



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

**IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PUERTAS
SECCIONALES, RAMPAS NIVELADORAS Y ABRIGOS
DE MUELLE DE LONA DESDE ALEMANIA PARA
EMPRESAS DE ALMACENES INTEGRALES DE LIMA**

SUR

**PRESENTADO POR
CARMEN ROSA DURAN RAMIREZ**

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

LIMA – PERÚ

2020



CC BY-NC-SA

Reconocimiento – No comercial – Compartir igual

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

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



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

**IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PUERTAS SECCIONALES,
RAMPAS NIVELADORAS Y ABRIGOS DE MUELLE DE LONA DESDE
ALEMANIA PARA EMPRESAS DE ALMACENES INTEGRALES DE LIMA
SUR**

PRESENTADO POR:

Bachiller: CARMEN ROSA DURAN RAMIREZ

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

LIMA, PERÚ

2020

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	10
I. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES.....	13
1.1. Nombre o razón social	13
1.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)	13
1.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial	14
1.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha	15
1.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características	17
1.6 Estructura Orgánica.....	19
1.7 Cuadro de asignación de personal.....	22
1.8. Forma Jurídica Empresarial	23
1.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI	25
1.10. Requisitos y Trámites Municipales.....	25
1.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades	26
1.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME)	29
1.12.1. ¿Qué es PLAME?.....	30
1.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral	31
1.14. Modalidades de Contratos Laborales	32
1.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas	33
II. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL	34
2.1. Identificación, descripción y justificación del producto a importar.....	34
2.1.1 Clasificación arancelaria (en ambos países)	36
2.1.2 Ficha técnica comercial	39
2.1.3 Ecuación de valor para el mercado nacional	44
2.1.4 Determinación de la marca a usar.....	46
2.2. Investigación de mercado objetivo	47
2.2.1 Segmentación de mercado objetivo	51
2.2.2 Definición del perfil del consumidor.....	53
2.2.3 Medición del mercado objetivo.....	54
2.3. Análisis de oferta y demanda en el mercado.....	60
2.3.1 Análisis de oferta	60
2.3.1.1 Oferta Mundial	60

2.3.1.2 Oferta Local.....	64
2.3.2 Análisis y cálculo de la demanda	67
2.3.2.1 Cálculo de la demanda proyectada	69
2.3.3 Análisis de competitividad y benchmarking	90
2.3.4 Análisis de precio de importación (compra).....	90
2.3.5 Análisis y determinación de formas de distribución	91
2.3.6 Análisis del entorno	92
2.3.6.1 Macro ambiente	92
2.3.6.2 Micro ambiente	97
2.4 Estrategias de venta y distribución nacional	99
2.4.1 Estrategias de segmentación.....	99
2.4.2 Estrategias de posicionamiento.....	100
2.4.3 Estrategias de ingreso al mercado.....	101
2.4.4 Estrategias de distribución comercial	102
2.4.5 Estrategias de branding.....	103
2.5 Estrategias de promoción nacional	104
2.5.1 Establecer los mecanismos y definir estrategias de promoción, incluida promoción de ventas.....	104
2.5.2 Propuesta de valor	107
2.5.3 Estrategias de marketing digital y uso del e-commerce.....	108
2.6 Políticas de estrategias de precio.....	111
III. PLAN DE LOGISTICA INTERNACIONAL.....	112
3.1 Envases, empaques y embalajes.....	113
3.2 Diseño del rotulado y marcado	117
3.2.1 Diseño del rotulado.....	117
3.2.2 Diseño del marcado.....	120
3.3 Unitarización y cubicaje de la carga.....	121
3.4 Cadena de DFI de importación.....	123
3.4.1 Requerimiento del producto e infraestructura.....	123
3.4.2 DFI en Origen y Destino	125
3.5 Seguro de las mercancías	129
IV. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL.....	130
4.1 Fijación de precios.....	130
4.1.1 Comparación de precios con la competencia nacional	130
4.1.2 Costos y precio	132
4.1.3 Cotización internacional.....	138

4.2	Contrato de compra venta internacional.....	141
4.3	Elección y aplicación del Incoterm	142
4.4.	Determinación del medio de pago y cobro.....	145
4.4.1	Transferencia Internacional (T/T)	145
4.5	Elección del régimen de importación	152
4.6	Gestión aduanera del comercio internacional.....	153
4.7	Gestión de las operaciones de importación: Flujo grama	156
V.	PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	158
5.1	Inversión Fija	158
5.1.1	Activos tangibles	158
5.1.1	Activos intangibles	160
5.2	Capital de Trabajo	162
5.3	Inversión Total.....	163
5.4	Estructura de Inversión y Financiamiento.....	164
5.5	Fuentes financieras y condiciones de crédito	166
5.6	Presupuesto de costos	170
5.7	Punto de Equilibrio	175
5.8	Tributación a la importación	176
5.9	Presupuesto de ingresos	176
5.10	Presupuesto de egresos	178
5.11	Flujo de caja proyectado.....	179
5.12	Estado de Ganancias y Pérdidas	182
5.13	Evaluación de la Inversión.....	184
5.13.1	Evaluación Económica.....	186
5.13.2	Evaluación Financiera.....	187
5.13.3	Evaluación social	188
5.13.4	Impacto ambiental.....	188
5.14	Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo	188
5.15	Cuadro de riesgo del tipo de cambio	191
VI.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	193
6.1	Conclusiones	193
6.2	Recomendaciones	195
	REFERENCIAS	197
	ANEXOS	200

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Clasificación CIIU.....	14
Tabla 2 Evaluación de Ubicación Geográfica (1: Muy Malo – 5: Muy Bueno).....	14
Tabla 3 Categorización Empresarial	18
Tabla 4 Cuadro de Asignación de Personal y Remuneraciones de acuerdo al Régimen Laboral.....	23
Tabla 5 Servicio de Terceros.....	23
Tabla 6 Aporte de capital de los socios de la empresa DOCK LEVEL IMPORT PERU S.A.C.....	24
Tabla 7 Comparación Régimen Tributario.....	28
Tabla 8 Componentes de la Planilla Electrónica	29
Tabla 9 Régimen Laboral de La Micro y Pequeña Empresa	31
Tabla 10 Partida Arancelaria Puerta Seccional	36
Tabla 11 Gravámenes Vigentes Puerta Seccional.....	37
Tabla 12 Partida Arancelaria Abrigo de Muelle de Lona	37
Tabla 13 Gravámenes Vigentes Abrigo de Muelle de Lona.....	37
Tabla 14 Partida Arancelaria Rampa Niveladora	38
Tabla 15 Gravámenes Vigentes Rampa Niveladora.....	38
Tabla 16 Ficha Técnica Abrigo de Muelle de Lona	41
Tabla 17 Ficha Técnica Rampa Niveladora	43
Tabla 18 Principales países exportadores mundiales de la partida 7308300000 (dólares americanos)	47
Tabla 19 Principales países exportadores mundiales de la partida 3926909090 (dólares americanos)	48
Tabla 20 Principales países exportadores mundiales de la partida 8428909000 (dólares americanos)	48
Tabla 21 Principales mercados proveedores para un producto importado por Perú de la partida 7308300000 (miles de dólares americanos)	49
Tabla 22 Principales mercados proveedores para un producto importado por Perú de la partida 3926909090 (miles de dólares americanos)	49
Tabla 23 Principales mercados proveedores para un producto importado por Perú de la partida 8428909000 (miles de dólares americanos)	50
Tabla 24 Determinación de la Demanda	59
Tabla 25 Principales Exportadores Mundiales de la partida 7308300000 (miles de dólares americanos).....	61
Tabla 26 Principales Exportadores Mundiales de la partida 7308300000 (toneladas) .	61
Tabla 27 Principales Exportadores Mundiales de la partida 8428909000 (miles de dólares americanos).....	62
Tabla 28 Principales Exportadores Mundiales de la partida 8428909000 (toneladas) .	62
Tabla 29 Principales Exportadores Mundiales de la partida 3926909090 (miles de dólares americanos).....	63
Tabla 30 Principales Exportadores Mundiales de la partida 3926909090 (toneladas) .	64
Tabla 31 Principales Empresas Importadoras Peruanas de Puertas Seccionales 2019	65

Tabla 32 Principales Empresas Importadoras Peruanas de Rampas Niveladoras 2019	66
Tabla 33 Principales Empresas Importadoras Peruanas de Abrigos de Muelle 2019 ..	66
Tabla 34 Importaciones peruanas de la partida arancelaria 7308300000	67
Tabla 35 Importaciones peruanas de la partida arancelaria 8428909000	68
Tabla 36 Importaciones peruanas de la partida arancelaria 3926909090	68
Tabla 37 Principal empresa importadora peruana de Alemania de la partida arancelaria 7308300000 en el 2019	69
Tabla 38 Principal empresa importadora peruana de Alemania de la partida arancelaria 8428909000 en el 2019	69
Tabla 39 Principal empresa importadora peruana de Alemania de la partida arancelaria 3926909090 en el 2019	69
Tabla 40 Demanda de Perú del 2015 al 2020 de la Partida Arancelaria 3926909090 .	70
Tabla 41 Método de mínimos cuadrados 3926909090	70
Tabla 42 Demanda proyectada del mercado de Abrigos de Muelle de Lona al 2025...70	
Tabla 43 Demanda proyectada de la empresa para los Abrigos de Muelle de Lona en unidades	71
Tabla 44 Demanda de Perú del 2015 al 2020 de la Partida Arancelaria 8428909000 .	72
Tabla 45 Método de mínimos cuadrados 8428909000	72
Tabla 46 Demanda proyectada del mercado de Rampas Niveladoras al 2025	72
Tabla 47 Demanda proyectada de la empresa para Rampas Niveladoras en unidades	73
Tabla 48 Demanda de Perú del 2015 al 2020 de la Partida Arancelaria 7308300000 .	74
Tabla 49 Método de mínimos cuadrados 7308300000	74
Tabla 50 Demanda proyectada del mercado de Puertas Seccionales al 2025.....	74
Tabla 51 Demanda proyectada de la empresa para Puertas Seccionales en unidades	75
Tabla 52 Matriz de factores internos	93
Tabla 53 Matriz de factores externos.....	94
Tabla 54 Matriz FODA.....	95
Tabla 55 Cotización Agencia de Aduana.....	127
Tabla 56 Tiempos de la DFI de Importación	129
Tabla 57 Precio de Venta de Importadores de Abrigo de Muelle de Lona 2019.....	130
Tabla 58 Precio de Venta de Importadores de Rampas Niveladoras 2019.....	131
Tabla 59 Precio de Venta de Importadores de Puertas Seccionales 2019.....	131
Tabla 60 Costo de Importación EXW (Forwarder)	133
Tabla 61 Costo de Importación CFR (Proveedor)	134
Tabla 62 Costo Unitario Puesto en Almacén en base al Factor de Importación CFR.	135
Tabla 63 Costos Fijos Proyectados del 2021 al 2025.....	136
Tabla 64 Costos Variables Proyectados del 2021 al 2025.....	136
Tabla 65 Costos Logísticos Operativos Proyectados del 2021 al 2025	137
Tabla 66 Costos de Gestión Operativas Proyectadas del 2021 al 2025	137
Tabla 67 Cantidad del Capital Propio y Financiado	138
Tabla 68 Información para el contrato de compra venta internacional.....	142
Tabla 69 Equipamiento de Oficina.....	159
Tabla 70 Otros Activos Tangibles	159
Tabla 71 Elaboración del Plan de Negocios	160
Tabla 72 Constitución de la empresa.....	161

Tabla 73	Promoción y Publicidad	161
Tabla 74	Otros Activos Intangibles	162
Tabla 75	Inversión Total.....	163
Tabla 76	Cuadro de Amortización de la deuda.....	164
Tabla 77	Tasas de Intereses Promedio del Sistema Bancario	166
Tabla 78	Costos Fijos Anuales	171
Tabla 79	Planilla Fija Anual	172
Tabla 80	Costo del producto importado.....	173
Tabla 81	Punto de Equilibrio	175
Tabla 82	Tributación de Importación	176
Tabla 83	Estructura del precio de venta al público	177
Tabla 84	Proyección de ingresos.....	178
Tabla 85	Proyección de Egresos	178
Tabla 86	Flujo de Caja Económico (Expresado en Soles)	180
Tabla 87	Flujo de Caja Financiero (Expresado en Soles).....	181
Tabla 88	Estado de Ganancias y Pérdidas (Expresado en Soles)	183
Tabla 89	Evaluación Económica.....	186
Tabla 90	Evaluación Financiera.....	187
Tabla 91	Opciones de Costo Oportunidad de Capital de Trabajo.....	189
Tabla 92	Elección de cada inversionista.....	189
Tabla 93	Determinación del COK	190
Tabla 94	Determinación de la WACC	191
Tabla 95	Análisis de sensibilidad con tipo de cambio.....	192

INDICE DE FIGURAS

Ilustración 1	Mapa de Ubicación de DOCK LEVEL IMPORT PERU S.A.C	15
Ilustración 2	Beneficios Generales de la REMYPE	18
Ilustración 3	Principales Beneficios de la Ley Mype.....	18
Ilustración 4	Organigrama de DOCK LEVEL IMPORT PERU S.A.C.	19
Ilustración 5	Características de la Sociedad Anónima Cerrada.....	24
Ilustración 6	Sujetos e información a considerar para el T-REGITRO.....	30
Ilustración 7	Puertas Seccionales	35
Ilustración 8	Abrigo de Muelle de Lona	35
Ilustración 9	Rampa Niveladora	36
Ilustración 10	Ficha Técnica Puerta Seccional	40
Ilustración 11	Propuesta de Valor	46
Ilustración 12	Cálculo del crecimiento 2020	51
Ilustración 13	Principales Empresas – Almacenes Integrales.....	53
Ilustración 14	Buyer Persona.....	54
Ilustración 15	Variación Neta de Empresas por Trimestre 2018-20.....	55
Ilustración 16	Altas y Bajas de las empresas, según actividad económica Trimestres 2020	56
Ilustración 17	Altas de Empresas, según trimestre 2017-20.....	56
Ilustración 18	Alta de Empresas según Actividad Económica 2019-20.....	57
Ilustración 19	Grandes y Medianas Empresas de Servicios según Actividad	58
Ilustración 20	Empresas de Servicios según Actividad Económica en Lima Metropolitana	58
Ilustración 21	Proyección Lineal de Abrigos de Muelle de Lona	71
Ilustración 22	Proyección Lineal de Rampas Niveladoras.....	73
Ilustración 23	Proyección Lineal de Puertas Seccionales	75
Ilustración 24	Etapas del Benchmarking	90
Ilustración 25	Canal de Distribución de DOCK LEVEL IMPORT PERU	92
Ilustración 26	Segmentación según criterios	100
Ilustración 27	Matriz Ansoff.....	102
Ilustración 28	Características físicas del embalaje Puertas Seccionales	113
Ilustración 29	Características físicas del embalaje Rampas Niveladoras	114
Ilustración 30	Medidas del Palet de Madera.....	116
Ilustración 31	Características físicas del embalaje Abrigos de Muelle de Lona	116
Ilustración 32	Etiqueta de Importación	119
Ilustración 33	Símbolos de Manipulación.....	120
Ilustración 34	Identificación y Marcas de un Contenedor	121
Ilustración 35	Dimensiones Internas de un Contenedor de 40' HC.....	123
Ilustración 36	Distribución de los ambientes de la empresa	125
Ilustración 37	Proceso de Distribución Física Internacional	125
Ilustración 38	Proforma Comercial Proveedor.....	140
Ilustración 39	Incoterm CFR – Costos y Riesgos	143
Ilustración 40	Proceso de Transferencia Internacional (T/T).....	146
Ilustración 41	Solicitud de Transferencia al Exterior – Persona Jurídica.....	148

Ilustración 42	Hoja Informativa de Transferencia al Exterior	149
Ilustración 43	Mensaje SWIFT MT103	151
Ilustración 44	Proceso de Despacho Anticipado de Importación.....	154
Ilustración 45	Flujograma de Importación de la Empresa.....	157
Ilustración 46	Protección de datos personales.....	167
Ilustración 47	Hoja Resumen de la Línea de Crédito	168
Ilustración 48	Modelo de Cronograma de Pago de Cuotas.....	170

RESUMEN EJECUTIVO

DOCK LEVEL IMPORT PERU S.A.C., se dedica a importar y comercializar las puertas seccionales, rampas niveladoras y abrigos de muelle de lona de la marca Hormann de Alemania que ofrecen calidad, diseño y satisfacen las principales necesidades de los clientes finales.

Estos tres productos juntos hacen que el ambiente se encuentre seguro y la temperatura controlada. En la actualidad, existe una demanda de estos productos debido a que las empresas tercerizan el servicio de almacenaje y logística integral.

Se ha seleccionado la zona Sur de Lima Metropolitana debido a que ahora hay un incremento de empresas que ofrecen el servicio de almacenes integrales que están dentro del sector de transporte y almacenamiento.

La empresa ha sido constituida jurídicamente como una SAC, de esta manera se podrá limitar la responsabilidad de los socios ya que es una de las modalidades más usada por las microempresas. Para iniciar este proyecto, 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.

Luego de realizado el estudio de mercado, Alemania es un importante proveedor de puertas seccionales, rampas niveladoras y abrigos de muelle de lona, no solo por la calidad y mano de obra que utilizan para fabricar dichos

productos: sino que eso da como resultado, que la empresa se vea 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, como el ser su principal distribuidor en Perú, nos da una mayor agilidad y seguridad para poder realizarlo mediante un banco local, el pago.

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 cada producto que se va a importar de Alemania a nuestro mercado objetivo. Luego, nuestro proveedor debe preparar adecuadamente la carga para que pueda ser manipulado para su transporte y ser cargada al contenedor para que no se pueda dañar en el tránsito hacia Perú.

El tipo de Incoterm que se ha negociado es CFR adicional a ello el proveedor asumirá una parte del flete internacional para poder mejorar nuestro precio de venta y ser competitivos.

Posteriormente, se define el tipo de importación, en nuestro caso la empresa lo realizará 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 140,833.18 soles, TIR de 52.98%, mientras en el flujo de efectivo Financiero el VAN es de a 158,674.21 soles, el TIR es de 68.08%. Por lo expuesto, ambos flujos son positivos y alentadores para poder incursionar en este tipo de negocio y mercado objetivo.

I. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

1.1. Nombre o razón social

La razón social es la identificación de la empresa dentro del mercado peruano. También es utilizado para aspectos legales, administrativos y jurídicos. Considerando que la actividad económica que desarrollará la empresa es la de importación y comercialización de puertas seccionales, rampas niveladoras y abrigos de muelle, para su comercialización en Perú. Para el presente plan de negocio se constituirá una empresa, que tendrá como razón social DOCK LEVEL IMPORT PERU S.A.C. Como nombre comercial será "D' LEVEL PERU".

1.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

De acuerdo a la SUNAT (2019) la CIIU es la clasificación industrial internacional uniforme, que permite establecer un esquema uniforme y conceptual para poder contar con la información más real a nivel de empresas de bienes y servicios. Actualmente se ha incorporado la nueva CIIU Revisión 4 que cuenta con información detallada y actualizada para elegir de la mejor manera la actividad económica.

Para este negocio el CIIU que le corresponde es:

Tabla 1 Clasificación CIU

CIU Rev.4	DESCRIPCION
4659	VENTA AL POR MAYOR DE OTROS TIPOS DE MAQUINARIA Y EQUIPO

Fuente: SUNAT

1.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

La selección del distrito donde se ubicará la empresa se realizará a través de ciertos factores y se evaluará para 4 opciones de distritos. En la tabla Nro. 2 se muestra las 4 opciones consideradas las cuales son: Puente Piedra, Callao, Ventanilla y Lurín.

Tabla 2 Evaluación de Ubicación Geográfica (1: Muy Malo – 5: Muy Bueno)

Factores	Distritos			
	Callao	Puente Piedra	Ventanilla	Lurín
Cercanía Puerto Callao	5	4	4	1
Costo del alquiler del local	5	4	3	1
Vías de Acceso	5	4	4	2
Seguridad	3	3	2	4
Total	4.5	3.75	3.25	2

Fuente: Elaboración Propia

La dirección fiscal de la empresa DOCK LEVEL IMPORT PERU S.A.C. se ubicará en el Callao donde se desarrollarán las actividades administrativas y distribución. Esto debido a su cercanía al Puerto del Callao y el fácil acceso.

La dirección fiscal será Av. Guillermo Dansey 790. Callao.

Ilustración 1 Mapa de Ubicación de DOCK LEVEL IMPORT PERU S.A.C



Fuente: Google Maps

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

Misión:

“Somos una empresa dedicada a la importación de puertas seccionales, rampas niveladores y abrigos de muelle para empresas de almacenes

integrales cumpliendo con los mejores estándares de calidad y satisfaciendo a nuestros clientes”.

Visión:

“Ser una empresa reconocida en la comercialización de puertas seccionales, rampas niveladores y abrigos de muelle a nivel nacional para el año 2025 logrando el reconocimiento por la calidad”

Valores:

- Responsabilidad: Capaces de cumplir con los deberes adquiridos.
- Trabajo en Equipo: Trabajar en armonía para lograr los objetivos mediante un liderazgo participativo.
- Honestidad: Transparencia para fortalecer la relación con nuestros clientes.
- Puntualidad: Cumplimiento de nuestros acuerdos pactados y entregas oportunas.

Principios de la empresa:

- Mejoramiento continuo en todos nuestros procesos.
- Calidad total
- Satisfacción del cliente

Objetivos

Objetivo General

Lograr identificación y reconocimiento de los productos en las empresas de almacenes integrales.

Objetivos Específicos

- Lograr un crecimiento del 8% en las ventas para el segundo año.
- Implementar estrategias de promoción para incrementar las ventas.
- Optimizar la cadena logística con el fin de obtener mejoras en los costos.

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

La Micro y Pequeña Empresa (MYPE) es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica (empresa), bajo cualquier forma de organización que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Las micro y pequeñas empresas se inscriben en un registro que se denomina REMYPE. (SUNAT, 2019)

Para fines del presente proyecto, la empresa formará parte de la REMYPE

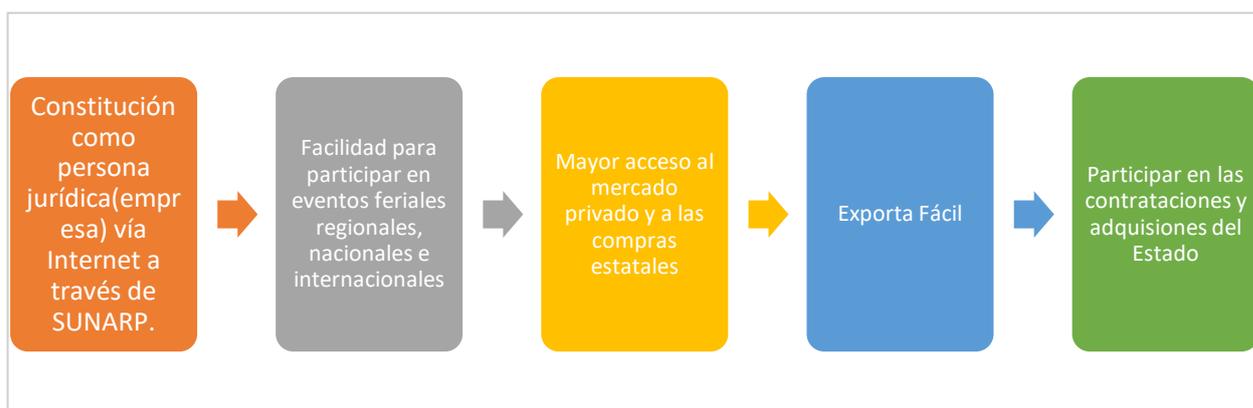
Tabla 3 Categorización Empresarial

Categoría Empresarial	Ventas Anuales en UIT	Ventas Anuales en S/
MICROEMPRESA	Hasta 150 UIT	S/ 645,000
PEQUEÑA EMPRESA	Superior a 150 UIT hasta 1700 UIT	Superior a S/ 645,000 hasta S/ 7'310,000

Fuente: SUNAT

Beneficios Generales

Ilustración 2 Beneficios Generales de la REMYPE



Fuente: SUNAT

Beneficios recogidos en la Ley Mype

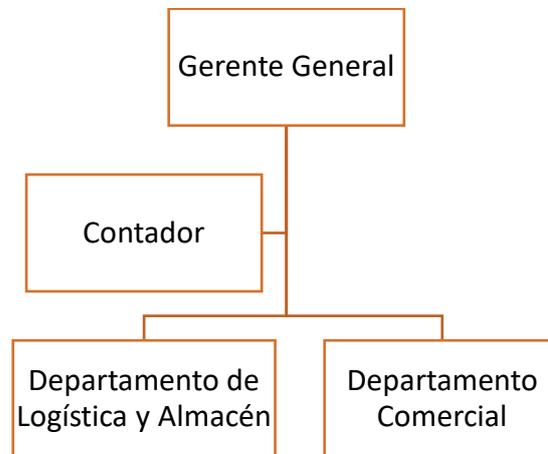
Ilustración 3 Principales Beneficios de la Ley Mype



Fuente: SUNAT

1.6 Estructura Orgánica

Ilustración 4 Organigrama de DOCK LEVEL IMPORT PERU S.A.C.



Fuente: Elaboración Propia

Los requisitos y funciones del personal son los siguientes:

1. Gerente General/Departamento Comercial

Es el órgano máximo de la empresa y asumirá para los primeros años el departamento comercial.

Requisitos:

- ✓ Conocimiento en administración de empresas y ventas.
- ✓ Contar con título universitario.
- ✓ Responsable, dinámico, saber trabajar bajo presión.

Funciones:

- ✓ Desarrollar metas a corto, mediano y largo plazo.
- ✓ Desarrollo de estrategias para el logro de los objetivos.
- ✓ Organizar y coordinar con las áreas.
- ✓ Promover los valores y principios de la empresa.
- ✓ Supervisar que se cumplan las funciones de todas las áreas de la empresa.
- ✓ Responsable del desarrollo de nuevos canales de venta.
- ✓ Proyección de venta anual.
- ✓ Cumplimiento de la meta de venta mensual.
- ✓ Revisar los precios del mercado.
- ✓ Coordinar la participación en ferias, convenciones, etc.

2. Contador

Requisitos:

- ✓ Contar con Título Universitario.
- ✓ Ser ético, transparente y honesto.
- ✓ Tener experiencia.

Funciones:

- ✓ Control de los EE.FF. y presupuestos, proyecciones financieras
- ✓ Pago de impuestos de acuerdo al cronograma de pagos de la SUNAT.
- ✓ Declaración de impuestos.
- ✓ Declaración y pago de planillas electrónicas.
- ✓ Llevar y mantener actualizado los libros contables.

3. Departamento de Logística y Almacén

Requisitos:

- ✓ Contar con grado académico de Bachiller o Licenciado en Administración de Negocios Internacionales o a fines.
- ✓ Tener experiencia de 2 años en el puesto.
- ✓ Manejo de Office.
- ✓ Capacidad de liderazgo y trabajar bajo presión.

Funciones:

- ✓ Responsable de la planificación, gestión y coordinación de la importación de los productos.
- ✓ Coordina la gestión de almacén, mediante una correcta recepción, acondicionamiento y almacenamiento de los productos.
- ✓ Ejecuta el transporte del producto, tanto como de carga y descarga; y establece la programación de ruta de traslado para los despachos de pedidos.
- ✓ Brinda soporte al asistente administrativo y al de ventas sobre los tiempos
- ✓ de traslado y manejo de la mercadería.
- ✓ Recepción y elaborar acta de conformidad de los pedidos de importación.
- ✓ Preparación y despacho de los productos para su entrega a los clientes.
- ✓ Asegurar el orden y control de los inventarios de los productos.

1.7 Cuadro de asignación de personal

Se detalla la cantidad de personas en cada puesto y sus beneficios laborales de acuerdo a la ley considerando que DOCK LEVEL IMPORT PERU S.A.C. es una microempresa.

Tabla 4 Cuadro de Asignación de Personal y Remuneraciones de acuerdo al Régimen Laboral

(Expresado en Soles)

Cargo	Cantidad	Remuneración Mensual	Remuneración Anual	Vacaciones	Sub Total	ESSALUD 2%	Remuneración Total Anual
Gerente General	1	1,200	14,400	600	15,000	288	15,288
Jefe de Logística	1	1,000	12,000	500	12,500	240	12,740

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 5 Servicio de Terceros

(Expresado en Soles)

Cargo	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Asesor Contable	1	600	7,200
Técnico Electromecánico	1	300	3,600
Ayudante de Almacén	1	300	3,600

Fuente: Elaboración Propia

1.8. Forma Jurídica Empresarial

Para fines de la presente idea de negocio, la empresa será constituida bajo el régimen de SAC (Sociedad de Anónima Cerrada).

Ilustración 5 Características de la Sociedad Anónima Cerrada



Fuente: Web Diario “Gestión”

DOCK LEVEL IMPORT PERU es una sociedad anónima cerrada sin directorio ya que esta forma jurídica empresarial es la más recomendable para una microempresa familiar debido a que las acciones no son inscritas en el Registro Público.

Tabla 6 Aporte de capital de los socios de la empresa DOCK LEVEL IMPORT PERU S.A.C.

(Expresado en Soles)

	Capital Social	Valor Nominal	N° de Acciones	%
Primer Accionista	34,078	10	3,408	60
Segundo Accionista	11,359	10	1,136	20
Tercer Accionista	11,359	10	1,136	20
Total aporte	56,796			100

Fuente: Elaboración Propia

DOCK LEVEL IMPORT PERU S.A.C. estará compuesta por tres socios quienes tendrán acciones divididas de 60%, 20% y 20%. El capital social de la empresa es de S/. 56,796 el cual representa el 60% de la inversión inicial, este monto se hará en efectivo, el aporte restante será financiado con el Banco.

1.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

Para la presente idea de negocio no se contará con una marca propia por lo que el registro en INDECOPI no será necesario. Los productos que vamos a comercializar ya cuentan con una marca registrada en la entidad competente de su país (Alemania). El proveedor solo comercializará sus productos en Perú vía DOCK LEVEL IMPORT PERU S.A.C, siendo su único representante de marca.

1.10. Requisitos y Trámites Municipales

La empresa contará con un almacén alquilado de 200m² y dentro de este se encontrará la oficina administrativa en un área de 80m².

DOCK LEVEL IMPORT PERU S.A.C. realizará actividades en el Callao, para ello es necesario tramitar la licencia de funcionamiento, a continuación, se detallan los requisitos.

REQUISITOS

1. Formulario Único de Trámite – FUT
2. Declaración Jurada de Observancia de Defensa Civil (hasta 100mts²)
3. Copia de Certificado de Seguridad en Edificaciones – ITSE según corresponda (Establecimientos que superen los 500mts²)
4. Vigencia de Poder del Representante Legal
5. Pago de la tasa estipulada en el TUPA.
6. Contar con un número de RUC vigente, DNI del representante legal, la dirección del establecimiento, la actividad a desarrollar debe ser exacta y real.

Según la página web de la Municipalidad del Callao (s.f.) el pago por el trámite de Licencia de Funcionamiento de un área de 100 a 500mts² es de S/ 188.20

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

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es un padrón que contiene los datos de la actividad económica y demás información de importancia de los sujetos inscritos. El RUC es de uso obligatorio y único en toda declaración

o trámite que se realice ante la SUNAT, consta de once dígitos. (SUNAT, s.f.)

Para la obtención del RUC, el representante legal, se acercará al Centro de Servicios al Contribuyente de la SUNAT más cercano, portando lo siguiente:

- El original y copia fotostática de su DNI vigente.
- El original y copia fotostática del documento que sustenta su domicilio fiscal con una antigüedad no mayor a 2 meses, según haya marcado cuando realizó su inscripción por Internet (recibo de agua, recibo de luz, recibo de cable, contrato de alquiler, etc.) o cualquiera de ellos si no marcó alguno.
- Copia de la minuta de inscripción en la notaria o Escritura.
- El trámite es personal, sin embargo, en caso la persona que va a activar su RUC sea un tercero autorizado, deberá adicionalmente exhibir el original de su DNI y copia fotostática, así como una carta poder legalizada notarialmente. En este caso ya no se requiere el original y copia del DNI del titular.
- Al activar su RUC, solicite su código de usuario y clave de acceso (Clave SOL), la cual le permitirá realizar diversos trámites a través de Internet, como pagar y presentar sus declaraciones, solicitar autorización de impresión de comprobantes de pago a través de imprentas conectadas a este sistema, entre otros.

- Si existiera establecimientos anexos se debe declarar, como un almacén o tiendas comerciales.

Hay que señalar que, a partir del 2018, al inscribir el RUC por primera vez afectándose al Régimen Especial, el Régimen MYPE Tributario o Régimen General, tendrá la condición de emisor electrónico a partir del primer día calendario del tercer mes siguiente a su inscripción.

Para determinar el régimen tributario al cual se acogerá la empresa se comparará el Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER) con el Régimen MYPE Tributario (RMT).

Tabla 7 Comparación Régimen Tributario

Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER)	Régimen MYPE Tributario (RMT)
Ventas anuales no deben de superar los S/ 525,000	Ingresos Anuales no deben superar las 1700 UIT
Emite todo tipo de Comprobantes de pago	Emite todo tipo de Comprobantes de pago
Tiene restricción por cierto tipo de actividades	No tiene actividades restringidas
Presenta Declaración Mensual por IGV y Renta	Presenta Declaración y pago a cuenta mensual del Impuesto a la Renta con tasas diferenciadas de acuerdo a los ingresos netos anuales.
Solo lleva dos registros contables (compras y ventas)	Presenta Declaración Anual con tasas diferenciadas de acuerdo a la ganancia o utilidad
No obligados a presentar declaraciones anuales	Obligado a llevar Libros Contables de acuerdo a sus ingresos

Fuente: SUNAT (2019)

La empresa DOCK LEVEL IMPORT PERU S.A.C. se constituirá como persona jurídica y se acogerá al Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER).

1.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME)

“Es el documento llevado a través de los medios informáticos desarrollados por la SUNAT, en el que se encuentra la información de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación – modalidad formativa laboral y otros (practicantes), personal de terceros y derechohabientes” (SUNAT, s.f.)

A partir del 1.08.2011 la Planilla electrónica tiene dos componentes que son el Registro de Información Laboral (T-Registro) y la Planilla Mensual de Pagos (PLAME).

Tabla 8 Componentes de la Planilla Electrónica

Planilla Electrónica	Concepto	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, personal de terceros.	A través de la Clave SOL, opción Mi RUC y otros registros
PLAME	Planilla Mensual de Pagos	Comprende información laboral, de seguridad social y	Se descarga el programa en www.sunat.gob.pe , se elabora, se

otros datos sobre el tipo de ingresos de los sujetos registrados, trabajadores.	genera archivo y se envía en SUNAT operaciones en Línea
---	---

Fuente: SUNAT

1.12.1. ¿Qué es PLAME?

“Se denomina PLAME a la Planilla Mensual de Pagos, segundo componente de la Planilla Electrónica, que comprende información mensual de los ingresos de los sujetos inscritos en el Registro de Información Laboral (T-REGISTRO)”. (SUNAT, s.f.)

Se debe considerar en este registro:

Ilustración 6 Sujetos e información a considerar para el T-REGITRO



Fuente: SUNAT

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

La empresa DOCK LEVEL IMPORT PERU S.A.C. está afectada ya que cuenta con más de 3 trabajadores registrados y está constituida como persona jurídica.

1.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral

La empresa DOCK LEVEL IMPORT PERU S.A.C. realizará los contratos de su personal mediante el régimen laboral especial Microempresa, este régimen promueve la formalización de la micro y pequeña empresa, facilitando el acceso a los derechos laborales y la seguridad social de trabajadores y empleadores. (SUNAT, s.f.)

Tabla 9 Régimen Laboral de La Micro y Pequeña Empresa

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	Descanso vacacional de 15 días calendarios
Descanso vacacional de 15 días calendarios	Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD
Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (SEGURO INTEGRAL DE SALUD)	Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración)
Cobertura Previsional	Cobertura Previsional
Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración)	Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de trabajo de Riesgo (SCTR)
	Derecho a recibir 2 gratificaciones al año
	Derecho a participar en las utilidades de la empresa
	Derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración

Fuente: SUNAT

Según lo detallado, no se estaría afecto a:

- Pago de CTS
- Pago completo de gratificaciones
- Asignación familiar
- Pago de utilidades, recién a partir de 20 empleados
- Póliza de seguro
- Jornada nocturna

1.14. Modalidades de Contratos Laborales

Un contrato laboral es aquel documento legal que suscriben dos partes, el empleador y el empleado. Mediante el cual el empleado presta sus servicios profesionales a cambio de una remuneración económica por parte de empleador. Si no existiera la firma de este documento se estaría dejando expuesta a la organización a una sanción del órgano fiscalizador, en este caso sería el Ministerio de Trabajo.

Existen 3 tipos de Modelos de Contratos según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2010) que son:

- a. Contrato de trabajo a Plazo Indeterminado o indefinido
- b. Contrato de trabajo sujeto a modalidad
- c. Contrato de trabajo en régimen de tiempo parcial

La empresa DOCK LEVEL IMPORT PERU S.A.C. realizará el contrato sujeto a modalidad por inicio de nueva actividad. Los contratos tendrán una duración de 3 meses considerado como el periodo de prueba, pudiendo ser renovados según el desempeño de los trabajadores a 6 meses.

1.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas

DOCK LEVEL IMPORT PERU S.A.C. celebrará los siguientes contratos comerciales:

- 1) Contrato de sociedad o acta constitutiva: Mediante el cual se registran los datos referentes a la formación de una sociedad.
- 2) Contrato de prestación de servicios: Este aplica para contratar los servicios de Contabilidad, Técnico y Ayudante.
- 3) Contrato de trabajo: Se celebrará con los trabajadores de la empresa.
- 4) Contrato de compra venta: Será celebrado entre la empresa y el vendedor, se

colocarán las cláusulas.

5) Contrato de arrendamiento: el alquiler del local en donde operará la empresa.

II. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

2.1. Identificación, descripción y justificación del producto a importar

Las puertas seccionales cuentan con automatización superior y son fáciles de manipular a comparación de las puertas plegables o incluso cortinas de lamas de PVC que antes usaban para los muelles de carga y descarga de los almacenes. Estas puertas son diseñadas según la medida del cliente ya que todos los accesorios y partes son específicamente para la puerta a fabricar. Las rampas niveladoras lo que hace es compensar la diferencia de altura entre la superficie del camión y las rampas, como resultado la mercadería puede cargar y descargarse con un solo movimiento horizontal, el hacerlo con un montacargas es más complicado por la maniobra que se tiene que hacer y se levanta del piso hacia el transporte. Y los abrigos de muelle lo que hace es proteger la mercadería y al personal de las influencias climatológicas, ahorro en coste de energía, se adapta a todas las medidas de camiones y evita las corrientes de aire, se logra reemplazar perfectamente marquesinas y estructuras provisionales.

Los tres productos van de la mano ya que están diseñados especialmente para poder realizar un mejor proceso de carga y descarga de la mercadería hacia o desde el transporte, esto reduce tiempo.

Ilustración 7 Puertas Seccionales



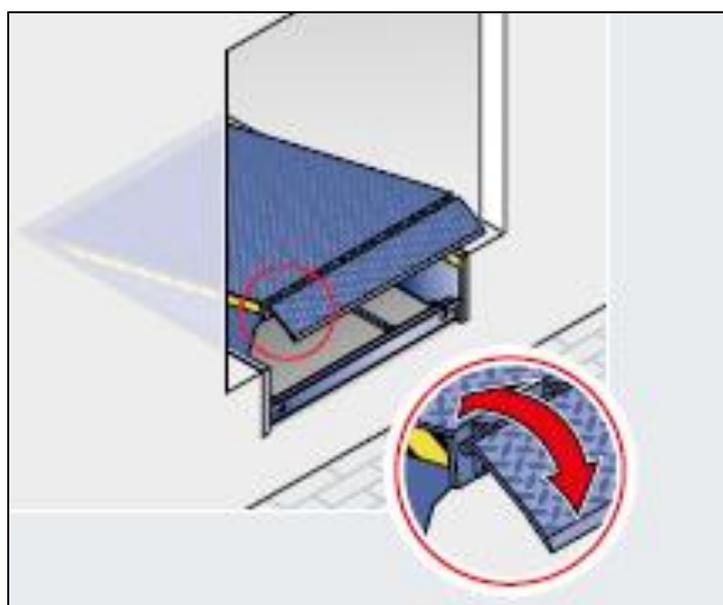
Fuente: Web Hoermann.com

Ilustración 8 Abrigo de Muelle de Lona



Fuente: Web Hoermann.com

Ilustración 9 Rampa Niveladora



Fuente: Web Hoermann.com

2.1.1 Clasificación arancelaria (en ambos países)

En Perú, la clasificación arancelaria para los tres productos son los siguientes:

- a. Puerta Seccional

Tabla 10 Partida Arancelaria Puerta Seccional

SECCION: XV METALES COMUNES Y MANUFACTURAS DE ESTOS METALES	
CAPITULO: 73 MANUFACTURAS DE FUNDICIÓN	
<u>7308.30.00.00</u>	PUERTAS, VENTANAS, Y SUS MARCOS, CONTRAMARCOS Y UMBRALES

Fuente: SUNAT

Tabla 11 Gravámenes Vigentes Puerta Seccional

Gravámenes Vigentes	Valor
Ad/Valorem	0%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General a las Ventas	16%
Impuesto de Promoción Municipal	2%
Derecho Específicos	N.A.
Derecho Antidumping	N.A.
Seguro	0.75%
Sobretasa Tributo	0%
Unidad de Medida:	(*)
Sobretasa Sanción	N.A.

Fuente: SUNAT

b. Abrigo de Muelle de Lona

Tabla 12 Partida Arancelaria Abrigo de Muelle de Lona

SECCION: VII PLASTICO Y SUS MANUFACTURAS; CAUCHO Y SUS MANUFACTURAS	
CAPITULO: 39 PLASTICO Y SUS MANUFACTURAS	
<u>3926.90.90.90</u>	LAS DEMAS

Fuente: SUNAT

Tabla 13 Gravámenes Vigentes Abrigo de Muelle de Lona

Gravámenes Vigentes	Valor
Ad/Valorem	6%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General a las Ventas	16%
Impuesto de Promoción Municipal	2%
Derecho Específicos	N.A.
Derecho Antidumping	N.A.
Seguro	2.5%
Sobretasa Tributo	0%
Unidad de Medida:	(*)
Sobretasa Sanción	N.A.

Fuente: SUNAT

c. Rampa Niveladora

Tabla 14 Partida Arancelaria Rampa Niveladora

SECCION: XVI MAQUINAS Y APARATOS, MATERIAL ELECTRICO Y SUS PARTES; APARATOS DE GRABACION O REPRODUCCION DE SONIDO, APARATOS DE GRABACION O REPRODUCCION DE IMAGEN Y SONIDO DE TELEVISION	
CAPITULO: 84 REACTORES NUCLEARES, CALDERAS, MAQUINAS, APARATOS Y ARTEFACTOS MECANICOS; PARTES DE ESTAS MAQUINAS O APARATOS	
<u>8428.90.90.00</u>	LAS DEMAS

Fuente: SUNAT

Tabla 15 Gravámenes Vigentes Rampa Niveladora

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

Fuente: SUNAT

Los conceptos tributarios son importantes para precisar los costos para importar estos tres productos.

En Alemania, la clasificación arancelaria para los tres productos serían las siguientes:

- Puerta Seccional: 73083000
- Abrigo de Muelle de Lona: 39259080
- Rampa Niveladora: 84289090

2.1.2 Ficha técnica comercial

A continuación, se detalla la ficha técnica comercial de los tres productos en su versión en español.

Ilustración 10 Ficha Técnica Puerta Seccional

<p>Puerta Seccional SPU</p>	
<p>Materiales</p>	<p>Panel sándwich de acero de 42 mm de grosor con rotura de puente térmico</p>
<p>Movimiento de la puerta silencioso</p>	<p>Los soportes de rodillos de las bisagras de acero galvanizado con ruedas de material sintético ajustables montadas sobre rodamientos, garantizan un movimiento preciso y silencioso.</p>
<p>Soporte de rodillos plegable galvanizado</p>	<p>Dado que el soporte de rodillos se puede plegar, el alto de dintel se reduce y se evita que el panel superior se doble por encima de la puerta cuando esta está abierta.</p>
<p>Uniones a prueba de arrancamiento</p>	<p>Las estables bisagras centrales de acero galvanizado unen los paneles con gran exactitud. Los perfiles del borde de los paneles están diseñados de tal manera que los tornillos se introducen de forma segura contra el arrancamiento varias veces a través de la chapa.</p>
<p>Suspensión prefabricada</p>	<p>La suspensión del techo de los carriles-guía se realiza con fijaciones especiales de acero galvanizado con agujeros oblongos. Estos son prefabricados en la</p>

	mayor medida posible para cada situación de montaje.
Seguridad contra caída	Conducción segura de la puerta, Compensación del peso optima, Sistema paracaídas, Protección contra rotura de muelle
Sistema antipinzamiento	Sistema antipinzamiento, Guía de cable interior, Protección contra aprehensión lateral, Protección contra accidentes

Fuente: Web Hoermann.com

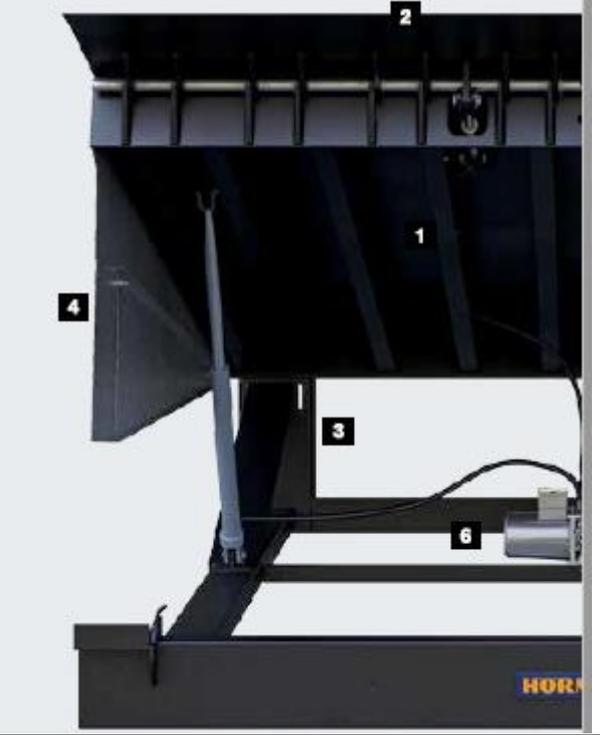
Tabla 16 Ficha Técnica Abrigo de Muelle de Lona

Abrigo de Muelle de Lona	
Materiales	Marco de acero galvanizado y lona
Estructura de brazo de guía flexible	La estructura del brazo de guía es flexible tanto en horizontal como en vertical, gracias a su modo de construcción y los perfiles abiertos especiales. Al presionar el abrigo de muelle, el marco delantero se mueve ligeramente hacia arriba.
Brazos de guía telescópicos	delantero seguir los movimientos de elevación del camión. Con esta estructura patentada se puede minimizar de forma sencilla el riesgo de danos por rampas intercambiables que se deben elevar para el estacionamiento o vehículos que se elevan mediante bomba después del acoplamiento. El marco delantero se puede mover hasta 250 mm de forma conjunta o posteriormente. Los brazos de guía telescópicos también se pueden equipar posteriormente.
Estructura de brazos de tijera robusta	La ventaja de la ejecución de brazos de tijera radica en su rigidez. También permite ejecuciones especialmente altas o profundas. La estructura

	de marco se presiona de forma paralela y tensa el revestimiento mediante resortes de tracción tras el procedimiento de carga y descarga.
Lonas con tensión de resorte	Las lonas laterales y superior están compuestas de un tejido de soporte de 2 capas de 3 mm de grosor provisto de monofilamento de poliéster y una imprimación de PVC por ambos lados. A diferencia de las lonas de poliéster tradicionales, los monofilamentos en el material de las lonas laterales proporcionan una tensión previa considerable en la parte trasera del camión y, por tanto, un sellado excelente. Las lonas laterales están provistas de tiras de marcado: en las ejecuciones de brazos de guía 1 pieza por lado, en las ejecuciones de brazos de tijera 4 piezas por lado, en los modelos de calzada 6 piezas por lado.
Parte superior con inclinación	En esta estructura, los marcos delantero y trasero tienen alturas diferentes. La pendiente formada de 100 mm desvía el agua de lluvia hacia el borde delantero.
Parte superior recta con vierteaguas	El revestimiento superior de las piezas superiores rectas está equipado con orificios para el desagüe. El agua de lluvia se desvía hacia un lado a través de un canal de drenaje.

Fuente: Web Hoermann.com

Tabla 17 Ficha Técnica Rampa Niveladora

<p>Rampa Niveladora Hidráulica</p>	
<p>Material</p>	<p>Acero perfilado S 235, chapa lacrimada</p>
<p>Plataforma resistente torsionable</p>	<p>Mediante perfiles con las dimensiones exactas en el borde inferior de la plataforma y el sistema hidráulico de doble cilindro se logra una excelente capacidad de torsión sin afectar negativamente a la estabilidad. De esta forma la rampa niveladora puede seguir los movimientos del suelo de carga del camión incluso con una inclinación lateral desigual. La cantidad y el acabado de los refuerzos evitan deformaciones (estrías) ofreciendo valores mejores a los que exige la norma EN 1398.</p>
<p>Uña estable</p>	<p>Las uñas abatibles y retractiles se fabrican en una pieza con chapa lacrimada. La uña de acero perfilado S 355 JO cumple todos los requisitos con un grosor de 12 / 14 mm..</p>
<p>Estructura resistente</p>	<p>La rampa niveladora se puede cargar por defecto con hasta 60 kN, opcionalmente hasta 90 kN (carga nominal según EN 1398). Para bienes especialmente pesados, se puede suministrar la rampa</p>

	<p>niveladora de una abatible también para cargas nominales de hasta 180 kN.</p> <p>La rampa niveladora está prevista para un rango de temperatura de -10 a $+50$ °C en la zona del sistema hidráulico, es decir, debajo de la rampa niveladora. En caso de temperaturas menores, se debe usar un aceite especial.</p>
Placas de protección para los pies	<p>Las chapas laterales evitan el aprisionamiento de los pies entre la rampa niveladora y la rampa.</p> <p>Perfilado antideslizante</p> <p>Bajo petición, la plataforma y la una se equipan adicionalmente con un revestimiento antideslizante en la clase R11 según DIN 51130 de poliuretano reforzado con fibras de Twaron, en caso necesario también con aislamiento acústico.</p> <p>Marcas de seguridad</p> <p>El marcado negro y amarillo señala la posición de trabajo.</p>
Apoyos de mantenimiento	<p>Permiten la realización segura de los trabajos de mantenimiento.</p>
Fiabile sistema hidráulico de doble cilindro	<p>2 cilindros principales garantizan en todo momento un funcionamiento de la rampa niveladora equilibrado y, sobre todo, seguro. En caso de una parada de emergencia, por ejemplo, si la una ya no se apoya al alejarse el camión, las válvulas de parada de emergencia automáticas de ambos cilindros reaccionan de forma casi simultánea. De esta forma se evita una posición oblicua de la plataforma en caso de parada de emergencia.</p>

Fuente: Web Hoermann.com

2.1.3 Ecuación de valor para el mercado nacional

Calidad: cada producto es realizado bajo especificaciones y procedimientos previamente evaluados por los especialistas para poder

entregar un producto de calidad incluyendo la mano de obra que se requiere para cada proceso de fabricación de estos productos.

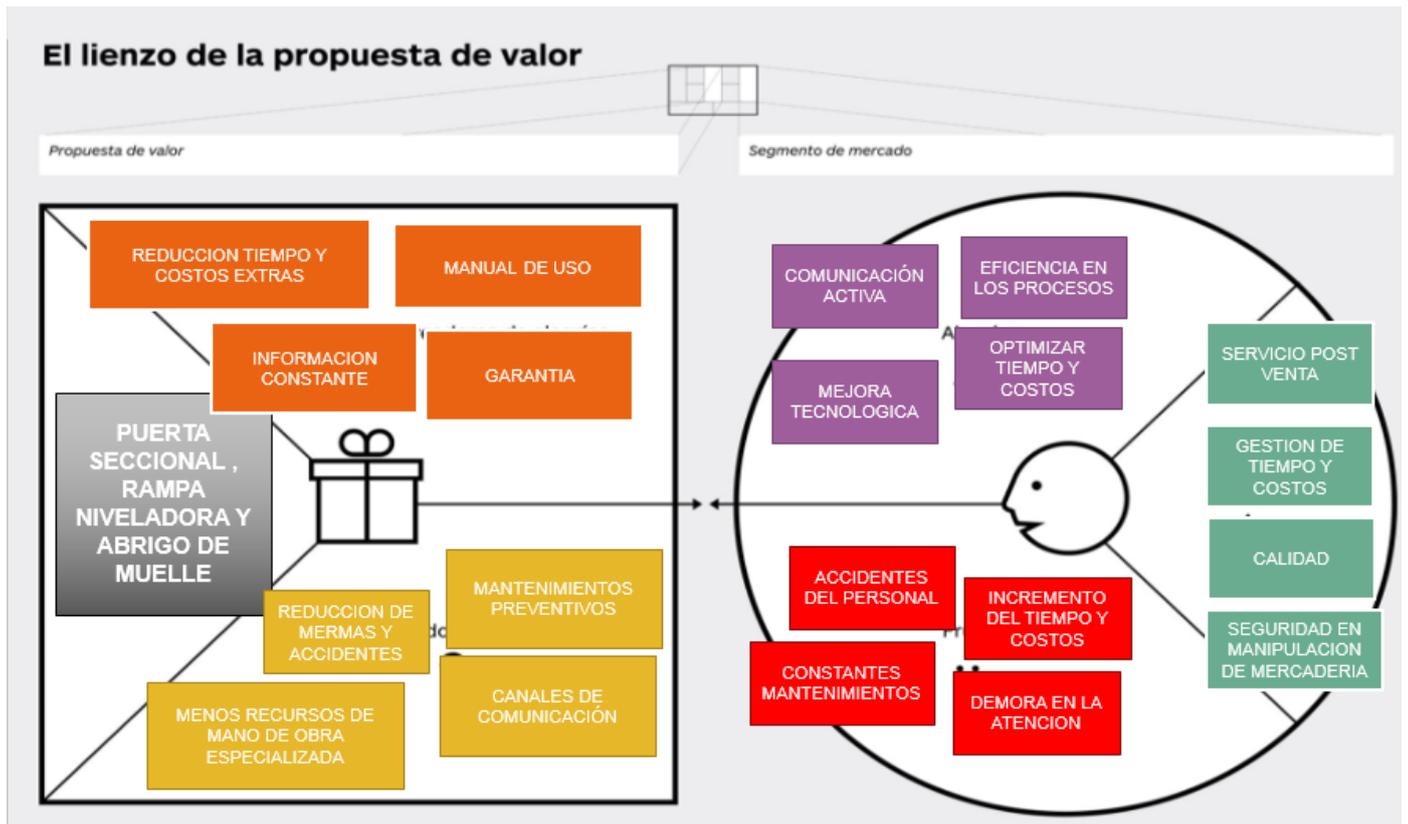
Tiempo: por el fácil manejo que tienen los productos, hay una optimización en tiempos de carga y descarga de la mercadería al transporte.

Costos: los productos sustitutos son más costosos e incluso generan costos extras por reparación o mantenimiento constante, es por lo que le ofrecemos los tres productos a un precio competitivo con la mejor calidad de fabricación alemana.

Servicio Post Venta: después de instalado los productos o entregados al cliente se da una garantía de un año, con lo que nuestra respuesta es inmediata para poder solucionar cualquier inconveniente y dar la garantía correspondiente o alguna consulta del cliente. Contamos con la capacitación constante y el soporte inmediato del proveedor.

Seguridad de Personal: todos los productos también son fabricados para evitar que las personas que manipulen los productos sufran algún accidente.

Ilustración 11 Propuesta de Valor



Fuente: Elaboración Propia

2.1.4 Determinación de la marca a usar

No se va a crear una marca para el producto ya que se va a comercializar con la marca del proveedor, ya que tiene posicionamiento en el mercado internacional.

El Grupo Hormann es el proveedor líder en Europa. Los socios responsables son Thomas J. Hörmann, Martin J. Hörmann y Christoph Hörmann. Es una empresa familiar bajo el signo de innovación, la calidad garantizada y proximidad al cliente.

2.2. Investigación de mercado objetivo

Para investigar nuestro mercado objetivo debemos considerar el análisis de nuestros productos en otros mercados de acuerdo a las partidas arancelarias seleccionadas para la importación. Por lo que tomaremos en cuenta los principales países que venden a las empresas de distintos países y se analizara los principales países que compran el producto que está dentro de nuestro proyecto. Con toda la información obtenida vamos a establecer un mercado objetivo, cubriendo sus necesidades.

Tabla 18 Principales países exportadores mundiales de la partida 7308300000 (dólares americanos)

Exportadores	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019
China	11,987,397	105,81,048	10,802,655	11,491,286	13,373,224
Alemania	4,484,780	4,337,571	4,591,476	5,008,630	4,618,197
Polonia	1,838,166	1,836,804	2,234,916	2,781,948	2,939,314
España	1,787,373	1,713,710	1,806,095	2,034,105	1,910,238
Países Bajos	1,237,714	1,717,307	1,545,482	1,661,246	1,748,363
Bélgica	1,163,770	1,340,590	1,563,446	1,632,843	1,651,971
Italia	1,741,847	1,627,620	1,741,968	1,833,521	1,596,737
Corea, República de	3,430,521	3,810,813	4,841,065	2,373,341	1,536,655
República Checa	1,185,358	1,190,217	1,298,927	1,371,344	1,328,044
Turquía	1,244,994	1,000,592	1,047,421	1,213,400	1,326,842

Fuente: TradeMap

Tabla 19 Principales países exportadores mundiales de la partida 3926909090 (dólares americanos)

Exportadores	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019
China	17,991,450	17,485,328	17,928,568	19,504,974	21,439,700
Alemania	7,861,478	8,297,318	9,095,570	10,010,721	9,575,967
Estados Unidos de América	6,286,216	6,395,937	6,809,691	7,231,064	6,913,056
Italia	2,596,466	2,735,302	3,032,335	3,363,835	3,218,628
Francia	2,346,219	2,481,550	2,738,387	2,999,103	2,930,455
Polonia	1,390,842	1,508,254	1,637,891	2,291,824	2,309,641
Países Bajos	1,663,095	1,882,091	1,946,759	2,179,711	2,178,051
Japón	1,690,192	1,804,048	2,002,191	2,166,817	2,153,724
México	1,738,395	1,776,764	1,962,666	1,960,958	1,964,899
República Checa	1,454,068	1,506,120	1,758,212	1,978,127	1,929,529

Fuente: TradeMap

Tabla 20 Principales países exportadores mundiales de la partida 8428909000 (dólares americanos)

Exportadores	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019
Alemania	4,008,624	3,998,015	4,726,480	5,421,767	5,305,829
China	4,578,178	4,069,123	4,203,370	4,717,248	4,935,142
Italia	1,750,569	1,744,835	2,191,286	2,327,202	2,145,851
Países Bajos	1,252,642	1,474,686	1,632,039	1,894,300	1,875,505
Estados Unidos de América	2,090,070	1,878,447	1,740,744	1,940,554	1,837,051
Japón	1,090,541	1,128,530	1,335,643	1,412,500	1,345,264
Francia	1,005,632	1,047,766	1,121,835	1,173,318	1,204,305
Corea, República de	1,098,534	994,275	1,169,909	1,403,766	1,152,839
Canadá	905,928	871,946	981,782	1,137,609	1,095,874
España	905,020	965,677	1,064,037	1,126,140	982,552

Fuente: TradeMap

Como podemos observar en los cuadros, en base a la información obtenida en el Trade Map, tenemos a dos principales exportadores de los tres productos que son China y Alemania.

Tabla 21 Principales mercados proveedores para un producto importado por Perú de la partida 7308300000 (miles de dólares americanos)

Exportadores	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019
China	61,992	59,062	27,262	28,198	89,142
España	24,113	20,001	41,554	22,485	28,495
India	32,831	36,517	5,709	318	14,437
Alemania	8,260	3,531	11,070	8,199	13,891
Portugal	320	318	261	82	13,798
Estados Unidos de América	56,039	15,879	22,054	29,983	10,943
Sudáfrica	6,842	6,022	7,933	7,795	6,839
Italia	11,054	4,574	7,853	6,782	6,370
Chile	14,939	23,328	10,404	6,143	6,056
Austria	1,017	1,345	829	5,521	5,764

Fuente: TradeMap

Tabla 22 Principales mercados proveedores para un producto importado por Perú de la partida 3926909090 (miles de dólares americanos)

Exportadores	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019
China	56,117	57,795	63,128	77,929	84,586
Estados Unidos de América	22,788	21,140	21,223	22,562	23,478
Alemania	5,943	5,899	5,903	6,496	7,001
Colombia	4,464	4,213	4,530	5,383	6,771
México	4,578	3,924	4,388	4,930	5,925
España	2,464	2,051	3,181	3,931	5,530
Italia	5,091	4,164	3,957	4,417	4,749
Brasil	2,735	2,433	3,070	3,329	3,155
Corea, República de	2,112	1,765	2,228	2,116	2,442

Chile	1,735	1,543	1,590	4,479	2,378
-------	-------	-------	-------	-------	-------

Fuente: TradeMap

Tabla 23 Principales mercados proveedores para un producto importado por Perú de la partida 8428909000 (miles de dólares americanos)

Importadores	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019
Chile	1,855	692	638	904	1,184
República Dominicana	210	0	181	10	633
Colombia	38	31	103	282	481
Ecuador	477	549	686	624	467
Brasil	55	0	0	0	288
Bolivia, Estado Plurinacional de	711	754	648	548	275
México	47	450	543	259	256
Italia	60	0	0	0	98
Camerún	161	0	0	0	48
Zona franca	0	0	73	41	41

Fuente: TradeMap

Como podemos observar en los cuadros, en base a la información obtenida en el Trade Map, para las puertas y los abrigos de muelle de lona está como uno de los principales países proveedores que Perú tiene es Alemania, pero para las rampas niveladoras, está en el puesto 22 y no figura entre los 10 primero esto se debe a que el producto es diferente a las otras rampas niveladoras por su sistema de manejo.

Nuestro principal proveedor será Alemania ya que requerimos los tres productos del mismo proveedor para poder satisfacer a nuestros potenciales clientes.

2.2.1 Segmentación de mercado objetivo

2.2.1.1 Segmentación del mercado objetivo macro

PBI

El Banco Mundial indico que el PBI del Perú caerá 12% en el 2020, un resultado que contrasta con el cálculo de crecimiento de 3.2% que tenía el Banco Mundial en enero pasado, antes de la pandemia. Pero a pesar de ello, el Banco Mundial estima que la economía peruana hará un repunte en el 2021 con un crecimiento de 7%. (Web Diario Gestión, 2020)

Ilustración 12 Cálculo del crecimiento 2020

	2017	2018	2019e	2020f	2021f	2020f	2021f
Argentina	2.7	-2.5	-2.2	-7.3	2.1	-6.0	0.7
Belize	1.9	2.1	0.3	-13.5	6.7	-15.6	4.9
Bolivia	4.2	4.2	2.7	-5.9	2.2	-8.9	-1.0
Brazil	1.3	1.3	1.1	-6.0	2.2	-10.0	-0.3
Chile	1.2	3.9	1.1	-4.3	3.1	-6.8	0.1
Colombia	1.4	2.5	3.3	-4.9	3.6	-8.5	-0.3
Costa Rica	3.9	2.7	2.1	-3.3	3.0	-5.8	0.0
Dominica ²	-9.5	0.5	9.6	-4.0	4.0	-8.9	-0.1
Dominican Republic	4.7	7.0	5.1	-0.8	2.5	-5.8	-2.5
Ecuador	2.4	1.3	0.1	-7.4	4.1	-7.6	3.3
El Salvador	2.3	2.4	2.4	-5.4	3.8	-7.9	1.3
Grenada	4.4	4.2	3.1	-9.6	6.5	-12.5	3.6
Guatemala	3.0	3.1	3.6	-3.0	4.1	-6.0	0.9
Guyana	2.1	4.1	4.7	51.1	8.1	-35.6	-2.4
Haiti ³	1.2	1.5	-0.9	-3.5	1.0	-2.1	1.5
Honduras	4.8	3.7	2.7	-5.8	3.7	-9.3	0.2
Jamaica	1.0	1.9	0.7	-6.2	2.7	-7.3	1.5
Mexico	2.1	2.2	-0.3	-7.5	3.0	-8.7	1.2
Nicaragua	4.6	-4.0	-3.9	-6.3	0.7	-5.8	0.1
Panama	5.6	3.7	3.0	-2.0	4.2	-6.2	-0.4
Paraguay	5.0	3.4	0.0	-2.8	4.2	-5.9	0.3
Peru	2.5	4.0	2.2	-12.0	7.0	-15.2	3.5
St. Lucia	2.2	1.4	1.4	-8.8	8.3	-12.0	5.3
St. Vincent and the Grenadines	1.0	2.0	0.4	-5.5	4.0	-7.8	1.7
Suriname	1.8	2.6	2.3	-5.0	3.0	-7.5	0.9
Uruguay	2.6	1.6	0.2	-3.7	4.6	-6.2	1.1

Fuente: Banco Mundial – Diario Gestión

Aquí podemos observar cómo ha ido el primer y segundo trimestre del 2020 en lo que respecta al PBI y es como lo indico el Banco Mundial, esperemos que para el próximo año estas dos actividades económicas puedan crecer más, con ello poder estimar nuestra proyección de ventas en los próximos 5 años.

Economía e Inversión

“Fondo Monetario Internacional (FMI) estima que la economía peruana crecerá apenas 3,25%. Aunque bajo, este porcentaje significaría una mejora respecto al 2019, que cerró con un crecimiento de 2,2%, afectado por choques de oferta y un contexto externo desfavorable.” (Web Diario Gestión, 2020)

“La inversión privada en el Perú 2020 registrará un crecimiento promedio de 5,2% entre 2020 y 2023, según proyecta el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF). Mientras que, la inversión pública crecerá 6,6% promedio entre 2020 y 2023” (Rankia, 2020)

Esperando que para el término del año o el 2021 la economía del Perú haya mejorado para todos los sectores económicos.

2.2.1.2 Segmentación del mercado objetivo micro

Para la micro segmentación nos vamos a dirigir a las empresas de almacenes integrales. Este mercado objetivo está tomando mayor

demanda que cuentan con varias naves de almacenamiento que agilizan la distribución de diferentes tipos de mercadería.

Aquí la lista de algunos almacenes de distribución más importantes que se encuentran también en Lima Metropolitana.

Ilustración 13 Principales Empresas – Almacenes Integrales

Ransa (S/ 780.96)

Empresa logística del Grupo Romero, con operaciones en Perú, Bolivia, Ecuador, Colombia, El Salvador, Guatemala y Honduras.

Neptunia (S/ 326.277)

Empresa del Grupo Andino Investment Holding. Posee centro de operaciones logísticas en Callao, Paita, Trujillo, Pucallpa y Arequipa

Dinet (S/ 125.735)

Empresa logística del Grupo Sandoval. Tiene una trayectoria en sectores como consumo, minería, bienes duraderos, retail, entre otros.

Fuente: Web Diario El Comercio

2.2.2 Definición del perfil del consumidor

Actualmente, el consumidor peruano ha ido generando cambios en lo que corresponde a los hábitos de consumo, al tener mayores ingresos sus consumos son más sofisticados, quieren estar seguros de la calidad, le interesa la tecnología de punta como también está interesado en obtener productos o servicios de marcas reconocidas o que le den la seguridad de

que es un buen producto. Se considera mucho la presentación, para el peruano debe ser seguro y en buenas condiciones.

Para el caso de las empresas a los que nos vamos a dirigir, debemos darle la seguridad de que los productos son de calidad, vienen en buenas condiciones y que de requerir la instalación por parte de nosotros está 100% asegurada con nuestro personal capacitado.

Ilustración 14 Buyer Persona



JEFE DE OPERACIONES

Buyer persona tiene entre 35 a 40 años. Dividen su tiempo entre el trabajo y su familia. Tiene a cargo el área de logística entre 15 a 30 empleados bajo su supervisión. Tienen más de 10 años de experiencia. Siempre están pendientes de su celular después del horario de oficina, debido a los posibles siniestros en manipuleo de carga. Tienen una larga jornada de trabajo monitoreando sus principales objetivos como minimizar pérdidas y ser eficientes en sus tiempos de manipuleo de carga. Este buyer persona valora la maximización de uso de tiempo y costos .

Elaboración propia

2.2.3 Medición del mercado objetivo

Al 31 de marzo de 2020, se tiene a 2'765,699 empresas activas registradas en el Directorio Central de Empresas y Establecimientos, es una cifra mayor en 13,4% en comparación con el mismo periodo del 2019. (INEI, 2020)

Se han constituido 61,488 empresas entre enero y marzo del 2020, así como se dieron de baja 30,183 presentando una variación neta de 31,304 empresas. (INEI,2020)

Ilustración 15 Variación Neta de Empresas por Trimestre 2018-20

Concepto	2018				2019				2020	Var. % I Trim. 2020/19
	I Trim	II Trim	III Trim	IV Trim	I Trim	II Trim	III Trim	IV Trim	I Trim	
Stock al inicio del período	2 303 511	2 332 218	2 379 445	2 430 812	2 393 033	2 438 636	2 662 940	2 699 130	2 734 619	14,3
Altas ^v	66 067	63 748	63 721	70 547	76 764	72 365	77 634	66 743	61 488	-19,9
Bajas ²	-37 449	-27 711	-22 974	-45 052	-31 065	-31 165	-34 529	-30 793	-30 184	-2,8
Otros Ingresos y salidas ³	89	11 190	10 620	-63 274	-96	183,104	-6,915	- 461	-224	-
Variación neta ⁴	28 618	36 037	40 747	25 495	45 699	41 200	43 105	35 950	31 304	-
Stock al final del período	2 332 218	2 379 445	2 430 812	2 393 033	2 438 636	2 662 940	2 699 130	2 734 619	2 765 699	13,4
Tasa de altas (%) ⁵	2,8	2,7	2,6	2,9	3,1	2,7	2,9	2,4	2,2	-
Tasa de bajas (%) ⁶	1,6	1,2	0,9	1,9	1,3	1,2	1,3	1,1	1,1	-
Tasa neta ⁷	1,2	1,5	1,7	1,1	1,9	1,5	1,6	1,3	1,1	-

Fuente: INEI

Las actividades económicas que registraron una mayor variación neta y más representativas fueron empresas con actividades de servicio de comidas y bebidas (3 mil 958), servicios prestados a empresas (3 mil 134), e industrias manufactureras (1 mil 343). (INEI,2020)

Las actividades económicas que tuvieron una menor tasa neta de crecimiento y más representativas fueron la actividad de transporte y almacenamiento (0,5%), industrias manufactureras (0,6%). (INEI,2020)

Ilustración 16 Altas y Bajas de las empresas, según actividad económica Trimestres 2020

Actividad económica	Stock ¹⁾	Altas ²⁾	Bajas ³⁾	Variación Neta ⁴⁾	Tasa de altas (%) ⁵⁾	Tasa de bajas (%) ⁶⁾	Tasa neta (%) ⁷⁾
Total	2 765 699	61 488	30 184	31 304	2,2	1,1	1,1
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	43 172	1 026	1 068	- 42	2,4	2,5	-0,1
Explotación de minas y canteras	18 777	2 601	489	2 112	13,9	2,6	11,2
Industrias manufactureras	212 674	4 085	2 742	1 343	1,9	1,3	0,6
Construcción	89 948	2 938	1 203	1 735	3,3	1,3	1,9
Venta y reparación de vehículos	76 892	1 747	930	817	2,3	1,2	1,1
Comercio al por mayor	266 507	8 138	4 698	3 440	3,1	1,8	1,3
Comercio al por menor	858 892	15 666	6 194	9 472	1,8	0,7	1,1
Transporte y almacenamiento	167 120	4 134	3 343	791	2,5	2,0	0,5
Actividades de alojamiento	29 145	497	214	283	1,7	0,7	1,0
Actividades de servicio de comidas y bebidas	228 252	5 579	1 621	3 958	2,4	0,7	1,7
Información y comunicaciones	57 701	796	375	421	1,4	0,6	0,7
Servicios prestados a empresas	273 747	5 606	2 472	3 134	2,0	0,9	1,1
Salones de belleza	41 744	927	200	727	2,2	0,5	1,7
Otros servicios ⁸⁾	401 128	7 748	4 635	3 113	1,9	1,2	0,8

Fuente: INEI

En el primer trimestre del 2020 se crearon 61 mil 488 empresas, menor en 19,9% respecto a similar periodo del 2019. En comparación al trimestre anterior, en el I Trimestre de 2020 se registró una variación neta de -5 mil 255 empresas. Y hubo una disminución en el número de altas de empresas del 7,9%. (INEI,2020)

Ilustración 17 Altas de Empresas, según trimestre 2017-20

Trimestre	2017	2018	2019	2020	Var.% 2020/19
I Trim.	68 746	66 067	76 764	61 488	-19,9
II Trim.	67 976	63 748	72 365	-	-
III Trim.	78 754	63 721	77 634	-	-
IV Trim.	68 416	70 547	66 743	-	-

Fuente: INEI

En el I Trimestre de 2020, se registró una mayor concentración de altas de empresas las actividades de comercio al por mayor con 13,2%, servicios

prestados a empresas y actividades de servicio de comidas y bebidas con 9,1% respectivamente. (INEI,2020)

Por otra parte, las siguientes actividades presentan una variación negativa en el I Trimestre, respecto a similar periodo del año anterior, que son la actividad de construcción (-43,5%), transporte y almacenamiento (-41,4%). (INEI,2020)

Ilustración 18 Alta de Empresas según Actividad Económica 2019-20

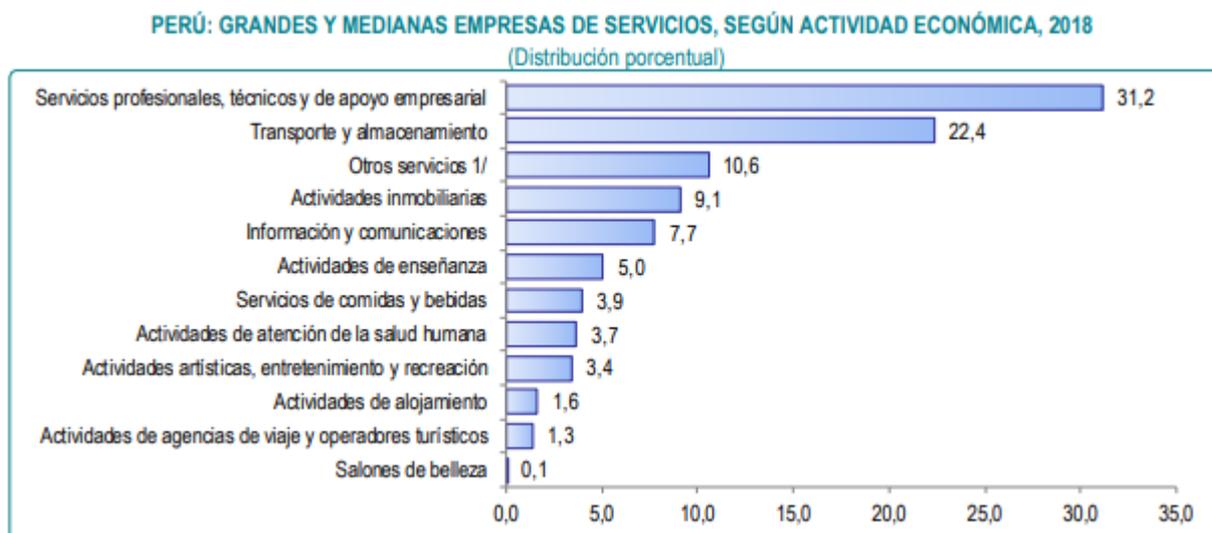
Actividad económica	2019	2020	Estructura % I Trim. 2020	Var. % I Trim. 2020/19
	I Trim.	I Trim.		
Total	76 764	61 488	100,0	-19,9
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	1 310	1 026	1,7	-21,7
Explotación de minas y canteras	456	2 601	4,3	470,4
Industrias manufactureras	4 881	4 085	6,6	-16,3
Construcción	5 201	2 938	4,8	-43,5
Venta y reparación de vehículos	2 225	1 747	2,8	-21,5
Comercio al por mayor	9 695	8 138	13,2	-16,1
Comercio al por menor	19 183	15 666	25,5	-18,3
Transporte y almacenamiento	7 057	4 134	6,7	-41,4
Actividades de alojamiento	566	497	0,8	-12,2
Actividades de servicio de comidas y bebidas	6 873	5 579	9,1	-18,8
Información y comunicaciones	1 024	796	1,3	-22,3
Servicios prestados a empresas	7 429	5 606	9,1	-24,5
Salones de belleza	1 061	927	1,5	-12,6
Otros servicios 1/	9 803	7 748	12,6	-21,0

Fuente: INEI

En base a las empresas creadas de transporte y almacenamiento.

Vamos a enfocarnos en grandes y medianas empresas de las empresas de servicios las que son de transporte y almacenamiento.

Ilustración 19 Grandes y Medianas Empresas de Servicios según Actividad



Fuente: INEI

Ilustración 20 Empresas de Servicios según Actividad Económica en Lima



Metropolitana

Fuente: INEI

Con la información presentada anteriormente sobre el porcentaje de empresas que hay en Perú, y realizando la micro segmentación de mercado, que son las empresas de almacenes integrales de Lima Metropolitana vamos a determinar la demanda para Lima Sur.

Tabla 24 Determinación de la Demanda

Descripción	Cantidad
N° de empresas en Perú	2'765,699
% empresas formales en Lima Metropolitana	57%
Cantidad de empresas formales en Lima Metropolitana	1'576,448
% empresas en Lima Metropolitana	45%
Cantidad de empresas en Lima Metropolitana	709,402
% grandes y medianas empresas en Lima Metropolitana	21%
Cantidad de grandes y medianas empresas en Lima Metropolitana	148,974
% empresas de transporte y almacenamiento en Lima Metropolitana	45%
Cantidad de empresas de transporte y almacenamiento en Lima Metropolitana	67,038
% empresas de transporte y almacenamiento en Lima Sur	33%
Cantidad de empresas de transporte y almacenamiento en Lima Sur	22,123
Mercado disponible (n)	22,123
Cantidad de compras por año	3
Demanda potencial (Q)	22,123
% Mercado efectivo	58%
Mercado efectivo	12,831
Participación de mercado	0.56%
Ventas anuales	72

Fuente: INEI
Elaboración Propia

En la tabla anterior se presenta el cálculo de la demanda potencial que tendrá la empresa, teniendo en cuenta que nuestro mercado objetivo va a

requerir realizar al menos 3 compras al año de los productos que ofrecemos. Se espera vender anualmente 72 productos entre puertas seccionales, rampas niveladoras y abrigos de muelle de lona.

2.3. Análisis de oferta y demanda en el mercado

2.3.1 Análisis de oferta

2.3.1.1 Oferta Mundial

Hemos realizado un análisis de los diferentes aspectos que involucran a nuestros productos finales como una oportunidad para que ayuden al cliente final. Se está comenzando a importar las puertas seccionales, rampas niveladoras y abrigos de muelle, teniendo una mayor oferta en el mercado internacional ello contribuye a que pueda ser comercializado y exportado en diferentes países.

En los siguientes cuadros vamos a observar a los principales países exportadores de puertas seccionales, rampas niveladoras y abrigos de muelle, en base a dos factores: miles de dólares americanos y en cantidad.

Tabla 25 Principales Exportadores Mundiales de la partida 7308300000 (miles de dólares americanos)

Exportadores	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019
China	11,987,397	10,581,048	10,802,655	11,491,286	13,373,224
Alemania	4,484,780	4,337,571	4,591,476	5,008,630	4,618,197
Polonia	1,838,166	1,836,804	2,234,916	2,781,948	2,939,314
España	1,787,373	1,713,710	1,806,095	2,034,105	1,910,238
Países Bajos	1,237,714	1,717,307	1,545,482	1,661,246	1,748,363
Bélgica	1,163,770	1,340,590	1,563,446	1,632,843	1,651,971
Italia	1,741,847	1,627,620	1,741,968	1,833,521	1,596,737
Corea, República de	3,430,521	3,810,813	4,841,065	2,373,341	1,536,655
República Checa	1,185,358	1,190,217	1,298,927	1,371,344	1,328,044
Turquía	1,244,994	1,000,592	1,047,421	1,213,400	1,326,842

Fuente: TradeMap

Tabla 26 Principales Exportadores Mundiales de la partida 7308300000 (toneladas)

Exportadores	Cantidad exportada en 2015	Cantidad exportada en 2016	Cantidad exportada en 2017	Cantidad exportada en 2018	Cantidad exportada en 2019
China	7,085,299	6,953,166	7,075,390	7,029,491	7,987,950
Alemania	1,603,389	1,697,109	1,629,581	1,597,942	1,557,443
Polonia	842,728	927,763	1,057,757	1,112,918	1,150,790
España	816,492	847,014	930,448	948,193	929,010
Turquía	662,904	571,182	625,145	711,376	812,534
Corea, República de	933,284	1,069,022	1,187,061	652,186	648,403
Italia	705,100	733,712	698,333	686,087	635,008
Emiratos Árabes Unidos	329,338	321,144	504,241	556,958	536,337
República Checa	528,297	537,239	547,510	525,930	531,757
Países Bajos	414,829	546,225	444,862	470,204	475,473

Fuente: TradeMap

Tabla 27 Principales Exportadores Mundiales de la partida 8428909000 (miles de dólares americanos)

Exportadores	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019
Alemania	4,008,624	3,998,015	4,726,480	5,421,767	5,305,829
China	4,578,178	4,069,123	4,203,370	4,717,248	4,935,142
Italia	1,750,569	1,744,835	2,191,286	2,327,202	2,145,851
Países Bajos	1,252,642	1,474,686	1,632,039	1,894,300	1,875,505
Estados Unidos de América	2,090,070	1,878,447	1,740,744	1,940,554	1,837,051
Japón	1,090,541	1,128,530	1,335,643	1,412,500	1,345,264
Francia	1,005,632	1,047,766	1,121,835	1,173,318	1,204,305
Corea, República de	1,098,534	994,275	1,169,909	1,403,766	1,152,839
Canadá	905,928	871,946	981,782	1,137,609	1,095,874
España	905,020	965,677	1,064,037	1,126,140	982,552

Fuente: Trade Map

Tabla 28 Principales Exportadores Mundiales de la partida 8428909000 (toneladas)

Exportadores	Cantidad exportada en 2015	Cantidad exportada en 2016	Cantidad exportada en 2017	Cantidad exportada en 2018	Cantidad exportada en 2019
China	2,817,615	3,765,308	1,068,751	1,165,667	1,208,050
Estados Unidos de América	331,334	571,784	938,641	930,848	1,041,138
Alemania	306,232	307,358	359,131	399,696	399,711
Malasia	118,852	952,590	14,562	966,648	305,729
Australia	70,015	106,800	672,785	169,261	287,863

Italia	189,303	187,195	219,157	215,079	200,935
Sudáfrica	167,834	134,913	253,622	95,928	159,782
Países Bajos	113,158	125075	130,508	130,053	141,263
Francia	117,397	121,766	127,366	132,690	134,429
Corea, República de	94,734	84,851	88,248	99,550	91,923

Fuente: Trade Map

Tabla 29 Principales Exportadores Mundiales de la partida 3926909090 (miles de dólares americanos)

Exportadores	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019
China	17,991,450	17,485,328	1,7928,568	19,504,974	21,439,700
Alemania	7,861,478	8,297,318	9,095,570	10,010,721	9,575,967
Estados Unidos de América	6,286,216	6,395,937	6,809,691	7,231,064	6,913,056
Italia	2,596,466	2,735,302	3,032,335	3,363,835	3,218,628
Francia	2,346,219	2,481,550	2,738,387	2,999,103	2,930,455
Polonia	1,390,842	1,508,254	1,637,891	2,291,824	2,309,641
Países Bajos	1,663,095	1,882,091	1,946,759	2,179,711	2,178,051
Japón	1,690,192	1,804,048	2,002,191	2,166,817	2,153,724
México	1,738,395	1,776,764	1,962,666	1,960,958	1,964,899
República Checa	1,454,068	1,506,120	1,758,212	1,978,127	1,929,529

Fuente: TradeMap

Tabla 30 Principales Exportadores Mundiales de la partida 3926909090 (toneladas)

Exportadores	Cantidad exportada en 2015	Cantidad exportada en 2016	Cantidad exportada en 2017	Cantidad exportada en 2018	Cantidad exportada en 2019
Alemania	590,193	609,925	647,050	671,487	666,342
México	330,529	284,209	388,628	439,119	478,162
Polonia	159,154	176,657	189,897	233,251	240,340
Francia	209,473	217,830	224,773	233,207	226,980
India	220,346	253,024	273,575	204,075	211,175
Países Bajos	157,564	170,412	189,998	204,145	209,510
República Checa	149,282	139,517	149,361	211,937	176,511
Taipéi, Chino	193,987	189,924	191,881	183,313	167,039
Malasia	88,778	83,691	135,100	142,626	165,311
Bélgica	108,473	111,585	123,590	119,973	116,654

Fuente: TradeMap

Como se ha podido observar en las tablas China, Polonia y Alemania son los principales exportadores mundiales, y vemos que Alemania ha tenido un crecimiento significativo del 2015 al 2019 para los tres productos.

2.3.1.2 Oferta Local

Ahora debemos identificar nuestros productos finales en el mercado de Lima Metropolitana. Sabemos que existen ya empresas en Lima que venden los productos, entonces ya sabemos quiénes son nuestros competidores. Enfocándonos más en lo que son empresas de producción y los almacenes de distribución.

En la siguiente tabla se muestra las principales empresas que importan los tres productos para comercializarlos a nivel local y nacional.

Tabla 31 Principales Empresas Importadoras Peruanas de Puertas Seccionales 2019

Razón Social	Valor US\$ CIF	Participación
ALMACENES SUDAMERICANOS S.A.	231,555.82	27%
INFRACA LATAM SOCIEDAD ANONIMA CERRADA INFRACA LATAM S.A.C.	152,501.52	18%
FRIOPACKING S.A.C.	82,434.40	10%
ESTANTERIAS METALICAS J.R.M. S.A.C	77,226.92	9%
ASAP CONSULTING GROUP S.A.C	74,257.25	9%
ENERGY PROJECT GROUP SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - E.P. GROUP SAC	48,711.40	6%
COMERCIAL OTXEA RODAMIENTOS S.A.	39,693.68	5%
REFRICENTRO PERU S.A.C.	36,370.24	4%
GH INTEGRAL SOLUTIONS S.A.C.	34,471.10	4%
AUTOMATIC PANEL DOOR S.A.C. - AP DOOR S.A.C.	26,240.60	3%
ATS EUROPANEL SOCIEDAD ANONIMA - ATS EUROPANEL S.A.	21,611.52	3%
NORTON EDIFICIOS INDUSTRIALES PERU S.A.C.	17,500.02	2%
TOTAL GENERAL	842,574.47	100%

Fuente: Adex Data Trade

Tabla 32 Principales Empresas Importadoras Peruanas de Rampas Niveladoras 2019

Razón Social	Valor US\$ CIF	Participación
ALMACENES SUDAMERICANOS S.A.	569,730.24	56%
ESTANTERIAS METALICAS J.R.M. S.A.C	97,552.17	10%
FRIOPACKING S.A.C.	91,902.04	9%
ENERGY PROJECT GROUP SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - E.P. GROUP SAC	89,616.52	9%
CORPORACION DE TRANSPORTES CARLEY SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	44,598.00	4%
GH INTEGRAL SOLUTIONS S.A.C.	36,011.51	4%
GEMKA PROCUREMENT SOLUTIONS S.A.C.	26,872.00	3%
METAL TECNICA S A	25,372.38	3%
NORTON EDIFICIOS INDUSTRIALES PERU S.A.C.	15,432.91	2%
COINREFRI AIR S.A.C.	7,947.27	1%
TOTAL GENERAL	1,005,035.03	100%

Fuente: Adex Data Trade

Tabla 33 Principales Empresas Importadoras Peruanas de Abrigos de Muelle 2019

Razón Social	Valor US\$ CIF	Participación
ALMACENES SUDAMERICANOS S.A.	159,206.96	96%
ENERGY PROJECT GROUP SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - E.P. GROUP SAC	6,425.87	4%
TOTAL GENERAL	165,632.83	100%

Fuente: Adex Data Trade

Podemos observar que para las puertas seccionales y rampas niveladoras hay más empresas que importan esos productos, pero en cuanto a los

abrigos de muelle solo existen dos empresas que traen ese tipo de producto. Entonces esas empresas no están vendiendo el paquete completo y en eso nosotros nos vamos a enfocar para poder captar a nuestros clientes y ofrecerles productos de calidad.

2.3.2 Análisis y cálculo de la demanda

Se ha analizado la demanda de nuestros tres productos en el mercado objetivo que es Lima Metropolitana, el objetivo es medir las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado y cómo hacer para lograr la satisfacción de nuestro mercado objetivo, este tipo de análisis depende de la investigación de indicadores económicos como el PBI, la economía e inversión; que ya se ha realizado el análisis respectivo por lo cual es que nosotros hemos decidido satisfacer las necesidades de los clientes del sector de almacenamiento.

Tabla 34 Importaciones peruanas de la partida arancelaria 7308300000

Exportadores	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019
China	1172	1314	1214	2379	2857
Estados Unidos de América	2426	2107	973	2283	2351
España	2064	2612	2261	2682	2110
Chile	143	63	81	220	1982
México	263	96	127	174	652
Sudáfrica	0	0	0	0	258
Italia	232	406	138	97	186
Países Bajos	11	7	0	24	182
Alemania	171	344	66	142	168
Canadá	142	118	0	78	121

Fuente: TradeMap

Tabla 35 Importaciones peruanas de la partida arancelaria 8428909000

Exportadores	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019
China	1555	1855	2137	1806	3609
Estados Unidos de América	5283	7486	3627	3035	3582
México	1870	1337	1840	1505	2365
Australia	314	0	1142	44	1703
Italia	1518	893	1252	2102	1233
España	897	882	435	1587	1121
Argentina	41	367	66	68	977
Chile	0	49	2019	28	710
Polonia	0	0	0	226	515
Rumania	311	172	303	51	411

Fuente: Trade Map

Tabla 36 Importaciones peruanas de la partida arancelaria 3926909090

Exportadores	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019
China	40754	44144	50395	64334	71899
Estados Unidos de América	22286	20568	20666	21941	22875
Colombia	4391	4110	4447	5144	6634
Alemania	5138	5491	5369	6037	6616
México	4397	3836	4274	4787	5788
España	2360	1980	3044	3812	5394
Italia	4965	4044	3895	4304	4579
Brasil	2344	2089	2770	2931	2801
Chile	1682	1535	1582	4446	2337
Corea, República de	1671	1400	1579	1711	1994

Fuente: TradeMap

Como podemos observar en las tres tablas, nuestro país proveedor solo se encuentra en dos productos, menos en las rampas niveladoras. Como se dijo anteriormente, el sistema que maneja esta rampa niveladora es de calidad y fabricación diferente a las que se importan de Estados Unidos, México o España.

Como se puede observar en las siguientes tablas, se buscó a las principales empresas peruanas que importan desde Alemania los tres productos que queremos ofrecer a nuestros clientes y como vemos solo hay una empresa peruana que sería nuestra competencia directa en cuanto a los productos sean de origen alemán.

Tabla 37 Principal empresa importadora peruana de Alemania de la partida arancelaria 7308300000 en el 2019

Razón Social	Valor US\$ CIF
ENERGY PROJECT GROUP SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - E.P. GROUP SAC	121,975.36

Fuente: Adex Data Trade

Tabla 38 Principal empresa importadora peruana de Alemania de la partida arancelaria 8428909000 en el 2019

Razón Social	Valor US\$ CIF
ENERGY PROJECT GROUP SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - E.P. GROUP SAC	102,473.67

Fuente: Adex Data Trade

Tabla 39 Principal empresa importadora peruana de Alemania de la partida arancelaria 3926909090 en el 2019

Razón Social	Valor US\$ CIF
ENERGY PROJECT GROUP SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - E.P. GROUP SAC	6,425.87

Fuente: Adex Data Trade

2.3.2.1 Cálculo de la demanda proyectada

Para realizar el cálculo de la demanda proyectada vamos a utilizar los datos de importaciones de las partidas arancelarias de los tres productos. Para ello estamos considerando una proyección 5 años, ya que de esta

manera sabremos la demanda que tendremos hasta el 2025. A continuación, presentamos la data antes mencionada.

Tabla 40 Demanda de Perú del 2015 al 2020 de la Partida Arancelaria 3926909090

Años	2015	2016	2017	2018	2019
Abrigos de Muelle de Lona	50	69	45	71	91

Fuente: Veritrade

Tabla 41 Método de mínimos cuadrados 3926909090

X	X	Y	XY	X ²
2015	1	50	50	1
2016	2	69	138	4
2017	3	45	135	9
2018	4	71	284	16
2019	5	91	455	25
Total	15	326	1062	55

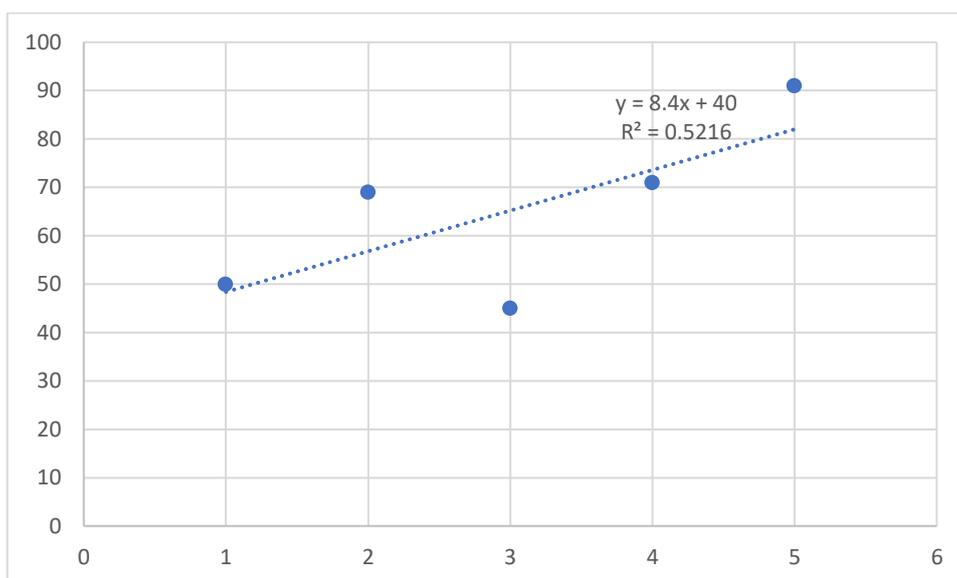
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 42 Demanda proyectada del mercado de Abrigos de Muelle de Lona al 2025

2021	2022	2023	2024	2025
99	107	116	124	132
Tendencia del crecimiento del mercado	9%	8%	7%	7%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 21 Proyección Lineal de Abrigos de Muelle de Lona



Como podemos observar en la figura, se ha utilizado una proyección lineal, tomando en cuenta en el coeficiente de correlación R^2 es de 0.52, lo cual podemos decir que la proyección es medianamente estable.

Tabla 43 Demanda proyectada de la empresa para los Abrigos de Muelle de Lona en unidades

Años	2021	2022	2023	2024	2025
Cantidad en unidades	30	32	33	36	39
Tasa de crecimiento		5%	6%	7%	8%

Fuente: Elaboración Propia

En este cuadro se puede observar que el primer año vamos a tener una demanda de 30 unidades en cuanto a Abrigos de Muelle de Lona, lo cual representa casi el 8% de la participación de mercado, correspondiente al total de las empresas de producción y almacenes de distribución en Lima Metropolitana. Tomando en cuenta la tendencia de crecimiento anual, podemos deducir que la empresa tendrá alta demanda del producto en el

mercado. Tomaremos como referencia el promedio de crecimiento del mercado proyectado; 5, 6, 7 y 8% por año de acuerdo con la proyección lineal realizada.

Tabla 44 Demanda de Perú del 2015 al 2020 de la Partida Arancelaria 8428909000

Años	2015	2016	2017	2018	2019
Rampas Niveladoras	40	64	81	72	110

Fuente: Veritrade

Tabla 45 Método de mínimos cuadrados 8428909000

X	X	Y	XY	X ²
2015	1	40	40	1
2016	2	64	128	4
2017	3	81	243	9
2018	4	72	288	16
2019	5	110	550	25
Total	15	367	1249	55

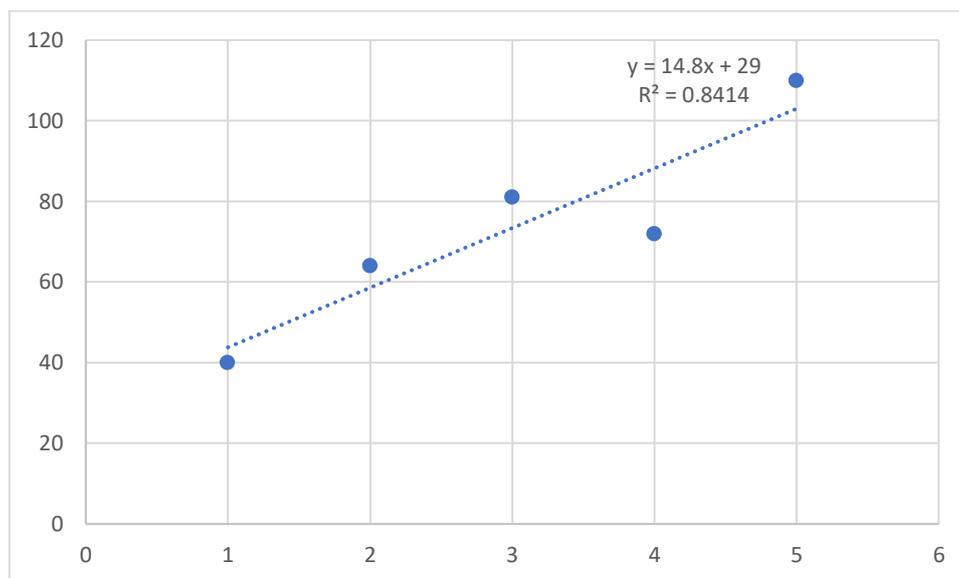
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 46 Demanda proyectada del mercado de Rampas Niveladoras al 2025

	2021	2022	2023	2024	2025
	121	133	145	158	170
Tendencia del crecimiento del mercado	10%	9%	9%	9%	8%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 22 Proyección Lineal de Rampas Niveladoras



Como podemos observar en la figura, se ha utilizado una proyección lineal, tomando en cuenta en el coeficiente de correlación R^2 es de 0.84, lo cual podemos decir que la proyección es estable.

Tabla 47 Demanda proyectada de la empresa para Rampas Niveladoras en unidades

Años	2021	2022	2023	2024	2025
Cantidad en unidades	18	19	20	22	24
Tasa de crecimiento		6%	7%	8%	9%

Fuente: Elaboración Propia

En este cuadro se puede observar que el primer año vamos a tener una demanda de 18 unidades en cuanto a Rampas Niveladoras, lo cual representa casi el 9% de la participación de mercado, correspondiente al total de las empresas de producción y almacenes de distribución en Lima Metropolitana. Tomando en cuenta la tendencia de crecimiento anual,

podemos deducir que la empresa tendrá alta demanda del producto en el mercado. Tomaremos como referencia el promedio de crecimiento del mercado proyectado; 6, 7, 8 y 9% por año de acuerdo con la proyección lineal realizada.

Tabla 48 Demanda de Perú del 2015 al 2020 de la Partida Arancelaria 7308300000

Años	2015	2016	2017	2018	2019
Puertas Seccionales	42	58	63	74	135

Fuente: Veritrade

Tabla 49 Método de mínimos cuadrados 7308300000

X	X	Y	XY	X ²
2015	1	42	42	1
2016	2	58	116	4
2017	3	63	189	9
2018	4	74	296	16
2019	5	135	675	25
Total	15	372	1318	55

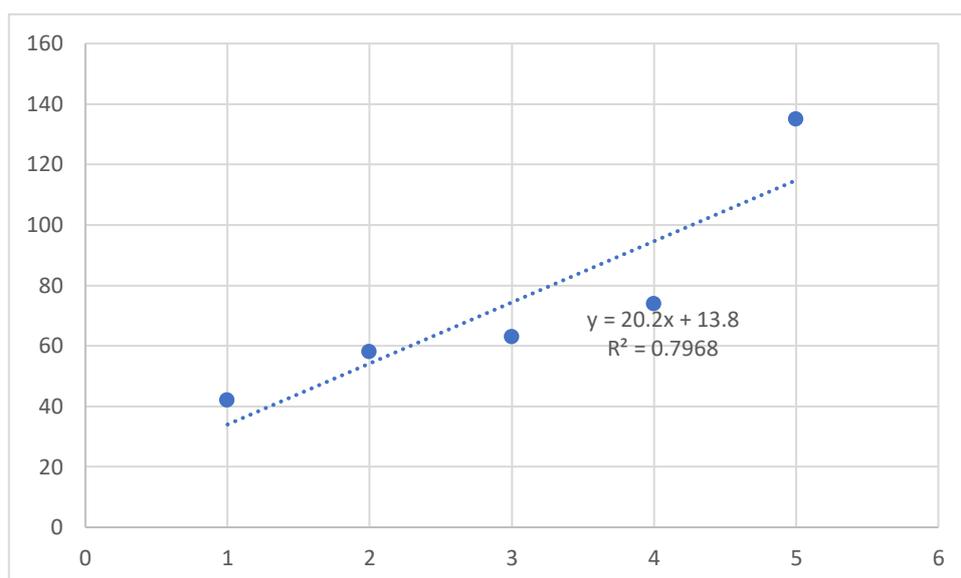
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 50 Demanda proyectada del mercado de Puertas Seccionales al 2025

2021	2022	2023	2024	2025
155	175	196	216	236
Tendencia del crecimiento del mercado	13%	12%	10%	9%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 23 Proyección Lineal de Puertas Seccionales



Como podemos observar en la figura, se ha utilizado una proyección lineal, tomando en cuenta en el coeficiente de correlación R^2 es de 0.79, lo cual podemos decir que la proyección es estable.

Tabla 51 Demanda proyectada de la empresa para Puertas Seccionales en unidades

Años	2021	2022	2023	2024	2025
Cantidad en unidades	24	26	28	31	34
Tasa de crecimiento		8%	9%	10%	11%

Fuente: Elaboración Propia

En este cuadro se puede observar que el primer año vamos a tener una demanda de 24 unidades en cuanto a Puertas Seccionales, lo cual representa casi el 11% de la participación de mercado, correspondiente al total de las empresas de producción y almacenes de distribución en Lima

Metropolitana. Tomando en cuenta la tendencia de crecimiento anual, podemos deducir que la empresa tendrá alta demanda del producto en el mercado. Tomaremos como referencia el promedio de crecimiento del mercado proyectado; 8, 9, 10 y 11% por año de acuerdo con la proyección lineal realizada.

Encuesta

Dentro de nuestros objetivos está el lograr el reconocimiento e identificación del producto en gran parte del mercado de puertas seccionales, rampas niveladoras y abrigos de muelle de lona, para ello se ha considerado realizar una encuesta a empresas de almacenes integrales, debido a que es nuestro mercado objetivo y requerimos saber la importancia de adquirir este tipo de productos dentro de sus procedimientos de carga y descarga de mercadería y tener claro si nuestros productos tendrán una aceptación buena. Las empresas por encuestar se encuentran dentro de Lima Metropolitana.

Los criterios de inclusión y exclusión son: Las medianas y grandes empresas dedicadas a la producción y almacenes de distribución. El muestreo de la población se ha utilizado el método cuantitativo. Para ello hemos identificado, tal como se muestra en nuestra tabla de medir el mercado efectivo, que tenemos 162,572 medianas y grandes empresas de almacenes integrales en el mercado Lima metropolitana, por lo cual solo tomaremos una muestra de 20 empresas.

Modelo de la Encuesta

Estimado(a):

A continuación, le presentamos una encuesta que nos permitirá conocer si nuestros productos: puertas seccionales, rampas niveladoras y abrigos de muelle de lona podrías ser aceptados dentro de las empresas de almacenes integrales en Lima Metropolitana. La información que nos brinde nos será de utilidad para conocer el grado de aceptación en el mercado de nuestros productos.

Para ello se ha formulado 13 preguntas que tienen relación con el tema que estamos investigando, por lo que le solicitamos su apoyo para responder el cuestionario con la mayor objetividad posible. Asimismo, he de indicarles que la información que coloquen es confidencial y anónima. La encuesta dura entre 5 a 7 minutos.

Agradecemos de antemano su participación.

Rubro de la empresa:

Nombre de la Empresa (Opcional):

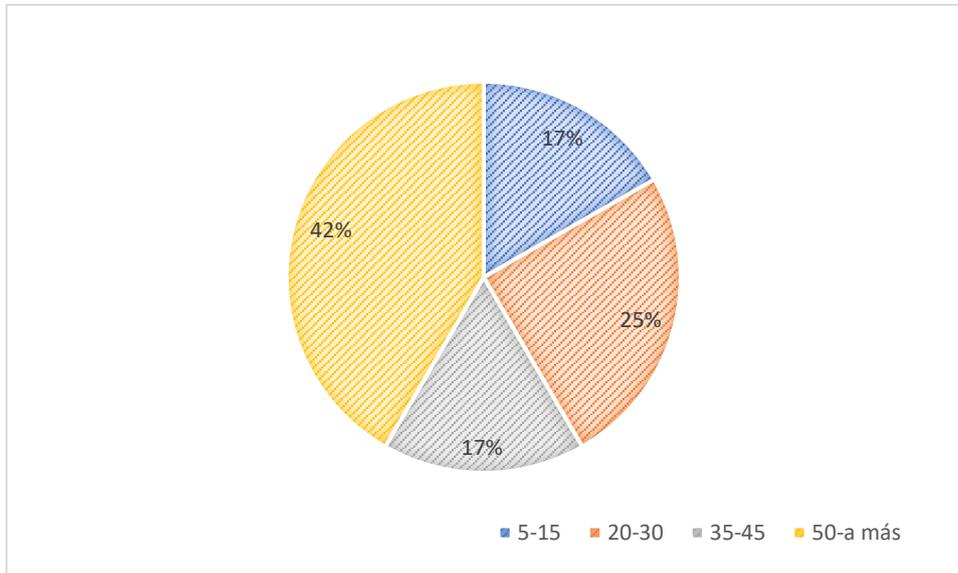
Antigüedad de su empresa en el rubro.

1-5 años () 6-10 años () 11-20 años () Más de 20 años ()

Cargo que desempeña en la empresa.

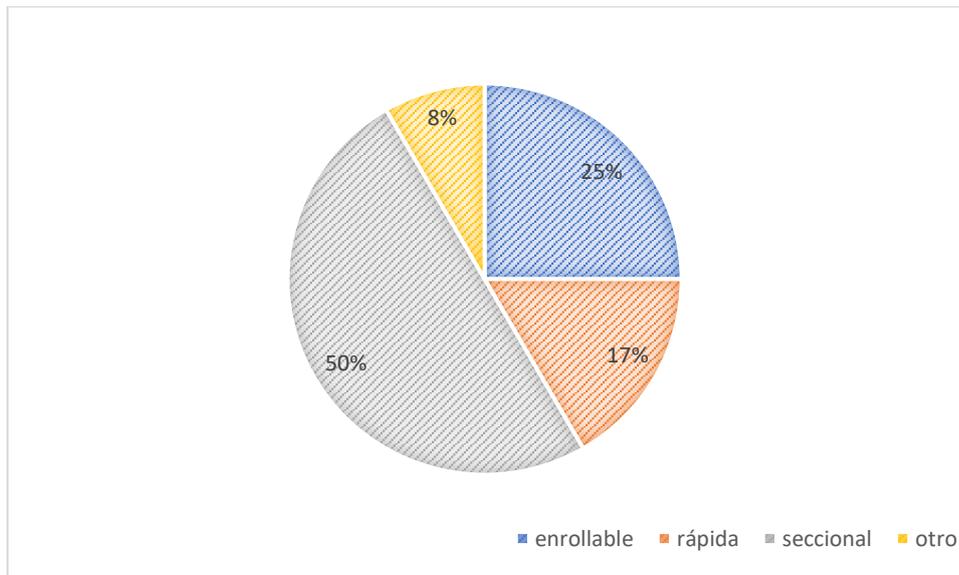
Gerencial () Jefe () Supervisor () Operativo ()

1. ¿Cuántas veces al día realizan carga y descarga de mercadería al transporte?



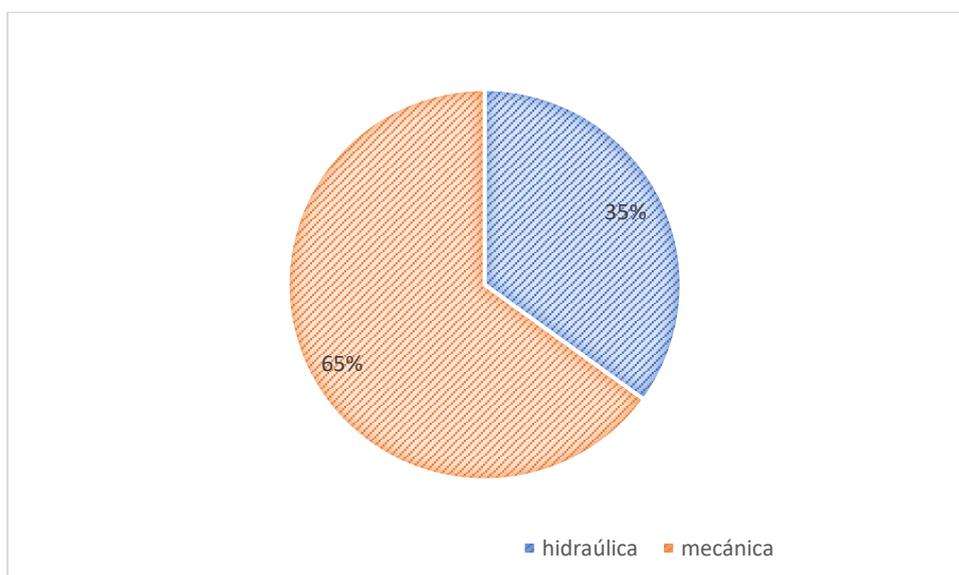
Como podemos observar en el gráfico el 42% de las empresas realizan la carga y descarga de la mercadería al transporte de 50 veces a más al día. El 25% de las empresas realizan la carga y descarga de la mercadería al transporte de 20 a 30 veces al día.

2. ¿Qué tipo de puerta tiene su almacén?



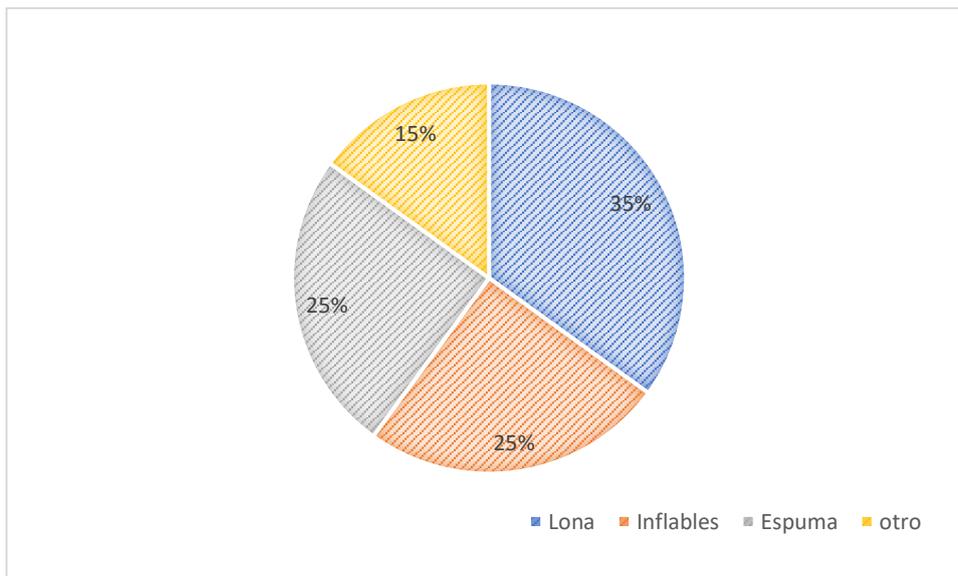
Como podemos observar en el gráfico el 25% de las empresas cuentan con puertas seccionales, el 50% cuenta con puertas enrollables en sus almacenes.

3. ¿Qué tipo de rampa tiene su almacén?



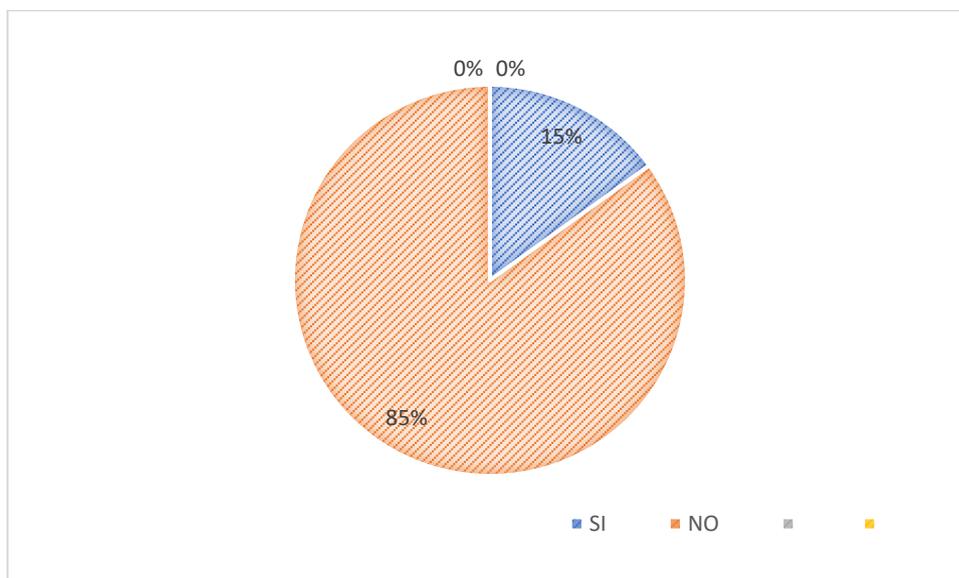
Como podemos observar en el gráfico el 65% de empresas cuenta con rampas niveladoras mecánicas usando éstas el tiempo de carga y descarga demora más, y solo el 35% de empresas utilizan rampas niveladoras hidráulicas usando éstas el tiempo es menor.

4. ¿Qué tipo de abrigo de muelle tiene su almacén?



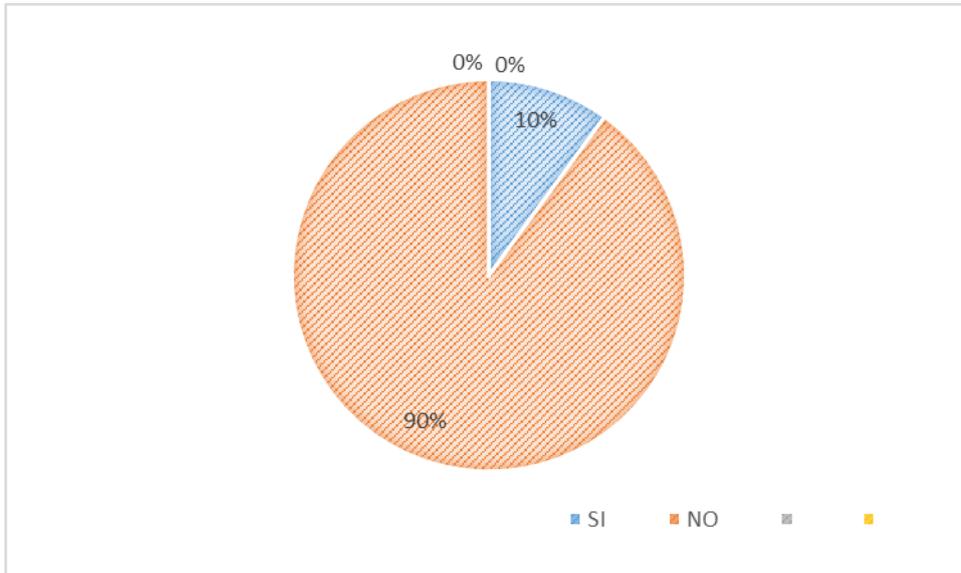
Como podemos observar en el gráfico el 35% de las empresas cuenta con abrigos de muelle de lona, el 25% de las empresas usa entre inflables y de espuma.

5. ¿Sabes que existen puertas seccionales, rampas niveladoras y abrigos de muelle de lona para cada tipo de empresa según su necesidad?



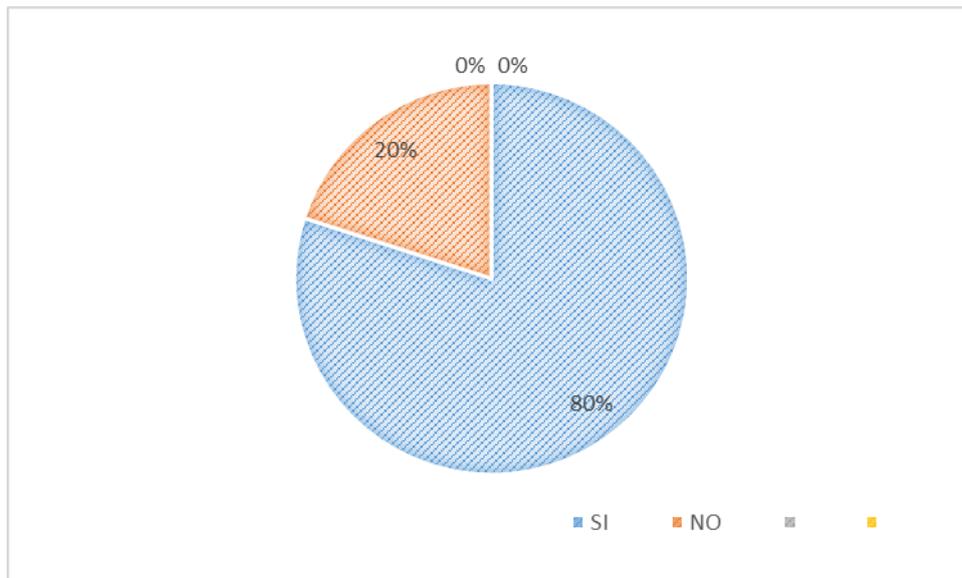
Como podemos observar en el gráfico el 85% de las empresas no saben que existen estos tres productos según la necesidad de las empresas. El otro 15% si sabia que existen estos productos para cada tipo de necesidad.

6. ¿Conoce los beneficios de utilizar puertas seccionales, rampas niveladoras y abrigos de muelle de lona marca HORMANN?



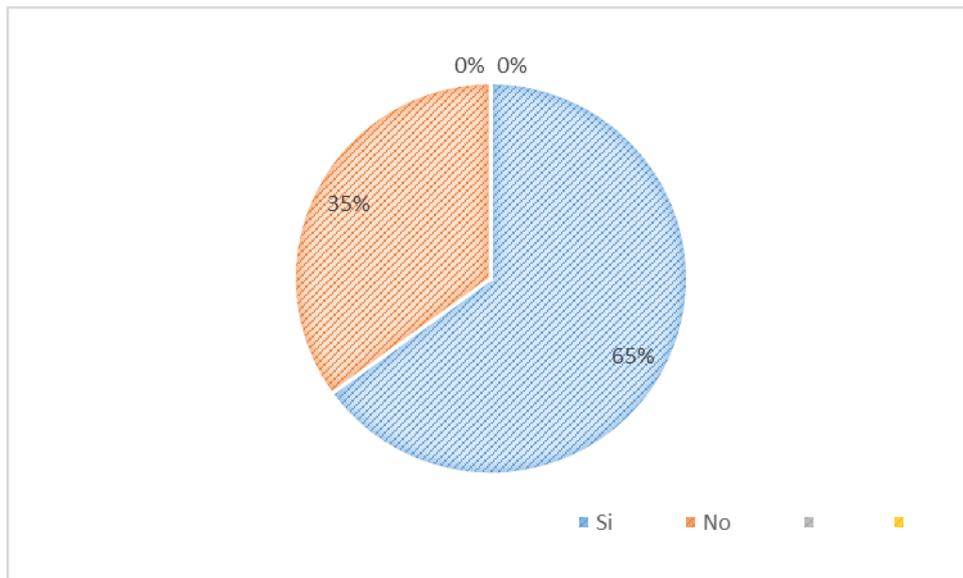
Como podemos observar en el gráfico el 90% de las empresas no sabe sobre los productos de marca HORMANN procedentes de Alemania. Esta marca le ofrecerá que los productos son de la mejor calidad, fácil manipuleo, precio competitivo, generará reducción de costos y el servicio post venta con el que queremos que los clientes puedan satisfacer las necesidades que tienen.

7. ¿Estaría dispuesto a comprar productos procedentes de Alemania?



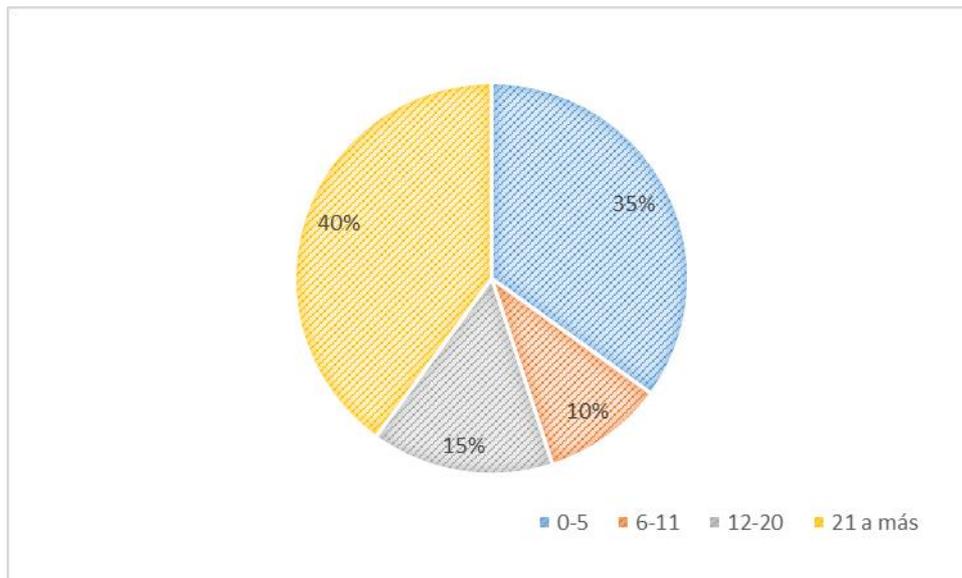
Como podemos observar en el gráfico el 80% de las empresas si estuviesen dispuestas a comprar los productos de procedencia alemana en base a los beneficios que les ofrecemos y que tengan la confianza de apostar por una mejora para sus empresas.

8. ¿Estaría dispuesto a pagar por los tres productos juntos?



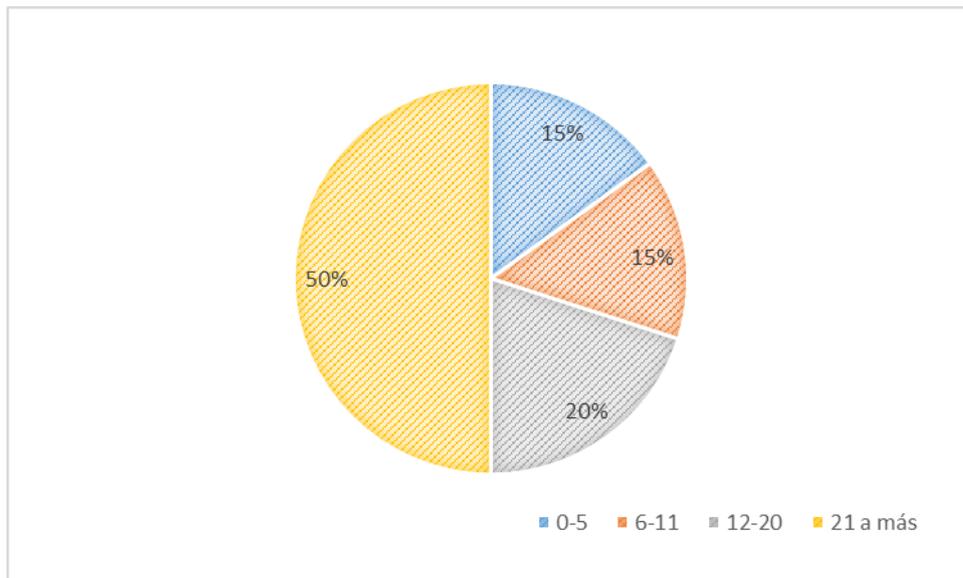
Como podemos observar en el gráfico el 65% de las empresas estarían dispuestos a comprar los tres productos y ver el cambio que esto generaría en cuanto al proceso de carga y descarga de mercadería de su almacén al transporte. El otro 35% no está tan seguro y quizás solo compren uno o dos de los tres productos que les ofrecemos, pues no quieren arriesgarse tanto.

9. ¿Cuántas unidades de puertas seccionales estaría dispuesto a comprar?



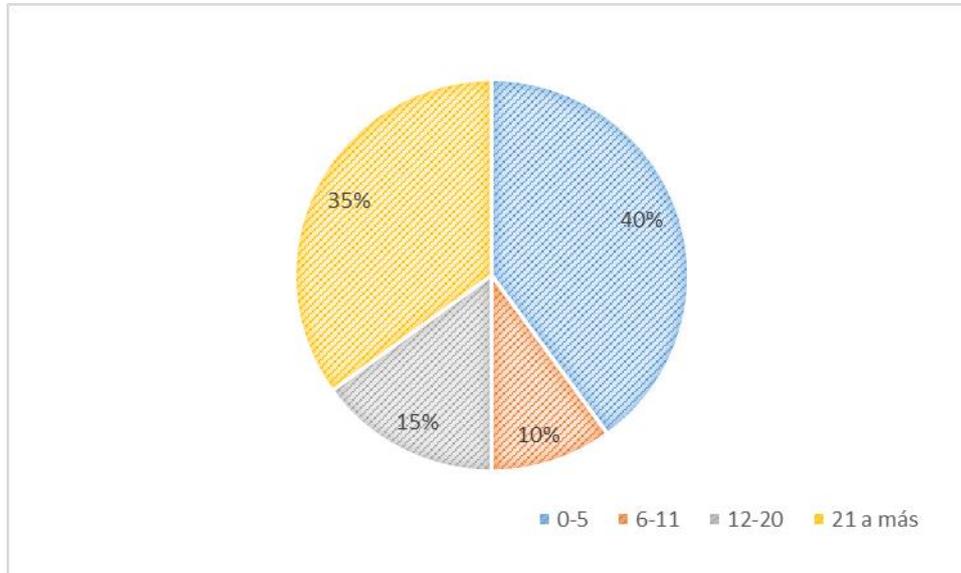
Como podemos observar en el gráfico el 40% de las empresas estarías dispuestas a comprar más de 21 puertas seccionales esto se debe a la cantidad de muelles de almacén con las que cuentan para realizar su carga y descarga de mercadería que debe ser un volumen grande diario.

10. ¿Cuántas unidades de rampas niveladoras estaría dispuesto a comprar?



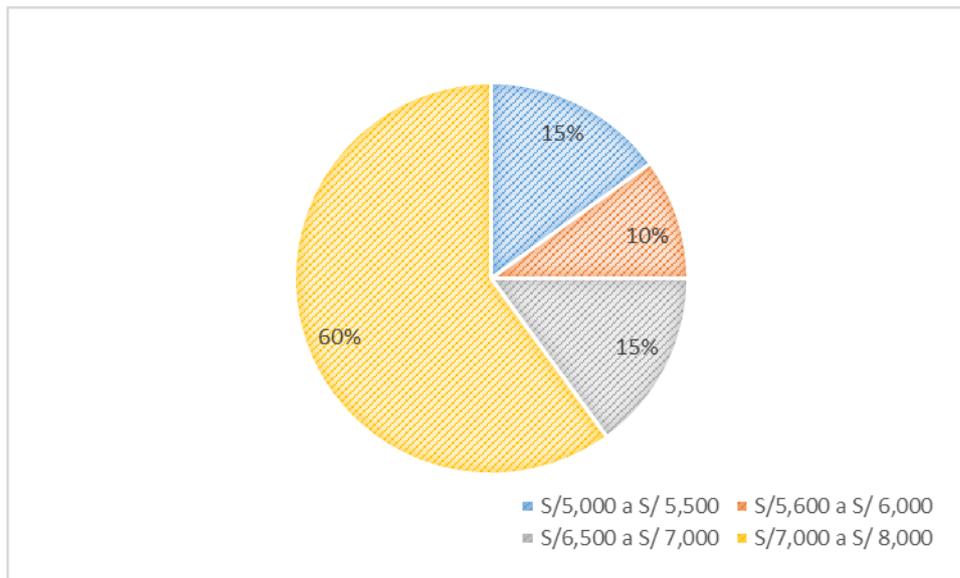
Como podemos observar en el gráfico el 50% de las empresas estaría dispuestas a comprar más de 21 rampas niveladoras, como se dijo esto se debe a la cantidad de muelles de almacén con las que cuentan para realizar su carga y descarga de mercadería que debe ser un volumen grande diario.

11. ¿Cuántas unidades de abrigos de muelle de lona estaría dispuesto a comprar?



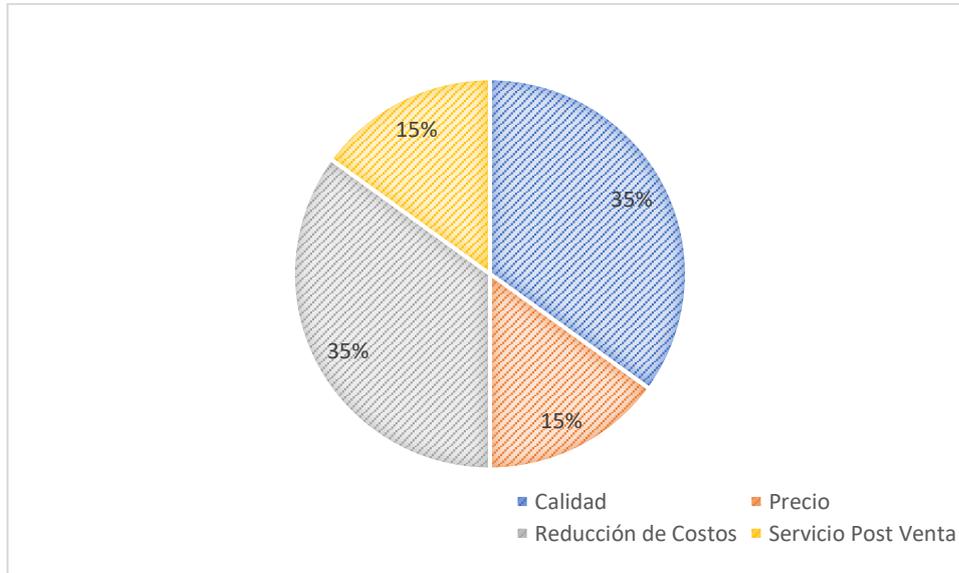
Como podemos observar en el gráfico el 40% de las empresas está dispuesta a comprar hasta 5 abrigos de muelle de lona, pues ellos creen que no es necesario cambiar por una nueva cada 1 o 2 años, pero eso también depende del uso de los muelles de carga de cada tipo de empresa. A comparación del 35% de empresas que si están dispuestas a comprar más de 21 abrigos de muelle de lona pues entienden que tienen que cambiarlas cada cierto tiempo por el uso que le dan.

12. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por los tres productos juntos?



Como podemos observar en el gráfico el 60% de las empresas están dispuestas a pagar entre S/ 7,000 a S/ 8,000 soles por los tres productos juntos; pues saben que los beneficios que los tres productos ofrecen darán resultados positivos y mejoras como empresa.

13. ¿Por cuál de estos beneficios le daría prioridad para comprar estos tres productos juntos?



Como podemos observar en el gráfico el 35% de las empresas le dan prioridad a la reducción de costos y calidad que les generaría la compra de estos tres productos juntos, en base a esto toman una decisión de compra y 35% a la reducción de costos que les generaría la compra de estos tres productos juntos, en base a esto toman una decisión de compra. En cambio, el otro 15% de las empresas dan prioridad al precio y 15% al servicio post venta, para ellos estos dos beneficios son más importantes para una toma de decisión de compra.

2.3.3 Análisis de competitividad y benchmarking

“El benchmarking es un proceso continuo por el cual se toma como referencia los productos, servicios o procesos de trabajo de las empresas líderes, para compararlos con los de tu propia empresa y posteriormente realizar mejoras e implementarlas.” (Roberto Espinosa,2018)

Ilustración 24 Etapas del Benchmarking



Fuente: Web RobertoEspinosa.es

A través del benchmarking nosotros como empresa realizaremos un análisis externo para conocer las nuevas tendencias y procesos que está realizando la competencia que lidera el mercado, con la finalidad de mejorarlas internamente en la empresa.

2.3.4 Análisis de precio de importación (compra)

El proveedor que fabrica y comercializa las puertas seccionales, rampas niveladoras y abrigos de muelle de lona es alemán, con este proveedor se han ido negociando precios hasta llegar a un acuerdo de ser sus principales distribuidores en Perú, estableciendo una política comercial de

compra que busca optimizar el precio que nos oferta y algunos descuentos adicionales sobre el precio, esto según el volumen de compra por parte de la empresa. La principal intención de esta política es poder incrementar las ventas locales y la participación dentro del mercado nacional.

Al ser un proveedor internacional, el precio de venta debe estar amparado en una regla Incoterm, que será CFR; por lo que se debe calcular el costo de importación desde que llega la mercadería al Puerto del Callao hasta el almacén de la empresa, teniendo como base el costo del producto ofrecido por el proveedor. Para el cálculo del costo de importación o factor de importación, se deben considerar varios puntos importantes como: precio ofrecido por el proveedor, costo de seguro de la carga, costos operativos en el Puerto del Callao, costos de Aduanas, costo de flete interno en destino. Cada uno de estos costos serán negociados con los diferentes agentes que participan en el proceso hasta llegar al costo final puesto en nuestro almacén; costo al que se le debe agregar el margen de ganancia establecido.

2.3.5 Análisis y determinación de formas de distribución

Como somos una empresa que recién está comenzando para los primeros 5 años vamos a realizar la entrega o despacho según coordinación con el cliente final.

- Primero, si el cliente desea despacho hacia sus instalaciones se le cobrará un flete por despacho incluyéndole ese costo en la cotización formal.
- Segundo, el cliente puede recoger en nuestro almacén su pedido y nosotros nos encargamos de subirlo a su transporte.

Ilustración 25 Canal de Distribución de DOCK LEVEL IMPORT PERU



2.3.6 Análisis del entorno

2.3.6.1 Macro ambiente

FODA

A continuación, se muestra el análisis realizado para la empresa DOCK LEVEL IMPORT PERU S.A.C.

Análisis Interno

Aquí se consideran las fortalezas y debilidades con los que cuenta la empresa, y serían todas las habilidades, recursos con los que cuenta o no la empresa. En la siguiente Tabla, se muestra la denominada matriz FI realizada para la empresa DOCK LEVEL IMPORT PERU S.A.C.; dicho análisis hace referencia a las fortalezas y debilidades identificadas para la empresa.

Tabla 52 Matriz de factores internos

Calificación: Rango de 0 (muy malo) – 5 (muy bueno)

Factores Determinantes de Éxito	Peso	Valor	Ponderación
Fortalezas			
1. Conocimiento del proceso de importación.	10%	5	0.5
2. Producto de alta calidad y tecnológico.	25%	5	1.25
3. Personal capacitado y comprometido.	20%	4	0.8
4. Buena relación con el proveedor.	10%	5	0.5
5. Plan de marketing bien elaborado.	5%	3	0.15
Sub-Total	70%		3.2
Debilidades			
1. Precio alto con respecto a la competencia	9%	3	0.27
2. Pocos ingresos iniciales	3%	4	0.12
3. Empresa nueva en el mercado y sin experiencia	5%	3	0.15
4. Baja inversión en marketing al inicio	7%	4	0.28
5. No contar con historial crediticio	6%	2	0.12
Sub-Total	30%		0.94

Total	100%	4.14
--------------	-------------	-------------

Análisis Externo

Para el análisis externo se evalúa las oportunidades y amenazas, dichos conceptos se refieren a las situaciones, condiciones o factores favorables o perjudiciales a los que se ve expuesta la empresa durante su participación en el mercado.

En la siguiente tabla se muestra la matriz FE, donde se muestran estos dos puntos antes mencionados.

Tabla 53 Matriz de factores externos

Calificación: Rango de 0 (muy malo) – 5 (muy bueno)

Factores Determinantes de Éxito	Peso	Valor	Ponderación
Oportunidades			
1. Incremento en la demanda	15%	4	0.6
2. Posible expansión en provincia	10%	4	0.4
3. Invertir en plataformas digitales	20%	5	1
4. Poca inversión en activos	20%	5	1
5. Incremento en la participación en el mercado	15%	3	0.45
Sub-Total	80%		3.45
Amenazas			
1. Aumento de barreras no arancelarias	2%	3	0.06
2. Inestabilidad política y económica	3%	3	0.09
3. Mercado competitivo	5%	4	0.2
4. Incremento de costos logísticos	4%	3	0.12

5. Presencia de productos sustitutos	6%	5	0.3
Sub-Total	20%		0.77
Total	100%		4.22

A continuación, se mostrará la tabla resumen que se elaboró luego de la evaluación del análisis interno y externo que se hizo para la empresa; lo que permitió estructurar el análisis FODA cruzado, donde los cuatro factores internos y externos se evalúan y se relacionan para establecer una serie de estrategias que deben beneficiar el futuro organizacional.

Entre las estrategias que se formulan están las estrategias FO (fortalezas y oportunidades), estrategias DO (debilidades y oportunidades), estrategias PA (fortalezas y amenazas) y las estrategias DA (debilidades y amenazas).

Tabla 54 Matriz FODA

Factores Internos	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	Producto de alta calidad y tecnológico. Plan de marketing bien elaborado. Conocimiento del proceso de importación.	Precio alto con respecto a la competencia. No contar con historial crediticio. Pocos ingresos iniciales.
Factores Externos	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
OPORTUNIDADES	Promover el uso de recursos online para que las ventas mejoren. Intensificar la promoción de los tres productos en provincia, de	Buscar financiamiento a través de un aval financiero. Mantener un excelente relación comercial con el proveedor y solicitar precios competitivos o
Posible expansión en provincia. Incremento en la demanda. Invertir en plataformas digitales.		

	<p>esta forma volvernos más conocidos.</p> <p>Estructurar un plan de reposición de stock de importación ante un posible incremento de la demanda de los productos.</p>	<p>algunos descuentos ante la posibilidad de un aumento en la demanda.</p> <p>Establecer alianzas estratégicas con el operador logístico y reducir los costos de importación.</p>
<p>AMENAZAS</p> <p>Presencia de productos sustitutos. Mercado competitivo. Incremento de costos logísticos.</p>	<p>ESTRATEGIAS FA</p> <p>Fomentar el posicionamiento diferenciado, haciendo énfasis en las cualidades y beneficios de los productos para captar más la atención de nuestro mercado objetivo.</p> <p>Generar una política de visitas comerciales para potenciales clientes, para que conozcan los beneficios de los productos trabajando en conjunto.</p> <p>Incentivar la disposición de compra, demostrando a los posibles clientes los beneficios que tienen los productos en relación a la competencia.</p>	<p>ESTRATEGIAS DA</p> <p>Buscar financiamiento a través de nuevos aportes de capital social.</p> <p>Realizar un análisis mediante una investigación de mercado para establecer un mejor plan de posicionamiento para hacerle frente a la competencia.</p> <p>Estructurar un plan de incremento de promoción de ventas para atraer a clientes potenciales.</p>

2.3.6.2 Micro ambiente

En este punto vamos a tomar en cuenta el análisis para nuestra empresa, para ellos

se ha analizado las cinco fuerzas de Porter:

a) Poder de negociación de los Clientes

En el mercado de Lima metropolitana existen pocos proveedores de los tres productos que vamos a vender, por ello consideramos que en el tema de la negociación con nuestros clientes va a ser un punto clave en donde le vamos a ofrecer lo mejor en calidad y precio, dado que esto daría como resultado que sus clientes finales en este caso empresas que utilizan sus almacenes integrales queden satisfechos que sus productos han sido manipulados correctamente.

En esta fuerza estamos considerando estrategias de negociación con nuestros clientes, por lo mismo que no queremos perder sino crear una cartera de clientes amplia para que nuestra empresa pueda hacerse conocida.

b) Poder de negociación de los Proveedores

El poder de negociación con los proveedores es un punto importante, en nuestro caso la empresa de los productos que vamos a importar son los

más importantes, por ende, negociaremos con nuestro proveedor acerca del costo, calidad y cantidad; para ello se quedará en un convenio de ser sus principales distribuidores en Perú, como resultado de ese convenio tenemos el compromiso con nosotros que no nos fallará en ningún pedido.

c) Amenaza de Competidores Potenciales

En esta fuerza, si tenemos claro quiénes son los competidores potenciales y la información detallada de los productos que traen, pero en algún momento puede ingresar al mercado los mismos productos, pero de un nuevo país de origen y con las mismas características, sin embargo, no con la misma calidad y los beneficios que nosotros ofrecemos.

d) Amenaza de Productos Sustitutos

En este caso, para los tres productos que queremos comercializar si hay productos sustitutos, pero demandan mayor inversión y costos extras, las empresas competidoras y dedicadas a este tipo de comercio son regulares y la mayoría abarcan a nivel nacional; por lo que consideraríamos una amenaza potencial de productos sustitutos y evaluaremos ciertos criterios que ayuden a obtener una participación de mercado mayor.

e) Rivalidad entre Competidores

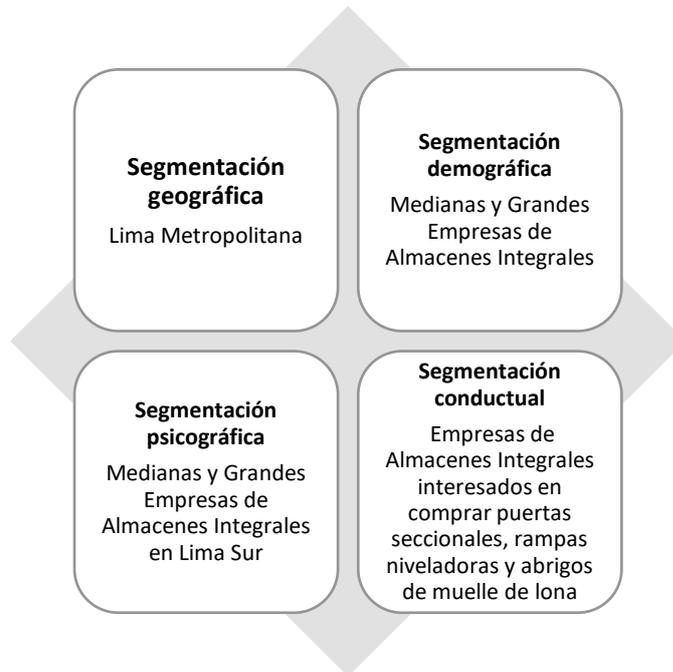
El mercado peruano de puertas seccionales, rampas niveladoras y abrigos de muelle de lona tiene un grado medio de rivalidad debido a que existen empresas que ofrecen los mismos productos, y entre las cuales se observa una competencia de precios, sobre todo de puertas seccionales que tienen ya una participación más conocida en el mercado.

2.4 Estrategias de venta y distribución nacional

2.4.1 Estrategias de segmentación

En el proceso de segmentación se ha indicado que la venta de puertas seccionales, rampas niveladoras y abrigos de muelle de lona estarán orientadas a las empresas de almacenes integrales de Lima Sur. Según este proceso, la estrategia de segmentación que aplicará DOCK LEVEL IMPORT PERU S.A.C. es la estrategia concentrada pues solo se van a enfocar los recursos y esfuerzos de la empresa para el segmento identificado, con el objetivo de satisfacer las necesidades de manera más específica logrando obtener una ventaja competitiva.

Ilustración 26 Segmentación según criterios



2.4.2 Estrategias de posicionamiento

En este aspecto, se consideran que las estrategias de posicionamiento van enfocadas en como nuestros clientes identifican nuestro producto y de qué manera nosotros como empresa vamos a entrar en la mente de nuestros consumidores, para ello utilizaremos estas estrategias que nos ayudaran a lograrlo:

Estrategia basada en los beneficios: los tres productos hacen que el tiempo de trabajo se reduzca al momento de realizar la carga y descarga de mercadería, protección al personal que lo manipula y a la misma mercadería.

Estrategia basada en su uso: los tres productos son de fácil manipulación para el usuario, rapidez en el manejo de estos, capacitación para el uso de los mismos y se cuenta con un manual de uso y dibujos de ejecución.

Estrategia basada en la calidad: las rampas niveladoras cumplen con un Estándar Europeo de Seguridad según EN 1398, las puertas seccionales cumplen con las Características de Seguridad según la norma europea 13241 y los abrigos de muelle cuentan con lonas superiores y laterales de gran calidad están montadas sobre un marco de acero galvanizado que cede, formando una estructura estable, flexible y resistente.

2.4.3 Estrategias de ingreso al mercado

El modelo de Ansoff, ayuda a evaluar diferentes opciones y a elegir la que mejor se adapte a su situación y haya un mejor retorno de la inversión potencial; esta matriz muestra cuatro opciones de crecimiento para las empresas al confrontar los productos/servicios existentes y los nuevos con los mercados existentes y los nuevos.

Según el modelo de Ansoff, se puede obtener una cuota de mercado ubicándose en uno de los cuadrantes de la matriz:

Ilustración 27 Matriz Ansoff

		PRODUCTOS	
		ACTUALES	NUEVOS
MERCADOS	ACTUALES	PENETRACIÓN DE MERCADOS	DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS
	NUEVOS	DESARROLLO DE NUEVOS MERCADOS	DIVERSIFICACIÓN

Fuente: Web RobertoEspinosa.es

Según lo que se puede visualizar en la Matriz, podemos indicar que nuestros productos se encuentran en el cuadrante II:

Producto Nuevo: Puertas Seccionales, Rampas Niveladoras y Abrigos de Muelle

Mercado Existente: Empresas de Almacenes Integrales de Lima Sur

Estrategia: Desarrollar los productos

2.4.4 Estrategias de distribución comercial

Debemos considerar la mejor manera en cómo vamos a llegar a nuestros clientes, como enviaremos nuestros productos a nuestros clientes, por lo que hemos propuesto las siguientes estrategias:

- ✓ Ofrecer productos de calidad, realizando los controles respectivos en el proceso de importación hasta que llegue a nuestros clientes con eso

sienta la confianza necesaria para ser su principal proveedor para futuros proyectos.

- ✓ Brindar un buen servicio de atención al cliente, siendo amables y dando toda la información necesaria sobre los beneficios de los productos para que los clientes se sientan más seguros al momento de realizar la compra.

- ✓ Optimizar los tiempos evitando que nuestros clientes esperen de 2 a 3 días para que se les entregue las cotizaciones. Con eso mostrar nuestro compromiso de ofrecerles buenos productos para sus almacenes.

- ✓ Estructurar la recepción de las órdenes de compra según cómo van siendo ingresadas al sistema, para proceder a ser atendidos según stock o si se necesita realizar un pedido especial para proyectos se coordina con la persona de importaciones.

2.4.5 Estrategias de branding

Como se ha mencionado antes, este proyecto de negocio no desarrollará una marca propia pues usará la marca del mismo proveedor, esto debido a que este ya tiene una marca registrada, y todas las presentaciones de los productos que ofrece llevan un etiquetado y rotulado con la marca.

Además, la marca ya es conocida en el mercado europeo, y se está

internacionalizando, eso ya es un valor añadido para el proceso de compra local.

2.5 Estrategias de promoción nacional

2.5.1 Establecer los mecanismos y definir estrategias de promoción, incluida promoción de ventas

Nuestra empresa dará a conocer los beneficios de nuestros tres productos a nuestro mercado objetivo, para ello se ha tomado en cuenta diversos medios por los cuales nosotros daremos a conocer toda la información acerca de las puertas seccionales, rampas niveladoras y abrigos de muelle de lona.

La estrategia de promoción es uno de los puntos más importantes dentro del plan de marketing pues está dentro del presupuesto anual de las empresas para poder llegar a potenciales clientes. Debemos desarrollarlo de forma correcta ya que esto va directamente relacionado con el incremento de las ventas.

Ferias nacionales:

Asistir a las ferias son una clara estrategia de introducción al mercado objetivo, permite encontrar en un solo lugar la oferta y la demanda para uno o más productos. Es en este tipo de eventos donde se pone a prueba las

diversas herramientas de comunicación que tiene la empresa para presentar los productos ante un buen número de clientes, aplicando la promoción de ventas, las relaciones públicas y la venta personal durante el desarrollo de la feria.

Los principales beneficios de los que gozará la empresa por participar en una feria son los siguientes:

- Permite conocer a la competencia, saber quiénes participan dentro del mismo mercado, conocer quiénes son sus clientes y sobre la política de precios que manejan.
- Contribuye a mostrar la imagen de la marca, brindar información de la empresa y de los productos que ofrecemos.
- Permite el contacto directo y personal con un número elevado de clientes en un tiempo reducido.
- Se establecen contactos comerciales para poder captar clientes.
- Se obtiene información directa sobre el grado de aceptación que tiene el producto.
- Se cuenta con la predisposición del cliente para escuchar, ser atendido y obtener información por parte del ofertante.

Visitas comerciales:

Tener un plan de visitas comerciales es una de las mejores estrategias, ya que es la forma directa para presentar los productos en las medianas y

grandes empresas. Además, nos ayudará a conocer las necesidades específicas que tiene cada empresa, lo que permitirá la elaboración de una oferta personalizada para cada empresa de almacenes integrales.

Las visitas comerciales estarán enfocadas en Lima Sur para la comercialización de los productos; y se harán visitas semanales con el principal objetivo de encontrar nuevos clientes.

2.5.2 Propuesta de valor

Socios Clave -SUNAT -Operador Logístico -Adex Data Trade -Veritrade	Actividades Clave - Realizar en tiempo oportuno el proceso de importación de los productos hasta llegar a la fábrica o proyecto del cliente antes de la fecha pactada. - Utilizar estrategias de marketing para incrementar las ventas. - Participar de licitación de empresas privadas.	Oferta de Valor Calidad: cada producto es realizado bajo especificaciones y procedimientos previamente evaluados por los especialistas para poder entregar un producto de calidad incluyendo la mano de obra que se requiere para cada proceso de fabricación de estos productos. Tiempo: por el fácil manejo que tienen los productos, hay una optimización en tiempos de carga y descarga de la mercadería al transporte. Costos: los productos sustitutos son más costosos e incluso generan costos extras por reparación o mantenimiento constante, por lo que le ofrecemos los tres productos a un precio competitivo con la mejor calidad de fabricación alemana. Servicio Post Venta: después de instalado los productos o entregados al cliente se da una garantía de un año, con lo que nuestra respuesta es inmediata para poder solucionar cualquier inconveniente y dar la garantía correspondiente o alguna consulta del cliente. Contamos con la capacitación constante y el soporte inmediato del proveedor.	Relación con clientes - Captar clientes: asesoría personalizada indicando los beneficios y la calidad de los productos mediante videos y fotos de los productos ya instalados en otros clientes. - Mantener a los clientes: realizar seguimiento a los clientes de cómo les va con los productos y si tiene algún próximo proyecto.	Segmento de Mercado - Empresas de almacenes integrales de Lima Sur que requieran cargar y descargar mercadería.
	Recursos Clave -Profesionales expertos en ventas. -Profesionales expertos en finanzas y contabilidad. -Profesional experto en instalación. -Profesional experto en comercio exterior. -Profesional experto en almacén.		Canales -Página Web -Correos y redes sociales.	
Estructura de Costes -Costo de importación -Gasto de personal -Gastos fijos -Gastos administrativos -Gastos de ventas		Fuente de Ingresos - Ingreso por la venta directa de los productos (puertas seccionales, rampa niveladora y abrigo de muelle) - Ingreso por la instalación de los productos (puertas seccionales, rampa niveladora y abrigo de muelle)		

2.5.3 Estrategias de marketing digital y uso del e-commerce

Creación página web

La creación de una página web supone una de las principales estrategias de marketing con la que una empresa en la actualidad debe contar, es uno de los medios tecnológicos y de comunicación preferidos por los clientes para encontrar información suficiente sobre la marca, características, beneficios o simplemente para hacer compras online. Una página web debe ser lo suficientemente accesible y de utilidad para el consumidor y así influir en la decisión de compra del producto.

La página web que diseñaremos para la empresa tendrá una serie de herramientas que buscan atraer la atención de los consumidores, tales como catálogo electrónico, vídeos de como se hace la fabricación o instalación de los productos, información de la marca y del reconocimiento que tiene en el mercado europeo.

Los beneficios que obtendrá la empresa de contar con una página web interactiva y capaz de brindar la información suficiente del producto es el de dar imagen seria y profesional, posicionarse en el mercado, servicio las 24 horas y permite el contacto directo con el cliente reduciendo el costo de publicidad.

Redes sociales

La empresa busca estar presente en las principales redes sociales, donde se busca contar con una gran cantidad de contactos/seguidores de manera que se establezca un canal de comunicación y contacto más directo con los potenciales clientes. Esto ayudará a que la empresa brinde información, publicidad, promociones, beneficios para captar clientes. Entre las redes sociales que existen, estaremos presente en 3 principales:

Facebook

La empresa contará con un perfil en Facebook denominado Fan Page, con el cual nos permitirá contactar directamente con el cliente y aprovechar una serie de beneficios que se generan para poder captar mayor número de posibles potenciales clientes. Esta red social beneficia en lo siguiente: duración en el tiempo, visible ante cualquier usuario, capta fácil la atención de los clientes. Lo mejor es que tiene herramientas que te sirven para medir las estrategias de marketing que se usen (tipo de usuarios acceden, estadísticas, enviar información de forma segmentada, anuncios de forma rápida y segura).

LinkedIn empresarial

La empresa contará con un perfil en LinkedIn en donde mostrará claramente la actividad que desarrolla, proporcionando la información sobre el valor agregado que ofrecemos a nuestro mercado objetivo. Los beneficios que se obtiene son los siguientes: canal de negocios, plataforma publicitaria para un público en específico que tienen la capacidad para decidir la compra o no de un producto, anuncios patrocinados, visibilidad corporativa y cuenta con la herramienta LinkedIn Ads.

Google adwords

La empresa utilizará esta herramienta como parte de su estrategia de promoción, y lograr aumentar la cantidad de visitas a la página web y darnos a conocer a una gran cantidad de personas. Cabe resaltar que lo hará primero a un nivel geográfico pequeño, esto con la finalidad de poder evaluar la repercusión de dichos anuncios en Google. La empresa utilizará los anuncios de búsqueda ya que son los que aparecen con los resultados de búsqueda de Google cuando los usuarios buscan por productos y servicios, este servicio cobra según el número de clic que realicen al anuncio para acceder a la página web. Los beneficios que brinda son el de: atraer más clientes, medir resultados de los anuncios en tiempo real, grado de aceptación o no que haya tenido, anunciar a nivel local o global y controla tu presupuesto sin necesidad de un contrato.

2.6 Políticas de estrategias de precio

Por las páginas de Sunat, Veritrade y Adex Data Trade se puede ver el precio en el que los competidores traen estos productos y comparando los valores unitarios de importación con los precios de venta del mercado a través de la recopilación de información de cada cliente se puede conocer cuáles son los márgenes aproximados que manejan nuestra competencia permitiéndonos cambiar los precios ante una variación de los precios de la competencia y ante la reacción de la potencial demanda. Se ha considerado elegir dicha estrategia de precios por ser coherente con el concepto del negocio que se desea desarrollar, dado que se busca vender un producto de calidad a un precio competitivo.

Debemos tomar en cuenta una serie de requisitos que nos permitan optimizar los costos y poder llegar así a nuestros potenciales clientes con precios competitivos, dependerá de que tan buena sea la evaluación que realicemos para que se pueda determinar el precio correcto para colocar en el mercado.

Además, se debe considerar que los consumidores durante su proceso de compra evalúan, desde el primer momento, el precio de un producto por lo que es importante establecer uno realmente competitivo o uno capaz de sustentar el porqué de su alto valor (costos, objetivos, marketing mix, demanda, competencia y productos sustitutos)

III. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

La logística internacional es un factor clave para satisfacer la demanda en los mercados internacionales, no solo compiten los productos, sino también las cadenas logísticas que colaboran para producir la mayor eficiencia con el menor costo posible para cada producto, con los requisitos de disponibilidad y flexibilidad necesarios en un momento dado.

(Articotrans,2019)

Para realizar el proceso logístico se toma en cuenta la logística inversa, la cual es parte de una herramienta dentro de la cadena de suministros de cada empresa. Determina y coordina en forma óptima el producto correcto, el cliente correcto, el lugar y el tiempo correctos. Actualmente, se puede verificar que la logística integrada para trasladar productos de un lugar a otro está más sofisticada, debido a que los clientes también se han vuelto más sofisticados, ello permite que se hagan mejoras en toda la cadena logística y así ser más eficiente con calidad especial para nuestros clientes.

Dentro de nuestro plan logístico, vamos a contemplar todas las actividades que se relacionen con la gestión de flujos de nuestro producto, como, por ejemplo: la compra de las puertas seccionales, rampas niveladoras y abrigo de muelle de lona desde el puerto de Hamburgo, Alemania. También se detallarán puntos como el transporte, el Incoterm, el tipo de embalaje, los operadores logísticos, el marcado y rotulado, entre otros.

3.1 Envases, empaques y embalajes

Dentro de la logística internacional, antes de realizar cualquier envío internacional es la preparación de la mercadería para que sea enviado al país de destino. La carga debe contar con los requerimientos mínimos para que pueda enviarse, de manera que quede protegido durante todo el tránsito en origen, en destino y sobre todo durante el tránsito internacional.

La medida de la puerta seccional es de: 2540mm (largo) x 480mm (ancho) x 850mm (alto)

Ilustración 28 Características físicas del embalaje Puertas Seccionales



Las puertas seccionales son enviadas apiladas de dos, en la primera importación se traerán 8 puertas seccionales que cuentan con una base de madera en ambos extremos y con unos esquineros de metal, zuncho de metal en el medio y envueltos en películas stretch. Esto va clavado al contenedor para evitar movimientos durante el tránsito internacional. Al momento de que lleguen a nuestro almacén se colocará más protección de cartones a todos los lados y un nuevo film plástico para el traslado localmente hacia el almacén del cliente.

La medida de la rampa niveladora es de: 2220mm (largo) x 1870 (ancho) x 500 (alto)

Ilustración 29 Características físicas del embalaje Rampas Niveladoras



Las rampas niveladoras son enviadas apiladas de tres, para la primera importación se traerán 6 rampas, entre ellas hay una base de madera para ambos lados. Esto va dentro del contenedor en dos filas lo que hace que ocupe todo el espacio del contenedor y no se muevan durante el tránsito internacional. Cuando lleguen las rampas niveladoras a nuestro almacén, seguirán apiladas tal cual lo hemos recibido, pero cuando haya que realizar un despacho se baja una de las rampas y se le colocará películas stretch para protegerlo durante el traslado hacia el almacén del cliente.

La medida de 10 abrigos de muelle de lona en el palet es: 1200mm (largo) x 1000mm (ancho) x 650mm (alto)

En cada palet vienen 10 abrigos de muelle de lona como se muestra en la Ilustración 33, vienen embaladas con películas stretch cada uno y luego le colocan películas stretch a todo. Los palets vienen anclados al contenedor. Cuando llegan a nuestro almacén, se le coloca cartón a los lados y películas de stretch para cada abrigo de muelle de lona individualmente para poder entregarlo a cliente.

Para usar los palets según (FAO, 2015), estos deben cumplir con la Norma Internacional para Medidas fitosanitarias 15 o la llamada NIMF15, disminuyen el riesgo de introducción y/o dispersión de plagas cuarentenarias asociadas con la movilización en el comercio internacional de embalaje de madera fabricado de madera en bruto. El embalaje de madera regulado por esta norma incluye la madera de estiba.

Ilustración 30 Medidas del Palet de Madera



Fuente: Europalet.com

Ilustración 31 Características físicas del embalaje Abrigos de Muelle de Lona



3.2 Diseño del rotulado y marcado

3.2.1 Diseño del rotulado

El etiquetado del producto a importar es uno de los aspectos importantes que debemos tener en cuenta tanto los importadores como los exportadores, porque de acuerdo con las regularizaciones nacionales de aduana es obligatorio el cumplimiento de esta.

Nosotros como DOCK LEVEL IMPORT PERU S.A.C. utilizaremos un solo etiquetado standard, ya que traeremos productos para stock en donde y en caso sea un pedido especial para un proyecto se le indicará al proveedor que en la etiqueta coloque el número de pedido y/o nombre del proyecto, con eso se pueda identificar y ser entregado directo a los clientes.

Etiquetado de Importación

La empresa tiene que indicar cuál será el modelo de etiquetado que contara cada puerta seccional, rampa niveladora y abrigo de muelle de lona. Según Decreto Legislativo N° 1304, Ley de Rotulado de Productos Industriales, para que aparezcan en el empaque tomaremos en cuenta lo siguiente:

Nombre del producto: Puerta Seccional (medida en mm) / Rampa Niveladora Hidráulica / Abrigo de Muelle de Lona

País de origen del producto: El país de origen es Alemania, el cual debe apreciarse en un lugar visible, de forma legible con un tamaño considerable y precedido por “MADE IN DEUTSCHLAND”

Dimensiones: El proveedor debe ponerlo para certificar que las dimensiones de las puertas son los que fueron pactados en el proceso de compra internacional. No es necesario ponerlas en las rampas niveladoras y abrigos de muelle de lona.

Declaración de contenido neto: Dependiendo de los requerimientos del cliente en cuanto a las puertas seccionales, cada rampa niveladora pesa 800 kg y los abrigos de muelle de lona cada uno pesa 113 kg.

Nombre y dirección del fabricante y distribuidor: La etiqueta menciona el nombre y la dirección completa del fabricante y del importador que este caso seríamos nosotros como su principal distribuidor. En este caso debe contener la siguiente información e ira junto con la etiqueta que colocar el proveedor a los productos.

DISTRIBUIDOR OFICIAL
DOCK LEVEL IMPORT PERU S.A.C.
AV. GUILLERMO DANSEY 790. CALLAO.
RUC: XXXXXXXXXX

Diseño Etiqueta Standard: identifican a cada pedido realizado al proveedor, en este caso usaremos uno estándar ya que solo cambiaría la información si va para un proyecto en específico porque todo lo demás será stock.

Ilustración 32 Etiqueta de Importación

FABRICANTE: HÖRMANN KG VERKAUFSGESELLSCHAFT DISTRIBUIDOR OFICIAL DOCK LEVEL IMPORT PERU S.A.C. AV. GUILLERMO DANSEY 790. CALLAO. RUC: XXXXXXXXXXXX	
PRODUCTO:	PUERTA SECCIONAL / RAMPA NIVELADORA / ABRIGO DE MUELLE DE LONA
DIMENSIONES:	YYYYmm x YYYYmm
GROSS WEIGHT:	ZZZ KG
PROYECTO:	ALMACENES

Con esto también se logrará que cada etiquetado sea más fácil revisarlo contra la factura comercial, ya que así se podrá identificar cada producto por parte de las autoridades aduaneras a la llegada al puerto de destino, en caso no tuviera canal verde.

3.2.2 Diseño del marcado

Este marcado se coloca sobre el manejo y las advertencias que se deben tener al momento de manipular o transportar la carga.

“Según la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), el marcado es la forma de identificar cada pieza de la carga, de manera que esta llegue al destino correcto en condiciones óptimas y así evitar inconvenientes al momento de manipularlas.” (TERZER,2020)

El proveedor utilizará símbolos de manipulación, que serán colocados en los mismos productos en el film plástico, ya que hay mayor visibilidad para una mejor manipulación. El símbolo de no usar garfitos, señala que para levantar la carga no está permitido el uso de ganchos. Las puertas seccionales, rampas niveladoras y abrigos de muelle de lona se enviarán rotuladas para facilitar la identificación que comprende la carga.

Ilustración 33 Símbolos de Manipulación



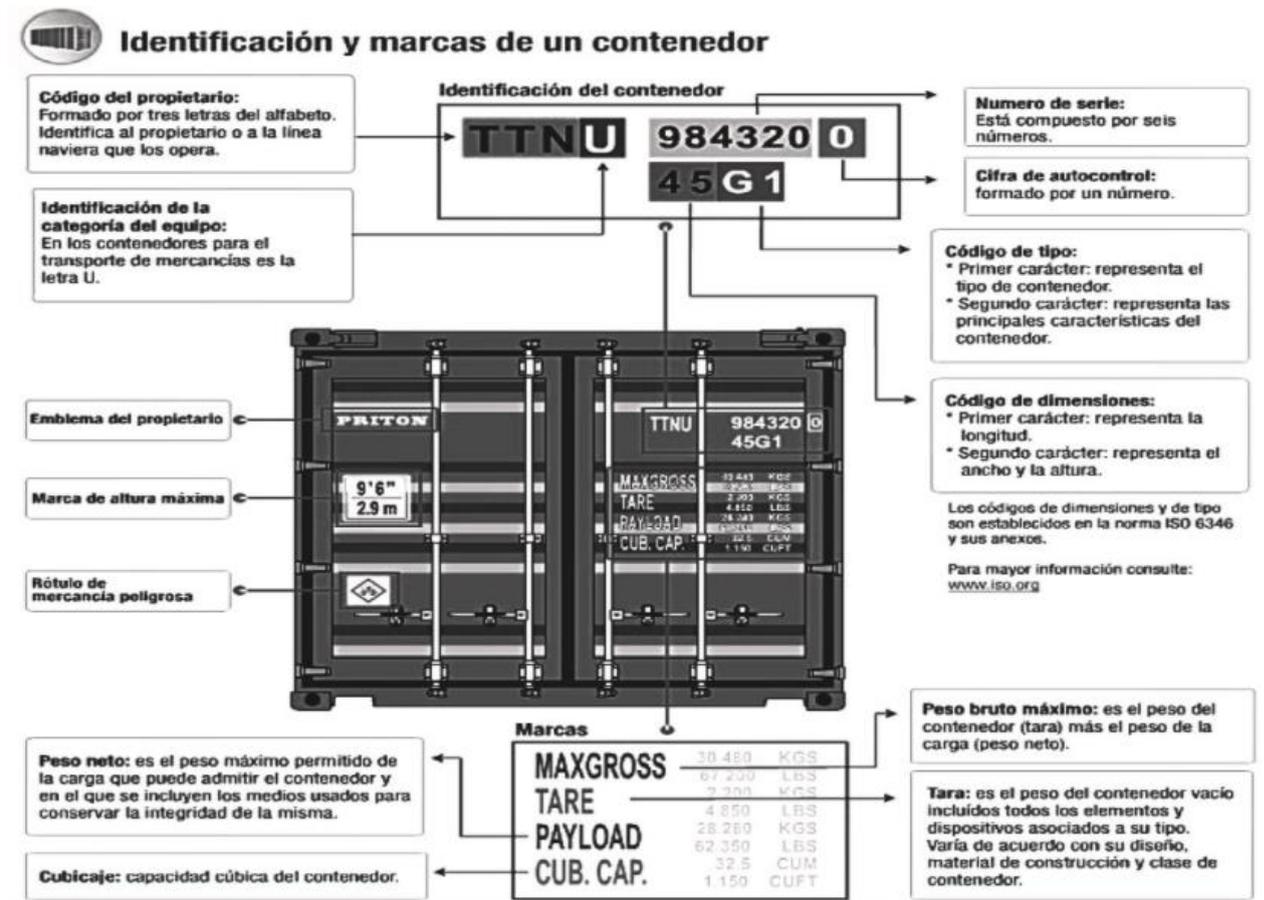
No utilizar garfios.



Cuidado en la manipulación.

La distribución internacional se hará por contenedores y el marcado que tendrá será de un marcado de manipuleo.

Ilustración 34 Identificación y Marcas de un Contenedor



Fuente: AM TRANSIT

3.3 Unitarización y cubicaje de la carga

Las formas de unitarización más conocidas son la paletización y la contenedorización, ambas usaremos para el proceso logístico de importación.

Paletización

Nuestro proveedor de Alemania utilizará palets de madera para la unitarización de los abrigos de muelle de lona, cumplen con la norma internacional para medidas fitosanitarias NIMF 15. Colocándole film plástico alrededor de la carga y este palet será anclado al contenedor para que no se mueva durante el tránsito internacional.

Mencionado anteriormente el proveedor nos entregará en cada palet 10 abrigos de muelle de lona, para nuestra proyección de stock inmediata tendremos 20 abrigos por lo que enviará 2 palets.

También como ya antes mencionado la medida de 10 abrigos de muelle de lona en un palet es: 1200mm (largo) x 1000mm (ancho) x 650mm (alto).

Contenedorización

En cuanto a la contenedorización utilizaremos 1 contenedor de 40' HC. Ingresarían 8 puertas seccionales, 6 rampas niveladoras y 10 abrigos de muelle de lona.

Será considerado un FCL (Full Container Load)

Ilustración 35 Dimensiones Internas de un Contenedor de 40' HC



Dimensión Interna

Medidas	Longitud	Ancho	Altura
Milímetros	12,032	2,350	2,700

Fuente: Web Hapag Lloyd

3.4 Cadena de DFI de importación

La cadena de distribución física internacional es el conjunto de operaciones necesarias para desplazar la carga desde un punto de origen a un punto de destino.

Por ello nuestro producto entrará a una cadena DFI, que partirá desde Puerto de Hamburgo, Alemania hasta el Puerto del Callao, Perú.

3.4.1 Requerimiento del producto e infraestructura

Los Productos

Nuestra empresa importará puertas seccionales, rampas niveladoras y abrigos de muelle de lona desde Alemania a la empresa HÖRMANN KG VERKAUFSGESELLSCHAFT. El Incoterm negociado con ellos es CFR

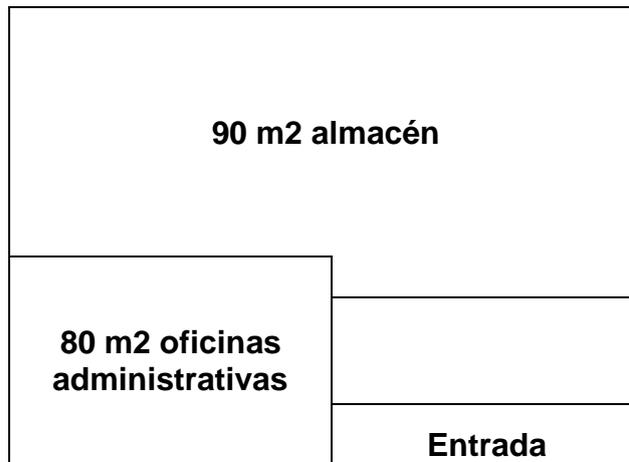
(Costo y Flete) esto se debe a que ellos tienen negociado con su agente de carga en origen un flete especial para sus cargas en contenedor FCL, donde el proveedor asume el 10% de flete cuando nos cotiza y la diferencia si la pagamos nosotros y esto nos ayuda a reducir costos.

Cuando los productos lleguen a nuestro almacén en destino, se procederá a realizar la inspección y revisión de cada producto para dar conformidad de la recepción y condiciones que se han recibido, para luego de ello informarle al proveedor.

Infraestructura

Nuestra empresa contará con un área de 200 m² de los cuales 150 m² será utilizado como almacén para los productos a importar y 80 m² serán las oficinas administrativas de la empresa. Tomando en cuenta que el distrito donde se ubicará la empresa está cerca al Puerto del Callao, hay mayor acceso para que los clientes puedan ir a ver los productos.

Ilustración 36 Distribución de los ambientes de la empresa



3.4.2 DFI en Origen y Destino

Ilustración 37 Proceso de Distribución Física Internacional



Fuente: Blog Comercio Internacional para Pymes

DFI País Origen

El primer paso para realizar es contactar con el proveedor en el país de origen, Hormann cuenta con más de 80 años liderando el mercado europeo. Cerrando una negociación para ser su principal distribuidor aquí en Perú. El Incoterm negociado será CFR Callao. El proveedor se encargará de lo siguiente:

- Preparar la carga para exportación contando con el embalaje adecuado para su manipulación para cargarlo al contenedor.
- Traslado interno de su fábrica hacia el Puerto de Hamburgo.
- Coordinar con su agente de carga la reserva del booking y día de carga del contenedor en su fábrica.
- Trámites aduaneros de exportación.
- Envío de documentos y el conocimiento de embarque originales una vez que zarpe la nave hacia el puerto destino.

Como ya lo mencionado anteriormente, el medio de transporte internacional será marítimo por el volumen mismo de la carga. El tiempo de tránsito del Puerto de Hamburgo al Puerto del Callao es de 26 días con servicio directo.

DFI País Destino

Antes que el contenedor arribe al Puerto Destino, nosotros ya debemos contar con los documentos como la factura comercial, packing list y el conocimiento de embarque originales, este último es emitido en origen. Adicional a estos documentos debemos generar el seguro de transporte internacional y la traducción de factura comercial.

Teniendo ya todos los documentos endosados y firmados se le entregará al Agente de Aduana, es un actor importante dentro de la cadena logística de importación, ya que se encargará de realizar los trámites de nacionalización del contenedor. Previo a esto se realizaron cotizaciones con diferentes agentes de aduana para escoger al que mejor nos de su servicio y los costos no sean elevados.

Tabla 55 Cotización Agencia de Aduana

(Expresado en Dólares Americanos)

Descripción	Rodolfo Bustamante	Grupo PML	Saximan	MOL LOGISTIC
Comisión CIF	0.22%	0.24%	0.30%	0.28%
Comisión Mínima	80 + IGV hasta 36,000	80 + IGV hasta 30,000	90 + IGV hasta 30,000	85 + IGV hasta 28,000
Gastos Operativos	15	\$ 20	\$ 30	\$ 30
Aforo y Previos	20 + IGV	35 + IGV	50 + IGV	35 + IGV
Resguardo	50 + IGV	70 + IGV	80 + IGV	55 + IGV
Cuadrilla	60 + IGV	60 + IGV	75 + IGV	70 + IGV
Precinto	7 + IGV	8 + IGV	10 + IGV	10 + IGV

Podemos determinar que la mejor cotización con costos aceptables es la agencia de aduana Rodolfo Bustamante, que también cuenta con casi 40 años en el rubro y está en proceso de obtener el certificado OEA.

El agente de aduana se encargará de revisar y verificar los documentos, realizar la declaración ante SUNAT aduanas para poder generar el formato del pago de los derechos de importación. Se hará cargo del pago de los Vistos Buenos y gastos portuarios, y nosotros pagaremos los derechos. Antes del arribo de la nave se procede a realizar el procedimiento de despacho anticipado SADA DESCARGA DIRECTA para poder obtener el canal antes del arribo de la nave, cuando esta arribe se procederá a esperar la descarga de la nave para que puedan asociar el transporte y conseguir una cita para retirar directo del Puerto y llevarlo hacia nuestro almacén en el Callao, esto demora 10 días aproximadamente.

Para la distribución y entrega a nuestro cliente final es de 3 días luego de tenerlo en nuestro almacén, esto ya fue indicado en la cotización enviado al cliente previamente.

En la siguiente tabla se podrá visualizar los tiempos que se toman desde el proceso de compra hasta que llega al almacén de la empresa.

Tabla 56 Tiempos de la DFI de Importación

Actividad	Tiempo
Proforma del proveedor	1 día
Enviar Proforma y Orden de Compra firmada	1 día
Fabricación	20 días
Pago al término de la fabricación	7 días dentro de los días de fabricación
Coordinación de la carga del contenedor	4 días después del término de la fabricación
Fecha de zarpe de la nave con el contenedor	3 días después de la carga del contenedor
Fecha estimada de llegada – ETA	Tránsito de 26 días
Proceso de Nacionalización hasta almacén de la empresa	10 días
Total	65 días

Elaboración Propia

3.5 Seguro de las mercancías

El seguro de la mercadería es un punto muy importante en las operaciones de comercio exterior, debido a que durante el transporte internacional o durante las operaciones de carga y descarga en origen o destino, se generan riesgos de daño, pérdida o faltante de mercadería. Al tener nuestra mercadería asegurada nos brinda una mejor forma de poder enfrentar dichos riesgos. El contar con una empresa aseguradora será capaz de asumir dicho daño, pérdida o faltante. Para esto contrataremos a GABEL CORREDORES DE SEGUROS SAC.

IV. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

4.1 Fijación de precios

4.1.1 Comparación de precios con la competencia nacional

Analizaremos los precios de venta de los principales importadores de los tres productos:

Tabla 57 Precio de Venta de Importadores de Abrigo de Muelle de Lona 2019

(Expresado en Dólares Americanos)

Proveedor	Precio de Venta sin IGV
ALMACENES SUDAMERICANOS S.A.	872
ENERGY PROJECT GROUP S.A.C.	894

Como podemos observar sus precios de ambos importadores son competitivos, para ello debemos de negociar con nuestro proveedor el mejor precio de compra posible y tener un buen precio de venta al público.

Tabla 58 Precio de Venta de Importadores de Rampas Niveladoras 2019
(Expresado en Dólares Americanos)

Proveedor	Precio de Venta sin IGV
FRIOPACKING S.A.C.	3,355
ALMACENES SUDAMERICANOS S.A.	3,369
DOORS AND DOCKS DEL PERU S.A.C	2,337
ENERGY PROJECT GROUP S.A.C.	1,350
SPELCOR S.R.L.	2,320

Como podemos observar los precios varían y eso también está a nuestro favor ya que podemos competir directamente con el que tiene el precio más bajo y ofrecer un mejor precio de venta al público.

Tabla 59 Precio de Venta de Importadores de Puertas Seccionales 2019
(Expresado en Dólares Americanos)

Proveedor	Precio de Venta sin IGV
IMPORTACIONES Y SUMINISTROS RAMIREZ S.A.C	1,796
ASYM INDUSTRIAL S.A.C.	1,310
ALMACENES SUDAMERICANOS S.A.	1,874
DOORS AND DOCKS DEL PERU S.A.C	2,544
CASSADO S.A.	4,566
ENERGY PROJECT GROUP S.A.C.	1,407
INFRACA LATAM S.A.C.	1, 300
FRIOPACKING S.A.C.	1,428

Como podemos observar aquí también los precios varían, pero hay dos importadores que tienen un buen precio de venta en el mercado y es con ellos que debemos competir es por lo que nosotros le ofrecemos nuestro

valor agregado no solo por la calidad sino por el fácil manejo del producto y que somos capacitados para cualquier eventualidad.

4.1.2 Costos y precio

Se realizará una comparación entre dos INCOTERMS: EXW (Ex – Works) y CFR (Cost & Freight), este último es el propuesto en la proforma comercial del proveedor en donde también nos ayuda asumiendo una parte del flete internacional.

Tabla 60 Costo de Importación EXW (Forwarder)
(Expresado en Dólares Americanos)

	Puertas Seccionales	Rampas Niveladoras	Abrigos de Muelle de Lona	Costo Total
Valor EXW	5,360	3,180	4,200	12,740
Flete internacional	884	524	692	2,100
Valor CFR	6,244	3,704	4,892	14,840
Póliza de Seguro	13	8	10	31
Valor en Aduanas CIF	6,257	3,712	4,902	14,871
Ad/Vn (0%)	0	0	0	0
IGV + IPM 18%	1,126	668	882	2,677
TDA 2.35% UIT no vigente	0	0	0	0
Percepción Anticipada de IGV 10%	738	438	578	1,755
Gastos tributarios y demás derechos	1,864	1,106	1,461	4,432
Costos tributarios	0	0	0	0
Flete interno (Puerto Callao a Almacén Callao)	50	30	40	120
Devolución de Contenedor	86	51	68	205
Conteiner Control	61	36	48	145
Servicio de Administración de Contenedores	19	11	15	45
Servicio documental	31	18	24	73
Handling	40	24	31	95
THC	21	12	16	50
Descarga de Contenedor Lleno (40 pies)	61	36	48	144
Verificación adicional de dantos del contenedor	11	6	8	26
Contenedor de Alto Cubicaje	8	5	7	20
Costos Logísticos Operativos	388	230	304	923
Comisión de Agente de Aduana (en caso el valor CIF < a \$ 36,000.00 es 0.22%)	34	20	26	80
Gastos operativos de Agente de Aduana	6	4	5	15
Comisión por Transferencia Bancaria al Exterior	36	21	28	85
Costos de Gestión Operativa	76	45	59	180
Valor de la Mercancía Importada	6,257	3,712	4,902	14,871
Costos Operativos a las Importaciones	464	275	364	1,103
Costo de Compra Internacional (CCI)	6,721	3,987	5,266	15,974

Tabla 61 Costo de Importación CFR (Proveedor)
(Expresado en Dólares Americanos)

	Puertas Seccionales	Rampas Niveladoras	Abrigos de Muelle de Lona	Costo Total
Valor EXW	5,360	3,180	4,200	12,740
Flete internacional	700	415	549	1,664
Valor CFR	6,060	3,595	4,749	14,404
Póliza de Seguro	13	8	10	31
Valor en Aduanas CIF	6,073	3,603	4,759	14,435
Ad/Vn (0%)	0	0	0	0
IGV + IPM 18%	1,093	649	857	2,598
TDA 2.35% UIT no vigente	0	0	0	0
Percepción Anticipada de IGV 10%	717	425	562	1,703
Gastos tributarios y demás derechos	1,810	1,074	1,418	4,302
Costos tributarios	0	0	0	0
Flete interno (Puerto Callao a Almacén Callao)	42	25	33	100
Devolución de Contenedor	77	46	60	183
Vistos Buenos	88	52	69	210
THC	36	21	28	85
Handling	34	20	26	80
Documentation	19	11	15	45
Forwarding	21	12	16	50
Descarga de Contenedor Lleno (40 pies)	61	36	48	144
Verificación adicional de dantos del contenedor	11	6	8	26
Contenedor de Alto Cubicaje	8	5	7	20
Costos Logísticos Operativos	397	235	311	943
Comisión de Agente de Aduana (en caso el valor CIF < a \$ 36,000.00 es 0.22%)	34	20	26	80
Gastos operativos de Agente de Aduana	6	4	5	15
Comisión por Transferencia Bancaria al Exterior	36	21	28	85
Costos de Gestión Operativa	76	45	59	180
Valor de la Mercancía Importada	6,073	3,603	4,759	14,435
Costos Operativos a las Importaciones	472	280	370	1,123
Costo de Compra Internacional (CCI)	6,546	3,883	5,129	15,558

Como podemos observar en las Tablas 58 y 59, es mejor la opción que nos ofrece el proveedor en términos CFR, ya que ellos también asumen una parte del flete que le cobra su agente de carga en origen.

Tabla 62 Costo Unitario Puesto en Almacén en base al Factor de Importación CFR

(Expresado en Dólares Americanos)

	Puertas Seccionales	Rampas Niveladoras	Abrigos de Muelle de Lona	Costo Total
Costo de Compra Internacional (CCI)	6,546	3,883	5,129	15,558
Costo variable Unitario	818	647	513	
MG Contribucion	532	421	333	
%	65%	65%	65%	
Valor de Venta	1,350	1,068	846	
IGV	243	192	152	
Precio de Venta	1,593	1,260	998	

En base a lo evaluado anteriormente sobre los precios de venta de nuestros competidores, hemos decidido tener una política de fijación de precio en base a esa información, para ello hemos definido un margen del 65%, quiere decir que hemos fijado el valor de venta de cada ítem sobre el costo variable unitario dando como resultado el Precio de Venta inc. IGV para poder cotizar a los clientes.

A continuación, se detallará los costos fijos, costos variables, costos logísticos operativos y costos de gestión operativas proyectados para los próximos 5 años, teniendo como base la inflación, devaluación y el crecimiento de las cantidades a importar para cubrir la demanda proyectada dentro de esos años.

Tabla 63 Costos Fijos Proyectados del 2021 al 2025

(Expresado en Soles)

Actividad	Costo Mensual	2021	2022	2023	2024	2025
Pago alquiler local	1,864	22,368	22,368	22,368	22,368	22,368
Servicios (luz, agua, teléfono, internet)	254	3,048	3,048	3,048	3,048	3,048
Contador	508	6,102	6,102	6,102	6,102	6,102
Técnico Electromecánico	254	3,048	3,048	3,048	3,048	3,048
Ayudante de almacén	254	3,048	3,048	3,048	3,048	3,048
Total		37,614	37,614	37,614	37,614	37,614

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 64 Costos Variables Proyectados del 2021 al 2025

(Expresado en Soles)

Actividad	2021	2022	2023	2024	2025
Puertas Seccionales	71,399	80,324	80,324	89,249	98,173
Rampas Niveladoras	42,360	49,420	56,480	70,600	56,480
Abrigos de Muelle	55,947	61,542	61,542	67,136	72,731
Feria	2,000	2,060	2,122	2,185	2,251
Movilidad/Alimentación	400	412	424	437	450
Promoción y Publicidad	2,200	2,266	2,334	2,404	2,476
Capacitación Personal	4,000	4,120	4,244	4,371	4,502
Útiles de oficina y papelería	500	515	530	546	563
Transporte para despacho	7,600	7,828	8,063	8,305	8,554
Total	186,406	208,486	216,062	245,233	246,180

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 65 Costos Logísticos Operativos Proyectados del 2021 al 2025

(Expresado en Dólares Americanos)

Costos Logísticos Operativos	Precio Actual	2021	2022	2023	2024	2025
Flete interno (Puerto Callao a Almacén Callao)	100	110	113	117	120	124
Devolución de Contenedor	183	201	221	244	268	295
Vistos Buenos	210	231	254	280	308	338
THC	85	94	103	113	124	137
Handling	80	88	97	106	117	129
Documentation	45	50	54	60	66	72
Forwarding	50	55	61	67	73	81
Descarga de Contenedor Lleno (40 pies)	144	159	175	192	211	233
Verificación adicional de dantos del contenedor	26	28	31	34	37	41
Contenedor de Alto Cubicaje	20	21.89	24	26	29	32
Total	943	1,037	1,133	1,239	1,355	1,482

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 66 Costos de Gestión Operativas Proyectadas del 2021 al 2025

(Expresado en Dólares Americanos)

Costos de Gestión Operativa	Precio Actual	2021	2022	2023	2024	2025
Comisión de Agente de Aduana (en caso el valor CIF < a \$ 36,000.00 es 0.22%)	80	110	113	\$117	\$121	\$124
Gastos operativos de Agente de Aduana	15	15	15	\$15	\$15	\$15
Comisión por Transferencia Bancaria al Exterior	85	94	103	\$113	\$124	\$137
Total	180	219	231	245	260	276

Fuente: Elaboración Propia

Para poder cubrir nuestros costos y gastos para la primera importación y poder realizar la compra de los productos detallados en la proforma comercial del proveedor, vamos a solicitar un préstamo al banco. Como se mencionó anteriormente los 3 socios aportaremos el 60% del capital. El capital financiado será de S/ 37,864 para poder terminar de cubrir nuestro capital de trabajo y poner en marcha el negocio.

Tabla 67 Cantidad del Capital Propio y Financiado
(Expresado en Soles)

K Propio	Monto	Porcentaje
	56,796	60%
- K Accionista 1	34,078	60%
- K Accionista 2	11,359	20%
- K Accionista 3	11,359	20%
K Financiado	37,864	40%

4.1.3 Cotización internacional

Se realizaron dos videoconferencias con el proveedor para poder llegar a un acuerdo ya comentado en capítulos anteriores que es el de ser si Distribuidor Oficial en Perú, ya que eso nos dará una mejor oportunidad de entrar al mercado ofreciendo productos de una empresa reconocida en el mercado europeo. La cotización enviada será en términos CFR Callao y la forma de pago será mediante transferencia bancaria, 7 días antes del término de la fabricación.

Una vez aceptada la proforma comercial con las condiciones acordadas entre el proveedor y nuestra empresa, procederemos a enviar la orden de importación, de esta manera se estará iniciando la fabricación de los productos para ser entregados en la fecha estipulada en la cotización.

A continuación, se presenta la proforma comercial que el proveedor envía en base a lo acordado.

Ilustración 38 Proforma Comercial Proveedor

Hormann KG Verkaufsgeschäft
 Bus - Stein - Zuger - Aulike
 Uptale Weg 448
 3812 Steinigen
 Telefon +41 2614910 0
 Fax +41 2614910 0
 Web: www.hormann.ch
 ISO 4001:2004

Kolping & Co. Importe S.A.
 1994 Calle 4000 1300000000
 0997 2610 CALLES 1994
 Lancha de San
 1994 Calle 4000 1300000000
 0997 2610 CALLES

Exportaciones S. World
 5041 Calle 2031 1300000000
 0997 2610 CALLES 1994



Hormann KG Verkaufsgeschäft, Uptale Weg 448, D-38122 Steinigen

DOCK LEVEL IMPORT PERU S.A.C.

Av. Guillermo Dansey 790.
 Callao, Lima - Perú

Dirección de facturación

DOCK LEVEL IMPORT PERU S.A.C.
 Av. Guillermo Dansey 790.
 Callao, Lima - Perú

Dirección de envío

DOCK LEVEL IMPORT PERU S.A.C.
 Av. Guillermo Dansey 790.
 Callao, Lima - Perú

Factura proforma		PE0001/20	del	23.10.20	página		1
no. int.:	043520190205016				Código de:	0522134	
buque/volúmen:					Fábrica:	IND	
contenedor:					Responsable:	Franziska Reibberg	
					Tel.:	+51 02 64 915 452	
					Fax:	- 434	
Pos.	Referencia	Descripción	Amplio/Alt.	Cantidad	Uds.	Precio Unitario	Total
1	no. al 35 3090991	416083/41-0125370 Puerta seccional Tipo SP0 42 Origen: DE NDA/304300000	no. pedido 02400 0300	8	1	670,00	5.360,00
2	41194	Escapa Niveladora Origen: DE NDA/04299090	01050 2020	6	1	520,00	3.120,00
3	160539	Abrigo de Muelle de Lora Origen: DE NDA/39259000	03350 3500	10	1	420,00	4.200,00
<p>Certificamos que los precios consignados en esta factura son los normales de exportación. El exportador de los productos incluidos en el presente documento (autorización aduanera o de la autoridad gubernamental competente DE/8000/EA/6053) declara que, salvo indicación en sentido contrario, estos productos gozan de un origen preferencial EU. entrega antes 12/2020 libre de impuestos para exportación</p>							
						fiere:	1.654,00
<p>CONDICIONES DE ENVÍO: PAGO UNA SEMANA ANTES DE LA ENTREGA DE LA ORDEN ENVIAR SWIFT DE TRANSF.</p>							14.404,00

AL 0000

CONDICIONES DE ENVÍO: PAGO UNA SEMANA ANTES DE LA ENTREGA DE LA ORDEN
 ENVIAR SWIFT DE TRANSF.

CONDICIONES DE ENVÍO: CIF Callao

Steinbofen, el 05/12/2019
 Franziska Reibberg

4.2 Contrato de compra venta internacional

El contrato de compra venta internacional es un acuerdo celebrado entre partes de diferentes países mediante el cual se transfiere la propiedad de la mercancía la cual será enviada por el medio de transporte correcto a cambio del pago de la mercancía adquirida.

En la etapa de negociación previa a la firma del contrato de venta internacional se ha establecido previo una negociación con el comprador para definir las condiciones del contrato para lo cual se tendrá en cuenta la cultura de negociación del proveedor alemán, que ellos son muy estrictos en cuanto a la formalidad, tiempo de entrega y comunicación efectiva.

En la siguiente Tabla 72 veremos la información del plan de negocio para elaborar el contrato de compra venta internacional. En la parte final de Anexos, se colocará el Contrato con la información final.

Tabla 68 Información para el contrato de compra venta internacional

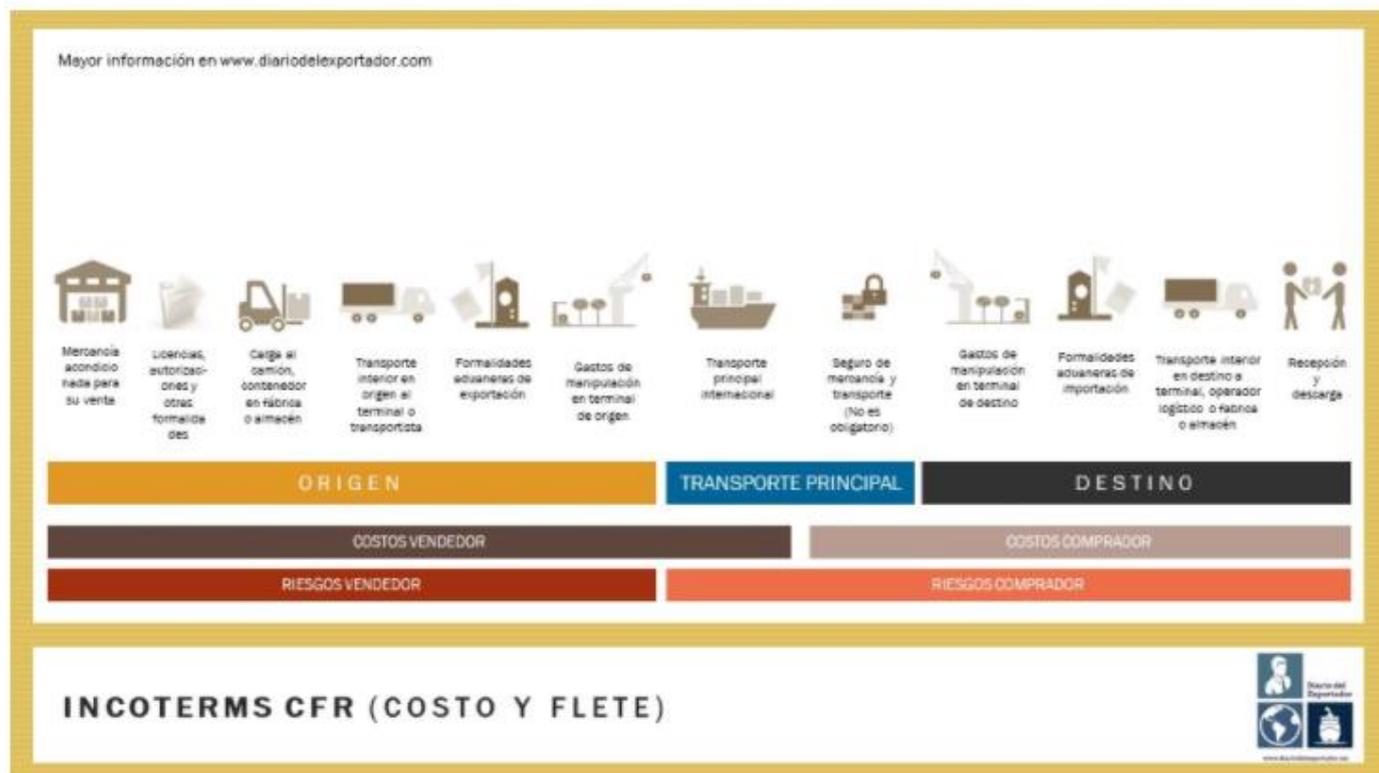
Detalles de la Compra Venta Internacional	Información del Plan de Negocios
Las Partes	Vendedor: Hormann Comprador: DOCK LEVEL IMPORT PERU S.A.C.
Vigencia del Contrato	Aplica para cada embarque hasta la entrega de la Orden en Destino
Mercancía	Puertas Seccionales, Rampas Niveladoras y Abrigos de Muelle de Lona
Cantidad	8,6,20 respectivamente
Transporte	Marítimo – Contenedor de 40' HC
Fecha de Embarque	10 días después del pago total de la Orden
Incoterm	CFR
Gastos Transferencia Bancaria	A cuenta del comprador
Transmisión de riesgos	Por parte del vendedor culmina cuando el contenedor está en el buque. El comprador asume todos los gastos en el Puerto y el retiro hasta el almacén en destino.
Seguro Internacional	Por cuenta del comprador
Moneda de Transacción	Dólares
Monto Total	Precio CFR Total 14,404 dólares americanos
Medio de Pago	Transferencia Bancaria BCP - SWIFT
Arbitraje	Ambas 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 (Convención de Viena).
Elaboración Propia	

4.3 Elección y aplicación del Incoterm

La elección del Incoterm ha sido propuesta por el Vendedor en su proforma comercial, en la cual después de analizar con otro Incoterm y bajo la

negociación de que el Vendedor asumiría una parte del Flete Internacional. Se llegó a aceptar el Incoterm CFR (Cost & Freight).

Ilustración 39 Incoterm CFR – Costos y Riesgos



Fuente: Web Diario Del Exportador

Según la Web Diario del Exportador (2020) esta es la aplicación del Incoterm CFR.

Características del Incoterm CFR

- El vendedor entrega la mercancía a bordo del buque.
- El comprador asume el riesgo de pérdida o daño a la mercancía cuando la mercancía está a bordo del buque.

- El vendedor contrata el flete interno e internacional.
- El comprador contrata el seguro internacional.

Obligaciones, costos y riesgos asumidos por el vendedor

- Informa la carga del contenedor en su fábrica.
- Notifica el contenedor a bordo del buque según booking.
- Pago del flete interno hacia el puerto, despacho aduanero en origen y el flete internacional.
- Deberá enviar el conocimiento de embarque original junto con la factura comercial y la lista de empaque.
- Asistiendo al comprador en caso de requerir información o documentación adicional para el tránsito internacional de la mercancía.

Obligaciones, costos y riesgos asumidos por el comprador

- Pagar el precio de la mercancía según lo acordado.
- Recibir la notificación de carga del contenedor a bordo del buque según booking.
- Asumir todos los costos y riesgos del tránsito internacional que se generan desde que el contenedor es cargado en el buque hasta que llega al almacén en destino, menos el flete internacional.
- Dar conformidad a los documentos como el conocimiento de embarque, factura comercial y lista de empaque.

4.4. Determinación del medio de pago y cobro

Según lo mencionado ya en acápite anteriores. Al llegar a tener una negociación con el proveedor y ser sus distribuidores oficiales en Perú. Nos dan la confianza y seguridad de trabajar mediante la siguiente forma de pago que se realizaría 7 días antes del término de fabricación.

4.4.1 Transferencia Internacional (T/T)

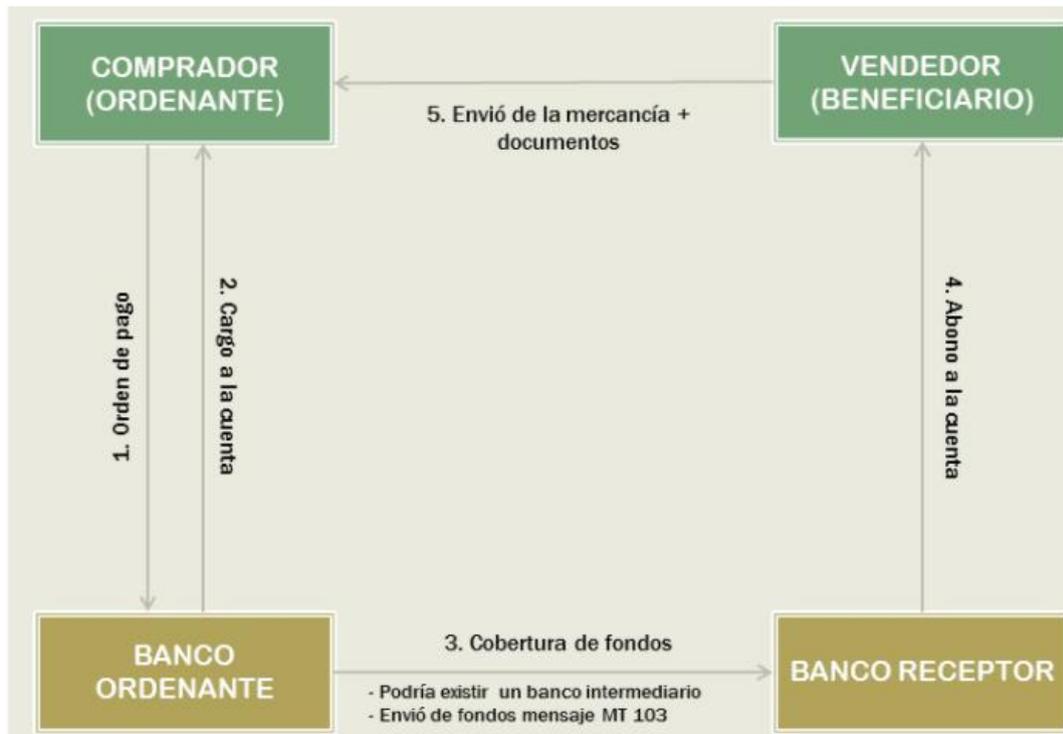
Se define como el traslado de dinero de una entidad financiera a otra de manera electrónica, por instrucciones de un Ordenante (Importador) a favor de un Beneficiario (Exportador) sin exigir evidencia documentaria del embarque de la mercancía para efectuar el abono. (Diario del Exportador,2020)

Datos requeridos para la transferencia:

- Nombre del Beneficiario
- País
- Importe y Moneda
- Banco Beneficiario (Código Swift)
- Número de cuenta del Beneficiario

Se debe tener toda esta información a utilizar en la T/T ya que se deben de ingresar de manera correcta para no generar gastos adicionales por corrección de información.

Ilustración 40 Proceso de Transferencia Internacional (T/T)



Fuente: Diario del Exportador

En nuestro caso al ser un pago en la moneda Dólares, debemos llenar una Solicitud de Transferencia al Exterior como en la Ilustración 43, en donde colocaremos legiblemente toda la información enviada por el Beneficiario y con esto el banco pueda generar el SWIFT. Previo a ello se negocia el tipo de cambio con nuestro sectorista del banco BCP.

Para estas transferencias al exterior nos cobran una comisión por el envío, el SWIFT y la comisión por el banco corresponsal (OUR), en la Ilustración 44 figura la tarifa según el rango de monto a transferir.

La ventaja para ambas partes que el pago se tramita rápido y en menos de 3 días el beneficiario ya cuenta con el dinero en su cuenta, los gastos bancarios son menores, seguridad en el pago ya que es irrevocable. Y con ello se puede enviar la mercancía sin problema según lo acordado entre ambas partes.

Ilustración 41 Solicitud de Transferencia al Exterior – Persona Jurídica



Solicitud de Transferencias al Exterior - Persona Jurídica

Datos del Cliente Ordenante	
N° carta	Nombre del Funcionario de Negocios
RUC / DNI	R. Social / Nombre
Autorizamos el envío de conformidad de la operación a nuestro <input type="text"/> correo electrónico (max. 35 caracteres)	
Si el Banco requiere de mayor Información puede contactarse con <input type="text"/> (nombre y apellido)	
al <input type="text"/> (cód.ciudad)	<input type="text"/> (teléfono) Fecha <input type="text"/> (dd / mm / aaaa)
Dirección: <input type="text"/>	
Con cargo a nuestra cuenta dineraria autorizamos al BCP a realizar la siguiente transferencia:	
Monto En números: <input type="text"/>	En letras: <input type="text"/>
Moneda: <input type="text"/>	Tipo de cambio pactado: <input type="text"/>
Cuenta de cargo: <input type="checkbox"/> Moneda Nacional <input type="checkbox"/> Moneda Extranjera	N° <input type="text"/>
Datos del Beneficiario	
R. Social / Nombre: <input type="text"/>	
Dirección: <input type="text"/>	
<input type="checkbox"/> Cuenta <input type="checkbox"/> IBAN <input type="checkbox"/> CLABE	N°: <input type="text"/>
Detalle del pago (en caso el cliente lo requiera): <u>APLICAR GASTOS OUR - ORDENANTE</u>	
Banco de Destino (donde el beneficiario mantiene cuenta)	
Nombre: <input type="text"/>	País: <input type="text"/>
Ciudad: <input type="text"/>	Tipo de código: <input type="text"/> Código: <input type="text"/>
Dirección: <input type="text"/>	
Banco Intermediario (opcional)	
Nombre: <input type="text"/>	País: <input type="text"/>
Ciudad: <input type="text"/>	Tipo de código: <input type="text"/> Código: <input type="text"/>
Dirección: <input type="text"/>	
N° de cuenta de banco destino en banco intermediario: <input type="text"/>	
Declaración y Firmas	
Autorizamos al Banco de Crédito BCP cargar en la cuenta indicada el importe a transferir más sus gastos y comisiones. Entendemos que los bancos del exterior deducen sus respectivas comisiones de los importes remitidos. Si el pago no llegara a realizarse por causas ajenas al Banco, la comisión y gastos cobrados no serán reembolsados. Declaro que la presente transferencia está relacionada a una transacción legítima, cuyo sustento está a disposición del Banco y/o de las autoridades respectivas.	
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Firma y sello del representante autorizado	Firma y sello del representante autorizado
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Firma y sello autorizados por el Banco	Firma y sello del receptor

Fuente: BCP (2020)

Ilustración 42 Hoja Informativa de Transferencia al Exterior



Hoja Informativa de Transferencias al Exterior

Comisiones por envío de Transferencias al Exterior

Estas tarifas varían de acuerdo al monto enviado y no incluyen los gastos de los bancos del exterior. Por tanto, el/los banco(s) pagador(es) y/o intermediario(s) y/o corresponsal(es) podrá(n) descontar sus comisiones del monto transferido al beneficiario, sin intervención alguna del BCP.

Tarifas para operaciones realizadas en ventanilla o Telecrédito

Monto US\$	Tarifa
Hasta US\$ 500.00	US\$ 19.00 ó S/. 59.66*
De US\$ 500.01 a US\$ 3,000.00	US\$ 26.00 ó S/. 81.64*
De US\$ 3,000.01 a US\$ 5,000.00	US\$ 30.00 ó S/. 94.20*
US\$ 5,000.01 a US\$ 10,000.00	US\$ 35.00 ó S/. 109.90*

Para envíos mayores a US\$ 10,000.00

- ▶ De US\$ 10,000.01 a US\$ 25,000.00
0.25% (mín. US\$ 25.00 ó S/. 78.50*) + US\$ 10.00 ó S/. 31.40* (Swift).
- ▶ De US\$ 25,000.01 a más
0.125% (mín. US\$ 62.50 ó S/. 196.25* - máx. US\$ 100.00 ó S/. 314.00*) + US\$ 10.00 ó S/. 31.40* (Swift).

Tarifas para Banca por Internet

Monto máximo a transferir por día es de US\$ 100.00 (sin clave digital) y hasta US\$ 10,000.00 (con clave digital).

Monto	Tarifa por operación
Hasta US\$ 500.00	US\$ 19.00 (S/. 59.66*)
De US\$ 500.01 a US\$ 10,000.00	US\$ 26.00 (S/. 81.64*)

Las transferencias con destino a EE.UU. y América Latina llegarán durante las siguientes 24 horas, a Europa en 48 horas y a Asia en 72 horas, siempre y cuando se soliciten antes de las 11 am. y por montos inferiores a los US\$ 20,000. La fecha valuta para transferencias por montos superiores a los US\$ 20,000 y/o en otras monedas deberán ser coordinadas previamente con su Funcionario de Negocios o ejecutivo responsable.

Comisión por modificación de Transferencias al Exterior

Se cobra cuando el cliente solicita enmendar algún dato en una transferencia previamente enviada US\$ 20.00 (S/. 62.80*) + US\$ 10.00 (S/. 31.40*) Swift.

Comisión por transferencias a nuestro cargo, incluye la comisión del banco corresponsal (Modalidad Our)

Se cobra sólo a clientes BCP que desean asumir el costo de los bancos corresponsales US\$ 30.00 (S/. 94.20*) por transferencia.

Fuente: BCP (2020)

Se genera un Mensaje SWIFT MT103 que confirma el envío de la instrucción de transferencia al exterior.

Es de gran utilidad para el beneficiario ya que con eso puede verificar los datos y fecha de abono de los fondos en su cuenta.

En la Ilustración 45 podemos ver como el banco nos mandaría a nuestro correo el Mensaje SWIFT MT103 luego de haber realizado la transferencia al exterior. Donde están todos los datos consignados en la solicitud.

Ilustración 43 Mensaje SWIFT MT103



11/11/20-13:46:45 FILEACK103BKTD-5813-000001 1

```
----- Instance Type and Transmission -----
Notification (Transmission) of Original sent to SWIFT (ACK)
Network Delivery Status : Network Ack
Priority/Delivery      : Normal
Message Input Reference : 1346 201111BCPLPEPLA00X0978033889
----- Message Header -----
Swift Input           : FIN 103 Single Customer Credit Transfer
Sender : BCPLPEPL00X
        BANCO DE CREDITO DEL PERU
        LIMA PE
Receiver : IRVTUS3N00X
         THE BANK OF NEW YORK MELLON
         NEW YORK,NY US
SLA ID : 001
UETR : 318c71a6-21c7-48cf-990e-71e9c2636635
----- Message Text -----
20: Sender's Reference
   U639659001
23B: Bank Operation Code
   CRED
32A: Val Dte/Curr/Interbnk Settl'd Amt
   Date      : 12 November 2020
   Currency  : USD (US
   Amount(DOLLAR) :
50K: Ordering Customer-Name & Address
   /191002004158129

53D: Sender's Corr - Name & Address
   /890-0460-504
   BANCO DE CREDITO DEL PERU
57A: Account With Institution - FI BIC
   COBADEFF480
   COMMERZBANK AG
   BIELEFELD DE
59: Beneficiary Customer-Name & Addr
   /DE42480400350562378000
   HORMANN KG VKG
   UPHEIDER WEG 94 98 33803
   ALEMANIA
70: Remittance Information

71A: Details of Charges
   OUR
----- Message Trailer -----
(CHK:D7AAE93341B6)
PKI Signature: MAC-Equivalent
----- Interventions -----
Category : Network Report
Creation Time : 1
Application : SWIFT Interface
Operator : SYSTEM
Text
```

Fuente: BCP (2020)

4.5 Elección del régimen de importación

La importación para el consumo es el régimen aduanero que permite el ingreso de mercancías al territorio aduanero para su consumo, luego del pago de los derechos arancelarios y demás impuestos aplicables. El dueño o consignatario debe contar con su número de RUC activo y no tener la condición de no habido para destinar las mercancías a dicho régimen. (SUNAT,2020)

El agente de aduana debe contar con los siguientes documentos para poder comenzar a realizar el trámite del régimen de importación para el consumo:

- Factura Comercial
- Lista de Empaque
- Seguro de Transporte Internacional
- Conocimiento de Embarque endosado
- Descripciones mínimas
- Aviso de Llegada de la nave

Contar con fotocopia autenticada del conocimiento de embarque, factura comercial, lista de empaque y seguro de transporte internacional.

La declaración se tramita bajo las siguientes modalidades de despacho y plazos:

- a) Anticipado: antes de la llegada del medio de transporte.

b) Diferido: después de la llegada del medio de transporte.

c) Urgente: antes de la llegada del medio de transporte y hasta siete días calendario posteriores a la fecha del término de la descarga. (SUNAT,2020)

4.6 Gestión aduanera del comercio internacional

En lo que respecta a la gestión aduanera, utilizaremos la modalidad de despacho anticipado (SADA).

El despacho anticipado te permite numerar la declaración de importación antes de la llegada del medio de transporte a nuestro país, pudiendo incluso el importador, obtener el levante de su mercancía una vez descargada la misma en el terminal portuario previo cumplimiento de las obligaciones aduaneras. (SUNAT,2020)

Mi agente de aduana realizará el siguiente proceso para el despacho anticipado con descarga directa del Puerto e irá luego hacia mi almacén en el Callao.

Ilustración 44 Proceso de Despacho Anticipado de Importación

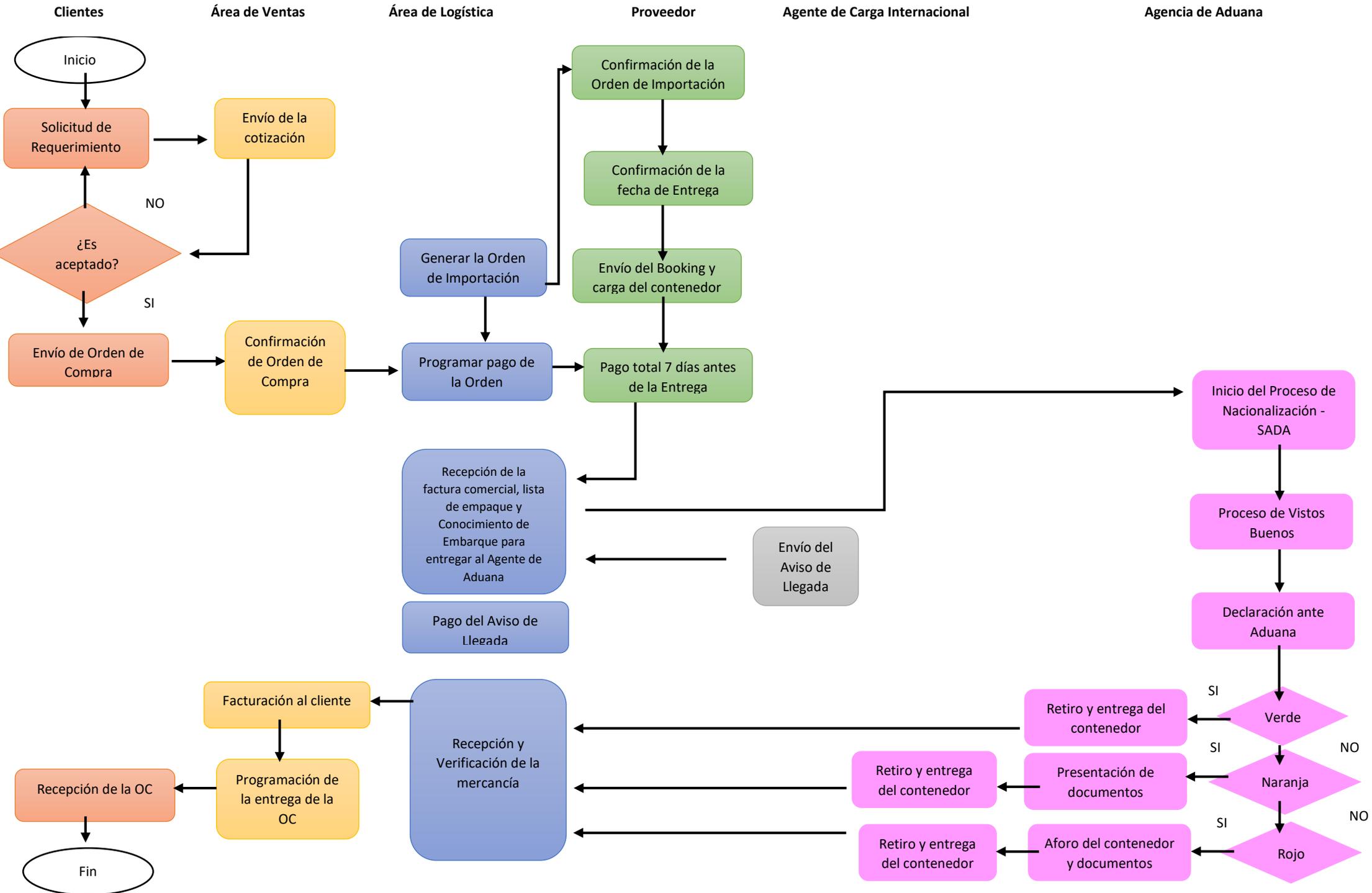


- El agente de aduana con todos los documentos que tiene, comenzará por realizar la numeración de la DUA utilizando la información de la factura, seguro y las descripciones mínimas.
- Luego de ello, se generará el formato para el pago de impuestos y derechos aduaneros incluyendo la percepción. Ese formato se nos enviará para realizar el pago del mismo.
- Se realizará el manifiesto de carga luego de haber realizado los VB con la línea naviera.
- Al ser un SADA se podrá saber el canal asignado a la carga. Hay 3 canales: verde (levante automático), naranja (revisión documentaria) y rojo (revisión documentaria + reconocimiento físico). Las dos últimas luego de haber realizado la conformidad se da el levante autorizado.
- Cuando llega la nave, se debe esperar la descarga de la misma para poder obtener el levante autorizado si en caso salga canal verde.
- Pasa por un control en caso salga los otros canales para poder obtener el levante por la entidad aduanera.
- Al obtener ya el levante se procede a asociar al transporte y este pueda sacar cita en la web del Puerto para poder retirar el contenedor.
- El transporte llega al puerto para hacer cola e ingresar, para luego retirar el contenedor del Puerto, procede a dejar el contenedor en nuestro almacén en el Callao.

4.7 Gestión de las operaciones de importación: Flujo grama

Mediante el siguiente flujograma se procederá a detallar cada etapa del proceso de importación desde el país de origen hasta llegar a nuestro almacén.

Ilustración 45 Flujoograma de Importación de la Empresa



V. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

Para desarrollar el plan económico financiero se ha tomado como periodo de evaluación de 5 años (2021 al 2025), para esto hemos considerado “año 0” como el inicio de la inversión el año 2020. También considerando el promedio del tipo de cambio de 3.636 que figura en la página web de la SBS del mes de noviembre, ya que todo nuestros costos y gastos serán reflejado en Soles. (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, 2020)

5.1 Inversión Fija

Para la inversión fija estamos considerando lo básico, ya que los productos que importamos los vendemos tal cual como nos lo envía el proveedor.

5.1.1 Activos tangibles

Para los activos tangibles incluiremos los equipos de oficina, muebles como escritorio, sillas y otros activos tangibles que son necesarios para la puesta en marcha del negocio, que a continuación detallamos:

Tabla 69 Equipamiento de Oficina

(Expresado en Soles)

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL
Computadoras	4	1,695	6,780
Impresora	1	720	720
Proyector Multimedia	1	847	847
Muebles escritorio y sillas	4	847	3,390
			11,737

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 70 Otros Activos Tangibles

(Expresado en Soles)

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL
Extintores	2	102	203
Botiquín	1	85	85
Productos de limpieza varios	1	212	212
Artículos eléctricos (microondas, hervidor, cafetera, televisor)	1	1,864	1,864
			2,364

Fuente: Elaboración Propia

El total de los activos fijos tangibles a requerir asciende a S/ 14,102 soles.

5.1.1 Activos intangibles

En los activos intangibles estamos considerando lo que es la elaboración del plan de negocio, la constitución de la empresa, promoción y publicidad, y otros activos intangibles para la puesta en marcha.

Tabla 71 Elaboración del Plan de Negocios

(Expresado en Soles)

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL
Elaboración del Plan de Negocio	1	1,800	1,800
			1,800

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 72 Constitución de la empresa

(Expresado en Soles)

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL
Constitución de la empresa	1	407	407
Licencia de funcionamiento	1	159	159
Inspección de defensa civil	1	131	131
Inscripción de planillas	1	31	31
Legalización de registros contables	2	25	51
			779

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 73 Promoción y Publicidad

(Expresado en Soles)

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL
Promoción y publicidad	1	1,864	1,864
			1,864

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 74 Otros Activos Intangibles

(Expresado en Soles)

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL
Softwares	3	900	2,700
			2,700

El total de los activos fijos intangibles a requerir asciende a S/ 7,143 soles.

5.2 Capital de Trabajo

El capital de trabajo es de S/ 73,416 Soles para cubrir los dos primeros meses de operación, la compra de mercadería, los gastos de la primera importación, los gastos de personal, gastos administrativos y el tener una reserva para contingencias (compra de la mercadería y los costos de importación).

Capital de Trabajo

(Expresado en Soles)

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL
Compra de Mercadería	1	52,485	52,485
Costos de Importación	1	4,083	4,083
Pago alquiler local	2	1,864	3,728

Servicios (luz, agua, teléfono, internet)	2	254	508
Contador	2	508	1,017
Técnico Electromecánico	2	254	508
Ayudante de almacén	2	254	508
Gerente General	2	1,274	2,548
Jefe de Comercio Exterior	2	1,062	2,123
Útiles de oficina y papelería	1	250	250
Reserva para Contingencias (10%)	1	5,657	5,656.85
			73,416

Fuente: Elaboración Propia

5.3 Inversión Total

La inversión total está conformada por activos fijos tangibles, activos fijos intangibles, el capital de trabajo haciendo una suma total de S/ 94,661 Soles, lo cual nos permitirá iniciar operaciones.

Tabla 75 Inversión Total
(Expresado en Soles)

Inversión	Monto Total
Inversión Fija Tangible	14,102
Inversión Fija Intangible	4,442
Capital de Trabajo	73, 416

Total

94,661

Fuente: Elaboración Propia

5.4 Estructura de Inversión y Financiamiento

Como ya se mencionó en un capítulo anterior, somos 3 socios que aportaremos el 60% de la inversión total y el otro 40% será financiado. El 40% del financiamiento asciende a S/ 37,864 Soles, que será obtenido mediante MiBanco con una tasa de interés del 24% a un plazo de 3 años con pagos mensuales que ascienden a S/ 1,440.61 Soles.

Tabla 76 Cuadro de Amortización de la deuda

PRÉSTAMO						
Monto	37,864		TEA	24%		
Cuotas	36		TEM	1.81%		
Tasa	1.81%					
Valor de la Cuota	S/ 1,440.61					
ACUMULADO						
Número de cuota	Valor de la Cuota	Intereses	Capital	Saldo	CAPITAL	INTERESES
				37,864.30		
1	1,440.61	685.39	755.21	37,109.08		
2	1,440.61	671.72	768.88	36,340.20		
3	1,440.61	657.80	782.80	35,557.40		
4	1,440.61	643.63	796.97	34,760.43		
5	1,440.61	629.21	811.40	33,949.03		
6	1,440.61	614.52	826.09	33,122.94		
7	1,440.61	599.57	841.04	32,281.91		

8	1,440.61	584.34	856.26	31,425.64		
9	1,440.61	568.84	871.76	30,553.88		
10	1,440.61	553.06	887.54	29,666.34		
11	1,440.61	537.00	903.61	28,762.73		
12	1,440.61	520.64	919.96	27,842.77	10,021.53	7,265.74
13	1,440.61	503.99	936.62	26,906.15		
14	1,440.61	487.04	953.57	25,952.58		
15	1,440.61	469.77	970.83	24,981.75		
16	1,440.61	452.20	988.40	23,993.35		
17	1,440.61	434.31	1,006.30	22,987.05		
18	1,440.61	416.09	1,024.51	21,962.54		
19	1,440.61	397.55	1,043.06	20,919.49		
20	1,440.61	378.67	1,061.94	19,857.55		
21	1,440.61	359.45	1,081.16	18,776.39		
22	1,440.61	339.88	1,100.73	17,675.66		
23	1,440.61	319.95	1,120.65	16,555.01		
24	1,440.61	299.67	1,140.94	15,414.07	12,428.70	4,858.57
25	1,440.61	279.01	1,161.59	14,252.48		
26	1,440.61	257.99	1,182.62	13,069.86		
27	1,440.61	236.58	1,204.02	11,865.84		
28	1,440.61	214.79	1,225.82	10,640.02		
29	1,440.61	192.60	1,248.01	9,392.01		
30	1,440.61	170.01	1,270.60	8,121.41		
31	1,440.61	147.01	1,293.60	6,827.82		
32	1,440.61	123.59	1,317.01	5,510.80		
33	1,440.61	99.75	1,340.85	4,169.95		
34	1,440.61	75.48	1,365.12	2,804.83		
35	1,440.61	50.77	1,389.83	1,414.99		
36	1,440.61	25.61	1,414.99	-	15,414.07	1,873.19
	51,861.79	13,997.50	37,864.30			

Fuente: Elaboración propia

Nota: basándose en la tasa de interés ofrecida por el banco elegido

5.5 Fuentes financieras y condiciones de crédito

Para seleccionar la fuente de financiamiento se tomó en cuenta los bancos que se encuentran en la base de datos de la SBS, como se puede observar en la Tabla N° 77.

Tabla 77 Tasas de Intereses Promedio del Sistema Bancario

Tasa Anual (%)	BBVA	Crédito	Pichincha	Scotiabank	Interbank	Mibanco
Microempresas	14.06	16.11	30.18	5.12	7.10	30.33
Tarjetas de Crédito	35.40	25.48	41.83	-	-	-
Descuentos	11.85	18.58	9.29	7.90	10.63	-
Préstamos Revolventes	-	-	-	-	6.39	-
Préstamos a cuota fija hasta 30 días	15.13	-	38.57	-	-	49.29
Préstamos a cuota fija de 31 a 90 días	12.63	-	31.14	-	-	52.49
Préstamos a cuota fija de 91 a 180 días	12.73	31.41	38.99	-	29.88	49.63
Préstamos a cuota fija de 181 a 360 días	17.75	44.43	36.13	-	29.64	41.88
Préstamos a cuota fija a más de 360 días	4.19	14.02	29.85	5.12	2.91	24.02

Fuente: SBS

Y luego de revisar las facilidades y flexibilidad que ofrece para el préstamo nos decidimos por MiBanco, el mismo que tiene las siguientes condiciones que nos serán entregadas: protección de datos personales, hoja resumen del préstamo otorgado y el cronograma de pago de las cuotas.

Ilustración 46 Protección de datos personales



PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

- EL BANCO informa a EL CLIENTE que, de acuerdo a la Ley N° 29733 - Ley de Protección de Datos Personales, su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 003-2013-JUS y las demás disposiciones complementarias, EL BANCO está legalmente autorizado para tratar la información que EL CLIENTE le entrega sobre su situación personal, financiera y crediticia (la "Información") con la finalidad de ejecutar la relación contractual que origina este contrato. Asimismo, EL BANCO informa a EL CLIENTE que para dar cumplimiento a las obligaciones y/o requerimientos que se generen en virtud de las normas vigentes en el ordenamiento jurídico peruano y/o en normas internacionales que le sean aplicables, incluyendo pero sin limitarse a las vinculadas al sistema de prevención de lavado de activos y financiamiento del terrorismo y normas prudenciales, EL BANCO podrá dar tratamiento y eventualmente transferir su Información a autoridades y terceros autorizados por ley.
- EL CLIENTE reconoce que estarán incluidos dentro de su Información todos aquellos datos, operaciones y referencias a los que EL BANCO pudiera acceder en el curso normal de sus operaciones, ya sea por haber sido proporcionados por EL CLIENTE o por terceros o por haber sido desarrollados por EL BANCO, tanto en forma física, oral o electrónica y que pudieran calificar como "Datos Personales" conforme a la legislación de la materia.
- En virtud de lo señalado, EL CLIENTE autoriza expresamente a EL BANCO a incorporar su Información al banco de datos personales de usuarios de responsabilidad de EL BANCO, almacenar, dar tratamiento, procesar y transferir su Información a sus subsidiarias, afiliadas y socios comerciales listados en la página web de EL BANCO (las "Terceras Empresas") conforme a los procedimientos que EL BANCO determine en el marco de sus operaciones habituales.
- Asimismo, EL CLIENTE autoriza a EL BANCO a utilizar su Información a efectos de: (i) ofrecerle, a través de cualquier medio escrito, verbal, electrónico y/o informático, cualquiera de los productos o servicios del activo que EL BANCO brinda, incluyendo pero sin estar limitado a créditos directos e indirectos, tarjetas de crédito y otras líneas de crédito; (ii) ofrecerle, a través de cualquier medio escrito, verbal, electrónico y/o informático, cualquiera de los productos o servicios del pasivo que EL BANCO brinda, incluyendo pero sin estar limitado a cuentas corrientes, cuentas de ahorro, cuentas CTS y depósitos a plazo; (iii) ofrecerle, a través de cualquier medio escrito, verbal, electrónico y/o informático, cualquier otro producto o servicio de EL BANCO o de las Terceras Empresas; y, (iv) transferirle a las Terceras Empresas a efectos de que cada una de ellas pueda ofrecerle sus productos o servicios, a través de cualquier medio escrito, verbal, electrónico y/o informático.
- EL CLIENTE reconoce haber sido informado que su Información podrá ser conservada, tratada y transferida por EL BANCO a las Terceras Empresas hasta diez años después de que finalice su relación contractual con EL BANCO. EL CLIENTE puede ejercer sus derechos de acceso, rectificación, cancelación, oposición y revocación, siempre que cumpla con los requisitos exigidos por las normas aplicables, dirigiéndose a EL BANCO de forma presencial en cualquiera de sus oficinas a nivel nacional en el horario establecido para la atención al público, a través de Banca por Internet www.mibanco.com.pe o vía Banca por Teléfono al (01) 319-9999 opción 6.
- EL CLIENTE se obliga a mantener permanentemente actualizada su Información durante la vigencia de este contrato, especialmente en cuanto se refiere a su nacionalidad, lugar de residencia, situación fiscal o composición accionaria de ser el caso.

En caso no estar conforme con lo establecido en la presente declaración, marca aquí

Firma del cliente

Nombre:

N° DNI:

Fuente: Web MiBanco

Ilustración 47 Hoja Resumen de la Línea de Crédito



N° de Línea (1): / N° de Préstamo:

HOJA RESUMEN DE LÍNEA DE CRÉDITO

Este documento forma parte integrante del Contrato de Préstamo suscrito por EL CLIENTE, EL(LOS) FIADOR(ES) y MIBANCO, y resume algunas de las obligaciones relevantes contraídas por ambas partes.

Tasa Costo Efectivo Anual (TCEA):							Tasa Efectiva Anual (TEA):						
Penalizaciones							Penalizaciones						
SOLES							DOLARES						
Penalidad por pago tardío - Según monto de cuota							Penalidad por pago tardío - Según monto de cuota						
Días de atraso	0,00 - 150,99	151,00 - 300,99	301,00 - 500,99	501,00 - 750,99	751,00 - 1500,99	1,501 - +	Días de atraso	0,00 - 50,99	51 - 100,99	101 - 170,99	171 - 250,99	251 - 500,99	501 - +
1	1,00	2,00	3,00	6,00	7,00	9,00	1	0,30	0,70	1,00	2,00	2,30	3,00
2-3	3,00	4,00	5,00	8,00	9,00	11,00	2-3	1,00	1,30	1,70	2,70	3,00	3,70
4-5	4,00	5,00	6,00	10,00	11,00	24,00	4-5	1,30	1,70	2,00	3,30	3,70	8,00
6-7	9,00	10,00	12,00	13,00	20,00	37,00	6-7	3,00	3,30	4,00	4,30	6,70	12,30
8-15	14,00	16,00	21,00	24,00	33,00	56,00	8-15	4,70	5,30	7,00	8,00	11,00	18,70
16-30	21,00	26,00	37,00	50,00	60,00	95,00	16-30	7,00	8,70	12,30	16,70	20,00	31,70
31-60	37,00	45,00	53,00	63,00	85,00	130,00	31-60	12,30	15,00	17,70	21,00	28,30	43,30
61-90	45,00	60,00	68,00	105,00	125,00	165,00	61-90	15,00	20,00	22,70	35,00	41,70	55,00
91 - +	68,00	110,00	123,00	130,00	145,00	195,00	91 - +	22,70	36,70	41,00	43,30	48,30	65,00

Ante el incumplimiento del pago según las condiciones pactadas, se procede a realizar el reporte, con la calificación correspondiente, a la Central de Riesgos.

Comisiones y Gastos:

Gastos notariales, registrales y tasación: Variable (7)

Servicios asociados al crédito – Evaluación de póliza de seguro endosada (8): S/ 200,00

Servicios asociados al crédito: Comisión Envío Físico de estado de cuenta S/ 6,00 mensual.

El detalle de las comisiones y servicios transversales tales como, emisión de constancias, duplicado de documentos, evaluación de documentos, entre otros, podrás ubicarlo en el Tarifario de Servicios Transversales aplicables a Créditos publicado en nuestra página web www.mibanco.com.pe o en la Plataforma de Atención al Usuario de nuestra red de agencias.

Referencias:

(1) El monto, plazo y demás condiciones de la línea aprobada podrá ser reevaluado por MIBANCO, de acuerdo a la situación patrimonial, crediticia y capacidad de endeudamiento de EL CLIENTE. En la HOJA RESUMEN que corresponda a cada desembolso constarán el monto, plazo y/o número de cuotas, los intereses compensatorios, la TCEA, la(s) penalidad(es) por pago(s) tardío(s), comisiones, gastos y demás obligaciones relevantes pactadas.

(2) En caso se pacte un periodo de gracia para el pago del préstamo, los intereses generados en dicho periodo serán capitalizados e incorporados en el respectivo Cronograma de Pagos.

(3) La Garantía real es específica cuando solo respalda las obligaciones generadas en virtud al presente Contrato y Hoja Resumen y es sábana cuando respalda las obligaciones presentes y futuras que EL CLIENTE contrate y mantenga vigentes con MIBANCO al igual que la Fianza Solidaria Ilimitada, esto según lo indicado en el Contrato de Línea de Crédito. De realizarse tasación al bien otorgado en garantía EL CLIENTE tiene derecho a solicitar una copia.

(4) Este seguro forma parte de las condiciones para el otorgamiento del préstamo según las políticas crediticias vigentes de MIBANCO. Si no se consigna el monto de la prima es porque no se contrató este seguro. En caso el contratante sea una Persona Jurídica, el seguro protegerá al aval del préstamo.

(5) Monto correspondiente a la prima total del seguro contratado por EL CLIENTE que conforme a su autorización está incluido en el monto del préstamo desembolsado que MIBANCO pagará a la CIA. DE SEGUROS.

(6) Este porcentaje es la alícuota vigente a la fecha que se realiza la operación, de conformidad con lo dispuesto por el Art. 12° del TUO de la Ley N° 28194 aprobado por D.S. N° 150-2007-EF, se aplica sobre el monto total de la operación efectuada por EL CLIENTE.

(7) En caso EL CLIENTE otorgue un bien en garantía, los gastos notariales, de tasación y registrales vinculados a esta serán asumidos directamente por EL CLIENTE, para lo cual podrá contratar a la notaría de su elección.

(8) Cobro anual por el servicio de revisión y evaluación de condiciones y coberturas, endosos y renovaciones por póliza de seguro endosada. Aplica solo para seguro de desgravamen, multirriesgo y vehicular. Para los seguros opcionales no se solicita Endoso.

(9) Monto correspondiente a la prima mensual del seguro contratado, el cual se mostrará en el rubro Cargos del Cronograma.

Obligaciones Contractuales Relevantes para ambas partes:

a) Las tasas de interés pactadas son fijas y consideran un año de 360 días

b) La(s) penalidad(es) por pago(s) tardío(s) que MIBANCO cobrará a EL CLIENTE, se aplicará(n) según el número de días de atraso y según el monto de la cuota vencida.

c) EL CLIENTE y EL(LOS) FIADOR(ES) SOLIDARIO(S) declara(n) haber emitido y suscrito a favor de MIBANCO un Pagaré incompleto que, en caso de incumplimiento de sus obligaciones, podrá ser completado por MIBANCO para su ejecución y cobro, indistintamente a cualesquiera de ellos, declarando haber sido informados de los mecanismos de protección que la ley permite para la emisión o aceptación de títulos valores incompletos.

d) La fianza solidaria constituida por EL(LOS) FIADOR(ES) SOLIDARIO(S) es ilimitada, solidaria, sin beneficio de excusión y por plazo indeterminado hasta la total cancelación del íntegro de las obligaciones que EL CLIENTE ha asumido en virtud al Contrato. EL(LOS) FIADOR(ES) renuncia(n) expresamente a lo siguiente: i) efectuar requerimiento previo al deudor principal, que se refiere el Art. 1899 del Código Civil y a todo derecho de oposición; ii) interponer excepciones del CLIENTE si éste renunció a ellas y iii) su liberación por imposibilidad de subrogación.

- e) La garantía real que hubiere otorgado **EL CLIENTE** a favor de **MIBANCO** consta en documento separado al Contrato de Línea de Crédito y Hoja Resumen, en el cual consta que el bien dado en garantía podrá ser ejecutado en caso de incumplimiento de las obligaciones de **EL CLIENTE**, cargándosele al saldo adeudado además de los intereses compensatorios y penalidad(es) por pago(s) tardío(s) respectivos, las comisiones y gastos pactados.
- f) **EL CLIENTE** tiene derecho a efectuar y elegir la forma de pagos anticipados o adelanto de cuotas conforme a las condiciones pactadas en las cláusulas contractuales.
- g) **MIBANCO** ha informado previamente a **EL CLIENTE** sobre la contratación del seguro de desgravamen, así como las condiciones y términos de la póliza requerida y aquellas adicionales que **EL CLIENTE** hubiera solicitado. En el presente acto el cliente recibe los

certificados/pólizas de los seguros contratados y es informado sobre la posibilidad de acceder a la lectura de la póliza, en cuanto así lo solicite a través de cualquiera de los canales que **MIBANCO** pone a disposición.

h) En los casos que el crédito tenga la categoría de crédito Mediana Empresa, **EL CLIENTE** deberá actualizar y remitir a **MIBANCO** cada 06 meses el informe comercial, los estados financieros autorizados y/o flujo de caja proyectado, los cuales deberán contar con firma de contador público hábil, a fin de mantener actualizada su calificación crediticia. El incumplimiento de esta obligación generará el deterioro de su calificación crediticia.

i) **MIBANCO** podrá realizar acciones de cobranza y/o remitir comunicaciones a cualquiera de los domicilios que **EL CLIENTE** y/o **FIADOR(ES) SOLIDARIO(S)** señalen en este u otros documentos. La variación domiciliaria se hará efectiva previa comunicación y verificación domiciliaria efectuada por **MIBANCO**.

j) En los casos de créditos reprogramados o refinanciados, los intereses que se hubieran generado y no cancelado, serán capitalizados e incorporados en el respectivo cronograma de pagos.

k) Cuando una garantía real respalde más de un préstamo, la prima del seguro multirriesgo contratada con **MIBANCO** se cargará al préstamo con mayor plazo de vigencia; de cancelarse anticipadamente dicho préstamo, se liquidará el gasto de la prima por el período restante y se trasladará al préstamo vigente y/o de mayor plazo de vigencia, según corresponda.

Declaraciones Finales:

EL CLIENTE, EL(LOS) FIADOR(ES) SOLIDARIO(S) declara(n) haber leído previamente y recibido una copia del Contrato de Línea de Crédito (Versión V2 de setiembre de 2019), aprobado por Resolución SBS N° 3104-2019 del 08 de julio de 2019, Hoja Resumen, Pagaré y Certificado(s) del(los) seguro(s) contratado(s), en caso corresponda la entrega de estos últimos, de acuerdo al detalle arriba descrito "DATOS DEL/LOS SEGURO(S)", declarando aceptar en su integridad todos estos. La indicada Resolución SBS N° 3104-2019 se encuentra a disposición de nuestros clientes en nuestra página web www.mibanco.com.pe, o puede ser entregada a solicitud a través de nuestras agencias.

Asimismo, declaro(amos) haber sido instruido(s) acerca de los alcances y significado de los términos y condiciones establecidos y que las dudas y consultas relacionadas a estos documentos, han sido absueltas, por lo que suscribo(imos) la presente con conocimiento pleno de las condiciones establecidas en los mismos, recibiendo en este mismo momento un ejemplar de dichos documentos.

DEPARTAMENTO, DD de MMM del AAAA.

Fuente: Web MiBanco

Ilustración 48 Modelo de Cronograma de Pago de Cuotas

CRONOGRAMA							
Monto Neto:	Fecha Desembolso: DD/MM/AAAA				Frec. Pago:		
N°	Fecha Pago	Capital	Interés	Cuota	Comisiones	Cargos	Total
1	03/02/2014	90,000.00	900.00	9,000.00	0.00	0.00	99,000.00
2	03/02/2014	90,000.00	900.00	9,000.00	0.00	0.00	99,000.00
3	03/02/2014	90,000.00	900.00	9,000.00	0.00	0.00	99,000.00
4	03/02/2014	90,000.00	900.00	9,000.00	0.00	0.00	99,000.00
5	03/02/2014	90,000.00	900.00	9,000.00	0.00	0.00	99,000.00
6	03/02/2014	90,000.00	900.00	9,000.00	0.00	0.00	99,000.00
7	03/02/2014	90,000.00	900.00	9,000.00	0.00	0.00	99,000.00
8	03/02/2014	90,000.00	900.00	9,000.00	0.00	0.00	99,000.00
9	03/02/2014	90,000.00	900.00	9,000.00	0.00	0.00	99,000.00
10	03/02/2014	90,000.00	900.00	9,000.00	0.00	0.00	99,000.00
11	03/02/2014	90,000.00	900.00	9,000.00	0.00	0.00	99,000.00
12	03/02/2014	90,000.00	900.00	9,000.00	0.00	0.00	99,000.00
Totales:		90,000.00	900.00	9,000.00	0.00	0.00	99,000.00

Al momento del pago de la cuota se cobrará el ITF, de acuerdo a ley. El cobro de comisiones incluye el envío físico del Estado de Cuenta.

Afiliación al Envío de Estado de Cuenta Físico o Electrónico:

EL CLIENTE autoriza a MIBANCO a enviarle el Estado de Cuenta de manera mensual mediante la siguiente modalidad:

- Envío físico al siguiente domicilio: _____
- Envío al correo electrónico: _____
- No deseo el envío del Estado de Cuenta.

EL CLIENTE reconoce y acepta que el envío mensual del Estado de Cuenta a través de medios físicos se encuentra sujeto al pago de la Comisión por envío físico de estado de cuenta conforme al Tarifario vigente de MIBANCO.

En caso EL CLIENTE tenga un atraso mayor a 60 días y/o su préstamo se encuentre judicializado, será desafiliado de manera automática y ya no se efectuará el respectivo cobro. Si EL CLIENTE se pone al día en sus pagos, podrá volverse a afiliar, a excepción de los clientes con préstamos judicializados.

Fuente: Web MiBanco

5.6 Presupuesto de costos

Vamos a incurrir en los siguientes costos fijos durante los años 2021 al 2025. De los cuales el costo de alquiler de almacén será dividido en 70% costo de venta y 30% gastos administrativos por el espacio usado para cada actividad. El pago al Gerente General también será dividido en 50% gastos administrativos y 50% gastos de ventas, ya que como se mencionó anteriormente el asumirá para los primeros años la parte comercial.

Tabla 78 Costos Fijos Anuales

(Expresado en Soles)

DETALLE	CANTIDAD	COSTO	COSTO
		MENSUAL	ANUAL
		SIN IGV	SIN IGV
Pago alquiler local	12	1,864	22,368
Servicios (luz, agua, teléfono, internet)	12	254	3,048
Contador	12	508	6,102
Técnico Electromecánico	12	254	3,048
Ayudante de almacén	12	254	3,048
TOTAL		3,134	37,614

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 79 Planilla Fija Anual

(Expresado en Soles)

TRABAJADOR	RETRIB	DETALLE			MENSUAL	
	. ECON. MENS	RETRIB. ECONO. ANUAL	ESSALU D	VACACIONE S	ANUAL	
Gerente General	1,200	14,400	288	600	15,288	1,274
Jefe de Comercio Exterior	1,000	12,000	240	500	12,740	1,062
TOTAL					28,028	2,336

Fuente: Elaboración Propia

Nuestros costos fijos ascienden a S/ 65,642 Soles.

Vamos a incurrir en los siguientes costos variables durante los años 2021 al 2025. Lo que se refiere a la compra de la mercancía y al costo del producto puesto en almacén, que son los gastos que se generarían como base de la primera importación (nuestro año 0).

Tabla 80 Costo del producto importado

(Expresado en Soles)

	Puertas Seccionales	Rampas Niveladoras	Abrigos de Muelle de Lona
Valor EXW	19,488.96	11,562.48	15,271.20
Flete internacional	2,545.50	1,510.20	1,994.61
Valor CFR	22,034.46	13,072.68	17,265.81
Póliza de Seguro	47.27	28.04	37.04
Valor en Aduanas CIF	22,081.73	13,100.73	17,302.84
Ad/Vn (0%)	0.00	0.00	0.00
IGV + IPM 18%	3,974.71	2,358.13	3,114.51
TDA 2.35% UIT no vigente	0.00	0.00	0.00
Percepción Anticipada de IGV 10%	2,605.64	1,545.89	2,041.74
Gastos tributarios y demás derechos	6,580.35	3,904.02	5,156.25
Costos tributarios	0.00	0.00	0.00
Flete interno (Puerto Callao a Almacén Callao)	152.97	90.76	119.87
Devolución de Contenedor	279.94	166.09	219.36
Vistos Buenos	321.48	190.73	251.90
THC	130.03	77.14	101.89
Handling	122.38	72.61	95.89
Documentation	68.84	40.84	53.94
Forwarding	76.49	45.38	59.93
Descarga de Contenedor Lleno (40 pies)	220.90	131.05	173.09
Verificación adicional de dantos del contenedor	39.16	23.23	30.69
Contenedor de Alto Cubicaje	30.44	18.06	23.85
Costos Logísticos Operativos	1,442.63	855.89	1,130.42
Comisión de Agente de Aduana (en caso el valor CIF < a \$ 36,000.00 es 0.22%)	122.38	72.61	95.89
Gastos operativos de Agente de Aduana	22.95	13.61	17.98

Comisión por Transferencia Bancaria al Exterior	130.03	77.14	101.89
Costos de Gestión Operativa	275.35	163.36	215.76
Valor de la Mercancía Importada	22,081.73	13,100.73	17,302.84
Costos Operativos a las Importaciones	1,717.98	1,019.25	1,346.18
Costo de Compra Internacional - Costo Variable	23,799.71	14,119.98	18,649.02
Costo Variable Unitario	2,974.96	2,353.33	1,864.90

Fuente: Elaboración Propia

El costo variable unitario para tomar como base es de S/ 2,974.96 soles para las puertas seccionales, de S/ 2,353, 33 soles para las rampas niveladoras y de S/ 1,864.90 soles para los abrigos de muelle de lona. Éste mismo se tomará para la realizar las proyecciones de costos y flujos año a año; pero tenemos que considerar la variación que hemos calculado anteriormente de la demandada estimada por cada año.

5.7 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio se define como el momento en que los ingresos totales son iguales a los costos totales. Sobre nuestro plan, se ha proyectado el punto de equilibrio año a año en términos monetarios.

Considerando el criterio de **INGRESOS TOTALES = COSTOS TOTALES**

$$IT = CT$$

Donde CT es

$$CT = CF + CV$$

Tabla 81 Punto de Equilibrio

(Expresado en Soles)

AÑOS				
2021	2022	2023	2024	2025
257,763	270,481	275,186	288,488	310,749

Elaboración Propia

5.8 Tributación a la importación

Como se detalló anteriormente las tres partidas arancelarias de los productos ninguna cuenta con el pago de Ad Valoren, solamente pagan IGV + IPM y la percepción.

Tabla 82 Tributación de Importación
(Expresado en Soles)

Tributos	Puertas Seccionales	Rampas Niveladoras	Abrigos de Muelle de Lona
Ad/Vn (0%)	0	0	0
IGV + IPM 18%	3,974.73	2,358.13	3,114.51
Percepción Anticipada de IGV 10%	2,605.64	1,545.89	2,041.74

Elaboración Propia

5.9 Presupuesto de ingresos

La clasificación de ingresos de un plan de negocio está formada por ingresos operacionales y por ingresos no operacionales, para nuestro plan de negocio solo se registra ingresos operacionales, los mismos que están formados por la determinación del precio que se halló sobre el costo variable unitario debido a

la previa evaluación de la competencia y la cantidad demandada por año que se halló mediante el método de mínimos cuadrados.

Tabla 83 Estructura del precio de venta al público
(Expresado en Soles)

	Puertas Seccionales	Rampas Niveladoras	Abrigos de Muelle de Lona
Costo Variable Unitario	2,974.96	2,353.33	1,864.90
Margen de Contribución	1,933.64	1,529.92	1,211.15
%	65%	65%	65%
Valor de Venta	4,908.60	3,883.25	3,076.06
IGV	883.55	698.98	553.69
Precio de Venta	5,792.15	4,582.23	3,629.75

Fuente: Elaboración Propia

Sobre el valor de venta, se definió en base al costo variable unitario, el margen de contribución esperado y el valor de venta máximo permitido por el mercado (los precios analizados de la competencia). Para la proyección de ingresos se ha considerado la cantidad proyectada demandada por año y se multiplicará por el valor de venta al público, como podemos observar en la tabla 83, se muestra el flujo de ingresos para el periodo 2021 – 2025 en soles.

Tabla 84 Proyección de ingresos
(Expresado en Soles)

Año	2021	2022	2023	2024	2025
Total Ingresos Operativos	278,088	314,904	353,147	409,818	470,775

Fuente: Elaboración Propia

5.10 Presupuesto de egresos

Nuestros egresos son los costos fijos y costos variables que se explicó a detalle en un capítulo anterior, como también tenemos los intereses por el préstamo, la depreciación de activos tangibles y la amortización de activo intangible.

Tabla 85 Proyección de Egresos
(Expresado en Soles)

Egresos	2021	2022	2023	2024	2025
Costos fijos	65,642	65,642	65,642	65,642	65,642
Costos Variables	184,855	199,981	207,671	222,846	245,107
Intereses	7,266	4,859	1,873		
Depreciación	2,008	2,008	2,008	2,008	2,008
Amortización intangible	900	900	900	900	900
Total	260,671	273,390	278,094	291,396	313,657

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en la tabla 85, hay una tendencia de incremento para los costos variables debido a la variación de la demanda que existe año a año. Los intereses son los que se generaron por el financiamiento bancario, la depreciación corresponde a un periodo de 10 años para los activos fijos considerados y la amortización intangible se calcula en base a la inversión de lo que es la elaboración del plan y el software divididos entre los 5 años de análisis del plan.

5.11 Flujo de caja proyectado

El Flujo de Caja se ha elaborado como FCE (Flujo de Caja Económico) y FCF (Flujo de Caja Financiero) recopilando toda la información previa en los cuadros y proyectados para los 5 años. Esta herramienta nos sirve para poder controlar la liquidez de la empresa por ese periodo indicado, evaluar una nueva financiación con el banco y saber si el proyecto es rentable. Adicional, se está considerando el Flujo de Caja Acumulado para poder determinar el PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión). En el FCF se incluye lo que es el préstamo bancario.

Tabla 86 Flujo de Caja Económico (Expresado en Soles)

CONCEPTO	AÑOS					
	0	2021	2022	2023	2024	2025
INGRESOS		278,088	314,904	353,147	409,818	470,775
Ingresos operativos		278,088	314,904	353,147	409,818	470,775
Ingresos no operativos		-	-	-	-	-
COSTO Y GASTOS		253,405	268,531	276,221	291,396	313,657
Costos fijos		65,642	65,642	65,642	65,642	65,642
Costos Variables		184,855	199,981	207,671	222,846	245,107
Depreciación		2,008	2,008	2,008	2,008	2,008
Amortización intangible		900	900	900	900	900
UTILIDAD OPERATIVA		24,683	46,373	76,926	118,422	157,118
Impuesto renta	RER1.5% MENSUAL ING. NETOS	4,171	4,724	5,297	6,147	7,062
UTILIDAD NETA		20,511	41,649	71,629	112,275	150,056
Depreciación		2,008	2,008	2,008	2,008	2,008
Amortización intangible		900	900	900	900	900
Valor Residual						1,695
Inversiones	(94,661)	-	-	-	-	-
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	(94,661)	23,420	44,558	74,538	115,183	154,659
FCF ACUMULADO	(94,661)	(71,241)	(26,683)	47,854	163,038	317,697

Elaboración Propia

El flujo de caja económico no considera financiamiento externo, se observa que el resultante se mantiene positivo durante los 5 años proyectados. Esto indica que no será necesario un nuevo desembolso por parte de los accionistas.

Tabla 87 Flujo de Caja Financiero (Expresado en Soles)

CONCEPTO	AÑOS					
	0	2021	2022	2023	2024	2025
INGRESOS		278,088	314,904	353,147	409,818	470,775
Ingresos operativos		278,088	314,904	353,147	409,818	470,775
Ingresos no operativos		-	-	-	-	-
COSTO Y GASTOS		260,671	273,390	278,094	291,396	313,657
Costos fijos		65,642	65,642	65,642	65,642	65,642
Costos Variables		184,855	199,981	207,671	222,846	245,107
Intereses		7,266	4,859	1,873		
Depreciación		2,008	2,008	2,008	2,008	2,008
Amortización intangible		900	900	900	900	900
UTILIDAD OPERATIVA		17,417	41,514	75,053	118,422	157,118
Impuesto renta	1.5% MENSUAL ING. NETOS	4,171	4,724	5,297	6,147	7,062
UTILIDAD NETA		13,246	36,791	69,756	112,275	150,056
Depreciación		2,008	2,008	2,008	2,008	2,008
Amortización intangible		900	900	900	900	900
Valor Residual						1,695

Devolución del capital de trabajo						73,416
Amortización	(10,022)	(12,429)	(15,414)			
Inversiones	(94,661)	-	-	-	-	-
Préstamo	37,864					
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	(56,796)	6,133	27,270	57,250	115,183	228,075
FCF ACUMULADO	(56,796)	(50,664)	(23,393)	33,857	149,040	377,115

Elaboración Propia

El flujo de caja financiero, si descuenta el ingreso por préstamo bancario en el año 0 (inversión) y los intereses generados año a año. Como se puede observar tenemos un flujo positivo año a año, por lo que se determina que no es necesario un refinanciamiento.

5.12 Estado de Ganancias y Pérdidas

El estado de Ganancias y Pérdidas nos muestra la ganancia o pérdida de un periodo determinado. Toda la información que esta se encuentra en este estado financiero es sin IGV. Para tener en consideración lo siguiente: lo que es el alquiler del local va 70% costo de venta y 30% gastos administrativos y el pago del Gerente General va 50% gasto de venta y 50% gasto administrativo.

Tabla 88 Estado de Ganancias y Pérdidas (Expresado en Soles)

RECURSOS	2021	2022	2023	2024	2025
(+) VENTAS NETAS	278,088	314,904	353,147	409,818	470,775
(-) COSTO DE VENTAS	174,293	188,813	195,873	210,392	210,392
UTILIDAD BRUTA	103,795	126,091	157,275	199,426	260,383
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	8,295	14,416	14,437	14,459	14,481
(-) GASTOS DE VENTAS	3,037	3,133	3,233	3,337	3,445
(-) DEPRECIACIÓN	2,008	2,008	2,008	2,008	2,008
UTILIDAD OPERATIVA	90,455	106,533	137,596	179,622	240,448
(+) INGRESOS FINANCIEROS	0	0	0	0	0
(+) INGRESOS VARIOS	-	-	-	-	-
(-) GASTOS FINANCIEROS	7,266	4,859	1,873		
(-) GASTOS VARIOS	0	0	0	0	0
UTILIDAD ANTES IMPUESTO	83,189	101,675	135,723	179,622	240,448
(-) IMPUESTO A LA RENTA	4,171	4,724	5,297	6,147	7,062
UTILIDAD NETA	79,018	96,951	130,426	173,475	233,387

Elaboración Propia

El estado de pérdidas y ganancias de la empresa comienza con el ingreso por ventas del primer año en soles, que se deduce del costo de venta, esto se replicará en los próximos años proyectados. La utilidad bruta resultante es de S/ 103,795 soles en el primer año, esto representa el monto restante para cubrir los costos operativos, financieros y renta.

Luego, se tiene los gastos operativos que incluye los gastos administrativos, los gastos de ventas, depreciación, estos se deducen de la utilidad bruta.

Asimismo, la utilidad operativa resultante del primer año es de S/ 90,455 soles que representan la utilidad obtenida por vender el producto; este importe no considera los costos financieros ni fiscales. Después la empresa obtuvo S/ 83,189 soles de utilidad neta antes de impuestos.

Por último, se calculan los impuestos a la renta y se deducen para determinar la utilidad neta después de impuesto. La utilidad neta después de impuesto de la empresa el primer año fue de S/ 79,018 soles. Y viendo los resultados proyectados para los próximos años que son positivos podemos reafirmar la factibilidad y rentabilidad del negocio.

5.13 Evaluación de la Inversión

Para la evaluación del rendimiento de la inversión se han considerado los siguientes indicadores:

➤ Evaluaremos el VANE, que tiene los siguientes lineamientos para su evaluación:

$VAN > 0$, esto quiere decir que nuestro plan de negocio puede realizarse ya que será rentable en el periodo que se está proyectando.

$VAN = 0$, esto quiere decir que nuestro plan de negocio se puede realizar o no dependiendo de qué tan rentable vaya en el periodo que se está proyectando.

$VAN < 0$, esto quiere decir que nuestro plan de negocio no puede realizarse ya que no sería rentable en el periodo que se está proyectando.

➤ Evaluaremos el TIRE, que tiene los siguientes lineamientos de evaluación:

$TIR > 0$, esto quiere decir que nuestro plan de negocio puede realizarse ya que será rentable en el periodo que se está proyectando.

$TIR = 0$, esto quiere decir que nuestro plan de negocio se puede realizar o no dependiendo de qué tan rentable vaya en el periodo que se está proyectando.

$TIR < 0$, esto quiere decir que nuestro plan de negocio no puede realizarse ya que no sería rentable en el periodo que se está proyectando.

➤ Evaluaremos el PRI E, determina la recuperación de la inversión ya que mientras más rápido se recupera la inversión, el plan de negocio se encontrará en mejor situación.

- Evaluaremos el $B/C E > 1$, esto quiere decir que por cada sol que se invierta en el negocio, voy a obtener utilidad. Mientras mayor sea el ratio más atractivo será el proyecto.

5.13.1 Evaluación Económica

Para la evaluación económica se ha tomado como base los resultados del flujo de caja económico.

Tabla 89 Evaluación Económica

	COK	VALOR
VANE	16.39%	S/. 140,833.18
TIRE		52.98%
PRIE		1.36
B/C Económico		S/. 2.49

Elaboración Propia

Como podemos observar, el VANE tiene un resultado de 140,833.18 soles, por lo que se entiende la aceptación del proyecto. Asimismo, la TIRE de 52.98% es mayor al costo de oportunidad, por lo que el proyecto se encuentra justificado respecto a las expectativas de los inversionistas. Luego tenemos el periodo de recuperación de capital que se encuentra aproximadamente en 1

año y 4 meses. Por último, el ratio de B/C nos indica que por cada sol invertido en el negocio recibiremos 2.49 soles de ganancia.

5.13.2 Evaluación Financiera

Para la evaluación financiera se ha tomado como referencia los resultados del flujo de caja financiero considerando el financiamiento bancario.

Tabla 90 Evaluación Financiera

	WACC	VALOR
VANF	18.4%	S/ 158,674.21
TIRF		68.08%
PRIF		1.41
B/C Financiero		S/. 3.79
Elaboración Propia		

El VANF asciende a 158,674.21 soles, por lo que se ve la aceptación del negocio. Asimismo, el TIRF con 68.08% es mayor al costo promedio ponderado del capital (WACC), por lo que el proyecto se encuentra justificado respecto a las expectativas de los inversionistas. Luego tenemos el periodo de recuperación de capital que se encuentra aproximadamente en 1 año y 4 meses. Por último, el ratio de B/C nos indica que por cada sol invertido en el negocio recibiremos 3.79 soles de ganancia.

5.13.3 Evaluación social

DOCK LEVEL IMPORT PERU S.A.C., como empresa está comprometido con sus clientes a ofrecerles productos con los mejores estándares de calidad y velar por la seguridad de los mismos.

5.13.4 Impacto ambiental

DOCK LEVEL IMPORT PERU S.A.C., como empresa se dedicará a la importación de puertas seccionales, rampas niveladoras y abrigos de muelle de lona que son importadas desde Alemania. Estos productos no dañan el medio ambiente, por lo que consideramos que este proyecto será aceptado por nuestro mercado objetivo que son las empresas de almacenes integrales en Lima Sur.

5.14 Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo

La evaluación del costo de oportunidad del capital de trabajo se determina en base a dos indicadores: costo de oportunidad del capital (COK) y costo promedio ponderado del capital (WACC)

Tabla 91 Opciones de Costo Oportunidad de Capital de Trabajo

Riesgo	NULO	ES SEGURO?	NULO	MODERADO
Banco	Caja Raíz		BanBif	BBVA
Modalidad	Plazo Fijo	Invertir Negocio	Certificado Deposito	Fondos Mutuos
%	5.45%	10%	4.30%	6.01%

Fuente: Web de Caja Raíz, Web del BBVA

Tabla 92 Elección de cada inversionista

SEGURO DE GANAR	6%	5%	5%
PRIMA DE RIESGO	11%	10%	10%
	17%	15%	15%
	10%	3%	3%
% CAPITAL APORTAR	60%	20%	20%

En base a la elección de cada inversionista, el rendimiento mínimo adicional y según % de capital que aportan cada uno, se procederá a hallar la COK.

Tabla 93 Determinación del COK

TREMA Inversionista 1	17%
Participación Inversionista 1	60%
TREMA Inversionista 2	15%
Participación Inversionista 2	20%
TREMA Inversionista 3	15%
Participación Inversionista 3	20%
COK	16.39%

Elaboración Propia

Como resultado tenemos un COK de 16.39%.

Luego de haber hallado la COK mediante la evaluación, procederemos a determinar la WACC (Coste Promedio Ponderado del Capital). se ha considerado el porcentaje de participación propio y financiado, así como el costo de financiamiento (tasa activa del banco) y el porcentaje de impuesto a la renta.

Tabla 94 Determinación de la WACC

Concepto	%
Costo del patrimonio (COK)	16%
Participación del patrimonio	60%
Costo Financiamiento	24%
Participación de terceros	40%
Impuesto a la renta	10.41%
WACC	18.44%

Elaboración Propia

Como resultado tenemos una WACC de 18.44%.

5.15 Cuadro de riesgo del tipo de cambio

Para aminorar el riesgo de tipo de cambio se ha optado por recurrir al sistema bancario para contratar lo que se denomina Tipo de Cambio Forward.

“Un tipo de cambio forward es un acuerdo entre dos partes: donde, dos agentes económicos se encuentran obligados a intercambiar, en una fecha futura determinada o fijada, un monto anticipado de una moneda a cambio de otra, a un tipo de cambio futuro convenido.” (IFOREX,2018)

Según información del Banco de Crédito del Perú (2020), este contrato tiene los siguientes beneficios:

- Protegerás tu dinero ante las variaciones del tipo de cambio futuro.
- Manejarás con mayor eficacia tu flujo de caja, al saber con anticipación los ingresos y/o egresos de la moneda en la que desees hacer el Forward.
- Es un contrato de ejecución obligatoria
- No pagará comisiones (cero costos)

A continuación, realizaremos un análisis de sensibilidad teniendo al tipo de cambio

en diferentes escenarios y como afecta la variación al VAN y TIR.

Tabla 95 Análisis de sensibilidad con tipo de cambio

Tipo de Cambio	VANE	TIRE	B/C	VANF	TIRF	B/C
3.40	S/ 58,428.97	32%	S/ 1.62	S/ 65,718.72	44%	S/ 2.16
3.50	S/ 96,470.62	42%	S/ 2.02	S/ 122,269.68	54%	S/ 3.15
3.63	S/ 140,833.18	53%	S/ 2.49	S/ 158,674.21	68%	S/ 3.79
3.70	S/ 172,346.26	61%	S/ 2.82	S/ 187,072.16	78%	S/ 4.29
3.80	S/ 180,701.69	63%	S/ 2.91	S/ 194,764.76	80%	S/ 4.43

Elaboración Propia

En la Tabla 95, se muestra el análisis de sensibilidad y cómo el tipo de cambio llega a impactar en los diferentes indicadores (económico y financiero), pero

aquí vemos que se mantiene rentable ante esas variaciones del tipo de cambio.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

- En base a la evaluación realizada y los indicadores económicos financieros obtenidos, con un valor actual neto de S/. 140,833.18 y una tasa interna de retorno de 52.98%, con esto podemos concluir que es viable el presente plan de negocio.
- Hemos decidido importar puertas seccionales, rampas niveladoras y abrigo de muelle de lona que son de fabricación alemana y cuentan con los más altos estándares de calidad. Dando como beneficio la reducción de costo y tiempo en cuanto al proceso de carga y descarga en los muelles de almacenamiento.
- Luego de haber realizado el estudio de mercado y haber identificado nuestro mercado objetivo que son los almacenes integrales, debido a que ahora las empresas no cuentan con suficientes espacios para almacenar

sus productos y requieren el servicio de los almacenes integrales que se han expandido hacia la Zona Sur de Lima Metropolitana y cuentan con grandes naves de almacenamiento. Y ahí es donde nosotros les ofreceremos las puertas seccionales, rampas niveladoras y abrigos de muelle de lona según sus necesidades.

- Para nosotros llegar a nuestro mercado objetivo debemos considerar la promoción y publicidad de nuestros productos considerando que nuestra propuesta de valor está conformada por la calidad, quiere decir que nuestros productos son fabricados bajo los mejores estándares calidad. Luego el tiempo, estos productos hacen que se reduzca las horas de maniobra de carga y descarga de la mercadería hacia o del transporte. Los costos, al utilizar productos sustitutos se elevan los costos por lo que nosotros ofrecemos una guía de uso e instalación para los tres productos. Por último, el servicio post venta es lo que también nos da un respaldo para poder captar la atención de nuestros potenciales clientes ya que nuestro personal es capacitado por el mismo proveedor. Por lo que ofrecemos los tres productos juntos a un precio competitivo y mejor que la competencia o si en caso saliera un proyecto grande se podría negociar con el cliente el precio final.

- Debemos enfocarnos en nuestros resultados de la matriz FODA, ya que de ahí es donde vemos que oportunidades tenemos en el mercado y cómo afrontarlos. Al ser un distribuidor oficial de una de las empresas más reconocidas en el mercado europeo nos da mayor confianza para poder ingresar al mercado objetivo y ofrecer un precio competitivo en base a la calidad en los procesos de fabricación.

6.2 Recomendaciones

- Se recomienda evaluar ciertos aspectos, como la constitución de la empresa, aspectos legales, regímenes tributarios, que cantidad de productos traer y los gastos operativos que se incurriría en la importación de dichos productos y el financiamiento con el banco. En base a eso se podrá determinar la viabilidad del plan de negocio.
- Se recomienda negociar con el proveedor tanto precio como término de venta (Incoterm). Para ello se debe realizar una proyección de los ingresos, costos y gastos, depreciación y considerar el préstamo al banco para poder cubrir el capital de trabajo.
- Se recomienda invertir en los gastos de venta, esto incluye las ferias, página web, Google AdWords, página web, Redes Sociales y LinkedIn

empresarial. Esta inversión daría como resultado el impacto al mercado objetivo que quieres llegar y así poder ingresar al mercado ofreciendo los productos con una propuesta competitiva.

- Se recomienda el evaluar obtener un nuevo financiamiento, para ello se debe recurrir al sistema bancario y evaluar las tasas de interés que ofrecen. Ya que se podría necesitar más productos si en caso sale algún proyecto grande o ves que tu demanda proyectada ha aumentado.
- Se recomienda evaluar detalladamente los costos operativos y de gestión que se incurrirá por cada importación ya que se debe tratar de reducir esos costos para los años proyectados que se traería más volumen.

REFERENCIAS

1. ARTICOTRANS (2019). ¿Qué es la logística internacional? Recuperado de <https://www.articotrans.com/es/-que-es-la-logistica-internacional-#:~:text=Log%C3%ADstica%20internacional%20%E2%80%93%20Proceso.de%20operaciones%20de%20comercio%20cruzado.>
2. Banco de Crédito del Perú (2020). Tipo de Cambio Forward. Obtenido de <https://www.viabcp.com/empresas/operaciones-tipo-cambio/operaciones/tipo-de-cambio-forward>
3. Diario del Exportador (2020). ¿Cómo funciona una Transferencia en el Comercio Internacional? Obtenido de <https://www.diariodelexportador.com/2017/08/como-funciona-una-transferencia-en-el.html>
4. Diario del Exportador (2020). Incoterms 2020: CFR. Obtenido de <https://www.diariodelexportador.com/2020/02/incoterms-2020-cfr.html#!/tcmbck>
5. Diario del Exportador (2020). Uso de la transferencia internacional en el comercio exterior. Obtenido de <https://www.diariodelexportador.com/2017/04/uso-de-la-transferencia-internacional.html>
6. Diario Gestión (2019) ¿Qué es una Sociedad Anónima Cerrada? Recuperado el 09 de Mayo de 2019, de <https://gestion.pe/economia/empresas/sociedad-anonima-cerrada-sac-empresa-caracteristicas-constitucion-beneficios-nnda-nnlt-266153-noticia/>
7. FAO (2015). Reglamentación del embalaje de madera utilizado en el comercio internacional. Recuperado de <http://www.fao.org/3/a-mb160s.pdf>
8. IFOREX (2018). TIPO DE CAMBIO SPOT Y FORWARD: definición y cálculo. Obtenido de <https://www.eforex.mx/noticias/tipo-de-cambio-spot-y-forward-definici%C3%B3n-y-c%C3%A1culo-51889>

9. Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2010). Boletín Alcances sobre el contenido básico de la regulación legal del contrato individual de trabajo. Recuperado de http://www.mintra.gob.pe/boletin/boletin_2_1.html
10. Municipalidad del Callao (s.f.). Requisitos para la licencia de funcionamiento. Obtenido de <https://www.municallao.gob.pe/index.php/licencia-de-funcionamiento>
11. SUNAT (2019). Los beneficios de la Ley Mype. Obtenido de <https://emprender.sunat.gob.pe/emprendiendo/decido-emprender/beneficios-ser-formal>
12. SUNAT (2019). Regímenes Tributarios. Obtenido <https://emprender.sunat.gob.pe/emprendiendo/decido-emprender/regimen-tributario>
13. SUNAT (2020). Importación para el Consumo-Procedimiento General. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/importacion/importac/procGeneral/despa-pg.01.htm>
14. SUNAT (s.f.). Concepto - Planilla Electrónica. Obtenido de <https://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/informacion-general-planilla-electronica>
15. SUNAT (s.f.). Concepto PDT – PLAME. Obtenido de <https://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/pdt-plame>
16. SUNAT (s.f.). Inscripción al RUC – Empresas. Obtenido de <https://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/ruc-empresas/inscripcion-al-ruc-empresas/3197-inscripcion-al-ruc-empresas>
17. SUNAT (s.f.). RÉGIMEN LABORAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html>
18. SUNAT (s.f.). TABLA ANEXA N° 1: CIIU (CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME) Obtenido de <https://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/personas-menu/ruc-personas/inscripcion-al-ruc-personas/6745-03-tablas-anexas-ruc->

[personas#:~:text=La%20CIIU%20\(Clasificaci%C3%B3n%20Industrial%20Internacional,que%20producen%20bienes%20y%20servicios.](#)

19. SUNAT-DESPACHO ANTICIPADO (2020). Despacho anticipado en la importación para el consumo – ¿Qué es el despacho anticipado? Obtenido de <https://despachoanticipado.sunat.gob.pe/que-es.html>
20. SBS (2020). Cotización de Oferta y Demanda Tipo De Cambio Ponderado. Obtenido de https://www.sbs.gob.pe/app/pp/SISTIP_PORTAL/Paginas/Publicacion/TipoCambioPromedio.aspx

ANEXOS

CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte: DOCK LEVE IMPORT PERU S.A.C. empresa constituida bajo las leyes de la República del Perú, debidamente representada por su Gerente General Carmen Rosa Durán Ramirez con Documento de Identidad N° 72433477 domiciliado en su Oficina principal ubicado en Av. Guillermo Dansey 790. Callao, Lima, Perú, a quien en adelante se denominará EL COMPRADOR y, de otra parte, debidamente representado por su Gerente General y señalando domicilio ubicado en Upheider Weg 94-98, 33803, Steinhagen, Alemania, a quien en adelante se denominará EL VENDEDOR, que acuerdan en los siguientes términos:

GENERALIDADES

CLAUSULA PRIMERA:

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. Cualquier situación en relación con este contrato que no haya sido expresa o implícitamente acordada en su contenido, deberá ser gobernada por:

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,

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.

Cualquier referencia que se haga a términos del comercio CFR Callao estará entendida en relación con los llamados Incoterms, publicados por la Cámara de Comercio Internacional.

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.

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

CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

CLAUSULA SEGUNDA:

Es acordado por las Partes que EL VENDEDOR venderá los siguientes productos:

Puertas seccionales, Rampas Niveladoras y Abrigos de Muelle de Lona, y EL

COMPRADOR pagará el precio de dichos productos de conformidad con lo

acordado.

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 recibida la orden de importación debidamente firmada por EL COMPRADOR.

PRECIO

CLAUSULA CUARTA:

Las Partes acuerdan el precio de 24,629.60 euros por el envío de los productos de conformidad con la proforma comercial recibida por EL COMPRADOR el 23 de octubre de 2020.

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 es sobre la base del Incoterm CFR (“Cost & Freight”) será vía marítima.

CONDICIONES DE PAGO

CLAUSULA QUINTA:

Las Partes han acordado que el pago del precio o de cualquier otra suma adecuada por EL COMPRADOR a EI VENDEDOR deberá realizarse por pago adelantado 7

días antes del término de fabricación sobre el precio final ofrecido en la proforma comercial.

Las cantidades adeudadas serán acreditadas, salvo otra condición acordada, por medio de transferencia bancaria electrónica vía el Banco BCP a la cuenta del banco del vendedor en su país de origen, y EL COMPRADOR considerará 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 acordado: CFR

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:

Reemplazar los productos por productos sin daños, sin ningún costo adicional para el comprador; o 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.

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 20 Días del mes de noviembre 2020.

.....

EL VENDEDOR

.....

EL COMPRADOR