



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

**IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN ONLINE DE
SILLAS GAMER DESDE SHANGHAI – CHINA EN LIMA
METROPOLITANA**

**PRESENTADO POR
CINTHIA DEL PILAR ZAÑA BANCES**

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

LIMA – PERÚ

2020



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

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

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



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

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

**IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN ONLINE DE SILLAS
GAMER DESDE SHANGHAI – CHINA EN LIMA METROPOLITANA**

PARA OPTAR

EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES

PRESENTADO POR:

CINTHIA DEL PILAR ZAÑA BANCES

Lima - Perú

2020

DEDICATORIA

Dedico este plan de negocio principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante para mi formación profesional. A mis padres, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme desarrollar mi plan de negocio con perseverancia, concentración y ánimo; a mi familia, quienes con su amor y comprensión me brindaron todo el apoyo para poder desarrollar mi plan de negocio de una manera eficiente.

INDICE DE CONTENIDO

INDICE DE CONTENIDO	iv
INDICE DE TABLAS	x
INDICE DE FIGURAS	xiv
INDICE DE GRAFICOS	xv
RESUMEN EJECUTIVO	16
I. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN	18
II. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	21
2.1. Nombre o razón social	21
2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU).....	21
2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial.....	22
2.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha.....	22
2.4.1. Objetivo general.....	22
2.4.2. Objetivos específicos.....	23
2.4.3. Misión	23
2.4.4. Visión.....	23
2.4.5. Valores	23
2.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características	24
2.6. Estructura Orgánica	24
2.7. Cuadro de asignación de personal.....	26
2.8. Forma Jurídica Empresarial	28
2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI	28

2.10.	Requisitos y Trámites Municipales.....	29
2.11.	Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades.....	30
2.12.	Registro de Planillas Electrónica (PLAME).	31
2.13.	Régimen Laboral Especial y General Laboral.....	31
2.14.	Modalidades de Contratos Laborales	32
2.15.	Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas	33
III.	PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL.....	34
3.1.	Identificación, descripción y justificación del producto a importar	34
3.1.1.	Clasificación arancelaria (en ambos países)	35
3.1.2.	Ficha técnica comercial	36
3.1.3.	Ecuación de valor para el mercado nacional	37
3.1.4.	Determinación de la marca a usar	37
3.2.	Investigación de mercado objetivo	38
3.2.1.	Segmentación de mercado objetivo (macro y micro segmentación).	38
3.2.1.1.	Macro segmentación	39
3.2.1.2.	Micro segmentación	40
3.2.2.	Definición del perfil del consumidor	41
3.2.3.	Medición del mercado objetivo	41
3.3.	Análisis de oferta y demanda en el mercado	43
3.3.2.	Análisis de oferta	43
3.3.3.	Análisis y cálculo de la demanda.....	45

3.3.4.	Análisis de competitividad y benchmark	48
3.3.5.	Análisis de precio de importación (compra)	50
3.3.6.	Análisis y determinación de formas de distribución	52
3.3.7.	Análisis del entorno	52
3.3.7.1.	Macro ambiente.....	54
3.3.7.2.	Microambiente.....	54
3.4.	Estrategias de venta y distribución nacional	56
1.4.1.	Estrategias de segmentación	57
1.4.2.	Estrategias de posicionamiento.....	57
1.4.3.	Estrategias de ingreso al mercado	58
1.4.4.	Estrategias de distribución comercial	59
1.4.5.	Estrategias de branding.....	60
1.5.	Estrategias de promoción nacional	61
1.5.1.	Establecer los mecanismos y definir estrategias de promoción, incluida promoción de ventas	61
1.5.2.	Propuesta de valor.....	62
1.5.3.	Estrategias de marketing digital y uso del e-commerce	63
1.6.	Políticas de estrategias de precio	64
IV.	PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL	65
4.1.	Envases, empaques y embalajes.....	65
4.1.1.	Envase.....	65
4.1.2.	Embalaje.....	67

4.2.	Diseño del rotulado y marcado.....	68
4.2.1.	Diseño del rotulado.....	68
4.2.2.	Diseño del mercado.....	68
4.3.	Unitarización y cubicaje de la carga.....	70
4.4.	Cadena de DFI de importación	71
4.5.	Seguro de las mercancías.....	77
V.	PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL.....	78
5.1.	Fijación de precios	78
5.1.1.	Costos y precio.....	78
5.1.2.	Cotización internacional.....	86
5.2.	Contrato de compra venta internacional (importaciones) y sus documentos	88
5.3.	Elección y aplicación del Incoterm	89
5.4.	Determinación del medio de pago y cobro	91
5.4.1.	Elección del medio de pago.....	91
5.5.	Elección del régimen de importación.....	93
5.6.	Gestión aduanera del comercio internacional	94
5.7.	Gestión de las operaciones de importación: Flujograma de GIEDHE IMPORTACIONES SAC.....	96
VI.	PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	97
6.1.	Inversión Fija.....	97
6.1.1.	Activos tangibles.....	97

6.1.2.	Activos intangibles	98
6.2.	Capital de Trabajo.....	100
6.3.	Inversión Total.....	101
6.4.	Estructura de Inversión y Financiamiento	102
6.5.	Fuentes financieras y condiciones de crédito.....	103
6.6.	Presupuesto de costos.....	106
6.7.	Punto de Equilibrio	111
6.8.	Tributación de la importación	111
6.9.	Presupuesto de ingresos.....	112
6.10.	Presupuesto de egresos	115
6.11.	Flujo de caja proyectado	118
6.12.	Estado de Ganancias y Pérdida.....	120
6.13.	Evaluación de la Inversión	122
6.13.1.	Evaluación Económica	122
6.13.2.	Evaluación Financiera	123
6.13.3.	Evaluación social.....	124
6.13.4.	Impacto ambiental	124
6.14.	Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo	124
6.15.	Cuadro de riesgo del tipo de cambio	125
VII.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	127
7.1.	Conclusiones.....	127
7.2.	Recomendaciones.....	128

REFERENCIAS.....130

ANEXOS138

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Pequeña empresa	24
Tabla 2: Asignación de personal	27
Tabla 4: Cuarta categoría – Servicio tercero	27
Tabla 5: Aportes de los socios	28
Tabla 6: Derechos del Régimen Laboral Especial.....	32
Tabla 7: Ficha Técnica de Silla Gamer	36
Tabla 8: Principales países exportadores mundiales de la partida Arancelaria 9401.30.00.00 (expresado en miles de dólares)	39
Tabla 9: Diez principales países que proveen el producto importado por Perú (expresado en miles de dólares)	40
Tabla 10: Población total censada y omitida según último censo de Perú (expresado en miles de personas)	41
Tabla 11: Población total en Lima (expresado en miles de personas)	41
Tabla 12: Población total en Lima metropolitana (expresado en miles de personas)	42
Tabla 13: Población económicamente activa en Lima metropolitana (expresado en miles de personas)	42
Tabla 14: Población económicamente activa entre 18 a 55 años en Lima Metropolitana (expresado en miles de personas).....	42
Tabla 15: 10 primeros países exportadores, con la partida 9401.30.00.00 – Asientos giratorios de altura ajustable.....	44
Tabla 16: Criterios a evaluar a los potenciales proveedores de China.....	45
Tabla 17: Cantidades de Sillas importados en el Año 2015-2019 en unidades según la partida 9401.30.00.00	46

Tabla 18: Demanda de Perú del 2015 al 2019 de la P.A 9401.30.00.00.....	46
Tabla 19: Método de mínimos cuadrados	46
Tabla 20: Demanda proyectada del mercado.....	47
Tabla 21: Tasa de crecimiento	47
Tabla 22: Participación de los importadores de la partida 9401.30.00.00 en los últimos años	48
Tabla 23: Análisis de la competencia	50
Tabla 24: Precio del producto puesto en el almacén de GIEDHE IMPORTACIONES SAC:	51
Tabla 25: Precio de importación del producto por unidad	51
Tabla 26: Análisis FODA	53
Tabla 27: Detalles embalaje de sillas gamer	70
Tabla 28: Empresas comercializadoras de la sillas gamer modelo JX-1007.....	78
Tabla 29: Costos de factura de importación en términos FOB	82
Tabla 30: Costos de importación.....	82
Tabla 31: Costo de importación del producto por unidad	82
Tabla 32: Costo Total de importación al año	83
Tabla 33: Gasto de personal	83
Tabla 34: Materiales Indirectos	84
Tabla 35: Gastos indirectos.....	84
Tabla 36: Gastos administrativos	84
Tabla 37: Gastos de ventas.....	84
Tabla 38: Costos fijos.....	85
Tabla 39: Costo variable	85
Tabla 40: Costos totales.....	85

Tabla 41: Estructura de precios.....	86
Tabla 42: Información del plan para la elaboración del contrato internacional.....	88
Tabla 43: Costos de 50 unidades de sillas gamer por los proveedores en China	89
Tabla 44: Costos de importación de los forwarders	89
Tabla 45: Suma de costos de importación de acuerdo al incoterm con TGA.....	90
Tabla 46: Suma de costos de importación de acuerdo al incoterm con EZ SHIP	90
Tabla 47: Suma de costos de importación de acuerdo al incoterm con MARVISUR	90
Tabla 48: Obligaciones de las partes bajo el incoterm FOB.....	91
Tabla 49: Activos tangibles.....	97
Tabla 50: Otros activos tangibles	98
Tabla 51: Activos intangibles.....	99
Tabla 52: Capital de trabajo	100
Tabla 53: Inversión total	101
Tabla 54: Estructura de financiamiento	102
Tabla 55: Créditos bancarios – Capital de trabajo para microempresas	103
Tabla 56: Fuentes financieras y condiciones de crédito	105
Tabla 57: Flujo de Caja de Deuda.....	106
Tabla 58: Costos de importación.....	107
Tabla 59: Costo de importación del producto por unidad	107
Tabla 60: Presupuesto de costos de productos	108
Tabla 61: Presupuesto proyectado de materiales indirectos.....	108
Tabla 62: Presupuesto proyectado de gastos de personal	109
Tabla 63: Presupuesto proyectado de gastos fijos.....	109
Tabla 64: Presupuesto proyectado de gastos administrativos	110

Tabla 65: Presupuesto proyectado de gastos de ventas.....	110
Tabla 66: Punto de equilibrio.....	111
Tabla 67: Impuestos – 10% de percepción	111
Tabla 68: Impuestos – 3.5% de percepción	112
Tabla 69: Tributos	112
Tabla 70: Detalle de ingresos proyectados del 2021 al 2025.....	112
Tabla 72. Presupuesto de Ingresos.....	114
Tabla 73: Tasa de inflación del año 2010 al 2019	115
Tabla 74: Presupuesto proyectado de costos variables del 2015 al 2025.....	115
Tabla 75: Flujo de caja económico.....	118
Tabla 76: Flujo de caja financiero.....	119
Tabla 77: Estado de ganancias y pérdidas financiero (Expresado en soles)	120
Tabla 78: Resultados económicos	122
Tabla 79: Periodo de Recuperación Económico	122
Tabla 80: Resultados financieros	123
Tabla 81: Periodo de Recuperación Financiera	123
Tabla 82: Cálculo del COK.....	125

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Mapa de ubicación de GIEDHE IMPORTACIONES SAC	22
Figura 2: Organigrama GIEDHE IMPORTACIONES SAC	25
Figura 3: Logo de COMGA.....	29
Figura 4: Procedimiento para obtener la licencia de funcionamiento.	30
Figura 5: Procedimiento de registro PLAME	31
Figura 6: Silla gamer	34
Figura 7: Gaming Chair HS Code in China	35
Figura 8: Partida arancelaria sillas gaming en Perú	35
Figura 9: Marca COMGA.....	38
Figura 10: Embudo poblacional.....	43
Figura 11: Potenciales proveedores de China.....	44
Figura 12: Estrategias de segmentación	57
Figura 13: Distribución comercial	60
Figura 14: Partes de una silla gamer.....	65
Figura 15: Partes de una silla gamer dentro la caja	66
Figura 16: Partes pequeñas de una silla gamer	66
Figura 17: Caja Silla gamer	67
Figura 18: Rotulado silla gamer.....	68
Figura 19: Pictogramas para la caja de silla gamer.....	68
Figura 20: Marcado de cajas	69
Figura 21: Marcado Hangzhou Hechuangyouzuo Furniture Co., Ltd	69
Figura 22: Sillas gamer palletizadas y enzunchadas.....	71
Figura 23: Fábrica de Hangzhou Jinxuan Imp & Exp Co., Ltd.....	72
Figura 24: Cargado de cajas al camión.....	73

Figura 25: Transporte marítimo	73
Figura 26: Numeración de la DAM	74
Figura 27: Pago de impuestos.....	74
Figura 28: Llegada de la carga al puerto del Callao	75
Figura 29: Almacén Villas Oquendo	75
Figura 30: Ejemplo de autorización de levante.....	76
Figura 31: Traslado de carga LCL al almacén del importador.....	76
Figura 32: Precio silla gamer RUSH PERU SAC (Coolbox)	79
Figura 33: Precio silla gamer GAMES LAND STORE S.A.C.....	80
Figura 34: Precio silla gamer C & C COMPUTER SERVICE S.A.C.....	80
Figura 35: Precio silla gamer COMERCIO DIGITAL INTEGRAL S.A. (Lumingo). 81	
Figura 36: Precio silla gamer LAWGAMERS S.A.C.	81
Figura 37: Cotización de sillas gamer Shanghai a Callao en términos FOB	87
Figura 38: Comisión por transferencia internacional	92

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1: Proyección lineal.....	48
-----------------------------------	----

RESUMEN EJECUTIVO

GIEDHE IMPORTACIONES SAC, es una empresa importadora y comercializadora online de sillas gamer, que ofrecen comodidad, seguridad, diseño y se adaptan a cada exigencia específica. El mercado gamer está en expansión, y decenas de marcas han aprovechado la ola comercial del concepto 'gaming' para aplicarlo a productos que, en realidad, son material de oficina. Las sillas gamer se han planteado como sustituto de asientos de oficina convencionales. Asientos que, evidentemente, no están diseñados sólo para aquellos que tienen como pasatiempo los videojuegos, sino también para quienes buscan una buena postura cuando pasan horas frente al ordenador; es por ello que, GIEDHE IMPORTACIONES SAC vio la oportunidad de generar un negocio ante esta necesidad.

Para iniciarse en el negocio de la importación de sillas gamer, se está considerando utilizar Ley MIPYME definida por el Régimen Laboral Especial como una microempresa, debido a que es una empresa nueva en el mercado, y cuenta con recursos limitados para su ejecución. De acuerdo al estudio de mercado realizado; China es un gran proveedor de este tipo de productos, lo cual es de gran importancia en este proyecto de importación; y debido a la gran cantidad de empresas que demanden trabajar, estudiar, jugar, etc, frente a un ordenador; hace que pasen gran parte del tiempo sentados y generar incomodidad.

Por ello, la empresa se ve en la necesidad de ofrecer un producto que cumpla con los estándares de calidad adecuados y cuente con todos los requisitos y certificados exigidos para su comercialización en Lima metropolitana. La empresa escogió el medio de pago transferencia bancaria, debido a que de acuerdo a todos los beneficios que presenta, nos da una mayor agilidad en el pago; y por la facilidad de

poder realizarlo mediante un banco local. En lo que respecta al desarrollo del plan logístico, es necesario tomar en cuenta que se debe hallar la proyección de la demanda para poder calcular la cantidad de productos que se van a importar de China a nuestro mercado objetivo, Perú.

Luego, el proveedor debe preparar adecuadamente la carga y unitarizarla perfectamente para que pueda ser manipulado para su transporte. Continuando con el plan logístico, debemos seleccionar el medio de transporte que más nos conviene dependiendo del tipo de carga, peso, valor, caducidad, costos, entre otros. Posteriormente, define el tipo de importación, en nuestro caso la empresa lo manejará como importación para el consumo, por ello deberá presentar todos los documentos exigidos y solicitados por la aduana para, finalmente, importar con éxito y sin demoras, cumpliendo con los plazos estipulados dentro del contrato con el exportador.

De acuerdo al análisis económico-financiero se observa que existe viabilidad en el plan de negocio, debido a que el flujo de efectivo económico como el financiero cumple con las condiciones para que un proyecto pueda ser aceptado. En el caso de flujo de efectivo económico tenemos como resultado un VAN de S/. 102,973.27 soles, TIR de 48.20%, mientras en el flujo de efectivo Financiero el VAN es de S/. 90,328.80, el TIR es de 60.39%. Por lo expuesto, ambos flujos son positivos y alentadores para poder incursionar en este tipo de negocio y mercado de destino.

I. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

GIEDHE IMPORTACIONES SAC es una compañía especializada en la importación y venta de artículos para gamers a costos bajos y disponibles a los consumidores, generando confianza y fidelizándolos. Por consiguiente se ha estructurado este proyecto con el objetivo de evaluar la viabilidad de la importación de sillas gamer y comercializarlos en el mercado local (Lima metropolitana). Es por esto, que se realizará un análisis descriptivo el cual va a tener la siguiente composición:

1.1. Estructura general del plan: Aquí se describirá de manera general la empresa y el producto que se a comercializar en Lima metropolitana.

1.2. Organización y aspectos legales: Se analizará la forma de organización empresarial que se ha elegido para GIEDHE IMPORTACIONES SAC. Y los procesos legales para la ejecución de la creación de esta empresa.

1.3. Plan de marketing internacional: En este punto se estudiará y detallará el mercado en el que GIEDHE IMPORTACIONES SAC ingresará y se analizarán a los proveedores tanto nacionales como internacionales para las importaciones de las sillas gamer.

1.4. Plan de logística internacional: Después de un análisis detallado se podrá obtener el costo del producto puesto en el almacén de GIEDHE IMPORTACIONES SAC, además de definir el diseño del empaque, embalaje y la cantidad a importar.

1.5. Plan de comercio internacional: En este capítulo se establecerá el precio del producto, el incoterm a manejar, la definición del medio de

pago, determinación del régimen de importación y el contrato de compraventa internacional.

1.6. Plan económico financiero: Se definirá por medio del análisis de los puntos financieros, el cuál determinará si el presente proyecto será viable o no.

MODELO CANVAS

<p>Aliados Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> *Proveedores de China *Organización del Estado: Sunat * Agencia de carga/aduanas. <p style="text-align: center;">-----</p> <ul style="list-style-type: none"> *Promotores de ferias para artículos para gamers. *Empresas vendedoras de videojuegos *Empresas vendedoras de computadoras. *Empresas vendedoras de artículos de oficina 	<p>Actividades Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> *Importación *Almacén *Distribución *Venta online *Participación en ferias para gamers y eventos de difusión *Presencia en redes sociales 	<p>Propuesta de Valor SILLAS GAMER</p> <ul style="list-style-type: none"> * <u>Funcional</u>: se adapta al cuerpo, ajuste de altura de asiento, cómoda, mantiene una buena postura en el usuario. *<u>Social</u>: producto de calidad, novedoso, con diseños y colores variados. *<u>Emocional</u>: El cliente reconoce que es un producto de alta gama, no es tóxico y durable. 	<p>Relación con el Cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> *Servicio post venta *Visitas personalizadas *Redes sociales *Ferias para gamers *Página web *Redes sociales *Correos 	<p>Segmentos de Clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> *Personas entre 18-55 años. *Personas que pasen largas horas frente a un ordenador *Personas que presenten dolencias por estar demasiado tiempo sentadas. *Mercado: Lima metropolitana
<p>Estructura de Costes</p> <ul style="list-style-type: none"> *Costos de importación *Costos de distribución *Costos de marketing *Costos de colaboradores *Costos operativos 		<p>Estructura de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> *Ingreso por la venta directa de sillas gamer. *Ingreso por capital propio y financiamiento *pago en efectivo, transferencias y tarjeta. 		

II. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1. Nombre o razón social

Para el presente plan de negocio se procederá a constituir una empresa jurídica, la cual tendrá como nombre GIEDHE IMPORTACIONES SAC. Se trata de una empresa familiar y el nombre hace referencia a las iniciales de los nombres de los padres y hermano del accionista mayoritario:

GI: GIANCARLOS

ED: EDITH

HE: HEBERTH

GIEDHE IMPORTACIONES SAC está orientada a la importación, venta y distribución de productos provenientes de Shanghai, China al mercado de Lima metropolitana a precios bajos.

2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

De acuerdo a (SUNAT, 2020), la CIIU como sus siglas lo dicen, es la Clasificación Industrial Internacional Uniforme, una clasificación cuyo alcance permite determinar la actividad económica a la que corresponde la empresa de acuerdo al rubro comercial al que pertenece.

En GIEDHE IMPORTACIONES SAC, la actividad económica es la siguiente (SUNAT, 2020):

CIIU 4719 – Otras actividades de venta al por menor en comercios no especializados.

2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

GIEDHE IMPORTACIONES SAC contará con una oficina cuyo domicilio fiscal estará ubicado en San Miguel. Donde se desarrollará la actividad de almacenaje y distribución de la carga. La elección del distrito que se ha considerado para esta empresa, se debe a que es un espacio propio y no generaría costos de alquiler, además de estar ubicada en un lugar muy transitado y de fácil acceso.

Dirección: Calle Teniente César Lopez Rojas 185, San Miguel.

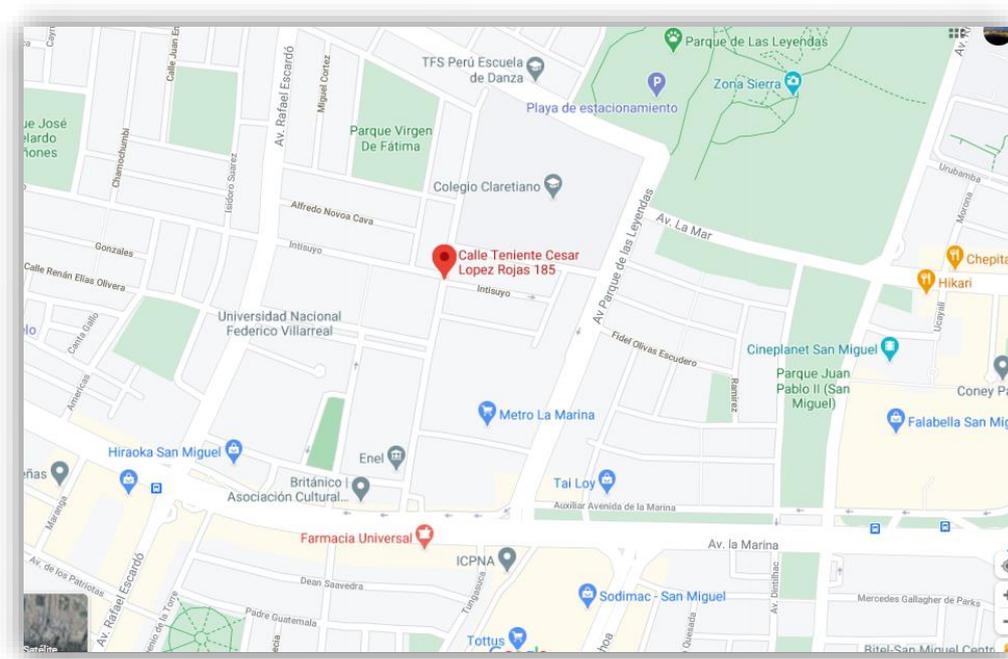


Figura 1: Mapa de ubicación de GIEDHE IMPORTACIONES SAC
Fuente: (Google maps, 2020)

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

2.4.1. Objetivo general

- Lograr que GIEDHE IMPORTACIONES SAC se posicione en el mercado local siendo muy reconocida en el rubro de artículos para gamers.

2.4.2. Objetivos específicos

- Identificar a los proveedores que cuenten con un buen precio, calidad y variedad de productos.
- Analizar el proceso logístico de importación obteniendo los mejores costos.
- Obtener productos variados en diseño y costos accesibles promocionándolos de manera exitosa en el mercado local.

2.4.3. Misión

Somos una empresa importadora que se dedicará a la importación y comercialización de sillas gamer, satisfaciendo las necesidades de los clientes ofreciendo un producto de calidad a un precio competitivo y contribuyendo a mejorar la calidad de vida de la población.

2.4.4. Visión

Ser reconocidos a nivel nacional como empresa líder en importación de productos para gamers, ofreciendo productos de calidad a precio accesible promoviendo nuestro crecimiento continuo como empresa.

2.4.5. Valores

- Compromiso
- Responsabilidad
- Calidad
- Trabajo en equipo
- Respeto

2.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características

(SUNAT, 2020) GIEDHE IMPORTACIONES SAC se acogerá, constituirá y registrará bajo la Ley N° 30056 MYPE, la cual fue publicada el 02 Julio de 2013. Bajo esta ley, las Micro, Pequeñas y medianas empresas no se rigen por el número de trabajadores, sino por el total facturado anualmente (hasta 150UIT para microempresa y entre 150UIT hasta 1700UIT para una pequeña empresa). La presente ley facilita la inversión, crecimiento empresarial y promueve a la formalización de empresas.

TIPO	CARACTERISTICAS
Microempresa	Venta anual menor a 150UIT
	De a 1 – 10 trabajadores
Pequeña empresa	Venta anual desde 150UIT – 1700UIT
	De 1 – 100 trabajadores
	Flexible al cambio
	Capacidad de gestión

Tabla 1: Pequeña empresa
Fuente: (SUNAT, 2020)

2.6. Estructura Orgánica

GIEDHE IMPORTACIONES SAC estará conformada por la Junta General de Accionistas, cuyo número de socios es dos (2). Al ser una empresa nueva, estará compuesta por determinadas áreas: Junta general de socios, Gerencia, Comercial, Logística, y área de contabilidad (externo).

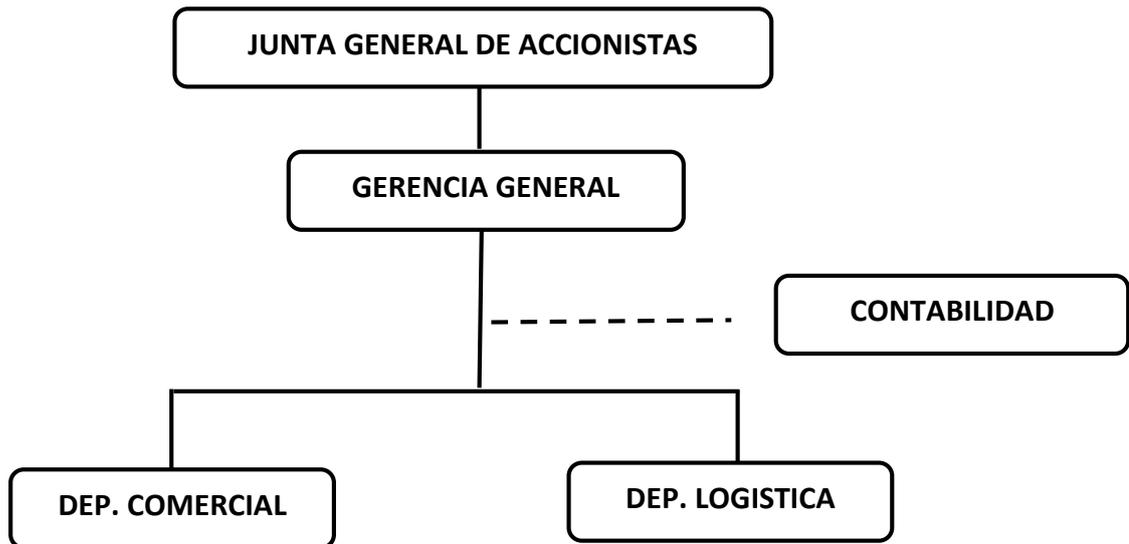


Figura 2: Organigrama GIEDHE IMPORTACIONES SAC
Fuente: Elaboración propia

Funciones de la Junta general de accionistas:

- Ejercer las funciones que se hayan establecido en la ley y en los estatutos de la empresa.
- Designar un presidente y secretario de la junta de accionistas.
- Tomar decisiones importantes referentes al patrimonio de la empresa.

Funciones del Gerente General:

- Dirigir y controlar las dos áreas
- Representar de manera eficiente la empresa
- Aprueba MOF que desarrolla la estructura, funciones de áreas y puestos que la conforman.
- Planifica los objetivos generales y específicos de la empresa

Funciones del departamento de logística:

- Gestionar las órdenes de compra con los proveedores
- Realizar kardex

- Coordinar con los operadores logísticos
- Responsable de efectuar correctamente todo el proceso de importación

Funciones del departamento comercial:

- Búsqueda constante de clientes
- Implementar estrategias de marketing para captar y retener clientes
- Conocer a detalle el producto a ofrecer
- Asesorar a los clientes y brindar un excelente servicio

2.7. Cuadro de asignación de personal.

GIEDHE IMPORTACIONES SAC actuará de acuerdo al Régimen laboral de la microempresa. Por lo tanto cada trabajador contará con un contrato a plazo fijo con tres meses de prueba por inicio de actividad económica y gozará de los beneficios de SIS y vacaciones de acuerdo a este régimen:

CARGO	N° DE EMPLEADOS	REMUNERACION (S/.)	PAGO ANUAL (S/.)	VACACIONES (1/2 sueldo)	SUB TOTAL (S/.)	SIS (4.5%)	TOTAL ANUAL	TOTAL MENSUAL
GERENTE GENERAL	1	2000.00	24000.00	1000.00	25000.00	1125.00	26125.00	2177.08
LOGISTICA	1	1000.00	12000.00	500.00	12500.00	562.50	13062.50	1088.54
COMERCIAL	1	1000.00	12000.00	500.00	12500.00	562.50	13062.50	1088.54
TOTAL	3	4500.00	48000.00	2000.00	50000.00	2250.00	52250.00	4354.17

Tabla 2: Asignación de personal

Fuente: Elaboración propia

En el caso de los trabajadores externos como el contador, se trabajará bajo la modalidad de recibo por honorarios, sin derecho a planilla ya que no será una labor permanente y sólo ejecutará sus servicios los días que considere necesario.

CARGO	N° DE EMPLEADOS	SUELDO POR SERVICIO	SUELDO ANUAL
Contador	1	200.00	2 400.00

Tabla 3: Cuarta categoría – Servicio tercero

Fuente: Elaboración propia

2.8. Forma Jurídica Empresarial

GIEDHE IMPORTACIONES SAC está constituida bajo una Sociedad Anónima Cerrada. Asimismo, se trata de una empresa familiar la cual estará conformada de dos socios y un porcentaje de la inversión inicial será financiada por una entidad bancaria, a continuación se detalla su participación de cada una de las partes:

CARGO	APORTE (S/.)	ACCIONES	% DE PARTICIPACION
CINTHIA ZAÑA BANCES	22 530.00	38 861.87	35%
GIANCARLOS ZAÑA BANCES	16 092.00	25 907.92	25%
FINANCIAMIENTO BANCARIO	43 200	43 200.00	40%
TOTAL APORTE	107 969.79	107 969.79	100%

Tabla 4: Aportes de los socios
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 4, se puede observar los aportes de capital de cada socio y el financiamiento bancario, haciendo un total de un 100% del capital para la inversión inicial.

2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

La marca siempre está presente dentro de la mente de los consumidores y es el reflejo del negocio, ya que hace que la empresa se diferencie de la competencia quienes ofrecen un mismo o similar producto. También se relaciona a la marca con la calidad y en algunos casos, estatus; es por ello que se busca que los clientes se identifiquen con la marca de GIEDHE IMPORTACIONES SAC, como una marca que ofrece productos de calidad a muy buenos precios.

GIEDHE IMPORTACIONES SAC contará con la siguiente marca y logo:

- MARCA: COMGA (**COMFORT GAME** -> Juego cómodo)
- LOGO:



Figura 3: Logo de COMGA
Fuente: Elaboración propia

Para llevar a cabo con éxito el registro de la marca, se deben seguir los pasos de acuerdo a la entidad nacional INDECOPI, los cuales son (Indecopi, 2020):

- 1) Completar y presentar los tres ejemplares del formato de solicitud (dos para INDECOPI y uno como nuestro cargo)
- 2) Indicar datos de identificación del representante para efectos de notificaciones.
- 3) Indicar el signo que se quiere usar.
- 4) Señalar los productos y/ servicios que se desea diferenciar.
- 5) Se procede a firmar la solicitud
- 6) Al momento de presentar la solicitud se adjuntará también el derecho de trámite por el 13.90% de una UIT (S/. 597.70).

2.10. Requisitos y Trámites Municipales

De acuerdo a la municipalidad de San Miguel, se deben seguir los siguientes pasos para la obtención de la licencia de funcionamiento:

Área de Establecimiento	Subgerencia de Licencias y Comercio Orientación	Subgerencia de Administración documentaría y Archivo Tramite	Subgerencia de Defensa Civil Inspección Técnica básica y Detalle	Subgerencia de Licencias y Comercio licencias
HASTA 100M2 EX-POST (1)	Costo, duración, requisitos y formato gratuito. Zonificación y compatibilidad de uso entre el giro propuesto y la ubicación del establecimiento. Emite orden de pago de la tasa que incluye una verificación de condiciones de seguridad declaradas.	Recepciona, registra y deriva cuando cumple con los requisitos. (4)	Realiza de manera aleatoria las inspecciones técnicas básicas, posterior al otorgamiento.	Realiza la zonificación y compatibilidad de uso. Resuelve el procedimiento con la elaboración y suscripción de la resolución de procedencia y certificado de Licencia de Funcionamiento.

Figura 4: Procedimiento para obtener la licencia de funcionamiento.
Fuente: (MUNICIPALIDAD DE SAN MIGUEL, 2020)

2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades

De acuerdo a (SUNAT, 2020), la empresa estará dentro del régimen MYPE tributario, este régimen está dirigido hacia las micro y pequeñas empresas cuyos ingresos netos no superan las 1700UIT. Este régimen promueve el crecimiento de empresarial que dispongan de las condiciones más simples sin dejar de cumplir con sus obligaciones tributarias de ley correspondientes. Además, este régimen puede emitir todos los comprobantes de pago, el monto a pagar será de acuerdo a la ganancia obtenida, Los libros contables se llevan en función a los ingresos, entre otros.

2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).

El registro de planilla electrónica comprende la información de los trabajadores, empleadores, etc. Esta planilla está compuesta en base al Registro de Información Laboral (T-Registro) y a la Planilla Mensual de Pagos (PLAME).

PLANILLA ELECTRÓNICA	DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN	MEDIO DE ACCESO
T – REGISTRO	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
PLAME	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 www.sunat.gob.pe , se elabora, genera archivo y envía en SUNAT Operaciones en Línea.

Figura 5: Procedimiento de registro PLAME
Fuente: (SUNAT, 2020)

2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.

GIEDHE IMPORTACIONES SAC será una microempresa y se acogerá al Régimen Laboral Especial, debido a que fomenta el desarrollo y a la formalización de las Micro y Pequeñas empresas. La empresa puede estar dentro de este régimen ya que, al ser una pequeña empresa y nueva busca reducir sus costos sin perjudicar a los beneficios de ley correspondientes a sus trabajadores.

Este régimen abarca los siguientes derechos:

MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
Remuneración Mínima Vital (RMV)	Remuneración Mínima Vital (RMV)
Jornada de trabajo de 8 horas	Jornada de trabajo de 8 horas
Descanso semanal y en días feriados	Descanso semanal y en días feriados
Remuneración por trabajo en sobretiempo	Remuneración por trabajo en sobretiempo
Descanso vacacional de 15 días calendarios	Descanso vacacional de 15 días calendarios
Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (SEGURO INTEGRAL DE SALUD)	Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD
Cobertura Previsional	Cobertura Previsional
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)

Tabla 5: Derechos del Régimen Laboral Especial
Fuente: (SUNAT, 2020)

2.14. Modalidades de Contratos Laborales

GIEDHE IMPORTACIONES SAC es una empresa nueva y optará por trabajar bajo los siguientes tipos de contratos:

- **Gerente General:** A plazo indefinido
- **Personal del área comercial:** A plazo fijo por inicio de actividades con tres meses de prueba.
- **Personal del área de logística:** A plazo fijo por inicio de actividades con tres meses de prueba.
- **Personal del área de contabilidad:** Recibo por Honorarios

2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas

GIEDHE IMPORTACIONES SAC contará con los siguientes contratos:

- **Contrato de compraventa:** Al tratarse de una primera importación, GIEDHE IMPORTACIONES SAC ha considerado este tipo de contrato ya que recién se está conociendo al proveedor y se lo que se quiere es garantizar y asegurar la entrega de la carga de acuerdo a los detalles indicados y a los términos (INCOTERMS) negociados. Con el paso del tiempo se creará una relación de confianza con el proveedor y ya no sería necesario continuar trabajando bajo esta modalidad de contrato.
- **Contrato de trabajo:** Es el acuerdo voluntario entre las partes, en este caso: el empleador y trabajador; con el fin de prestar sus servicios profesionales en una actividad específica a cambio de una remuneración. Este tipo de contrato se manejará entre el empleador GIEDHE IMPORTACIONES SAC con el gerente general, responsable comercial y responsable logístico.
- **Contrato de prestación de servicios:** Este acuerdo se llevará a cabo entre GIEDHE IMPORTACIONES SAC y el responsable de llevar la contabilidad de la empresa, ya que es una persona que no será un netamente un trabajador de la empresa y la modalidad de pago será por medio de recibos por honorarios.

III. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

3.1. Identificación, descripción y justificación del producto a importar

La silla gamer es el producto que será importado desde China por GIEDHE IMPORTACIONES SAC. Este producto es una combinación entre una silla giratoria de oficina y un asiento de un auto deportivo, con ajuste de altura de asiento, regulación del respaldo, apoyabrazos ajustables, entre otros.

El mercado gamer está en expansión, y decenas de marcas han aprovechado la ola comercial del concepto 'gaming' para aplicarlo a productos que, en realidad, son material de oficina. Las sillas gamer se han planteado como sustituto de asientos de oficina convencionales. Asientos que, evidentemente, no están diseñados sólo para aquellos que tienen como pasatiempo los videojuegos, sino también para quienes buscan una buena postura cuando pasan horas frente al ordenador.



Figura 6: Silla gamer
Fuente: Hangzhou Jinxuan Furniture Co., Ltd, 2020.

3.1.1. Clasificación arancelaria (en ambos países)

a) Clasificación arancelaria China:

Según (TRANSCUSTOMS, 2020), que es el sistema de información arancelaria de China, la clasificación de las sillas gamer es la siguiente:

HS Code: 9401300000 (Swivel seats with variable height adjustment)

China HS code 9401300000 Classification:

HS Directory Tree	Description
Chapter 94	Chapter 94; Furniture; bedding, mattresses, mattress supports, cushions and similar stuffed furnishings; lamps and lighting fittings, not elsewhere specified or included; illuminated signs, illuminated name-plates and the like; prefabricated buildi
Heading 9401	Seats (other than those of heading No. 94. 02, whether or not convertible into beds) , and partsthereof;
Article	Swivel seats with variable height adjustment; 可调高度的转动坐具;

Figura 7: Gaming Chair HS Code in China
Fuente: (TRANSCUSTOMS, 2020)

b) Clasificación arancelaria Perú:

De acuerdo a nuestra Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria, la partida para este producto es la siguiente:

SPN: 9401.30.00.00 (Asientos giratorios de altura ajustable)

SECCIÓN:	XX : MERCANCIAS Y PRODUCTOS DIVERSOS
CAPITULO:	94 : Muebles; mobiliario medicoquirúrgico; artículos de cama y similares; aparatos de alumbrado no expresados ni comprendidos en otra parte; anuncios, letreros y placas
94.01	Asientos (excepto los de la partida no 94.02), incluso los transformables en cama, y sus partes.
9401.30.00.00	- Asientos giratorios de altura ajustable

Figura 8: Partida arancelaria sillas gaming en Perú
Fuente: (SUNAT, 2020)

Según (SUNAT, 2020) y de acuerdo al Tratado de Libre Comercio Perú – China (desde 01/03/2010), la SPN 9401300000, todos los productos que comprenden este producto desde 01/01/2019 al 31/12/9999, Perú – China tienen un arancel base de 9% con una liberación del 100%, mientras el arancel sin convenio es el 6%

de base imponible, este convenio hace que el producto sea liberado en su totalidad y se pague un 0% de AdValorem.

3.1.2. Ficha técnica comercial

FICHA TECNICA COMERCIAL SILLAS GAMER	
NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO	Sillas gamer
PARTIDA ARANCELARIA	9401.30.00.00
DESCRIPCIÓN FÍSICA	Asientos giratorios de altura ajustable

IMAGEN



MODELO	JX-1039F
MATERIAL	Cuero sintético
COLOR	De colores
PESO	24kg
DIMENSIONES	50x56x150cm
EMBALAJE	Una caja de cartón
PAIS DE ORIGEN	China

Tabla 6: Ficha Técnica de Silla Gamer
Fuente: Elaboración propia

3.1.3. Ecuación de valor para el mercado nacional

El comprador constantemente va a buscar un producto que satisfaga su necesidad a un precio a pagar justo. Es por esto que el comprador al notar que debe escoger entre dos o más productos que le generen el mismo beneficio, preferirá escoger el más económico. En determinados casos, el consumidor prefiere optar por comprar o adquirir el producto más costoso con el objeto de tener dicha sensación de estatus o clase social alta. En la mayoría de los casos, las beneficios que el comprador constantemente busca son: que tenga un diseño innovador, exista diversidad de colores, sean de bastante buena calidad, tengan un precio de venta accesible, etc.

Los costos en los que la GIEDHE IMPORTACIONES SAC incurrirá para ser la mejor alternativa de nuestros propios consumidores, y obtener un precio competitivo y acorde al mercado, son: compra del producto, transporte local, precios locales de nacionalización e impuestos (estos últimos se recuperarán como crédito fiscal), precios de marketing, costos de ventas y administrativos, además de impuestos. La clave está en brindar en el instante oportuno un producto de calidad.

3.1.4. Determinación de la marca a usar

La marca que se ha definido para este negocio será COMGA, puesto que es una combinación del nombre comercial de la empresa **COMFORT GAME** (Juego cómodo). COMGA busca que el cliente se identifique con la empresa, además de tener la intención de entrar en la mente del cliente ya que es de fácil pronunciación y es fácil de recordar.



Figura 9: Marca COMGA
Fuente: Elaboración propia

Los colores son morado, celeste y naranja. Estos han sido seleccionados ya que son colores divertidos, alegres, joviales y de aspecto cálido, que en conjunto inspiran a la imaginación de los clientes y sientan comodidad al momento de estar largas horas frente al ordenador.

3.2. Investigación de mercado objetivo

Este producto está dirigido a jóvenes y adultos del sector A, B, C entre 18 - 55 años cuyo poder adquisitivo sea media – alto, que pasen largas horas sentados frente a un ordenador ya sea trabajando, estudiando o jugando videojuegos.

3.2.1. Segmentación de mercado objetivo (macro y micro segmentación)

Según (Kotler & Armstrong, 2018), el proceso de segmentación de mercados constituye un enfoque sistemática para guiar el proceso de tomar de decisiones en marketing. El cual se da a través de la división de un mercado heterogéneo en partes llamadas “segmentos”. Estos segmentos identificados son similares en su

interior pero heterogéneos en relación a los demás segmentos con la finalidad de que se facilite el diseño de estrategias y programas de marketing más adecuados para dichos segmentos, logrando que la empresa se posicione en el mercado y genere rentabilidad.

Mediante la segmentación de mercados se determina y analiza las oportunidades que ofrece el mercado, por eso es necesario analizar los dos segmentos más importantes:

3.2.1.1. Macro segmentación

El mercado de gamers se encuentra en pleno crecimiento, este mercado no sólo se reduce a los videojuegos, se ha diversificado a moda, accesorios, merchandising, etc. Los gamers tienen un consumo diferenciado ya que los precios de los productos para este mercado son más elevados que los mismos productos convencionales.

Tabla 7: Principales países exportadores mundiales de la partida Arancelaria 9401.30.00.00 (expresado en miles de dólares)

Exportadores	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019
China	2246242	1998122	2115380	2531898	2802475
Alemania	336990	338829	390053	422193	392979
EEUU	191707	182877	225642	251911	233191
México	165690	161152	160849	159931	162622
Polonia	93914	101459	120976	148948	157213
Italia	96456	103134	119011	123424	121526
Canadá	136952	139522	132717	133589	120227
Suecia	105508	120658	134249	129612	114644
Francia	96430	92039	93576	107440	108610
Reino Unido	51304	44835	62924	66688	65206

Fuente: (Trademap, 2020)

De acuerdo a la tabla 8, se obtuvo la información de TradeMap acerca de los diez principales países que exportan a nivel mundial la partida arancelaria

9401.30.00.00 dentro de la cual se encuentran las sillas game en los últimos cinco años.

Tabla 8: Diez principales países que proveen el producto importado por Perú (expresado en miles de dólares)

Exportadores	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019
China	14219	12244	15312	16448	19929
EEUU	393	477	426	911	1044
Corea	701	882	353	639	739
México	619	425	373	640	507
Alemania	362	528	840	581	383
Taipei	1065	788	890	745	377
Chino					
Italia	205	384	390	356	221
España	410	319	518	330	161
Polonia	148	135	121	195	147
Canadá	84	117	56	58	34

Fuente: (Trademap, 2020)

De acuerdo a la tabla 9, se obtuvo la información de TradeMap acerca de los diez principales países que proveen el producto importado por Perú cuya partida arancelaria es 9401.30.00.00 que hace referencia a las sillas gamer en los últimos cinco años.

3.2.1.2. Micro segmentación

La microsegmentación es el proceso de estudiar y analizar el sub-segmento escogido previamente y segmentarlo otra vez, con el fin de obtener características más definidas, e identificar las condiciones particulares que tiene cada consumidor. Además, la microsegmentación también sirve de mucha ayuda para determinar las necesidades de cada consumidor, describiendo a detalle su comportamiento frente a una marca, producto o empresa.

3.2.2. Definición del perfil del consumidor

Este producto está dirigido para personas en edades entre 18 a 55 años del NSE A y B, quienes pasen largas horas frente a un ordenador ya sea trabajando o jugando videojuegos, quienes tengan la necesidad de sentirse cómodos cuando realicen sus labores y no presenten dolencias por alguna mala postura.

Al consumidor le atraen los productos innovadores, de calidad, a la moda y a buen precio ya que quiere tener la confianza que está adquiriendo un producto exclusivo lo cual genera en él una sensación de agrado de pertenecer a un grupo selecto debido a que este producto no es para todos.

3.2.3. Medición del mercado objetivo

El mercado objetivo para la comercialización de estas sillas gamer será Lima Metropolitana, el cual abarca la mayor cantidad de comercio a nivel nacional. A continuación se analiza la población objetiva:

Tabla 9: Población total censada y omitida según último censo de Perú
(expresado en miles de personas)

Año	Población		
	Total	Censada	Omitida
2017	31,237,385	29,381,884	1,855,501

Fuente: (INEI, 2017)

De acuerdo al último censo realizado por INEI en el 2017, el total de la población peruana es de 31, 237,385 personas.

Tabla 10: Población total en Lima (expresado en miles de personas)

Departamento	Población Censada
	en 2017
Lima	9 485 405

Fuente: (INEI, 2017)

Según INEI, en el departamento de Lima hay 9 485 405 personas de acuerdo al último censo realizado en el 2017.

Tabla 11: Población total en Lima metropolitana (expresado en miles de personas)

Departamento	Población Censada en 2017
Lima metropolitana	8 574 974

Fuente: (INEI, 2017)

De acuerdo a INEI, en Lima metropolitana hay un total de 8 574 974 personas según el último censo realizado en 2017.

Tabla 12: Población económicamente activa en Lima metropolitana (expresado en miles de personas)

Departamento	Población	
	Dic 16 – Ene-Feb 17	Dic 17 – Ene-Feb 18
Lima metropolitana	5 208,000	5 252,000

Fuente: (INEI, 2017)

La población económicamente activa en Lima metropolitana es de 5 252 000 personas entre 14 años a más de acuerdo al último censo realizado.

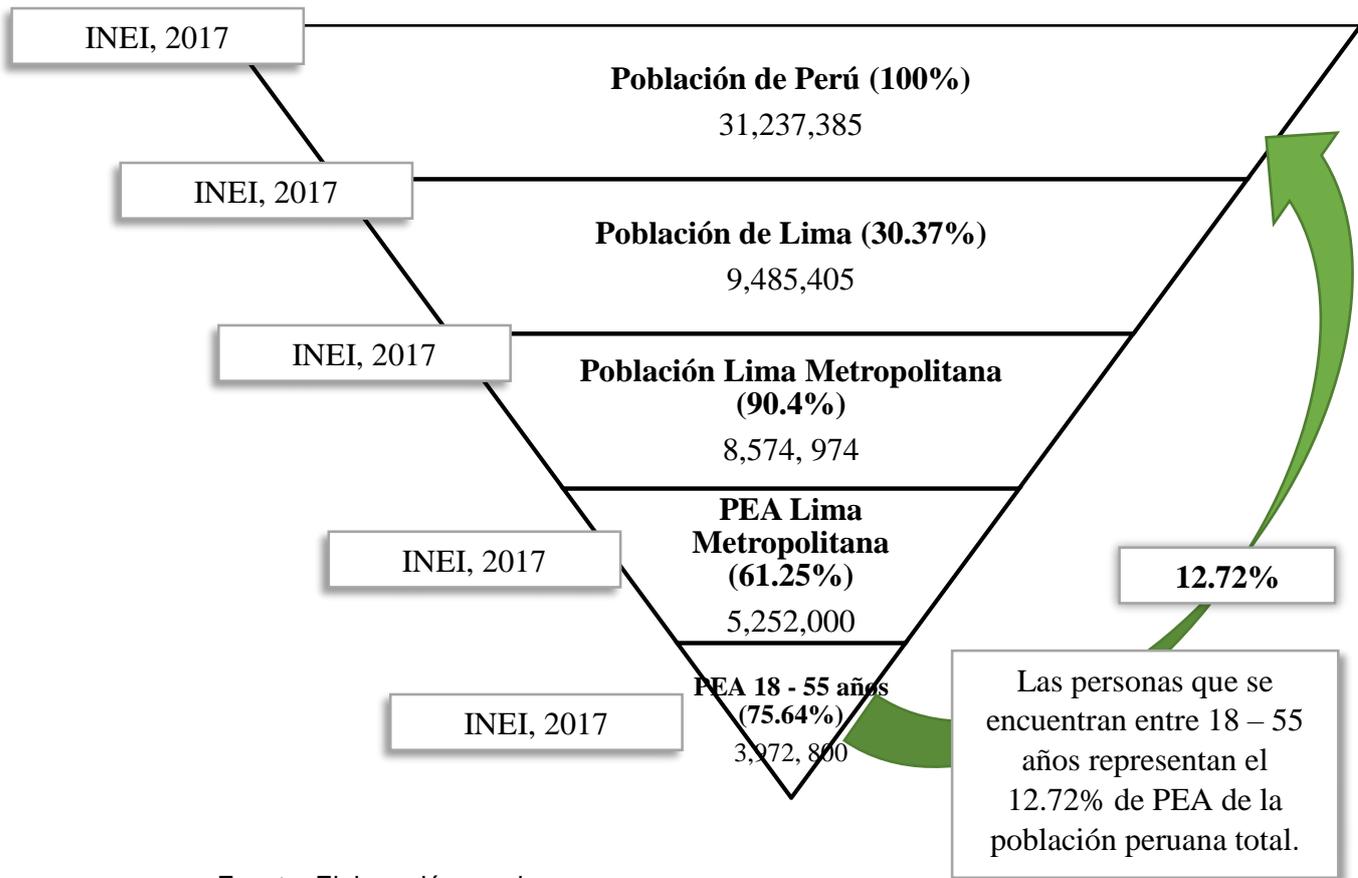
Tabla 13: Población económicamente activa entre 18 a 55 años en Lima Metropolitana (expresado en miles de personas)

Departamento	Población Censada en 2017
18 – 60 años	3 972 800

Fuente: (INEI, 2017)

De acuerdo a INEI, la población económicamente activa entre edades de 18 a 60 años son 3 972 800 personas.

Figura 10: Embudo poblacional



Fuente: Elaboración propia

3.3. Análisis de oferta y demanda en el mercado

3.3.2. Análisis de oferta

China es el país con mayores exportaciones de artículos con la partida 9401.30.00.00 – Asiento giratorios de altura ajustable. A nivel mundial sus exportaciones representan el 57.20%.

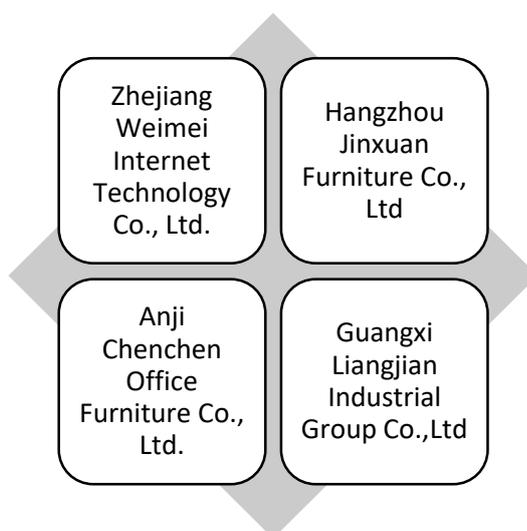
Tabla 14: 10 primeros países exportadores, con la partida 9401.30.00.00 –
Asientos giratorios de altura ajustable

Exportadores	Valor exportado en 2019 (miles de USD)	Cantidad exportada en 2019	Unidad de cantidad	Participación en las exportaciones mundiales (%)
Mundo	4901064	0	No medida	100
China	2802475	785684	Toneladas	57,2
Alemania	392979	30267	Toneladas	8
Estados Unidos de América	233191	722106	Unidad	4,8
México	162622	15082	Toneladas	3,3
Polonia	157213	25957	Toneladas	3,2
Italia	121526	11831	Toneladas	2,5
Canadá	120227	0	No medida	2,5
Suecia	114644	12866	Toneladas	2,3
Francia	108610	7948	Toneladas	2,2
Reino Unido	65206	4274	Toneladas	1,3

Fuente: (Trademap, 2020)

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

Figura 11: Potenciales proveedores de China



Fuente: Elaboración propia

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 15: Criterios a evaluar a los potenciales proveedores de China

EMPRESA DE CHINA	Guandong Esun Furniture Technology Co., Ltd	Hangzhou Jinxuan Furniture Co., Ltd	Zhejiang Weimei Internet Technology Co., Ltd.	Guangxi Liangjian Industrial Group Co.,Ltd
TIPO	Fabricante y comercializador	Fabricante y comercializador	Fabricante y comercializador	Fabricante y comercializador
AÑO ESTABLECIDO	2020	2010	2016	2018
EMPLEADOS	100 a 200	201 a 300	51 a 100	51 a 100
CERTIFICACIÓN	ISO9001	ISO9001	ISO9001	ISO9001
UBICACIÓN	Zhejiang, China	Zhejiang, China	Zhejiang, China	Guangxi, China
ESPECIALIZACIÓN	Sillas de oficina y gaming, sofá, muebles	Sillas de oficina y gaming, muebles	Sillas, sofá, escritorios	Muebles, escritorios

Elaboración propia

En la tabla 16, se han establecido cuatro criterios para evaluar a los potenciales proveedores de china, los cuales son: tipo, año establecido, empleados, certificación, ubicación y especialización.

3.3.3. Análisis y cálculo de la demanda

Para determinar la demanda actual de sillas es importante identificar el historial de las importaciones de la partida del producto (9401.30.00.00) que hace referencia las sillas en los últimos años. Y según el acceso a la información de Sunat, se debería de profundizar cuantas sillas fueron importados al mercado nacional. Luego se procede a calcular la demanda de sillas para el mercado.

Tabla 16: Cantidades de Sillas importados en el Año 2015-2019 en unidades según la partida 9401.30.00.00

AÑO	TONELADAS
2015	4725
2016	5057
2017	5271
2018	5954
2019	6365
Total general	27372

Fuente: (SUNAT, 2020)

En la tabla 17, muestra las unidades importadas de sillas desde el año 2015-2019, el cual indica una disminución en el año 2018 y crecimiento en el 2019. Las toneladas totales en 5 años son de 27 372 toneladas. El plan de negocio consideraría como probabilidad que este 2020 las importaciones de sillas sería de 6818 toneladas. Por lo tanto, el total de toneladas importadas desde el 2015 hasta el 2019 sería de **27 372** toneladas de sillas.

Tabla 17: Demanda de Perú del 2015 al 2019 de la P.A 9401.30.00.00

AÑO	2015	2016	2017	2018	2019
TONELADAS	4725	5057	5271	5954	6365

Fuente: (SUNAT, 2020)

Tabla 18: Método de mínimos cuadrados

AÑO	X	Y	XY	X ²
2015	1	4725	4725	1
2016	2	5057	10114	4
2017	3	5271	15813	9
2018	4	5954	23816	16
2019	5	6365	31825	25
TOTALES	15	27372	86293	55

Fuente: Elaboración propia

Fórmula de regresión lineal

$$A = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2} ; \quad B = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

A =	4221.3
B =	417.7

Fórmula para proyectar linealmente:

$$Y = a + bx$$

$$Y = 4221.3 + 417.7 * x$$

Tabla 19: Demanda proyectada del mercado

Proyección 2020	6727.5
Proyección 2021	7145.2
Proyección 2022	7562.9
Proyección 2023	7980.6
Proyección 2024	8398.3
Proyección 2025	8816

Elaboración propia

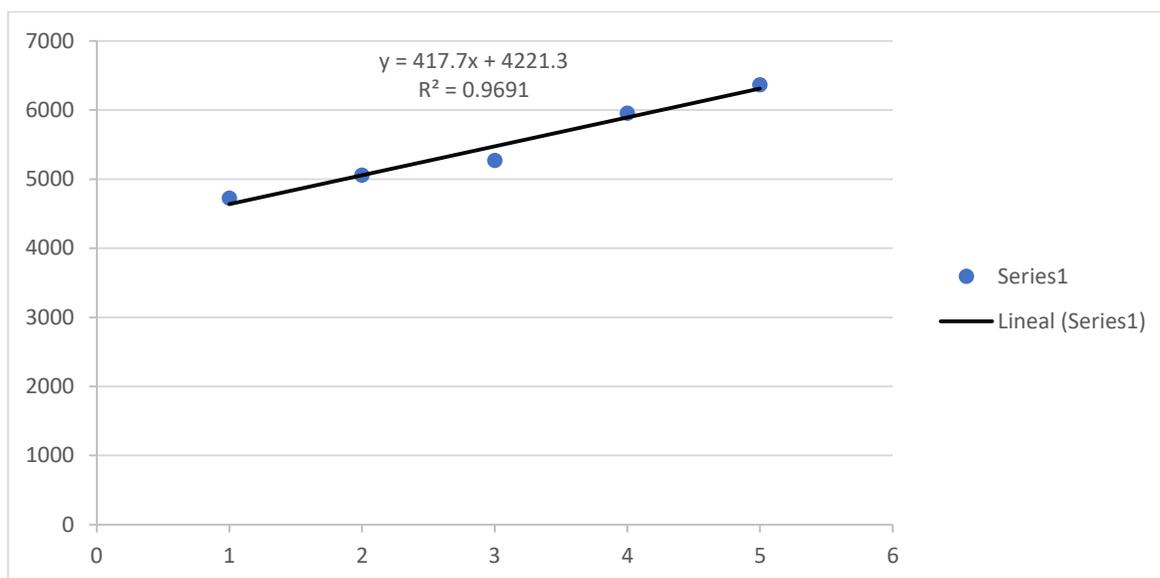
Tabla 20: Tasa de crecimiento

AÑO	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Tasa de crecimiento	6%	6%	6%	6%	5%	5%

Elaboración propia

En la tabla 20, se puede observar que en el primer año se va a tener un 6% de tendencia de crecimiento anual. Se puede deducir que la empresa tendrá alta demanda del producto en el mercado. La tendencia es constante y se ha tomado como referencia el promedio de crecimiento del mercado proyectado: 6, 6, 6; 5% y 5% por año de acuerdo a la proyección lineal realizada.

Gráfico 1: Proyección lineal



Elaboración propia

Tal como se aprecia en el gráfico 1, se ha utilizado una proyección lineal, tomando en cuenta el resultado, que el coeficiente de correlación R es mayor a 0.85, por lo tanto podemos decir que la proyección sí es confiable para su desarrollo.

3.3.4. Análisis de competitividad y benchmark

En el mercado peruano, en la ciudad de Lima, los competidores son aquellos que ofrecen productos similares o iguales a los nuestros, algunos de ellos son comercializadores y unos cuantos son importadores. De las importaciones realizadas en los últimos años de la partida de este producto (9401.30.00.00) se han identificado a las siguientes empresas que importaron este producto:

Tabla 21: Participación de los importadores de la partida 9401.30.00.00 en los últimos años

IMPORTADOR	TOTAL
SODIMAC PERU S.A.	19.89%

PROVEFABRICA DEL PERU SOCIEDAD ANONIMA	17.08%
HEMOCENTERS PERUANOS S.A.	12.74%
TIENDAS DEL MEJORAMIENTO DEL HOGAR S.A.	11.14%
DISTRIBUIDORA VENSO S.A.C.	8.61%
TIZIANNI PERU SOCIEDAD ANONIMA	3.19%
IMAX INT'L S.A.C.	2.02%
NOGAL S A	1.70%
GAS PLANET GROUP S.A.C.	1.64%
TRIBECA S.A.C	1.31%
IMPORTACIONES SAIKOO S.A.C.	1.15%
ERGONOMIA PERU S.A.C.	1.03%
DECORLUX S.A.C.	1.03%
DRAMA S R LTDA	0.90%
INGRAM MICRO S.A.C.	0.76%
IMPULSO INFORMATICO S.A.	0.71%
ERGOMATIC S.A.C	0.67%
DECORACIONES PLANIFICADAS AMBIENTES Y SE	0.64%
GRUPO IMPORTEK S.A.C.	0.63%
TIENDAS POR DEPARTAMENTO RIPLEY S.A.	0.62%
FURSYS S.A	0.60%
IMPORTADORA INNOVA S.A.C.	0.58%
TOP EXPRESS SAC	0.55%
CORPORACION FT S.A.C.	0.51%

Fuente: (SUNAT, 2020)

Las empresas como Sodimac Perú SAC, Provefábrica del Perú SA, Homecenters Peruanos SA y Tiendas del mejoramiento del hogar S.A. son las empresas que más participación en el mercado tienen con respecto a esta partida. Sin embargo no serán consideradas como competencia directa para GIEDHE IMPORTACIONES SAC, puesto que son empresas muy grandes y sus importaciones son a gran escala. GIEDHE IMPORTACIONES SAC es un negocio que está iniciando y está considerando como competencia cuyas empresas que tengan menos del 10% y más del 5% de participación en el mercado. Estas empresas son: Distribuidora Venso SAC, Tizianni Perú SA, Imax Int'l SAC, Nogal SA, entre otras.

De las empresas importadoras cuya participación en el mercado es de 5% a 10% se han escogido tres al azar y a continuación se presenta una comparativa entre ellas:

Tabla 22: Análisis de la competencia

EMPRESA	IMPULSO INFORMATICO S.A	INGRAM MICRO S.A.C.	IMPORTADORA INNOVA S.A.C.
AÑO ESTABLECIDO	1999	1995	2018
TIPO	Importador y comercializador	Importador y comercializador	Importador y comercializador
PRODUCTOS	Mouse, teclados, sillas, auriculares, etc.	Mouse, teclados, sillas, auriculares, etc.	Monitores, laptops, sillas, mouse, proyectores, etc.
UBICACIÓN	San Isidro	San Isidro	La Victoria
TIENDA	Física y Virtual	Física y Virtual	Física y Virtual
PAGINA WEB Y/O REDES SOCIALES	Página web, Facebook (Micronics), Instagram, Youtube	Página web, Facebook (Ingram Micro), Intagram	Página web, Facebook (Innova Perú), Instagram, Twitter

Fuente: Impulso, Ingram Perú, Innova Perú.

En la tabla 23, se puede observar a las tres empresas analizadas: Impulso Informático SA, Ingram Micro SAC e Importadora Innova SAC. Importadora Innova es una empresa nueva creada en 2018, mientras que Impulso Informático SA e Ingram Micro SAC fueron creadas en los años 1999 y 1995 respectivamente. Las tres empresas son importadoras y comercializadoras enfocadas en mismos rubro de productos de tecnología, como: mouses, teclados, sillas gamer, entre otros. Impulso Informático SA e Ingram Micro SAC están ubicadas en San Isidro mientras que Innova está en La Victoria. Las tres empresas cuentan con tienda virtual y física y cuentan con página web propia, Facebook e Instagram.

3.3.5. Análisis de precio de importación (compra)

El costo del producto nacionalizado y puesto en el almacén de GIEDHE IMPORTACIONES SAC en Lima será S/. 421.78. Después de añadirle el IGV, los gastos de empresa mensual y el porcentaje de ganancia que a obtener, se

determinará el precio de venta que se ofrecerá al mercado, el cual está dentro del mercado e incluso más bajo que la competencia en algunos casos.

Tabla 23: Precio del producto puesto en el almacén de GIEDHE

IMPORTACIONES SAC:

COSTOS DE IMPORTACION	
CONCEPTO	USD
FOB	2750.00
FLETE	860.40
SEGURO	50.00
VALOR CIF	3660.40
AD VALOREM	00.00
IGV	585.66
IPM	73.21
PERCEPCIÓN	431.93
TRANSFERENCIA BANCARIA	52.00
BL	25.00
TRANSMISION	35.40
DESCARGA	62.30
VISTO BUENO	165.20
SERVICIOS DE ALMACÉN	259.60
AG. ADUANAS	141.60
CANAL ROJO	236.00
ENTREGA	129.80
TOTAL	\$ 5 858.10

Fuente: Elaboración propia

Tabla 24: Precio de importación del producto por unidad

PRECIO DE IMPORTACIÓN POR PRODUCTO	
Concepto	USD
50 unidades	5858.10
UNIDAD EXPRESADO EN DÓLARES	\$ 117.162
UNIDAD EXPRESADO EN SOLES	S/.421.78

Fuente: Elaboración propia

3.3.6. Análisis y determinación de formas de distribución

GIEDHE IMPORTACIONES SAC ha determinado la siguiente forma de distribución:

El proveedor a través del agente de carga de GIEDHE IMPORTACIONES SAC, enviará por vía marítima los artículos, una vez que estos hayan llegado al puerto del Callao, se realizarán todas las gestiones para poder retirar la carga y los productos sean transportados por vía terrestre desde el almacén del agente al almacén de la empresa.

Una vez que la carga haya sido nacionalizada y trasladada al almacén de la empresa, se tomarán fotos de los productos y se compartirán en la web y redes sociales de la empresa. Dado que, se ofrecerá una atención personalizada ya que se tendrá contacto directo con el consumidor final y se podrán conocer a detalle qué es lo que el consumidor busca, se conocerán también los gustos y preferencias de este a fin de brindarle un producto acorde a sus necesidades. La empresa venderá y entregará el producto al cliente final por delivery propio.

3.3.7. Análisis del entorno

Se realizó el siguiente análisis para GIEDHE IMPORTACIONES SAC, el cual comprende las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la empresa, es decir; las habilidades y recursos con los que cuenta o no la empresa. En la siguiente Tabla, se muestra el análisis FODA para la empresa GIEDHE IMPORTACIONES SAC, donde se han identificado las siguientes fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas:

Tabla 25: Análisis FODA

<p>Factores internos Factores externos</p>	<p>F</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Conocimiento del proceso de importación (Know – How). 2. Producto de calidad, con diseños novedosos y variedad de colores. 3. Plan de marketing bien definido. 	<p>D</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Capacidad de compra limitada. 2. No contar con tienda física. 3. Ser una empresa nueva en el mercado.
<p>O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Incremento de demanda en el mercado. 2. Uso de plataformas online. 3. Creciente necesidad de empresas para publicitar productos a través de eventos mundiales, locales de gamers, donde patrocinan a los participantes. 	<p>Estrategias FO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Promover el uso de recursos online para mejorar las ventas. (F2,F3,O2) 2. Estructurar un plan de abastecimiento e importación ante el posible incremento de demanda de las sillas gamer (F1,O2) 3. Determinar de manera precisa las preferencias de los clientes, debido a la relación con los proveedores se obtendrá información anticipada del lanzamiento de algún nuevo productos que pueden presentarse en ferias, eventos mundiales, locales de gamers, etc. (F3,O3) 	<p>Estrategias DO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ser una empresa nueva en el mercado donde el consumidor está abierto a realizar compras online (D3,O2,) 2. Mantener una buena relación comercial con el proveedor y solicitar precios competitivos ante la posibilidad de un incremento en la demanda a menos costo. (D1,O1) 3. Al no contar con un local propio se debe optimizar las ventas online y la salida de los productos (D3, O2).
<p>A</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Alta presencia de productos sustitutos. 2. Mercado competitivo 3. Incremento de costos logísticos. 	<p>Estrategias FA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aumentar la disposición de compra, demostrando a los posibles clientes los beneficios que tienen las sillas gamer en relación a la competencia. (F1, A2) 2. Establecer una política de comunicación con el cliente y potenciales clientes, para que conozcan los beneficios del producto. (F2, A1). 3. Fomentar el posicionamiento diferenciado, mediante la oferta y posicionamiento de beneficios/atributos donde se hace énfasis en las cualidades y beneficios del producto. (F2, A1,A2) 	<p>Estrategias DA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Estructurar un plan de incremento de promociones de ventas para atraer clientes. (D2, A2) 2. Realizar un análisis de la situación actual del mercado mediante una investigación de mercado para establecer un adecuado plan de posicionamiento para hacer frente a la competencia. (D2,A1,A2) 3. Buscar opciones de local a bajo costo para no afectar el precio o los competidores aprovechen eso (D3, A2, A3).

Elaboración propia

3.3.7.1. Macro ambiente

El macro ambiente es una fuerza externa de la mercadotecnia, generalmente no se puede controlar y afecta a varias empresas o al entorno a general. En este punto se han reunido algunos componentes que pueden influir en GIEDHE IMPORTACIONES SAC:

- **Naturales:** Problemas climáticos sobrenaturales que impidan y retrasen la llegada de la carga importada en los plazos de tiempo establecidos.
- **Políticos:** Nuevas barreras arancelarias afectarán económicamente al igual que las restricciones de ciertos productos. La supresión de aranceles podría ser beneficioso, pero como desventaja incentivaría la aparición de más competencia a la ya existente.
- **Económicas:** La situación económica del país (Perú) o del país de origen (China) ocasionaría que se puedan incrementar los precios de los proveedores y/o reducir o limitar la demanda de los consumidores.
- **Tecnológicas:** Si en el Perú la tecnología existente brinda la facilidad de adquirir productos de la misma o mejor calidad no sería factible o viable considerar a la importación como opción para hacer negocio. La creación o implementación de nuevas plataformas y sistemas que faciliten la compra online haría que incrementen las ventas.

3.3.7.2. Microambiente

Se tomará en cuenta el análisis para la GIEDHE IMPORTACIONES SAC, para ello se ha analizado las cinco fuerzas de Porter:

- **Poder de negociación de los Clientes:** En el mercado de Lima metropolitana sí existen competidores que ofrezcan gran variedad y a

diferentes precios la sillas gamer, por ello se ha considerado que el precio será acorde al del mercado, para no generar rivalidad con la competencia dado que somos una empresa nueva, tampoco se busca comercializar el producto a un precio más alto y con esto lograr que el cliente le compre a la competencia y no a GIEDHE IMPORTACIONES SAC- El producto a ofrecer será de excelente calidad, acabado y precio, dado que es un producto con diseño novedosos y beneficioso para sus clientes finales. En esta fuerza se están considerando estrategias de negociación con el cliente, por lo mismo que no se quiere perder sino crear una cartera de clientes amplia para que GIEDHE IMPORTACIONES SAC pueda hacerse conocida.

- **Poder de negociación de los Proveedores:** El buen poder de negociación con los proveedores va a generar que GIEDHE IMPORTACIONES SAC obtenga las sillas gamer al precio requerido, por ello, se va a negociar con los proveedores internacionales, el costo, calidad y cantidad; para ello se tomará en cuenta algunos factores de análisis que permitirán identificar si el proveedor principal es responsable y tiene compromiso con el cliente, es decir GIEDHE IMPORTACIONES SAC.
- **Amenaza de Competidores Potenciales:** Se determinará cuál va a ser la potencial competencia para el producto que ofrece GIEDHE IMPORTACIONES SAC. En base a ello, crear estrategias para que el cliente final prefiera comprar a GIEDHE IMPORTACIONES SAC y no a la competencia, para lograr ventas y que la empresa se mantenga en el mercado.

- **Amenaza de Productos Sustitutos:** GIEDHE IMPORTACIONES SAC sabe que hay una gran variedad de sustitos para su producto a ofrecer (s, como lo son las sillas convencionales de oficina, además de que las empresas dedicadas a este tipo de comercio son muchas y en algunos casos, abarcan a nivel nacional; por lo que si se considera una amenaza potencial un producto sustituto para lo cual se van a plantear y considerar ciertos criterios que ayuden a obtener una mayor participación de mercado.
- **Rivalidad entre Competidores:** El mercado peruano tiene un alto grado de rivalidad debido a que existe gran concentración de varias empresas que ofrecen el mismo producto, y entre las cuales se observa una competencia de precios, sobre todo de sillas gamer. Cabe mencionar que no existe una diferenciación clara entre los productos que se ofrecen en el mercado.

3.4.Estrategias de venta y distribución nacional

De acuerdo a (Kotler, 2017) las estrategias de venta y distribución nacional son:

- **Según la longitud del canal de distribución:**

Canal directo: consta de sólo dos entidades, el proveedor proveniente China y GIEDHE IMPORTACIONES SAC.

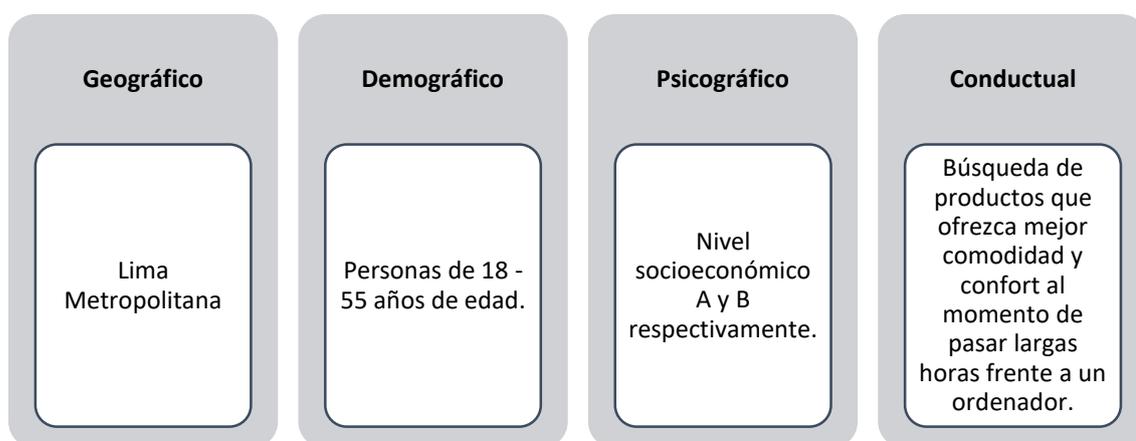
- **Según la tecnología de compraventa:**

Canales electrónicos: A través de internet se podrán realizar consultas, información sobre los productos, envío de catálogos y la venta del producto.

I.4.1. Estrategias de segmentación

La segmentación de mercado según (Kotler, Segmentación de mercado, 2017) es la subdivisión del mercado en grupos segmentación geográfica, segmentación demográfica, segmentación psicográficas y segmentación conductual. A continuación, se muestra el siguiente gráfico:

Figura 12: Estrategias de segmentación



Elaboración propia

I.4.2. Estrategias de posicionamiento

(Kotler, 2017) La estrategia de posicionamiento es uno de los puntos clave para la empresa GIEDHE IMPORTACIONES SAC, puesto que es a través de esta estrategia mediante la cual los consumidores reconocerán y diferenciarán el producto frente a los de la competencia, brindado a la empresa de esta manera una participación considerable.

- **Estrategia basada en función a calidad:** Estas sillas gamer son elaboradas a base de cuero sintético PU con un muy buen acabado y calidad, estas sillas se adaptan al cuerpo y cuentan con ajustes en la altura y brazos. Perfectas para poder trabajar, jugar o estudiar por largo tiempo frente a un ordenador.

- **Estrategia basada en la novedad del producto:** El producto a ofrecer está en plena expansión y crecimiento, ya que es un producto novedoso, variado en diseños y colores, por lo que será importante ingresar al mercado con estrategias que ayuden a la empresa a establecerse en el mercado y de esa manera el producto sea reconocido por los clientes, considerando la calidad de los mismos, el precio que se va a ofrecer y lo importante que es utilizar este tipo de producto si se va a pasar mucho tiempo sentado.
- **Estrategia basada en la Conveniencia:** Se resalta esta característica pues el producto es de fácil uso para el usuario es muy versátil, cómodo y de fácil manejo.

I.4.3. Estrategias de ingreso al mercado

GIEDHE IMPORTACIONES SAC ingresará al mercado de Lima Metropolitana con las siguientes estrategias:

- **Ajuste de Precios:** Al ingresar al mercado objetivo el precio será acorde al de la competencia debido a que no se busca ingresar con un mayor o menor precio. Esto puede ocasionar que por ser un producto con mayor precio los clientes no opten por la compra porque ya tienen un precio base de mercado y por ser un producto con menor precio opten por la compra de un precio intermedio.
- **Mayor Promoción:** GIEDHE IMPORTACIONES SAC optará por una mayor fuerza de promoción que lo diferencie de la competencia. Mayores promociones con fechas de terminación y gestionar promociones que se vincule con el precio para tener más cerca al cliente. Brindar descuentos

y uno o dos sorteos por semestre o anual, no se puede ofrecer cada mes o dos meses puesto que es un producto de precio alto.

- **Canales de Distribución:** La empresa tendrá los canales de distribución con las redes sociales (Facebook, Instagram, y página web), los potenciales clientes que desean adquirir los productos o saber más acerca de la sillas gamer podrán dejar su correo electrónico para el envío de información sobre los productos, especificaciones, características y el catálogo de productos, luego el cliente puede proceder con la compra y en base a ello, la entrega del producto con nuestra unidad de transporte de delivery.

I.4.4. Estrategias de distribución comercial

Este plan de negocio plantea realizar la distribución a través del canal directo, donde no existen intermediarios que compartan los beneficios, los canales de distribución más directos tienden a tener mayores tasas de ganancia que los canales de distribución indirectos, ya que pueden incrementar el precio para tener mayor ganancia y no estar dentro del margen o no aumentar el precio y tener menor ganancia.

GIEDHE IMPORTACIONES SAC importará las sillas gamer y las comercializará sin intermediarios, es decir, directamente hacia el consumidor final, las ventas se realizarán a través de las redes sociales. Todas las ventas que se realicen serán entregadas por nuestro servicio de delivery dentro del área de Lima Metropolitana.

Figura 13: Distribución comercial



Fuente: Elaboración propia

I.4.5. Estrategias de branding

Las estrategias de branding tienen como objetivo entrar en la mente de los consumidores, se quiere lograr que ellos sean fieles a la marca y la reconozcan, esto es todo un reto para cualquier empresa sin importar el tamaño. Es por ello que para lograr una estrategia de branding exitosa GIEDHE IMPORTACIONES SAC seguirá las siguientes pautas:

- **Comunicar quién es la marca:** COMGA, es una marca de sillas gamer importadas de calidad, con diseños modernos y variedad de colores.
- **Comunicar qué se hace:** La empresa importa productos de calidad los mismos que se comercializan a través de internet, más que brindar un producto se brinda asesoría a los clientes para facilitar su proceso de compra y puedan adquirir un producto que se ajuste a sus gustos y necesidades.
- **Comunicar como se hace:** La empresa tiene proveedores que cuentan con altos estándares de calidad, el personal está capacitado para brindar asesoría a los clientes acerca de los productos, el diseño nuestra página web facilitará la experiencia de la compra.

- **Crear una identidad Diseñar el logo**, los colores que utilizará serán morado, celeste y naranja, la tipografía normal y con un buen nombre para la marca, COMGA. Ya que son elementos clave para construir una buena percepción de la marca entre sus consumidores.
- **Consolidar una experiencia para el consumidor**, brindar al consumidor emoción en la compra de sus productos, entregarlas forradas con papel de regalo para que sienta que es una compra especial u ofrecerle ser de los primeros en conocer las próximas cargas a llegar y pueda tener mayor variedad de opciones de compra.

I.5. Estrategias de promoción nacional

Las estrategias de promoción son parte importante para darse a conocer por el cliente, si son efectivas los clientes conocerán los productos, conocerán a la empresa y estarán incentivados para adquirirlos. Antes de aplicar una estrategia de promoción se debe reconocer e identificar las necesidades del mercado. Es por ello que, para poder establecerse en el mercado y ser reconocido por el público objetivo, GIEDHE IMPORTACIONES SAC hará ciertos descuentos para fechas específicas o cuando se lleven tres o más productos, así mismo estos descuentos podrían variar de acuerdo a la cantidad de productos que se compren.

I.5.1. Establecer los mecanismos y definir estrategias de promoción, incluida promoción de ventas

GIEDHE IMPORTACIONES SAC define como estrategia de promoción los siguientes mecanismos:

- **Publicidad vía correo electrónico, redes sociales y página web:** A través de dichos medios se comunicará sorteos, “en vivos” para mostrar

el producto, envío de catálogos, promociones, videos tutoriales de armado de los productos e información de la empresa.

- **Ferias nacionales:** La asistencia de GIEDHE IMPORTACIONES SAC a ferias es una clara estrategia de introducción al mercado objetivo, debido a que permite encontrar en un solo lugar la oferta y la demanda para un producto. Es en este tipo de eventos donde se pone a prueba las diversas herramientas de comunicación que tiene la empresa para dar a conocer el producto que está ofreciendo a los clientes y ante un buen número de asistentes a la feria, se aplicará la promoción de ventas, las relaciones públicas y la venta personalizada durante el desarrollo de la feria.

1.5.2. Propuesta de valor

GIEDHE IMPORTACIONES SAC estableció la siguiente propuesta de acuerdo a las dimensiones:

- **Funcional:** Este producto se adapta al cuerpo, ajuste de altura de asiento, regulación del respaldo, apoyabrazos ajustables, cómoda, mantiene una buena postura en el usuario.
- **Social:** Es un producto de calidad, novedoso, con diseños y colores variados, con tiempos de entrega cortos.
- **Emocional:** El cliente reconoce que es un producto de alta gama, no es tóxico, durable.

Para llegar a dicha propuesta, se ha hecho un mix entre las dimensiones y el lienzo de valor (anexo) que se realizó para esta propuesta de valor. También se realizó una encuesta ya que se necesita saber qué es lo que quiere el cliente para poder ofrecerle un producto de acuerdo a lo que él pide.

I.5.3. Estrategas de marketing digital y uso del e-commerce

Las estrategias de marketing digital tienen la capacidad de facilitar la creación y comercialización de un producto o servicio a través de canales online, para la obtención de éxito las empresas se deben implementar herramientas adecuadas. Es por ello que, GIEDHE IMPORTACIONES SAC ha implementado las siguientes estrategias de marketing digital y uso del e-commerce:

- **Creación de página web:** La creación de una página web es una de las principales estrategias de marketing para GIEDHE IMPORTACIONES SAC. La empresa contará con una página web que comprenderá una serie de herramientas que buscan atraer la atención de los consumidores, como: el catálogo electrónico, información de la marca y del reconocimiento que está teniendo, Secciones de contacto y Secciones de promociones. Los beneficios que obtendrá GIEDHE IMPORTACIONES SAC de contar con una página web interactiva y capaz de brindar la información suficiente del producto es Brindar imagen seria y profesional, posicionarse en el mercado, ya que será un servicio las 24 horas.
- **Redes sociales:** La empresa busca estar presente en las principales redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter), de donde se buscan contar con una gran cantidad de contactos / seguidores de manera que se establezca un canal de comunicación y contacto más directo con potenciales clientes. Además ayudará a que la empresa brinde información, publicidad, promociones, beneficios para captar clientes.

I.6. Políticas de estrategias de precio

Sunat, puede mostrar el precio en FOB los competidores que importan un mismo o similar producto al de GIEDHE IMPORTACIONES SAC. Luego de comparar dichos valores unitarios de importación con los precios de venta que hay en el mercado en la actualidad, se puede conocer cuáles son los precios aproximados con los que trabaja la competencia, dando paso a que GIEDHE IMPORTACIONES SAC pueda cambiar los precios ante una variación de estos por parte de la competencia y también ante la reacción de la potencial demanda. Se ha elegido dicha estrategia de precios debido a que se ajusta al enfoque de del negocio que se desea desarrollar, ya que se busca vender un producto de calidad a un precio competitivo.

IV. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

4.1. Envases, empaques y embalajes

El producto por importar es la silla gamer, el cual vendrá desarmado y separado por partes, las cuales son:

PIEZA	CANTIDAD
Respaldo	1
Asiento	1
Apoyabrazos	2
Estrella	1
Protector de plástico	2
Soporte de asiento	1
Llave en L	1
Tornillos grandes	12
Tornillos pequeños	2
Ruedas	5
Soporte de elevación	2
Gomas	4
Almohadilla de cabeza	1
Cojín lumbar	1
TOTAL PIEZAS	36

Elaboración propia

4.1.1. Envase

Todas las partes de la silla vienen envueltas por una bolsa plástica transparente e impermeable, capaz de mantener productos secos y separados por cartones dentro de la caja.

Figura 14: Partes de una silla gamer



Fuente: (LudioeS, 2020)

Figura 15: Partes de una silla gamer dentro la caja



Fuente: Hangzhou Jinxuan Imp & Exp Co., Ltd.

Las ruedas, tonillos, gomas, soporte de elevación y llave en L estarán agrupadas dentro de una cajita dentro de la caja que contendrá las demás piezas grandes.

Figura 16: Partes pequeñas de una silla gamer



Fuente: Hangzhou Jinxuan Imp & Exp Co., Ltd.

4.1.2. Embalaje

Las piezas de la silla gamer serán agrupadas en una caja, serán 50 cajas de 80cm x 65cm x 35cm, las cuales serán agrupadas en pallets y enzunchadas.

Figura 17: Caja Silla gamer



Fuente: (Hardzone, 2020)



Fuente: Hangzhou Jinxuan Imp & Exp Co., Ltd.

4.2. Diseño del rotulado y marcado

4.2.1. Diseño del rotulado

El rotulado es importante porque tiene como objetivo identificar la naturaleza del producto a fin de que se realice un correcto manipuleo. A continuación, se muestra el diseño del rotulado de GIEDHE IMPORTACIONES SAC:

Figura 18: Rotulado silla gamer



Fuente: Elaboración propia

4.2.2. Diseño del marcado

El diseño de la caja es una caja simple de cartón, la cual tiene impreso el logo, nombre y datos de la empresa exportadora Hangzhou Jinxuan Imp & Exp Co., Ltd, en China. Así también como los pictogramas: manipular con cuidado, proteger de la humedad, apilable, reciclable.

Figura 19: Pictogramas para la caja de silla gamer



Fuente: (Google images, 2020)

Figura 20: Mercado de cajas



Fuente: Hangzhou Jinxuan Imp & Exp Co., Ltd.

Figura 21: Mercado Hangzhou Hechuangyouzuo Furniture Co., Ltd



Fuente: Hangzhou Hechuangyouzuo Furniture Co., Ltd.

4.3. Unitarización y cubicaje de la carga

Las 50 cajas serán agrupadas en 5 pallets con 9 cajas y 1 pallet con 5 cajas. Las medidas los 5 bultos serían de 1.20m x 0.80m x 2.1m y del último bulto sería de 1.20m x 0.80m x 1.45m.

Tabla 26: Detalles embalaje de sillas gamer

Medidas de la silla		
Largo	56	centímetros
Ancho	71.5	centímetros
Altura	133.5	centímetros
Peso	22.7	kilogramos
Unidades a importar	50	unidades
Medidas de la caja		
Largo	80	centímetros
Ancho	65	centímetros
Altura	35	centímetros
Cantidad de sillas x caja	1	unidad
Peso bruto por caja	24	kilogramos
Medidas del pallet		
Cantidad de pallets	6	pallets
Largo	1.2	metros
Ancho	0.8	metros
Alto de 5 pallets	2.1	metros
Alto de 1 pallet	1.45	metros
Cajas x pallet (5)	9	unidades
Cajas x pallet (1)	5	unidades
Niv. De cajas x pallets (5)	3	niveles
Niv. De cajas x pallets (1)	2	niveles
Peso neto x pallet	20	kilogramos
Peso bruto x pallet (5)	236	kilogramos
Peso bruto x pallet (1)	140	kilogramos
RESUMEN		
Cajas	50	unidades
Pallets	5	de 9 cajas
Pallet	1	de 5 cajas
Peso bruto (5) pallets	1180	kilogramos
Peso bruto (1) pallet	140	kilogramos
PESO TOTAL	1320	kilogramos
VOLUMEN TOTAL	11.472	CBM

Fuente: Elaboración propia

Figura 22: Sillas gamer palletizadas y enzunchadas

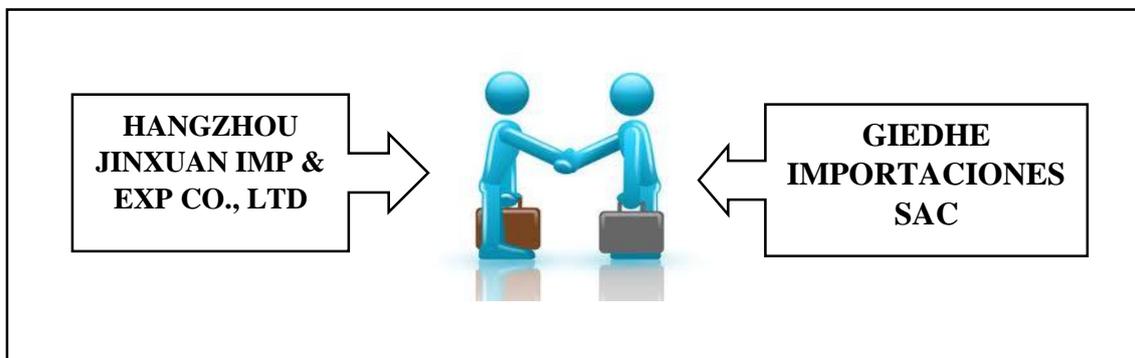


Fuente: Hangzhou Jinxuan Imp & Exp Co., Ltd.

4.4. Cadena de DFI de importación

La distribución física internacional permite determinar el conjunto de operaciones desde el país de origen (exportador) hasta el país destino (importador). Así generando mayores beneficios para ambas partes. El proceso para la importación de las sillas gamer será el siguiente:

1. Negociación



Fuente: Elaboración propia

Negociar con el proveedor Hangzhou Jinxuan Imp & Exp Co., Ltd. Los puntos clave para el manejo de esta carga, tales como: cantidad de unidades, colores, si agregará el logo de GIEDHE IMPORTACIONES SAC en las sillas, así como la definición del INCOTERM en el que se trabajará. En este caso, la investigación contempla la comercialización del producto en término FOB - Shanghai; debido a que este incoterm se adecua a las necesidades de la empresa ya que nos permite tener mayor control de los gastos en destino, se debe tener en cuenta que la responsabilidad del exportador sobre la mercadería y sobre los costos de la distribución física internacional será hasta que la mercancía se encuentre sobre el buque del transporte internacional.

2. Tiempo de producción

Figura 23: Fábrica de Hangzhou Jinxuan Imp & Exp Co., Ltd



Fuente: Hangzhou Jinxuan Imp & Exp Co., Ltd

El tiempo de producción es de 10 días después del pago del 50% a la firma del contrato compra-venta internacional, el proveedor tendrá que gestionar el certificado de origen y el agente de carga en origen contratado por mi agente de

carga en destino será quien se pondrá en contacto con él con el fin de coordinar la entrega de la carga.

3. Entrega de la carga al almacén del forwarder

Figura 24: Cargado de cajas al camión



Fuente: Hangzhou Hechuangyouzuo Furniture Co., Ltd.

Se realiza el booking del barco más cercano antes del CUTT OFF, previamente la mercadería tiene que estar en el almacén de mi agente en origen y luego preparar la carga para su zarpe, este proceso tardaría aproximadamente 4 días. Se realiza el pago del 50% faltante.

4. Embarque

Figura 25: Transporte marítimo



Fuente: (Google images, 2020)

Se confirma el zarpe de la nave, el tiempo de transporte internacional es de 30 días, desde el zarpe en el puerto de Shanghai hasta el puerto del Callao.

5. Numeración de la DAM

Figura 26: Numeración de la DAM



Fuente: (Google images, 2020)

Se recolecta la documentación de importación necesaria, se hace entrega de estos documentos a la agencia de aduanas y ellos procederán con la numeración anticipada de la DAM SPN. 9401.30.00.00 antes de que llegue la carga a destino.

6. Pago de impuestos

Figura 27: Pago de impuestos



Fuente: (Google images, 2020)

Se procede con el pago de impuestos de la carga y se queda a la espera del canal asignado.

7. Llegada de la nave a puerto

Figura 28: Llegada de la carga al puerto del Callao



Fuente: (Google images, 2020)

Se confirma la llegada de la carga a destino, puerto del Callao y, luego de haber pasado canal se procede con la descarga del contenedor.

8. Traslado al almacén

Figura 29: Almacén Villas Oquendo



Fuente: (Villas Oquendo, 2020)

Después de la descarga, la carga ingresará al almacén VILLAS OQUENDO, el cual emitirá el volante de entrada al almacén.

9. Autorización de levante

Figura 30: Ejemplo de autorización de levante

Ingresar Número de DUA: 118 - 2015 - 10 - 144812		¿ Consultar	
Numero de Declaración :	118-2015-10-144812-01-1-00		
Fecha de Numeración :	21/04/2015 16:56:47		
Modalidad de Despacho Aduanero :	Excepcional		
Comitente :	RUC: 201004680351 PROCERISA S.A. - PROCERISA		
Agencia de Aduanas :	RUC: 30546959776 AAVIA S.A.C. AGENTE DE ADUANAS		
Valor CIF :	USD CIF : 38.021.23		
	FOB : 35.614.83 Flete : 2.310.00 Seguros : 94.40		
	USD 6.843.00		
Monto Liquidado :			
Monto Garantizado :	61 21.432.00		
Monto Cancelado :			
Fecha y Hora de Cancelación :	21/04/2015 17:55:57		
Tipo de Cancelación :	CANCELACION EN BANCO		
Banco :	002 BANCO DE CREDITO DEL PERU		
Garante :			
Estado de la Declaración :	En conclusión		
Aduanero Aduanero :	RUC: 20107012011 APM TERMINALS INLAND SERVICES S.A.		
Cantidad de Bultos :	59		
Peso Bruto (KG) :	3.660.00		
Fecha y Hora de Recepción de Documentos :			
Fecha y Hora de salida de la mercadería :			

Fecha : 22/04/2015 Hora : 12:40:50

LEVANTE AUTORIZADO
FECHA LEVANTE: 21/04/2015 18:09:07

ESTADO DE LA REGULARIZACION :
FECHA DE LA REGULARIZACION : HORA :

[Expedientes Asociados](#) | [Datos de Manifiesto](#) | [LC ASOCIADAS](#) | [Documentos de Autorización](#) | [Duda Razonable](#) | [Series](#) | [Diligencia](#) | [Rectificaciones Electrónicas](#) | [Relación de Contenedores](#) | [Asignaciones](#)

[Para los Terminales de Almacenamiento y Depósitos Autorizados: Actualización de Fecha y Hora de Salida de Mercadería](#)

Fuente: (SUNAT, 2018)

Al ser la primera importación, el canal más frecuente es el color ROJO o NARANJA, el auxiliar de despacho presentará la documentación necesaria para obtener AUTORIZACION DE LEVANTE de la mercadería. Si se incurre en canal rojo se procederá con el aforo a fin de contar con LEVANTE.

10. Retiro de la carga y transporte local

Figura 31: Traslado de carga LCL al almacén del importador



Fuente: (Google images, 2020)

Con el LEVANTE de la mercadería, se coordina la entrega de la carga, mediante el transporte de esta desde el almacén VILLAS OQUENDO al almacén de la empresa GIEDHE IMPORTACIONES SAC.

Elección del forwarder

Para el transporte internacional se va a contratar a una agencia de carga internacional que según evaluación en el mercado se eligió trabajar con el agente de carga TGA Integral Cargo Solution EIRL, quien ha brindado una cotización más económica en cuanto su competencia EZ Ship SAC y Marvisur EIRL.

La trazabilidad será la siguiente:

TRAZABILIDAD	
Tiempo de producción	15 días
T. de entrega de la carga en puerto	4 días
TT	30 días
Desaduanaje y retiro de la carga a mi almacén en Lima	7 días
TOTAL:	56 días aprox

Elaboración propia

4.5. Seguro de las mercancías

Se contratará seguro mediante la agencia de carga, cuyo costo es el siguiente:

SEGURO DE MERCANCIAS
0.5% de la Suma Asegurada – Mínimo 50.00 USD

Elaboración propia

Como el valor FOB de la carga es de 2 750.00 USD, se tendrán en cuenta los 50.00USD ya que es el monto mínimo solicitado y el resultado del 0.5% de 2 750.00 USD es 13.75 USD, por tanto, se considerarán los 50.00 USD en los costos de importación.

V. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

5.1. Fijación de precios

GIEDHE IMPORTACIONES SAC. Tiene en cuenta que, para calcular el precio de venta de las sillas gamer debe considerar lo siguiente: analizar los precios de la competencia, de modo que el precio de las sillas gamer estén acorde a los precios del mercado. Luego, se va a determinar los costos de todo el proceso de importación y demás costos, esto con el fin de obtener el monto exacto de costo unitario y luego de establecer cuál será el margen de ganancia, se logrará determinar el precio de venta considerando los precios del mercado. Por lo tanto, si se consideran estos métodos, la empresa podrá determinar un precio competitivo al mercado, para que los clientes puedan validar que el producto es de calidad y el precio a ofrecer esta acorde a lo establecido. Para la determinación del precio de venta se tomará en cuenta las principales empresas que ofertan productos similares.

5.1.1. Costos y precio

Este producto está teniendo una gran acogida en el país, es por ello que varias empresas están optando por comercializar estas sillas. El precio de venta de las sillas gamer varía en cuanto a: diseño, calidad, características físicas, etc. Es por ello que se realizó una búsqueda de empresas que vendan el mismo modelo de silla que se va a importar, las cuales son las siguientes:

Tabla 27: Empresas comercializadoras de la sillas gamer modelo JX-1007

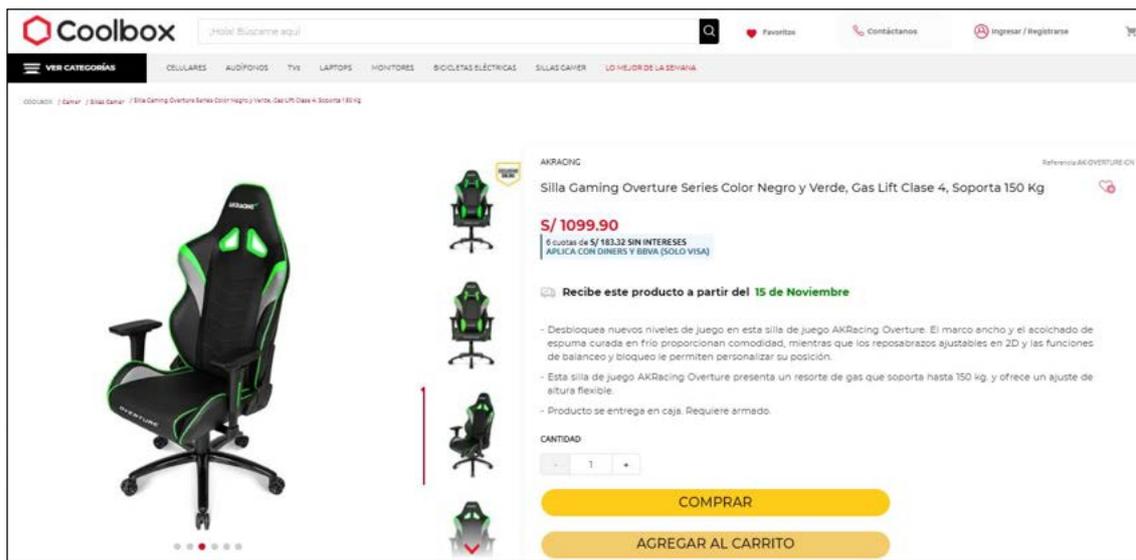
N°	EMPRESA	RUC	PRECIO
1	RUSH PERU SAC (Coolbox)	20378890161	S/.1,099.90
2	GAMES LAND STORE S.A.C.	20492097111	S/.1,099.90
3	C & C COMPUTER SERVICE S.A.C.	20510530951	S/.1,099.90

4	COMERCIO DIGITAL INTEGRAL S.A. (Lumingo)	20602060196	S/.1,099.90
5	LAWGAMERS S.A.C.	20552355386	S/.1,099.90

Elaboración propia

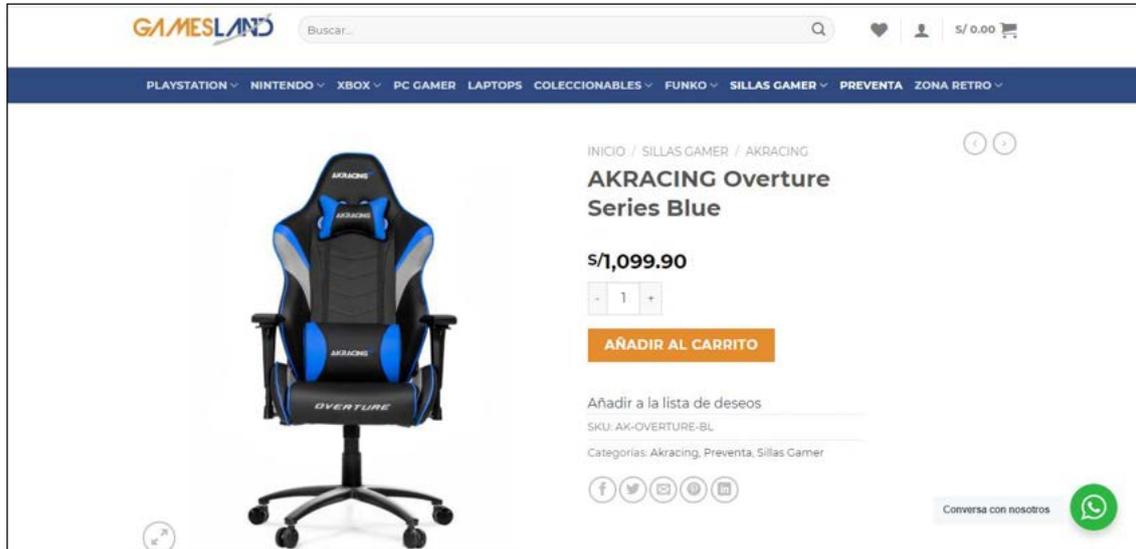
En la tabla 28, se puede apreciar a cinco empresas que se actualmente se encuentran comercializando el mismo producto y modelo al que se va a importar. Estas empresas tienen el mismo precio de venta en el mercado, el cual es S/.1,099.90. En base a estos precios, GIEDHE IMPORTACIONES SAC establecerá su precio de venta con el fin de establecerse en el mercado con un precio acorde a la competencia.

Figura 32: Precio silla gamer RUSH PERU SAC (Coolbox)



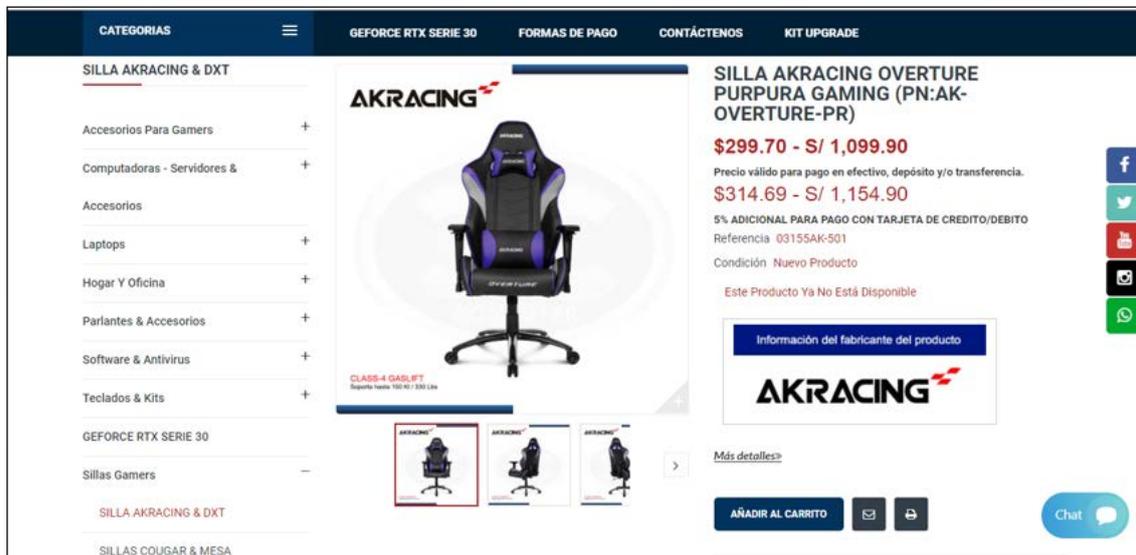
Fuente: (Coolbox, 2020)

Figura 33: Precio silla gamer GAMES LAND STORE S.A.C.



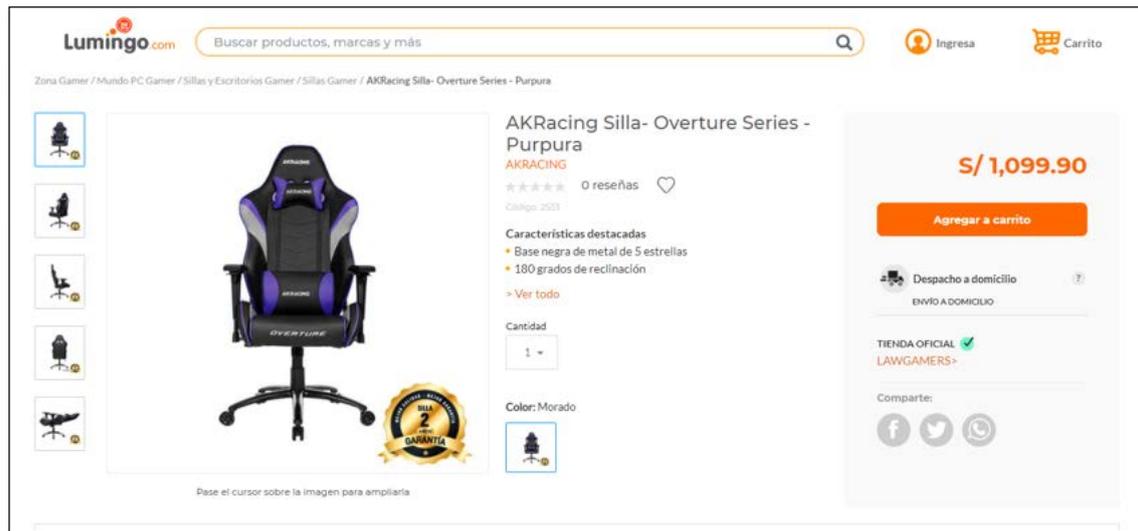
Fuente: (Gamesland, 2020)

Figura 34: Precio silla gamer C & C COMPUTER SERVICE S.A.C.



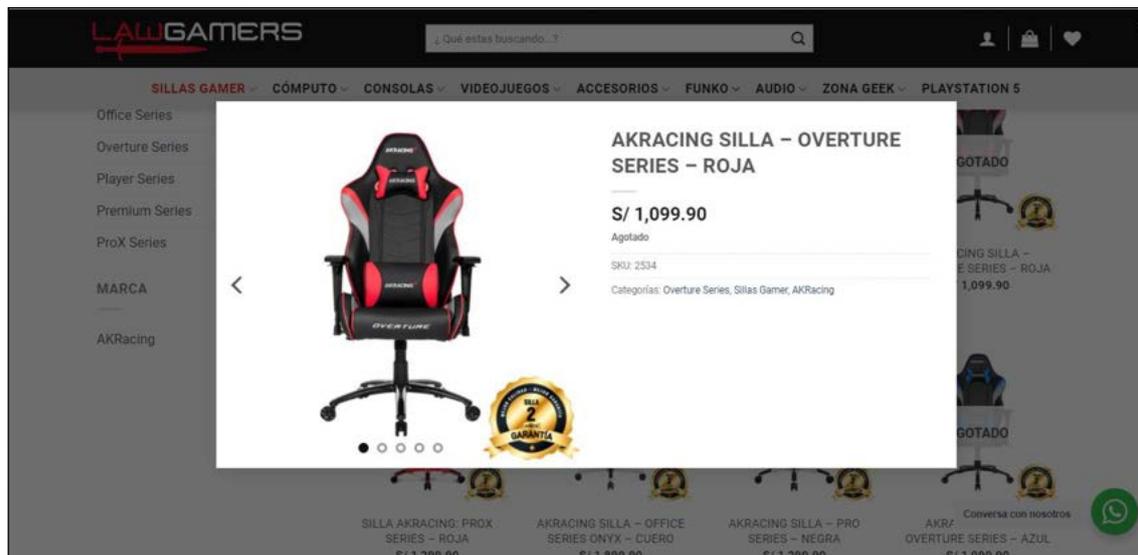
Fuente: (C&CCOMPUTER, 2020)

Figura 35: Precio silla gamer COMERCIO DIGITAL INTEGRAL S.A. (Lumingo)



Fuente: (Lumingo, 2020)

Figura 36: Precio silla gamer LAWGAMERS S.A.C.



Fuente: (Lawgamers, 2020)

Determinación de Precio

Otro punto muy importante para establecer el precio de venta de las 50 sillas gamer, será determinar el costo de importación de este, a continuación, los costos totales de importación (expresados en dólares americanos):

Tabla 28: Costos de factura de importación en términos FOB

COSTOS DE FACTURA DE IMPORTACION	
CONCEPTO	USD
FOB	2750.00

Elaboración propia

Tabla 29: Costos de importación

COSTOS DE IMPORTACION	
CONCEPTO	USD
FLETE	860.40
SEGURO	50.00
VALOR CIF	3660.40
AD VALOREM	00.00
IGV	585.66
IPM	73.21
PERCEPCIÓN	431.93
TRANSFERENCIA BANCARIA	52.00
BL	25.00
TRANSMISION	35.40
DESCARGA	62.30
VISTO BUENO	165.20
SERVICIOS DE ALMACÉN	259.60
AG. ADUANAS	141.60
CANAL ROJO	236.00
ENTREGA	129.80
TOTAL	\$ 5 858.10

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 30, se puede apreciar que el costo total por la importación de las cincuenta sillas gamer puestas en el almacén de GIEDHE IMPORTACIONES SAC en San Miguel será de 5 806.10 USD. Haciendo que el costo de importación de cada producto sea el siguiente:

Tabla 30: Costo de importación del producto por unidad

PRECIO DE IMPORTACIÓN POR PRODUCTO	
Concepto	USD
50 unidades	\$ 5858.10
UNIDAD EXPRESADO EN DÓLARES	\$ 117.162
UNIDAD EXPRESADO EN SOLES	S/.421.78

Fuente: Elaboración propia

En la presente tabla 31, se ha determinado el costo de importación de cada silla gamer puesta en el almacén de GIEDHE IMPORTACIONES SAC en San Miguel, el cual consta de 117.162 USD cada unidad, lo cual es S/. 421.78 nuevos soles de acuerdo al tipo de cambio S/ 3.60 nuevos soles.

Tabla 31: Costo Total de importación al año
(Expresado en soles)

PRODUCTO	COSTO	CANTIDAD	COSTO POR IMPORTACIÓN	COSTO ANUAL
Sillas gamer	421.78	50	21 089.00	126 534.00

Elaboración propia

Tipo de cambio: 3.60

Costos indirectos:

Tabla 32: Gasto de personal
(Expresado en soles)

CARGO	N° DE EMPLEADOS	REMUNERACION (S/.)	PAGO ANUAL (S/.)	VACACIONES (1/2 sueldo)	SUB TOTAL (S/.)	SIS (4.5%)	TOTAL ANUAL	TOTAL MENSUAL
GERENTE GENERAL	1	2000	24000	1000	25000	1125	26125	2177.08
LOGISTICA	1	1000	12000	500	12500	562.5	13062.5	1088.54
COMERCIAL	1	1000	12000	500	12500	562.5	13062.5	1088.54
TOTAL	3	4500	48000	2000	50000	2250	52250	4354.17

Fuente: Elaboración propia

Tabla 33: Materiales Indirectos
(Expresado en soles)

DETALLE	CANTIDAD	COSTO MENSUAL SIN IGV	COSTO ANUAL SIN IGV	COSTO MENSUAL CON IGV	COSTO ANUAL SIN IGV
Recogedor	1	5.93	5.93	7	7
Escoba	1	5.93	5.93	7	7
Jabón líquido	24	6.36	12.72	8	180
Desinfectante	12	8.48	8.48	10	120
PH	12	6.42	77.04	11	91

Elaboración propia

Tabla 34: Gastos indirectos
(Expresado en soles)

DETALLE	CANTIDAD	COSTO MENSUAL SIN IGV	COSTO ANUAL SIN IGV	COSTO MENSUAL CON IGV	COSTO ANUAL SIN IGV
Servicios básicos (Luz, agua, mantenimiento e internet)	12	356	4,272	420	5,041
Servicios contables	12	169	2,034	200	2,400
Teléfonos	12	76	915	90	1,080

Elaboración propia

Tabla 35: Gastos administrativos
(Expresado en soles)

DETALLE	CANTIDAD	COSTO MENSUAL SIN IGV	COSTO ANUAL SIN IGV	COSTO MENSUAL CON IGV	COSTO ANUAL SIN IGV
Hojas bond (millar)	12	8.47	101.69	10	120
Archivador	12	4.24	50.88	5	60.00
Lapiceros (cajas)	1	7.63	7.63	9	108
Lapices (cajas)	10	0.43	4.3	5	60
Perforador	3	5.08	15.24	15.24	18
Engrapador	3	6.78	20.34	20.34	24.00

Elaboración propia

Tabla 36: Gastos de ventas
(Expresado en soles)

DESCRIPCION	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Página web	124.92	1499.00
GASTO DE VENTA		
TOTAL	124.92	1499.00

Elaboración Propia

Tabla 37: Costos fijos
(Expresado en soles)

DESCRIPCION	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Gasto de personal	4 354.17	52250.00
Materiales indirectos	33.12	130.00
Gastos indirectos	710.00	8520.00
Gastos administrativos	64.58	390.00
Gasto de ventas	124.99	1499.90
COSTO FIJO TOTAL	5 286.87	62 789.9

Elaboración propia

En la tabla 38, se puede observar los costos fijos en lo que la empresa incurrirá, estos costos son todos los importes que la empresa pagará independientemente de su nivel operativo. Por lo cual, la empresa venda o no venda debe asumir dichos pagos. Los costos fijos se constituyen por gastos de personal, materiales indirectos, gastos fijos, gastos administrativos y gasto de ventas haciendo un total de S/. 62,789.90 soles para el primer año.

Tabla 38: Costo variable
(Expresado en soles)

PRODUCTO	COSTO	CANTIDAD	COSTO POR IMPORTACIÓN S/.	COSTO ANUAL (6) S/.
Sillas gamer	421.78	50	21 089.00	126534.00

Elaboración propia

Tabla 39: Costos totales
(Expresado en soles)

DESCRIPCION	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL ANUAL
Mensual	5 461.62	10 544.50	16 006.12
Anual	65 341.42	126534.00	191875.42

Elaboración propia

Tabla 40: Estructura de precios
(Expresado en soles)

DESCRIPCION	COSTO FIJO UNITARIO	COSTO VARIABLE UNITARIO	COSTO UNITARIO	MARGEN DE GANANCIA	VALOR DE VENTA	IGV	PRECIO DE VENTA
Silla gamer	218.46	421.78	640.24	45.50%	931.56	18%	1 099.24

Elaboración propia

5.1.2. Cotización internacional

GIEDHE IMPORTACIONES SAC importará de manera bimestral 50 sillas gamer, es por ello que se ha cotizado con diferentes proveedores en china, de los cuales se hizo comparaciones entre los tres mejores en base a tres incoterms (EXW, FCA, FOB), después de revisar detenidamente las cotizaciones, se logró obtener un mejor costo con el el proveedor Hangzhou Jinxuan Imp & Exp Co., Ltd.

Una vez conversado con el proveedor y de haber solicitado la cotización, se establece que la cotización deberá ser en Incoterm FOB 2010 y la forma de pago será mediante transferencia bancaria, en este caso serán dos transferencias bancarias.

Finalmente, una vez aceptada la cotización con las condiciones acordadas entre el proveedor y GIEDHE IMPORTACIONES SAC, se procederá a enviar la orden de compra, de esta manera se estará dando inicio al despacho de las mercancías en el plazo estipulado.

A continuación, se presenta un modelo de cotización que el proveedor Hangzhou Jinxuan Imp & Exp Co., Ltd. envía en base a lo acordado:

Figura 37: Cotización de sillas gamer Shanghai a Callao en términos FOB

Hangzhou Jinxuan Furniture Co., Ltd ADD: Building 5, No. 759, Hongpu Road, Pengbu Street, Hangzhou, Zhejiang, China (Mainland) Tel & Fax: 0086-571-28851325 ruby@hzjinxuan.com whatsapp:+8615700095249 wechat: 15700095249										
Price List										
TO: CINTHIA DEL PILAR ZANA BANCES - RUC 10729613741				INVOICE NO.: JX-20200902						
				DATE: 10/09/2020						
FROM: CHINA				Price term: FOB Shanghai						
No.	Goods code & description	product size (mm)			QNTY		PRICE	Total Amount	Remarks (Picture)	picture
		lgth	width	Ht	unit		USD/unit	USD		
JX-1039 F	Gaming chair 1.PU+PVC 2.Linkd amrest 3.Multi-function mechanism 4.80mm class 3 gaslift 5.Iron base 6.PU castor	0.8	0.7	0.35	50	pcs	\$55.00	\$2,750.00	Can choose color and add your logo	

Remarks:

- 1.This P/I is supplied to enable you to apply for the import license or as a quotation for your easy reference.
- 2.This P/I is valid for the following two weeks after this P/I arrive at the buyers.
- 3.Payment Term:30% deposit, the balance by T/T before loading.
- 4.All the goods are first choice quality.
- 5:Packing: standard export packing
- 6:Delivery time:10-15 days after all agreed and necessary payment.
- 7:US Dollars remittance introductions as follows:

Bank's name & A/C NO.
 BENEFICIARY NAME: HANGZHOU JINXUAN IMP&EXP CO LTD
 Beneficary ADD: HANGZHOU JINXUAN IMPORTS AND EXPORTS CO LTD
 ACCOUNT NO.: 201000153147990
 Bank Name : HangZhou United Rural Commercial Bank Co LTD

Fuente: Hangzhou Jinxuan Furniture Co., Ltd.

5.2. Contrato de compra venta internacional (importaciones) y sus documentos

(SIICEX, 2020) indica que el contrato de compra venta internacional es un acuerdo de voluntades realizado entre dos o más partes involucradas de diferentes países en el cual se realiza la compra/venta de producto en el extranjero, dicho producto se transporta desde el país de origen (producción) hasta el país destino con el previo pago del producto a un precio acordado.

En el proceso de negociación, antes de culminar la celebración del contrato de compra/venta internacional con la firma de este, se establecerá una negociación con el proveedor para definir las condiciones del contrato para lo cual se tendrá en cuenta la cultura de negocios en del proveedor chino que se caracteriza por ser una persona seria, que valora la formalidad, el tiempo y la puntualidad. (SIICEX, 2020)

Tabla 41: Información del plan para la elaboración del contrato internacional

ASPECTOS DE LA COMPRAVENTA INTERNACIONAL	INFORMACION DEL PLAN DE NEGOCIOS
Partes	Shipper: Hangzhou Jinxuan Imp & Exp Co., Ltd. Cnee: Giedhe Importaciones SAC
Vigencia del contrato	Por embarque (hasta un 1 año máximo)
Mercancía	Sillas gamer
Cantidad	50 unidades
Embalaje	Cajas paletizadas
Transporte	Marítimo
Fecha máxima de embarque	Hasta 20 días después de haber aceptado el primer pago
Lugar de entrega	Puerto Shanghai
Incoterm	FOB Callao
Gastos	A cuenta del importador
Transmisión de los riesgos	Por parte del shipper la responsabilidad culmina cuando la carga esté dentro del buque elegido por el comprador en el puerto convenido.
Seguro	A cuenta del importador
Moneda de transacción	Dólares americanos (USD)
Precio	FOB unitario: 55.00 USD FOB total: 2 750.00 USD
Forma de pago	30% al inicio, 70% antes de la fecha de zarpe

Medio de pago	Transderencia
Documentación	Factura comercial, packing list, BL, cotización y certificado de origen.
Lugar de fabricación	China
Arbitraje	Todas las partes se someten a la decisión inapelable de un Tribunal Arbitral, en caso exista controversia o desacuerdo entre las partes que se derive de la interpretación o ejecución del presente acuerdo (Convección de Viena, 2013)

Elaboración propia

5.3. Elección y aplicación del Incoterm

Con el fin de reducir costos lo más posible, se procedió a solicitar cotizaciones internacionales a los proveedores (nacionales e internacionales) en tres incoterms: EXW, FCA, FOB. Por lo que se determinó lo siguiente:

Tabla 42: Costos de 50 unidades de sillas gamer por los proveedores en China (Expresado en dólares)

INCOTERM	HANGZHOU	GUANDONG	ZHEJIANG
EXW	2,350.00	2,500.00	3,420.00
FCA	2,550.00	2,650.00	3,000.00
FOB	2,750.00	2,900.00	3,250.00

Elaboración propia

En la tabla 43, se han agrupado los costos de las proformas de los tres mejores proveedores de sillas gamer con los que se negoció en términos EXW, FCA y FOB.

Tabla 43: Costos de importación de los forwarders (Expresado en dólares)

INCOTERM	TGA	EZ SHIP	MARVISUR
EXW	2,319.30	2,590.76	2,445.96
FCA	2,059.30	2,360.76	2,175.96
FOB	1,729.30	2,020.76	1,840.96

Elaboración propia

En la tabla 44, se aprecian las los costos de las cotizaciones (sin impuestos) de tres forwarders con los que se ha negociado (incluso se solicitó ajuste) del producto puesto en mi almacén en los términos EXW, FCA y FOB.

Tabla 44: Suma de costos de importación de acuerdo al incoterm con TGA
(Expresado en dólares)

TGA	HANGZHOU	GUANDONG	ZHEJIANG
EXW	4,669.30	4,819.30	5,739.30
FCA	4,609.30	4,709.30	5,059.30
FOB	4,479.30	4,629.30	4,979.30

Elaboración propia

Tabla 45: Suma de costos de importación de acuerdo al incoterm con EZ SHIP
(Expresado en dólares)

EZ SHIP	HANGZHOU	GUANDONG	ZHEJIANG
EXW	4,940.76	5,090.76	6,010.76
FCA	4,910.76	5,010.76	5,360.76
FOB	4,770.76	4,920.76	5,270.76

Elaboración propia

Tabla 46: Suma de costos de importación de acuerdo al incoterm con MARVISUR
(Expresado en dólares)

MARVISUR	HANGZHOU	GUANDONG	ZHEJIANG
EXW	4,795.96	4,945.96	5,865.96
FCA	4,725.96	4,825.96	5,175.96
FOB	4,590.96	4,740.96	5,090.96

Elaboración propia

De acuerdo a las tablas con las sumas de los costos de los tres proveedores con los tres forwarders de acuerdo a los incoterms EXW, FCA, FOB; se pudo determinar que los costos de importación más económicos se obtendrán si se trabaja con la empresa Hangzhou Jinxuan Imp & Exp Co., Ltd. Como proveedor y a la empresa TGA Integral Cargo Solution EIRL como el forwarder designado para realizar esta operación bajo el incoterm FOB, ya que es más económico a comparación del EXW y FCA.

Bajo el incoterm FOB, tanto el proveedor como el importador tendrán las siguientes responsabilidades:

Tabla 47: Obligaciones de las partes bajo el incoterm FOB

HANZGZHOU JINXUAN IMP & EXP CO., LTD	GIEDHE IMPORTACIONES SAC
<ul style="list-style-type: none"> • Brindar todos los documentos para el embarque, tales como: factura comercial, packing list, certificado de origen, B/L. • Emitir o tramitar todos los permisos y formalidades necesarias para la correcta salida de la carga. • Entregar la carga a bordo del buque en el puerto Shanghai y asumir todos los cargos locales generados por el embarque. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pagar el flete internacional y asumir todos los riesgos y daños desde el momento en el que la carga fue puesta a bordo del buque. • Tramitar todos permisos y autorizaciones para la importación de la carga y brindar todos los documentos de importación al agente de aduanas. • Pagar todos los cargos en destino incluyendo los impuestos por nacionalización de la carga.

Elaboración propia

5.4. Determinación del medio de pago y cobro

5.4.1. Elección del medio de pago

Según (ASBA, 2020), definir el medio de pago dentro del comercio internacional es muy relevante, ya que es considerado por importadores y exportadores, los riesgos que pueden ser enfocados en lo político/país y Comercial/comprador; de esta manera se podrá obtener un equilibrio entre la seguridad del cobro de la mercancía que se importe o exporte y la eficiente recepción de esta.

El medio de pago que escogerá la empresa GIEDHE IMPORTACIONES SAC, será la de Transferencia al exterior.

Transferencias al Exterior –SWIFT

Según (Interbank, 2020), la transferencia al exterior – SWIFT es considerada como el medio de pago más simple y económico, ya que consiste en enviar el dinero acordado del comprador hacia el proveedor, para ello el banco del comprador se pone en contacto con el banco del vendedor a través de medios interbancarios electrónicos, el cual también es denominado orden de pago simple.

Así mismo indica que dichas transferencias implican el cobro de una comisión, el cual es un porcentaje del importe en transferencia.

Para efectuar dicha transferencia internacional, se necesita los siguientes datos (Interbank, 2020):

- Nombre completo o razón social del beneficiario y su domicilio
- Número de cuenta de destino
- Nombre, ciudad, estado y país del banco de destino
- Código SWIFT del banco
- El motivo de la transferencia

La situación actual posibilita la utilización de medios electrónicos que facilitan y ejecutan con gran rapidez las realizaciones de este tipo de operación, independientemente del punto geográfico de destino de cualquier transferencia. En este caso, la comisión por este medio, se refleja en la siguiente figura.

La comisión que cobra Interbank por la transferencia internacional es la siguiente:

Figura 38: Comisión por transferencia internacional

Monto a transferir	Comisión fija	Mínimo	Gastos SWIFT
Hasta \$ 500	\$ 19	-	-
Desde \$ 501 hasta \$ 3,000	\$ 26	-	-

Fuente: (Interbank, Comisión transferencia internacional, 2020)

5.5. Elección del régimen de importación

GIEDHE IMPORTACIONES SAC ha considerado el régimen de importación para el consumo para el tipo de mercancía y el tipo de actividad a la cual se va a dedicar, considerando que se encuentra regulado por el Reglamento de la Ley General de Aduanas aprobado bajo el Decreto Supremo N° 010-2009-EF. Cabe señalar que este reglamento indica que la importación para el consumo es el régimen aduanero que permite el ingreso de mercancías al territorio aduanero para su consumo, luego del pago o garantía, según corresponda, de los derechos arancelarios y demás impuestos aplicables, así como el pago de los recargos y multas que hubieren y del cumplimiento de las formalidades y otras obligaciones aduaneras. (Sunat, 2020)

Por otro lado, para este tipo de régimen, se debe tomar en cuenta si las mercancías son restringidas o prohibidas:

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

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

- ❖ La importación para el consumo de mercancías restringidas y prohibidas se regula por el procedimiento específico “Control de Mercancías Restringidas y Prohibidas” INTA-PE.00.06. La relación referencial de mercancías restringidas o prohibidas puede ser consultada en el portal web de la SUNAT. (Sunat, 2020)

5.6. Gestión aduanera del comercio internacional

(Sunat, 2020) Dentro del despacho de aduanas se debe tomar en cuenta ciertas condiciones que un importador tiene, como es la obtención de un Registro Único de Contribuyente (RUC), la cual deberá encontrarse activa; asimismo también pueden haber importadores que no tengan RUC, es decir, personas naturales; en este caso ellos podrán solicitar la destinación aduanera de importación siempre y cuando:

- ❖ Las personas naturales que realicen en forma ocasional importaciones de mercancías, cuyo valor FOB por operación no exceda de mil dólares americanos (US \$ 1 000,00) y siempre que registren hasta tres (3) importaciones anuales como máximo.

- ❖ Las personas naturales que por única vez, en un año calendario, importen mercancías cuyo valor FOB exceda los un mil dólares de los Estados Unidos de América (US \$ 1 000,00) y siempre que no supere los tres mil dólares de los Estados Unidos de América (US \$ 3 000,00).

- ❖ Los miembros del servicio diplomático nacional o extranjero, que en ejercicio de sus funciones, importen sus vehículos y menaje de casa.

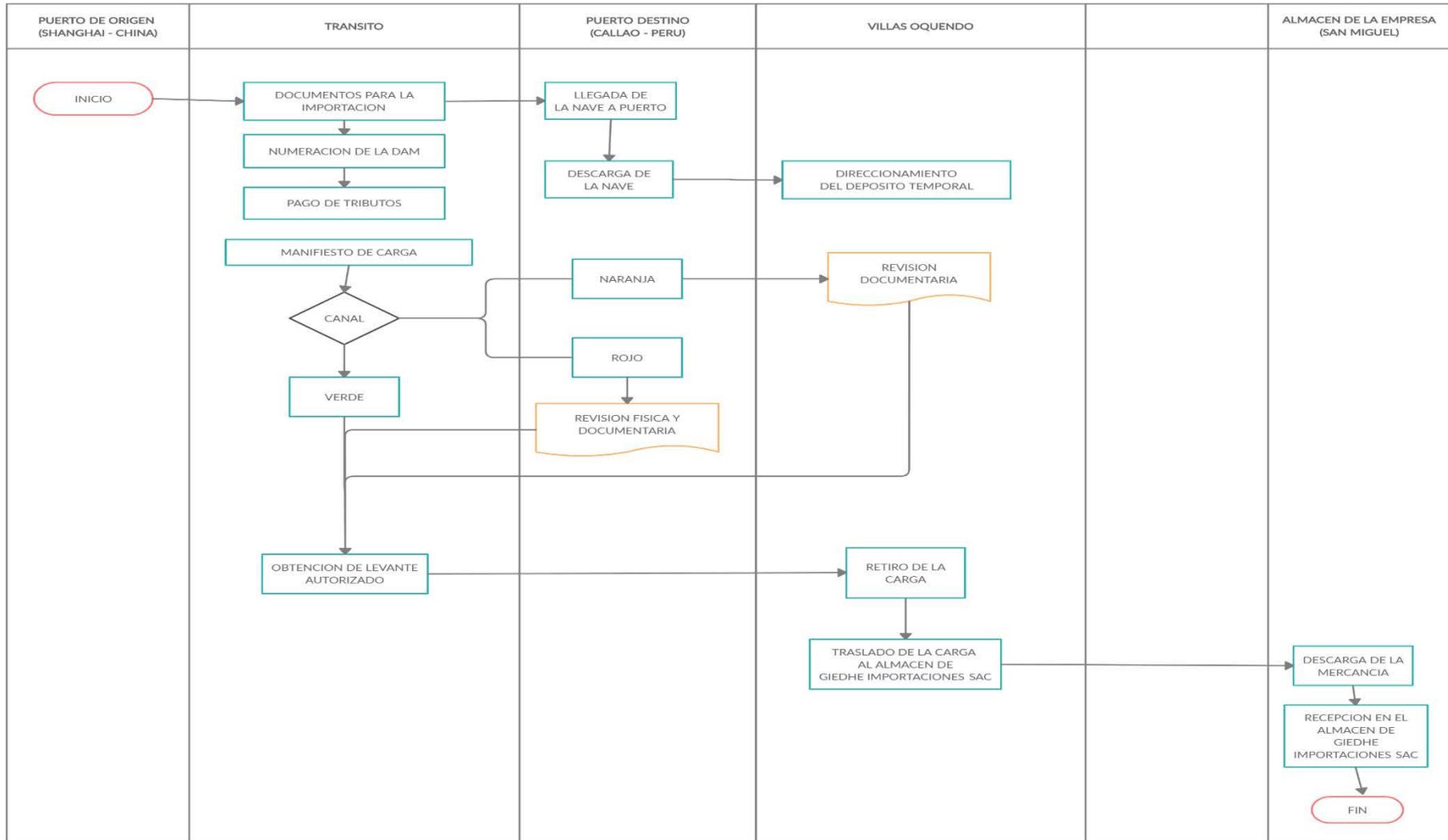
A continuación, se presentan los pasos a seguir en la gestión del despacho de aduana (Sunat, 2020):

- a) Transmisión de la previa de datos al manifiesto de carga (7 días antes).

- b) Numeración de la declaración Anticipada (SADA) bajo el régimen aduanero de Importación para el consumo. (INTA PG01A).

- c) Pago de Impuestos IGV (18%) y percepción (10%) primera importación. A partir de la segunda importación percepción es 3.5%
- d) Transmisión final de datos al manifiesto de carga.
- e) Se obtiene manifiesto de carga.
- f) Asignación de canal de control (Verde, Naranja y Rojo)
- g) Canal Verde: sin control de aduanas.
- h) Canal Naranja: Control documentario en Aduana
- i) Canal Rojo: Reconocimiento físico de la carga en el DT por parte de la Aduana.
- j) Presentación de DS y documentos de Importación a la Aduana Marítima del Callao en caso de canal Naranja o Rojo.
- k) Llegada del embarque al puerto del Callao.
- l) Descarga de la carga.
- m) Traslado a un depósito temporal Villas Oquendo/consolidada.
- n) Transmisión de pesos y bultos que ingresaron depósito temporal.
- o) En caso de canal rojo se realiza reconocimiento físico en el DT, de no tener observaciones se otorga el Levante (carga nacionalizada).
- p) Se cancela los gastos por los servicios de almacenaje de la carga.
- q) Se traslada la mercancía al local del importador.

5.7. Gestión de las operaciones de importación: Flujograma de GIEDHE IMPORTACIONES SAC



VI. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

6.1. Inversión Fija

Inversión Fija Se refiere a todo tipo de activos cuya vida útil es mayor a un año y cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias para que la empresa lleve a cabo sus actividades.

6.1.1. Activos tangibles

Los activos tangibles hacen referencia a aquellos bienes y derechos duraderos, que han sido obtenidos con el fin de ser explotados por la empresa. Se trata de aquellos bienes inmuebles, materiales, equipamiento, herramientas y utensilios con los que no se va a comercializar, es decir, que no se van a convertir en líquido al menos durante el primer año.

Tabla 48: Activos tangibles
(Expresado en soles)

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL
Computadora y sistemas	3	1271.19	3813.57	1500	4500
Impresora	1	508.48	508.48	600	600
Sillas giratorias	3	194.92	584.76	230	690
Escritorios	3	1016.95	3050.85	1200	3600
Muebles de espera y sillas	1	1016.95	1016.95	1200	1200
Estantes	2	338.98	677.96	400	800
Hojas bond (millar)	1	16.95	16.95	20	20
Archivador	12	4.24	50.88	5	60
Lapiceros (cajas)	1	7.63	7.63	9	9
Lapices (cajas)	10	0.43	4.3	0.51	5
Perforador	3	5.08	15.24	6	18
Engrapador	3	6.78	20.34	8	24
TOTAL			9,767.91		11,526

Elaboración propia

Tabla 49: Otros activos tangibles
(Expresado en soles)

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL
Recogedor	1	5.93	5.93	7	7
Escoba	1	5.93	5.93	7	7
Jabón líquido	2	6.36	12.72	8	15
Desinfectante	1	8.48	8.48	10	10
PH	12	9.33	111.96	11	132
Microondas y ventiladores	1	800	800	944	944
			945.02		1,115
TOTAL INVERSIÓN FIJA TANGIBLE			10,712.93		12,641.25

Elaboración propia

En la Tabla 49 y 50, se observan los costos de los bienes tangibles, se está considerando cantidades de acuerdo al tamaño de empresa, por ello se ha tenido los muebles, enseres y equipos que servirán a la empresa para iniciar sus actividades con normalidad y buen funcionamiento. Los costos de estos bienes tangibles tienen una sumatoria de S/ 12,641.25 soles.

6.1.2. Activos intangibles

Un activo intangible es un activo que no tiene forma física, no es algo material y por tanto, no se puede ver ni tocar. Los activos intangibles provienen de los conocimientos, habilidades y actitudes de las personas y empresas. Hay muchos tipos de activos intangibles como las patentes, marcas, derechos de autor, fondo de comercio, dominios de internet, franquicias, etc.

Tabla 50: Activos intangibles
(Expresado en soles)

ELABORACION DEL PLAN DE NEGOCIO					
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL
Elaboración del Plan de Negocio	1	2712	2712	3200	3200
			2,712.00		3,200.16
CONSTITUCIÓN					
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL
Constitución de la empresa	1	1017	1017	1200	1200
Licencia de funcionamiento	1	424	424	500	500
Inspección de defensa civil	1	271	271	320	320
Inscripción de planillas	1	50	50	59	59
Legalización de libros contables	2	18	36	21	42
TOTAL			1,798		2,121
REGISTROS					
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL
Registro de marca ante indecopi	1	507	507	598	598
TOTAL			507		598
OTROS					
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL
Softwares	2	1017	2034	1200	2400
TOTAL			2,034		2,400
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD					
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL
Creación de página web	1	1270	1270	1499	1499
TOTAL			1,270		1,499
TOTAL INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE			6,286.86		7,418.49

Elaboración propia

En Tabla 51, se está considerando los activos intangibles como el diseño de página web, constitución de la empresa, licencia de funcionamiento, defensa civil y registro de la marca ante Indecopi, software; ya que de acuerdo a la definición, lo

activos intangibles serán aquellos bienes que no se pueden ver, pero que se encuentran dentro de la organización para que pueda funcionar con normalidad y bajo leyes.

6.2. Capital de Trabajo

Son todos aquellos recursos que tiene la empresa para poder operar en su actividad. Estos deberán estar disponibles a corto plazo para cubrir los gastos que se presenten dentro de la empresa.

Tabla 51: Capital de trabajo
(Expresado en soles)

CAPITAL DE TRABAJO			
CONCEPTO	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO SEMESTRAL
COSTO DE PRODUCTO IMPORTADO		10544.50	63267.00
Sillas gamer	421.78	10544.50	63267.00
GASTO DE PERSONAL		4000.00	24000.00
GERENTE GENERAL	2000.00	2000.00	12000.00
LOGISTICA	1000.00	1000.00	6000.00
COMERCIAL	1000.00	1000.00	6000.00
MATERIALES INDIRECTOS		45.46	202.76
Recogedor	7.00	7.00	7.00
Escoba	7.00	7.00	7.00
Jabón líquido	7.50	15.00	90.00
Desinfectante	10.00	10.00	60.00
PH	15.50	6.46	38.76
GASTOS INDIRECTOS		420.00	2520.00
Servicios básicos (Luz, agua, mantenimiento e internet)	420.00	420.00	2520.00
Servicios contables	200.00	200.00	1200.00
Teléfonos	90.00	90.00	540.00
GASTOS ADMINISTRATIVOS		136.00	254.00
Hojas bond (millar)	20.00	20.00	120.00
Archivador	5.00	60.00	60.00
Lapiceros (cajas)	9.00	9.00	27.00
Lápices (cajas)	0.50	5.00	5.00
Perforador	6.00	18.00	18.00
Engrapador	8.00	24.00	24.00
GASTO DE VENTAS		2599.00	8099.00

Página web	1499.00	1499.00	1499.00
Publicidad	600.00	600.00	3600.00
Mantenimiento y gasolina	500.00	500.00	3000.00
IMPREVISTOS		1500.00	9000.00
Caja		1500	9000
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		19244.96	107342.76

Elaboración propia

En la tabla 52, se puede observar todos lo correspondiente a los gastos de personal, gastos de ventas, gastos administrativos gastos fijos y a los costos de y costos del producto que se va a importar, en este caso sillas gamer. Para GIEDHE IMPORTACIONES SAC, el capital de trabajo servirá para los tres primeros meses que comienza las actividades, dado que en ese lapso de tiempo, en caso no haya ventas vamos a utilizar el capital de trabajo para cubrir los costos y gastos en los que incurre la empresa.

6.3. Inversión Total

El presupuesto de inversión inicial incluirá todos los activos fijos, Tangibles, Intangibles, Capital de Trabajo y Costos Indirectos que se necesitan para iniciar las operaciones del negocio.

Tabla 52: Inversión total
(Expresado en soles)

DETALLE	VALOR TOTAL
Activo Tangible	10,712.93
Activo Intangible	6,286.86
Capital de Trabajo	90 970.00
TOTAL GENERAL	107,969.79

Elaboración propia

En la tabla 53, se puede observar el total de la inversión que se debe tener para que la empresa GIEDHE IMPORTACIONES SAC pueda operar de manera normal, en este aspecto, dentro de la inversión total se está considerando: Inversión

tangible, Inversión intangible y el capital de trabajo, el cual tiene un total de S/ 107,969.79 soles.

6.4. Estructura de Inversión y Financiamiento

Tabla 53: Estructura de financiamiento
(Expresado en soles)

DETALLE	ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO	INVERSION
Inversión Inicial	100%	107 969.79
Capital propio	60%	64 369.79
Capital de terceros	40%	43 200

Elaboración propia

En la tabla 54, se tiene la estructura de financiamiento, la cual indica el aporte de capital propio de 60% y el financiamiento a través de un préstamo que abarca el 40% restante, se usarán para poder iniciar las actividades de la empresa.

6.5. Fuentes financieras y condiciones de crédito

Tabla 54: Créditos bancarios – Capital de trabajo para microempresas
(Expresado en soles)

Tasa Anual (%)	BBVA	Comercio	Crédito	Pichincha	BIF	Scotiabank	Citibank	Interbank	Mibanco
Microempresas	14.06	1.00	16.11	30.18	10.60	5.12	-	7.10	30.33
Descuentos	11.85	-	18.58	9.29	-	7.90	-	10.63	-
Préstamos Revolventes	-	-	-	-	10.60	-	-	6.39	-
Préstamos a cuota fija hasta 30 días	15.13	-	-	38.57	-	-	-	-	49.29
Préstamos a cuota fija de 31 a 90 días	17.63	-	-	31.14	-	-	-	-	52.49
Préstamos a cuota fija de 91 a 180 días	22.73	-	31.41	38.99	-	-	-	29.88	49.63
Préstamos a cuota fija de 181 a 360 días	27.75	-	44.43	36.13	-	-	-	29.64	41.88
Préstamos a cuota fija a más de 360 días	34.19	31.00	25.00	29.85	-	28.12	-	32.91	30.02

Fuente: Superintendencia de Banca y Seguros

En la Tabla 55, se observa las tasas que cada banco ofrece a clientes que deseen una inversión de capital de trabajo, de esa manera podrán iniciar actividades de acuerdo al rubro. Para ello, se ha tomado la mejor opción, analizando y tomando en cuenta alftidades financieras que operan en el Perú, y de acuerdo a ello se ha verificado que el banco de Crédito del Perú, ya que ofrece la mejor opción con 25% de Tasa Efectiva Anual.

Debido a que la empresa GIEDHE IMPORTACIONES SAC que se está formando iniciará sus operaciones por primera vez y al no tener un historial crediticio, cualquier entidad financiera no otorgaría un financiamiento. Por ello se ha verificado la situación y se ha visto conveniente realizar un préstamo personal a nombre de unos de los socios quien cuenta con historial crediticio, el cual permitirá acceder a un préstamo como una estrategia para poder financiar la inversión que necesita la empresa.

Tabla 55: Fuentes financieras y condiciones de crédito
(Expresado en Soles)

PRÉSTAMO	
Monto	43200
Cuotas	36
Tasa	1.88%
Cuotas anuales	1,661.54

Elaboración propia

En la Tabla 56, se observa las características del financiamiento de la empresa GIEDHE IMPORTACIONES SAC, está constituida por un préstamo bancario de S/ 43,600.00 soles que deben de ser pagados en 18 meses, tiene un costo efectivo mensual del 1.88% y el valor de cada cuota mensual es de S/ 1, 676.93 soles. En este caso se ha considera conveniente financiar el 40% de la inversión total con la finalidad de obtener mayor rentabilidad en lo invertido.

Las condiciones para obtener un crédito personal son de acuerdo a (Pichincha, 2020) son:

- Tener como mínimo 21 años de edad
- Original y copia de documento de identidad
- Copia de último recibo de luz, agua o teléfono
- Sustento de Ingresos
- Sujeto a evaluación crediticia.

Tabla 56: Flujo de Caja de Deuda
(Expresado en soles)

ACUMULADO						
Numero cuota	Valor de la Cuota	Intereses	Capital	Saldo	CAPITAL	INTERES
				43200		
1	1,661.54	810.83	850.71	42,349.29		
2	1,661.54	794.87	866.68	41,482.61		
3	1,661.54	778.60	882.94	40,599.67		
4	1,661.54	762.03	899.52	39,700.16		
5	1,661.54	745.14	916.40	38,783.76		
6	1,661.54	727.94	933.60	37,850.16		
7	1,661.54	710.42	951.12	36,899.04		
8	1,661.54	692.57	968.97	35,930.06		
9	1,661.54	674.38	987.16	34,942.90		
10	1,661.54	655.85	1,005.69	33,937.21		
11	1,661.54	636.98	1,024.56	32,912.65		
12	1,661.54	617.75	1,043.80	31,868.85	11,331.15	8,607.35
13	1,661.54	598.15	1,063.39	30,805.47		
14	1,661.54	578.20	1,083.35	29,722.12		
15	1,661.54	557.86	1,103.68	28,618.44		
16	1,661.54	537.15	1,124.39	27,494.05		
17	1,661.54	516.04	1,145.50	26,348.55		
18	1,661.54	494.54	1,167.00	25,181.55		
19	1,661.54	472.64	1,188.90	23,992.65		
20	1,661.54	450.32	1,211.22	22,781.43		
21	1,661.54	427.59	1,233.95	21,547.48		
22	1,661.54	404.43	1,257.11	20,290.37		
23	1,661.54	380.84	1,280.71	19,009.66		
24	1,661.54	356.80	1,304.74	17,704.92	14,163.93	5,774.56
25	1,661.54	332.31	1,329.23	16,375.68		
26	1,661.54	307.36	1,354.18	15,021.50		
27	1,661.54	281.94	1,379.60	13,641.90		
28	1,661.54	256.05	1,405.49	12,236.41		
29	1,661.54	229.67	1,431.87	10,804.54		
30	1,661.54	202.79	1,458.75	9,345.79		
31	1,661.54	175.41	1,486.13	7,859.66		
32	1,661.54	147.52	1,514.02	6,345.64		
33	1,661.54	119.10	1,542.44	4,803.20		
34	1,661.54	90.15	1,571.39	3,231.81		
35	1,661.54	60.66	1,600.88	1,630.93		
36	1,661.54	30.61	1,630.93	0.00	17,704.92	2,233.58

Elaboración propia

La empresa financiará parte de la inversión total ya que se obtendrá mayor rentabilidad en lo invertido con el capital propio.

6.6. Presupuesto de costos

- **Costo directo**

Tabla 57: Costos de importación
(Expresado en Dólares)

COSTOS DE IMPORTACION	
CONCEPTO	USD
FLETE	860.40
SEGURO	50.00
VALOR CIF	3660.40
AD VALOREM	00.00
IGV	585.66
IPM	73.21
PERCEPCIÓN	431.93
TRANSFERENCIA BANCARIA	52.00
BL	25.00
TRANSMISION	35.40
DESCARGA	62.30
VISTO BUENO	165.20
SERVICIOS DE ALMACÉN	259.60
AG. ADUANAS	141.60
CANAL ROJO	236.00
ENTREGA	129.80
TOTAL	5 858.10

Elaboración propia

En la tabla 58, se puede apreciar que el costo total por la importación de las cincuenta sillas gamer puestas en el almacén de GIEDHE IMPORTACIONES SAC en San Miguel será de 5 858.10 USD. Haciendo que el costo de importación de cada producto sea el siguiente:

Tabla 58: Costo de importación del producto por unidad

PRECIO DE IMPORTACIÓN POR PRODUCTO	
Concepto	USD
50 unidades	\$ 5 858.10
UNIDAD EXPRESADO EN DÓLARES	\$ 117.16
UNIDAD EXPRESADO EN SOLES	S/.421.78

Elaboración propia

En la presente tabla 59, se ha determinado el costo de importación de cada silla gamer puesta en el almacén de GIEDHE IMPORTACIONES SAC en San Miguel,

el cual consta de 117.16 USD cada unidad, lo cual es S/. 421.78 nuevos soles de acuerdo al tipo de cambio S/ 3.60 nuevos soles.

Tabla 59: Presupuesto de costos de productos
(Expresado en soles)

PRODUCTO	COSTO	CANTIDAD	COSTO POR IMPORTACIÓN	COSTO ANUAL
Sillas gamer	421.78	50	21 089.00	126 534.00

Elaboración propia
Tipo de cambio: 3.60

En la Tabla 60, se puede observar los costos que involucran la importación de las sillas gamer. En total de productos se ha cuantificado de manera anual en S/ 126,534.00 soles, considerando que se va a importar los productos de manera bimestral, es decir, se realizará la importación de los productos seis veces al año.

- **Costos indirectos**

Tabla 60: Presupuesto proyectado de materiales indirectos
(Expresado en soles)

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL
Recogedor	1	5.93	5.93	7	7
Escoba	1	5.93	5.93	7	7
Jabón líquido	2	6.36	12.72	8	15
Desinfectante	1	8.48	8.48	10	10
PH	12	9.33	111.96	11	132
Microondas	1	800	800	944	944
			945.02		1,115
TOTAL INVERSIÓN FIJA TANGIBLE			10,712.93		12,641.25

Elaboración propia

En la Tabla 61, se puede observar todos los materiales indirectos de la empresa GIEDHE IMPORTACIONES SAC, estos materiales de aseo personal serán usados por los colaboradores de la empresa, dentro de estos materiales se tiene el recogedor, la escoba, el jabón líquido, el desinfectante, el papel higiénico y el microondas.

Tabla 61: Presupuesto proyectado de gastos de personal
(Expresado en soles)

TRABAJADOR	RETRIB. ECON. MENS	RETRIB. ECONO. ANUAL	VACAC IONES	SUB TOTAL	SIS (4.5%)	ANUAL
Gerente general	2,000	24,000	1,000	25,000	1,125	26,125
Logística	1,200	14,400	600	15,000	675	15,675
Comercial	1,200	14,400	600	15,000	675	15,675
TOTAL						57,475

Elaboración propia

En Tabla 62, se puede verificar la remuneración que se le asignará a cada trabajador así como sus beneficios, de acuerdo al régimen al cual nos estamos acogiendo, régimen laboral especial, los trabajadores no obtendrán beneficios como un mes completo de vacaciones y CTS; pero si gozaran de su sueldo, SIS y vacaciones de quince días, asimismo, se puede visualizar el total anual que tendrá la empresa en relación al gasto de personal.

Tabla 62: Presupuesto proyectado de gastos fijos
(Expresado en soles)

DETALLE	CANTIDAD	COSTO MENSUAL SIN IGV	COSTO ANUAL SIN IGV	COSTO MENSUAL CON IGV	COSTO ANUAL SIN IGV
Servicios básicos (Luz, agua, mantenimiento e internet)	12	356	4,272	420	5,041
Servicios contables	12	169	2,034	200	2,400
Teléfonos	12	76	915	90	1,080

Elaboración propia

En la Tabla 63, se puede observar de los gastos fijos, los cuales abarcan el pago de alquiler de local y los servicios como la luz, el agua, el internet, el teléfono, contador y mantenimiento del edificio; estos gastos deberán pagarse de manera mensual y así no haya producción en la empresa GIEDHE IMPORTACIONES SAC.

Tabla 63: Presupuesto proyectado de gastos administrativos
(Expresado en soles)

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL
Hojas bond (millar)	1	16.95	16.95	20	20
Archivador	12	4.24	50.88	5	60
Lapiceros (cajas)	1	7.63	7.63	9	9
Lapices (cajas)	10	0.43	4.3	0.51	5
Perforador	3	5.08	15.24	6	18
Engrapador	3	6.78	20.34	8	24
TOTAL			115		136

Elaboración propia

En la Tabla 64, se observa todo el listado de los materiales que se usaran dentro de la oficina, esto es para el trabajo eficiente de los colaboradores, estos materiales son hojas, archivadores, lapiceros, lápices, perforador, etc. Asimismo. En este punto se está considerando el costo por gasolina y mantenimiento del auto.

Tabla 64: Presupuesto proyectado de gastos de ventas
(Expresado soles)

DESCRIPCION	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Página web	124.92	1499.00
GASTO DE VENTA	124.92	1499.00
TOTAL		

Elaboración propia

En Tabla 65, se observa el presupuesto de gastos de venta, en este punto se considera una gran inversión, ya que uno de los objetivos es generar ventas y rentabilidad, para ello la empresa GIEDHE IMPORTACIONES SAC considera importante tomar en cuenta la página web ya que será un negocio online.

6.7. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio será mostrado en valores monetarios dado que se está considerando el criterio de $IT = CT$.

Tabla 65: Punto de equilibrio
(Expresado en soles)

AÑO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Punto de equilibrio en soles	187,288	237,651	244,839	254,071	266,344

Elaboración propia

En la tabla 66, anterior se muestra el punto de equilibrio en soles de la empresa GIEDHE IMPORTACIONES SAC. Al estar expresado en soles, esto quiere decir que, en el año uno, se necesitaran vender 187,288 soles para asegurar una utilidad o ganancia neutral, las ventas de este monto en adelante ya significarían ganancia. La misma lectura se utilizará para los otros años.

6.8. Tributación de la importación

La Tabla 67 y 68, se muestra los tributos a pagar por la importación de sillas gamer para el presente proyecto, para ello se está considerando al advalorem 0%, impuesto general a las ventas 16%, el impuesto de promoción comercial 2%, y percepción anticipada 10% y 3.5% respectivamente.

Tabla 66: Impuestos – 10% de percepción
(Expresado en dólares)

IMPUESTOS DE IMPORTACION	
CONCEPTO	USD
VALOR CIF	3660.40
AD VALOREM	00.00
IGV	585.66
IPM	73.21
PERCEPCIÓN	431.93

TOTAL	1 090.80
--------------	-----------------

Elaboración propia

A partir de la segunda importación se considerará una percepción de 3.5%

Tabla 67: Impuestos – 3.5% de percepción
(Expresado en dólares)

IMPUESTOS DE IMPORTACION	
CONCEPTO	USD
VALOR CIF	3660.40
AD VALOREM	00.00
IGV	585.66
IPM	73.21
PERCEPCIÓN	151.17
TOTAL	810.04

Elaboración propia

Como toda importación regulada bajo la Ley General de Aduanas y comercialización en el territorio nacional, se afectará al IMPUESTO GENERAL DE LAS VENTAS.

Tabla 68: Tributos
(Expresado en soles)

	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
IGV Compras	19,434.56	22,743.21	31,382.63	32,285.12	33,214.68	34,172.12
IGV Ventas	-	41,945.40	53,354.55	56,555.82	59,383.61	62,352.79
Resultado	19,434.56	232.36	(21,971.92)	(24,270.70)	(26,168.94)	(28,180.67)
Credito Fiscal	19,434.56	19,666.92	(2,305.00)	(24,270.70)	(26,168.94)	(28,180.67)
PAGO IGV	-	-	(2,305.00)	(24,270.70)	(26,168.94)	(28,180.67)

Elaboración propia

6.9. Presupuesto de ingresos

Tabla 69: Detalle de ingresos proyectados del 2021 al 2025
(Expresado en unidades)

INGRESOS OPERATIVOS		MESES DEL AÑO 2021											TOTAL
DETALLE	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiemb	Octubre	Noviemb	Diciemb	
Precio Silla gamer		-	932.12	-	932.12	-	932.12		932.12		932.12		
Cantidad (Und)			50		50		50		50		50		
Total de ingresos proyectados	-	-	46,606.00	-	46,606.00	-	46,606.00	-	46,606.00	-	46,606.00	-	233,030.00

INGRESOS OPERATIVOS		MESES DEL AÑO 2022											TOTAL
DETALLE	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiemb	Octubre	Noviemb	Diciemb	
Precio Silla gamer	932.12	-	932.12	-	932.12	-	932.12	-	932.12	-	932.12	-	
Cantidad	53	-	53	-	53	-	53	-	53	-	53	-	
Total de ingresos proyectados	49,402.36	-	49,402.36	-	49,402.36	-	49,402.36	-	49,402.36	-	49,402.36	-	296,414.16

INGRESOS OPERATIVOS		MESES DEL AÑO 2023											TOTAL
DETALLE	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Precio Silla gamer	932.12	-	932.12	-	932.12	-	932.12	-	932.12	-	932.12	-	
Cantidad (Und)	56	-	56	-	56	-	56	-	56	-	56	-	
Total de ingresos proyectados	52,366.50	-	52,366.50	-	52,366.50	-	52,366.50	-	52,366.50	-	52,366.50	-	314,199.01

INGRESOS OPERATIVOS		MESES DEL AÑO 2024											TOTAL
DETALLE	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiemb	Octubre	Noviemb	Diciemb	
Precio Silla gamer	932.12	-	932.12	-	932.12	-	932.12	-	932.12	-	932.12	-	
Cantidad (Und)	59	-	59	-	59	-	59	-	59	-	59	-	
Total de ingresos proyectados	54,984.83	-	54,984.83	-	54,984.83	-	54,984.83	-	54,984.83	-	54,984.83	-	329,908.96

INGRESOS OPERATIVOS DETALLE	MESES DEL AÑO 2025												TOTAL
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiemb	Octubre	Noviemb	Diciemb	
Precio Silla gamer	932.12	-	932.12	-	932.12	-	932.12	-	932.12	-	932.12	-	
Cantidad (Und)	62	-	62	-	62	-	62	-	62	-	62	-	
Total de ingresos proyectados	57,734.07	-	57,734.07	-	57,734.07	-	57,734.07	-	57,734.07	-	57,734.07	-	346,404.41

Fuente: Elaboración Propia

Cada ingreso proyectado en las tablas anteriores, da como resultado el acumulado para cada año de proyección. Por ello, a continuación se muestra la tabla 72 principal de presupuesto de ingresos.

Tabla 70. Presupuesto de Ingresos
(Expresado en soles)

CONCEPTO	AÑOS					
	0	2021	2022	2023	2024	2025
INGRESOS		233,030.00	296,414.16	314,199.01	329,908.96	346,404.41
Ingresos operativos		233,030.00	296,414.16	314,199.01	329,908.96	346,404.41

Elaboración Propia

6.10. Presupuesto de egresos

En este punto se está considerando la proyección de cinco años para hallar los presupuestos de los costos variables, materiales indirectos, gastos de personal, gastos fijos, gastos administrativos y gastos de ventas, la proyección estará en función del promedio de la tasa de inflación así como en función al promedio de la tendencia de ventas.

Tabla 71: Tasa de inflación del año 2010 al 2019
(Expresado en porcentaje)

AÑOS	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Inflación	1.50	3.40	3.70	2.80	3.20	3.50	3.60	2.80	1.30	2.10

Fuente: (BCRP, 2020)

En la Tabla 73, se puede verificar que se ha obtenido información de la tasa de inflación de los últimos cinco años, a través del Banco Central de Reserva. El promedio de la tasa de inflación el cual es 2.79%, la cual se redondeará a 3% y servirá como referencia para lograr proyectar los costos y hacer más real el proyecto.

Tabla 72: Presupuesto proyectado de costos variables del 2015 al 2025
(Expresado en soles)

COSTOS VARIABLES		MESES DEL AÑO 1											TOTAL ANUAL
DETALLE	Enero	Febrero	Marzo	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre		
Sillas gamer	9900	0	9900	9900	0	9900	0	9900	0	9900	0	59400	
Logística	9482.33	0	8625.81	8625.81	0	8625.81	0	8625.81	0	8625.81	0	52611.38	
Publicidad	169.49	169.49	169.49	169.49	169.49	169.49	169.49	169.49	169.49	169.49	169.49	2033.88	
Mantenimiento y gasolina	423.73	423.73	423.73	423.73	423.73	423.73	423.73	423.73	423.73	423.73	423.73	5084.76	
	19975.55	593.22	19119.03	19119.03	593.22	19119.03	593.22	19119.03	593.22	19119.03	593.22	119130.02	

COSTOS VARIABLES		MESES DEL AÑO 2											TOTAL ANUAL
DETALLE	Enero	Febrero	Marzo	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre		
Sillas gamer	10197.00	0.00	10197.00	10197.00	0.00	10197.00	0.00	10197.00	0.00	10197.00	0.00	61182.00	
Logística	8884.58	0.00	8884.58	8884.58	0.00	8884.58	0.00	8884.58	0.00	54189.72	0.00	98612.64	
Publicidad	174.57	174.57	174.57	174.57	174.57	174.57	174.57	174.57	174.57	174.57	174.57	2094.90	
Mantenimiento y gasolina	436.44	436.44	436.44	436.44	436.44	436.44	436.44	436.44	436.44	436.44	436.44	5237.30	
	19692.60	611.02	19692.60	19692.60	611.02	19692.60	611.02	19692.60	611.02	64997.74	611.02	167126.84	

COSTOS VARIABLES		MESES DEL AÑO 3											TOTAL ANUAL
DETALLE	Enero	Febrero	Marzo	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre		
Sillas gamer	10502.91	0.00	10502.91	10502.91	0.00	10502.91	0.00	10502.91	0.00	10502.91	0.00	63017.46	
Logística	9151.12	0.00	9151.12	9151.12	0.00	9151.12	0.00	9151.12	0.00	55815.41	0.00	101571.02	
Publicidad	179.81	179.81	179.81	179.81	179.81	179.81	179.81	179.81	179.81	179.81	179.81	2157.74	
Mantenimiento y gasolina	449.54	449.54	449.54	449.54	449.54	449.54	449.54	449.54	449.54	449.54	449.54	5394.42	
	20283.38	629.35	20283.38	20283.38	629.35	20283.38	629.35	20283.38	629.35	66947.67	629.35	172140.65	

COSTOS VARIABLES		MESES DEL AÑO 4											TOTAL ANUAL
DETALLE	Enero	Febrero	Marzo	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre		
Sillas gamer	10818.00	0.00	10818.00	10818.00	0.00	10818.00	0.00	10818.00	0.00	10818.00	0.00	64907.98	
Logística	9425.66	0.00	9425.66	9425.66	0.00	9425.66	0.00	9425.66	0.00	57489.88	0.00	104618.15	

Publicidad	185.21	185.21	185.21	185.21	185.21	185.21	185.21	185.21	185.21	185.21	185.21	185.21	2222.48
Mantenimiento y gasolina	463.02	463.02	463.02	463.02	463.02	463.02	463.02	463.02	463.02	463.02	463.02	463.02	5556.25
	20891.88	648.23	20891.88	20891.88	648.23	20891.88	648.23	20891.88	648.23	68956.10	648.23	177304.87	

COSTOS VARIABLES	MESES DEL AÑO 5												TOTAL ANUAL	
	DETALLE	Enero	Febrero	Marzo	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre		
Sillas gamer	11142.54	0.00	11142.54	11142.54	0.00	11142.54	0.00	11142.54	0.00	11142.54	0.00	11142.54	0.00	66855.22
Logística	9708.43	0.00	9708.43	9708.43	0.00	9708.43	0.00	9708.43	0.00	59214.57	0.00	59214.57	0.00	107756.70
Publicidad	190.76	190.76	190.76	190.76	190.76	190.76	190.76	190.76	190.76	190.76	190.76	190.76	190.76	2289.15
Mantenimiento y gasolina	476.91	476.91	476.91	476.91	476.91	476.91	476.91	476.91	476.91	476.91	476.91	476.91	476.91	5722.94
	21518.64	667.67	21518.64	21518.64	667.67	21518.64	667.67	21518.64	667.67	21518.64	667.67	71024.78	667.67	182624.01

En las Tablas, El presupuesto proyectado de costos variables está en función al promedio de la tasa de inflación, el cual es de 3%. Por ello, se verifica que año tras año la proyección va en aumento.

6.11. Flujo de caja proyectado

- Flujo de caja económico

Tabla 73: Flujo de caja económico
(Expresado en soles)

CONCEPTO	AÑOS					
	0	2021	2022	2023	2024	2025
INGRESOS		233,030	296,414	314,199	329,909	346,404
Ingresos operativos		233,030	296,414	314,199	329,909	346,404
Ingresos no operativos		-	-	-	-	-
COSTO Y GASTOS		180,415	233,637	244,398	255,884	268,158
Costos fijos		59,471	64,696	70,444	76,766	83,720
Costos Variables		119,130	167,127	172,141	177,305	182,624
Depreciación		864	864	864	864	864
Amortización intangible		949	949	949	949	949
UTILIDAD OPERATIVA		52,615	62,778	69,801	74,025	78,246
Impuesto renta	RER1.5 % MENSU AL ING. NETOS	3,495	4,446	4,713	4,949	5,196
UTILIDAD NETA		49,120	58,331	65,088	69,076	73,050
Depreciación		864	864	864	864	864
Amortización intangible		949.18	949.18	949.18	949.18	949.18
Valor Residual						-
Inversiones		(107,970)	-	-	-	-
FLUJO DE CAJA ECONOMICO		(107,970)	50,933	60,145	66,902	74,864
FCF ACUMULADO		(107,970)	(57,036)	3,109	70,010	215,764

Elaboración Propia

En la Tabla 75, se puede observar que el flujo de caja económico está constituido por los ingresos y egresos operativos, los cuales están proyectados en un plazo de 5 años.

- **Flujo de caja financiero**

Tabla 74: Flujo de caja financiero
(Expresado en soles)

CONCEPTO	AÑOS					
	0	2021	2022	2023	2024	2025
INGRESOS						
		233,030	296,414	314,199	329,909	346,404
Ingresos operativos		233,030	296,414	314,199	329,909	346,404
Ingresos no operativos		-	-	-	-	-
COSTO Y GASTOS						
Costos fijos		189,102	239,465	246,652	255,884	268,158
Costos Variables		59,471	64,696	70,444	76,766	83,720
Intereses		119,130	167,127	172,141	177,305	182,624
Depreciación		8,687	5,828	2,254		
Amortización intangible		864	864	864	864	864
UTILIDAD OPERATIVA		43,928	56,950	67,547	74,025	78,246
Impuesto renta	RER 1.5% MEN SUA L ING. NET OS	3,495	4,446	4,713	4,949	5,196
UTILIDAD NETA		40,433	52,503	62,834	69,076	73,050
Depreciación		864	864	864	864	864
Amortización intangible		949	949.18	949.18	949.18	949.18
Valor Residual						-
Amortización		(11,436)	(14,295)	(17,869)		
Inversiones	(107,970)	-	-	-	-	-
Prestamo	43,600					
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	(64,370)	30,810	40,022	46,779	70,890	74,864
FCF ACUMULADO	(64,370)	(33,559)	6,462	53,241	124,131	198,995

Elaboración Propia

En el Tabla 76, se puede observar que el flujo de caja financiero, está constituido por la deuda del préstamo bancario y los egresos por servicio de deuda, en este punto no se está considerando el escudo fiscal por el ahorro tributario. Cabe señalar que los intereses se pagan como gastos financieros.

Por otro lado, para hallar el flujo de caja financiero, se debe restar la utilidad operativa al interés, de esta manera se obtiene la utilidad ante de impuesto, la cual reflejará menos por haber considerado al interés, por ello se produce el escudo fiscal por que se paga menos impuesto a la renta por los intereses del préstamo. Asimismo, si se compara el impuesto a la renta que se paga sin préstamo y el que se paga con préstamo, se valida que en el flujo financiero es menor, por ello, conviene un préstamo por el escudo fiscal que produce.

6.12. Estado de Ganancias y Pérdida

Tabla 75: Estado de ganancias y pérdidas financiero (Expresado en soles)

RECURSOS	Expresado en Soles por año				
	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
(+) VENTAS NETAS	233,030	296,414	314,199	329,909	346,404
(-) COSTO DE VENTAS	112011	165032	169983	175082	180335
UTILIDAD BRUTA	121018.62	131382	144216	154827	166070
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	7221	7221	7221	7221	7221
(-) GASTOS DE VENTAS	7119	7332	7552	7779	8012
(-) DEPRECIACIÓN	864	864	864	864	864
UTILIDAD OPERATIVA	105814	115964	128578	138962	149972
(+) INGRESOS FINANCIEROS	0	0	0	0	0
(+) INGRESOS VARIOS	-	-	-	-	-
(-) GASTOS FINANCIEROS	8,687	5,828	2,254		
(-) GASTOS VARIOS	0	0	0	0	0

	97,127.40	110,136.45	126,324	138,962	149,972
UTILIDAD ANTES IMPUESTO					
(-) IMPUESTO A LA RENTA	27,196	30,838	35,371	38,909	41,992
UTILIDAD NETA	69,931.73	79,298	90,953	100,053	107,980

Elaboración Propia

En la Tabla 77, se presenta el estado de pérdidas y ganancias de la empresa que inicia con el ingreso por ventas, que es el monto total en soles de las ventas que se darán durante los próximos cinco años del cual se reduce el costo de venta. La utilidad bruta resultante es de S/ 121 018.62 soles en el primer año, esto representa el monto restante para cubrir los costos operativos, financieros y fiscales.

Luego, se tiene los gastos operativos que engloban los gastos de ventas y los los gastos administrativos, el cual está formado por gastos de personal, materiales indirectos, pago de alquiler de loca y servicios, depreciación y amortización, estos se deducen de la utilidad bruta. Asimismo, la utilidad operativa resultante de S/ 105 814.00 soles representa la utilidad obtenida por vender el producto; este importe no considera los costos financieros ni fiscales. Después la empresa obtuvo S/ 46,027.00 de utilidad neta antes de impuestos.

Finalmente, se calculan los impuestos a las tasa fiscales y se deducen para determinar la utilidad neta después de impuesto. La utilidad neta después de impuesto de la empresa fue de S/ 69, 931.73 soles en el primer año.

6.13. Evaluación de la Inversión

6.13.1. Evaluación Económica

Tabla 76: Resultados económicos

	VALOR
VANE	S/. 110,117.92
TIRE	47.92%
PRIE	0.95
B/C Económico	S/. 2.02

Elaboración propia

En la Tabla 78, se tiene la evaluación económica de la empresa, se ha verificado que este proyecto es rentable, debido a que el flujo de efectivo económico cumple con las condiciones para que un proyecto pueda ser aceptado, por lo tanto se tiene como resultado VANE igual a S/ 110,117.92 soles, un TIRe de 47.92%, un PRIE de 0.95 y un B/C (Beneficio/costo) de 2.01. Finalmente, esto significa que se cumple los requisitos para que un proyecto sea rentable: $VAN > 0$, $TIR > COK$ y el $B/C > 1$.

Tabla 77: Periodo de Recuperación Económico
(Expresado en soles)

INVERSION	AÑO 0	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
FLUJO DE CAJA ECONOMICO		50,933	60,145	66,902	70,890	74,864
FCF ACUMULADO	(107,970)	(57,036)	3,109	70,010	140,900	215,764

Elaboración Propia

En la Tabla 79, se observa el periodo de recuperación financiera, tomando en cuenta el costo de oportunidad, el cual es de 15.20%.

6.13.2. Evaluación Financiera

Tabla 78: Resultados financieros

	VALOR
VANF	S/. 89,901.60
TIRF	59.90%
PRIF	0.86
B/C Financiero	S/. 2.40

Elaboración Propia

En la Tabla 80, se tiene flujo de caja financiero, donde debe cumplir que el VANf < VANE y el TIRf > Tasa de interés que el banco ofrece, con ello se produce un escudo fiscal en beneficio del inversionista. De acuerdo a lo antes mencionado, la empresa tiene como resultado un VANf igual a S/ 89,901.60 soles, un TIR de 59.90%, un PRIF 0.86 y un B/C de 2.40, por lo cual se puede deducir que el proyecto es muy rentable. De acuerdo al análisis realizado en ambos casos, tanto flujo financiero como económico el proyecto es bueno, pero el flujo financiero presenta mejores indicadores.

Tabla 79: Periodo de Recuperación Financiera
(Expresado en soles)

INVERSION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA FINANCIERO		30,810	40,022	46,779	70,890	74,864
FCF ACUMULADO	(64,370)	(33,559)	6,462	53,241	124,131	198,995

Elaboración propia

En la Tabla 81, se observa el periodo de recuperación financiera, tomando en cuenta el costo de oportunidad, el cual es de 17.59%.

6.13.3. Evaluación social

6.13.4. Impacto ambiental

GIEDHE IMPORTACIONES SAC, se dedica a la importación de sillas gamer para su comercialización en Lima metropolitana. La silla gamer que se va a importar desde Shanghai, China; no produce ni daña al medio ambiente, se trata de un material no tóxico, por lo que se ha considerado que en este proyecto será aceptado por nuestro mercado objetivo.

6.14. Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo

El Costo de Oportunidad del Capital o tasa (porcentaje) de descuento es el rendimiento esperado de la mejor alternativa de inversión con igual riesgo. No es un indicador de rentabilidad y sirve para evaluar el aporte propio. El COK nos ayuda a saber si existe alguna mejor alternativa, con igual riesgo, en la que podríamos invertir. Nos indica, entonces, cuál es la alternativa equivalente.

El COK tiene relación con el riesgo retorno que existe en el mercado, en este caso el retorno que se espera está en función a los rendimientos que tiene la empresa y considerando el riesgo, se tiene que es la variación que existe entre el retorno real y el esperado. Finalmente, existe un conjunto de posibilidades de inversión, luego el inversionista deberá comparar todas las posibilidades que tiene, en el cual mida el riesgo retorno de cada elección.

El capital asset pricing model (CAPM), que significa modelo de fijación de precios de activos de capital, es un modelo de valoración de activos financieros, el cual sirve para determinar la tasa de retorno requerida para un activo que forma parte de una cartera de inversiones, de esta manera se podrán diversificar y reducir el riesgo.

Tabla 80: Cálculo del COK

TREMA Inversionista 1	16%
Participación Inversionista 1	60.00%
TREMA Inversionista 2	14%
Participación Inversionista 2	40.00%
COK	15.20%

Elaboración Propia

6.15. Cuadro de riesgo del tipo de cambio

El análisis de sensibilidad es aquel en el que se evalúa cómo el cambio en una variable genera un impacto sobre un punto específico de interés, siendo muy útil en la evaluación de alternativas para la toma de decisiones en una organización. Por ello, es importante crear varios escenarios con el objetivo de tener diferentes perspectivas con relación a las situaciones que se presenten. Para el caso de un incremento en el tipo de cambio, la empresa GIEDHE IMPORTACIONES SAC utilizará el contrato FORWARD DE DIVISAS

Una OPERACIÓN FORWARD de moneda extranjera es un acuerdo entre dos partes, por el cual dos agentes económicos se obligan a intercambiar, en una fecha futura establecida, un monto determinado de una moneda a cambio de otra, a un tipo de cambio futuro acordado y que refleja el diferencial de tasas. Esta operación no implica ningún desembolso hasta el vencimiento del contrato, momento en el cual se exigirá el intercambio de las monedas al tipo de cambio pactado.

Tomando en cuenta lo indicado por el Banco Central de Reservas, el contrato Forward de divisas es importante dentro de un mercado cambiante relacionado al tipo de cambio, ya que considerando que la empresa GIEDHE IMPORTACIONES SAC se dedica a la importación de sillas gamer, el costo de la compra de este

insumo en el lapso de un año podría variar y lo que se requiere es administrar los riesgos en los posibles efectos de la volatilidad del tipo de cambio.

Con el propósito de mitigar el riesgo en el tipo de cambio, se vio bueno proteger la inversión del tipo de cambio futuro, recurriendo al tipo de cambio forward de una entidad bancaria.

Estas son operaciones de compra o venta de una divisa específica, por ejemplo, dólares a una determinada fecha futura, fijando el tipo de cambio futuro al momento de pactarse la operación.

Pueden ser:

- Full Delivery Forward: Hay entrega física de monedas al vencimiento.
- Non Delivery Forward: Hay compensación de monedas al vencimiento, que se calcula entre la diferencia del t.c. forward pactado, con el t.c. spot al vencimiento del mismo.

VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

- GIEDHE IMPORTACIONES SAC, es una empresa importadora de sillas gamer provenientes de Shanghai, China para su comercialización online en Lima metropolitana, teniendo como mercado objetivo a las personas entre 18 a 55 años que pasen largo tiempo sentados ya sea trabajando, estudiando, jugando, etc. La empresa ha presupuestado un incremento anual de sueldo del 10 % con lo que se evitará la rotación de personal.
- El crecimiento de las empresas del sector entretenimiento, brinda para este proyecto de negocio una gran oportunidad de negocio, tomando en cuenta la demanda histórica en los últimos cinco años ha ido en aumento.
- GIEDHE IMPORTACIONES SAC asegurará la correcta distribución física internacional en todo el proceso logístico, determinando de manera eficiente el agente de carga y aduanas con el que va a trabajar, se ha tomado en cuenta trabajar todos los despachos con una sola agencia, con el objetivo de que ya conozcan todo el proceso, la operatividad y coordinación para embarcar la carga y realizar los trámites de desaduanaje de manera rápida y eficiente.
- GIEDHE IMPORTACIONES SAC, ha decidido trabajar sus embarques bajo el Incoterm FOB dentro del contrato de compraventa, esto quiere decir que el vendedor entrega la carga en el puerto designado en el contrato y al agente en origen de GIEDHE IMPORTACIONES SAC, asumiendo todos los cargos que se pueda incurrir en origen. El pago con el cual se efectuara este intercambio será a través de una transferencia

interbancaria internacional. El régimen utilizado es Régimen de Importación para el Consumo.

- GIEDHE IMPORTACIONES SAC, es rentable y viable de acuerdo al análisis económico- financiero realizado, debido a que se ha obtenido un Valor Actual Neto (VANE) de S/. 110,117.92 soles y una Tasa Interna de Retorno (TIRE) de 47.92%. También, con respecto al análisis financiero al Valor Actual Neto (VANF) de S/ 89,901.60 soles y una Tasa Interna de Retorno (TIRF) de 59.90%. Esto indica que la empresa puede incursionar en este negocio.

7.2. Recomendaciones

- Negociar las tarifas tanto con el agente con el que se va a trabajar, va a permitir reducir costos de importación y generar más rentabilidad para la empresa. Asimismo, se debe tener en cuenta revisar el cumplimiento total del procedimiento que abarca el régimen de importación para el consumo para evitar incurrir en multas por el incorrecto manejo del despacho.

- Al definir el que el manejo de la carga sea trabajada en términos FOB, en cuanto al transporte, se debe tener en cuenta los tiempos de tránsito para no quedarnos sin stock de rotación, tener una correcta comunicación en la operatividad con la agencia con la que se está trabajando.

- Si recién se está iniciando como empresa y no se tiene un histórico crediticio, se sugiere que al momento de financiarse por un banco, se busque un socio quien pueda afrontar dicha responsabilidad por la capacidad crediticia que pueda tener.

- Para poder determinar si el proyecto es rentable o no, es necesario realizar mediciones económicas y financieras como TIR, VAN y B/C

- Se recomienda monitorear de forma periódica los indicadores económicos y financieros de viabilidad de este plan, el mismo que brinda rentabilidad. Asimismo, se deberá revisar los costos que se presenten en el periodo de cinco años para analizar la situación de la empresa a futuro, ya que existen factores externos a la empresa que tienen que saber manejarse con estrategias que no impacte la estabilidad de toda la organización.

REFERENCIAS

1. ASBA. (2020). *Medios de pago*. Obtenido de <https://www.asba-supervision.org/PEF/medios-de-pago/medios-de-pago.shtml>
2. BCRP. (2020). Obtenido de <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/anuales/resultados/PM05217PA-PM05220PA-PM05223PA-PM05226PA/html/2010/2020/>
3. C&CCOMPUTER. (Noviembre de 2020). *C & C Computer silla gaming*. Obtenido de <https://www.cycocomputer.pe/silla-akracing-dxt/11848-silla-akracing-overture-purpura-gaming-pnak-overture-pr.html>
4. Convención de Viena. (2013). *Convención de las Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de Mercaderías*. Obtenido de <https://www.uncitral.org/pdf/spanish/texts/sales/cisg/V1057000-CISG-s.pdf>
5. Coolbox. (Noviembre de 2020). *Coolbox, sillas gaming*. Obtenido de https://www.coolbox.pe/silla-gaming-overture-series-color-negro-y-verde-gas-lift-clase-4-soporta-150-kg-ak-overture-gn/p?idsku=3887&gclid=Cj0KCQiA-rj9BRCAARIsANB_4AD7ZolBjQQ96sBf68FineLU5hHFsiBNZUGgxUSQWF9-6JtZcEu1_laAhz5EALw_wcB
6. Gamesland. (Noviembre de 2020). *Gamesland, sillas gaming*. Obtenido de <https://gamesland.com.pe/producto/akracing-overture-series-blue/>
7. Google images. (2020). *Llegada de la carga al puerto del Callao*. Obtenido de <https://www.google.com/search?q=Llegada+de+la+carga+al+puerto+del+C>

allao&rlz=1C1NHXL_esPE756PE756&sxsrf=ALeKk01BSQPIGyDnDeQh05
Zfmc3MGDL2tw:1608096011456&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ah
UKEwj4pu84NHtAhUiF7kGHdG_AeIQ_AUoAnoECAUQBA&biw=1517&bi
h=730

8. Google images. (2020). *Numeración de la DAM*. Obtenido de https://www.google.com/search?q=numeracion+de+la+DAM&tbm=isch&ved=2ahUKEwjJrsKo39HtAhVoHbkGHVHhA_gQ2-cCegQIABAA&oq=numeracion+de+la+DAM&gs_lcp=CgNpbWcQAziECCMQzIECAAQGD0CCAA6CAgAELEDEIMBOgUIABCxAzoHCAAQsQMQQzoGCAAQCBAeUJqEA1ieqANg1q0DaABwAHgAgAHDA4gB7huS
9. Google images. (2020). *Pago de impuestos*. Obtenido de https://www.google.com/search?q=pago+de+impuestos&tbm=isch&ved=2ahUKEwiZwMbd39HtAhXnBbkGHVDXCgEQ2-cCegQIABAA&oq=pago+de+im&gs_lcp=CgNpbWcQARgAMgQIixAnMgIIADICCAAyAggAMgIIADICCAAyAggAMgIIADICCAAyAggAOgUIABCxAzoECAAQQ1CNmwJY9KICYM6rAmgAcAB4AIAB8AGIAfsKkgEFM
10. Google images. (2020). *Pictogramas de embalaje*. Obtenido de https://www.google.com/search?q=pictogramas+embalaje&rlz=1C1NHXL_esPE756PE756&sxsrf=ALeKk00laOIVMBoFv7HAnPM9UpRKYSxgZg:1608095598345&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjAvp333tHtAhUMD7kGHRIBDdkQ_AUoAXoECBEQAw&biw=1517&bih=730
11. Google images. (2020). *Transporte marítimo*. Obtenido de <https://www.google.com/search?q=transporte+maritimo&tbm=isch&ved=2ahUKEwj1jKr43tHtAhUNArkGHUZOBOMQ2->

cCegQIABAA&oq=transporte+mariti&gs_lcp=CgNpbWcQARgAMgUIABCx
AzICCAAyAggAMgIIADICCAAyAggAMgIIADICCAAyAggAMgIIADoECCMQ
JzoICAAQsQMQgwE6BAgAEEM6BwgAELEDEENQkegF

12. Google images. (2020). *Traslado de carga LCL al almacén del importador.*

Obtenido de
https://www.google.com/search?q=Traslado+de+carga+LCL+al+almac%C3%A9n+del+importador&rlz=1C1NHXL_esPE756PE756&sxsrf=ALeKk01NXpJUqtSMN56gTUU6D2rDFaAbdA:1608096302693&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwi5slvH4dHtAhWAJrkGHS5iCPsQ_AUoAXoECBEQAw&biw=1517&bih

13. Google maps. (2020). *Dirección de oficina y almacén.* Obtenido de

<https://www.google.com/maps/place/Calle+Teniente+Cesar+Lopez+Rojas+185,+San+Miguel+15088/@-12.0759975,-77.0923497,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x9105c96fedc2e7ad:0x14e60ca5328892d5!8m2!3d-12.0759975!4d-77.090161>

14. Hardzone. (2020). *Características y especificaciones técnicas de la silla gaming AeroCool AC100 AIR.* Obtenido de

<https://hardzone.es/reviews/accesorios/aerocool-ac100-air/>

15. Indecopi. (2020). *Requisitos para la solicitud de registro de marcas de*

productos y/o servicios. Obtenido de
<https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>

16. INEI. (2017). *ESTIMACIONES Y PROYECCIONES DE POBLACIÓN*. Obtenido de <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/population-estimates-and-projections/>
17. INEI. (2017). *Población del Perú*. Obtenido de <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/poblacion-del-peru-totalizo-31-millones-237-mil-385-personas-al-2017-10817/#:~:text=Seg%C3%BAn%20los%20primeros%20resultados%20de,mil%20370%20mujeres%20m%C3%A1s%20que>
18. Interbank. (2020). *Cosmisión transferencia internacional*. Obtenido de <https://transferwise.com/es/blog/transferencia-internacional-interbank>
19. Interbank. (2020). *Solicitud de transferencia al exterior*. Obtenido de file:///C:/Users/Usuario/Desktop/CINTHIA/FOTOS/Transferencia%20al%20Exterior_03112014.pdf
20. Interbank. (2020). *Tranferencias al exterior*. Obtenido de <https://www.viainterbank.com/empresas/comercio-exterior/pagos-internacionales/transferencias-del-exterior>
21. Kotler & Amstrong. (2018). *Fundamentos del Marketing*. México D.F: Pearson.
22. Kotler, P. (2017). Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lni/arroyo_g_dm/capitulo2.pdf

23. Kotler, P. (2017). *Segmentación de mercado*. Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lni/arroyo_g_dm/capitulo2.pdf
24. Lawgamers. (Noviembre de 2020). *Lawgamers, sillas gaming*. Obtenido de <https://lawgamers.com/categoria-producto/akracing/>
25. LudioeS. (2020). *Partes de una silla gaming*. Obtenido de <https://ludioes.com/como-montar-una-silla-gaming/>
26. Lumingo. (Noviembre de 2020). *Lumingo, sillas gaming*. Obtenido de <https://www.lumingo.com/producto/akracing-silla-overture-series-purpura/p/000000000004791027>
27. MUNICIPALIDAD DE SAN MIGUEL. (2020). *PROCEDIMIENTO PARA OBTENER LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO*. Obtenido de <http://www.munisanmiguel.gob.pe/servicios/licencias-de-funcionamiento/>
28. Ortega, A. (2013). *Contratación Internacional: Manuales Prácticos*. . Madrid: ICEX España Exportación e Inversiones.
29. Pichincha, B. (2020). *Préstamo personal*. Obtenido de <https://www.pichincha.pe/personas/productos-y-servicios/creditos/prestamo-personal>
30. SIICEX. (2020). *El contrato internacional*. Obtenido de <https://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/897436882rad7EA5D.pdf>
31. SUNAT. (2018). *CONSULTA DE AUTORIZACIÓN DE LEVANTE POR NÚMERO DE DUA*. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/cl-ad->

itconsultalevante/Levante.htm?action=buscarLevanteDUA&sel_cod_aduan
a=118&txt_ann_presen=2018&sel_cod_regimen=10&txt_num_declaracion
=327562&txt_tipo_doc=01&txt_digi_veri=&txt_ume_sufi=00&difmili=22

32. Sunat. (2020). Obtenido de
<http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/importacion/requisitos.html>

33. SUNAT. (2020). *Cantidades de Sillas importados en el Año 2015-2019 en unidades según la partida 9401.30.00.00.* Obtenido de
<http://www.aduanet.gob.pe/servlet/AIScrollini?partida=9401300000>

34. SUNAT. (2020). *Concepto - Planilla Electrónica.* Obtenido de
<https://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/informacion-general-planilla-electronica>

35. SUNAT. (2020). *DECRETO LEGISLATIVO QUE CREA EL RÉGIMEN MYPE TRIBUTARIO DEL IMPUESTO A LA RENTA.* Obtenido de
<http://www.sunat.gob.pe/legislacion/mypeIR/dl1269.pdf>

36. Sunat. (2020). *Importación para el consumo.* Obtenido de
sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/importacion/importacA/procGeneral/index.html#:~:text=La%20importación%20para%20el%20consumo,pu dieran%20haber%20generado%20y%20del

37. SUNAT. (2020). *LEY DE PROMOCION Y FORMALIZACION DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA.* Obtenido de
https://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/arc/ML_GRAL_INVERSION_LEY_30056/Ley%20N%2030056.pdf

38. SUNAT. (2020). *RÉGIMEN LABORAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA*. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html>
39. SUNAT. (2020). *TABLA DE ACTIVIDADES ECONOMICAS CON LA CIIU REV. 4.0*. Obtenido de https://www.google.com/search?q=TABLA+DE+ACTIVIDADES+ECONOMICAS+CON+LA+CIIU+REV.+4.0&rlz=1C1NHXL_esPE756PE756&oq=TABLA+DE+ACTIVIDADES+ECONOMICAS+CON+LA+CIIU+REV.+4.0&aqs=chrome..69i57.630j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8#
40. SUNAT. (2020). *Tratado de Libre Comercio Perú – China*. Obtenido de <http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>
41. SUNAT. (2020). *Tratamiento arancelario de la partida 940130*. Obtenido de http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias?accion=consultarConvenio&cod_partida=9401300000
42. Trademap. (2020). *Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Perú*. Obtenido de https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3%7c604%7c%7c%7c940130%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c%7c2%7c1%7c1%7c1
43. Trademap. (2020). *Lista de los países exportadores para el producto seleccionado en 2019*. Obtenido de https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c940130%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c1%7c%7c2%7c1%7c1%7c1

44. TRANSCUSTOMS. (2020). *Swivel seats with variable height adjustment*.

Obtenido de

https://www.transcustoms.com/China_HS_Code/China_HS_code.asp?HS_

[Code=9401300000](https://www.transcustoms.com/China_HS_Code/China_HS_code.asp?HS_Code=9401300000)

45. Villas Oquendo. (2020). *Almacén Villas Oquendo* . Obtenido de

<https://www.logisticaoquendo.com/ES/index.aspx>

ANEXOS

Anexo 1: Lienzo de propuesta de valor



Anexo 2: Buyer persona

BUYER PERSONA José López



- Sr. López tiene 28 años y es administrador, además es casado y tiene 2 hijas menores de edad llamadas Erika y Vania. Sus hijas son la mayor alegría de su vida y siempre busca un equilibrio entre su trabajo y su familia. Vive en una casa en San Miguel que compro con su esposa.
- Desde pequeño le llamaron la atención los negocios, dado que siempre ha visto a su padre cerrar negocios con la empresa que emprendieron cuando era pequeño.
- Es vanguardista, de iniciativa, lleva un estilo de vida agitado, y tiene jornadas largas de trabajo, le gusta estar presente y participar en reuniones online, actualmente actualmente se encuentra laborando desde casa.
- Sr. López es administrador de profesión, y se especializó en negocios internacionales. Su experiencia en el giro del negocio del emprendimiento de sus padres y sus conocimientos le han permitido crear relaciones comerciales a nivel internacional y contribuir al crecimiento de su empresa.
- Usa mucho su celular para comunicarse con sus clientes, amigos y familia, especialmente por WhatsApp. Le gusta publicar en redes sociales las actividades que realiza desde su casa como jugar videojuegos en su tiempo libre o juegos de mesa con su familia.
- **Sus objetivos:** Pasar largas horas frente a un ordenador sin presentar dolencias para poder trabajar por más tiempo.
- **Retos diarios:** Soportar los dolores que le pueda causar el pasar tanto tiempo sentado o tener una mala postura.
- **Miedos y preocupaciones:** Presentar dolores lumbares o malformaciones en su cuerpo por una mala postura a estar tanto tiempo sentado trabajando, jugando, etc.

Anexo 3: Contrato entre Hangzhou Jinxuan Imp & Exp Co., Ltd.y GIEDHE IMPORTACIONES SAC

CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte GIEDHE IMPORTACIONES SAC, empresa constituida bajo las leyes de Perú, debidamente representada por su gerente general Cinthia del Pilar Zaña Bances con Documento de Identidad N° 72961374, domiciliado en su Oficina principal ubicado en César López Rojas 311. San Miguel, Lima Perú, a quien en adelante se denominará **EL COMPRADOR** y, de otra parte, debidamente representado por su Gerente General y señalando domicilio de China como domicilio fiscal Building 5, No. 759, Hongpu Road, Pengbu Street, Hangzhou, Zhejiang, China, a quien en adelante se denominará **EL VENDEDOR**, 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 Ingles) y,
- b) En aquellas situaciones no cubiertas por la CISG, se tomará como referencia la ley del País donde el Vendedor tiene su lugar usual de negocios.

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

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

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

CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

CLAUSULA SEGUNDA:

- 2.1. Es acordado por las Partes que EL VENDEDOR venderá los siguientes productos: sillas gaming, y EL COMPRADOR pagará el precio de dichos productos de conformidad con lo acordado.
- 2.2. También es acordado que cualquier información relativa a los productos descritos anteriormente referente al uso, peso, dimensiones, ilustraciones, no tendrán efectos como parte del contrato a menos que esté debidamente mencionado en el contrato.

PLAZO DE ENTREGA

CLAUSULA TERCERA:

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

PRECIO

CLAUSULA CUARTA:

Las Partes acuerdan el precio de 55.00 USD con un valor FOB 2750.00 USD por el envío de los productos de conformidad con la carta oferta recibida por el comprador en 20 días desde la emisión.

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

CONDICIONES DE PAGO

CLAUSULA QUINTA:

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

INTERES EN CASO DE PAGO RETRASADO

CLAUSULA SEXTA:

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

RETENCION DE DOCUMENTOS

CLAUSULA SEPTIMA:

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

TERMINO CONTRACTUAL DE ENTREGA

CLAUSULA OCTAVA:

Las partes deberán incluir el tipo de INCOTERMS FOB acordado.

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

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:

Todas las partes se someten a la decisión inapelable de un Tribunal Arbitral, en caso exista controversia o desacuerdo entre las partes que se derive de la interpretación o ejecución del presente acuerdo. Dicho tribunal estará compuesto por tres miembros, uno de los cuales será nombrado por cada una de las partes y el tercero será designado por los árbitros así nombrados. Si no existiera acuerdo sobre la designación de este tercer árbitro o si cualquiera de las partes no designase al suyo dentro de los diez días de ser requerida por la

otra parte, el nombramiento correspondiente será efectuado por la Cámara de Comercio de Lima.

El arbitraje será de derecho y se sujetará a las normas de procedimiento establecidas por el Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Lima.

Cualquier divergencia derivada o relacionada con el presente contrato se resolverá definitivamente con el Reglamento de Conciliación y Arbitraje de la 81 Cámara de Comercio Internacional por uno o más árbitros nombrados conforme a este Reglamento.

Toda cuestión relacionada con el presente contrato que no esté expresa o tácitamente establecida por las disposiciones de este Contrato se regirá por los principios legales generales reconocidos en comercio internacional, con exclusión de las leyes nacionales

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 Enero 2021.

.....
EL VENDEDOR

.....
EL COMPRADOR

Anexo 4: Modelo de solicitud de transferencia al Exterior para el primer abono del 30% del valor de la factura

		Solicitud de Transferencia al Exterior PJ Sírvase llenar virtual o a mano, con letra clara, imprenta y en español		Fecha <input type="text" value="16/11/2020"/> N° Carta Cliente <input type="text" value="001"/>	
Datos del ordenante (Obligatorio)					
Tipo de Documento de Identidad	<input type="text" value="RUC"/>	N° documento de identidad	<input type="text" value="72961374"/>		
Razón Social	<input type="text" value="GIEDHE IMPORTACIONES SAC"/>				
Dirección	<input type="text" value="CESAR LOPEZ ROJAS 185"/>				
Ciudad	<input type="text" value="LIMA"/>	Pais	<input type="text" value="PERU"/>		
Teléfono/Celular	<input type="text" value="937704144"/>	E-mail	<input type="text" value="gerencia@giedheimportaciones.com"/>		
De requer confirmación de la transferencia al exterior indicar e-mail					
Monto a transferir (Obligatorio)					
Moneda e Importe	<input type="text" value="US\$ 825.00"/>	Comisión banco corresponsal	<input type="text" value="SHA"/>		
Moneda y N° de cuenta a cargar	<input type="text" value="US\$ 201000153147990"/>				
Datos del beneficiario (Obligatorio)					
Apellidos y Nombres/Razón Social	<input type="text" value="HANGZHOU JINXUAN IMP&EXP CO LTD"/>				
Número de Cuenta(*)	<input type="text" value="201000153147990"/>				
*IBAN: Se recomienda cobcarlo si la transferencia va a Europa para mitigar el riesgo que que el dinero no sea pagado ni devuelto.					
Dirección	<input type="text" value="Building 5, No. 759, Hongpu Road, Pengbu Street, Hangzhou."/>				
Ciudad	<input type="text" value="ZHEJIANG"/>	Pais	<input type="text" value="CHINA"/>		
Datos del banco de destino (Obligatorio)					
Nombre Banco	<input type="text" value="HangZhou United Rural Commercial Bank Co LTD"/>				
SWIFT/ABA/Otro código	<input type="text" value="URCBCN2H"/>				
Ciudad	<input type="text" value="HANGZHOU"/>	Pais	<input type="text" value="CHINA"/>		
Datos del banco intermediario (Opcional)					
Nombre Banco	<input type="text"/>				
Cuenta en Bco. Intermediario	<input type="text"/>				
SWIFT/ABA/Otro código	<input type="text"/>				
Ciudad	<input type="text"/>	Pais	<input type="text"/>		
Datos de la operación (Opcional)					
Motivo de Transferencia	<input type="text" value="COMPRA SILLAS GAMING"/>				
<input type="text"/> Firma del ordenante 1			<input type="text"/> Firma del ordenante 2 (de ser necesario)		
1. Interbank tomará como válidos los datos consignados en el presente formato, por lo que cualquier error será de entera responsabilidad del Ordenante, exonerando a Interbank de toda responsabilidad frente a él y cualquier tercero. 2. El Ordenante ha tomado conocimiento de las comisiones aplicables a las transferencias al exterior mediante el tarifario publicado en www.interbank.com.pe . 3. Las firmas de los representantes del Ordenante se encuentran autorizadas en el Contrato "Right Fax" suscrito con Interbank.					

Fuente: (Interbank, Solicitud de transferencia al exterior, 2020)

Anexo 5: Modelo de solicitud de transferencia al Exterior para el primer abono del 70% del valor de la factura

		Solicitud de Transferencia al Exterior PJ Sírvase llenar virtual o a mano, con letra clara, imprenta y en español		Fecha 16/11/2020
				N° Carta Cliente 001
Datos del ordenante (Obligatorio)				
Tipo de Documento de Identidad	RUC	N° documento de identidad		72961374
Razón Social	GIEDHE IMPORTACIONES SAC			
Dirección	CESAR LOPEZ ROJAS 185			
Ciudad	LIMA	Pais	PERU	
Teléfono/Celular	937704144	E-mail	gerencia@giedheimportaciones.com	
De requerir confirmación de la transferencia al exterior indicar e-mail				
Monto a transferir (Obligatorio)				
Moneda e Importe	US\$	1.925.00	Comisión banco corresponsal	SHA
Moneda y N° de cuenta a cargar	US\$	201000153147990		
Datos del beneficiario (Obligatorio)				
Apellidos y Nombres/Razón Social	HANGZHOU JINXUAN IMP&EXP CO LTD			
Número de Cuenta(*)	201000153147990			
*IBAN: Se recomienda cobcarlo si la transferencia va a Europa para mitigar el riesgo que que el dinero no sea pagado ni devuelto.				
Dirección	Building 5, No. 759, Hongpu Road, Pangbu Street, Hangzhou.			
Ciudad	ZHEJIANG	Pais	CHINA	
Datos del banco de destino (Obligatorio)				
Nombre Banco	HangZhou United Rural Commercial Bank Co LTD			
SWIFT/ABA/Otro código	URC8CN2H			
Ciudad	HANGZHOU	Pais	CHINA	
Datos del banco intermediario (Opcional)				
Nombre Banco				
Cuenta en Bco. Intermediario				
SWIFT/ABA/Otro código				
Ciudad		Pais		
Datos de la operación (Opcional)				
Motivo de Transferencia	COMPRA SILLAS GAMING			
_____ Firma del ordenante 1		_____ Firma del ordenante 2 (de ser necesario)		
1. Interbank tomará como válidos los datos consignados en el presente formato, por lo que cualquier error será de entera responsabilidad del Ordenante, exonerando a Interbank de toda responsabilidad frente a él y cualquier tercero. 2. El Ordenante ha tomado conocimiento de las comisiones aplicables a las transferencias al exterior mediante el tarifario publicado en www.interbank.com.pe . 3. Las firmas de los representantes del Ordenante se encuentran autorizadas en el Contrato "Right Fax" suscrito con Interbank.				

Fuente: (Interbank, Solicitud de transferencia al exterior, 2020)

Anexo 6: Cotización del proveedor Hangzhou Jinxuan Imp & Exp Co., Ltd. En términos EXW, FCA y FOB

Hangzhou Jinxuan Furniture Co., Ltd ADD: Building 5, No. 759, Hongpu Road, Pengbu Street, Hangzhou, Zhejiang, China (Mainland) Tel & Fax: 0086-571-28851325 ruby@hzjinxuan.com whatsapp:+8615700095249 wechat: 15700095249										
Price List										
TO: CINTHIA DEL PILAR ZANA BANCES - RUC 10729813741				INVOICE NO.: JX-20200902						
				DATE: 10/09/2020						
FROM: CHINA				Port of loading: Shanghai						
No.	Goods code & description	product size (mm)			QNTY		PRICE	Total Amount	Remarks (Picture)	picture
		lgth	* width	* Ht	unit	USD/unit	USD			
JX-1007	Gaming chair 1.PU+PVC 2.Linkd armrest 3.Multi-function mechanism 4.80mm class 3 gaslift 5.Iron base 6.PU castor FOB	0.6	* 0.7	* 0.35	50	pcs	\$55.00	\$2,750.00	Can choose color and add your logo	
JX-1007	Gaming chair 1.PU+PVC 2.Linkd armrest 3.Multi-function mechanism 4.80mm class 3 gaslift 5.Iron base 6.PU castor FCA	0.6	* 0.7	* 0.35	50	pcs	\$51.00	\$2,550.00	Can choose color and add your logo	
JX-1007	Gaming chair 1.PU+PVC 2.Linkd armrest 3.Multi-function mechanism 4.80mm class 3 gaslift 5.Iron base 6.PU castor EXW	0.6	* 0.7	* 0.35	50	pcs	\$47.00	\$2,350.00	Can choose color and add your logo	

Remarks:

- This PI is supplied to enable you to apply for the Import license or as a quotation for your easy reference.
- This PI is valid for the following two weeks after this PI arrive at the buyers.
- Payment Term:30% deposit, the balance by T/T before loading.
- All the goods are first choice quality.
- Packing: standard export packing
- Delivery time:30-45 days after all agreed and necessary payment.
- US Dollars remittance Introductions as follows:

	7,250.00	35%	11153.64515	PRECIO DE VENTA
			2007.692308	
			13161.53846	
			947.6307692	263.2307692 USD

Bank's name & A/C NO.
 BENEFICIARY NAME: HANGZHOU JINXUAN IMP&EXP CO LTD
 Beneficiary ADD: HANGZHOU JINXUAN IMPORTS AND EXPORTS CO LTD
 ACCOUNT NO.: 201000153147990
 Bank Name : HangZhou United Rural Commercial Bank Co LTD
 Bank ADD: NO.99 MIDDLE JIAN GUO ROAD ,HANGZHOU P.R.CHINA
 SWIFT Code : URCBCN2H
 Intermediary bank: Citibank N.A.New York SWIFT Code : CITIUS33

Anexo 7: Cotización del proveedor Guandong Esun Furniture Technology Co., Ltd. En términos EXW, FCA y FOB

ITEM NO.	PHOTO	DESCRIPTION	TOTAL QTY	UNIT PRICE (USD)	TOTAL PRICE (USD)	VOLUME (m³)	TOTAL VOLUME (m³)	CTN/ PKGS	TOTAL CTNS	UNIT WEIGHT (KG)	TOTAL WEIGHT (KG)
IX-2356		GAMING CHAIR 1) Material: Painting metal leg+PU leather+high density foam 2) Size: standard 3) Color: as photo 4) With 2D armrest	50	\$50 EXW	\$2,500	0.17	8.50	1	50	22	1100
IX-2356		GAMING CHAIR 1) Material: Painting metal leg+PU leather+high density foam 2) Size: standard 3) Color: as photo 4) With 2D armrest	50	\$53 FCA	\$2,650	0.17	8.50	1	50	22	1100
IX-2356		GAMING CHAIR 1) Material: Painting metal leg+PU leather+high density foam 2) Size: standard 3) Color: as photo 4) With 2D armrest	50	\$58 FOB	\$2,900	0.17	8.50	1	50	22	1100

***** TOTAL USD ONLY *****

The above price is ENWFCA/FOB TERMS.
 Payment terms: T/T, RECEIVED THE DEPOSIT BEFORE PRODUCTION, RECEIVED THE BALANCE BEFORE LOADING.
 Port: Ningbo and Shanghai
 Validity date: Within one week
 Delivery Time: 20-25 DAYS AFTER RECEIVED THE ADVANCE PAYMENT.

Bank Information:
 Beneficiary Name: HONGKONG ESUN INDUSTRIAL COMPANY LIMITED
 Beneficiary A/C No: 909-128696-053
 Beneficiary Branch name: HSBC BANK (CHINA) COMPANY LIMITED FOSHAN BRANCH
 Address: UNIT 101 GF CHENGCHUANG BLDG, NO.10 GUICHENG DENG HU EAST ROAD, NANHAI, FOSHAN, GUANGDONG, CHINA
 Swift: HSBCNSHGZF

THE SELLER
FOSHAN ESUN FURNITURE COMPANY LIMITED

THE BUYER

Anexo 8: Cotización del proveedor Zhejiang Weimei Internet Technology Co.,



ZHEJIANG WEIMEI INTERNET TECHNOLOGY CO.,LTD

Add: #813 Building Jinzhayuan, Wenyi W.Road 1380, Hangzhou, China P.R.
Tel: 86-88538280 Email: vanbowchair@weymics.com Https://vanbowfurniture.com

QUOTATION SHEET

To: Cinthia Zana
Email: cinthiazana@gmail.com

Date: Nov 9th, 2020
Expire Date: Dec 8th 2020

Model No.	Image	Product Description	Packing Details	Quantity(pcs)	FOB Shanghai	Amount
8280		Material: PU+PVC Mechanism: Reclining Mechanism Base: Nylon Base Armrest: 2D Armrest Castor: PU Castors Gaslift: 80mm Class 3 Gaslift Color: Red with Black With Footrest	Dimension: 68*68*124-132cm Carton: 82*64*32cm G.W.: 19.8KG N.W.: 18KG	50	US\$65.00	3250
Model No.	Image	Product Description	Packing Details	Quantity(pcs)	FCA unit price	Amount
8280		Material: PU+PVC Mechanism: Reclining Mechanism Base: Nylon Base Armrest: 2D Armrest Castor: PU Castors Gaslift: 80mm Class 3 Gaslift Color: Red with Black With Footrest	Dimension: 68*68*124-132cm Carton: 82*64*32cm G.W.: 19.8KG N.W.: 18KG	50	US\$60.00	3000
Model No.	Image	Product Description	Packing Details	Quantity(pcs)	EXW Unit Price	Amount
8280		Material: PU+PVC Mechanism: Reclining Mechanism Base: Nylon Base Armrest: 2D Armrest Castor: PU Castors Gaslift: 80mm Class 3 Gaslift Color: Red with Black With Footrest	Dimension: 68*68*124-132cm Carton: 82*64*32cm G.W.: 19.8KG N.W.: 18KG	50	US\$57.00	3420

SAYA TOTAL IN US DOLLARS

- *Sample Charge: Will be doubled and deducted in future official orders; Express cost excluded;
- *Delivery Time: 30-40 days after Deposit.
- *Payment Term: 30% deposit in advance, 70% balance before shipment;
100% full payment of sample orders by T/T.

Ltd. En términos EXW, FCW y FOB

Anexo 9: Cotización del forwarder TGA Integral Cargo Solution EIRL en términos

EXW



WCA the world's largest and powerful network of independent freight forwarder

Lima, 02 de Noviembre del 2020

Estimado Cliente,

INFORMACIÓN DEL ENVÍO

Vía: Marítima - LCL	Contenido: CARGA GENERAL
POL: Shanghai, CHINA	Destino: Callao, Peru
Peso total: 1.32 TN	Volumen: 11.472 M3
Bultos: 6 Bultos	Incoterm: EXW

COTIZACIÓN

DETALLES	USD
FLETE	
OCEAN FREIGHT (75.00 USD TN/m3)	860.40
BL	25.00
AFS	170.00
Recojo	260.00
SOLAS VGM	50.00
Warehouse Received Fee	110.00
Seguro internacional	50.00
TOTAL FLETE	USD 1 525.4
GASTOS EN DESTINO	USD
Descarga (40.00 USD + IGV por TN)	52.80 + IGV
Visto Bueno	140.00 + IGV
Transmisión	30.00 + IGV
Almacén (en canal verde/naranja)	220.00 + IGV
Aduanas	120.00 + IGV
Transporte local	110.00 + IGV
TOTAL DESTINO	672.80 + IGV

T/T: 30 días aprox.
Validez: 14/11/2020

NOTAS

- La cotización no incluye la inspección de aduanas y sobreestadia en aeropuerto/puerto en caso sean necesarios.
- Tarifa sujeta a cualquier modificación indicada por la línea.
- Tarifa no aplica para carga peligrosa, perecible o sobredimensionada.
- Tarifa NO incluye impuestos.
- Tarifa NO incluye aduanas en destino.
- ***Si la carga fuera solicitada para previo, aforo físico y/o inspección BOE habrían extra costos por la movilización de la misma***

Anexo 10: Cotización del forwarder TGA Integral Cargo Solution EIRL en términos FCA



WCA the world's largest and powerful network of independent freight forwarder

Lima, 02 de Noviembre del 2020

Estimado Cliente,

INFORMACIÓN DEL ENVÍO

Vía: Marítima - LCL	Contenido: CARGA GENERAL
POL: Shanghai, CHINA	Destino: Callao, Peru
Peso total: 1.32 TN	Volumen: 11.472 M3
Bultos: 6 Bultos	Incoterm: FCA

COTIZACIÓN

DETALLES	USD
FLETE	
OCEAN FREIGHT (75.00 USD TN/m3)	860.40
BL	25.00
AFS	170.00
SOLAS VGM	50.00
Warehouse Received Fee	110.00
Seguro internacional	50.00
TOTAL FLETE	USD 1 265.4
GASTOS EN DESTINO	USD
Descarga (40.00 USD + IGV por TN)	52.80 + IGV
Visto Bueno	140.00 + IGV
Transmisión	30.00 + IGV
Almacén (en canal verde/naranja)	220.00 + IGV
Aduanas	120.00 + IGV
Transporte local	110.00 + IGV
TOTAL DESTINO	672.80 + IGV

T/T: 30 días aprox.
Validez: 14/11/2020

NOTAS

- La cotización no incluye la inspección de aduanas y sobreestadia en aeropuerto/puerto en caso sean necesarios.
- Tarifa sujeta a cualquier modificación indicada por la línea.
- Tarifa no aplica para carga peligrosa, perecible o sobredimensionada.
- Tarifa NO incluye impuestos.
- Tarifa NO incluye aduanas en destino.
- ***Si la carga fuera solicitada para previo, aforo físico y/o inspección BOE habrían extra costos por la movilización de la misma***

Anexo 3: Cotización del forwarder TGA Integral Cargo Solution EIRL en términos

FOB



WCA the world's largest and powerful network of independent freight forwarder

Lima, 02 de Noviembre del 2020

Estimado cliente,

INFORMACIÓN DEL ENVÍO

Vía: Marítima (LCL)	Contenido: Carga General
POL: Shanghai, China	POD: Callao, Peru
Peso: 1.32 TN	Volumen: 11.472 M3
TERM: FOB Shanghai	Bultos: 6
Medidas: 5(1.2*0.8*2.1m) + 1(1.2*0.8*1.45m)	

COTIZACIÓN

DETALLES	USD
Freight	
OCEAN FREIGHT (75.00 USD TN/m3)	860.40
BL	25.00
Seguro internacional	50.00
Origen	935.40 USD
CARGOS EN DESTINO	
Descarga (40.00 USD + IGV por TN)	52.80 + IGV
Visto Bueno	140.00 + IGV
Transmisión	30.00 + IGV
Almacén (en canal verde/naranja)	220.00 + IGV
Aduanas	120.00 + IGV
Transporte local	110.00 + IGV
Destino	USD 672.80 + IGV

De resultar canal rojo, será al costo: 200.00 + IGV.

*Tarifa sujeta a cargos en destino (aduanas, almacenaje, impuestos, transporte local).

**Tarifa sujeta a cambios por parte de la línea.

***Tarifa no es válida para carga perecible, peligrosa o sobredimensionada.

****Salidas sujetas a disponibilidad de espacio.

*****Debido a la pandemia Covid 19, el itinerario o tarifas podría variar.

Salidas: Semanales // Validez: 14/11/2020 // TT: 32 Días aprox.

TGA INTEGRAL CARGO SOLUTION
PRICING DEPARTMENT
(511) 715-8505/715-8504

Anexo 12: Cotización del forwarder EZ SHIP SAC en términos EXW



We make logistics **easy!**

EZSHIP S.A.C.
Av. Camino Real N. 493 Oficina 701
San Isidro
T. (511) 2211436

Lima, 02 de Noviembre del 2020

Señores: GIEDHE IMPORTACIONES S.A.C.

Lima

Estimada Srta Cinthia,

Por medio de la presente y agradeciendo la oportunidad que nos brinda de presentar nuestros servicios, le hacemos llegar nuestra propuesta comercial, como sigue:

SHIPPER	NA	CBM	11,472
CONSIGNEE		TON	1,32
POL	SHANGHAI	Kg	1340
POD	CALLAO	MONEDA	USD
TRASBORDO	DIRECTO	DIAS TRANSITO	32 días aprox.
INCOTERM	EXW	SERVICIO	LCL

Costos Origen	Mínimo	Ton/m3	Total
Flete marítimo	80.00	80.00	917.76
Doc Fee	20.00		20.00
Costos EXW	431.00		570.00

Total Flete marítimo y gastos de origen hasta Callao = USD 1,507.76

VALOR CIF	TOTAL USD
Valor de la carga	2,750.00
Flete marítimo y gastos de origen	1,397.76
Seguro 0.45% del CFR min USD 100.00	100.00
Total USD	4,247.76

Gastos locales	TOTAL USD
Gastos de Almacén (al costo) aprox.	250.00
Gastos Operativos	40.00
Handling	50.00
Agenciamiento de aduana (0.40% x CIF, Min 120.00)	120.00
Seguro de la carga 0.45% del CFR min USD 100.00	100.00
Transmisión	25.00
Entrega en San Miguel	140.00
VB puerto	140.00
Descarga x tn \$40.00 o cbm \$15.00	52.80
Total de gastos locales aprox. No inc IGV	917.80

* Validez de la Oferta: 30/11/20

* Gastos locales no incluyen el igv.

Notas:

Tarifa sujeta a cambios en las oficinas de origen
Tarifa y espacio sujetos a la disponibilidad
Tarifa para carga general, no peligrosa.
Almacenaje: 30 días libres en Callao
No incluye: gastos de almacén, carga o descarga, y aforos.
Salidas semanales

Anexo 13: Cotización del forwarder EZ SHIP SAC en términos FCA



We make logistics **easy!**

EZSHIP S.A.C.
Av. Camino Real N 493 Oficina 701
San Isidro
T. (511) 221 1436

Lima, 02 de Noviembre del 2020

Señores: GIEDHE IMPORTACIONES S.A.C.

Lima

Estimada Srta Cinthia,

Por medio de la presente y agradeciendo la oportunidad que nos brinda de presentar nuestros servicios, le hacemos llegar nuestra propuesta comercial, como sigue:

SHIPPER	NA	CBM	11.472
CONSIGNEE		TON	1.32
POL	SHANGHAI	Kg	1340
POD	CALLAO	MONEDA	USD
TRASBORDO	DIRECTO	DIAS TRANSITO	32 días aprox.
INCOTERM	FCA	SERVICIO	LCL

Costos Origen	Mínimo	Ton/m3	Total
Flete marítimo	80.00	80.00	917.76
Doc Fee	20.00		20.00
Costos FCA	431.00		340.00

Total Flete marítimo y gastos de origen hasta Callao = USD 1,277.76

VALOR CIF	TOTAL USD
Valor de la carga	2,750.00
Flete marítimo y gastos de origen	1,277.76
Seguro 0.45% del CFR min USD 100.00	100.00
Total USD	4,127.76

Gastos locales	TOTAL USD
Gastos de Almacén (al costo) aprox.	250.00
Gastos Operativos	40.00
Handing	50.00
Agenciamiento de aduana (0.40% x CIF, Min 120.00)	120.00
Seguro de la carga 0.45% del CFR min USD 100.00	100.00
Transmisión	25.00
Entrega en San Miguel	140.00
VB puerto	140.00
Descarga x tn \$40.00 o cbm \$15.00	52.80
Total de gastos locales aprox. No inc IGV	917.80

* Validez de la Oferta: 30/11/20

* Gastos locales no incluyen el igv.

Notas:

Tarifa sujeta a cambios en las oficinas de origen

Tarifa y espacio sujetos a la disponibilidad

Tarifa para carga general, no peligrosa.

Almacenaje: 30 días libres en Callao

No incluye: gastos de almacén, carga o descarga, y aforos.

Salidas semanales

Anexo 4; Cotización del forwarder EZ SHIP SAC en términos FOB



We make logistics easy!

EZSHIP S.A.C.
Av. Camino Real N. 493 Oficina 701
San Isidro
T. (511) 221 1436

Lima, 02 de Noviembre del 2020

Señores: GIEDHE IMPORTACIONES S.A.C.

Lima

Estimada Srta Cinthia,

Por medio de la presente y agradeciendo la oportunidad que nos brinda de presentar nuestros servicios, le hacemos llegar nuestra propuesta comercial, como sigue:

SHIPPER	NA	CBM	11.472
CONSIGNEE		TON	1.32
POL	SHANGHAI	Kg	1340
POD	CALLAO	MONEDA	USD
TRASBORDO	DIRECTO	DIAS TRANSITO	32 días aprox.
INCOTERM	FOB	SERVICIO	LCL

Costos Origen	Mínimo	Ton/m3	Total
Flete marítimo	80.00	80.00	917.76
Doc Fee	20.00		20.00

Total Flete marítimo y gastos de origen hasta Callao = USD 937.76

VALOR CIF	TOTAL USD
Valor de la carga	2,250.00
Flete marítimo y gastos de origen	937.76
Seguro 0.45% del CFR min USD 100.00	100.00
Total USD	3,287.76

Gastos locales	TOTAL USD
Gastos de Almacén (al costo) aprox.	250.00
Gastos Operativos	40.00
Handling	50.00
Agenciamiento de aduana (0.40% x CIF, Min 120.00)	120.00
Seguro de la carga 0.45% del CFR min USD 100.00	100.00
Transmisión	25.00
Entrega en San Miguel	140.00
VB puerto	140.00
Descarga x tn \$40.00 o cbm \$15.00	52.80
Total de gastos locales aprox. No Inc IGV	917.80

* Validez de la Oferta: 30/11/20

* Gastos locales no incluyen el igtv.

Notas:

Tarifa sujeta a cambios en las oficinas de origen

Tarifa y espacio sujetos a la disponibilidad

Tarifa para carga general, no peligrosa.

Almacenaje: 30 días libres en Callao

No incluye: gastos de almacén, carga o descarga, y aforos.

Salidas semanales

Anexo 15: Cotización del forwarder MARVISUR en términos EXW

	COTIZACIÓN N° 0227																																																										
	Cliente: CINTHIA ZAÑA Regimen Aduanero: IMPORTACIÓN DEFINITIVA Contacto: ROGGER MENDOZA Contenedor: LCL Terms: EXW Información: MARÍTIMO Origen: SHANGHAI, CHINA Destino: CALLAO, PERÚ																																																										
Valores Base		OBSERVACIONES																																																									
Valor FOB	\$2,750.00	* Cotización solo aplica para carga General y apilable, NO HAZMAT / OVERSIZE / OVERWEIGHT * El embalaje de su carga debe ser el apropiado para transporte por vía marítima * Tarifa válida hasta el 15/11/2020 * Cotización afecto a cambios por la misma línea naviera * Esta tarifa es válida para el canal verde (No incluye los gastos generados por el canal naranja o rojo) * 25 días libres de almacenaje																																																									
Flete	\$917.76																																																										
Seguro	\$50.00																																																										
Valor CIF	\$3,217.76																																																										
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">CONCEPTOS</th> <th style="text-align: center;">SOLES</th> <th style="text-align: center;">DÓLARES</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>COMISIÓN POR AGENCIAMIENTO</td> <td></td> <td style="text-align: right;">\$120</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">ADUANAS</td> <td style="text-align: right;">S/. 0.00</td> <td style="text-align: right;">\$120.00</td> </tr> <tr> <td>SEGURO</td> <td></td> <td style="text-align: right;">\$50</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">SEGURO</td> <td style="text-align: right;">S/. 0.00</td> <td style="text-align: right;">\$50.00</td> </tr> <tr> <td>PICK UP</td> <td></td> <td style="text-align: right;">270.00</td> </tr> <tr> <td>CFS CHARGE</td> <td></td> <td style="text-align: right;">140.00</td> </tr> <tr> <td>WAREHOUSE</td> <td></td> <td style="text-align: right;">50.00</td> </tr> <tr> <td>DOC FEE</td> <td></td> <td style="text-align: right;">40.00</td> </tr> <tr> <td>VGM</td> <td></td> <td style="text-align: right;">30.00</td> </tr> <tr> <td>ASF</td> <td></td> <td style="text-align: right;">75.00</td> </tr> <tr> <td>FLETE</td> <td></td> <td style="text-align: right;">\$917.76</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">GASTOS EN ORIGEN Y FLETE INTERNACIONAL</td> <td style="text-align: right;">S/. 0.00</td> <td style="text-align: right;">\$1,692.76</td> </tr> <tr> <td>DESCARGA</td> <td></td> <td style="text-align: right;">\$70.00</td> </tr> <tr> <td>VISTO BUENO</td> <td></td> <td style="text-align: right;">\$150.00</td> </tr> <tr> <td>ALMACEN</td> <td></td> <td style="text-align: right;">\$220.00</td> </tr> <tr> <td>HANDLING</td> <td></td> <td style="text-align: right;">\$30.00</td> </tr> <tr> <td>TRANSPORTE</td> <td></td> <td style="text-align: right;">\$150.00</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">GASTOS EN DESTINO</td> <td style="text-align: right;">S/. 0.00</td> <td style="text-align: right;">\$620.00</td> </tr> </tbody> </table>			CONCEPTOS	SOLES	DÓLARES	COMISIÓN POR AGENCIAMIENTO		\$120	ADUANAS	S/. 0.00	\$120.00	SEGURO		\$50	SEGURO	S/. 0.00	\$50.00	PICK UP		270.00	CFS CHARGE		140.00	WAREHOUSE		50.00	DOC FEE		40.00	VGM		30.00	ASF		75.00	FLETE		\$917.76	GASTOS EN ORIGEN Y FLETE INTERNACIONAL	S/. 0.00	\$1,692.76	DESCARGA		\$70.00	VISTO BUENO		\$150.00	ALMACEN		\$220.00	HANDLING		\$30.00	TRANSPORTE		\$150.00	GASTOS EN DESTINO	S/. 0.00	\$620.00
CONCEPTOS	SOLES	DÓLARES																																																									
COMISIÓN POR AGENCIAMIENTO		\$120																																																									
ADUANAS	S/. 0.00	\$120.00																																																									
SEGURO		\$50																																																									
SEGURO	S/. 0.00	\$50.00																																																									
PICK UP		270.00																																																									
CFS CHARGE		140.00																																																									
WAREHOUSE		50.00																																																									
DOC FEE		40.00																																																									
VGM		30.00																																																									
ASF		75.00																																																									
FLETE		\$917.76																																																									
GASTOS EN ORIGEN Y FLETE INTERNACIONAL	S/. 0.00	\$1,692.76																																																									
DESCARGA		\$70.00																																																									
VISTO BUENO		\$150.00																																																									
ALMACEN		\$220.00																																																									
HANDLING		\$30.00																																																									
TRANSPORTE		\$150.00																																																									
GASTOS EN DESTINO	S/. 0.00	\$620.00																																																									
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">RESUMEN</th> <th style="text-align: center;">SOLES</th> <th style="text-align: center;">DÓLARES</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">GASTOS NETOS</td> <td style="text-align: right;">S/. 0.00</td> <td style="text-align: right;">\$2,312.76</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">IGV</td> <td style="text-align: right;">S/. 0.00</td> <td style="text-align: right;">\$133.20</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">TOTAL</td> <td style="text-align: right;">S/. 0.00</td> <td style="text-align: right;">\$2,445.96</td> </tr> </tbody> </table>			RESUMEN	SOLES	DÓLARES	GASTOS NETOS	S/. 0.00	\$2,312.76	IGV	S/. 0.00	\$133.20	TOTAL	S/. 0.00	\$2,445.96																																													
RESUMEN	SOLES	DÓLARES																																																									
GASTOS NETOS	S/. 0.00	\$2,312.76																																																									
IGV	S/. 0.00	\$133.20																																																									
TOTAL	S/. 0.00	\$2,445.96																																																									
<p>(01) 697 1297 </p> <p>(+51) 994 47 1777 </p> <p>www.marvisurlogistica.com </p> <p>comercial5@marvisurlogistica.com; comercial2@marvisurlogistica.com </p> <p>Av. Aurelio García y García N° 1447 </p> <p>Int.: 202 Urbanización Los Cipreses – Cercado de Lima</p> <p>      </p>																																																											

Anexo 16: Cotización del forwarder MARVISUR en términos FCA

	COTIZACIÓN N° 0226																																																							
Cliente:	CINTHIA ZANA																																																							
Regimen Aduanero:	IMPORTACIÓN DEFINITIVA																																																							
Contacto:	ROGGER MENDOZA																																																							
Contenedor:	LCL																																																							
Terms:	FCA																																																							
Información:	MARÍTIMO																																																							
Origen:	SHANGHAI, CHINA																																																							
Destino:	CALLAO, PERÚ																																																							
Valores Base		OBSERVACIONES																																																						
Valor FOB	\$2,750.00	* Cotización solo aplica para carga General y apilable, NO HAZMAT / OVERSIZE / OVERWEIGHT * El embalaje de su carga debe ser el apropiado para transporte por vía marítima * Tarifa válida hasta el 15/11/2020 * Cotización afecto a cambios por la misma línea naviera * Esta tarifa es válida para el canal verde (No incluye los gastos generados por el canal naranja o rojo) * 25 días libres de almacenaje																																																						
Flete	\$917.76																																																							
Seguro	\$50.00																																																							
Valor CIF	\$3,217.76																																																							
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 60%;">CONCEPTOS</th> <th style="width: 20%;">SOLES</th> <th style="width: 20%;">DÓLARES</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>COMISIÓN POR AGENCIAMIENTO</td> <td></td> <td style="text-align: right;">\$120</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">ADUANAS</td> <td style="text-align: center;">S/. 0.00</td> <td style="text-align: right;">\$120.00</td> </tr> <tr> <td>SEGURO</td> <td></td> <td style="text-align: right;">\$50</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">SEGURO</td> <td style="text-align: center;">S/. 0.00</td> <td style="text-align: right;">\$50.00</td> </tr> <tr> <td>CFS CHARGE</td> <td></td> <td style="text-align: right;">140.00</td> </tr> <tr> <td>WAREHOUSE</td> <td></td> <td style="text-align: right;">50.00</td> </tr> <tr> <td>DOC FEE</td> <td></td> <td style="text-align: right;">40.00</td> </tr> <tr> <td>VGM</td> <td></td> <td style="text-align: right;">30.00</td> </tr> <tr> <td>ASF</td> <td></td> <td style="text-align: right;">75.00</td> </tr> <tr> <td>FLETE</td> <td></td> <td style="text-align: right;">\$917.76</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">GASTOS EN ORIGEN Y FLETE INTERNACIONAL</td> <td style="text-align: center;">S/. 0.00</td> <td style="text-align: right;">\$1,422.76</td> </tr> <tr> <td>DESCARGA</td> <td></td> <td style="text-align: right;">\$70.00</td> </tr> <tr> <td>VISTO BUENO</td> <td></td> <td style="text-align: right;">\$150.00</td> </tr> <tr> <td>ALMACEN</td> <td></td> <td style="text-align: right;">\$220.00</td> </tr> <tr> <td>HANDLING</td> <td></td> <td style="text-align: right;">\$30.00</td> </tr> <tr> <td>TRANSPORTE</td> <td></td> <td style="text-align: right;">\$150.00</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">GASTOS EN DESTINO</td> <td style="text-align: center;">S/. 0.00</td> <td style="text-align: right;">\$620.00</td> </tr> </tbody> </table>			CONCEPTOS	SOLES	DÓLARES	COMISIÓN POR AGENCIAMIENTO		\$120	ADUANAS	S/. 0.00	\$120.00	SEGURO		\$50	SEGURO	S/. 0.00	\$50.00	CFS CHARGE		140.00	WAREHOUSE		50.00	DOC FEE		40.00	VGM		30.00	ASF		75.00	FLETE		\$917.76	GASTOS EN ORIGEN Y FLETE INTERNACIONAL	S/. 0.00	\$1,422.76	DESCARGA		\$70.00	VISTO BUENO		\$150.00	ALMACEN		\$220.00	HANDLING		\$30.00	TRANSPORTE		\$150.00	GASTOS EN DESTINO	S/. 0.00	\$620.00
CONCEPTOS	SOLES	DÓLARES																																																						
COMISIÓN POR AGENCIAMIENTO		\$120																																																						
ADUANAS	S/. 0.00	\$120.00																																																						
SEGURO		\$50																																																						
SEGURO	S/. 0.00	\$50.00																																																						
CFS CHARGE		140.00																																																						
WAREHOUSE		50.00																																																						
DOC FEE		40.00																																																						
VGM		30.00																																																						
ASF		75.00																																																						
FLETE		\$917.76																																																						
GASTOS EN ORIGEN Y FLETE INTERNACIONAL	S/. 0.00	\$1,422.76																																																						
DESCARGA		\$70.00																																																						
VISTO BUENO		\$150.00																																																						
ALMACEN		\$220.00																																																						
HANDLING		\$30.00																																																						
TRANSPORTE		\$150.00																																																						
GASTOS EN DESTINO	S/. 0.00	\$620.00																																																						
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 60%;">RESUMEN</th> <th style="width: 20%;">SOLES</th> <th style="width: 20%;">DÓLARES</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">GASTOS NETOS</td> <td style="text-align: center;">S/. 0.00</td> <td style="text-align: right;">\$2,042.76</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">IGV</td> <td style="text-align: center;">S/. 0.00</td> <td style="text-align: right;">\$133.20</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">TOTAL</td> <td style="text-align: center;">S/. 0.00</td> <td style="text-align: right;">\$2,175.96</td> </tr> </tbody> </table>			RESUMEN	SOLES	DÓLARES	GASTOS NETOS	S/. 0.00	\$2,042.76	IGV	S/. 0.00	\$133.20	TOTAL	S/. 0.00	\$2,175.96																																										
RESUMEN	SOLES	DÓLARES																																																						
GASTOS NETOS	S/. 0.00	\$2,042.76																																																						
IGV	S/. 0.00	\$133.20																																																						
TOTAL	S/. 0.00	\$2,175.96																																																						
(01) 697 1297 (+51) 994 471777 www.marvisurlogistica.com comercial1@marvisurlogistica.com ; comercial2@marvisurlogistica.com																																																								
Av. Aurelio García y García N° 1447 Int.: 202 Urbanización Los Cipreses – Cercado de Lima																																																								
       																																																								

Anexo 17: Cotización del forwarder MARVISUR en términos FOB

	COTIZACIÓN N° 0225																																										
	<table border="1"> <tr><td>Cliente:</td><td>CINTHIA ZANA</td></tr> <tr><td>Regimen Aduanero:</td><td>IMPORTACIÓN DEFINITIVA</td></tr> <tr><td>Contacto:</td><td>ROGGER MENDOZA</td></tr> <tr><td>Contenedor:</td><td>LCL</td></tr> <tr><td>Terms:</td><td>FOB</td></tr> <tr><td>Información:</td><td>MARÍTIMO</td></tr> <tr><td>Origen:</td><td>SHANGHAI, CHINA</td></tr> <tr><td>Destino:</td><td>CALLAO, PERÚ</td></tr> </table>	Cliente:	CINTHIA ZANA	Regimen Aduanero:	IMPORTACIÓN DEFINITIVA	Contacto:	ROGGER MENDOZA	Contenedor:	LCL	Terms:	FOB	Información:	MARÍTIMO	Origen:	SHANGHAI, CHINA	Destino:	CALLAO, PERÚ																										
Cliente:	CINTHIA ZANA																																										
Regimen Aduanero:	IMPORTACIÓN DEFINITIVA																																										
Contacto:	ROGGER MENDOZA																																										
Contenedor:	LCL																																										
Terms:	FOB																																										
Información:	MARÍTIMO																																										
Origen:	SHANGHAI, CHINA																																										
Destino:	CALLAO, PERÚ																																										
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Valores Base</th> <th>OBSERVACIONES</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Valor FOB</td> <td>\$2,750.00</td> <td>* Cotización solo aplica para carga General y apilable, NO HAZMAT / OVERSIZE / OVERWEIGHT</td> </tr> <tr> <td>Flete</td> <td>\$917.76</td> <td>* El embalaje de su carga debe ser el apropiado para transporte por vía marítima</td> </tr> <tr> <td>Seguro</td> <td>\$50.00</td> <td>* Tarifa válida hasta el 15/11/2020</td> </tr> <tr> <td>Valor CIF</td> <td>\$3,217.76</td> <td>* Cotización afecto a cambios por la misma línea naviera</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>* Esta tarifa es válida para el canal verde (No incluye los gastos generados por el canal naranja o rojo)</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>* 25 días libres de almacenaje</td> </tr> </tbody> </table>		Valores Base		OBSERVACIONES	Valor FOB	\$2,750.00	* Cotización solo aplica para carga General y apilable, NO HAZMAT / OVERSIZE / OVERWEIGHT	Flete	\$917.76	* El embalaje de su carga debe ser el apropiado para transporte por vía marítima	Seguro	\$50.00	* Tarifa válida hasta el 15/11/2020	Valor CIF	\$3,217.76	* Cotización afecto a cambios por la misma línea naviera			* Esta tarifa es válida para el canal verde (No incluye los gastos generados por el canal naranja o rojo)			* 25 días libres de almacenaje																					
Valores Base		OBSERVACIONES																																									
Valor FOB	\$2,750.00	* Cotización solo aplica para carga General y apilable, NO HAZMAT / OVERSIZE / OVERWEIGHT																																									
Flete	\$917.76	* El embalaje de su carga debe ser el apropiado para transporte por vía marítima																																									
Seguro	\$50.00	* Tarifa válida hasta el 15/11/2020																																									
Valor CIF	\$3,217.76	* Cotización afecto a cambios por la misma línea naviera																																									
		* Esta tarifa es válida para el canal verde (No incluye los gastos generados por el canal naranja o rojo)																																									
		* 25 días libres de almacenaje																																									
<table border="1"> <thead> <tr> <th>CONCEPTOS</th> <th>SOLES</th> <th>DÓLARES</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>COMISIÓN POR AGENCIAMIENTO</td> <td></td> <td>\$120</td> </tr> <tr> <td>ADUANAS</td> <td>S/. 0.00</td> <td>\$120.00</td> </tr> <tr> <td>SEGURO</td> <td></td> <td>\$50</td> </tr> <tr> <td>SEGURO</td> <td>S/. 0.00</td> <td>\$50.00</td> </tr> <tr> <td>FLETE</td> <td></td> <td>\$917.76</td> </tr> <tr> <td>FLETE INTERNACIONAL</td> <td>S/. 0.00</td> <td>\$1,087.76</td> </tr> <tr> <td>DESCARGA</td> <td></td> <td>\$70.00</td> </tr> <tr> <td>VISTO BUENO</td> <td></td> <td>\$150.00</td> </tr> <tr> <td>ALMACEN</td> <td></td> <td>\$220.00</td> </tr> <tr> <td>HANDLING</td> <td></td> <td>\$30.00</td> </tr> <tr> <td>TRANSPORTE</td> <td></td> <td>\$150.00</td> </tr> <tr> <td>GASTOS EN DESTINO</td> <td>S/. 0.00</td> <td>\$620.00</td> </tr> </tbody> </table>			CONCEPTOS	SOLES	DÓLARES	COMISIÓN POR AGENCIAMIENTO		\$120	ADUANAS	S/. 0.00	\$120.00	SEGURO		\$50	SEGURO	S/. 0.00	\$50.00	FLETE		\$917.76	FLETE INTERNACIONAL	S/. 0.00	\$1,087.76	DESCARGA		\$70.00	VISTO BUENO		\$150.00	ALMACEN		\$220.00	HANDLING		\$30.00	TRANSPORTE		\$150.00	GASTOS EN DESTINO	S/. 0.00	\$620.00		
CONCEPTOS	SOLES	DÓLARES																																									
COMISIÓN POR AGENCIAMIENTO		\$120																																									
ADUANAS	S/. 0.00	\$120.00																																									
SEGURO		\$50																																									
SEGURO	S/. 0.00	\$50.00																																									
FLETE		\$917.76																																									
FLETE INTERNACIONAL	S/. 0.00	\$1,087.76																																									
DESCARGA		\$70.00																																									
VISTO BUENO		\$150.00																																									
ALMACEN		\$220.00																																									
HANDLING		\$30.00																																									
TRANSPORTE		\$150.00																																									
GASTOS EN DESTINO	S/. 0.00	\$620.00																																									
<table border="1"> <thead> <tr> <th>RESUMEN</th> <th>SOLES</th> <th>DÓLARES</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>GASTOS NETOS</td> <td>S/. 0.00</td> <td>\$1,707.76</td> </tr> <tr> <td>IGV</td> <td>S/. 0.00</td> <td>\$133.20</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>S/. 0.00</td> <td>\$1,840.96</td> </tr> </tbody> </table>			RESUMEN	SOLES	DÓLARES	GASTOS NETOS	S/. 0.00	\$1,707.76	IGV	S/. 0.00	\$133.20	TOTAL	S/. 0.00	\$1,840.96																													
RESUMEN	SOLES	DÓLARES																																									
GASTOS NETOS	S/. 0.00	\$1,707.76																																									
IGV	S/. 0.00	\$133.20																																									
TOTAL	S/. 0.00	\$1,840.96																																									
<div style="text-align: right;"> <p>(01) 697 1297 </p> <p>(+51) 994 471777 </p> <p>www.marvisurlogistica.com </p> <p>comercial1@marvisurlogistica.com; comercial2@marvisurlogistica.com </p> <p>Av. Aurelio García y García N° 1447 </p> <p>Int.: 202 Urbanización Los Cipreses – Cercado de Lima </p> </div> <div style="text-align: center;">  </div>																																											