



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

**IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LIMA
DE REFLECTORES LED 220W PARA EXTERIORES
PROCEDENTES DE CHINA**

**PRESENTADA POR
CARLOS EDUARDO LUNA MEYZEN**

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

LIMA – PERÚ

2018



CC BY-NC

Reconocimiento – No comercial

El autor permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, y aunque en las nuevas creaciones deban reconocerse la autoría y no puedan ser utilizadas de manera comercial, no tienen que estar bajo una licencia con los mismos términos.

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



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

PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LIMA DE
REFLECTORES LED 220W PARA EXTERIORES PROCEDENTES DE CHINA**

PARA OPTAR

**TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Presentado por:

CARLOS EDUARDO LUNA MEYZEN

LIMA, PERÚ

2018

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO.....	7
1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN.....	9
2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	11
2.1. Denominación o razón social	11
2.2. Actividad económica o codificación internacional (CIU).....	11
2.3. Ubicación y factibilidad municipal y sectorial	11
2.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha	11
2.5. Ley de MIPYME, Micro y Pequeña Empresa, características	12
2.6. Estructura Orgánica	12
2.7. Cuadro de asignación de personal	13
2.8. Forma jurídica empresarial	13
2.9. Registro de marca y procedimiento en INDECOPI	14
2.10. Requisitos y trámites municipales	16
2.11. Régimen tributario, procedimiento desde la obtención del RUC y modalidades	18
2.12. Registro de planillas electrónicas (PLAME)	21
2.13. Régimen laboral especial y general laboral	22
2.14. Modalidades de contratos laborales	23
3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL	24
3.1. Identificación, descripción y justificación del producto a importar.....	24
3.1.1. Clasificación arancelaria	24
3.1.2. Ficha técnica comercial	25
3.1.3. Ecuación de valor mercado nacional	26
3.1.4. Determinación de la marca a usar.	26
3.2. Investigación del mercado objetivo	27
3.2.1. Segmentación de mercado objetivo	27
3.2.2. Definición del perfil del consumidor.....	28
3.2.2. Medición del mercado objetivo.....	28
3.3. Análisis de la oferta y la demanda	29
3.3.1. Análisis de la oferta	29
3.3.2. Análisis y cálculo de la demanda	29
3.3.3. Análisis de competitividad y benchmark	30
3.3.4. Análisis de precios de importación (compra).....	30
3.3.5. Análisis y determinación de formas de distribución.....	31
3.3.6. Análisis del entorno	32
3.3.6.1. Macro ambiente.....	32
3.3.6.2. Micro ambiente	34
3.4. Estrategias de ventas y distribución	35
3.4.1. Estrategias de segmentación	35
3.4.2. Estrategias de posicionamiento	35
3.4.3. Estrategias de ingreso al mercado	36
3.4.4. Estrategias de distribución comercial	36
3.4.5. Estrategias de branding	37

3.5. Estrategias de promoción	37
3.5.1. Establecer los mecanismos y definir estrategias de promoción incluida promoción de ventas.....	37
3.5.2. Propuesta de valor.....	37
3.5.3. Estrategias de Marketing digital y uso del E-commerce promoción.....	38
3.6. Política de estrategias de precio.....	38
4. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL	39
4.1. Envases, empaques y embalajes	39
4.2. Diseño del rotulado y marcado	41
4.2.1. Diseño del rotulado	41
4.2.2. Diseño del mercado	43
4.3. Unitarización y cubicaje de la carga	43
4.4. Cadena de DFI de exportación	45
5. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL	46
5.1. Fijación de precios	46
5.1.1 Costos y precio	46
5.1.2 Cotización internacional	47
5.2. Contrato de compra- venta internacional	49
134 5.3. Elección y aplicación del Incoterm	51
5.4. Determinación del medio de pago y cobro	51
5.5. Elección del régimen de importación	51
5.6. Gestión aduanera del comercio internacional.....	51
5.7. Gestión de operaciones de importación: Flujograma	52
6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	55
6.1. Inversión fija	55
6.1.1 Activos tangibles	55
6.1.2 Activos intangibles	56
6.2. Capital de trabajo	56
6.3. Inversión total	57
6.4. Estructura de inversión y financiamiento	58
6.5. Fuentes de financiamiento y condiciones de crédito	58
6.6. Presupuesto de costos	59
6.7. Punto de equilibrio	59
6.8. Presupuesto de ingresos	60
6.9. Presupuesto de egresos	60
6.11. Flujo de caja proyectado	61
6.12. Estado de ganancias y pérdidas	62
6.13. Evaluación de la inversión	62
6.13.1 Evaluación económica	63
6.13.2 Evaluación financiera	63
6.13.3 Evaluación social	63
6.13.4 Impacto ambiental	63
6.14. Evaluación de costo de oportunidad del capital de trabajo.....	64
6.15. Cuadro de riesgo del tipo de cambio	64

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	65
7.1. Conclusiones	65
7.2. Recomendaciones	66
REFERENCIAS	67
ANEXOS.....	68

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Organigrama de la empresa Luna Meyzen Trading EIRL.....	11
Tabla 2. Beneficios del régimen especial micro empresa.....	22
Tabla 3. Tabla comparativa de la oferta de reflectores led de 220W	29
Tabla 4. Prospección del segmento objetivo de reflectores led de 220W.....	29
Tabla 5. Análisis FODA, Luna Meyzen Trading EIRL.....	30
Tabla 6. Tabla comparativa de la oferta de reflectores led de 220W.....	31
Tabla 7. Costos de importación reflectores led de 220W LMT.....	46
Tabla 8. Tabla comparativa de costos de importación de reflectores led de 220W.....	47
Tabla 9. Tabla de selección de proveedores.....	48
Tabla 10. Tabla de Inversión Fija.....	55
Tabla 11. Tabla de depreciación.....	55
Tabla 12. Tabla de inversión intangible.....	56
Tabla 13. Tabla de capital de trabajo.....	57
Tabla 14. Tabla de financiamiento.....	58
Tabla 15. Tabla de Costos.....	59
Tabla 16. Tabla de punto de equilibrio.....	59
Tabla 17. Tabla de presupuesto de ingresos.....	60
Tabla 18. Tabla de presupuesto de egresos.....	60
Tabla 19. Tabla de flujo de caja proyectado.....	61
Tabla 20. Tabla de Estado de ganancias y pérdidas.....	62
Tabla 21. Tabla de tasa de interés pasiva cajas rurales.....	64

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Codificación internacional CIIU de la empresa Luna Meyzen Trading EIRL	11
Figura 2: Organigrama de la empresa Luna Meyzen Trading EIRL.....	12
Figura 3. Requisitos de Inscripción para empresas.....	19
Figura 4. Requisitos Adicionales.....	20
Figura 5. Registro de información laboral y planilla mensual de pagos.....	22
Figura 6. Clasificación arancelaria reflectores led 220w para exteriores.....	25
Figura 7. Ficha técnica Reflector led 220w marca LMT	25
Figura 8. Estimados de crecimiento FMI versus crecimiento real del año.....	32
Figura 9. Proyección PBI.....	33
Figura 10. Mapa perceptual reflectores 220W LMT	35
Figura 11. Matriz de Ansoff.....	36
Figura 12. Cartón corrugado.....	39
Figura 13. EPS.....	40
Figura 14. Burbu pack.....	40
Figura 15. Rotulado y Marcado LMT 220W	42
Figura 16. Marcado LMT 220W	43
Figura 17. Parámetros de paleta.....	44
Figura 18. Numero de reflectores por cama.....	44
Figura 19. Paletizado en el contenedor, carga LCL.....	45
Figura 20. Travesía Shanghai – Callao.....	45
Figura 21. Cotización de importación.....	48
Figura 22. Partida Arancelaria.....	52
Figura 23. Flujograma de importación.....	53
Figura 24. Flujograma de comercialización.....	54

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocios es un proyecto de importación y comercialización en la ciudad de Lima, de reflectores led de 220w para exteriores procedentes de China. Este tipo de reflectores led se utilizan en espacios exteriores en instituciones deportivas, educativas, recreacionales y esparcimiento, e industriales. Actualmente, dichas instituciones cuentan con iluminación exterior de reflectores de halogenuro metálico, sistema de iluminación que llega a generar altos costos energéticos, trabaja a altas temperaturas, contiene mercurio y otros contaminantes, y también genera radiación UV.

El estudio de mercado de iluminación en el Perú en el 2015 – impulsado por el Ministerio de Energía y Minas (MEM) – revela que la iluminación representa el 19% de la facturación de energía eléctrica en el hogar, mientras que en el sector público llega al 20% y en el sector comercial al 25%.

(DIARIO GESTIÓN, 2016)

La propuesta de valor se centra en la eficiencia energética, ahorro y reducción de costos de iluminación exterior usados actualmente, ofreciendo al mercado mejor iluminación, durabilidad y calidad en el producto a importar y comercializar; acompañado de un servicio adhoc; diseño técnico, instalación e implementación; a la necesidad de cada cliente maximizando la inversión realizada.

En el mercado podemos encontrar distintos tipos de oferta de estos materiales, siendo el líder del mercado Philips con 80% de participación de mercado, marca percibida como de alta calidad y alto costo, el resto de la oferta se divide en otros importadores de marcas chinas, percibidas por el mercado como de baja calidad y bajo costo, esto debido a la poca durabilidad de los diodos (Led) de los reflectores. El proyecto encontró la oportunidad en importar reflectores fabricados en China con diodo con estándar alemán, actual competencia del líder, el mismo que ofrece mayor durabilidad versus las marcas chinas, situándonos por debajo del precio del líder con una calidad y durabilidad buena, acompañado del servicio adhoc previamente detallado.

El plan requiere una inversión fija de 35 mil soles financiada con capital propio y un capital de trabajo de 100 mil soles; inversión que es recuperada al segundo año de operación; siendo el punto de equilibrio del primer año es 1,636 unidades, 970,3 mil soles. Capitalizando las oportunidades del mercado, el proyecto puede obtener un VAN de 109 mil con una TIR de 23% después de 5 años de operación, haciéndolo rentable como inversión. Este es un proyecto que busca lograr la rentabilidad basado en ahorro energético, innovación y servicio al cliente.

1.- ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

Luna Meyzen Trading EIRL es una empresa que importa y comercializa reflectores led de 220w para exteriores, en la ciudad de Lima procedentes de China. Este producto representa una solución energética, en reemplazo a los reflectores de halogenuro utilizados actualmente.

En el capítulo 1 y 2 se presenta la estructura general del plan a modo de introducción y se determinan los aspectos legales dado que la empresa está constituida jurídicamente como una EIRL, por la voluntad de una sola persona (voluntad unipersonal). La empresa acorde a la Ley Mipyme se acogerá al régimen mype tributario y al régimen laboral especial de la pequeña empresa ya que se trata de una empresa recién constituida la cual cuenta con recursos limitados.

En el capítulo 3 se presenta el estudio de mercado realizado, donde se detalla el mercado objetivo; instituciones deportivas, educativas, recreacionales y esparcimiento, e industriales; dimensionando la oportunidad de negocio; así como los canales de distribución que se emplearán en la comercialización del producto.

En el capítulo 4 y 5 se señala los aspectos de logística internacional, cadena de DFI, y comercio internacional; tales como el incoterm que se empleará, será el FOB versión 2010 y el medio de pago convenido por ambas partes será contra documentos, medio de pago utilizado frecuente al importar de China.

En el capítulo 6 se enumeran los indicadores de rentabilidad del proyecto los cuales indican que el proyecto es rentable tanto económicamente como financieramente. Asimismo, se considera que los indicadores de rentabilidad exigen que el proyecto obtenga un $VAN > 0$, $TIR > COK$, lo cual indica que el presente proyecto es financieramente rentable.

2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1 Nombre o Razón Social

La denominación social es Luna Meyzen Trading EIRL, empresa individual de responsabilidad limitada la cual responde con su propio capital, dentro del marco legal ley N° 21621

El Titular, es el órgano máximo de la empresa que tiene a su cargo la decisión de los bienes y actividades.

2.2 Actividad económica o codificación internacional

CIU Rev.4	DESCRIPCION
4759	VENTA AL POR MENOR DE APARATOS ELÉCTRICOS DE USO DOMÉSTICO, MUEBLES, EQUIPO DE ILUMINACIÓN Y OTROS ENSERES DOMÉSTICOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS

Figura 1: Codificación internacional CIU de la empresa Luna Meyzen Trading EIRL
Fuente: Sunat

2.3 Ubicación y Factibilidad municipal y Sectorial

La ubicación de la empresa será en el distrito de San Isidro; el inmueble tiene 30 años de antigüedad y cuenta con la aprobación de factibilidad y sectorial de la municipalidad de San Isidro.

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

Objetivo general

Importar y comercializar reflectores led, proveyendo soluciones energéticas que permitan generar ahorro en iluminación a nuestros clientes, y nos generen utilidad al negocio.

Objetivos estratégicos

- Buscar la eficiencia en la importación de reflectores led, para generar reducción de costos al negocio.
- Realizar propuestas especializadas a nuestros clientes, basados en calidad y servicio, que les permita reducir sus gastos de iluminación.

2.5 Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características

Luna Meyzen Trading EIRL

Será una pequeña empresa, la proyección de ventas anuales proyectadas es de S/. 1,067 mil soles (hasta 1700 UIT), asimismo contará con 5 trabajadores.

2.6 Estructura Orgánica

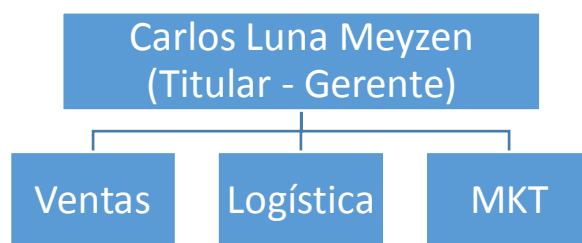


Figura 2: Organigrama de la empresa Luna Meyzen Trading EIRL.
Fuente: Elaboración propia.

Las demás áreas de la empresa, contabilidad, recursos humanos, etc. serán tercerizadas.

2.7 Cuadro de asignación de personal

Los trabajadores de la empresa se contratarán bajo la modalidad de contrato a plazo, por inicio de actividades, estarán incluidos dentro de los beneficios de microempresa.

Personal	Q	Área
Titular - Gerente	1	Administrativo
Vendedor Arquitecto	1	Ventas
Vendedor Ingeniero	1	Ventas
Asistente de Logística	1	Ventas
Asistente de Marketing	1	Administrativo

Tabla 1: Organigrama de la empresa Luna Meyzen Trading EIRL.
Fuente: Elaboración propia.

2.8 Forma Jurídica empresarial

Luna Meyzen Trading EIRL

Características

- Es una persona jurídica de derecho privado.
- Constituida por la voluntad de una sola persona (voluntad unipersonal). Carlos Luna Meyzen
- El capital de la empresa deberá estar íntegramente suscrito y pagado al momento de constituirse la empresa. S/. 35,000
- La empresa tiene patrimonio propio (conjunto de bienes a su nombre), que es distinto al patrimonio del titular o dueño.
- La responsabilidad de la empresa está limitada a su patrimonio. El titular del negocio no responde personalmente por las obligaciones de la empresa.
- El titular será solidariamente responsable con el gerente de los actos infractorios de la ley practicados por su gerente. Siempre que consten en el libro de actas y no hayan sido anulados

- En los demás casos, la responsabilidad del titular y del gerente será personal.
- Las acciones legales contra las infracciones del gerente prescriben a los dos años a partir de la comisión del acto que les dio lugar.
- Se constituye para el desarrollo exclusivo de actividades económicas de pequeña empresa.

2.9 Registro de Marca y Procedimiento en Indecopi

La marca a registrar es LMT reflectores

Los requisitos para la solicitud de registro de marcas de productos y/o servicios:

Completar y presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente (dos para la Autoridad y uno para el administrado).

- Indicar los datos de identificación del(s) solicitante(s):
 1. Para el caso de personas naturales: consignar el número del Documento Nacional de Identidad (DNI), Carné de Extranjería (CE) o Pasaporte e indicar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
 2. Para el caso de personas jurídicas: consignar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
 3. En caso de contar con un representante, se deberá de indicar sus datos de identificación y será obligado presentar el documento de poder. *
- Señalar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú (incluyendo referencias, de ser el caso).

- Indicar cuál es el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros).
1. Si la marca es mixta, figurativa o tridimensional se deberá adjuntar su reproducción (tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores si se desea proteger los colores).
 2. De ser posible, se sugiere enviar una copia fiel del mismo logotipo al correo electrónico: logos-dsd@indecopi.gob.pe (Formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles).
- Consignar expresamente los productos y/o servicios que se desea distinguir con el signo solicitado, así como la clase y/o clases a la que pertenecen. Para saber las clases a las cuáles pertenecen los productos o servicios a distinguir, se sugiere entrar al buscador PERUANIZADO.
 - En caso de una solicitud multiclase, los productos y/o servicios se deben indicar agrupados por la clase, precedidos por el número de clase correspondiente y en el orden estipulado por la Clasificación Internacional de Niza.
 - De reivindicarse prioridad extranjera sobre la base de una solicitud de registro presentada en otro país, deberá indicarse el número de solicitud cuya prioridad se reivindica, así como el país de presentación de la misma. En esta situación particular, se deberá adjuntar copia certificada emitida por la autoridad competente de la primera solicitud de registro, o bien certificado de

la fecha de presentación de esa solicitud, y traducción al español, de ser el caso.

- Firmar la solicitud por el solicitante o su representante.
- Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo es equivalente al 13.90% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) por una clase solicitada, esto es S/. 534.99 Soles. Este importe deberá pagarse en la sucursal del Banco de la Nación ubicado en el Indecopi-Sede Sur, Calle De La Prosa N° 104-San Borja, o bien realizar el pago a través de una de las modalidades que se ofrecen.

2.10 Requisitos y Trámites Municipales

La empresa cuenta con local propio, el mismo que cuenta con licencia municipal para realizar las actividades de la empresa.

El procedimiento para solicitar la licencia municipal es el siguiente:

Requisitos Generales

(Aplicable a todos los giros / anexos)

1.Solicitud de Licencias de Funcionamiento, con carácter de declaración jurada, que incluya:

1.1 Número de RUC y DNI o Carné de Extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda.

1.2 DNI o Carné de Extranjería del representante legal en caso de personas jurídicas, u otros entes colectivos, o tratándose de personas naturales que actúen mediante representación.

1.3 Tratándose de persona jurídica anexar el número de partida registral de la empresa u entes colectivos.

2. Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad o Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones de Detalle o Multidisciplinaria, vigente, según corresponda.

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

3.1. Declaración Jurada del título profesional en el caso de servicios relacionados con la salud.

3.2 Informar sobre el número de estacionamientos de acuerdo a la normativa vigente, en la Declaración Jurada.

3.3 Copia simple de la autorización sectorial respectiva en el caso de aquellas actividades que conforme a Ley la requieran de manera previa al otorgamiento de la licencia de funcionamiento.

3.4 Copia simple de la autorización expedida por el Ministerio de Cultura, conforme a la Ley N° 28296, Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación. Excepto, en los casos en los que el Ministerio de Cultura haya participado en las etapas de remodelación y monitoreo de ejecución de obras previas inmediatas a la solicitud de la licencia del local por el cual se solicita la licencia

Notas:

De no contar con el certificado de Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones podrá ser reemplazado por el Informe de Inspección de la diligencia finalizada sin observaciones.

* Verificados los requisitos señalados, se procederá al pago de la Tasa por licencia de funcionamiento. (INDECOPI, 2018)

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

El régimen tributario solicitado es:

Régimen MYPE Tributario – RMT

Es un régimen creado especialmente para las Micro y Pequeñas empresas, con el objetivo de promover su crecimiento al brindarles condiciones más simples para cumplir con sus obligaciones tributarias.

Uno de los requisitos para estar en este régimen es que tus ingresos netos no superen las S/.1700 UIT en el ejercicio gravable.

Ventajas que te ofrece este régimen tributario:

- Montos a pagar de acuerdo a la ganancia obtenida.
- Tasas reducidas
- Posibilidad de suspender los pagos a cuenta.
- Poder emitir comprobantes de cualquier tipo.

Asimismo, los requisitos para obtener el RUC es el siguiente:

01. Inscripción al RUC - Empresas

Registro Único de Contribuyentes - RUC

Es un padrón en el que deben registrarse los contribuyentes respecto de los tributos que administra la SUNAT y constituye una base de datos cuya

información es actualizada permanentemente por los contribuyentes y por la misma SUNAT.

Este registro permite otorgar a cada persona, entidad o empresa un RUC que consta de 11 dígitos que es de carácter permanente y de uso obligatorio en todo trámite ante la SUNAT.

Para obtener su número de RUC deberá acercarse a cualquier Centro de Servicios al Contribuyente cercano a su domicilio fiscal y presentar los siguientes documentos:

REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN PARA EMPRESAS		
PERSONA NATURAL CON NEGOCIO		PERSONA JURÍDICA
SI LA DIRECCIÓN QUE VA A REGISTRAR ES LA MISMA QUE FIGURA EN EL DNI	SI LA DIRECCIÓN QUE VA A REGISTRAR NO ES LA MISMA QUE FIGURA EN EL DNI	DNI del Representante Legal
Exhibir el original del DNI	Exhibir el original del DNI	Ficha o partida electrónica certificada por Registros Públicos, con una antigüedad no mayor a treinta (30) días calendario
	Cualquier documento privado o público en el que conste la dirección del domicilio fiscal que se declara.	

Figura 3. Requisitos de Inscripción para empresas.
Fuente: Sunat.

Si el trámite lo realiza una tercera persona, deberá presentar, adicionalmente:

REQUISITOS ADICIONALES	
Carta Poder con firma legalizada notarialmente o autenticada por fedatario de SUNAT, que lo autorice expresamente a realizar	Presentar los siguientes formularios correctamente llenados y firmados por el titular:

el trámite de inscripción en el RUC.	<ul style="list-style-type: none"> - Formulario N° 2119: Solicitud de Inscripción o comunicación de afectación de tributos. -Formulario 2054 "Representantes Legales, Directores, Miembros Del Consejo Directivo
--------------------------------------	--

Figura 4. Requisitos Adicionales.
Fuente: Sunat.

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

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

<p>Recuerde que debe registrar o actualizar en el RUC sus datos de:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Correo electrónico · Número de teléfono celular <p>Más información sobre cómo hacerlo en este módulo</p>
<p>Plazos para modificar/actualizar datos del RUC: El plazo para comunicar la modificación de domicilio fiscal es de un (1) día hábil. El plazo para modificar o actualizar los demás datos registrados en el RUC de cinco (5) días hábiles de producidos los hechos.</p>

La SUNAT podrá solicitar a los contribuyentes, con carácter general o particular y en las condiciones y plazos que ésta determine, la actualización total de los datos contenidos en el RUC.

Adicionalmente, las entidades de la Administración Pública deben actualizar la información relativa a sus representantes legales con una periodicidad anual,

salvo que los mandatos se hubiesen recortados a un tiempo inferior al mencionado por alguna circunstancia excepcional.

Recuerde que: Para toda modificación o actualización de datos en el RUC los representantes legales deberán identificarse con alguno de los siguientes documentos según corresponda:

Documento Nacional de Identidad (DNI)

Carné de Extranjería

Cédula Diplomática de Identidad

Pasaporte

A partir del año 2018, se inscribe al 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.

2.12 Registro de planillas electrónicas (PLAME)

Todos los trabajadores de la empresa, se encontrarán en planilla, y se registrarán mediante PLAME en Sunat.

A continuación, se detalla el procedimiento e información referente a la planilla electrónica.

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.

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).

PLANILLA ELECTRÓNICA	DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN	MEDIO DE ACCESO
T – REGISTRO	Registro de Información Laboral	Es el Registro de Información Laboral de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación – modalidad formativa laboral y otros (practicantes), personal de terceros y derechohabientes.	A través de la Clave SOL, OPCIÓN MI RUC Y OTROS REGISTROS
PLAME	Planilla Mensual de Pagos	Comprende información laboral, de seguridad social y otros datos sobre el tipo de ingresos de los sujetos registrados, trabajadores y derechohabientes	Se descarga el programa en www.sunat.gob.pe , se elabora, genera archivo y envía en SUNAT Operaciones en Línea.

Figura 5. Registro de información laboral y planilla mensual de pagos.
Fuente: Sunat.

2.13 Régimen Laboral Especial

El régimen laboral será el régimen especial micro empresa. Los beneficios del régimen escogido son los siguientes:

Beneficios Laborales a tus trabajadores como PEQUEÑA EMPRESA	Titular	Ventas	Asist. Logística	Asist. Marketing
Remuneración: No menor a la Remuneración Mínima Vital (RMV).	S/ 5,000.00	S/ 2000+1000	S/ 1,350.00	S/ 930.00
Jornada máxima de 08 horas diarias o 48 horas semanales.				
Descanso semanal y en días feriados.				
Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD.				
Derecho a percibir 2 gratificaciones al año de 1/2 sueldo (Fiestas Patrias y Navidad).	S/ 5,000.00	S/ 3,000.00	S/ 1,350.00	S/ 930.00
Derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio.	S/ 2,500.00	S/ 1,500.00	S/ 675.00	S/ 465.00
Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.				

Tabla 2. Beneficios del régimen especial micro empresa.
Fuente: Sunat. Elaboración propia.

Contratos Laborales

Contrato laboral por inicio de operaciones 6 meses de plazo.

2.14 Contratos comerciales y Responsabilidad Civil de los Accionistas

A continuación, se detallan los contratos que utilizarán.

*Contrato de compra y venta

*Contrato de cuenta de bancaria

*Contrato de prestación de servicios (proveedores)

*Contrato de responsabilidad del Titular.

En el caso del contrato de responsabilidad del titular, por ser una empresa individual de responsabilidad limitada, la responsabilidad del titular del negocio no responde personalmente por las obligaciones de la empresa, ya que la empresa está limitada a su patrimonio.

3. PLAN DE MARKETING IMPORTACIÓN

3.1 Identificación, descripción y justificación del producto a importar.

Reflectores led 220W

El producto a importar y comercializar es Reflectores Led de 220W procedentes de China, para iluminación de exteriores.

Actualmente, la mayor parte del mercado de iluminación exterior usa reflectores de halogenuro metálico de 400W, los mismos que presentan un alto consumo eléctrico, por lo que buscan otras fuentes de menor consumo, debido a ello los reflectores led están teniendo mayor aceptación y demanda.

En el mercado se encuentran reflectores led de 220w de la marca Philips, actualmente, el líder del mercado con 80% de participación y otras marcas chinas.

3.1.1 Clasificación arancelaria (ambos países)

La partida arancelaria hace referencia, a los demás aparatos de alumbrado, los cuales tienen 0% de impuesto ad valorem a las importaciones.

9405.40	- Los demás aparatos eléctricos de alumbrado:
9405.40.11.00	--- Proyectores de luz
9405.40.19.00	--- Los demás
9405.40.90.00	-- Los demás

TIPO PRODUCTO:	DE	LEY 29666-IGV 20.02.11
-----------------------	-----------	------------------------

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	1.5%
Sobretasa	0%
Unidad de Medida:	(*)

Figura 6. Clasificación arancelaria reflectores led 220w para exteriores.
Fuente: Sunat.

3.1.2 Ficha técnica comercial

Especificaciones	
Referencia	TLFLF220XYZZ
Potencia	220 W
Ángulo de Iluminación	120° x 90°
Lumens	26.400 Lm
Eficiencia	120 Lm/W
CRI	>80
Conexión	Cable AC
Color de Luz	3000K/4000K/5000K/5700K
Vida Útil	50.000 Horas
Dimerizable	Si
Voltaje	100-277 VAC 50/60HZ
Factor de Potencia	>0.9
Temperatura de Operación	-20°~ 55°C
Método de Instalación	Brazo Direccional en U
Material	Aluminio y Difusor de Policarbonato
Ambiente	Húmedo Exterior
IP	65
IK	09

Figura 7. Ficha técnica Reflector led 220w marca LMT
Fuente: Elaboración propia.

3.1.3 Ecuación de valor mercado nacional

- **Ahorro en iluminación exterior:** Los reflectores Led de 220W generan 40% de ahorro en energía versus los reflectores de halogenuro metálico.

En comparación con todos los sistemas existentes para iluminación el LED es el sistema que menos energía consume. Además, no contiene mercurio u otros materiales tóxicos, contaminantes o radiactivos. Puesto que no requiere generar puentes de plasma como la fluorescencia o calentar el mercurio como el neón, su encendido es prácticamente inmediato incluso a bajas temperaturas. El encendido se produce instantáneamente al 100%

- **Calidad y durabilidad a buen precio:** Los reflectores Led de 220W importados, son fabricados en china, y cuentan con diodos de tecnología alemana; 50,000 horas de vida útil; a un precio 20% más económico que el líder del mercado.

- **Garantía:** Garantía de 1 año en el producto.

- **Servicio Adhoc y Post venta:** Servicio de diseño e instalación del proyecto adhoc al requerimiento de cada cliente B2B buscando maximizar la iluminación y ahorro energético.

Control trimestral de equipos, mantenimiento y reporte de control de ahorro de energía y recuperación de inversión.

3.1.4 Determinación de la marca a usar.

La marca a usar en los reflectores importados será LMT Led, iniciales de la empresa.

3.2 Investigación del mercado objetivo.

Se ha investigado el mercado B2B para el presente plan de negocios.

3.2.1 Segmentación de mercado objetivo.

Macro segmentación:

El mercado objetivo son instituciones deportivas, educativas, recreacionales y esparcimiento en Lima metropolitana que usen actualmente reflectores de 220W para la iluminación exterior de sus espacios.

Se definió Lima, como mercado potencial debido que se concentra el volumen de mayorista e instituciones a las cuales se busca atender.

Micro segmentación:

- Universidades entre públicas y privadas, clubes sociales y recreacionales con sus respectivas sedes, canchas de fútbol abiertas al público, canchas de tenis abiertas al público, canchas de frontón, estadios privados y municipales.
- Empresas de paneles publicitarios
- Centro electro ferretero “Las Malvinas”



3.2.2. Definición del consumidor

Empresas e instituciones que usan iluminación exterior y buscan reducir sus costos energéticos. Así como una imagen amigable con el medio ambiente.

3.2.3 Medición del mercado objetivo

Con las investigaciones realizadas sobre el mercado objetivo, se logró identificar que en Lima se cuenta con:

34 universidades entre públicas y privadas.

18 clubes sociales y recreacionales con sus respectivas sedes.

126 canchas de fútbol abiertas al público con un mínimo de 2 canchas por sede.

150 canchas de tenis abiertas al público

60 canchas de frontón

5 estadios privados

5,000 paneles publicitarios en Lima (70% del mercado de paneles publicitarios se concentra en Lima) (PERU RETAIL, 2017).

El mercado objetivo tiene un potencial aproximado de 51,9 millones. (PxQ)

3.3 Análisis de la oferta y la demanda del mercado

3.3.1 Análisis de la oferta

El objetivo es obtener el 8% de participación de mercado de reflectores led de 220W considerando una colocación en los próximos 5 años de 12,200 reflectores en los diferentes micro segmentos, con un precio 20% por debajo del líder.

A continuación, se muestra una tabla comparativa de la oferta de reflectores led de 220W.

Tabla 3. Tabla comparativa de la oferta de reflectores led de 220W

REFLECTORES LED 220W		LMT 220W	Philips Dist 220W	Duratel 220W	Ecotren 220W (Chip Samsung)
FOB USD	1.24	\$ 112.49	\$ 144.77	\$ 96.64	\$ 83.75
PVP		S/ 700.79	S/ 879.76	S/ 600.00	S/ 520.00

Fuente: Elaboración propia.

3.3.2 Análisis de la demanda

Basándonos en las investigaciones realizadas, la demanda del mercado objetivo es el siguiente:

Tabla 4. Prospección del segmento objetivo de reflectores led de 220W

Micro segmento	Prospección	Unid.	Unid. Totales
Universidades	34	120	4,080
Clubes	18	200	3,600
Canchas deportivas	341	20	6,820
Panales publicitarios	5000	16	80,000
			94,500
		precio promedio	S/550.00
			S/51,975,000

Fuente: Elaboración propia.

3.3.3 Análisis de la competitividad y benchmark

Realizamos el análisis FODA del negocio para analizar la competitividad, donde concluimos que el servicio es pieza clave para lograr el objetivo de volumen y participación buscado; el mismo que permitirá generar confianza y construir relación con los clientes al futuro.

Tabla 5. Análisis FODA, Luna Meyzen Trading EIRL

<u>Fortalezas</u> -Precio, Calidad y Durabilidad -Garantía -Servicio especializado adhoc por proyecto (RR.HH / Arquitectos) -Servicio post venta y Mantenimiento. - TLC -Flexibilidad y adaptabilidad.	<u>Debilidades</u> -Recursos financieros limitados. -Marca nueva en el mercado.
<u>Oportunidades</u> -Tendencia Eco amigable -Construir relación con clientes, para futuros lanzamientos. -Reflectores solares y otras fuentes de iluminación alternativa.	<u>Amenazas</u> -Barreras de entrada del líder del mercado. -Baja de precio del líder. -Inestabilidad política (proteccionismo)

Fuente: Elaboración propia.

3.3.4 Análisis de precio de importación

A continuación, se detalla el análisis de precio de importación comparándolo con la competencia, el actual líder del mercado y otros reflectores procedentes de China.

Tabla 6. Tabla comparativa de la oferta de reflectores led de 220W

REFLECTORES LED 220W		LMT 220W	Philips Dist 220W	Duratel 220W	Ecotren 220W
FOB USD	1.24	\$ 112.49	\$ 144.47	\$ 96.31	\$ 83.47
CIF	1%	\$ 113.62	\$ 145.92	\$ 97.28	\$ 84.31
Adv	0%	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
IGV+IPM	18%	\$ 20.45	\$ 26.26	\$ 17.51	\$ 15.18
Agente Aduana	5%	\$ 5.68	\$ 7.30	\$ 4.86	\$ 4.22
Total gastos de imp.	23%	\$ 26.13	\$ 33.56	\$ 22.37	\$ 19.39
Costo USD		\$ 139.75	\$ 179.48	\$ 119.65	\$ 103.70
Costo S/.	3.27	S/ 456.98	S/ 586.89	S/ 391.26	S/ 339.09
MG	32%	S/ 147.15	S/ 188.98	S/ 125.98	S/ 109.19
MG Dist / Mayorista	16%	S/ 96.66	S/ 124.14	S/ 82.76	S/ 71.72
PVP		S/ 700.19	S/ 900.00	S/ 600.00	S/ 520.00

Fuente: Elaboración propia.

3.3.5 Análisis y determinación de formas de distribución.

La distribución de los reflectores Led LMT de 220W será mediante dos canales de distribución, en ambos casos será distribución directa, los mismos que detallan a continuación:

- Canal Proyectos e institucional: Será atendido por proyecto y está asociado a servicios de instalación, mantenimiento, post venta, por lo que este canal será el más rentable.
- Canal Mayor: Se atenderá el centro electro ferretero “las Malvinas” donde se concentra la mayor parte de mayoristas de estos materiales, este canal representará el volumen de la empresa.

3.3.6 Análisis del entorno

3.3.6.1 Macro Ambiente

Factores Económicos:

El FMI resalta que el Perú dio indicios de recuperación en el segundo semestre de 2017 y prevé que en 2018 la expansión generalizada de la demanda interna impulse el crecimiento. “Las exportaciones siguen siendo vigorosas, pero su contribución sería menor que en los dos últimos años, teniendo en cuenta que los nuevos proyectos mineros prácticamente alcanzaron su capacidad de producción en 2017”, indica el organismo multilateral.

En materia de políticas, el FMI considera que las autoridades peruanas continuaron centrándose en la implementación de una política fiscal y monetaria anticíclica y en las reformas estructurales. Además, advierte que el impulso fiscal previsto para el 2018 será crítico para la reactivación del crecimiento.

Cabe recordar que en octubre pasado el FMI mantuvo la proyección de crecimiento del PBI peruano de 3,8% para 2018 en relación a su anterior informe.

(EL COMERCIO, 2018)

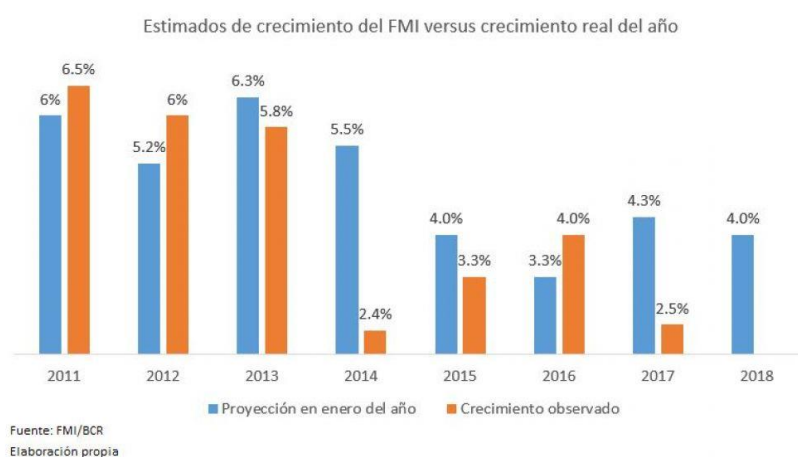


Figura 8. Estimados de crecimiento FMI versus crecimiento real del año
Fuente: El Comercio.

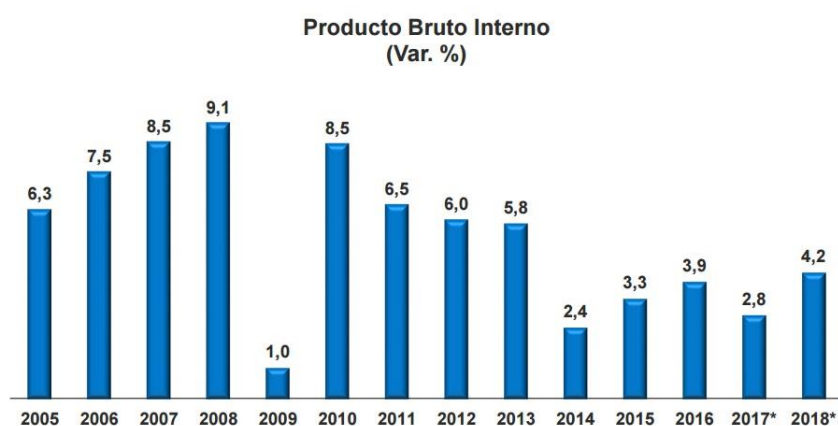
Factores socio culturales:

En lo que respecta a los factores socio culturales, existe una marcada tendencia a ser eco amigables, y responsables con el medio ambiente, así como buscar la eficiencia en los recursos energéticos; es también importante considerar que se busca una vida más saludable basado en alimentación y deporte.

Factores políticos:

A pesar que el país está sufriendo por la corrupción del gobierno, y tras la reciente renuncia del presidente Pedro Pablo Kuczynski, el diario el comercio informa que la reacción del mercado a la crisis política muestra un escenario de estabilidad, contrario a lo que podría pensar.

Así, la mañana del jueves la agencia Fitch Ratings mantuvo la calificación crediticia de nuestro país en BBB+ con perspectiva estable.



* Proyección
Fuente: BCRP

17

Figura 9. Proyección PBI
Fuente: El Comercio.

Factores Tecnológicos:

El peruano se está volviendo más tecnológico, el uso de la tecnología se ha incrementado recientemente, el uso de los smartphones nos permite estar siempre conectados, responder correos inmediatamente, acceder a páginas de internet, realizar transacciones bancarias, e inclusive reservas de espacios deportivos.

3.3.6.2 Micro Ambiente

Se ha realizado el análisis de las cinco fuerzas de Porter:

Proveedores: Bajo poder de negociación, por la gran oferta del mercado chino.

Competidores de potenciales: La rentabilidad y demanda del negocio atraerá a nuevos competidores, quienes buscarán productos similares en precio y calidad, para importar.

Productos Sustitutos: Otras fuentes de energía, como solar y eólica para generar iluminación en exteriores podría afectar el futuro del negocio, sin embargo, aún es muy reducida la demanda por estos materiales.

Compradores: Alto poder negociación, sensibilidad al precio, adicionalmente buscan más por lo que pagan.

Competidores de la industria: Líder del mercado, empresa multinacional de iluminación, con 80% de participación de mercado en reflectores led de 220W, producto considerado como costoso, pero de alta calidad.

3.4 Estrategias de venta y distribución

3.4.1. Estrategias de Segmentación

Se ha tomado el segmento a atender:

Empresas e instituciones que usan iluminación exterior y buscan reducir sus costos energéticos en Lima.

Y se obtienen 2 micro segmentos

- Universidades entre públicas y privadas, clubes sociales y recreacionales.
- Empresas de paneles publicitarios

3.4.2 Estrategias de posicionamiento

El posicionamiento buscado es ser un producto de calidad alta a un precio por debajo del líder del mercado. Se describe a continuación el mapa perceptual.

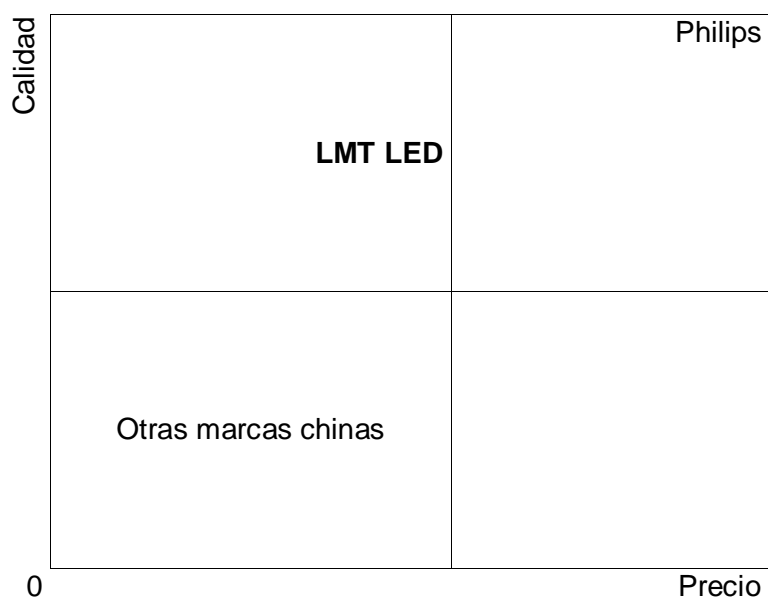


Figura 10. Mapa perceptual reflectores 220W LMT.
Fuente: Elaboración propia.

3.4.3. Estrategias de ingreso al mercado

Analizando la matriz de Ansoff la estrategia de ingreso al mercado será de penetración de mercado, debido que es un mercado actual y un producto actual; para lo cual se necesitará una sólida comunicación de la propuesta de valor, y personal capacitado en desarrollar las propuestas adhoc a cada proyecto.

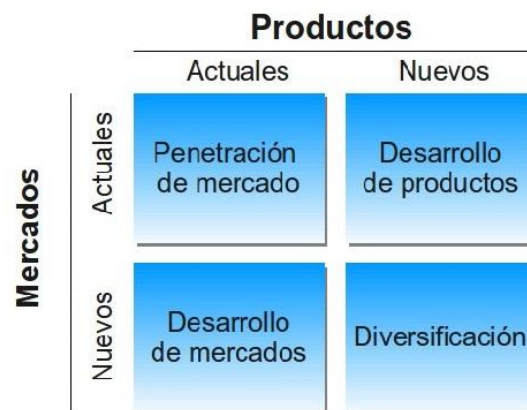


Figura 11. Matriz de Ansoff.
Fuente: Elaboración propia.

3.4.4. Estrategias de Distribución Comercial

Se ha considerado usar dos canales:

- Canal Proyectos e institucional: Será atendido por proyecto y está asociado a servicios de instalación, mantenimiento, post venta, por lo que este canal será el más rentable.
- Canal Mayor: Se atenderá el centro electro ferretero “las Malvinas” donde se concentra la mayor parte de mayoristas de estos materiales, este canal representará el volumen de la empresa.

3.4.5 Estrategias de branding

Se ha tomado como marca para nuestros reflectores las iniciales de la empresa, con lo cual se busca que el cliente tenga recordación de la empresa, basada en el servicio diferenciado ofrecido, en lo que, a reducción de costes de energía, mantenimiento y garantía respecta; una empresa preocupada por ofrecer soluciones energéticas para su negocio.

3.5. Estrategias de promoción

3.5.1 Establecer el mecanismo y definir estrategias de promoción, incluida promoción de ventas.

-Publicidad en revistas, periódicos deportivos, webs deportivas y búsquedas relacionadas.

-Invitación a exposiciones de ahorro energético y medio ambiente, así como ferias especializadas del segmento, a personas que toman decisión.

-Auspicios en actividades deportivas, mini campeonatos, torneos y otras actividades en canchas y clubes.

3.5.2 Propuesta de Valor

Ahorro en iluminación exterior, eficiencia energética, responsable con el medio ambiente, reflectores de calidad, durabilidad a buen precio.

Garantía de 1 año, servicio Adhoc y Post venta.

3.5.3 Estrategias de marketing digital y uso de E-commerce

Emailing a los clientes posterior a la emisión del recibo de luz, remarcado el ahorro obtenido por el uso de reflectores led en sus instalaciones exteriores; adicionalmente un breve artículo de eficiencia energética y responsabilidad ambiental.

3.6 Políticas de estrategia de precio

El precio será marcado bajo la política de comparación con la competencia, la misma que se realizará contra el líder del sector, y será de 20% por debajo, esto debido que somos una marca china nueva en el mercado, y nuestra propuesta de valor es Calidad, Durabilidad a buen precio.

4. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

4.1 Envases, empaques y embalajes.

a) Envases y empaque.

El producto a importar es, reflector led de 220w, está dirigido a empresas, este producto es para uso en espacios exteriores, por ejemplo, en canchas deportivas, instituciones educativas, sociales, paneles publicitarios, etc.

Considerando el tamaño y peso del producto no requiere envase primario, sin embargo, requiere de envase secundario con las medidas de seguridad necesarias para garantizar la protección del reflector led.

El empaque a utilizar es de cartón corrugado doble, tecnopor (Poliestireno expandido - EPS) y protectores internos de burbupack.

-Cartón corrugado doble: formado por dos caras lisas y una hoja ondulada. Es la combinación de cartón ondulado más utilizada. Este sistema ayuda a amortiguar el impacto de los golpes en el manipuleo.



Figura 12. Cartón corrugado.
Fuente: Google.

- El poliestireno expandido (EPS) es un material plástico espumado, derivado del poliestireno y utilizado en el sector del envase y la construcción.



Figura 13. EPS.
Fuente: Google.

- Burbu pack: El polietileno con burbujas está formado por una lámina de polietileno termo formado, termo fusionada a otra lámina plana, logrando así retener aire en sus celdas obteniendo la beneficiosa propiedad de amortiguación de golpes. está compuesto por miles de burbujas de aire resultantes de la termo fusión de dos o más láminas de polietileno, lo que lo convierte en un material idóneo para absorber golpes y vibraciones.



Figura 14. Burbu pack
Fuente: Google.

b) Embalaje

Los reflectores de 220w, considerando el peso y el volumen de los bultos a manipular, serán paletizados y forrados con foil plástico de protección, el mismo que evitará se muevan en la paleta.

4.2 Diseño del rotulado y marcado.

El rotulado de la caja contendrá la siguiente información e información técnica del reflector:

1. Marca del reflector “LMT LED”
2. Símbolos en las cajas: Utilizar la simbología correcta al imprimir las cajas según el tipo de carga a fin de proteger la mercadería y el envase.
3. Importado por: “Luna Meyzen Trading EIRL”
4. Dirección y Teléfono
5. Nombre del Vendedor/Fabricante
6. Descripción del producto.
7. Código SAP. O del Sistema que tenga el cliente
8. Color
9. Cantidad de unidades dentro de la caja. (1)
10. País de Producción.
11. Longitud de la caja.

12. Ancho de la caja.
13. Altura de la caja.
14. Código de Barras.
15. Número de Lote.
16. Modelo
17. Peso Neto Total de la mercadería.
18. Peso Bruto de la caja incluye la mercadería.
19. Unidad de medida de la caja.
20. Información técnica del producto.



Im	18000 lm
T(Kelvin)	4.000 K /day light
λ	> 0,90
R_a	>80
θ	160°
	< 1 seg
	< 1 seg
	No
	35.000 h (-2,7 h/day)
off \rightleftharpoons on	\geq 30.000
Hg	0,0 Mg
mA	6 A
V-Hz	220-240V - 50/60Hz
Operating T°	-20°C ~ + 50°C
	\varnothing 415x140mm

Figura 15. Rotulado y Marcado LMT 220W.
Fuente: Elaboración propia.

4.2.2.- Diseño del marcado.

En la etiqueta que se colocará en cada uno de los lados estará la marcación con los símbolos pictóricos. Que básicamente contienen:

- Símbolo de colocar hacia arriba.
- De cuidado por es un producto fragil, aunque el embalaje es resistente necesita que se manipuleo con el respectivo cuidado.
- No colocar bajo la lluvia, aunque el producto por dentro tiene foil de plastico para evitar que el agua en una posible lluvia pueda dañar el sistema eléctrico del producto, no debe ser colocado en la intemperie para evitar que el embalaje se debilite o el producto se pueda dañar.
- No dañar con objetos punso cortantes, ya que por dentro se podría dañar el reflector.
- Apilamiento de hasta 5 camas cuando el producto está en forma horizontal.

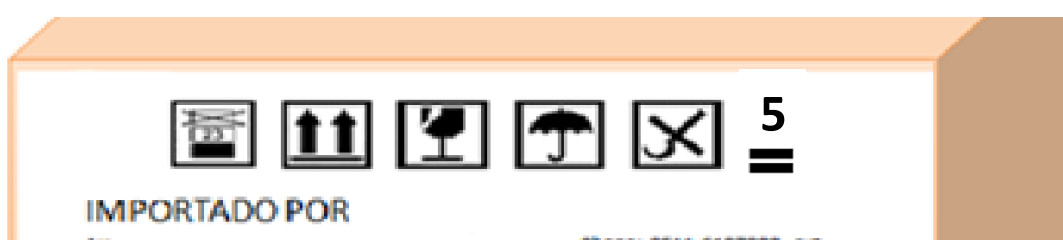


Figura 16. Marcado LMT 220W.
Fuente: Elaboración propia

4.3 Unitarización y Cubicaje de la carga.

Considerando que se importarán 200 unidades de reflectores por despacho en carga consolidada, LCL, y el empaque de reflectores mide 0.48m de ancho x

0.42m de alto x 0.19 de profundidad, la unitarización será realizada de la siguiente manera en paletas de 1.0m x 1.2m. Se importarán 4 paletas de 50 unidades cada una por embarque.

Parámetros del paleta

Introduzca los parámetros del pallet, carga máxima y límites de los límites altura



Longitud:	<input type="text" value="1000"/>	mm
Ancho:	<input type="text" value="1200"/>	mm
Altura:	<input type="text" value="150"/>	mm
Carga máxima:	<input type="text" value="750"/>	kg
Máxima altura de carga:	<input type="text" value="2000"/>	mm
Grosor de las placas de separación:	<input type="text" value="50"/>	mm

Figura 17. Parámetros de paleta
Fuente: Elaboración propia.

1,20m	1	7
	2	8
	3	9
	4	10
	5	11
	6	12
	1,00m	

Figura 18. Numero de reflectores por cama.
Fuente: Elaboración propia.

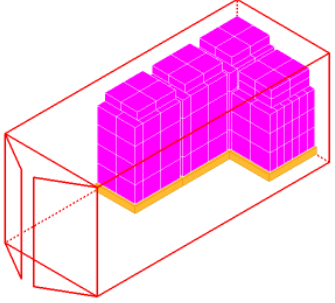

Transportes	Carga del embalaje
<p>Todos los transportes:</p> <p>Transporte 1: 1 unidades</p>	<p>200e paquetes totales. Packed: 200e paquetes. (100%)</p>
	<p>Transporte N°1 (Transporte 1 1 unidades)</p> <p>Packed: 200 packages: (100%). Including: ■ cajas - 200 paquetes (100%)</p> <p>Cargo volume: 7.66 m³ (23% of volume)</p> <p>Cargo weight: 1600 kg. (6% of max payload)</p> <p>Muestre los paquetes por bloques Muestre el empaquetado paso a paso  Muestre las imágenes de carga del palet</p>

Figura 19. Paletizado en el contenedor, carga LCL.
Fuente: Elaboración propia.

4.4 Cadena de DFI importación.

Los reflectores led de 220w adquiridos en china serán embarcados vía marítima Shanghái – Callao, debido al volumen y peso de la mercancía, además este transporte es más económico que el aéreo.

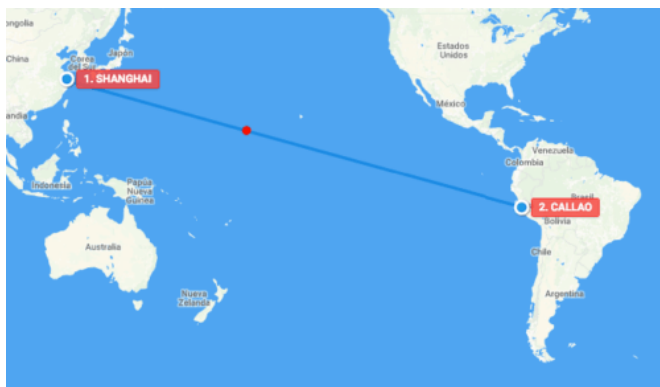


Figura 20. Travesía Shanghai - Callao
Fuente: Google.

Asimismo, se ha cotizado con agente de carga internacional Cargo Business, quien se hará cargo de la DFI, se adjunta a continuación la cotización con el detalle de costos de importación y traslado de la mercancía. (Anexo 1).

5. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

5.1 Fijación de precios

5.1.1 Costos y Precios

A continuación, se detallan los costos del reflector led de 220w para iluminación exterior; como se detalló en el capítulo de marketing, este tipo de reflector led representa una solución energética al actual reflector de halogenuro metálico de 400w, el cual es usado en instituciones deportivas, educativas, recreacionales y esparcimiento; así como también es usado en publicidad exterior.

Tabla 7. Costos de importación reflectores led de 220W LMT

TC	3.25		Costo LCL	C. Unitario USD	C. Unitario S/.
FOB	200	und	\$ 22,498.00	\$ 112.49	S/ 365.59
Flete			\$ 114.90	\$ 0.57	S/ 1.87
Seguro			\$ 112.57	\$ 0.56	S/ 1.83
CIF			\$ 22,725.47	\$ 113.63	S/ 369.29
AV	0				
IGV 16%	16%		S/ 11,817.24	S/ 59.09	S/ 59.09
IPM 2%	2%		S/ 1,477.16	S/ 7.39	S/ 7.39
Percepción IGV 10%	10%		S/ 1,329.44	S/ 6.65	S/ 6.65
Total derechos de aduana			S/ 14,623.84	S/ 73.12	S/ 73.12
Almacén					
Vistos buenos					
Transporte San Isidro					
Sub Total Logística			\$ 490.00	\$ 2.45	S/ 7.96
Agencia de aduanas			\$ 245.00	\$ 1.23	S/ 3.98
IGV Logística integral			\$ 132.30	\$ 0.66	S/ 2.15
Total Logística Integral			\$ 867.30	\$ 4.34	S/ 14.09
Costo total					S/ 456.50

Fuente: Elaboración Propia

Con respecto al precio de venta de los reflectores led de 220w LMT, este deberá estar alineado al posicionamiento del producto, 20% por debajo del líder de

mercado, considerando las variables de calidad, durabilidad y servicio ofrecido a los clientes.

A continuación, se detalla la comparación entre los reflectores led de la competencia.

Tabla 8. Tabla comparativa de costos de importación de reflectores led de 220W

REFLECTORES LED 220W		LMT 220W (Osram Led)	Philips Dist 220W	Duratel 220W (Led Chino)	Ecotren 220W (Led Chino)
FOB USD	1.24	\$ 112.49	\$ 141.34	\$ 96.40	\$ 83.54
CIF	1%	\$ 113.62	\$ 142.76	\$ 97.36	\$ 84.38
Adv	0%	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
IGV+IPM	20%	\$ 22.72	\$ 28.55	\$ 19.47	\$ 16.88
Agente Aduana	4%	\$ 4.15	\$ 5.21	\$ 3.55	\$ 3.08
Total gastos de imp.	24%	\$ 26.87	\$ 33.76	\$ 23.03	\$ 19.96
Costo USD		\$ 140.49	\$ 176.52	\$ 120.39	\$ 104.34
Costo S/.	3.25	S/ 456.59	S/ 573.69	S/ 391.26	S/ 339.09
MG	32%	S/ 147.02	S/ 184.73	S/ 125.98	S/ 109.19
MG Dist / Mayorista	16%	S/ 96.58	S/ 121.35	S/ 82.76	S/ 71.72
PVP		S/ 700.19	S/ 879.76	S/ 600.00	S/ 520.00

Fuente: Elaboración Propia

5.1.2 Cotización internacional

Se evaluó a tres proveedores, dedicados a la producción de reflectores led, los factores que se consideraron fueron, precio, calidad, tiempo de respuesta, porcentaje de sus ventas a Sudamérica, que cuenten con ISO 9001 en el proceso de producción. A continuación, se detalla la evaluación realizada.

5.2 Contrato de compra venta internacional

El contrato de compra con el proveedor chino, será redactado en inglés y detalla los términos de compra, cantidad, descripción de mercancía de acuerdo a la proforma enviada previamente, así como detallando las obligaciones del exportador e importador, la forma de pago y tiempo de despacho una vez recibida la OC.

A continuación, se detalla el contrato, con lo previamente señalado, el mismo que se firmará y anualmente entre ambas partes y se renovará automáticamente.

Commercial Agreement

Date:

This commercial agreement is celebrated between Luna Meyzen Trading EIRL as the buyer and Shanghai Electric Lighting Co, Ltd as the sender; here there are the obligations each part must do for do business.

BUYER	SENDER
<i>Send a PO detailed (QTY, description, pay terms, bank information)</i>	<i>Confirm PO reception</i>
<i>Pay the ammount detailed in the PO to the sender's bank by wire transfer</i>	<i>Ship the goods requested in the period of time pacted (15 days after PO)</i>
<i>Inform the Sender the status of the goods in the arrival</i>	<i>Do the packing list detailed</i>
	<i>Inform the buyer the status of the goods in the departure</i>
	<i>Send documents to the buyer's bank</i>

The commercial agreement will be renewed automatically one year after being signed, however both parties can request to cancel the contract 30 days in advance.

Both parties can request to reduce or extend the deadline of dispatch of the goods or pay terms by mutual agreement.

Luna Meyzen Trading EIRL

Shanghai Electric Lighting Co, Ltd

5.3 Elección y aplicación del Incoterm

El producto será adquirido al proveedor con el Incoterm FOB, el mismo que será embarcado desde Shanghai como se detalló previamente en el capítulo de plan de logística internacional.

Se ha visto conveniente usar este incoterm debido que el proveedor prefiere realizar negocios en ese término y es una práctica usual en el país de origen.

5.4 Determinación del medio de pago

El medio de pago basado en la negociación obtenida con el proveedor y usada frecuentemente en la industria, será 100% del pago contra documentos.

Toda la operación comercial será trabajada con documentos, no con cartas de crédito y por transferencia bancaria.

5.5 Elección del régimen de importación

El régimen de importación, será el de importación definitiva debido que son productos que salen a la venta de manera permanente.

5.6 Gestión aduanera del comercio internacional

9405.40 - Los demás aparatos eléctricos de alumbrado:
9405.40.11.00 - - - Proyectores de luz
9405.40.19.00 - - - Los demás
9405.40.90.00 - - Los demás

TIPO DE PRODUCTO:

LEY 29666-IGV 20.02.11

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	1.5%
Sobretasa	0%
Unidad de Medida:	(*)

Figura 22. Partida Arancelaria

Fuente: Sunat

5.7 Gestión de las operaciones de importación

A continuación, se detalla el flujograma de importación de los reflectores led 220w.

1. Importador genera OC y envía vía correo electrónico al exportador.
2. Exportador confirma recepción de OC y fecha de embarque de mercancías.
3. Se emiten los documentos de embarque y entregan al exportador.
4. Exportador envía documentos al banco receptor y al importador.
5. Importador, autoriza pago a banco emisor.
6. Importador entrega documentos a agente de aduanas quien se encarga de liberar la mercadería.
7. Aduanas libera mercancías.
8. Agente de aduanas se encarga de logística integral entregando mercadería en almacenes del importador.

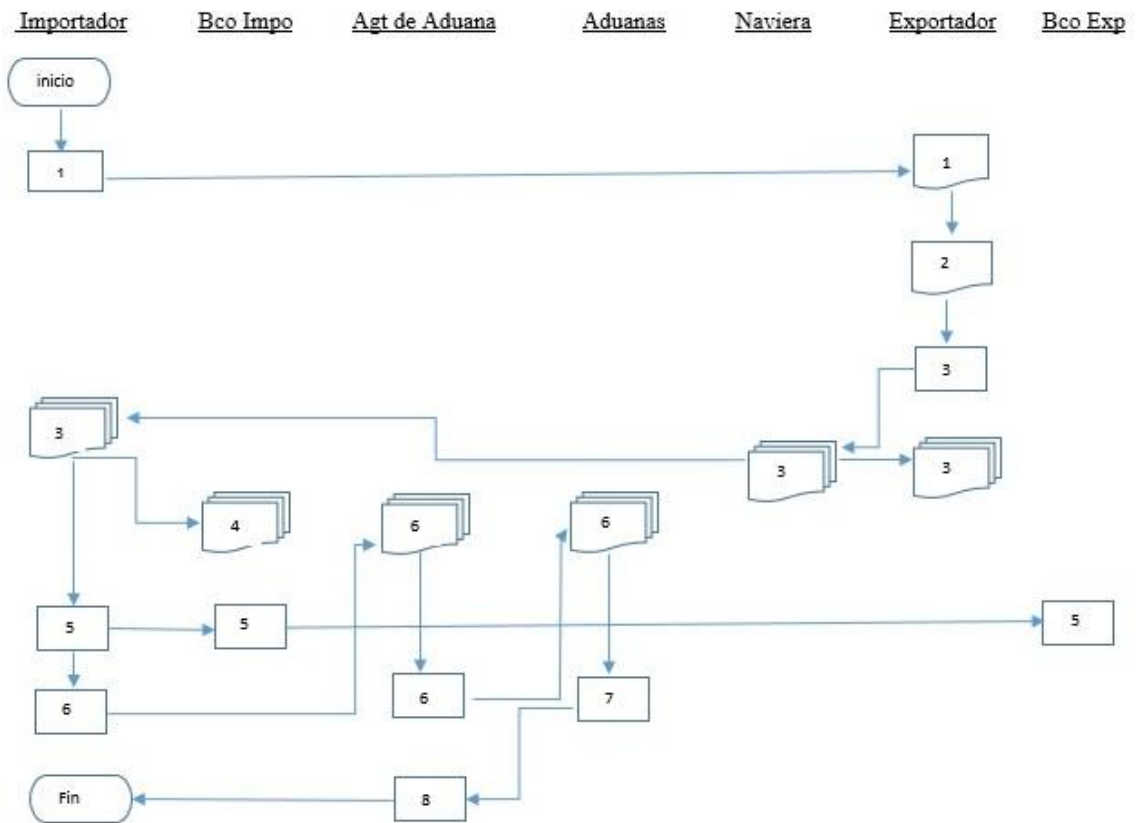


Figura 23. Flujoograma de importación

Fuente: Elaboración propia

Asimismo, se detalla el flujoograma de comercialización de los reflectores led:

1. Prospección de clientes.
2. Comunicación con clientes, solicitando reunión.
3. Reunión, propuesta de valor, solución energética.
4. Propuesta comercial, incluye proyección de ahorro.
5. Aprobación de propuesta y generación de OC.
6. Pago del 50% de adelanto del proyecto, cheque, constancia de transferencia.
7. Coordinación con instaladores.
8. Instalación de reflectores led.

9. Pago del 50% restante del ppto.

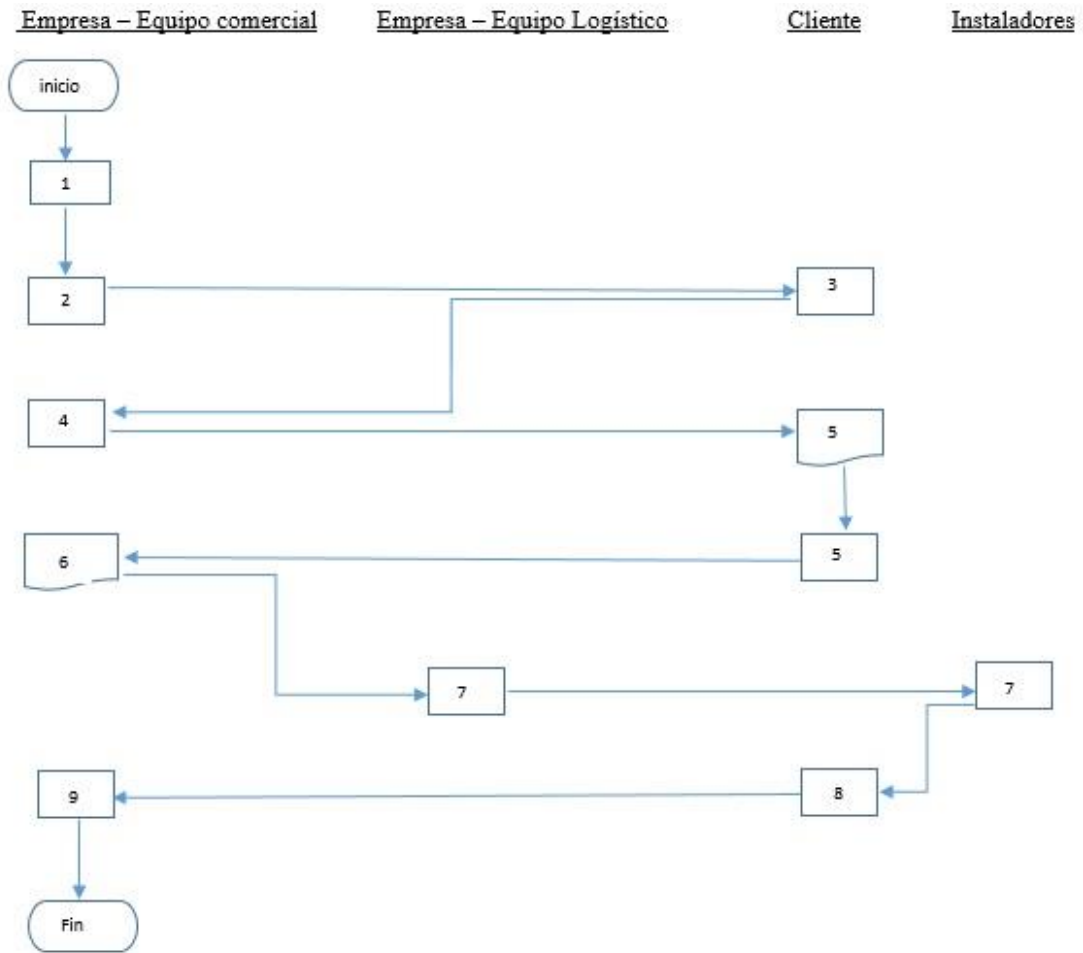


Figura 24. Flujograma de comercialización

Fuente: Elaboración propia

6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

6.1 Inversión Fija

6.1.1 Activos Tangibles

La inversión en activos tangibles es de 27,600 soles y consiste en muebles de oficina, computadoras laptop, impresora y celulares smartphones para los empleados, detallada a continuación:

Tabla 10. Tabla de Inversión Fija

Inversión Fija	S/ 27,600.00
Escritorios	S/ 5,000.00
Sillas	S/ 2,500.00
Archivadores	S/ 1,000.00
Computadoras	S/ 15,000.00
Impresora Multifuncional	S/ 1,600.00
Smartphones	S/ 2,500.00

Fuente: Elaboración propia

El plan de depreciación de los activos es el siguiente:

Tabla 11. Tabla de depreciación

Tipo de Inversión		Valor	Total Inversión	DEPRECIACION DE ACTIVOS ANUAL	
Activos Fijos	Muebles y enseres	S/ 8,500.00		10%	S/ 850.00
	Equipos en Tecnología	S/ 19,100.00		25%	S/ 4,775.00
			S/ 27,600.00	TOTAL	S/ 5,625.00

Fuente: Elaboración propia

Se ha considerado 10 años para muebles y enseres y 4 años para los equipos de tecnología.

6.1.2 Activos Intangibles

La inversión en activos intangibles se da en los gastos pre operativos que se dan antes de entrar en funcionamiento; y alcanzan los 8,125 soles, donde están los gastos de registros, constitución de empresa, licencias, investigación de mercado entre otros, detallada a continuación:

Tabla 12. Tabla de inversión intangible

Inversión Intangible	S/ 8,125.00
Constitución de la empresa	S/ 1,500.00
Licencia de Funcionamiento	S/ 400.00
Registro de Marca	S/ 400.00
Investigación de Mercado / Know How	S/ 4,000.00
Imagen Corporativa / Logo	S/ 1,825.00

Fuente: Elaboración propia

6.2 Capital de Trabajo

La inversión en capital de trabajo se centra principalmente en dos. Productos y costos fijos (gastos de personal, alquiler de oficinas entre otros).

En ambos casos se ha considerado cubrir los primeros 6 meses. A continuación, se detalla:

Tabla 13. Tabla de capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO MENSUAL							
COMPONENTES	1	2	3	4	5	6	7
Ingresos		118,644	118,644	118,644	118,644	118,644	118,644
Inversion fija	-27,600	0	0	0	0	0	0
Gastos fijos del Personal	-14,859	-14,859	-14,859	-14,859	-14,859	-22,289	-14,859
Gastos variable del Personal	-2,000	-2,000	-2,000	-2,000	-2,000	-2,000	-2,000
Movilidad Personal	-1,000	-1,000	-1,000	-1,000	-1,000	-1,000	-1,000
Publicidad	-1,000	-1,000	-1,000	-1,000	-1,000	-1,000	-1,000
Imprevistos	-1,000	-1,000	-1,000	-1,000	-1,000	-1,000	-1,000
Servicio de Instalación		-6,000	-6,000	-6,000	-6,000	-6,000	-6,000
Producto	-77,380	-77,380	-77,380	-77,380	-77,380	-77,380	-77,380
Intangibles (Gastos preoperativos, constitución, estudio d	-8,125	0	0	0	0	0	0
Gasto Administrativo	-300	-300	-300	-300	-300	-300	-300
Alquiler	-1,500	-1,500	-1,500	-1,500	-1,500	-1,500	-1,500
Luz	-300	-300	-300	-300	-300	-300	-300
Agua	-60	-60	-60	-60	-60	-60	-60
Telefono	-250	-250	-250	-250	-250	-250	-250
Arbitrios Municipales	-100	-100	-100	-100	-100	-100	-100
Útiles de Oficina	-100	-100	-100	-100	-100	-100	-100
Útiles de Limpieza	-150	-150	-150	-150	-150	-150	-150
TOTAL	-135,724	12,645	12,645	12,645	12,645	5,216	12,645
SALDO ACUMULADO	-135,724	-123,079	-110,434	-97,789	-85,144	-79,928	-67,283

Fuente: Elaboración propia

Se requiere 135,724 para capital de trabajo para cubrir los gastos arriba mencionados.

6.3 Inversión total

<u>INVERSIÓN FIJA</u>	
Inversion Fija Tangible	-27,600.00
Inversion Fija Intangible	-8,125.00
Total de Inv. Fija	-35,725.00
<u>CAPITAL DE TRABAJO</u>	
Existencia	-77,380.00
Disponibile	-22,619.00
Ingresos 6 Meses Iniciales	-99,999.00
	-
TOTAL INVERSION	135,724.00

6.4 Estructura de inversión y financiamiento

El aporte de capital será de 68,000 soles equivalente al 50% de la estructura de capital, el otro 50% será financiado por terceros.

<u>ESTRUCTURA DE CAPITAL</u>	<u>Soles</u>	<u>%</u>
Aporte de Capital	68,000.00	50%
Financiamiento Terceros	68,000.00	50%
	136,000.00	100%

6.5 Fuentes financieras y condiciones de crédito.

Al ser una empresa recién formada, tendrá algunas restricciones al crédito mediante una entidad financiera, por lo que se ha considerado financiar el 50% con terceros (personas naturales), con una TEA de 16%, equivalente a 1.5 el efectivo preferente otorgado por el Banco de crédito del Perú.

Tabla 14. Tabla de financiamiento

Prestamo	68,000					
Tasa Efectiva Anual	16.00%					
Numeros de pagos Anual	4.00					
	<u>Periodo</u>	<u>Prestamos</u>	<u>Saldos</u>	<u>Amortizacion</u>	<u>Intereses</u>	<u>Cuota</u>
	0	68,000.00	68,000.00			
	1		54,578	13,422	10,880	24,302
	2		39,010	15,569	8,733	24,302
	3		20,950	18,060	6,242	24,302
	4		0	20,950	3,352	24,302
				68,000	29,206	97,206

Fuente: Elaboración propia

6.6 Presupuesto de Costos.

Los costos fijos mensuales ascienden a 33,658 soles correspondiente a alquiler, servicios, gastos administrativos, impuestos, publicidad.

Los costos variables, incluyen el producto importado, instalación y comisiones del equipo comercial.

A continuación, se detallan:

Tabla 15. Tabla de Costos

Costos Fijos		Costo Variable Unitario			
Descripción	Valor	Descripción	Valor	Cantidad	Importe
Alquiler+arbitrios+varios	S/ 22,200	Instalación	S/ 30.00	1.00	S/ 30.00
Luz+Agua+Teléfono	S/ 7,320	Comisión	S/ 10.00	1.00	S/ 10.00
Gastos Administrativos	S/ 206,167	Producto	S/ 398	1.00	S/ 398.31
Publicidad	S/ 12,000				
COSTO FIJO	S/ 247,687	COSTO VARIABLE			S/ 438

Fuente: Elaboración propia

6.7. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio para cubrir los costos el primer año es 1,636 unidades mensuales.

Tabla 16. Tabla de punto de equilibrio

Tabla de Análisis de Punto de Equilibrio					
Costo producto	398.31	402.29	406.31	410.37	414.48
Qty Venta proyectada	1,800	2,000	2,400	2,800	3,200
	1	2	3	4	5
Costos Variables	S/ 794,949	S/ 888,576	S/ 1,071,146	S/ 1,257,048	S/ 1,446,329
Instalación	S/ 54,000	S/ 60,000	S/ 72,000	S/ 84,000	S/ 96,000
Comisión	S/ 24,000	S/ 24,000	S/ 24,000	S/ 24,000	S/ 24,000
Producto Importado	S/ 716,949	S/ 804,576	S/ 975,146	S/ 1,149,048	S/ 1,326,329
Costos Fijos	S/ 247,687	S/ 247,687	S/ 247,687	S/ 247,687	S/ 247,687
Alquiler + Arbitrios + Varios	S/ 22,200	S/ 22,200	S/ 22,200	S/ 22,200	S/ 22,200
Luz+Agua+Teléfono	S/ 7,320	S/ 7,320	S/ 7,320	S/ 7,320	S/ 7,320
Gastos Administrativos	S/ 206,167	S/ 206,167	S/ 206,167	S/ 206,167	S/ 206,167
Publicidad	S/ 12,000	S/ 12,000	S/ 12,000	S/ 12,000	S/ 12,000
Costos Totales	S/ 1,042,636	S/ 1,136,263	S/ 1,318,833	S/ 1,504,735	S/ 1,694,016
Venta en unidades	1800	2000	2400	2800	3200
Costo Variable unitario	S/ 442	S/ 444	S/ 446	S/ 449	S/ 452
Precio de Venta	S/ 593	S/ 593	S/ 593	S/ 593	S/ 593
Punto de Equilibrio Und.	1,636	1,666	1,689	1,719	1,756
Punto de Equilibrio Monetario	S/ 970,381	S/ 987,671	S/ 1,001,291	S/ 1,019,603	S/ 1,041,527

6.9 Presupuesto de ingresos

Tabla 17. Tabla de presupuesto de ingresos

Proyeccion de Ventas (Nuevos Soles)	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>
		11%	20%	17%	14%
Precios (P) - Soles Und.	593	593	593	593	593
Cantidad (Q)	1,800	2,000	2,400	2,800	3,200
	1,067,797	1,186,441	1,423,729	1,661,017	1,898,305

Fuente: Elaboración propia

Considerando que el pedido mínimo al proveedor es de 200 unidades, se está considerando realizar nueve importaciones en el primer año, asumiendo un periodo de aprendizaje del negocio, así como prospectar clientes, y realizar la venta consultiva. Durante el segundo año se realizarán diez importaciones, es decir un embarque adicional que el año anterior; mientras que los próximos tres años con el know how y confianza en el mercado adquirida, se pretende incrementar el volumen en dos despachos anuales respectivamente.

La venta será realizada 100% al contado.

6.10 Presupuesto de egresos

Tabla 18. Tabla de presupuesto de egresos

Proyeccion Costo de Ventas (Nuevos Soles)					
Costo (P) - Soles Und.	398	402	406	410	414
Cantidad (Q)	1,800	2,000	2,400	2,800	3,200
	716,949	804,576	975,146	1,149,048	1,326,329

Podemos apreciar un incremento en el precio de compra, debido que se está considerando un 1% de incremento debido al tipo de cambio.

6.11 Flujo de Caja proyectado

Tabla 19. Tabla de flujo de caja proyectado

	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>
INGRESOS TOTALES		S/ 1,067,797	S/ 1,186,441	S/ 1,423,729	S/ 1,661,017	S/ 1,898,305
EGRESOS						
Inversiones	-S/ 136,000					
Costo de Ventas		-S/ 716,949	-S/ 804,576	-S/ 975,146	-S/ 1,149,048	-S/ 1,326,329
Gastos de Administración		-S/ 143,192	-S/ 146,910	-S/ 146,910	-S/ 146,910	-S/ 146,910
Gastos de Ventas		-S/ 207,960	-S/ 213,960	-S/ 225,960	-S/ 237,960	-S/ 249,960
Depreciación		-S/ 5,750	-S/ 5,750	-S/ 5,750	-S/ 5,750	-S/ 850
Amortización		-S/ 1,625	-S/ 1,625	-S/ 1,625	-S/ 1,625	-S/ 1,625
Utilidad Antes de Impuesto (UAI)		-S/ 7,680	S/ 13,619	S/ 68,337	S/ 119,724	S/ 172,631
Impuesto		-S/ 2,304	S/ 4,086	S/ 20,501	S/ 35,917	S/ 51,789
Utilidad Neta (UN)		-S/ 5,376	S/ 9,534	S/ 47,836	S/ 83,807	S/ 120,842
(+) Depreciacion y Amortizacion		S/ 7,375	S/ 7,375	S/ 7,375	S/ 7,375	S/ 2,475
Flujo de Caja Economico	-S/ 136,000	S/ 1,999	S/ 16,909	S/ 55,211	S/ 91,182	S/ 123,317
(+) Préstamo	S/ 68,000					
(-) Amortización		-S/ 13,422	-S/ 15,569	-S/ 18,060	-S/ 20,950	S/ -
(-) Intereses		-S/ 10,880	-S/ 8,733	-S/ 6,242	-S/ 3,352	S/ -
(+) Escudo Tributario		S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
Flujo de Caja Financiero	-S/ 68,000	-S/ 22,302	-S/ 7,393	S/ 30,910	S/ 66,881	S/ 123,317

Fuente: Elaboración propia

En flujo de caja proyectado se aprecia que el proyecto se encontrará en pérdida durante los primeros dos años, sin embargo, durante el tercero se recuperará la inversión y hay ganancias.

Asimismo, la variación en los gastos administrativos en el segundo año, responde en un incremento de sueldo a los asistentes de marketing y logística, S/. 80.00 y S/. 150.00 respectivamente.

6.12 Estado de ganancias y pérdidas.

Tabla 20. Tabla de Estado de ganancias y pérdidas

ESTADO DE RESULTADO					
	1	2	3	4	5
TOTAL DE INGRESO	S/ 1,067,797	S/ 1,186,441	S/ 1,423,729	S/ 1,661,017	S/ 1,898,305
(-) Costo de Venta	-S/ 716,949	-S/ 804,576	-S/ 975,146	-S/ 1,149,048	-S/ 1,326,329
UTILIDAD BRUTA	S/ 350,847	S/ 381,864	S/ 448,582	S/ 511,969	S/ 571,976
(-) Gastos de Administración	-S/ 143,192	-S/ 146,910	-S/ 146,910	-S/ 146,910	-S/ 146,910
(-) Gastos de Ventas	-S/ 207,960	-S/ 213,960	-S/ 225,960	-S/ 237,960	-S/ 249,960
(-) Depreciación	-S/ 5,750	-S/ 5,750	-S/ 5,750	-S/ 5,750	-S/ 850
(-) Amortización	-S/ 1,625	-S/ 1,625	-S/ 1,625	-S/ 1,625	-S/ 1,625
(-) Gastos Financieros	-S/ 10,880	-S/ 8,733	-S/ 6,242	-S/ 3,352	S/ -
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	-S/ 18,560	S/ 4,887	S/ 62,096	S/ 116,372	S/ 172,631
Impuesto a la Renta			-S/ 14,382	-S/ 34,563	-S/ 51,271
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTO A LA RENTA	-S/ 18,560	S/ 4,887	S/ 47,714	S/ 81,810	S/ 121,360

Fuente: Elaboración propia

Al segundo año se recupera la inversión realizada, y comienza a ser positiva la operación.

6.14. Evaluación de la inversión

FCE

COK	12%
VAN	46,150
TIR	21%

FCF

COK	12%
VAN	108,672
TIR	23%

Se realizó el análisis tanto para el flujo económico, como para el financiero, en ambos casos se demuestra que el proyecto es rentable al segundo año.

6.14.1 Evaluación Económica

El proyecto tiene un valor actual neto de 109 mil soles, el VAN es positivo, considerando el costo de oportunidad del 12% como se muestra en el cuadro arriba mencionado.

6.14.2 Evaluación Financiera

La TIR de 23% para ambos casos representa ser un negocio rentable, a pesar que se ha considerado un panorama conservador durante el primer año.

6.13.3. Evaluación social

La empresa otorgará 5 puestos de trabajo de manera directa contribuyendo con el desarrollo del país, así como comprometida con cumplir los regímenes laborales que permitan desarrollo de las personas, cumpliendo con pagar todos los costos laborales de los regímenes mencionados.

6.14.4. Impacto ambiental

La empresa no genera ningún tipo de producción directa, sin embargo, será promotora de soluciones energéticas que permitan reducir el uso de lámparas,

con alto contenido de metales pesados y agentes contaminantes, buscando de esta manera reducir el impacto ambiental y contribuir con él.

6.15 Evaluación de costo de oportunidad

Se ha considerado un costo de oportunidad de 12%, equivalente a una tasa 3% mayor a la tasa de interés pasiva de las cajas rurales, tasa que se está usando para descontar el proyecto para hallar el valor presente neto.

Tabla 21. Tabla de tasa de interés pasiva cajas rurales

Tasa Anual (%)	Depósitos de Ahorro		Depósitos a Plazo				Depósitos a Plazo	Depósitos CTS
	Hasta 30 días	31-90 días	91-180 días	181-360 días	Más de 360 días			
1.50	3.50	3.32	4.65	4.83	6.33	5.35	7.21	
Raíz	0.84	-	4.86	5.53	6.53	7.56	6.22	7.22
Sipán	2.80	-	3.15	4.12	5.94	7.22	6.10	5.00
Los Andes	0.50	-	4.77	5.08	5.62	6.15	5.57	6.08
Prymera	0.15	-	3.30	3.90	4.45	7.27	6.84	6.60
Incasur	1.13	-	2.89	4.35	5.11	5.95	5.57	8.05
Del Centro	1.05	3.50	4.14	4.89	5.77	6.56	5.75	7.10
Promedio								

Fuente: SBS

6.16 Cuadro de riesgo de tipo de cambio

El riesgo principal que podría afectar el proyecto es que el dólar suba, de igual manera se está considerando un incremento del 1% dentro del flujo, sin embargo, lo que se buscaría es ser más eficientes en costos locales, para mitigar esta posible situación.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones:

- El proyecto demuestra ser rentable superando los 5 años de ejercicio, con un valor actual neto de 109 mil soles, logrando utilidad desde el segundo año de operación hasta el quinto.

- El proyecto muestra una TIR de 23% y un costo de oportunidad de 12%.

- Se está planteando un escenario conservador durante el primer año, donde el negocio requiere un importante aporte de capital, sin embargo, los márgenes y la dinámica, así como tendencias del mercado permitirán recuperar la inversión al segundo año de operación, donde el know how, conocimiento, imagen y servicio alcanzado permitirá generar confianza permitiendo incrementar las ventas.

- Asimismo, el proyecto tiene un impacto ambiental muy positivo, debido que la oferta son soluciones energéticas que permitirán un ahorro de mínimo el 50% de energía y reemplazar las actuales lámparas de halogenuro, las tienen en su interior gran cantidad de metales pesados y agentes contaminantes que afectan al medio ambiente.

- Con relación al tipo de cambio, este podría afectar en el caso suba durante los próximos años, sin embargo, en la medida la empresa se vaya consolidando en el mercado, podrá ser más eficiente en costos, tanto de instalación como de distribución, de esta manera se mitigará el impacto que podría generar un alza del dólar.

7.2 Recomendaciones

- Se recomienda diversificar el portafolio, para contrarrestar las posibles barreras de entrada que se puedan generar; así como evaluar nuevas tecnologías, como reflectores solares, por ejemplo, con la finalidad de ofrecer más soluciones energéticas al mercado.

- Asimismo, de presentarse escenarios u oportunidades muy favorables para el negocio, se recomienda buscar asociarse para incrementar el capital y el volumen de la operación.

- No se debe descartar al quinto año, una vez consolidada la operación en Lima, iniciar la comercialización en provincias, con la finalidad de hacer crecer el negocio.

REFERENCIAS

1. DIARIO GESTION. (2016) *MEM: Iluminación representa el 19% de la facturación eléctrica en el hogar*. Obtenido de: <https://gestion.pe/economia/mem-iluminacion-representa-19-facturacion-electrica-hogar-146276>
2. INDECOPI. (2018) *Registro de Marca y Otros Signos*. Obtenido de: <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>
3. SUNAT. (2018) *Inscripción al RUC – Empresas*. Obtenido de: <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/ruc-empresas/inscripcion-al-ruc-empresas>
4. PERU RETAIL. (2017) *“Consideramos que Lima concentra el 70% de la inversión en paneles publicitarios en Perú”*. Obtenido de: <https://www.peru-retail.com/entrevista/lima-concentra-inversion-paneles-publicitarios-peru/>
5. EL COMERCIO. (2018) *FMI sube proyección de crecimiento de Perú a 4% para el 2018*. Obtenido de: <https://elcomercio.pe/economia/peru/fmi-sube-proyeccion-crecimiento-peru-4-2018-noticia-491977>