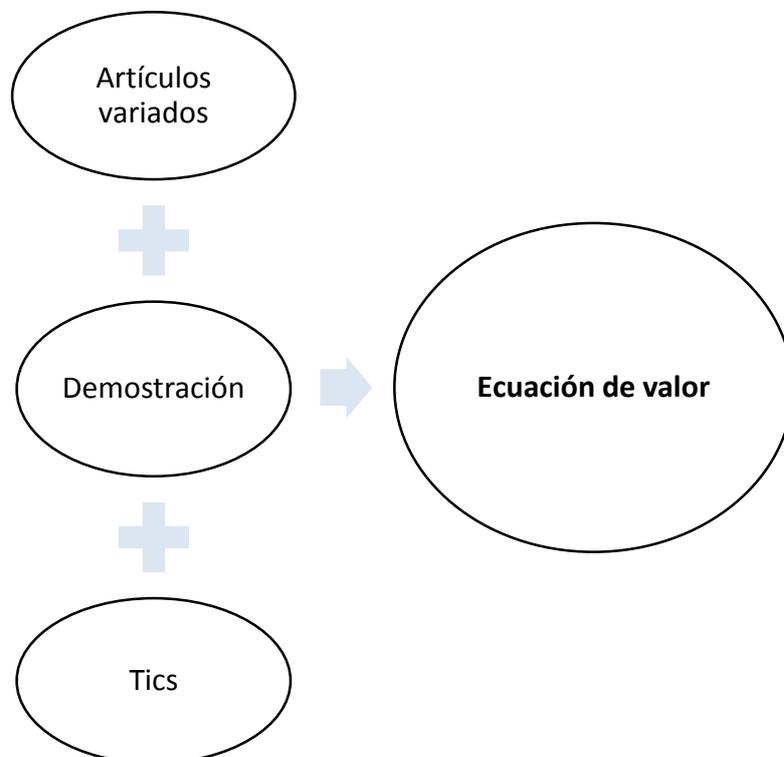


Figura 9: Ecuación de valor

#### **3.1.4 Determinación de la marca a usar**

Pastry Shop no contará con marca propia, debido a que los productores de China colocan su propia marca a los artículos de repostería. Por el momento se busca que el enfoque del cliente vaya dirigido a la identificación de la empresa, dado que en una fase inicial del negocio ocasionaría costos adicionales, es por ello que la empresa utilizará otras formas de vinculación y reconocimiento del cliente con la empresa.

### **3.2 Investigación de mercado objetivo**

#### **3.2.1 Segmentación de mercado objetivo (macro y micro segmentación)**

El proceso de investigación de mercado se ha iniciado desde una macro segmentación hasta una microsegmentación, es decir; se ha identificado y analizado las variables, así como el reconocimiento de la demanda y oferta del mercado, en relación a los artículos de repostería.

##### **3.2.1.1 Macro segmentación**

En el 2016 las importaciones peruanas registraron los valores más bajo (US\$ 36,286 millones) de los últimos cinco años. Por el contrario, en el 2017 las importaciones peruanas lograron variaciones positivas (US\$ 39,882 millones), un 9.9% más que el año anterior. El resultado se dio por el crecimiento de los bienes intermedios (17.9%), así como el repunte de los bienes de consumo (8.4%), rubros que tuvieron resultados negativos en 2016.

ComexPerú señala que: “en lo que respecta al origen de las importaciones, los países más destacados en 2017 fueron China, por lo cual las compras

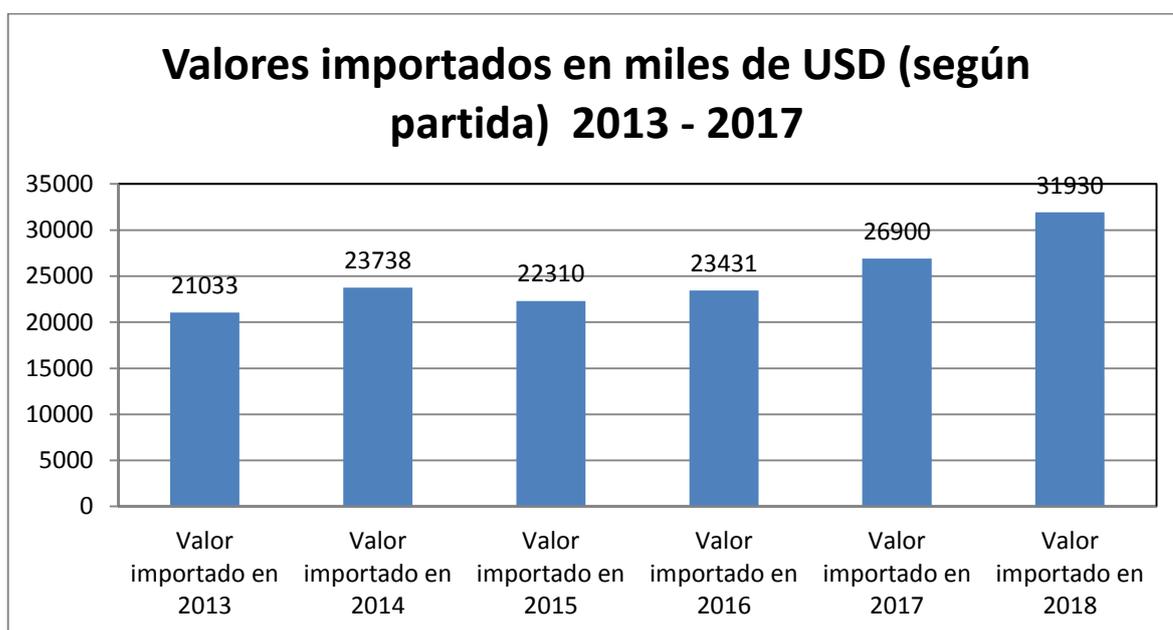
ascendieron a US\$ 8,870 millones, un 7.7% más que en 2016; EE.UU, con US\$ 8,074 millones (+13.7%); Brasil, con US\$ 2,460 millones (+15.5%); México, con US\$ 1,775 millones (+5.9%); y Ecuador, con US\$ 1,568 millones (+42.5%)” (ComexPerú, 2018). Ecuador volvió a estar entre los cinco principales países de origen de las importaciones, luego de haber ocupado el noveno puesto en el 2016.

Finalizando el 2018, las importaciones peruanas sumaron un total de US\$ 43,791 millones, teniendo como primer socio comercial a China, con un valor total de US\$ 9,273 millones. Este crecimiento se explica principalmente por el incremento de las adquisiciones del exterior de materias primas y productos intermedios, las cuales registraron compras por US\$21.797 millones y representan el 49,8% del total importado por el Perú.



Figura 10: Intercambio comercial del Perú  
Fuente: Camtrade Plus

El mercado de la repostería en Lima, se observa que está en crecimiento y muestra de ello son los valores de las importaciones peruanas que se encuentran registrados en Sunat entre los últimos cinco años. El 2017 tuvo los mayores valores importados de artículos para el servicio de mesa o de cocina, de plástico (P.A 3924.10.90.00) a pesar de que el 2015 las importaciones cayeron a 22,310 miles de USD.



*Figura 11: Valores importados en miles de USD (de acuerdo a la partida arancelaria)*  
Fuente: Trademap

Globalmente, las principales importaciones de Perú provienen de China (\$8,17 Miles de millones), Estados Unidos (\$6,74 Miles de millones), Brasil (\$2,06 Miles de millones), México (\$1,68 Miles de millones) y Chile (\$1,37 Miles de millones). De acuerdo a la partida arancelaria 3924.10.90.00 - Demás vajillas y demás artículos para el servicio de mesa o de cocina, de plástico, en el 2017 se registraron como principales socios comerciales, China (\$ 24683132.9), Colombia (\$ 18244505.67) y Estados Unidos (\$ 2164804.08).

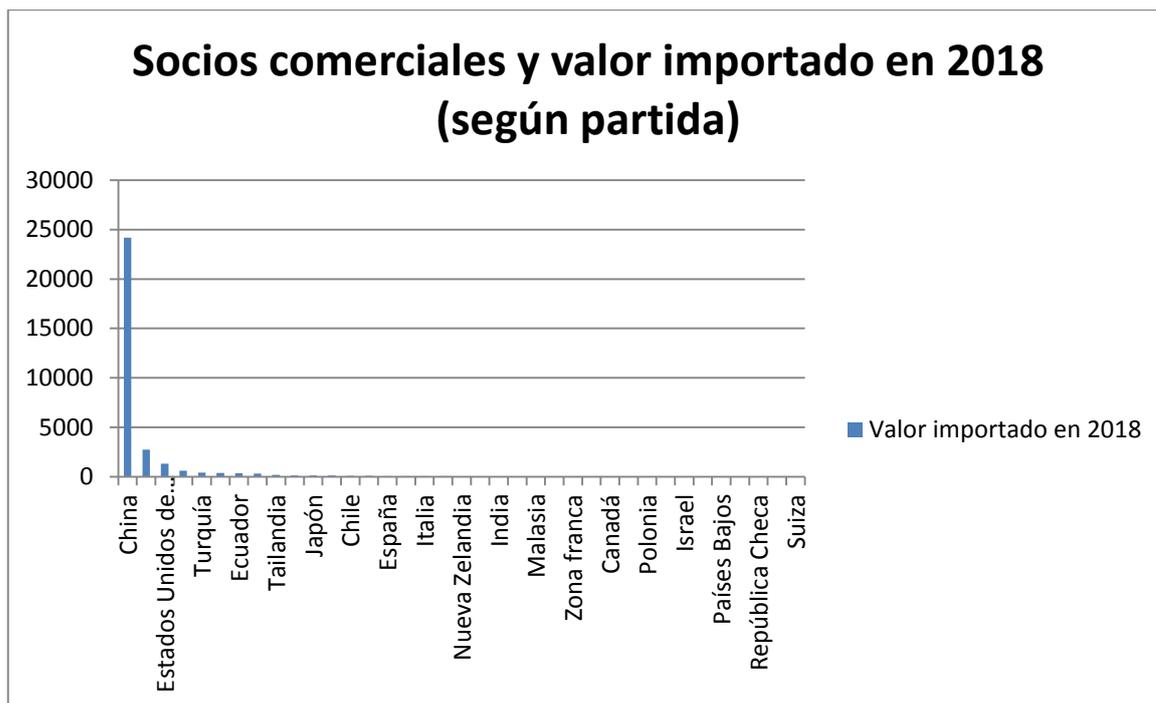


Figura 12: Importaciones peruanas desde el mundo (de acuerdo a la partida arancelaria)  
Fuente: Trademap

En la Figura, se puede observar que el principal socio comercial de Perú es China, de acuerdo a la partida arancelaria mencionada. Tal como se observa en la Tabla 11, en el 2017 se obtuvieron las mayores importaciones de China con 19832 miles de USD.

Tabla 11

Importaciones peruanas desde China (miles de US\$) de acuerdo a la partida

Código del producto	Descripción del producto	Perú importa desde China (US\$)					
		Valor en 2013	Valor en 2014	Valor en 2015	Valor en 2016	Valor en 2017	Valor en 2018
3924109000	Vajilla y demás artículos para servicio de mesa o de cocina, de plástico: Vajilla y demás artículos.	13760	15415	14854	15817	19832	24190

Fuente: Trademap

### 3.2.1.2 Micro segmentación

- Segmentación geográfica

Entre todos los departamentos del país, Lima es la que cuenta con mayor número de habitantes, la población asciende a 11 millones 351 mil 200 habitantes, con una participación del 35.3% en relación a los demás departamentos del Perú, de los cuales 11 millones 149 mil 300 habitantes pertenecen a población urbana, tal como se muestra en la Figura 13, por lo que se ha determinado que la segmentación de mercado estará dirigido hacia el departamento de Lima, específicamente a la ciudad de Lima, ya que es la ciudad con más población.

DEPARTAMENTO	TOTAL		URBANA		RURAL	
	Miles	%	Miles	%	Miles	%
Lima	11,351.2	35.3	11,149.3	45.0	201.9	2.7
La Libertad	1,928.2	6.0	1,511.6	6.1	416.6	5.6
Piura	1,887.2	5.9	1,464.0	5.9	423.2	5.7
Cajamarca	1,540.0	4.8	538.5	2.2	1,001.5	13.6
Puno	1,457.0	4.5	793.4	3.2	663.6	9.0
Junin	1,379.9	4.3	907.7	3.7	472.2	6.4
Cusco	1,338.9	4.2	745.0	3.0	593.9	8.0
Arequipa	1,329.8	4.1	1,197.8	4.8	132.0	1.8
Lambayeque	1,290.6	4.0	1,062.9	4.3	227.7	3.1
Ancash	1,166.2	3.6	714.9	2.9	451.3	6.1
Loreto	1,068.1	3.3	722.7	2.9	345.4	4.7
Huanuco	878.2	2.7	341.3	1.4	536.9	7.3
San Martín	873.6	2.7	572.4	2.3	301.2	4.1
Ica	810.2	2.5	747.1	3.0	63.1	0.9
Ayacucho	711.1	2.2	388.3	1.6	322.8	4.4
Ucayali	512.4	1.6	408.2	1.6	104.2	1.4
Huancavelica	505.5	1.6	118.6	0.5	386.9	5.2
Apurímac	464.6	1.4	186.7	0.8	277.9	3.8
Amazonas	425.8	1.3	193.7	0.8	232.1	3.1
Tacna	354.2	1.1	309.0	1.2	45.2	0.6
Pasco	310.6	1.0	202.2	0.8	108.4	1.5
Tumbes	246.0	0.8	234.3	0.9	11.7	0.2
Moquegua	186.0	0.6	148.6	0.6	37.4	0.5
Madre de Dios	146.9	0.5	116.1	0.5	30.8	0.4
<b>TOTAL</b>	<b>32,162.2</b>	<b>100.0</b>	<b>24,774.3</b>	<b>100.0</b>	<b>7,387.9</b>	<b>100.1</b>

Figura 13: Población urbana y rural según departamentos 2018  
Fuente: CPI

- **Segmentación demográfica**

En la población de Lima metropolitana, los grupos de edad con mayor población están entre los 25 y 39 años, como se aprecia en la Figura 14 y con una participación del 24.5% en relación a los demás grupos de edad de la población de Lima. Se precisa que existen diferencias psicográficas y de comportamiento dentro del rango de edad mencionado.

- Edad: 25 - 39 años
- Sexo: Femenino/masculino
- Estado Civil: Soltero(a) o casado(a)
- Nivel Educativo: Técnico – Profesional

GRUPOS DE EDAD	TOTAL		MASCULINO		FEMENINO	
	Miles	%	Miles	%	Miles	%
00 - 05 años	957.9	9.2	489.5	9.7	468.4	8.8
06 - 12 años	1,108.7	10.7	566.7	11.3	542.0	10.2
13 - 17 años	843.0	8.1	422.1	8.4	420.9	7.9
18 - 24 años	1,325.7	12.8	654.7	13.0	671.0	12.6
<b>25 - 39 años</b>	<b>2,526.5</b>	<b>24.5</b>	<b>1,222.5</b>	<b>24.3</b>	<b>1,304.0</b>	<b>24.3</b>
40 - 55 años	2,015.6	19.4	960.8	19.1	1,054.8	19.8
56 - + años	1,587.9	15.3	714.0	14.2	873.9	16.4
<b>TOTAL</b>	<b>10,365.3</b>	<b>100.0</b>	<b>5,030.3</b>	<b>100.0</b>	<b>5,335.0</b>	<b>100.0</b>

Figura 14: Lima metropolitana: Población por sexo y grupos de edad 2018  
Fuente: CPI

- **Segmentación psicográfica**

- Intereses: Aficionados a la repostería y/o decoración de tortas
- Personas que se desarrollan en el rubro de la repostería y/o decoración de tortas de manera dependiente o independiente.
- Estilo de vida: Progresista (Desean el progreso familiar, emprendedores en búsqueda de oportunidades, generar ingreso a través de un negocio propio, tienden a estudiar carreras cortas para generar un ingreso económico) y Moderno (Trabajan y/o estudian buscando su realización profesional).
- Rasgos de personalidad: Detallistas y uso de internet.
- Nivel socioeconómico: C (Trabajadores manuales calificados y no calificados).  
El segmento al cual Pastry Shop está enfocado es a mujeres y hombres que tienen gusto por la repostería, desean desarrollarse en el rubro para formar un negocio relacionado a la decoración de tortas o se desarrollan de manera dependiente.

En el estudio nacional del consumidor peruano, realizado por Arellano Marketing, se define los tipos de estilo de vida de los peruanos consumidores con sus respectivos porcentajes. De acuerdo al planteamiento del segmento de mercado se ha decidido que el público objetivo es progresista y moderno y cuentan con un 18% y 28% respectivamente de participación en relación al total de tipos de consumidores.

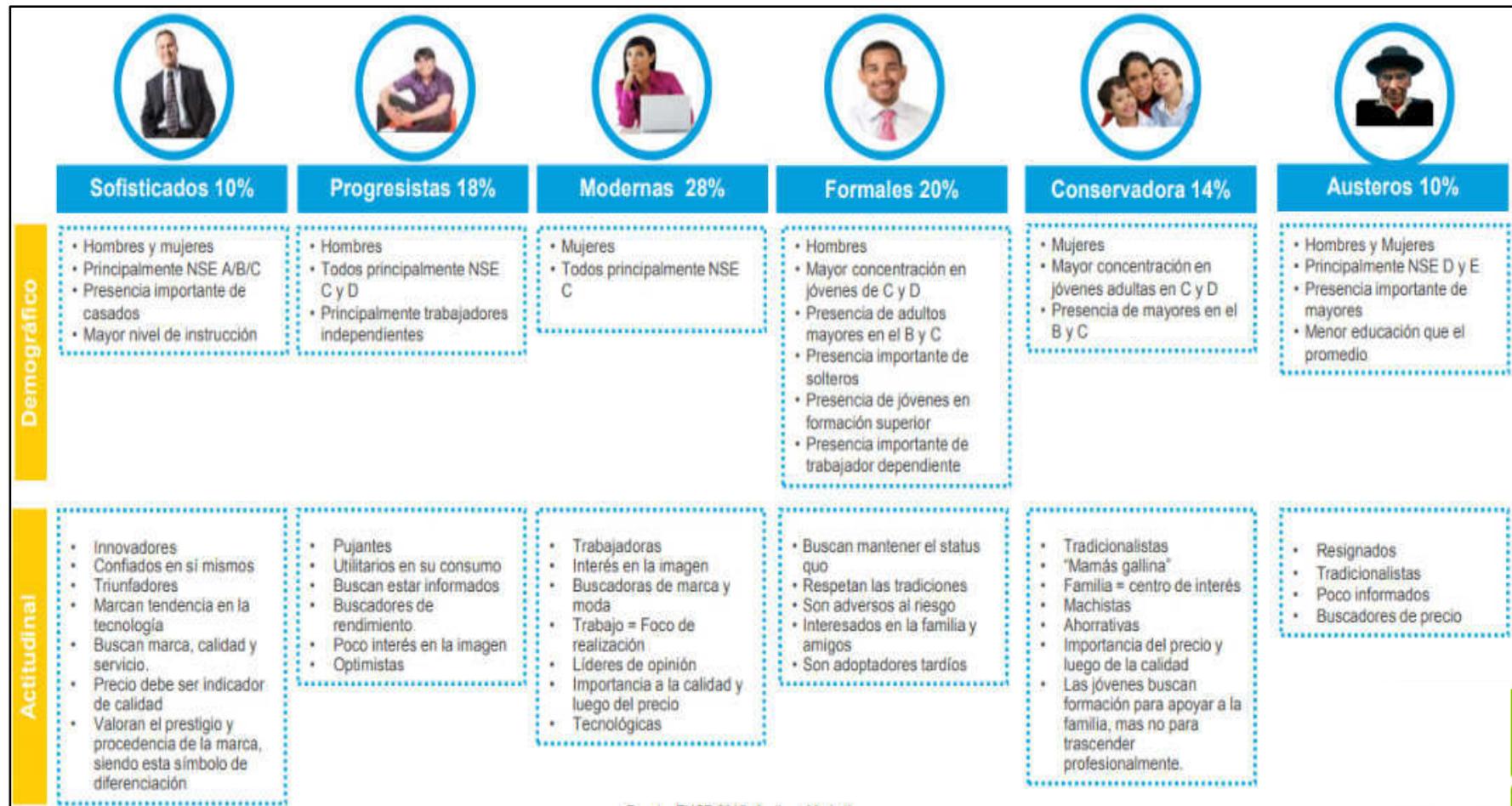


Figura 15: Estudio nacional del consumidor peruano de internet - Tipos de Estilo de vida 2017  
Fuente: Arellano Marketing

Por otro lado, el nivel socioeconómico C (clase media) tienen los mayores porcentajes poblacionales en el rango de edad al cual se está direccionado. El 42.2% de la población se encuentra en dicho nivel socioeconómico.

NSE	HOGARES		POBLACIÓN		POBLACION POR GRUPOS DE EDAD						
	Mls.	%	Mls.	%	00 - 05 años	06 - 12 años	13 - 17 años	18 - 24 años	25 - 39 años	40 - 55 años	56 - + años
A/B	815.9	29.4	2,995.5	28.9	197.5	284.7	217.3	330.6	670.8	647.8	646.8
<b>C</b>	<b>1,137.7</b>	<b>41.0</b>	<b>4,374.2</b>	<b>42.2</b>	<b>356.0</b>	<b>455.4</b>	<b>356.9</b>	<b>553.6</b>	<b>1081.0</b>	<b>894.0</b>	<b>677.3</b>
D	646.6	23.3	2,384.0	23.0	290.3	284.4	214.0	357.2	632.9	395.0	210.2
E	174.8	6.3	611.6	5.9	114.1	84.2	54.8	84.3	141.8	78.8	53.6
<b>Total Lima Metropolitana</b>	<b>2775</b>	<b>100.0</b>	<b>10365.3</b>	<b>100.0</b>	<b>957.9</b>	<b>1108.7</b>	<b>843.0</b>	<b>1325.7</b>	<b>2526.5</b>	<b>2015.6</b>	<b>1587.9</b>

*Figura 16:* Lima Metropolitana: Hogares y población por sexo y grupos de edad según nivel socioeconómico 2018 (en miles)  
Fuente: CPI

En la Figura 17 siguiente, se aprecian datos del crecimiento del Internet en nuestra sociedad como: 6 de cada 10 personas hacen uso de Internet al menos una vez al día y sólo el 15 % compra online; dicho esto las compras online van en aumento pero aún no se han masificado a nivel nacional.



Figura 17: Oportunidades en el Comercio Electrónico 2017  
Fuente: Internovam

- **Segmentación por comportamiento**
- Búsqueda del beneficio: Productos de grado alimenticio.
- Ocasión de compra: media-frecuente.
- Status del usuario: Usuarios potenciales y habituales.
- Situación de lealtad: Cualquier marca.

### 3.2.2 Definición del perfil del consumidor

El perfil del consumidor se define como mujeres y hombres de lima, progresistas y modernos, en el rango de 25 a 39 años, que se encuentran en un nivel socioeconómico C. Cuentan con el gusto por la repostería o laboran como independiente o dependiente en el rubro, están arraigadas al emprendimiento a través de pequeños negocios propios porque son autosuficientes económicamente y realizan compras con mediana frecuencia.

El consumidor hace uso frecuente del internet, lo utiliza como una forma de buscar información sobre las novedades y promociones de productos; asimismo usan las redes sociales para tener información de las empresas, sus productos, tienen influencia sobre los demás consumidores ya que dan a conocer sus gustos y disgustos de las empresas y sus productos.

### 3.2.3 Medición del mercado objetivo

Para la medición del mercado objetivo se ha establecido que el segmento al cual se está dirigido son: Mujeres y hombres, de 25 a 39 años, del nivel socioeconómico C de la ciudad de Lima.

Se realizó encuestas a 210 personas de la ciudad de Lima. Dichas encuestas fueron divididas por zonas geográficas; es decir 30 personas para cada zona y se determinó lo siguiente:

- ✓ **El 74.76% en algún momento ha comprado artículos de repostería y/o similares.**

Tabla 12

En algún momento ha comprado artículos de repostería y/o similares.

Opciones	%	N° personas
Si	74.76%	157
No	25.24%	53
<b>Total</b>	100%	210

Fuente: Encuesta

### Temas en los que han sido capacitados y cursos de interés

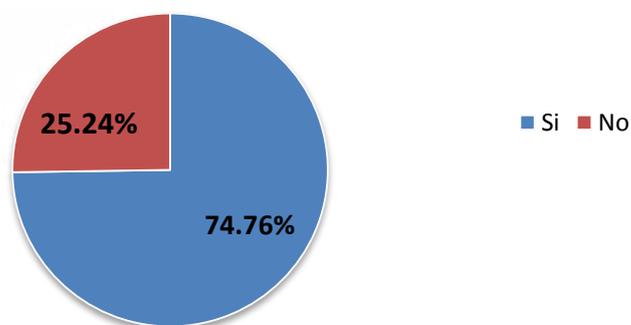


Figura 18: En algún momento ha comprado artículos de repostería y/o similares

✓ **El 64.76% si compraría algún artículo de repostería.**

Tabla 13

Si compraría algún artículo de repostería y/o similares.

Opciones	%	N° personas
<b>Si</b>	64.76%	136
<b>No</b>	35.24%	74
<b>Total</b>	100%	210

Fuente: Encuesta

### En algún momento ha comprado artículos de repostería y/o similares

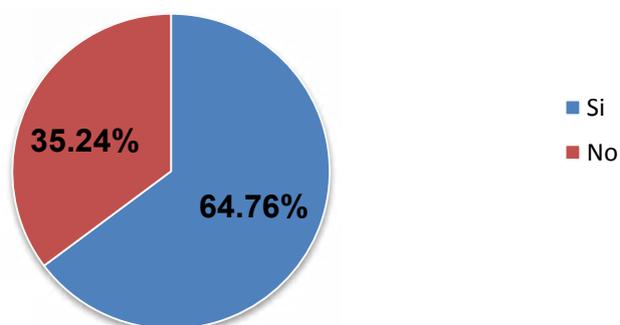


Figura 19: Si compraría algún artículo de repostería y/o similares.

- ✓ **El 90% en alguna oportunidad ha realizado compras en el mercado central.**

Tabla 14

En alguna oportunidad ha realizado compras en el mercado central.

Opciones	%	N° personas
<b>Si</b>	90.00%	189
<b>No</b>	10.00%	21
<b>Total</b>	100%	210

Fuente: Encuesta



Figura 20: En alguna oportunidad ha realizado compras en el mercado central

- ✓ **El 65.71% de los encuestados conoce a alguno de nuestros competidores.**

Tabla 15

Conoce a algún comerciante de artículos de repostería y/o similares en la zona.

Opciones	%	N° personas
<b>Si</b>	65.71%	138
<b>No</b>	34.29%	72
<b>Total</b>	100%	210

Fuente: Encuesta

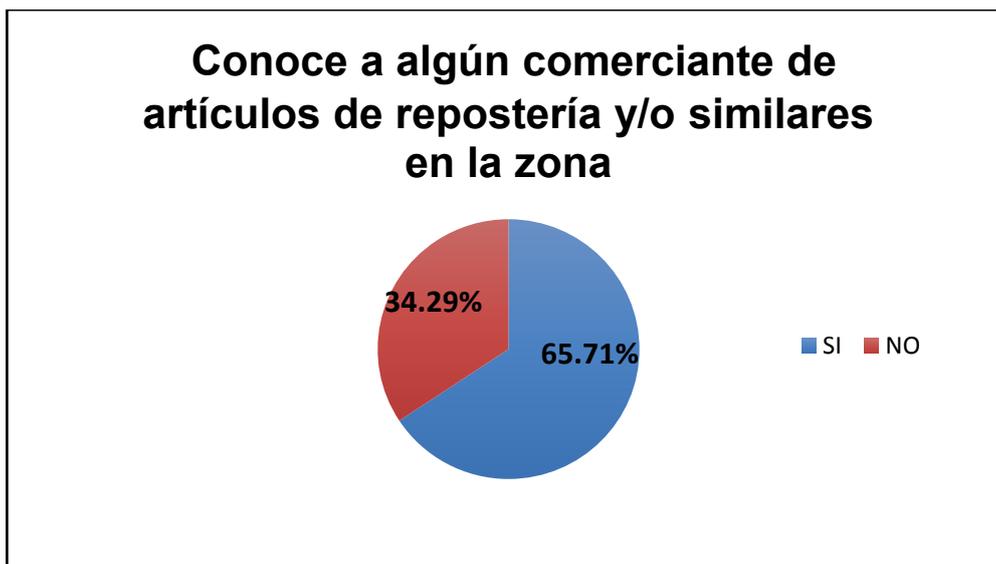


Figura 21: Conoce a algún comerciante de artículos de repostería y/o similares en la zona

✓ El 37.14% realiza compras continuas de artículos de repostería y/o similares.

Tabla 16

Realiza compras continuas de artículos de repostería y/o similares.

Opciones	%	N° personas
Si	40.48%	85
No	59.52%	125
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>210</b>

Fuente: Encuesta

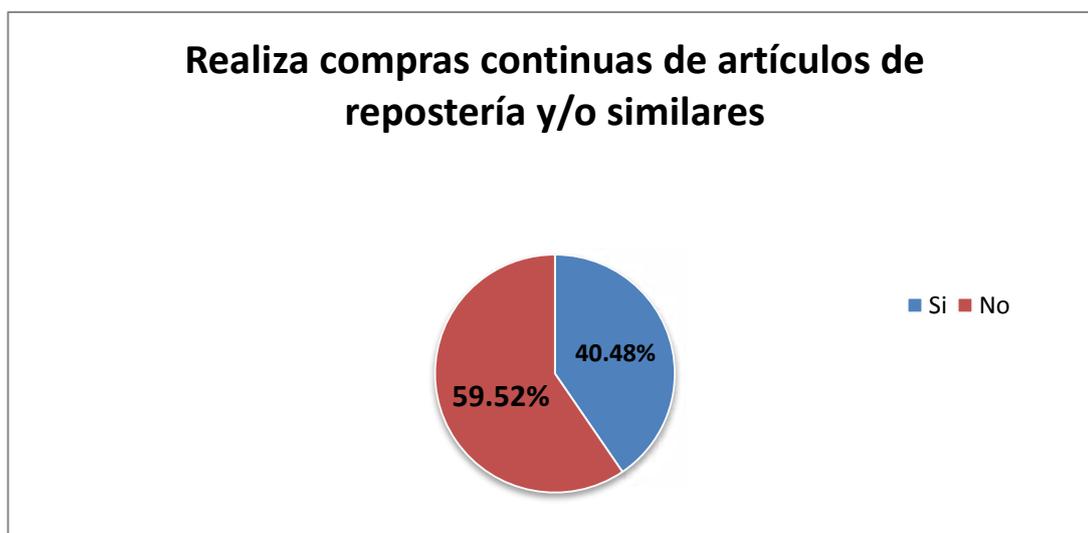


Figura 22: Realiza compras continuas de artículos de repostería y/o similares

✓ El 69.05% realiza sus compras 3 veces al año.

Tabla 17

Cuántas veces al año compraría o compra artículos de repostería y/o similares

Opciones	%	N° personas
2 veces	13.81%	29
3 veces	69.05%	145
4 veces	11.43%	24
Más de 4 veces	5.71%	12
Total	100%	210

Fuente: Encuesta

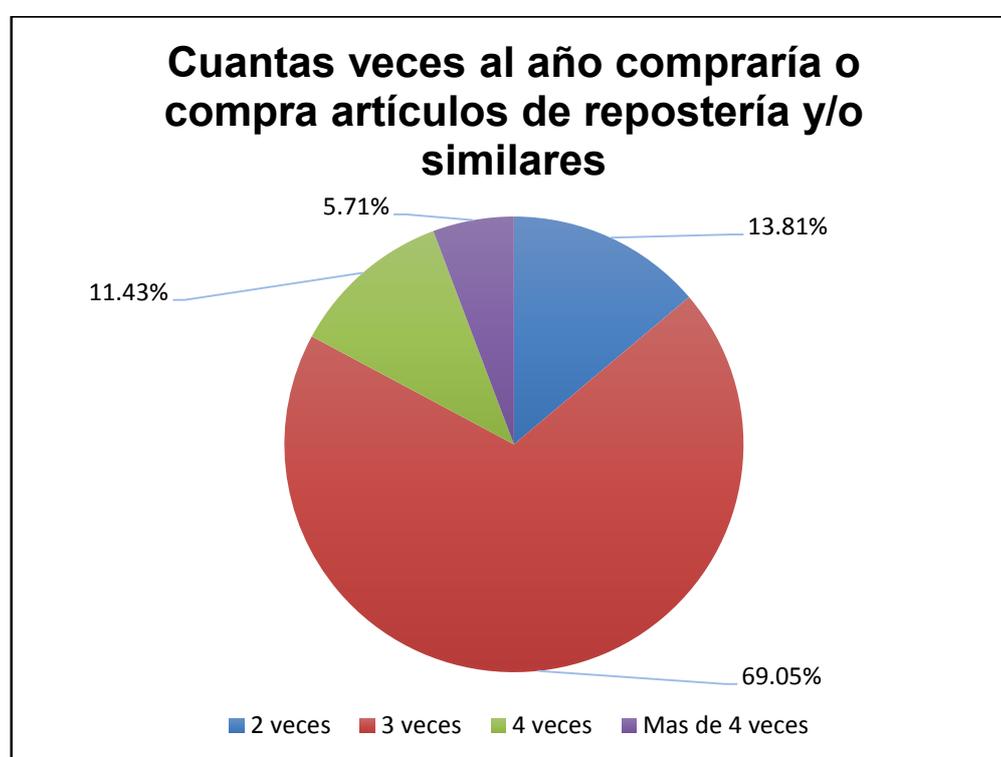


Figura 23: Cuántas veces al año compraría o compra artículos de repostería y/o similares

De acuerdo a la capacidad de Pastry Shop, se determinó que en el primer año se abastecerá al 5% del público objetivo, y para los próximos años habrá un aumento del 3% anual.

### 3.3 Análisis de oferta y demanda en el mercado

#### 3.3.1 Análisis de oferta

China es el país con mayores exportaciones de artículos con la partida 3924.10.90.00 - Demás vajillas y demás artículos para el servicio de mesa o de cocina, de plástico. A nivel mundial sus exportaciones representan el 48,5 %.

Tabla 18

10 primeros países exportadores, con la partida 3924.10.90.00 - Demás vajillas y demás artículos para el servicio de mesa o de cocina, de plástico

Exportadores	Valor exportado en 2018 (miles de USD)	Cantidad exportada en 2018	Medida	Participación Exp. mundiales (%)
Mundo	11118813	0	No medida	100
China	5635832	1394594	Toneladas	50,7
Estados Unidos de América	490116	0	No medida	4,4
Alemania	417318	65989	Toneladas	3,8
Bélgica	397120	51460	Toneladas	3,6
Italia	365377	85299	Toneladas	3,3
Turquía	302841	108190	Toneladas	2,7
Países Bajos	302448	48503	Toneladas	2,7
Taipéi Chino	292349	77864	Toneladas	2,6
Reino Unido	194039	25059	Toneladas	1,7
Polonia	191284	35870	Toneladas	1,7
Francia	183479	29209	Toneladas	1,7

Fuente: Trademap

Se ha detectado algunos potenciales proveedores de China y se establecerá criterios para determinar cuáles son los proveedores que ofrecen mayores beneficios.

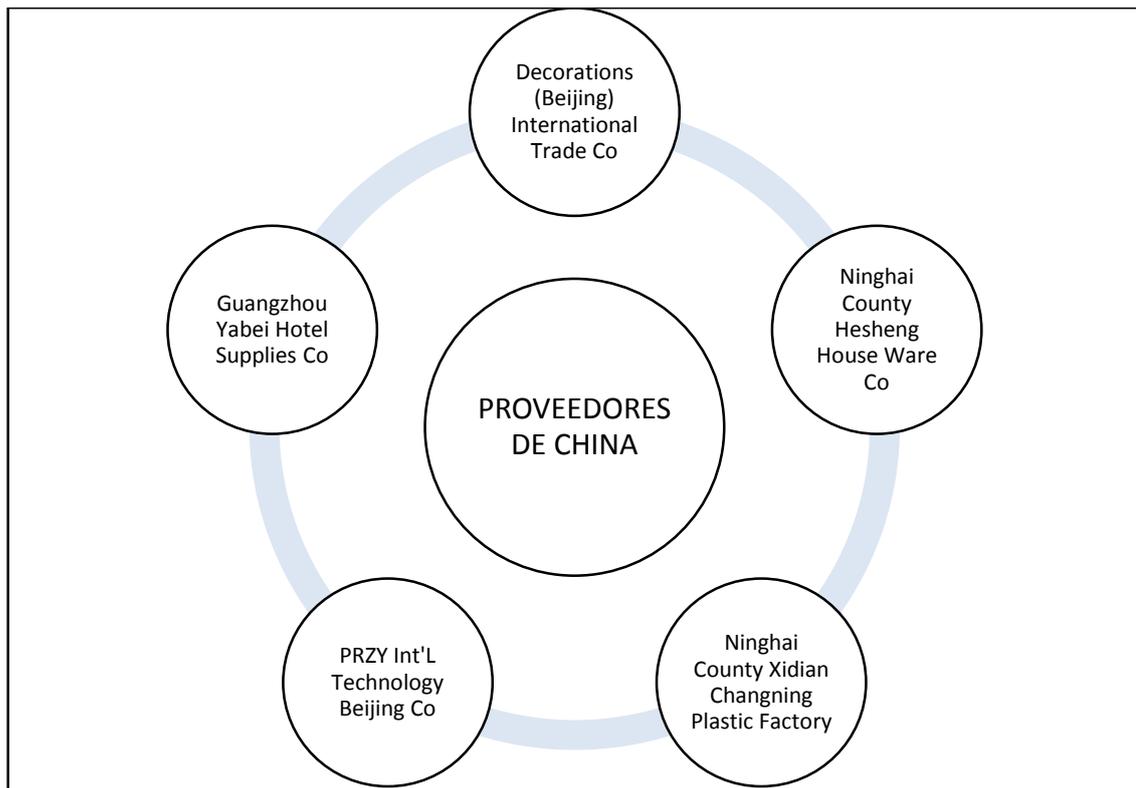


Figura 24: Proveedores de China

En la Figura, se ha comparado a los proveedores potenciales bajo algunos criterios como tiempo en el mercado, tipo de empresa, ubicación, certificación y especialización de los productos.

Tabla 19

Potenciales Proveedores Chinos

Empresas de China	Decorations (Beijing) International Trade Co	Ninghai County Hesheng House Ware Co	Ninghai County Xidian Changning Plastic Factory	PRZY Int'L Technology Beijing Co	Guangzhou Yabei Hotel Supplies Co
Tipo	Fabricante y comercializador	Fabricante y comercializador	Fabricante	Fabricante y comercializador	Fabricante y comercializador
Año establecido	2011	2014	2008	2007	2010
Empleados	101 - 200	51 - 100	51 - 100	11-51	11-51
Certificación	ISO9001	SMEC	SGS	FDA	LFGB
Ubicación	Beijing	Zhejiang	Yangjiang	Beijing	Guangdong
Especialización	Herramienta de repostería	Cortadores	Repostería y cocina	Repostería y cocina	Herramienta de repostería

Fuente: Aliexpress, Alibaba

### 3.3.2 Análisis y cálculo de la demanda

Tabla 20

Lima Metropolitana Población 25 a 39 años: Segmento C

<b>AÑOS</b>	<b>POBLACIÓN</b>
2011	855,800
2012	868,500
2013	909,600
2014	1,010,200
2015	1,018,500
2016	1,027,878
2017	1,061,200
2018	1,081,000

Fuente: CPI

Tabla 21

Demanda total: Lima Metropolitana, Población 25 a 39 Años, Segmento C

<b>Años</b>	<b>Población</b>	<b>Personas que en algún momento ha comprado artículos de repostería y/o similares (%)</b>	<b>Demanda total en personas</b>
2011	855,800	74.76%	639,812
2012	868,500	74.76%	649,307
2013	909,600	74.76%	680,034
2014	1,010,200	74.76%	755,245
2015	1,018,500	74.76%	761,450
2016	1,027,878	74.76%	768,461
2017	1,061,200	74.76%	793,373
2018	1,081,000	74.76%	808,176

Fuente: CPI

Tabla 22

Demanda total en soles

	AÑOS							
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Lima metropolitana - Población de 25 a 39 años: Segmento C</b>	855,800	868,500	909,600	1,010,200	1,018,500	1,027,878	1,061,200	1,081,000
<b>Lima metropolitana - Población de 25 a 39 años: Segmento C</b>	639,812	649,307	680,034	755,245	761,450	768,461	793,373	808,176
<b>Población total/Población que alguna vez compro</b>	74.76%	74.76%	74.76%	74.76%	74.76%	74.76%	74.76%	74.76%

<b>N° de personas</b>	639,812	649,307	680,034	755,245	761,450	768,461	793,373	808,176
<b>Personas dispuestas a comprar</b>	64.76%	64.76%	64.76%	64.76%	64.76%	64.76%	64.76%	64.76%
<b>Qd (N° de personas)</b>	414,355	420,504	440,403	489,111	493,130	497,670	513,804	523,390
<b>Cantidad demandada (Total N° compras)</b>								
<b>N° de compras al año</b>	3	3	3	3	3	3	3	3
<b>Qd (N° Total de compras anuales)</b>	1,243,064	1,261,511	1,321,209	1,467,333	1,479,389	1,493,011	1,541,411	1,570,171
<b>Monto en S/. Por cada compra</b>	20	20	20	20	20	20	20	20
<b>Total compras anuales</b>	74,583,843	75,690,661	79,272,568	88,039,961	88,763,314	89,580,644	92,484,663	94,210,253

Tabla 23

Demanda y oferta histórica e insatisfecha (y proyectada Soles)

<b>Año</b>	<b>Cantidad demandada (S/.)</b>	<b>Oferta histórica (S/.)</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>
2014	88,039,961	50,869,500	37,170,461
2015	88,763,314	49,018,200	39,745,114
2016	89,580,644	52,196,100	37,384,544
2017	92,484,663	65,445,600	27,039,063
2018	94,210,253	79,827,000	14,383,253
2019	97,036,561	81,423,540	15,613,021
2020	99,947,657	83,052,011	16,895,647
2021	102,946,087	84,713,051	18,233,036
2022	106,034,470	86,407,312	19,627,158
2023	109,215,504	88,135,458	21,080,046

Fuente: CPI

Tabla 24

Mercado potencial, disponible, mercado efectivo y mercado objetivo para el proyecto proyectado a 5 años (S/.)

<b>Indicadores</b>	<b>Año base</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
<b>Mercado potencial</b>	S/.94,210,253	S/.97,036,561	S/.99,947,657	S/.102,946,087	S/.106,034,470	S/.109,215,504
<b>Mercado disponible</b>	S/.14,383,253	S/.15,613,021	S/.16,895,647	S/.18,233,036	S/.19,627,158	S/.21,080,046
<b>Mercado efectivo para el proyecto (40.48%)</b>	S/.5,822,341	S/.6,320,151	S/.6,839,358	S/.7,380,733	S/.7,945,073	S/.8,533,202
<b>Mercado objetivo para el proyecto (4%)</b>	S/.232,894	S/.252,806	S/.273,574	S/.295,229	S/.317,803	S/.341,328
<b>N° Personas</b>	11645	12640	13679	14761	15890	17066
<b>N° de productos que compra cada persona aprox.</b>	3	3	3	3	3	3
<b>N° productos</b>	34,934	37,921	41,036	44,284	47,670	51,199

Fuente: CPI

### 3.3.3 Análisis de competitividad y benchmark

En el mercado peruano, específicamente en la ciudad de Lima, los competidores ofrecen productos similares, algunos de ellos son comercializadores y unos cuantos son importadores, el modelo de negocio es diferente, ya que existe diferencia de enfoque en la segmentación de mercado y en el material del producto.

Se ha establecido como competencia a las empresas que el público objetivo relaciona con el rubro de repostería, entre los que tienen mayor concurrencia de clientela son Grupo Galdiaz, Decolate y Ango.

A continuación, se detallarán las principales características de los competidores:

Tabla 25

Análisis de la competencia

<b>Empresa</b>	<b>Decolate</b>	<b>Grupo Galdiaz</b>	<b>Ango</b>
<b>Tipo de empresa</b>	Comercializador	Importadora	Comercializador
<b>Producto</b>	Artículos de repostería	Artículos de repostería y para el hogar	Artículos de repostería
<b>Ubicación</b>	Lima (Jesús María y Los olivos) y Chiclayo	Cercado de Lima	Lince
<b>Tienda</b>	Física	Física	Virtual y física
<b>Página web y redes sociales</b>	Facebook	Página web, facebook e instagram	Página web y facebook
<b>Material de los artículos</b>	Plástico, metal y silicona	Plástico, metal y silicona	Metal
<b>N° Tiendas</b>	3	2	1

Existen barreras de entrada, ya que se necesita de regular capital para ingresar al mercado, adicionalmente conocer el rubro del negocio y la tendencia de compra de los clientes.

Los proveedores son de China, ya que se especializan en la producción de artículos a base de plástico, empresas tales como: Comercio Internacional Co y Ninghai Heshen Houseware Co.

### 3.3.4 Análisis de precio de importación (compra)

Se revisó los catálogos de productos de los potenciales proveedores de China, se escogió a tres de ellos debido a la variedad de productos y en la siguiente tabla se muestra los precios de algunos productos expresados en valor Fob \$. Con la tabla se quiere demostrar que los precios de los productos de los productores de China son similares.

Tabla 26

Relación de precios FOB \$

N	PICTURE	Item Description	FOB Yabeiu Price (USD/set)	FOB Ninghai Hesheng Price (USD/set)	FOB PrZY Int'L Technology Price (USD/set)
1		Set plastic alphabet cookie cutter	1.27	0.55	1.00
2		Plastic flower 2-piece plunger cutter	0.43	0.35	0.40
3		8-Piece Plastic Cookie Cutter/ Biscuit Mold	0.76	-	-

N	PICTURE	Item Description	FOB Yabeiu Price (USD/set)	FOB Ninghai Hesheng Price (USD/set)	FOB PrZY Int'L Technology Price (USD/set)
4		Plastic fondant decoration 5-piece carving tools	0.48	0.40	0.45
5		Cookie dropping machine	2.96	2.20	2.35
6		Plastic scraper yellow	0.21	0.18	0.25
7		Set of 3 fondant plunger snowflower cutter	0.60	0.40	0.50
8		Set of 3 fondant plunger leaf cutter	0.60	0.45	0.49
9		Set of 3 fondant leaves ABS material	0.43	0.45	-
10		Fondant decoration roller 240mm	0.93	0.85	0.75
11		Fondant decoration roller 370*45mm	0.93	0.80	0.95
12		Set of 3 butterfly cutter	0.48	0.45	-
13		Set of 4 fruit design fondant plunger cutter	0.68	0.45	-

N	PICTURE	Item Description	FOB Yabeiu Price (USD/set)	FOB Ninghai Hesheng Price (USD/set)	FOB PrZY Int'L Technology Price (USD/set)
14		Set of 3 heart ABS material	0.43	0.45	0.49
15		Fondant Modeling Tools 12 Pcs	1.61	1.50	1.55

El proveedor seleccionado es Guangzhou Yabei Hotel Supplies Co, debido a la gama de productos que ofrece, a pesar que el precio Fob tiene un incremento mínimo a diferencia de los demás proveedores, es el proveedor que tiene variedad de productos en stock.

### 3.3.5 Análisis y determinación de formas de distribución

Pastry Shop ha determinado la siguiente forma de distribución:

- Distribución corta y directa: Desde la solicitud de cotización y la generación del pedido, se ha establecido que intervengan los agentes necesarios e imprescindibles, de modo a que se incurra en los costos básicos sin exceder en pagos por altas comisiones.
- El proveedor a través del agente de carga, enviará por vía marítima los artículos, una vez que se encuentren en el puerto del callao, serán recibidos por parte del personal de Pastry Shop y transportados por vía terrestre a la ubicación de la tienda.
- Una vez que los productos hayan sido nacionalizados, se exhibirán en tienda, debido a la personalización en la atención, al permitir una venta directa se reducen los costos de distribución.

### **3.3.6 Análisis del entorno**

#### **3.3.6.1 Macro ambiente**

##### **Político y legal**

- El 2017, ha mostrado un entorno político inestable debido a la corrupción de jueces, expresidentes y candidatos presidenciales en el caso Lava Jato.
- El 2018 se dio la renuncia del expresidente Pedro Pablo Kuczynski y el ascenso del exviceministro y actual presidente de la república Martin Vizcarra, en conclusión inestabilidad política en el país.

##### **Económico**

- Un eventual período de volatilidad financiera, vinculado al alza esperada de las tasas de interés en Estados Unidos.
- Proyección del Tipo de Cambio: según el BCRP, el tipo de cambio cerraría en S/ 3.50 para 2019.
- Desde el 2017 se ha producido el descenso de la oferta laboral y la migración de personas de nacionalidad venezolana.

##### **Cultural**

- Idioma: El español es el idioma oficial y se usa en gran parte del país. También son parte de la cultura del Perú y reconocidos constitucionalmente: el quechua, que se habla en varias regiones andinas con sus respectivas variantes, y el aymara, predominante en el sur andino. El shipibo, el ashaninka, el aguaruna, utilizadas por comunidades de la Amazonía, son algunas de las 43 lenguas nativas identificadas en el país.

- Religión: De acuerdo a la estadística del 2018 de la CIA, las principales religiones son las siguiente: Español (oficial) 84.1%, quechua (oficial) 13%, aymara (oficial) 1.7%, ashaninka 0.3%, otras lenguas nativas (incluye una gran cantidad de lenguas amazónicas menores) 0.7%, otras (incluye idiomas extranjeros y lenguaje de señas) 0.2%.
- Costumbres: Las fiestas patronales, procesiones, carnavales y rituales, son expresiones de fe en Dios, el respeto a la naturaleza y la celebración de la libertad.
- Gastronomía: Anualmente en Lima se realiza la Feria Gastronómica Internacional llamada Mistura, la cual atrae comensales de diferentes partes del Perú y el mundo.

### **3.3.6.2 Micro ambiente**

#### **Político y Legal**

- Los aspectos legales para formar una empresa son los siguientes:
  1. Búsqueda y reserva de nombre
  2. Elaboración del Acto Constitutivo (Minuta)
  3. Abono de capital y bienes
  4. Elaboración de Escritura Pública
  5. Inscripción en Registros Públicos
  6. Inscripción al RUC para Persona Jurídica
- TLC Perú – China y los grandes volúmenes comerciales.

## **Económico**

- La tasa de desempleo al cierre 2017, de lima metropolitana, fue de 6.2%, repartidos entre 49.8% de mujeres y 50.2% de hombres.
- El ingreso promedio por trabajo creció 4.8%, según el INEI. En el caso de las mujeres, aumentó 6.6% y en los hombres en 3.8%. Para las personas de 25 a 44 años, el ingreso promedio aumentó en 7.8%. (INEI)

## **Cultural**

Dentro de la población limeña, en especial dentro de los distritos seleccionados como mercado objetivo, se tiene las siguientes características en nuestra población:

- Entusiastas con sus proyecciones personales y profesionales.
- Independiente o de dependiente en el rubro.
- Uso de internet.
- Detallistas, modernas y progresistas.

### **3.4 Estrategia de venta y distribución nacional**

Según la longitud del canal de distribución:

- Canal directo: consta de sólo dos entidades, el proveedor Chino y Pastry Shop.

Según la tecnología de compraventa

- Canales electrónicos: A través de internet se podrán realizar consultas, información sobre los productos, envío de catálogos.

### 3.4.1 Estrategia de segmentación

La estrategia a utilizar es concentrada o de concentración, dado que se presentan varios segmentos de mercado, aunque Pastry Shop estará direccionada hacia un nicho de mercado donde se pueda obtener ventaja competitiva; así mismo se buscará atraer a los clientes potenciales mediante estrategias de marketing y la propuesta de valor del producto.

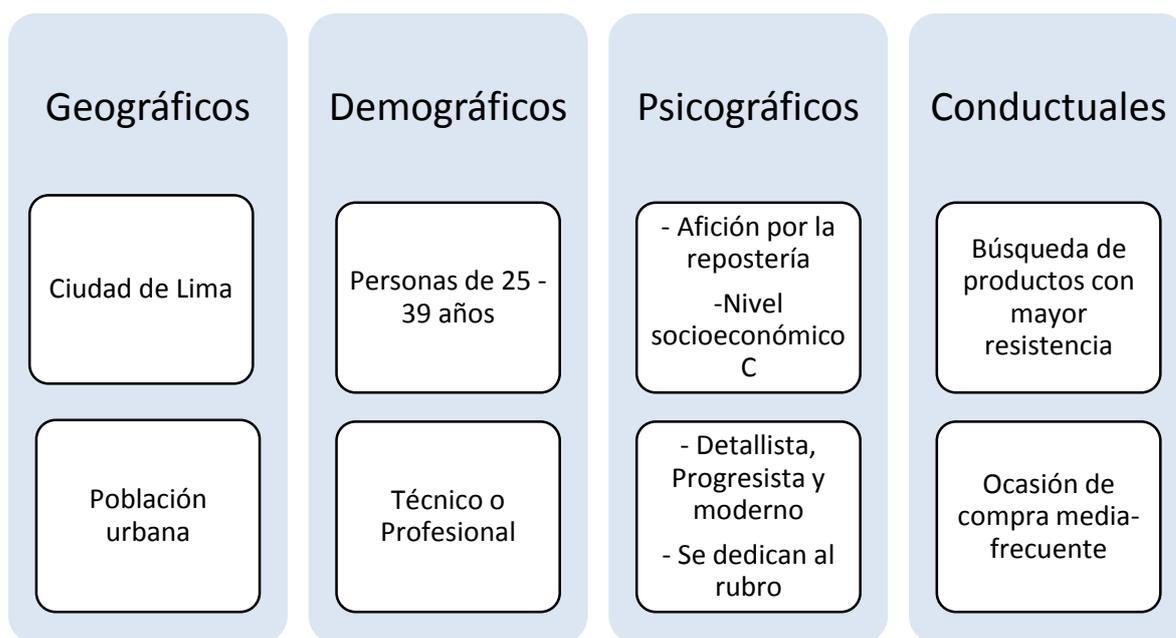


Figura 25: Estrategia de segmentación concentrada

### 3.4.2 Estrategia de posicionamiento

Pastry Shop utilizará la estrategia de posicionamiento basada en un atributo del producto.

El principal atributo de los artículos de repostería, es el material de plástico, adecuados al contacto con insumos alimenticio este modo podrá estar en contacto con insumos sin provocar perjuicio alguno; así mismo son más resistentes.

### 3.4.3 Estrategia de ingreso al mercado

La estrategia que maneja Pastry Shop es la experiencia y conocimiento que tiene en el rubro; así mismo es importador y comercializador, ventas por menor y mayor, lo que le permite ofrecer variedad de productos y tener mayor ventaja sobre la competencia; adicionalmente la promoción irá dirigida al segmento de personas emprendedoras.

### 3.4.4 Estrategia de distribución comercial

La distribución será selectiva a través de un canal directo, sin intermediarios.

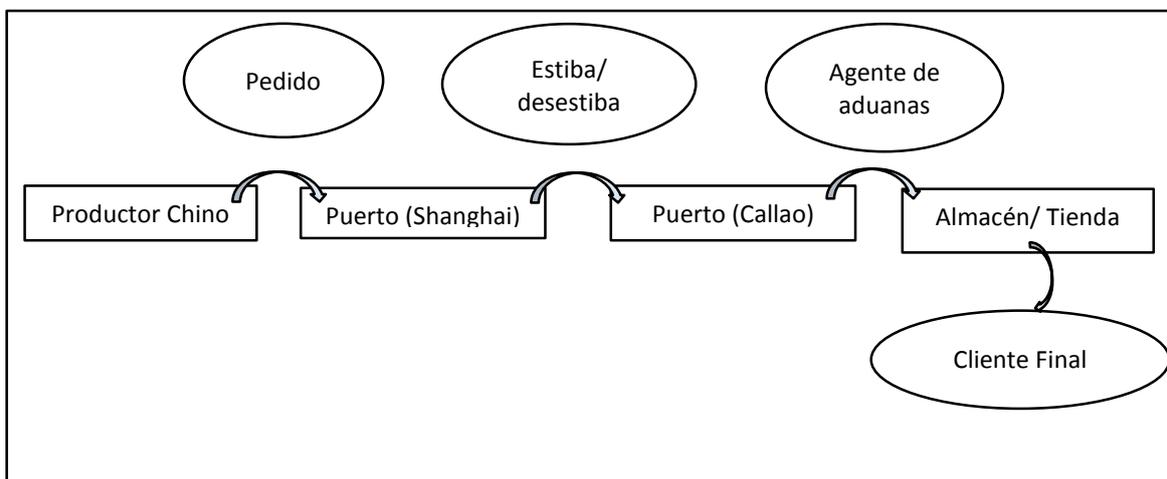


Figura 26: Distribución comercial

### 3.4.5 Estrategia de branding

La empresa contará con la marca del proveedor “Guangzhou Yabei Hotel Supplies Co”; es decir no se contará con marca propia, por lo que la estrategia estará dirigida hacia la empresa “Pastry Shop”.

La imagen de la empresa se posicionará bajo el desarrollo de:

- Productos consistentes y diferenciación con las empresas del rubro: Pastry Shop ofrece productos de plástico, más resistente al de las empresas del

rubro, que en su mayoría ofrecen productos similares de metal (con el tiempo de oxida y deforma)

- Consolidación de la relación con el cliente: A través de una atención directa en tienda, trato amable, atento del vendedor hacia el cliente.
- Desarrollo de catálogo con los productos: En el catálogo se mostrarán los productos que cuenta Pastry Shop.
- Página de fan page en Facebook y página web.
- Consolidación como empresa importadora y comercializadora.

### **3.5 Estrategia de promoción nacional**

#### **3.5.1 Establecer los mecanismos y definir estrategias de promoción, incluida promoción de ventas**

Pastry Shop define como estrategia de promoción los siguientes mecanismos:

- Publicidad vía correo electrónico, Facebook y página web. A través de dichos medios se comunicará sorteos, eventos, envío de catálogos, promociones, videos tutoriales del uso de los artículos e información de la empresa.
- Realización de talleres mensuales en tienda, sin costo alguno, con duración de una hora aproximadamente.

#### **3.5.2 Propuesta de valor**

Se cuenta con la siguiente propuesta de valor:

- Diseño: Pastry Shop ofrece artículos con variedad en sus diseños.

#### **3.5.3 Estrategias de marketing digital y uso de e-commerce**

Pastry Shop utiliza las siguientes herramientas de e-commerce:

- Business-to-Business (B2B): Pastry Shop y Guangzhou Yabei Hotel Supplies Co, mantienen negocios en la comercialización de artículos de repostería desde China hacia Perú, como la elección de los productos a importar y negociación.
- Business-to-Consumer (B2C): Los medios electrónicos como las redes sociales, página web y correos facilitan la interacción y ventas entre Pastry Shop y los clientes.

### **3.6 Políticas de estrategia de precio**

Pastry Shop tiene como política el fijar precios acorde al mercado durante los primeros cinco años de acuerdo a la rentabilidad proyectada, en los meses de verano las ventas bajan debido a la temporada de calor, por lo que se apostará por dar descuentos a compras por montos considerables y otras estrategias de marketing.

## CAPÍTULO IV. Plan de Logística Internacional

### 4.1 Envases, empaques y embalajes

La importación de artículos de repostería de China, será por vía marítima, porque permite el transporte a gran escala, a un costo económico en comparación a otros transportes.

### 4.2 Envases

El artículo de repostería es de plástico. El envase será en blíster, bolsa de polietileno y caja de cartón y transparente, con la marca del productor de China, como se muestra en la Figura 27, 28,29 y 30, ya que permite la presentación del producto en los puntos de venta y su protección en el transporte y manipulación.



*Figura 27:* Envase de los artículos de repostería – Blister



Figura 28: Envase de los artículos de repostería – Caja de cartón



Figura 29: Envase de los artículos de repostería – Bolsa de Polietileno



Figura 30: Envase de los artículos de repostería – Caja transparente

En cuanto a las cantidades y el tipo de envase, varían de acuerdo al tipo de producto, es por ello que en la Tabla 18 se detalla dicha información:

Tabla 27

Relación de los artículos

PICTURE	ITEM DESCRIPTION	UNIT PACKAGING
	Set plastic alphabet cookie cutter	Blister card
	Plastic flower 2-piece plunger cutter	Blister Card
	8-Piece Plastic Cookie Cutter/ Biscuit Mold	Blister Card
	Plastic fondant decoration 5-piece carving tools	Blister Card
	Cookie dropping machine	Gift box
	Plastic scraper yellow	Polybag
	Set of 3 fondant plunger snowflower cutter	Blister Card
	Set of 3 fondant plunger leaf cutter	Blister Card

	set of 3 fondant leaves ABS material	Blister Card
	Fondant decoration roller 240mm	Blister Card
	Fondant decoration roller 370*45mm	Blister Card
	Set of 3 butterfly cutter	Blister Card
	Set of 4 fruit design fondant plunger cutter	Blister Card
	set of 3 heart ABS material	Blister Card
	Fondant Modeling Tools 12 Pcs	Transparent box

#### 4.2.1 Empaques

El empaque de los artículos de repostería cuenta con las siguientes características:

Tabla 28

Característica del empaque

<b>Características</b>	
<b>Embalaje</b>	Caja de cartón corrugado con doble onda
<b>Cajas</b>	120 cm* 100 cm * 65 cm
<b>Color</b>	Marrón

En la Figura 31, se aprecia el modelo de la caja.



*Figura 31: Modelo de empaque*

Los artículos estarán contenidos en cajas que cuentan con la medida de 120 cm\* 100 cm \* 65 cm.

#### **4.2.2 Embalajes**

Las cajas de cartón corrugado serán selladas por cinta adhesiva y película stretch, apiladas en dos y tres niveles.



*Figura 32: Modelo de embalaje*

### **4.3 Diseño del rotulado y marcado**

#### **4.3.1 Diseño del rotulado**

Según la guía informativa sobre rotulado de productos, elaborada por INDECOPI, la información que irá en el rotulado es la siguiente:

- Nombre o denominación del producto.
- País de fabricación.
- Contenido neto del producto, expresado en unidades de masa o volumen.
- En caso de que el producto, contenga algún insumo o materia prima que represente algún riesgo para el consumidor o usuario, debe ser declarado.
- Nombre y domicilio legal en el Perú del fabricante o importador o envasador o distribuidor responsable, según corresponda, así como su número de Registro Único de Contribuyente (RUC).
- Advertencia del riesgo o peligro que pudiera derivarse de la naturaleza del producto, así como de su empleo, cuando estos sean previsibles.
- El tratamiento de urgencia en caso de daño a la salud del usuario, cuando sea aplicable”.

Tabla 29

Modelo de Rotulado

<b>Artículo</b>	Cortador de galleta
<b>País de Fabricación</b>	China
<b>Material</b>	Plástico
<b>Nombre del Importador</b>	Acurio Importaciones S.A.C
<b>R.U.C N°</b>	20728441041
<b>Peso</b>	54 gr
<b>Uso del producto</b>	Herramienta de repostería

4.3.2 Diseño del marcado

El embalaje deberá consignar la siguiente información:



Figura 33: Modelo de marcado de caja

Tabla 30

Modelo de marcado

<b>Nombre del Producto</b>	Cortador de galleta
<b>Producido por</b>	Guangzhou Yabei Hotel Supplies Co
<b>Modelo</b>	03 -1051
<b>Peso neto</b>	51 gr
<b>Peso bruto</b>	54 gr
<b>Cantidad</b>	500
<b>Medida del cartón</b>	73.5 x 25 x 27 Cm
<b>Importado por</b>	Importaciones Acurio S.A.C
<b>Dirección</b>	Jirón Andahuaylas 749 Cercado de Lima
<b>RUC N°</b>	20728441041
<b>Teléfono</b>	536-7914
<b>Hecho</b>	China

Debido al tipo de producto que se importará, se ha determinado utilizar los siguientes pictogramas:



Figura 34: Pictogramas  
Fuente: Diario del exportador

1. Peso máximo encima.
2. Manipular con cuidado.
3. Sensible a la humedad.
4. Protéjase del calor.
5. Lado hacia arriba.
6. Abrir por aquí.

#### **4.4 Unitarización y cubicaje de la carga**

Las importaciones se realizarán como carga suelta, por lo que no se puede definir el contenedor en el que irá, debido a que dependerá que la disponibilidad de espacio al momento de realizar la carga de la mercancía al buque.

Los artículos irán contenidos en 18 cajas distribuidos en 6 palets. A continuación, se detalla la cantidad de artículos y peso de la carga para cada año, teniendo en cuenta que sólo se importará una vez por año.

- Año 2019 - 1,265.66 Kg - 37,921 artículos
- Año 2020 - 1,369.64 Kg - 41,036 artículos
- Año 2021 - 1,478.05 Kg - 44,284 artículos
- Año 2022 - 1,591.07 Kg - 47,670 artículos
- Año 2023 - 1,708.85 Kg - 51,199 artículos

#### 4.5 Cadena de DFI de importación

A continuación se detalla un diagrama de cadena física internacional del producto a importar:



Figura 35: Cadena de DFI de importación

Para trasladar la mercancía desde China a Perú (Lima), se necesitará los siguientes operadores de logística internacional:

1. Proveedor de China realizará la elaboración de los artículos de repostería, a través del pedido realizado procederá a realizar la orden y gestionar la cantidad solicitada.
2. Se transportará la mercancía desde la fábrica en China hasta el depósito ante la aduna.
3. Se realizarán los trámites de exportación ante la aduana.
4. El embarque se dará en el puerto de Ningbo en China.
5. Transporte por vía marítima por medio del incoterm CIF.
6. Desembarque en puerto del Callao.
7. Verificación de la mercancía ante aduana.
8. Carga de la mercancía al transporte local para su movilización al local en Lima.
9. Desestiba de la mercancía y su apilamiento en el almacén del local.

#### **4.6 Seguro de las mercancías**

El tránsito internacional tendrá un tiempo de 45 días desde el puerto de Ningbo hasta el puerto del Callao. Se utilizará el incoterm FOB.

Adicionalmente, se contratará una póliza de seguro flotante tipo B.

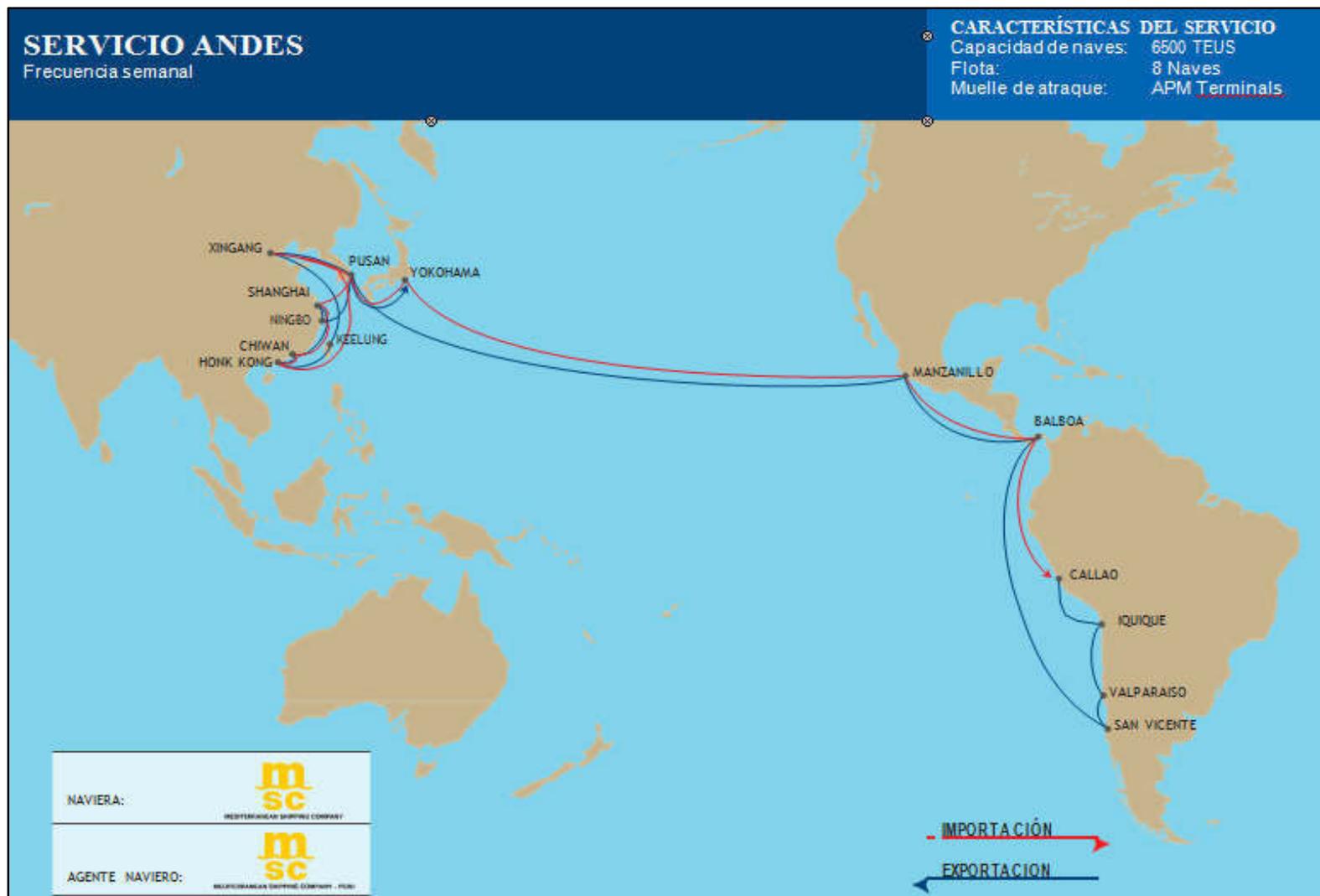


Figura 36: Tránsito Marítimo según puerto de origen

## CAPÍTULO V. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

### 5.1 Fijación de precios

#### 5.1.1 Costos y precios

Modelos	Precio Unit. FOB Guangzhou(\$)	Cantidad (unidades)	Total FOB Ningbo (\$)
K47	1.27	3,522	4,473.57
K45	0.43	1,193	512.84
K514	0.76	2,108	1,602.04
K58	0.48	8,210	3,940.74
O60711	2.96	584	1,728.59
O60936	0.21	334	70.08
YT2515	0.60	1,664	998.50
YT2521	0.60	1,195	716.71
YT2504	0.43	2,579	1,108.81
A01	0.93	2,575	2,394.59
A02	0.93	1,331	1,237.85
YT2524	0.48	1,331	639.04
YT2533	0.68	1,886	1,282.52
C22	0.43	477	205.14
O71734	1.61	8,931	14,378.99
<b>FOB</b>			<b>35,290.00</b>
Flete			95.00
Seguro			882.25
<b>36,267.25</b>			<b>36,112.04</b>
<b><u>Impuestos:</u></b>			
Arancel a/v			217.60
ISC			0.00
IGV			5,837.58
IPM			729.70
			<b>6,784.88</b>
Percepción del IGV			4,305.21
Gastos de Importación			503.64
Gastos administrativos y financieros			35.00
<b>Costo Total Importación</b>			<b>37,023.50</b>

<b>Modelos</b>	<b>Peso (Kg)</b>
K47	100.04
K45	21.94
K514	118.05
K58	271.75
O60711	11.68
O60936	6.67
YT2515	34.28
YT2521	155.29
YT2504	49.77
A01	74.67
A02	38.60
YT2524	25.30
YT2533	87.89
C22	16.10
O71734	253.64
<b>Total</b>	<b>1265.66</b>

<b>Gastos de importación</b>	
Descarga	60.10
Emisión B/L	35.00
Handling	59.00
Visto bueno	165.20
Transporte local	120.00
Comisión agente de aduanas	155.00
<b>Total con IGV</b>	<b>594.30</b>
Total sin IGV	503.64
IGV	90.66

Expresado en dólares

Modelo	Precio FOB	Total FOB Ningbo (\$)	Seguro	Flete	CIF	Arancel a/v	Gastos de Importación	Gastos Adm. y financieros	Costo de Importación	Costo Unit. Importación	Margen	Valor Venta Unit.	Precio Venta Unit.	Crecimiento %	Ingresos por ventas
K47	1.27	4,473.57	81.95	7.51	4,563.03	27.38	46.78	3.25	4,640.44	1.32	46%	2.44	2.88	1.04	10,140.23
K45	0.43	512.84	27.75	1.65	542.24	3.25	15.84	1.10	562.43	0.47	72%	1.68	1.99	1.10	2,370.25
K514	0.76	1,602.04	49.04	8.86	1,659.94	9.96	28.00	1.95	1,699.85	0.81	55%	1.79	2.11	1.06	4,457.38
K58	0.48	3,940.74	191.01	20.40	4,152.14	24.91	109.04	7.58	4,293.67	0.52	70%	1.74	2.06	1.09	16,888.45
O60711	2.96	1,728.59	13.59	0.88	1,743.05	10.46	7.76	0.54	1,761.80	3.02	38%	4.87	5.74	1.02	3,353.11
O60936	0.21	70.08	7.76	0.50	78.34	0.47	4.43	0.31	83.55	0.25	86%	1.79	2.11	1.19	704.23
YT2515	0.60	998.50	38.72	2.57	1,039.79	6.24	22.10	1.54	1,069.67	0.64	67%	1.95	2.30	1.07	3,824.88
YT2521	0.60	716.71	27.79	11.66	756.15	4.54	15.86	1.10	777.66	0.65	65%	1.86	2.19	1.09	2,621.81
YT2504	0.43	1,108.81	59.99	3.74	1,172.54	7.04	34.25	2.38	1,216.20	0.47	72%	1.68	1.99	1.10	5,125.41
A01	0.93	2,394.59	59.90	5.60	2,460.10	14.76	34.20	2.38	2,511.44	0.98	50%	1.95	2.30	1.05	5,926.99
A02	0.93	1,237.85	30.97	2.90	1,271.72	7.63	17.68	1.23	1,298.25	0.98	50%	1.95	2.30	1.05	3,063.88
YT2524	0.48	639.04	30.97	1.90	671.91	4.03	17.68	1.23	694.86	0.52	70%	1.74	2.05	1.09	2,733.10
YT2533	0.68	1,282.52	43.88	6.60	1,333.00	8.00	25.05	1.74	1,367.79	0.73	62%	1.91	2.25	1.07	4,247.34
C22	0.43	205.14	11.10	1.21	217.44	1.30	6.34	0.44	225.53	0.47	72%	1.69	1.99	1.10	950.43
O71734	1.61	14,378.99	207.79	19.04	14,605.81	87.63	118.62	8.24	14,820.31	1.66	49%	3.25	3.84	1.03	34,290.13
<b>TOTAL</b>		<b>35,290.00</b>	<b>882.21</b>	<b>95.00</b>	<b>36,267.22</b>	<b>217.60</b>	<b>503.62</b>	<b>35.00</b>	<b>37,023.44</b>						<b>100,697.60</b>

Expresado en soles

Modelo	Precio FOB	Total FOB Ningbo (S/)	Seguro	Flete	CIF	Arancel a/v	Gastos de Importación	Gastos Adm. y financieros	Costo Importación	Costo Unit. Importación	Margen	Valor Venta Unit.	Precio Venta Unit.	Crecimiento %	Ingresos por ventas
K47	4.19	14,762.78	270.44	24.78	15,058.00	90.35	154.39	10.73	15,313.46	4.35	46%	8.05	9.50	1.04	33,462.75
K45	1.42	1,692.38	91.57	5.44	1,789.38	10.74	52.27	3.63	1,856.02	1.56	72%	5.56	6.56	1.10	7,821.81
K514	2.51	5,286.74	161.84	29.24	5,477.82	32.87	92.39	6.42	5,609.49	2.66	55%	5.91	6.98	1.06	14,709.34
K58	1.58	13,004.44	630.32	67.31	13,702.08	82.21	359.83	25.01	14,169.12	1.73	70%	5.75	6.79	1.09	55,731.89
O60711	9.77	5,704.34	44.84	2.89	5,752.06	34.51	25.60	1.78	5,813.95	9.96	38%	16.06	18.95	1.02	11,065.26
O60936	0.69	231.26	25.62	1.65	258.53	1.55	14.63	1.02	275.72	0.83	86%	5.90	6.96	1.19	2,323.96
YT2515	1.98	3,295.06	127.77	8.49	3,431.32	20.59	72.94	5.07	3,529.91	2.12	67%	6.43	7.58	1.07	12,622.12
YT2521	1.98	2,365.13	91.71	38.46	2,495.30	14.97	52.35	3.64	2,566.26	2.15	65%	6.14	7.24	1.09	8,651.98
YT2504	1.42	3,659.06	197.98	12.33	3,869.37	23.22	113.02	7.85	4,013.46	1.56	72%	5.56	6.56	1.10	16,913.85
A01	3.07	7,902.15	197.69	18.50	8,118.33	48.71	112.85	7.84	8,287.74	3.22	50%	6.44	7.60	1.05	19,559.06
A02	3.07	4,084.91	102.19	9.56	4,196.66	25.18	58.34	4.05	4,284.24	3.22	50%	6.44	7.60	1.05	10,110.79
YT2524	1.58	2,108.84	102.22	6.27	2,217.32	13.30	58.35	4.06	2,293.03	1.72	70%	5.74	6.77	1.09	9,019.24
YT2533	2.24	4,232.32	144.80	21.77	4,398.89	26.39	82.66	5.74	4,513.70	2.39	62%	6.30	7.43	1.07	14,016.21
C22	1.42	676.95	36.63	3.99	717.57	4.31	20.91	1.45	744.23	1.56	72%	5.57	6.57	1.10	3,136.41
O71734	5.31	47,450.67	685.69	62.83	48,199.19	289.20	391.44	27.20	48,907.02	5.48	49%	10.74	12.67	1.03	113,157.42
<b>TOTAL</b>	<b>42.24</b>	<b>116,457.01</b>	<b>2,911.30</b>	<b>313.50</b>	<b>119,681.82</b>	<b>718.09</b>	<b>1,661.96</b>	<b>115.50</b>	<b>122,177.36</b>						<b>332,302.10</b>

## 5.1.2 Cotización Internacional

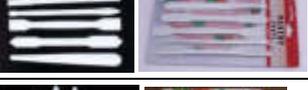
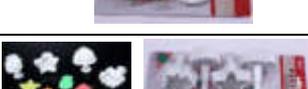
 <b>Guangzhou Yabei Hotel Supplies Co.,Ltd</b>								
To :				Date:2018-9-26				
Att : Mr. Mayra Acurio				Contact person		John Liao		
Re: Bakeware				Email		yatai882@hotmail.com		
QUOTATION SHEET								
NO.	PICTURE	Item Description	CODE	UNIT PACKAGING	FOB Guangzhou Price (USD/set)	QTY	G/W (KG/CTN)	Total Price
1		Set plastic alphabet cookie cutter	k47	our blister card	1.27	3522	100.04	4472.94
2		Plastic flower 2-piece plunger cutter	K45	our blister card	0.43	1193	21.94	512.99
3		8-Piece Plastic Cookie Cutter/ Biscuit Mold	K514	our blister card	0.76	2108	118.05	1602.08
4		Plastic fondant decoration 5-piece carving tools	K58	our blister card	0.48	8210	271.75	3940.80
5		Cookie dropping machine	060711	gift box	2.96	584	11.68	1728.64
6		Plastic scraper yellow	060936	polybag	0.21	334	6.67	70.14
7		Set of 3 fondant plunger snowflower cutter	YT2515	our blister card	0.60	1664	34.28	998.40
8		Set of 3 fondant plunger leaf cutter	YT2521	our blister card	0.60	1195	155.29	717.00
9		set of 3 fondant leaves ABS material	YT2504	our blister card	0.43	2579	49.77	1108.97
10		Fondant decoration roller 240mm	A01	our blister card	0.93	2575	74.67	2394.75
11		Fondant decoration roller 370*45mm	A02	our blister card	0.93	1331	38.60	1237.83
12		Set of 3 butterfly cutter	YT2524	our blister card	0.48	1331	25.30	638.88
13		Set of 4 fruit design fondant plunger cutter	YT2533	our blister card	0.68	1886	87.89	1282.48
14		set of 3 heart ABS material	C22	our blister card	0.43	477	16.10	205.11
15		FONDANT MODELING TOOLS 12 PCS	071734	transparent box	1.61	8931	253.64	14378.91
<b>Total USD</b>								<b>35289.92</b>

Figura 33: Cotización

## 5.2 Contrato de compraventa internacional (importación) y sus documentos

### **CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL**

Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte: Guangzhou Yabei Hotel Supplies Co.,Ltd, empresa constituida bajo las leyes de la República Popular de China, debidamente representada por su representante legal Amy Yan, domiciliado en su Oficina principal ubicado en 2 floor,7 Building Xinxing Plaza, Dashi Town, Panyu District, Guangzhou, China, a quien en adelante se denominará **EL VENDEDOR** y, de otra parte Importaciones Acurio S.A.C, inscrito en la Partida N° 70258181 Del Registro de Personas Jurídicas de la Zona Registral N° A00001, debidamente representado por su Gerente General Srta. Mayra Acurio Espinoza, identificado con DNI N° 72844104 y señalando domicilio el ubicado en Calle Jirón Andahuaylas 749 Cercado de Lima, provincia y departamento de Lima, República del Perú, a quien en adelante se denominará **EL COMPRADOR**, que acuerdan en los siguientes términos:

#### **GENERALIDADES**

##### **CLAUSULA PRIMERA:**

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

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 Inglés ) y,

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

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

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

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

## **CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS**

### **CLAUSULA SEGUNDA:**

2.1 Es acordado por las Partes que **EL VENDEDOR** venderá los siguientes productos: modeling tools, butterfly rolling pin, cookie cutter, flower decor tools y cake smoother y **EL COMPRADOR** pagará el precio de dichos productos de conformidad con el artículo cuarto.

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 45 días luego de recibidas las órdenes de compra debidamente firmadas por el comprador.

## **PRECIO**

### **CLAUSULA CUARTA:**

Las Partes acuerdan el precio de **\$ 35,290.00** por el envío de los productos de conformidad con la carta oferta recibida por el comprador el 15 de abril del 2019.

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 es sobre la base del Incoterms FOB ("Free on Board").

## **CONDICIONES DE PAGO**

### **CLAUSULA QUINTA:**

Las Partes han acordado que el pago del precio o de cualquier otra suma adecuada por **EL COMPRADOR** a **EI VENDEDOR** deberá realizarse por pago adelantado equivalente al TREINTA PORCIENTO (30 %) de la cantidad debitada precio al embarque de los productos, y el restante SETENTA PORCIENTO (70 %) después de 15 días de recibidos los productos por parte del comprador.

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

## **INTERÉS EN CASO DE PAGO RETRASADO**

### **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 SÉPTIMA:**

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

### **TÉRMINO CONTRACTUAL DE ENTREGA**

#### **CLAUSULA OCTAVA:**

*Las partes deberán incluir el tipo de INCOTERMS 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 deberá ser finalmente resueltas por la ley de la República de Perú y serán competencia exclusiva de la jurisdicción de las cortes de la República de Perú, a las cuales las partes por este medio nominan excepto que una parte deseara buscar un procedimiento arbitral en concordancia con las reglas de Convención de las Naciones Unidas sobre la Compraventa Internacional de Productos 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 15 días del mes de julio del 2019.

.....

.....

**EL VENDEDOR**

**EL COMPRADOR**

**2.3 Elección y aplicación del incoterm**

Tomando en cuenta los Incoterms 2010, la opción para realizar la compra, previo acuerdo con el proveedor, es el Incoterm FOB, que considera los siguientes puntos: embalaje, carga en fábrica, transporte local, aduanas de exportación y carga en puerto. Es importante remarcar, que el precio final ofrecido por parte del vendedor, incluye todos los costos bajo este incoterm. La principal razón de la elección del incoterm FOB, es el mayor control sobre las tarifas que ofrecen las empresas de transporte internacional, compañía de seguro y agencia de aduanas.

TITULOS Incoterm / Coste	Salida fábrica	Transporte principal no pagado por el vendedor			Transporte principal pagado por el vendedor				Gastos de envío asumidos por el vendedor hasta el destino		
	EXW	FCA	FAS	FOB	CFR	CIF	CPT	CIP	DAT	DAP	DDP
Embalaje	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Carga en fábrica	C	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Antes de la entrega de la mercancía al transportista	C	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Aduana exportación	C	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Manutención al partir	C	C	C	V	V	V	V	V	V	V	V
Transporte principal	C	C	C	C	V	V	V	V	V	V	V
Seguro de transporte	C	C	C	C	C	V	C	V	V*	V	V
Manutención al llegar	C	C	C	C	C	C	C	C	V	V	V
Aduana importación	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	V
Al finalizar la ruta	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	V
Descarga fábrica	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	V

Figura 34: Incoterm 2010  
Fuente: Santandertrade

## 2.4 Determinación del medio de pago y cobro

Según lo coordinado con el proveedor, y tomando en cuenta las políticas de medios de pago y cobro, detalladas en la página web de Alibaba, se ha determinado realizar el pago por transferencia internacional (Pago diferido).

Término de pago:

- 30% del Valor FOB total USD\$ de realizado la orden de compra.
- 70% del Valor FOB total US\$ de embarcada la mercancía.

Se ha seleccionado por parte de Importaciones Acurio S.A.C este término de pago. Es decir, cuando se tenga la confirmación de la empresa de transporte o la agencia de carga de la entrega de la mercancía por parte del proveedor extranjero se realiza el pago (Transferencia bancaria) del 70% del valor total pactado. Las

indicaciones de las formas de pago son detalladas en la factura comercial emitida por el proveedor extranjero.



*Figura 35:* Proceso de transferencia internacional  
Fuente: Interbank

## 2.5 Elección del régimen de importación

En el plan de negocio, se ha escogido seleccionar el Régimen de Importación para el Consumo. Es el régimen aduanero que permite el ingreso de mercancías al territorio aduanero para su consumo y comercializado en el mercado nacional, luego del pago o garantía por despacho anticipado, según corresponda, de los derechos arancelarios y demás impuestos aplicables, así como el pago de los recargos y multas que hubiese y del cumplimiento de las formalidades y otras obligaciones aduaneras.

## 2.6 Gestión aduanera del comercio internacional

- Numeración de la declaración
- Tratándose de las modalidades de despacho anticipado y urgente, la información relacionada al manifiesto de carga se transmite al momento de la numeración de la declaración; de no contarse con esta información, el

despachador de aduana mediante rectificación electrónica transmite la información.

- El sistema informático valida los datos de la información transmitida, de ser conforme genera el número de la declaración y la liquidación por la deuda tributaria aduanera y recargos.
- Vencido el plazo para la cancelación, se liquidan los intereses moratorios por día calendario hasta la fecha de pago inclusive, excepto para la percepción del Impuesto General a las Ventas – IGV
- El funcionario aduanero verifica el pago o la garantía de la deuda tributaria aduanera y recargos en el Portal del Funcionario Aduanero.

## **2.7 Gestión de las operaciones de importación: Flujo Grama**

Se determinó que la importación será en el régimen de importación para el consumo, y las operaciones de importación serán de acuerdo a la Figura 36.

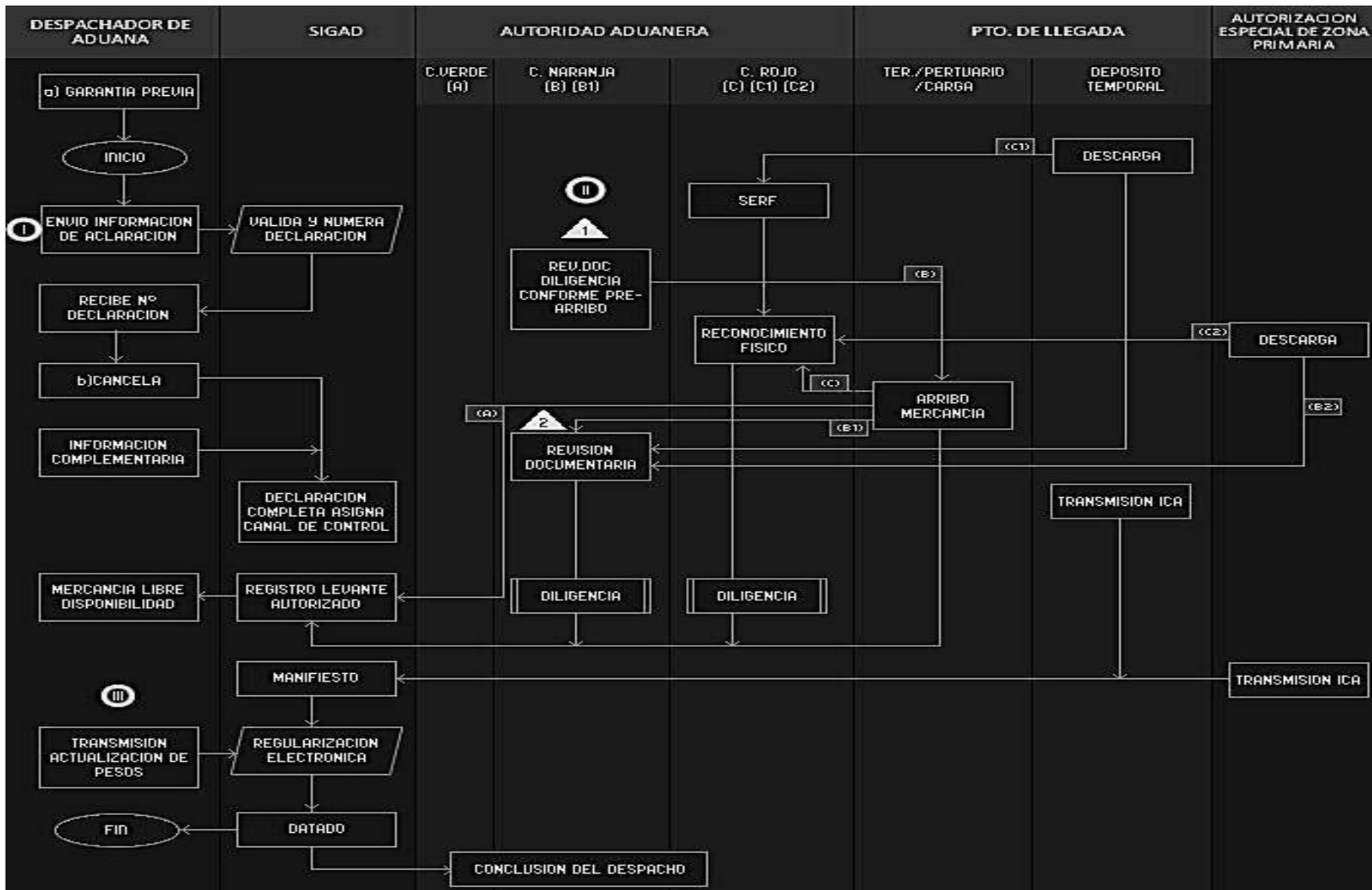


Figura 36: Flujo grama de importación  
 Fuente: Azsnet Agencia de Aduanas

## 2.8 Gestión de las operaciones de producción del bien a ejecutar: Flujo

### Gramas

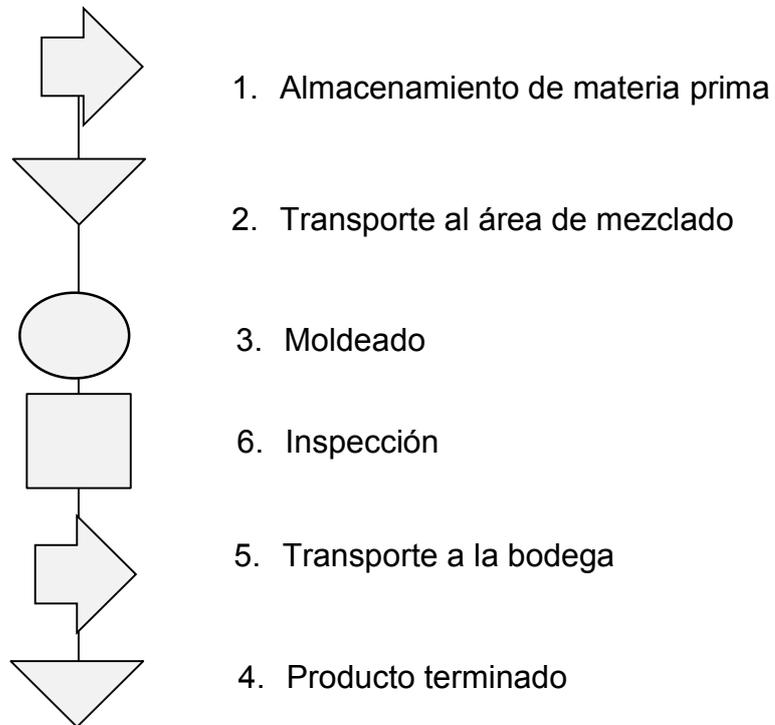


Figura 37: Flujo grama de producción

## CAPÍTULO VI. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

### 6.1 Inversión Fija

#### 6.1.1 Activos tangibles

La empresa “Importaciones Acurio S.A.C” cuenta con los siguientes activos tangibles.

Tabla 31

#### Activos Tangibles

Inversión fija tangible	N°	Precio unitario	Total
Computadoras	6	S/.1,080.00	S/.6,480.00
Impresora	2	S/.495.00	S/.990.00
Escritorios	6	S/.495.00	S/.2,970.00
Sillas	6	S/.528.00	S/.3,168.00
Estantes para archivos	3	S/.600.00	S/.1,800.00
Materiales de oficina	1	S/.300.00	S/.300.00
Anaqueles para almacén	3	S/.400.00	S/.1,200.00
Extintores	2	S/.198.00	S/.396.00
Botiquín	2	S/.66.00	S/.132.00
Estantes para exhibición	6	S/.825.00	S/.4,950.00
Trapeador	1	S/.6.00	S/.6.00
Recogedor	1	S/.10.00	S/.10.00
Detergente	1	S/.6.00	S/.6.00
Escobas	1	S/.13.00	S/.13.00
Desinfectante de pino	1	S/.6.00	S/.6.00
Otros	1	S/.15.00	S/.15.00
<b>Total</b>			<b>S/.22,386.00</b>

## 6.1.2 Activos intangibles

La empresa "Importaciones Acurio S.A.C" cuenta con los siguientes activos intangibles.

Tabla 32

### Activos Intangibles

<b>Inversión fija intangible</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Total</b>
Estudio del proyecto	1	S/.2,500.00	S/.2,500.00
Constitución de la sociedad y licencia municipal	1	S/.500.00	S/.500.00
Software	1	S/.300.00	S/.300.00
Acondicionamiento físico del local	1	S/.2,000.00	S/.2,000.00
Garantía	2	S/.1,200.00	S/.2,400.00
Diseño de página web	1	S/.800.00	S/.800.00
<b>Total</b>		<b>S/.7,300.00</b>	<b>S/.8,500.00</b>

## 6.2 Capital de Trabajo

La empresa "Importaciones Acurio S.A.C" cuenta con un capital de trabajo.

Tabla 33

### Capital de Trabajo

<b>Capital de trabajo</b>	<b>S/.136,542.67</b>
<b>Personal</b>	<b>S/.11,510.00</b>
Gerente General	S/.3,000.00
Asistente de Administración	S/.1,250.00
Asistente de Sistemas	S/.2,000.00
Asistente de Operaciones	S/.1,430.00
Operario	S/.930.00
Vendedor 1	S/.1,200.00
Vendedor 2	S/.1,200.00
Contador	S/.500.00
<b>Servicios</b>	<b>S/.2,854.90</b>
Energía eléctrica	S/.350.00
Agua	S/.45.00
Teléfono e internet	S/.109.90
Hosting y dominio	S/.150.00
Imprevistos	S/.1,000.00
Alquiler	S/.1,200.00
<b>Costos de importación</b>	<b>S/.122,177.77</b>

### 6.3 Inversión Total

La empresa “Importaciones Acurio S.A.C” cuenta con una inversión total.

Tabla 34

Inversión Total

Inversión fija tangible	S/.22,442.00
Inversión fija intangible	S/.8,500.00
Capital de trabajo	S/.136,542.67
<b>Total inversión</b>	<b>S/.167,484.67</b>

### 6.4 Estructura de Inversión y Financiamiento

La estructura de inversión y financiamiento de “Importaciones Acurio S.A.C” es la siguiente:

Tabla 35

Estructura de Inversión y Financiamiento

Inversión fija tangible	S/.22,442.00
Inversión fija intangible	S/.8,500.00
Capital de trabajo	S/.136,542.67
Financiamiento	S/. 0.00
<b>Total inversión</b>	<b>S/.167,484.67</b>

La inversión total es por aporte propio de cada uno de los accionistas.

## 6.5 Fuentes Financieras y condiciones de crédito

Importaciones Acurio S.A.C no ha requerido préstamos bancarios ni financieros debido a que la inversión total es por aporte propio de los 4 accionistas.

Tabla 36

Fuentes Financieras y condiciones de crédito

N°	Accionistas	Participación (%)
1	Accionista 1	70%
2	Accionista 2	10%
3	Accionista 3	10%
4	Accionista 4	10%

## 6.6 Presupuesto de costos

En la Tabla se detalla las depreciaciones y amortizaciones:

Tabla 37

Amortización

INVERSION FIJA INTANGIBLE	Unidad	Precio	Total	Amortización
Estudio del proyecto	1	S/.2,500.00	S/.2,500.00	S/.125.00
Constitución de la sociedad y licencia municipal	1	S/.500.00	S/.500.00	S/.25.00
Software	1	S/.300.00	S/.300.00	S/.15.00
Diseño de página web	1	S/.800.00	S/.800.00	S/.40.00
<b>TOTAL</b>		<b>S/.7,300.00</b>	<b>S/.8,500.00</b>	<b>S/.205.00</b>

Tabla 38

Depreciación

Equipos	N°	Precio	Total	Depreciación
Computadoras	6	S/.1,080.00	S/.6,480.00	S/.1,296.00
Impresora	2	S/.495.00	S/.990.00	S/.198.00
Escritorios	6	S/.495.00	S/.2,970.00	S/.297.00
Sillas	6	S/.528.00	S/.3,168.00	S/.316.80
Estantes para archivos	3	S/.600.00	S/.1,800.00	S/.180.00
Anaqueles para almacén	3	S/.400.00	S/.1,200.00	S/.120.00
Estantes para exhibición	6	S/.825.00	S/.4,950.00	S/.495.00
<b>TOTAL</b>		<b>S/.4,987.00</b>	<b>S/.22,386.00</b>	<b>S/.2,902.80</b>

## 6.7 Punto de Equilibrio

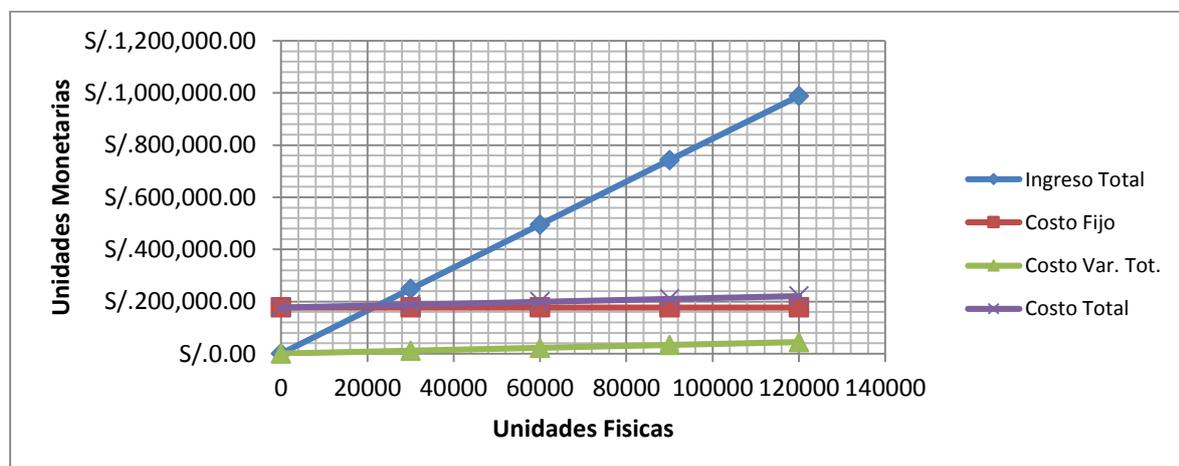
La empresa "Importaciones Acurio S.A.C" cuenta con el siguiente punto de equilibrio:

Tabla 39

### Punto de Equilibrio

PTO. EQUILIBRIO	1	2	3	4	5
Costo Fijo	S/.177,383.80	S/.177,383.80	S/.177,383.80	S/.177,383.80	S/.177,383.80
Costo Variable T.	S/.122,177.77	S/.131,015.56	S/.141,047.38	S/.151,728.08	S/.162,853.40
Precio de Venta Promedio	S/.8.38	S/.8.28	S/.8.25	S/.8.25	S/.8.24
Volumen de ventas	S/.332,308.87	S/.355,867.22	S/.382,980.17	S/.411,939.54	S/.442,102.15
Costo Variable U.	S/.0.37	S/.0.37	S/.0.37	S/.0.37	S/.0.37
<b>PE. Unidades</b>	<b>22127</b>	<b>22416</b>	<b>22493</b>	<b>22515</b>	<b>22536</b>
<b>PE SOLES</b>	<b>S/.185,518.92</b>	<b>S/.185,636.26</b>	<b>S/.185,667.42</b>	<b>S/.185,676.38</b>	<b>S/.185,684.92</b>
Costo Total Unitario	S/.0.90	S/.0.87	S/.0.83	S/.0.80	S/.0.77

PVU	Unidades	Ingreso Total	Costo Fijo	Costo Var. Unit.	Costo Var. Tot.	Costo Total
S/.8.38	0	S/.0.00	S/.177,383.80	S/.0.37	S/.0.00	S/.177,383.80
S/.8.28	30000	S/.248,447.90	S/.177,383.80	S/.0.37	S/.11,029.90	S/.188,413.70
S/.8.25	60000	S/.495,285.36	S/.177,383.80	S/.0.37	S/.22,059.80	S/.199,443.60
S/.8.25	90000	S/.742,236.08	S/.177,383.80	S/.0.37	S/.33,089.69	S/.210,473.49
S/.8.24	120000	S/.988,770.26	S/.177,383.80	S/.0.37	S/.44,119.59	S/.221,503.39



## 6.8 Tributación a la importación

Importaciones Acurio S.A.C cuenta con los tributos correspondientes:

Tabla 40

Primera Importación (Año 1)

Modelos	Precio Unit. FOB Guangzhou(\$)	Cantidad (unidades)	Total FOB Ningbo (\$)
K47	1.27	3,523	4,474.02
K45	0.43	1,195	513.64
K514	0.76	2,108	1,602.39
K58	0.48	8,210	3,940.74
O60711	2.96	584	1,728.59
O60936	0.21	334	70.08
YT2515	0.60	1,665	998.84
YT2521	0.60	1,195	716.71
YT2504	0.43	2,579	1,108.81
A01	0.93	2,575	2,394.59
A02	0.93	1,331	1,237.85
YT2524	0.48	1,331	638.89
YT2533	0.68	1,885	1,281.57
C22	0.43	478	205.46
O71734	1.61	8,930	14,377.90
<b>FOB</b>			<b>35,290.07</b>
Flete			95.00
Seguro			882.25
<b>36,267.25</b>			<b>36,267.32</b>
<b>Impuestos:</b>			
Arancel a/v			217.60
ISC			0.00
IGV			5,837.59
IPM			729.70
			<b>6,784.89</b>
Percepción del IGV			4,305.22
Gastos de Importación			503.64
Gastos administrativos y financieros			35.00
<b>Costo Total Importación</b>			<b>37,023.57</b>

<b>Modelos</b>	<b>Peso (Kg)</b>
K47	100.04
K45	21.94
K514	118.05
K58	271.75
O60711	11.68
O60936	6.67
YT2515	34.28
YT2521	155.29
YT2504	49.77
A01	74.67
A02	38.60
YT2524	25.30
YT2533	87.89
C22	16.10
O71734	253.64
<b>Total</b>	<b>1265.66</b>

<b>Gastos de importación</b>	
Descarga	60.10
Emisión B/L	35.00
Handling	59.00
Visto bueno	165.20
Transporte local	120.00
Comisión agente de aduanas	155.00
<b>Total con IGV</b>	<b>594.30</b>
Total sin IGV	503.64
IGV	90.66

Expresado en dólares

Modelo	Precio FOB	Total FOB Ningbo (\$)	Seguro	Flete	CIF	Arancel a/v	Gastos de Importación	Gastos Adm. y financieros	Costo de Importación	Costo Unit. Importación	Margen	Valor Venta Unit.	Precio Venta Unit.	Crecimiento %	Ingresos por ventas
K47	1.27	4,474.02	81.96	7.51	4,563.49	27.38	46.79	3.25	4,640.91	1.32	46%	2.44	2.88	1.04	10,141.26
K45	0.43	513.64	27.79	1.65	543.08	3.26	15.86	1.10	563.31	0.47	72%	1.68	1.99	1.10	2,373.93
K514	0.76	1,602.39	49.05	8.86	1,660.30	9.96	28.00	1.95	1,700.21	0.81	55%	1.79	2.11	1.06	4,458.33
K58	0.48	3,940.74	191.01	20.40	4,152.14	24.91	109.04	7.58	4,293.67	0.52	70%	1.74	2.06	1.09	16,888.45
O60711	2.96	1,728.59	13.59	0.88	1,743.05	10.46	7.76	0.54	1,761.80	3.02	38%	4.87	5.74	1.02	3,353.11
O60936	0.21	70.08	7.76	0.50	78.34	0.47	4.43	0.31	83.55	0.25	86%	1.79	2.11	1.19	704.23
YT2515	0.60	998.84	38.73	2.57	1,040.14	6.24	22.11	1.54	1,070.03	0.64	67%	1.95	2.30	1.07	3,826.16
YT2521	0.60	716.71	27.79	11.66	756.15	4.54	15.86	1.10	777.66	0.65	65%	1.86	2.19	1.09	2,621.81
YT2504	0.43	1,108.81	59.99	3.74	1,172.54	7.04	34.25	2.38	1,216.20	0.47	72%	1.68	1.99	1.10	5,125.41
A01	0.93	2,394.59	59.90	5.60	2,460.10	14.76	34.20	2.38	2,511.44	0.98	50%	1.95	2.30	1.05	5,926.99
A02	0.93	1,237.85	30.97	2.90	1,271.72	7.63	17.68	1.23	1,298.25	0.98	50%	1.95	2.30	1.05	3,063.88
YT2524	0.48	638.89	30.97	1.90	671.76	4.03	17.68	1.23	694.69	0.52	70%	1.74	2.05	1.09	2,732.46
YT2533	0.68	1,281.57	43.85	6.59	1,332.01	7.99	25.03	1.74	1,366.78	0.73	62%	1.91	2.25	1.07	4,244.20
C22	0.43	205.46	11.12	1.21	217.78	1.31	6.35	0.44	225.88	0.47	72%	1.69	1.99	1.10	951.91
O71734	1.61	14,377.90	207.77	19.04	14,604.71	87.63	118.61	8.24	14,819.19	1.66	49%	3.25	3.84	1.03	34,287.53
<b>TOTAL</b>		<b>35,290.07</b>	<b>882.25</b>	<b>95.00</b>	<b>36,267.32</b>	<b>217.60</b>	<b>503.64</b>	<b>35.00</b>	<b>37,023.57</b>						<b>100,699.66</b>

Tabla 41

Importación Regular (Año 2)

<b>Modelos</b>	<b>Precio Unit. FOB Guangzhou(\$)</b>	<b>Cantidad (unidades)</b>	<b>Total FOB Ningbo (\$)</b>
K47	1.27	3,812	4,803.45
K45	0.43	1,293	542.91
K514	0.76	2,282	1,711.21
K58	0.48	8,884	4,175.63
O60711	2.96	632	1,864.27
O60936	0.21	361	72.22
YT2515	0.60	1,801	1,062.88
YT2521	0.60	1,293	762.66
YT2504	0.43	2,790	1,171.99
A01	0.93	2,786	2,563.45
A02	0.93	1,440	1,325.14
YT2524	0.48	1,440	676.97
YT2533	0.68	2,039	1,366.46
C22	0.43	517	217.16
O71734	1.61	9,664	15,462.42
<b>FOB</b>			<b>37,778.82</b>
Flete			95.00
Seguro			944.47
<b>CIF</b>			<b>38,818.29</b>
<b><u>Impuestos:</u></b>			
Arancel a/v			232.91
ISC			0.00
IGV			6,248.19
IPM			781.02
			<b>7,262.13</b>
Percepción del IGV			1,612.81
Gastos de Importación			521.65
Gastos administrativos y financieros			35.00
<b>Costo Total Importación</b>			<b>39,607.85</b>

<b>Modelos</b>	<b>Peso (Kg)</b>
K47	108.26
K45	23.75
K514	127.74
K58	294.07
O60711	12.64
O60936	7.22
YT2515	37.10
YT2521	168.04
YT2504	53.86
A01	80.80
A02	41.77
YT2524	27.37
YT2533	95.11
C22	17.42
O71734	274.48
<b>Total</b>	<b>1369.64</b>

<b>Gastos de importación</b>	
Descarga	60.10
Emisión B/L	35.00
Handling	59.00
Visto bueno	171.45
Transporte local	135.00
Comisión agente de aduanas	155.00
<b>Total con IGV</b>	<b>615.55</b>
Total sin IGV	521.65
IGV	93.90

Expresado en dólares

Modelo	Precio FOB	Total FOB Ningbo (\$)	Seguro	Flete	CIF	Arancel a/v	Gastos de Importación	Gastos Adm. y financieros	Costo Importación	Costo Unit. Importación	Margen	Valor Venta Unit.	Precio Venta Unit.	Crecimiento %	Ingresos por ventas
K47	1.27	4,803.45	87.73	7.51	4,898.69	29.39	48.46	3.25	4,979.79	1.31	46%	2.42	2.85	1.03	10,881.76
K45	0.43	542.91	29.70	1.65	574.26	3.45	16.41	1.10	595.22	0.46	72%	1.64	1.94	1.07	2,508.41
K514	0.76	1,711.21	52.50	8.86	1,772.57	10.64	29.00	1.95	1,814.15	0.80	55%	1.77	2.08	1.05	4,757.10
K58	0.48	4,175.63	204.48	20.40	4,400.51	26.40	112.94	7.58	4,547.43	0.51	70%	1.71	2.01	1.07	17,886.54
O60711	2.96	1,864.27	14.54	0.88	1,879.69	11.28	8.03	0.54	1,899.54	3.01	38%	4.85	5.72	1.02	3,615.26
O60936	0.21	72.22	8.31	0.50	81.04	0.49	4.59	0.31	86.42	0.24	86%	1.71	2.02	1.14	728.40
YT2515	0.60	1,062.88	41.45	2.57	1,106.90	6.64	22.89	1.54	1,137.97	0.63	67%	1.91	2.26	1.05	4,069.10
YT2521	0.60	762.66	29.75	11.66	804.06	4.82	16.43	1.10	826.42	0.64	65%	1.83	2.16	1.07	2,786.22
YT2504	0.43	1,171.99	64.22	3.74	1,239.95	7.44	35.47	2.38	1,285.24	0.46	72%	1.64	1.94	1.07	5,416.38
A01	0.93	2,563.45	64.13	5.60	2,633.18	15.80	35.42	2.38	2,686.78	0.96	50%	1.93	2.28	1.04	6,340.79
A02	0.93	1,325.14	33.15	2.90	1,361.19	8.17	18.31	1.23	1,388.89	0.96	50%	1.93	2.28	1.04	3,277.79
YT2524	0.48	676.97	33.16	1.90	712.03	4.27	18.31	1.23	735.85	0.51	70%	1.70	2.01	1.06	2,894.33
YT2533	0.68	1,366.46	46.97	6.59	1,420.03	8.52	25.95	1.74	1,456.24	0.71	62%	1.88	2.22	1.05	4,522.00
C22	0.43	217.16	11.88	1.21	230.26	1.38	6.56	0.44	238.64	0.46	72%	1.65	1.95	1.07	1,005.70
O71734	1.61	15,462.42	222.44	19.04	15,703.90	94.22	122.86	8.24	15,929.22	1.65	49%	3.23	3.81	1.02	36,855.85
<b>TOTAL</b>		<b>37,778.82</b>	<b>944.43</b>	<b>95.00</b>	<b>38,818.25</b>	<b>232.91</b>	<b>521.63</b>	<b>35.00</b>	<b>39,607.79</b>						<b>107,545.63</b>

Tabla 42

Importación Regular (Año 3)

<b>Modelos</b>	<b>Precio Unit. FOB Guangzhou(\$)</b>	<b>Cantidad (unidades)</b>	<b>Total FOB Ningbo (\$)</b>
K47	1.27	4,114	5,183.67
K45	0.43	1,395	585.88
K514	0.76	2,462	1,846.66
K58	0.48	9,588	4,506.16
O60711	2.96	682	2,011.84
O60936	0.21	390	77.94
YT2515	0.60	1,944	1,147.01
YT2521	0.60	1,395	823.03
YT2504	0.43	3,011	1,264.76
A01	0.93	3,007	2,766.36
A02	0.93	1,554	1,430.03
YT2524	0.48	1,554	730.56
YT2533	0.68	2,201	1,474.63
C22	0.43	558	234.35
O71734	1.61	10,429	16,686.36
<b>FOB</b>			<b>40,769.24</b>
Flete			95.00
Seguro			1,019.23
<b>CIF</b>			<b>41,883.47</b>
<b><u>Impuestos:</u></b>			
Arancel a/v			251.30
ISC			0.00
IGV			6,741.56
IPM			842.70
			<b>7,835.56</b>
Percepción del IGV			1,740.17
Gastos de Importación			571.86
Gastos administrativos y financieros			35.00
<b>Costo Total Importación</b>			<b>42,741.63</b>

<b>Modelos</b>	<b>Peso (Kg)</b>
K47	135.07
K45	29.63
K514	159.38
K58	366.90
O60711	15.77
O60936	9.01
YT2515	46.29
YT2521	209.66
YT2504	67.19
A01	100.82
A02	52.12
YT2524	34.15
YT2533	118.67
C22	21.74
O71734	342.46
<b>Total</b>	<b>1708.85</b>

<b>Gastos de importación</b>	
Descarga	70.00
Emisión B/L	35.00
Handling	59.00
Visto bueno	175.80
Transporte local	150.00
Comisión agente de aduanas	185.00
<b>Total con IGV</b>	<b>674.80</b>
Total sin IGV	571.86
IGV	102.94

Expresado en dólares

Modelo	Precio FOB	Total FOB Ningbo (\$)	Seguro	Flete	CIF	Arancel a/v	Gastos de Importación	Gastos Adm. Y financieros	Costo Importación	Costo Unit. Importación	Margen	Valor Venta Unit.	Precio Venta Unit.	Crecimiento %	Ingresos por ventas
K47	1.27	5,183.67	94.69	7.51	5,285.86	31.72	53.13	3.25	5,373.95	1.31	46%	2.42	2.85	1.03	11,743.09
K45	0.43	585.88	32.11	1.65	619.64	3.72	18.01	1.10	642.47	0.46	72%	1.64	1.94	1.07	2,707.56
K514	0.76	1,846.66	56.67	8.86	1,912.19	11.47	31.80	1.95	1,957.41	0.79	55%	1.77	2.08	1.05	5,132.75
K58	0.48	4,506.16	220.66	20.40	4,747.22	28.48	123.81	7.58	4,907.09	0.51	70%	1.71	2.01	1.07	19,301.22
O60711	2.96	2,011.84	15.70	0.88	2,028.41	12.17	8.81	0.54	2,049.93	3.01	38%	4.85	5.72	1.02	3,901.48
O60936	0.21	77.94	8.97	0.50	87.41	0.52	5.03	0.31	93.28	0.24	86%	1.71	2.02	1.14	786.18
YT2515	0.60	1,147.01	44.74	2.57	1,194.33	7.17	25.10	1.54	1,228.14	0.63	67%	1.91	2.26	1.05	4,391.52
YT2521	0.60	823.03	32.11	11.66	866.79	5.20	18.01	1.10	891.10	0.64	65%	1.83	2.15	1.06	3,004.29
YT2504	0.43	1,264.76	69.31	3.74	1,337.81	8.03	38.89	2.38	1,387.10	0.46	72%	1.65	1.94	1.07	5,845.63
A01	0.93	2,766.36	69.21	5.60	2,841.17	17.05	38.83	2.38	2,899.42	0.96	50%	1.93	2.28	1.04	6,842.63
A02	0.93	1,430.03	35.78	2.90	1,468.70	8.81	20.07	1.23	1,498.82	0.96	50%	1.93	2.28	1.04	3,537.21
YT2524	0.48	730.56	35.78	1.90	768.23	4.61	20.07	1.23	794.14	0.51	70%	1.70	2.01	1.06	3,123.63
YT2533	0.68	1,474.63	50.66	6.59	1,531.87	9.19	28.42	1.74	1,571.23	0.71	62%	1.88	2.22	1.05	4,879.07
C22	0.43	234.35	12.84	1.21	248.41	1.49	7.21	0.44	257.54	0.46	72%	1.65	1.95	1.07	1,085.36
O71734	1.61	16,686.36	240.03	19.04	16,945.43	101.67	134.67	8.24	17,190.02	1.65	49%	3.23	3.81	1.02	39,772.98
<b>TOTAL</b>		<b>40,769.24</b>	<b>1,019.23</b>	<b>95.00</b>	<b>41,883.47</b>	<b>251.30</b>	<b>571.86</b>	<b>35.00</b>	<b>42,741.63</b>						<b>116,054.60</b>

Tabla 43

## Importación Regular (Año 4)

Modelos	Precio Unit. FOB Guangzhou(\$)	Cantidad (unidades)	Total FOB Ningbo (\$)
K47	1.27	4,429	5,580.02
K45	0.43	1,502	630.68
K514	0.76	2,650	1,987.86
K58	0.48	10,321	4,850.71
O60711	2.96	734	2,165.67
O60936	0.21	419	83.90
YT2515	0.60	2,093	1,234.71
YT2521	0.60	1,502	885.96
YT2504	0.43	3,242	1,361.47
A01	0.93	3,237	2,977.88
A02	0.93	1,673	1,539.37
YT2524	0.48	1,673	786.42
YT2533	0.68	2,369	1,587.38
C22	0.43	601	252.27
O71734	1.61	11,226	17,962.22
<b>FOB</b>			<b>43,886.50</b>
Flete			95.00
Seguro			1,097.16
<b>CIF</b>			<b>45,078.67</b>
<b><u>Impuestos:</u></b>			
Arancel a/v			270.47
ISC			0.00
IGV			7,255.86
IPM			906.98
			<b>8,433.31</b>
Percepción del IGV			1,872.92
Gastos de Importación			594.07
Gastos administrativos y financieros			35.00
<b>Costo Total Importación</b>			<b>45,978.21</b>

<b>Modelos</b>	<b>Peso (Kg)</b>
K47	125.76
K45	27.59
K514	148.39
K58	341.61
O60711	14.68
O60936	8.39
YT2515	43.10
YT2521	195.21
YT2504	62.56
A01	93.87
A02	48.52
YT2524	31.80
YT2533	110.49
C22	20.24
O71734	318.85
<b>Total</b>	<b>1591.07</b>

<b>Gastos de importación</b>	
Descarga	80.00
Emisión B/L	35.00
Handling	59.00
Visto bueno	177.00
Transporte local	165.00
Comisión agente de aduanas	185.00
<b>Total con IGV</b>	<b>701.00</b>
Total sin IGV	594.07
IGV	106.93

Expresado en dólares

Modelo	Precio FOB	Total FOB Ningbo (\$)	Seguro	Flete	CIF	Arancel a/v	Gastos de Importación	Gastos Adm. y financieros	Costo Importación	Costo Unit. Importación	Margen	Valor Venta Unit.	Precio Venta Unit.	Crecimiento %	Ingresos por ventas
K47	1.27	5,580.02	101.93	7.51	5,689.45	34.14	55.19	3.25	5,782.03	<b>1.31</b>	46%	2.42	2.85	1.03	12,634.80
K45	0.43	630.68	34.56	1.65	666.89	4.00	18.71	1.10	690.71	<b>0.46</b>	72%	1.64	1.94	1.07	2,910.84
K514	0.76	1,987.86	61.00	8.86	2,057.72	12.35	33.03	1.95	2,105.04	<b>0.79</b>	55%	1.76	2.08	1.05	5,519.89
K58	0.48	4,850.71	237.54	20.40	5,108.64	30.65	128.62	7.58	5,275.48	<b>0.51</b>	70%	1.70	2.01	1.06	20,750.23
O60711	2.96	2,165.67	16.90	0.88	2,183.44	13.10	9.15	0.54	2,206.23	<b>3.01</b>	38%	4.85	5.72	1.02	4,198.95
O60936	0.21	83.90	9.66	0.50	94.06	0.56	5.23	0.31	100.16	<b>0.24</b>	86%	1.71	2.01	1.14	844.17
YT2515	0.60	1,234.71	48.17	2.57	1,285.45	7.71	26.08	1.54	1,320.78	<b>0.63</b>	67%	1.91	2.26	1.05	4,722.79
YT2521	0.60	885.96	34.56	11.66	932.17	5.59	18.71	1.10	957.58	<b>0.64</b>	65%	1.82	2.15	1.06	3,228.41
YT2504	0.43	1,361.47	74.61	3.74	1,439.81	8.64	40.40	2.38	1,491.23	<b>0.46</b>	72%	1.64	1.94	1.07	6,284.45
A01	0.93	2,977.88	74.50	5.60	3,057.98	18.35	40.34	2.38	3,119.04	<b>0.96</b>	50%	1.93	2.27	1.04	7,360.94
A02	0.93	1,539.37	38.51	2.90	1,580.78	9.48	20.85	1.23	1,612.35	<b>0.96</b>	50%	1.93	2.27	1.04	3,805.14
YT2524	0.48	786.42	38.51	1.90	826.83	4.96	20.85	1.23	853.87	<b>0.51</b>	70%	1.70	2.01	1.06	3,358.55
YT2533	0.68	1,587.38	54.53	6.59	1,648.50	9.89	29.53	1.74	1,689.65	<b>0.71</b>	62%	1.88	2.21	1.05	5,246.82
C22	0.43	252.27	13.82	1.21	267.31	1.60	7.49	0.44	276.84	<b>0.46</b>	72%	1.65	1.94	1.07	1,166.67
O71734	1.61	17,962.22	258.38	19.04	18,239.64	109.44	139.90	8.24	18,497.22	<b>1.65</b>	49%	3.23	3.81	1.02	42,797.50
<b>TOTAL</b>		<b>43,886.50</b>	<b>1,097.16</b>	<b>95.00</b>	<b>45,078.67</b>	<b>270.47</b>	<b>594.07</b>	<b>35.00</b>	<b>45,978.21</b>						<b>124,830.16</b>

Tabla 44

## Importación Regular (Año 5)

Modelos	Precio Unit. FOB Guangzhou(\$)	Cantidad (unidades)	Total FOB Ningbo (\$)
K47	1.27	4,756	5,993.07
K45	0.43	1,613	677.37
K514	0.76	2,847	2,135.01
K58	0.48	11,085	5,209.78
O60711	2.96	788	2,325.98
O60936	0.21	451	90.11
YT2515	0.60	2,248	1,326.11
YT2521	0.60	1,613	951.54
YT2504	0.43	3,482	1,462.25
A01	0.93	3,476	3,198.31
A02	0.93	1,797	1,653.33
YT2524	0.48	1,797	844.63
YT2533	0.68	2,545	1,704.88
C22	0.43	645	270.95
O71734	1.61	12,057	19,291.86
<b>FOB</b>			<b>47,135.17</b>
Flete			95.00
Seguro			1,178.38
<b>CIF</b>			<b>48,408.55</b>
<b><u>Impuestos:</u></b>			
Arancel a/v			290.45
ISC			0.00
IGV			7,791.84
IPM			973.98
			<b>9,056.27</b>
Percepción del IGV			2,011.27
Gastos de Importación			615.51
Gastos administrativos y financieros			35.00
<b>Costo Total Importación</b>			<b>49,349.51</b>

<b>Modelos</b>	<b>Peso (Kg)</b>
K47	135.07
K45	29.63
K514	159.38
K58	366.90
O60711	15.77
O60936	9.01
YT2515	46.29
YT2521	209.66
YT2504	67.19
A01	100.82
A02	52.12
YT2524	34.15
YT2533	118.67
C22	21.74
O71734	318.85
<b>Total</b>	<b>1685.24</b>

<b>Gastos de importación</b>	
Descarga	80.00
Emisión B/L	35.00
Handling	59.00
Visto bueno	182.30
Transporte local	170.00
Comisión agente de aduanas	200.00
<b>Total con IGV</b>	<b>726.30</b>
Total sin IGV	615.51
IGV	110.79

Expresado en dólares

Modelo	Precio FOB	Total FOB Ningbo (\$)	Seguro	Flete	CIF	Arancel a/v	Gastos de Importación	Gastos Adm. Y financieros	Costo Importación	Costo Unit. Importación	Margen	Valor Venta Unit.	Precio Venta Unit.	Crecimiento %	Ingresos por ventas
K47	1.27	5,993.07	109.47	7.51	6,110.05	36.66	57.18	3.25	6,207.15	<b>1.31</b>	46%	2.42	2.85	1.03	13,563.76
K45	0.43	677.37	37.12	1.65	716.13	4.30	19.39	1.10	740.92	<b>0.46</b>	72%	1.64	1.94	1.07	3,122.46
K514	0.76	2,135.01	65.52	8.86	2,209.39	13.26	34.22	1.95	2,258.81	<b>0.79</b>	55%	1.76	2.08	1.04	5,923.11
K58	0.48	5,209.78	255.12	20.40	5,485.29	32.91	133.26	7.58	5,659.04	<b>0.51</b>	70%	1.70	2.01	1.06	22,258.89
O60711	2.96	2,325.98	18.15	0.88	2,345.00	14.07	9.48	0.54	2,369.09	<b>3.00</b>	38%	4.85	5.72	1.02	4,508.92
O60936	0.21	90.11	10.37	0.50	100.98	0.61	5.42	0.31	107.31	<b>0.24</b>	86%	1.70	2.01	1.13	904.48
YT2515	0.60	1,326.11	51.73	2.57	1,380.42	8.28	27.02	1.54	1,417.26	<b>0.63</b>	67%	1.91	2.25	1.05	5,067.76
YT2521	0.60	951.54	37.12	11.66	1,000.31	6.00	19.39	1.10	1,026.80	<b>0.64</b>	65%	1.82	2.15	1.06	3,461.80
YT2504	0.43	1,462.25	80.13	3.74	1,546.11	9.28	41.85	2.38	1,599.63	<b>0.46</b>	72%	1.64	1.94	1.07	6,741.28
A01	0.93	3,198.31	80.01	5.60	3,283.93	19.70	41.79	2.38	3,347.80	<b>0.96</b>	50%	1.93	2.27	1.04	7,900.81
A02	0.93	1,653.33	41.36	2.90	1,697.58	10.19	21.60	1.23	1,730.60	<b>0.96</b>	50%	1.93	2.27	1.04	4,084.22
YT2524	0.48	844.63	41.36	1.90	887.89	5.33	21.60	1.23	916.05	<b>0.51</b>	70%	1.70	2.00	1.06	3,603.14
YT2533	0.68	1,704.88	58.57	6.59	1,770.04	10.62	30.59	1.74	1,812.99	<b>0.71</b>	62%	1.87	2.21	1.05	5,629.81
C22	0.43	270.95	14.85	1.21	287.00	1.72	7.76	0.44	296.92	<b>0.46</b>	72%	1.64	1.94	1.07	1,251.32
O71734	1.61	19,291.86	277.51	19.04	19,588.41	117.53	144.95	8.24	19,859.13	<b>1.65</b>	49%	3.23	3.81	1.02	45,948.59
<b>TOTAL</b>		<b>47,135.17</b>	<b>1,178.38</b>	<b>95.00</b>	<b>48,408.55</b>	<b>290.45</b>	<b>615.51</b>	<b>35.00</b>	<b>49,349.51</b>						<b>133,970.35</b>

## 6.9 Presupuesto de ingresos

La empresa "Importaciones Acurio S.A.C" cuenta con el siguiente presupuesto de ingresos:

Tabla 45

Presupuesto de ingresos (Año 1)

Modelo	Precio FOB	Total FOB Ningbo (\$)	Seguro	Flete	CIF	Arancel a/v	Gastos de Importación	Gastos Adm. y financieros	Costo Importación	Costo Unit. Importación	Margen	Valor Venta Unit.	Precio Venta Unit.	Crecimiento %	Ingresos por ventas
K47	4.19	14,764.27	270.47	24.78	15,059.53	90.36	154.40	10.73	15,315.02	4.35	46%	8.05	9.50	1.04	33,466.14
K45	1.42	1,695.01	91.71	5.44	1,792.16	10.75	52.35	3.64	1,858.91	1.56	72%	5.56	6.56	1.10	7,833.96
K514	2.51	5,287.87	161.88	29.25	5,478.99	32.87	92.41	6.42	5,610.70	2.66	55%	5.91	6.98	1.06	14,712.50
K58	1.58	13,004.44	630.32	67.31	13,702.08	82.21	359.83	25.01	14,169.12	1.73	70%	5.75	6.79	1.09	55,731.89
O60711	9.77	5,704.34	44.84	2.89	5,752.06	34.51	25.60	1.78	5,813.95	9.96	38%	16.06	18.95	1.02	11,065.26
O60936	0.69	231.26	25.62	1.65	258.53	1.55	14.63	1.02	275.72	0.83	86%	5.90	6.96	1.19	2,323.96
YT2515	1.98	3,296.16	127.81	8.49	3,432.47	20.59	72.96	5.07	3,531.10	2.12	67%	6.43	7.58	1.07	12,626.34
YT2521	1.98	2,365.13	91.71	38.46	2,495.30	14.97	52.35	3.64	2,566.26	2.15	65%	6.14	7.24	1.09	8,651.98
YT2504	1.42	3,659.06	197.98	12.33	3,869.37	23.22	113.02	7.85	4,013.46	1.56	72%	5.56	6.56	1.10	16,913.85
A01	3.07	7,902.15	197.69	18.50	8,118.33	48.71	112.85	7.84	8,287.74	3.22	50%	6.44	7.60	1.05	19,559.06
A02	3.07	4,084.91	102.19	9.56	4,196.66	25.18	58.34	4.05	4,284.24	3.22	50%	6.44	7.60	1.05	10,110.79
YT2524	1.58	2,108.34	102.19	6.26	2,216.80	13.30	58.34	4.05	2,292.49	1.72	70%	5.74	6.77	1.09	9,017.12
YT2533	2.24	4,229.20	144.70	21.75	4,395.65	26.37	82.60	5.74	4,510.37	2.39	62%	6.30	7.43	1.07	14,005.87
C22	1.42	678.00	36.68	3.99	718.68	4.31	20.94	1.46	745.39	1.56	72%	5.57	6.57	1.10	3,141.29
O71734	5.31	47,447.07	685.64	62.82	48,195.53	289.17	391.41	27.20	48,903.31	5.48	49%	10.74	12.67	1.03	113,148.85
<b>TOTAL</b>	<b>42.24</b>	<b>116,457.22</b>	<b>2,911.43</b>	<b>313.50</b>	<b>119,682.15</b>	<b>718.09</b>	<b>1,662.03</b>	<b>115.50</b>	<b>122,177.77</b>						<b>332,308.87</b>

Tabla 46

Presupuesto de ingresos (Año 2)

Modelo	Precio FOB	Total FOB Ningbo (\$)	Seguro	Flete	CIF	Arancel a/v	Gastos de Importación	Gastos Adm. y financieros	Costo Importación	Costo Unit. Importación	Margen	Valor Venta Unit.	Precio Venta Unit.	Crecimiento %	Ingresos por ventas
K47	4.19	15,851.37	289.52	24.78	16,165.67	96.99	159.91	10.73	16,433.30	4.31	46%	7.98	9.42	1.03	35,909.80
K45	1.42	1,791.60	98.03	5.44	1,895.07	11.37	54.14	3.63	1,964.21	1.52	72%	5.43	6.40	1.07	8,277.75
K514	2.51	5,646.98	173.25	29.25	5,849.48	35.10	95.69	6.42	5,986.69	2.62	55%	5.83	6.88	1.05	15,698.44
K58	1.58	13,779.59	674.78	67.31	14,521.68	87.13	372.69	25.01	15,006.51	1.69	70%	5.63	6.64	1.07	59,025.59
O60711	9.77	6,152.10	48.00	2.89	6,202.99	37.22	26.51	1.78	6,268.50	9.92	38%	16.00	18.88	1.02	11,930.36
O60936	0.69	238.34	27.43	1.65	267.42	1.60	15.15	1.02	285.19	0.79	86%	5.64	6.66	1.14	2,403.73
YT2515	1.98	3,507.49	136.78	8.49	3,652.77	21.92	75.55	5.07	3,755.30	2.08	67%	6.32	7.45	1.05	13,428.04
YT2521	1.98	2,516.77	98.18	38.46	2,653.41	15.92	54.23	3.64	2,727.19	2.11	65%	6.03	7.11	1.07	9,194.54
YT2504	1.42	3,867.57	211.94	12.33	4,091.84	24.55	117.06	7.85	4,241.30	1.52	72%	5.43	6.41	1.07	17,874.07
A01	3.07	8,459.37	211.63	18.50	8,689.49	52.14	116.89	7.84	8,866.36	3.18	50%	6.36	7.51	1.04	20,924.61
A02	3.07	4,372.96	109.40	9.56	4,491.92	26.95	60.42	4.05	4,583.35	3.18	50%	6.36	7.51	1.04	10,816.70
YT2524	1.58	2,234.01	109.42	6.26	2,349.70	14.10	60.44	4.06	2,428.29	1.69	70%	5.62	6.63	1.06	9,551.27
YT2533	2.24	4,509.33	155.02	21.75	4,686.10	28.12	85.62	5.74	4,805.58	2.36	62%	6.20	7.32	1.05	14,922.58
C22	1.42	716.64	39.21	3.99	759.84	4.56	21.66	1.45	787.51	1.52	72%	5.44	6.42	1.07	3,318.80
O71734	5.31	51,025.99	734.05	62.82	51,822.86	310.94	405.43	27.20	52,566.43	5.44	49%	10.67	12.59	1.02	121,624.29
<b>TOTAL</b>		<b>124,670.11</b>	<b>3,116.62</b>	<b>313.50</b>	<b>128,100.23</b>	<b>768.60</b>	<b>1,721.38</b>	<b>115.50</b>	<b>130,705.71</b>						<b>354,900.58</b>

Tabla 47

Presupuesto de ingresos (Año 3)

Modelo	Precio FOB	Total FOB Ningbo (\$)	Seguro	Flete	CIF	Arancel a/v	Gastos de Importación	Gastos Adm. y financieros	Costo Importación	Costo Unit. Importación	Margen	Valor Venta Unit.	Precio Venta Unit.	Crecimiento %	Ingresos por ventas
K47	4.19	17,106.10	312.47	24.78	17,443.34	104.66	175.32	10.73	17,734.05	4.31	46%	7.98	9.42	1.03	38,752.19
K45	1.42	1,933.41	105.95	5.44	2,044.81	12.27	59.45	3.64	2,120.16	1.52	72%	5.43	6.41	1.07	8,934.95
K514	2.51	6,093.98	187.01	29.25	6,310.23	37.86	104.93	6.42	6,459.44	2.62	55%	5.83	6.88	1.05	16,938.08
K58	1.58	14,870.32	728.19	67.31	15,665.82	93.99	408.57	25.01	16,193.39	1.69	70%	5.63	6.64	1.07	63,694.01
O60711	9.77	6,639.07	51.80	2.89	6,693.76	40.16	29.06	1.78	6,764.77	9.92	38%	16.00	18.88	1.02	12,874.88
O60936	0.69	257.20	29.60	1.65	288.46	1.73	16.61	1.02	307.81	0.79	86%	5.64	6.66	1.14	2,594.39
YT2515	1.98	3,785.13	147.66	8.49	3,941.28	23.65	82.85	5.07	4,052.85	2.08	67%	6.32	7.45	1.05	14,492.00
YT2521	1.98	2,715.98	105.95	38.46	2,860.40	17.16	59.45	3.64	2,940.64	2.11	65%	6.02	7.11	1.06	9,914.17
YT2504	1.42	4,173.72	228.72	12.33	4,414.76	26.49	128.33	7.85	4,577.43	1.52	72%	5.43	6.41	1.07	19,290.59
A01	3.07	9,128.98	228.38	18.50	9,375.86	56.26	128.14	7.84	9,568.09	3.18	50%	6.36	7.51	1.04	22,580.69
A02	3.07	4,719.10	118.06	9.56	4,846.72	29.08	66.24	4.05	4,946.10	3.18	50%	6.36	7.51	1.04	11,672.79
YT2524	1.58	2,410.85	118.06	6.26	2,535.17	15.21	66.24	4.05	2,620.67	1.69	70%	5.62	6.63	1.06	10,307.98
YT2533	2.24	4,866.27	167.16	21.75	5,055.18	30.33	93.79	5.74	5,185.05	2.36	62%	6.20	7.32	1.05	16,100.94
C22	1.42	773.37	42.38	3.99	819.74	4.92	23.78	1.46	849.89	1.52	72%	5.44	6.42	1.07	3,581.68
O71734	5.31	55,064.99	792.10	62.82	55,919.91	335.52	444.42	27.20	56,727.05	5.44	49%	10.67	12.59	1.02	131,250.83
<b>TOTAL</b>		<b>134,538.48</b>	<b>3,363.46</b>	<b>313.50</b>	<b>138,215.44</b>	<b>829.29</b>	<b>1,887.15</b>	<b>115.50</b>	<b>141,047.38</b>						<b>382,980.17</b>

Tabla 48

Presupuesto de ingresos (Año 4)

Modelo	Precio FOB	Total FOB Ningbo (S/.)	Seguro	Flete	CIF	Arancel a/v	Gastos de Importación	Gastos Adm. Y financieros	Costo Importación	Costo Unit. Importación	Margen	Valor Venta Unit.	Precio Venta Unit.	Crecimiento %	Ingresos por ventas
K47	4.19	18,414.05	336.36	24.78	18,775.19	112.65	182.12	10.73	19,080.70	4.31	46%	7.98	9.41	1.03	41,694.85
K45	1.42	2,081.24	114.05	5.44	2,200.74	13.20	61.75	3.64	2,279.33	1.52	72%	5.42	6.40	1.07	9,605.76
K514	2.51	6,559.93	201.31	29.25	6,790.48	40.74	109.00	6.42	6,946.65	2.62	55%	5.82	6.87	1.05	18,215.65
K58	1.58	16,007.33	783.87	67.31	16,858.51	101.15	424.43	25.01	17,409.10	1.69	70%	5.62	6.63	1.06	68,475.77
O60711	9.77	7,146.70	55.76	2.89	7,205.36	43.23	30.19	1.78	7,280.56	9.92	38%	16.00	18.87	1.02	13,856.54
O60936	0.69	276.87	31.86	1.65	310.38	1.86	17.25	1.02	330.52	0.79	86%	5.63	6.64	1.14	2,785.77
YT2515	1.98	4,074.55	158.95	8.49	4,241.99	25.45	86.06	5.07	4,358.58	2.08	67%	6.31	7.45	1.05	15,585.21
YT2521	1.98	2,923.65	114.05	38.46	3,076.17	18.46	61.75	3.64	3,160.01	2.10	65%	6.01	7.09	1.06	10,653.76
YT2504	1.42	4,492.84	246.20	12.33	4,751.37	28.51	133.31	7.85	4,921.05	1.52	72%	5.42	6.40	1.07	20,738.69
A01	3.07	9,826.99	245.84	18.50	10,091.33	60.55	133.11	7.84	10,292.83	3.18	50%	6.36	7.50	1.04	24,291.09
A02	3.07	5,079.93	127.08	9.56	5,216.58	31.30	68.81	4.05	5,320.74	3.18	50%	6.36	7.50	1.04	12,556.95
YT2524	1.58	2,595.18	127.08	6.26	2,728.53	16.37	68.81	4.05	2,817.77	1.68	70%	5.61	6.62	1.06	11,083.22
YT2533	2.24	5,238.35	179.95	21.75	5,440.05	32.64	97.43	5.74	5,575.86	2.35	62%	6.19	7.31	1.05	17,314.51
C22	1.42	832.50	45.62	3.99	882.11	5.29	24.70	1.46	913.56	1.52	72%	5.43	6.41	1.07	3,850.01
O71734	5.31	59,275.33	852.66	62.82	60,190.81	361.14	461.68	27.20	61,040.84	5.44	49%	10.66	12.58	1.02	141,231.74
<b>TOTAL</b>		<b>144,825.46</b>	<b>3,620.64</b>	<b>313.50</b>	<b>148,759.60</b>	<b>892.56</b>	<b>1,960.42</b>	<b>115.50</b>	<b>151,728.08</b>						<b>411,939.54</b>

Tabla 49

Presupuesto de ingresos (Año 5)

Modelo	Precio FOB	Total FOB Ningbo (S/.)	Seguro	Flete	CIF	Arancel a/v	Gastos de Importación	Gastos Adm. y financieros	Costo Importación	Costo Unit. Importación	Margen	Valor Venta Unit.	Precio Venta Unit.	Crecimiento %	Ingresos por ventas
K47	4.19	19,777.14	361.26	24.78	20,163.18	120.98	188.70	10.73	20,483.58	4.31	46%	7.98	9.41	1.03	44,760.42
K45	1.42	2,235.31	122.49	5.44	2,363.24	14.18	63.98	3.64	2,445.04	1.52	72%	5.41	6.39	1.07	10,304.11
K514	2.51	7,045.52	216.21	29.25	7,290.98	43.75	112.93	6.42	7,454.08	2.62	55%	5.82	6.87	1.04	19,546.25
K58	1.58	17,192.26	841.89	67.31	18,101.46	108.61	439.75	25.01	18,674.83	1.68	70%	5.62	6.63	1.06	73,454.33
O60711	9.77	7,675.74	59.89	2.89	7,738.51	46.43	31.28	1.78	7,818.00	9.92	38%	15.99	18.87	1.02	14,879.43
O60936	0.69	297.37	34.22	1.65	333.24	2.00	17.87	1.02	354.13	0.79	86%	5.61	6.62	1.13	2,984.80
YT2515	1.98	4,376.17	170.71	8.49	4,555.37	27.33	89.17	5.07	4,676.94	2.08	67%	6.31	7.44	1.05	16,723.62
YT2521	1.98	3,140.07	122.49	38.46	3,301.03	19.81	63.98	3.64	3,388.46	2.10	65%	6.00	7.08	1.06	11,423.94
YT2504	1.42	4,825.42	264.43	12.33	5,102.18	30.61	138.12	7.85	5,278.77	1.52	72%	5.42	6.39	1.07	22,246.23
A01	3.07	10,554.43	264.04	18.50	10,836.97	65.02	137.92	7.84	11,047.75	3.18	50%	6.36	7.50	1.04	26,072.68
A02	3.07	5,455.97	136.49	9.56	5,602.03	33.61	71.29	4.05	5,710.99	3.18	50%	6.36	7.50	1.04	13,477.93
YT2524	1.58	2,787.29	136.49	6.26	2,930.05	17.58	71.29	4.05	3,022.97	1.68	70%	5.61	6.62	1.06	11,890.37
YT2533	2.24	5,626.11	193.27	21.75	5,841.13	35.05	100.95	5.74	5,982.87	2.35	62%	6.19	7.30	1.05	18,578.38
C22	1.42	894.12	49.00	3.99	947.11	5.68	25.59	1.46	979.84	1.52	72%	5.42	6.40	1.07	4,129.35
O71734	5.31	63,663.15	915.78	62.82	64,641.75	387.85	478.34	27.20	65,535.14	5.44	49%	10.66	12.58	1.02	151,630.33
<b>TOTAL</b>		<b>155,546.08</b>	<b>3,888.65</b>	<b>313.50</b>	<b>159,748.23</b>	<b>958.49</b>	<b>2,031.18</b>	<b>115.50</b>	<b>162,853.40</b>						<b>442,102.15</b>

## 6.10 Presupuesto de egresos

La empresa "Importaciones Acurio S.A.C" cuenta con el siguiente presupuesto de egresos:

Tabla 50

### Presupuesto de egresos

Egresos	1	2	3	4	5
<b>Costos de importación</b>	S/.122,177.77	S/.130,705.71	S/.141,047.38	S/.151,728.08	S/.162,853.40
<b>Recursos Humanos</b>	S/.150,495.00	S/.150,495.00	S/.150,495.00	S/.150,495.00	S/.150,495.00
<b>Servicios</b>	S/.20,608.80	S/.20,608.80	S/.20,608.80	S/.20,608.80	S/.20,608.80
<b>Materiales de limpieza</b>	S/.280.00	S/.280.00	S/.280.00	S/.280.00	S/.280.00
<b>Servicio de terceros</b>	S/.6,000.00	S/.6,000.00	S/.6,000.00	S/.6,000.00	S/.6,000.00
<b>Amortización</b>	S/.205.00	S/.205.00	S/.205.00	S/.205.00	S/.205.00
<b>Depreciación</b>	S/.2,902.80	S/.2,902.80	S/.2,902.80	S/.2,902.80	S/.2,902.80
<b>Total Egresos</b>	<b>S/. 302,669.37</b>	<b>S/. 311,197.31</b>	<b>S/. 321,538.98</b>	<b>S/. 332,219.68</b>	<b>S/. 343,345.00</b>

## 6.11 Flujo de caja proyectado

La empresa "Importaciones Acurio S.A.C" cuenta con el siguiente flujo de caja:

Tabla 51

### Flujo de caja proyectado

Flujo de caja	0	1	2	3	4	5
Ingresos		S/.332,308.87	S/.354,900.58	S/.382,980.17	S/.411,939.54	S/.442,102.15
Egresos						
Activo Fijo Tangible	S/.22,442.00					
Activo Fijo Intangible	S/.8,500.00					
Capital de Trabajo	S/.136,542.46					
Costos de importación		S/.122,177.77	S/.130,705.71	S/.141,047.38	S/.151,728.08	S/.162,853.40
Recursos Humanos		S/.150,495.00	S/.150,495.00	S/.150,495.00	S/.150,495.00	S/.150,495.00
Costo de servicios		S/.20,608.80	S/.20,608.80	S/.20,608.80	S/.20,608.80	S/.20,608.80
Costo de materiales de limpieza		S/.280.00	S/.280.00	S/.280.00	S/.280.00	S/.280.00
Servicio de terceros		S/.6,000.00	S/.6,000.00	S/.6,000.00	S/.6,000.00	S/.6,000.00
Amortización		S/.205.00	S/.205.00	S/.205.00	S/.205.00	S/.205.00
Depreciación		S/.2,902.80	S/.2,902.80	S/.2,902.80	S/.2,902.80	S/.2,902.80
Total Egresos		S/.302,669.37	S/.311,197.31	S/.321,538.98	S/.332,219.68	S/.343,345.00
Sub - Total		S/.29,639.50	S/.43,703.27	S/.61,441.18	S/.79,719.86	S/.98,757.16
Impuestos (10% )		S/.2,963.95	S/.4,370.33	S/.6,144.12	S/.7,971.99	S/.9,875.72
Utilidad después de impuestos		S/.26,675.55	S/.39,332.94	S/.55,297.06	S/.71,747.87	S/.88,881.44
Depreciaciones		S/.2,902.80	S/.2,902.80	S/.2,902.80	S/.2,902.80	S/.2,902.80
Amortizaciones		S/.205.00	S/.205.00	S/.205.00	S/.205.00	S/.205.00
Flujo de caja económico	-S/.167,484.67	S/.29,783.35	S/.42,440.74	S/.58,404.86	S/.74,855.67	S/.91,989.24
Flujo de caja	<b>-S/.167,484.67</b>	<b>S/.29,783.35</b>	<b>S/.42,440.74</b>	<b>S/.58,404.86</b>	<b>S/.74,855.67</b>	<b>S/.91,989.24</b>
Monto Acumulado	-S/.167,484.67	S/-.137,701.32	S/-.95,260.58	S/-.36,855.72	S/.37,999.95	S/.129,989.19

<b>COK</b>	10.70%
<b>VAN</b>	S/ 42,287.30
<b>TIR</b>	19%

## 6.12 Estado de Ganancias y Pérdida

La empresa "Importaciones Acurio S.A.C" cuenta con el siguiente estado de ganancias y pérdidas:

Tabla 52

Estado de ganancias y pérdidas

Estado de ganancias y perdidas					
Años	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas	S/.332,308.87	S/.354,900.58	S/.382,980.17	S/.411,939.54	S/.442,102.15
Egresos					
Costos de importación	S/.122,177.77	S/.130,705.71	S/.141,047.38	S/.151,728.08	S/.162,853.40
Recursos Humanos	S/.150,495.00	S/.150,495.00	S/.150,495.00	S/.150,495.00	S/.150,495.00
Costo de servicios	S/.20,608.80	S/.20,608.80	S/.20,608.80	S/.20,608.80	S/.20,608.80
Costo de materiales de limpieza	S/.280.00	S/.280.00	S/.280.00	S/.280.00	S/.280.00
Servicio de terceros	S/.6,000.00	S/.6,000.00	S/.6,000.00	S/.6,000.00	S/.6,000.00
Utilidad Bruta	S/.32,741.70	S/.47,462.03	S/.64,541.81	S/.82,819.96	S/.101,856.70
Depreciación	S/.2,902.80	S/.2,902.80	S/.2,902.80	S/.2,902.80	S/.2,902.80
Amortización	S/.205.00	S/.205.00	S/.205.00	S/.205.00	S/.205.00
Utilidad antes de Impuesto a la renta	S/.29,639.50	S/.43,703.27	S/.61,441.18	S/.79,719.86	S/.98,757.16
Impuestos (10% )	S/.2,963.95	S/.4,370.33	S/.6,144.12	S/.7,971.99	S/.9,875.72
<b>Utilidad después de impuestos</b>	<b>S/.26,675.55</b>	<b>S/.39,332.94</b>	<b>S/.55,297.06</b>	<b>S/.71,747.87</b>	<b>S/.88,881.44</b>
Monto Acumulado	S/.26,675.55	S/.66,008.49	S/.121,305.55	S/.193,053.42	S/.281,934.86

## **6.13 Evaluación de la Inversión**

### **6.13.1 Evaluación Económica**

El COK del plan de negocio es de 10.7 %, VAN de 42,287.30 y un TIR de 19%, lo que determina que el plan de negocio proporcionará rentabilidad.

### **6.13.2 Evaluación Financiera**

No se utilizará financiamiento externo, dado que se cuenta con 4 accionistas, quienes proporcionarán el capital para iniciar el negocio.

### **6.13.3 Evaluación Social**

El plan de negocio se enfoca en el segmento de mercado de personas que tengan gusto por la repostería y que deseen generar su propio ingreso. Se busca que Importaciones Acurio S.A.C genere rentabilidad y a la vez permita satisfacer las necesidades de los clientes, desde un buen trato en tienda, respuestas amables vía electrónica y un producto acorde a lo ofrecido.

### **6.13.4 Impacto Ambiental**

El plan de negocio está orientado a la importación y comercialización de artículos de repostería en Lima Metropolitana, por lo que se concentra en que los artículos no sean dañinos para la salud de los clientes, y que los artículos sean adecuados al contacto con los alimentos.

## 6.14 Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo

Tabla 53

Tasa de descuento nominal

B: Promedio de beta del sector	0.71
RF: Tasa libre de riesgo	6.07%
Rm: Rendimiento del mercado de China	6.70%

$$K_e = R_f + B \cdot (R_m - R_f) = 6.52\%$$

Tabla 54

Tasa de descuento real

ke: costo de oportunidad	6.52%
Inflación: inflación promedio de China	2.40%

$$K_e \text{ real} = (K_e - \text{Inflación}) / (1 + \text{Inflación}) = 4.02\%$$

Tabla 55

Tasa de descuento real del Perú

Ke Real China: Tasa de descuento real China	4.02%
Riesgo País Perú	1.30%

$$\text{Tasa Real Perú} = K_e \text{ real China} + \text{Riesgo País Perú} = 5.32\%$$

Tabla 56

Tasa de descuento real incluido riesgo región

Tasa Real Perú	5.32%
Riesgo Región	1.38%

Tasa Real Perú incluido riesgo Región=6.70%

Tabla 57

Costo de oportunidad de capital

Tasa Real Perú incluido Latinoamérica	6.70%
Riesgo Sector	4.00%

COK= Tasa Real Perú incluido Latinoamérica + Riesgo sector= 10.70%

### **6.15 Cuadro de riesgo del tipo de cambio**

Se ha obtenido que le tipo de cambio proyectado para los 5 próximos años.

Tabla 37

Riesgo del tipo de cambio

<b>Producto</b>	<b>Concepto</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Artículos de repostería</b>	<b>Tipo de cambio</b>	<b>332308.87</b>	<b>354900.58</b>	<b>382980.17</b>	<b>411939.54</b>	<b>442102.15</b>
Total dólares Escenario Positivo	3.21	103,523.01	110,560.93	119,308.46	128,330.08	137,726.53
Total dólares Escenario Actual	3.30	100,699.66	107,545.63	116,054.60	124,830.16	133,970.35
Total dólares Escenario Negativo	3.47	95,766.24	102,276.82	110,368.92	118,714.57	127,406.96
<b>Diferencia Escenario Positivo</b>		<b>2,823.35</b>	<b>3,015.30</b>	<b>3,253.87</b>	<b>3,499.91</b>	<b>3,756.18</b>
<b>Diferencia Escenario Negativo</b>		<b>-4,933.41</b>	<b>-5,268.81</b>	<b>-5,685.67</b>	<b>-6,115.60</b>	<b>-6,563.39</b>

## **CAPÍTULO VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **6.1 Conclusiones**

- En cuanto al aspecto legal, estar bajo el régimen MYPE, proporciona beneficios tributarios y laborales que permiten reducir costos, con el fin de que la empresa pueda establecerse económicamente en los próximos cinco años.
- El presente plan de negocios ha identificado un nicho de mercado insatisfecho, por lo tanto se ha encontrado la oportunidad de generar rentabilidad, con productos de precios atractivos en el mercado de China.
- El plan logístico es determinante en cuanto al proveedor con el que se coordinará, debido a los precios de importación condiciones, material, costos de traslado internacional e incoterm que se utilizará en la transacción.
- Se ha demostrado que el plan económico financiero del negocio es viable, debido al análisis de los tres indicadores como COK, VAN y TIR, con 10.7%, S/ 42,287.30 y 19% respectivamente.

### **6.2 Recomendaciones**

- Posterior a los cinco años se necesita reformular el negocio, dado que se requerirá la adaptación a las nuevas formas de promoción y a las exigencias del mercado.
- Con estrategias electrónicas y sociales se buscará conquistar la fidelidad del cliente, por medio de mecanismos de control y monitoreo.
- Adicionalmente, enfatizar las capacitaciones a los vendedores para no dejar de potenciar el recurso humano de la empresa.

## REFERENCIAS

1. Páginas Amarillas. (2018). Guía de calles. Recuperado de <http://guiadecalles.paginasamarillas.com.pe/Mapas/buscarCalleInicio.do;jsessionid=A63EDFE712D7CBB337F9EE89D815C9DF>
2. Municipalidad de Lima. (2016). Planos de zonificación. Recuperado de <http://www.munlima.gob.pe/images/descargas/licencias-de-funcionamiento/planos-de-zonificacion/PLANO-DE-ZONIFICACION-08-26-2016-MML.pdf>
3. Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (s.f). Régimen laboral de la Micro y la Pequeña Empresa. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html>
4. Municipalidad de Lima. (s.f). Requisitos para la obtención de Licencia de Funcionamiento. Recuperado de <http://www.munlima.gob.pe/images/descargas/licencias-de-funcionamiento/costosyplazos/volante-01.pdf>
5. Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (10 de abril del 2018). Régimen MYPE Tributario. Recuperado de <http://emprender.sunat.gob.pe/como-me-conviene-tributar>
6. Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (s.f). PDT – PLAME. Recuperado de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/pdt-plame>
7. TRADE MAP. (2018). Lista de los países exportadores para el producto seleccionado en 2018. Recuperado de

[https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_Graph.aspx?nvpm=3||||392410||6|1|1|2|1|1|2|1|1](https://www.trademap.org/Country_SelProduct_Graph.aspx?nvpm=3||||392410||6|1|1|2|1|1|2|1|1)

8. Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (17 de marzo de 2018). Anuario Estadístico 2017. Recuperado de [http://www.sunat.gob.pe/estad-comExt/modelo\\_web/anuario17.html](http://www.sunat.gob.pe/estad-comExt/modelo_web/anuario17.html)
9. ComexPerú. (9 de febrero de 2018). Resultados de Importaciones 2017. Recuperado de <https://www.comexperu.org.pe/articulo/resultados-de-importaciones-2017>
10. CPI. (2018). Perú: Población 2017. Recuperado de [http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr\\_poblacion\\_peru\\_2017.pdf](http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_poblacion_peru_2017.pdf)
11. Datum internacional. (Marzo 2018). La mujer en el Perú. Recuperado de [http://www.datum.com.pe/new\\_web\\_files/files/pdf/La\\_mujer\\_en\\_el\\_Peru.pdf](http://www.datum.com.pe/new_web_files/files/pdf/La_mujer_en_el_Peru.pdf)
12. Recuperado de <https://www.slideshare.net/ArellanoMarketing/estudio-nacional-del-consumidor-peruano-internet>
13. Internovam. (2017). Estudio de Comercio Electrónico 2017. Recuperado de <http://internovam.com/blog/cual-es-el-perfil-del-comprador-ecommerce-promedio-de-peru/>
14. Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (s.f). Recuperado de <http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>
15. Scotiabank. (s.f). Transferencias internacionales. Recuperado de <https://scotiabankfiles.azureedge.net/scotiabank-peru/PDFs/empresas/cash-management/109.pdf?t=1541967483346>

16. Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (s.f). Convenios internacionales. Recuperado de <http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>
17. Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (s.f). Régimen laboral de la micro y pequeña empresa. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html>
18. Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (8 de enero del 2018). Régimen Mype Tributario. <http://emprender.sunat.gob.pe/que-libros-contables-debo-llevar>
19. ProInversión. (s.f). Cuadro Comparativo de Sociedades. Recuperado de <https://www.proinversion.gob.pe/modulos/JER/PlantillaStandard.aspx?are=0&prf=0&jer=5732&sec=1>
20. Santander Trade. (s.f) Incoterms 2010. Recuperado de <https://es.portal.santandertrade.com/banca/incoterms-2010>
21. Diario del exportador. (s.f). Los pictogramas usados en el Comercio Internacional y sus significados. Recuperado de <https://www.diariodelexportador.com/2017/11/los-pictogramas-usados-en-el-comercio.html>
22. Internabank. (s.f). Proceso de transferencia internacional. Recuperado de <https://interbank.pe/blog/interbank-para-mi/como-enviar-dinero-al-exterior>
23. Azsanet Agencia de Aduanas. (s.f). Importación para el consumo. Recuperado de <http://www.azsanet.com/regimenes.php?p=68>

## APÉNDICE A

### CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO INDETERMINADO

Conste mediante el presente documento, celebran de una parte.....  
(Nombre del empleador), con RUC N°..... debidamente representado  
por don(ña) .... (nombre del representante legal) .... a quien en adelante se le  
llamará EL EMPLEADOR y de la otra don(ña) ..... (nombre del trabajador)  
..... identificado con DNI N°. .... domiciliado en ....., a quien  
en adelante se le llamará EL TRABAJADOR, en los términos y condiciones  
siguientes: PRIMERO: El EMPLEADOR es una ..... cuyo objeto  
social es ..... la cual requiere de los servicios del TRABAJADOR en  
forma permanente, para realizar las siguientes actividades .....; debiendo  
someterse éste al cumplimiento estricto de la labor para la cual ha sido contratado  
y a las directivas que emanen de sus jefes o instructores. SEGUNDO: El período  
de prueba es de tres meses (puede ampliarse a seis meses o a un año si existe  
justificación para ello), a cuyo término EL TRABAJADOR alcanza el derecho a la  
protección contra el despido arbitrario en virtud del artículo 10° de la Ley de  
Productividad y Competitividad Laboral. TERCERO: En contraprestación a los  
servicios del TRABAJADOR, EL EMPLEADOR se obliga a pagar una  
remuneración (mensual o semanal) de....., monto que se incrementará de  
acuerdo a su política remunerativa. Igualmente se obliga a facilitar al  
TRABAJADOR los materiales y condiciones necesarios para el adecuado  
desarrollo de sus actividades, y a otorgarle los beneficios que por ley, pacto o  
costumbre tuvieron los trabajadores de su misma categoría. CUARTO: El  
TRABAJADOR deberá prestar sus servicios en el siguiente horario: de..... a  
..... (días), de ..... a ..... horas, teniendo un refrigerio de (1) ..... minutos, que  
será tomado de ..... a ..... horas. QUINTO: En todo lo no previsto por el  
presente contrato, se estará a lo establecido en las disposiciones laborales que  
regulan los contratos de trabajo por tiempo indeterminado contenidas en la Ley de  
Productividad y Competitividad Laboral. Firmado en....., a los..... días  
del mes de..... de 20.....

## APÉNDICE B

### CONTRATO DE TRABAJO DE NATURALEZA TEMPORAL POR INICIO O INCREMENTO DE NUEVA ACTIVIDAD

Conste por el presente documento el Contrato de Trabajo a plazo fijo bajo la modalidad de "Contrato por inicio o incremento de actividad" que celebran al amparo del Art. 57° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97-TR y normas complementarias, de una parte (1)....., con R.U.C. N°.....y domicilio fiscal en ....., debidamente representada por el señor (2) .....con D.N.I. N°....., a quien en adelante se le denominará simplemente EL EMPLEADOR; y de la otra parte don (3).....; con D.N.I. N°....., domiciliado en.....a quien en adelante se le denominará simplemente EL TRABAJADOR; en los términos y condiciones siguientes: PRIMERO: EL EMPLEADOR (4) .....requiere cubrir las necesidades (colocar la justificación del uso de esta modalidad) SEGUNDO: Por el presente documento EL EMPLEADOR contrata a plazo fijo bajo la modalidad ya indicada, los servicios de EL TRABAJADOR quien desempeñará el cargo de (5)....., en relación con las causas objetivas señaladas en la cláusula anterior. TERCERO: El plazo de duración del presente contrato es de.....(máximo tres años), y rige desde el .....del 2013, fecha en que debe empezar sus labores EL TRABAJADOR hasta el .....de .....del 2013, fecha en que termina el contrato. CUARTO: EL TRABAJADOR estará sujeto a un período de prueba de tres meses, la misma que inicia el .....de ..... del 2013 y concluye el.....de.....del 2013. QUINTO: EL TRABAJADOR cumplirá el horario de trabajo siguiente: De lunes a..... de.....horas a..... horas. SEXTO: EL TRABAJADOR deberá cumplir con las normas propias del Centro de Trabajo, así como las contenidas en el Reglamento interno de Trabajo (en caso cuente con uno debidamente registrado ante la AAT) y en las demás normas laborales, y las que se impartan por necesidades del servicio en ejercicio de las facultades de administración de la empresa, de conformidad con el Art. 9° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97-TR. SETIMO: EL EMPLEADOR abonará al TRABAJADOR la cantidad de S/.....como remuneración mensual, de la cual se deducirá las aportaciones y descuentos por tributos establecidos en la ley que le resulten de aplicación. OCTAVO: Queda entendido que EL EMPLEADOR no está obligado a dar aviso alguno adicional referente al término del presente contrato, operando su extinción en la fecha de su vencimiento conforme la cláusula tercera, Sistema Normativo de Información Laboral

## APÉNDICE C

### ENCUESTA PARA MEDIR EL GRADO DE ACEPTACIÓN DEL PÚBLICO CON LOS ARTÍCULOS DE REPOSTERÍA (AGOSTO 2018)

Señala con una (X) la opción elegida:

#### 1. Sexo

a. Hombre ( )

b. Mujer ( )

#### 2. ¿Qué edad tiene?

a. 18-24 ( )

b. 25-39 ( )

c. 40-55 ( )

d. 56 a más ( )

#### 3. ¿En qué zona vive?

a. Callao ( )

b. Lima centro ( )

c. Lima este ( )

d. Lima moderna ( )

e. Lima norte ( )

f. Lima sur ( )

g. Balnearios ( )

#### 4. ¿En algún momento ha comprado artículos de repostería?

a. Si ( )

b. No ( )

**5. ¿Compraría algún artículo de repostería?**

a. Si ( )

b. No ( )

**6. ¿Realiza compras continuas de artículos de repostería?**

a. Si ( )

b. No ( )

**7. ¿Cuántas veces año compraría o compra artículos de repostería?**

a. 2 veces ( )

b. 3 veces ( )

c. 4 veces ( )

d. Más de 4 veces ( )

**8. ¿Conoce a algún comerciante de artículos de repostería y/o similares en la zona?**

a. Si ( )

b. No ( )

**9. ¿En algún momento ha realizado compras en el mercado central?**

a. Si ( )

b. No ( )

**10. ¿Qué característica debería cumplir un producto para satisfacer sus expectativas?**

a. Material resistente ( )

b. Modelo ( )

c. Precio ( )

**11. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un artículo de repostería?**

a. S/4 - S/8 ( )

b. S/9 - S/13 ( )

c. S/14 - S/18 ( )

**12. ¿Cómo le gustaría que le llegue información de los productos?**

a. Correo electrónico ( )

b. En la tienda ( )

c. Redes Sociales ( )

**13. ¿Qué redes sociales utiliza con más frecuencia?**

a. Facebook ( )

b. Instagram ( )

c. Snapchat ( )

d. Twitter ( )

e. YouTube ( )

**Muchas gracias por su colaboración**

**APÉNDICE D**  
**RESULTADOS DE LA ENCUESTA**

<b>Preguntas</b>	<b>A</b>	<b>A%</b>	<b>B</b>	<b>B%</b>	<b>C</b>	<b>%</b>	<b>D</b>	<b>D%</b>	<b>E</b>	<b>E%</b>	<b>F</b>	<b>F%</b>	<b>G</b>	<b>G%</b>
Pregunta 1	-	-	210	100.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pregunta 2	-	-	210	100.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pregunta 3	30	14.29	30	14.29	30	14.29	30	14.29	30	14.29	30	14.29	30	14.29
Pregunta 4	157	74.76	53	25.24	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pregunta 5	136	64.76	74	35.24	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pregunta 6	85	40.48	125	59.52	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pregunta 7	29	13.81	145	69.05	24	11.43	12	5.71	-	-	-	-	-	-
Pregunta 8	138	65.71	72	34.29	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pregunta 9	189	90.00	21	10.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pregunta 10	67	31.90	79	37.62	64	30.48	-	-	-	-	-	-	-	-
Pregunta 11	105	50.00	82	39.05	23	10.95	-	-	-	-	-	-	-	-
Pregunta 12	45	21.43	29	13.81	136	64.76	-	-	-	-	-	-	-	-
Pregunta 13	81	38.57	44	20.95	18	8.57	15	7.14	52	24.76	-	-	-	-

## APÉNDICE E COTIZACIÓN DE CARGA



### PROPUESTA COMERCIAL

Lima, 12 de abril 2019

Empresa: IMPORTACIONES ACURIO  
Estimado(a): Mayra Acurio

De acuerdo a su amable solicitud, nos es grato presentar nuestra cotización por el servicio requerido:

<b>ORIGEN</b>	GUANGZHOU - CHINA	<b>SERVICIO A COTIZAR</b>	IMPORTACIÓN MARITIMA
<b>DESTINO</b>	CALLAO - PERU	<b>CONDICION DE VENTA</b>	FOB LCL 1265.68 KG

FLETE INTERNACIONAL MARITIMO	
DESCRIPCION:	VALORES
FLETE	USD 95.00
BL	USD 35.00

GASTOS EN DESTINO	
DESCRIPCIÓN	VALORES
DESCARGA:	USD 60.10
HANDLING	USD 59.00
VISTOS BUENOS:	USD 165.20
ALMACEN	USD 180.00
ADUANA	USD 155.00

**IMPORTANTE:**

ALMACEN VILLAS OQUENDO  
SERVICIO DIRECTO / 30 DIAS APROX  
SALIDAS SEMANALES  
CARGA GENERAL NO PELIGROSA  
VALIDO HASTA 12/05/2019

Aprile Peru S.A.C.  
Av. Jorge Chavez 263, Of. 703  
Miraflores - Lima 18 - Perú  
Tel. 221.9999



Head Office: Aprile S.p.A.  
Piazza Dante 6/5 16121  
Génova - Italia  
[www.aprile.it](http://www.aprile.it)



## APÉNDICE F

### TÉRMINOS DEL CONTRATO DE COMPRA VENTA INTERNACIONAL

<b>Aspectos de la Compra Venta Internacional</b>	Información del Plan de Negocios
<b>Las Partes</b>	<p>Vendedor Guangzhou Yabei Hotel Supplies Co.,ltd 2 floor,7 Building,Xinxing Plaza,Dashi Town,Panyu District, Guangzhou, China</p> <p>Comprador Importaciones Acurio S.A.C Jirón Andahuaylas 749 Cercado de Lima, Perú</p>
<b>La Vigencia del contrato</b>	1 año
<b>La Mercancía</b>	Artículos de repostería
<b>La Cantidad</b>	37, 921 unidades de artículos de repostería
<b>El Envase</b>	Bolsas de plástico, blíster, caja de cartón y caja transparente.
<b>El Embalaje</b>	Cajas de cartón
<b>El Transporte</b>	Vía marítima
<b>La Fecha Máxima de Embarque</b>	15 de julio del 2019
<b>Lugar de Entrega</b>	Puerto del Callao
<b>El Incoterm</b>	FOB
<b>La Transmisión de los Riesgos</b>	La responsabilidad del vendedor por cualquier daño o pérdida se transmite al comprador una vez que la carga ha sido declarada a bordo del buque.
<b>El Seguro</b>	Póliza flotante
<b>Moneda de Transacción</b>	Dólar americano
<b>Precio</b>	\$ 35290.07 (Dólares americanos)
<b>Forma de Pago</b>	El comprador” se obliga a pagar a “El vendedor” el precio pactado en la cláusula anterior, mediante el siguiente porcentaje: 30% del valor FOB USD\$ TOTAL con la realización de la orden de compra y el 70% restante del VALOR FOB USD\$ TOTAL contra el embarque de la mercancía y la emisión del Documento de Transporte (Bill of Loading).
<b>Medio de Pago</b>	Transferencia Bancaria internacional (pago diferido)
<b>La Documentación</b>	Factura comercial, B/L y certificado de origen
<b>Lugar de Fabricación</b>	2 floor,7 Building,Xinxing Plaza,Dashi Town,Panyu District, Guangzhou, China
<b>Arbitraje</b>	Para la interpretación, ejecución y cumplimiento de las cláusulas de este contrato y para la solución de cualquier controversia que se derive del mismo, las partes convienen en someterse a la conciliación y arbitraje para el comercio exterior existente en el país importador.