



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

**IMPORTACIÓN DE CHINA DE ENVASES COMPOSTABLES A
BASE DE BAGAZO DE PAJA DE TRIGO PARA SU VENTA EN
POLLERÍAS DE LOS DISTRITOS JESÚS MARÍA, LINCE,
PUEBLO LIBRE, MAGDALENA Y SAN MIGUEL**

**PRESENTADO POR
NICOLE ALESSANDRA ZAMORA ARANCIBIA**

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

LIMA – PERÚ

2020



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

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

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



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Importación de China de envases compostables a base de bagazo de paja de trigo para su venta en pollerías de los distritos Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena y San Miguel

Presentado por:

Bachiller: Nicole Alessandra Zamora Arancibia

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

Lima - Perú

2020

DEDICATORIA

A mi familia, por su constante apoyo
durante la realización del proyecto.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis amigos, a los cuales acudí con preguntas o dudas sobre temas afines a sus carreras o trabajo, y que con su ayuda logré complementar el presente proyecto.

TABLA DE CONTENIDO

1.	ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN	10
2.	ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	11
2.1.	NOMBRE O RAZÓN SOCIAL	11
2.2.	ACTIVIDAD ECONÓMICA O CODIFICACIÓN INTERNACIONAL (CIU)	12
2.3.	UBICACIÓN Y FACTIBILIDAD MUNICIPAL Y SECTORIAL	13
2.4.	OBJETIVOS DE LA EMPRESA, PRINCIPIO DE LA EMPRESA EN MARCHA	15
	PRINCIPIO	17
2.5.	LEY DE MYPES, MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA, CARACTERÍSTICAS	18
2.6.	ESTRUCTURA ORGÁNICA	19
2.7.	CUADRO DE ASIGNACIÓN DE PERSONAL	23
2.8.	FORMA JURÍDICA EMPRESARIAL	24
2.9.	REGISTRO DE MARCA Y PROCEDIMIENTO EN INDECOPI	25
2.10.	REQUISITOS Y TRÁMITES MUNICIPALES	26
2.11.	RÉGIMEN TRIBUTARIO PROCEDIMIENTO DESDE LA OBTENCIÓN DEL RUC Y MODALIDADES	28
2.12.	REGISTRO DE PLANILLAS ELECTRÓNICA (PLAME)	30
2.13.	RÉGIMEN LABORAL ESPECIAL Y GENERAL LABORAL	31
2.14.	MODALIDADES DE CONTRATOS LABORALES	33
2.15.	CONTRATOS COMERCIALES Y RESPONSABILIDAD CIVIL DE LOS ACCIONISTAS	34
3.	PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL	36
3.1.	IDENTIFICACIÓN, DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL PRODUCTO A IMPORTAR	36
3.1.1.	CLASIFICACIÓN ARANCELARIA	37
3.1.2.	FICHA TÉCNICA COMERCIAL	39
3.1.3.	ECUACIÓN DE VALOR PARA EL MERCADO NACIONAL	40
3.1.4.	DETERMINACIÓN DE LA MARCA A USAR	41
3.2.	INVESTIGACIÓN DE MERCADO OBJETIVO	41
3.2.1.	SEGMENTACIÓN DE MERCADO OBJETIVO (MACRO Y MICRO SEGMENTACIÓN)	41
3.2.2.	DEFINICIÓN DEL PERFIL DEL CONSUMIDOR	52
3.2.3.	MEDICIÓN DEL MERCADO OBJETIVO	54
3.3.	ANÁLISIS DE OFERTA Y DEMANDA EN EL MERCADO	56
3.3.1.	ANÁLISIS DE OFERTA	56
3.3.2.	ANÁLISIS Y CÁLCULO DE LA DEMANDA	59
3.3.3.	ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD Y BENCHMARK	63
3.3.4.	ANÁLISIS DE PRECIO DE IMPORTACIÓN (COMPRA)	64
3.3.5.	ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DE FORMAS DE DISTRIBUCIÓN	65
3.3.6.	ANÁLISIS DEL ENTORNO	65
3.3.6.1	MACRO AMBIENTE	65
3.3.6.2	MICRO AMBIENTE	70
3.4.	ESTRATEGIAS DE VENTA Y DISTRIBUCIÓN NACIONAL	71
3.4.1.	ESTRATEGIAS DE SEGMENTACIÓN	72
3.4.2.	ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO	73
3.4.3.	ESTRATEGIAS DE INGRESO AL MERCADO	73
3.4.4.	ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL	74
3.4.5.	ESTRATEGIAS DE BRANDING	75
3.5.	ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN NACIONAL	76
3.5.1.	ESTABLECER LOS MECANISMOS Y DEFINIR ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN, INCLUIDA PROMOCIÓN DE VENTAS	76
3.5.2.	PROPUESTA DE VALOR	78
3.5.3.	ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL Y USO DEL E-COMMERCE	78
3.6.	POLÍTICAS DE ESTRATEGIAS DE PRECIO	81
4.	PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL	83
4.1.	ENVASES, EMPAQUES Y EMBALAJES	83
4.2.	DISEÑO DEL ROTULADO Y MARCADO	85
4.2.1.	DISEÑO DEL ROTULADO	85
4.2.2.	DISEÑO DEL MARCADO	86

4.3. UNITARIZACIÓN Y CUBICAJE DE LA CARGA	87
4.4. CADENA DE DFI DE IMPORTACIÓN.....	89
4.5. SEGURO DE LAS MERCANCÍAS	97
5. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL.....	98
5.1. FIJACIÓN DE PRECIOS	98
5.1.1. COSTOS Y PRECIO	98
5.1.2. COTIZACIÓN INTERNACIONAL	101
5.2. CONTRATO DE COMPRA VENTA INTERNACIONAL Y SUS DOCUMENTOS	103
5.3. ELECCIÓN Y APLICACIÓN DEL INCOTERM.....	108
5.4. DETERMINACIÓN DEL MEDIO DE PAGO Y COBRO	110
5.5. ELECCIÓN DEL RÉGIMEN DE IMPORTACIÓN	112
5.6. GESTIÓN ADUANERA DEL COMERCIO INTERNACIONAL	114
5.7. GESTIÓN DE LAS OPERACIONES DE IMPORTACIÓN: FLUJO GRAMA	117
5.8. GESTIÓN DE LAS OPERACIONES DE PRODUCCIÓN DEL BIEN O SERVICIO A EJECUTAR: FLUJO GRAMA	119
6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	120
6.1 INVERSIÓN FIJA	120
6.1.1. ACTIVOS TANGIBLES	120
6.1.2. ACTIVOS INTANGIBLES	120
6.2. CAPITAL DE TRABAJO.....	121
6.3. INVERSIÓN TOTAL	122
6.4. ESTRUCTURA DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO.....	123
6.5. FUENTES FINANCIERAS Y CONDICIONES DE CRÉDITO.....	123
6.6. PRESUPUESTO DE COSTOS	126
6.7. PUNTO DE EQUILIBRIO	129
6.8. TRIBUTACIÓN DE LA IMPORTACIÓN.....	130
6.9. PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	131
6.10 PRESUPUESTO DE EGRESOS	134
6.11. FLUJO DE CAJA PROYECTADO.....	136
6.12. ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS	137
6.13. EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN.....	138
6.13.1. EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	138
6.13.2. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	139
6.13.3. EVALUACIÓN SOCIAL	140
6.13.4. IMPACTO AMBIENTAL	140
6.14. EVALUACIÓN DE COSTO OPORTUNIDAD DEL CAPITAL DE TRABAJO	142
6.15. CUADRO DE RIESGO DEL TIPO DE CAMBIO.....	142
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	144
7.1. CONCLUSIONES	144
7.2. RECOMENDACIONES	145
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	146
ANEXO 1.....	150
ANEXO 2.....	151
ANEXO 3.....	153
ANEXO 4.....	155
ANEXO 5.....	157

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Clasificación Industrial Internacional Uniforme de TRIYUMMY PACK S.A.C	12
Tabla 2: Opciones de distritos para ubicación de la empresa	13
Tabla 3: Método de factores ponderados para elección de la ubicación	13
Tabla 4: Características de la micro, pequeña y mediana empresa	18
Tabla 5: Perfil del Gerente General.....	21
Tabla 6: Perfil del Contador	21
Tabla 7: Perfil del Asistente de Marketing y Redes Sociales	22
Tabla 8: Perfil del Vendedor	22
Tabla 9: Perfil del Asistente de Logística y COMEX	23
Tabla 10: Asignación del personal	23
Tabla 11: Características de los principales tipos de empresas	24
Tabla 12: Aporte de los socios	25
Tabla 13: Regímenes tributarios para personas jurídicas	29
Tabla 14: Componentes de la Planilla Electrónica	30
Tabla 15: Comparación de Regímenes Laborales	32
Tabla 16: Tipos de contratos de TRIYUMMY PACK S.A.C	34
Tabla 17: Clasificación de partida arancelaria	38
Tabla 18: Gravámenes vigentes	38
Tabla 19: Convenio Vigente	38
Tabla 20: Ficha técnica	39
Tabla 21: Principales países exportadores mundiales de la Partida Arancelaria 4823.69 (Unidad: Dólar Americano miles)	42
Tabla 22: Principales países exportadores al Perú de la Partida Arancelaria 4823.69 (Unidad: Dólar Americano miles)	42
Tabla 23: Opciones de países proveedores de TRIYUMMY PACK S.A.C.....	43
Tabla 24: Evaluación del país proveedor de TRIYUMMY PACK S.A.C	44
Tabla 25: Población en el Perú- Censo 2017.....	45
Tabla 26: PBI por tipo de gasto (Variaciones porcentuales reales).....	46
Tabla 27: Puestos de trabajo formales - planilla electrónica (miles de puestos de trabajo)	48
Tabla 28: Sector Alojamiento y Restaurantes: Febrero 2020 (Porcentaje)	49
Tabla 29: Lima Metropolitana: número de empresas, según segmento empresarial,	50
Tabla 30: Lima Metropolitana: número de empresas de act. de servicio de comidas y bebidas, según segmento empresarial, 2017-18.....	50
Tabla 31: Cálculo del mercado objetivo.....	55
Tabla 32: Principales países exportadores mundiales de la Partida Arancelaria 4823.69 (Unidad: Dólar Americano miles)	56
Tabla 33: Principales países exportadores mundiales de la Partida Arancelaria 4823.69 (Unidad: Toneladas).....	57
Tabla 34: Principales importadores en el Perú de la Partida Arancelaria 4823.69	57
Tabla 35: Principales países exportadores al Perú de la Partida Arancelaria 4823.69	59
Tabla 36: Principales países exportadores al Perú de la Partida Arancelaria 4823.69	59
Tabla 37: Detalle de exportaciones de China y Estados Unidos de la Partida Arancelaria 4823.69	60
Tabla 38: Importaciones anuales del Perú de la Partida Arancelaria 4823.69.....	60
Tabla 39: Método de mínimos cuadros	61
Tabla 40: Pronóstico de la demanda.....	62
Tabla 41: Crecimiento porcentual del mercado.....	62
Tabla 42: Demanda proyectada para TRIYUMMY PACK S.A.C.....	63
Tabla 43: Principales dos importadores del Perú de la Partida Arancelaria 4823.69	63
Tabla 44: Evaluación de los principales dos importadores del Perú de la Partida Arancelaria 4823.69	63
Tabla 45: Matriz FODA-Externo	66
Tabla 46: Matriz FODA- Interno	68
Tabla 47: Información técnica de las bolsas de polipropileno	84
Tabla 48: Información técnica de las cajas de cartón corrugado	85
Tabla 49: Cubicaje de la importación.....	88
Tabla 50: Comparativo de proveedores potenciales	90
Tabla 51: Evaluación de los proveedores potenciales	90
Tabla 52: Comparativo de Agentes de Carga.....	93

Tabla 53: Comparativo de Agentes de Aduanas	95
Tabla 54: Cuantificación de tiempos de la cadena DFI de TRIYUMMY PACK S.A.C.....	96
Tabla 55: Resumen de costos de la cadena DFI de TRIYUMMY PACK S.A.C.....	96
Tabla 56: Opciones de seguro DOOR to DOOR.....	97
Tabla 57: Precios de venta de los principales competidores	98
Tabla 58: Costeo de importación en dólares de TRIYUMMY PACK S.A.C	99
Tabla 59: Costo fijo total de TRIYUMMY PACK S.A.C.....	100
Tabla 60: Costo variable total de TRIYUMMY PACK S.A.C	100
Tabla 61: Costo total de TRIYUMMY PACK S.A.C	100
Tabla 62: Cálculo del precio de venta de TRIYUMMY PACK S.A.C.....	100
Tabla 63: Precio de venta por millar de TRIYUMMY PACK S.A.C	101
Tabla 64: Comparativo de cotizaciones de potenciales proveedores	101
Tabla 65: Información general para la elaboración del contrato de compra-venta internacional	103
Tabla 66: Contrato de compra-venta internacional	104
Tabla 67: Comparativo de bancos para transferencias al exterior.....	111
Tabla 68: Activos fijos tangibles.....	120
Tabla 69: Activos fijos intangibles.....	121
Tabla 70: Capital de trabajo	121
Tabla 71: Inversión total	123
Tabla 72: Estructura de financiamiento.....	123
Tabla 73: Comparativo de préstamos de capital de trabajo.....	124
Tabla 74: Comparativo de préstamos personales	124
Tabla 75: Flujo de caja de deuda.....	125
Tabla 76: Costo de importación	126
Tabla 77: Presupuesto de costos de producto.....	127
Tabla 78: Presupuesto de gastos de personal	127
Tabla 79: Presupuesto de materiales indirectos.....	128
Tabla 80: Presupuesto de gastos fijos.....	128
Tabla 81: Presupuesto de gastos administrativos	128
Tabla 82: Presupuesto de gastos de ventas.....	129
Tabla 83: Presupuesto total de costos indirectos	129
Tabla 84: Costos totales	130
Tabla 85: Estructura del precio	130
Tabla 86: Tributos de la importación	131
Tabla 87: Proyectado de ventas.....	131
Tabla 88: Depreciación de activos tangibles	132
Tabla 89: Amortización de activos intangibles	132
Tabla 90: Inversiones, costos y gastos sin IGV	133
Tabla 91: Inversiones, costos y gastos con IGV.....	133
Tabla 92: Crédito fiscal	134
Tabla 93: Tasa de inflación 2015-2019.....	134
Tabla 94: Proyectado de costo de ventas.....	135
Tabla 95: Proyectado de costos indirectos	135
Tabla 96: Flujo de caja.....	136
Tabla 97: Estado de ganancias y pérdidas.....	138
Tabla 98: Flujo de caja económico actualizado	138
Tabla 99: Resultados económicos	139
Tabla 100: Período de recuperación económica.....	139
Tabla 101: Flujo de caja financiero actualizado.....	139
Tabla 102: Resultados financieros	140
Tabla 103: Período de recuperación financiera	140
Tabla 104: Análisis de sensibilidad en base al tipo de cambio.....	143

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: TRIYUMMY PACK S.A.C.....	11
Figura 2: Ubicación geográfica de la empresa	14
Figura 3: Clasificación de las zonas comerciales	14
Figura 4: Mapa clasificado por zonas.....	15
Figura 5: Principios de TRIYUMMY PACK S.A.C	16
Figura 6: Organigrama de TRIYUMMY PACK S.A.C	20
Figura 7: Ejemplo de PLAME 3.7.....	31
Figura 8: Tipos de contratos.....	33
Figura 9: Logo TRIYUMMY PACK S.A.C	41
Figura 10: Evolución mensual de la actividad Restaurantes: 2017-2020 (Variación %)	49
Figura 11: Distribución de Hogares según NSE 2018- Lima Metropolitana	51
Figura 12: Distribución de zonas APEIM por NSD 2018- Lima Metropolitana	51
Figura 13: Fórmulas para calcular el pronóstico con regresión lineal	61
Figura 14: Pronóstico de la demanda	62
Figura 15: Canal directo de TRIYUMMY PACK S.A.C.....	65
Figura 16: Segmentación del mercado	72
Figura 17: Matriz ANSOFF	74
Figura 18: Factores a considerar para la fijación de precios	82
Figura 19: Bolsas polipropileno	83
Figura 20: Caja de cartón corrugado de canal simple y dos cubiertas.....	84
Figura 21: Caja de cartón corrugado	84
Figura 22: Rotulado.....	86
Figura 23: Pictograma usado en importación	87
Figura 24: Contenedorización	88
Figura 25: DFI TRIYUMMY PACK S.A.C	89
Figura 26: Cadena detallada de DFI de TRIYUMMY PACK S.A.C.....	97
Figura 27: Cotización de Weifang Efengda Homeware CO., LTD.....	102
Figura 28: Incoterm FOB 2020	110
Figura 29: Flujograma de las operaciones de importación	118
Figura 30: Flujograma de operaciones de producción.....	119
Figura 31: Envases de plástico vs. envases biodegradables	141

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocios tiene como finalidad la creación de una empresa llamada TRIYUMMY PACK S.A.C dedicada a la importación y comercialización de envases compostables hechos a base a residuos vegetales, en este caso de bagazo de paja de trigo, para las pollerías ubicadas en Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena y San Miguel.

En el mercado nacional tenemos una potencial necesidad de envases biodegradables y compostables por políticas medioambientales, donde existen prohibiciones de plástico de un solo uso, además de ello, por la creciente tendencia que ser consumidores eco-amigables, es decir, tomar decisiones teniendo en cuenta el impacto ambiental.

TRİYUMMY PACK ingresará al mercado como una microempresa del tipo de Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C) ubicada en el distrito de Jesús María, perteneciente al Régimen Laboral Especial y al Régimen MYPE Tributario, dos regímenes creados para impulsar a los emprendedores a formalizar sus negocios en nuestro país ya que se centran en el crecimiento de la empresa.

En base a la investigación realizada China es el principal proveedor a nivel nacional y mundial de estos productos, por lo cual se considera un país calificado en cuanto a calidad y también precio para poder proveer a TRIYUMMY PACK S.A.C. Nuestro país, Perú, es un mercado con un potencial de demanda alto principalmente por la Ley N° 30884 y por el gran consumo de plásticos de los restaurantes, que tendrán que buscar alternativas amigables con el medio ambiente para seguir satisfaciendo las necesidades de sus clientes. Las pollerías es de los principales restaurantes que usan este formato de envase y son quienes tienen más presencia dentro del total de restaurantes a nivel nacional.

La cadena de distribución física internacional se encuentra trazada de inicio a fin con el objetivo de tener control de cada parte del proceso y conocer a los involucrados. El producto son preparados con envases y embalajes adecuados para el trayecto internacional y son unitarizados de la forma más óptima para aprovechar el espacio y

reducir los costos adyacentes sin vulnerar su calidad y cumpliendo los requerimientos internacionales necesarios para su transporte. Con relación a los agentes, tanto de carga como de Aduanas son proveedores aptos, seleccionados no solo en base al precio, sino también teniendo en cuenta su experiencia en el mercado y sus certificaciones, de esta forma garantizar que los miembros de la cadena son los perfectos socios claves para poder cumplir con el objetivo de recibir el producto en óptimas condiciones, en el momento adecuado y con el precio justo.

La negociación se da en FOB Incoterms 2020, puerto de Qingdao de esta forma TRIYUMMY PACK S.A.C tiene mayor control y poder negociación en la cadena. Las importaciones se realizarán bajo el Régimen de Importación para el Consumo con sistema anticipado de despacho aduanero pero con punto de llegada a un deposito temporal con el fin de aprovechar los días libres de almacenaje negociados y así reducir el nivel de inventario y acelerar el ingreso y salida de la carga de los almacenes de TRIYUMMY PACK S.A.C. Teniendo en cuenta lo indicado anteriormente y los costos que implican, se ha determinado un margen de ganancia del 15% y se ha obtenido un precio competitivo en el mercado, logrando competir con grandes empresas.

De acuerdo a los análisis financieros desarrollados se determinó que el proyecto es rentable y viable económica y financieramente. Dentro de los resultados económicos se tiene un VANE de S/ 296,424.02 y un TIRE de 65.78%, mayor a la TMAR del 15%. Adicional, dentro de los resultados financieros tenemos un VANF S/ 290,924.24 y un TIRF 94.98%, mayor al COK del 16%. En base a lo mencionado, podemos concluir que el proyecto es rentable y atractivo para poder llevarse a cabo.

1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	OFERTA DE VALOR	RELACION CON EL CLIENTE	SEGMENTOS DE MERCADO
<p>Proveedores confiables (productos certificados)</p> <p>Alianza con empresas que vendan productos eco-amigables</p> <p>Alianza con movimientos promotores de concientización ambiental y universidades (Ejm: UNALM)</p>	<p>Importación de envases</p> <p>Búsqueda y contacto con potenciales clientes</p> <p>Difusión de la empresa en el mercado</p>	<p>Los envases “Triummy Pack” son un producto innovador en el mercado peruano, eco-friendly ya que son biodegradables y compostables. El producto se complementará con promoción de actividades ecológicas a nuestros clientes y usuarios finales.</p>	<p>Contacto directo con los vendedores</p> <p>Vía online (email, web)</p> <p>Atención de llamadas para post-venta</p>	<p>Pollerías ubicadas en los distritos de Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena y San Miguel</p>
	<p>RECURSOS CLAVE</p> <p>Equipos para conexión (teléfono, laptops con internet)</p> <p>Oficina y almacén</p> <p>Personal capacitado</p>		<p>CANALES</p> <p>Página Web</p> <p>Ferias de empaques, envases y plásticos</p> <p>Ferias alimentarias</p> <p>Visita de vendedores</p>	
<p>ESTRUCTURA DE COSTES</p> <p>Costo de Importación y nacionalización del producto</p> <p>Compra de activos</p> <p>Gastos de personal</p> <p>Gastos fijos</p> <p>Gastos administrativos</p> <p>Gastos de ventas</p>			<p>FUENTES DE INGRESO</p> <p>Ingresos derivados de la venta directa</p> <p>Financiamiento propio de los accionistas</p> <p>Financiamiento por préstamo</p>	

2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

Según la Plataforma digital única del Estado Peruano (2019) la razón social es la denominación que se le asigna a la empresa que queremos crear, y no necesariamente es igual al nombre comercial. Cabe precisar que esta razón social nos identificará ante la SUNAT (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria) y otras entidades, para aspectos legales, jurídicos, administrativos y comerciales, asimismo estará vinculada al RUC (Registro Único de Contribuyentes) y contendrá las siglas del tipo de empresa que será. Por otro lado, según Montero (2017) el nombre comercial es la denominación que se le da a un producto o negocio para diferenciarlo de otro en el mercado, es básicamente el nombre con el cual será conocido.

En este caso, se realizará primero la reserva del nombre para la posterior inscripción en la SUNARP (Superintendencia Nacional de los Registros Públicos), ya sea vía online o presentando el ANEXO 1. La razón social de la empresa funcionará también como el nombre comercial y será “TRIYUMMY PACK S.A.C”:

TRIYU: Trigo en quechua y hace alusión al material de elaboración, a base de caña de trigo.

YUMMY: Delicioso en inglés y que se mezcla con la palabra anterior para que haga alusión a alimentos.

PACK: Envase en inglés.



Figura 1: TRIYUMMY PACK S.A.C
Fuente: Elaboración propia

En términos generales, se busca que la razón social y nombre comercial resuman al producto: un envase hecho a base de bagazo de trigo que contendrá comida peruana, caracterizada por su delicioso sabor.

2.2. ACTIVIDAD ECONÓMICA O CODIFICACIÓN INTERNACIONAL (CIU)

La Codificación Internacional, abreviado como CIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme), elaborado por la ONU (Organización de las Naciones Unidas) es la clasificación de todas las actividades económicas que producen tanto bienes y servicios, y otorga un código que indica el giro del negocio de la empresa con la finalidad de agrupar en categorías las actividades productivas para la generación ordenada de data estadística (Asesorías Perú, s.f).

El INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática) estableció oficialmente a través de la Resolución Jefatural N° 024-2010-INEI la adopción en el país de la cuarta revisión de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme aprobada en el 2008: CIU Revisión 4 (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2010).

En ese sentido, la actividad económica principal de TRIYUMMY S.A.C es la importación de envases compostables para su comercialización a empresas dedicadas a la comercialización de alimentos, los cuales serán vendidos únicamente al por mayor. De acuerdo a ello y según la CIU Revisión 4, el código que se debe asignar es el siguiente:

Tabla 1: Clasificación Industrial Internacional Uniforme de TRIYUMMY PACK S.A.C
DESCRIPCION CIU

SECCION G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.
DIVISIÓN 46	Comercio al por mayor, excepto el comercio de vehículos automotores y motocicletas.
CLASE 4609	Venta al por mayor no especializada

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática

2.3. UBICACIÓN Y FACTIBILIDAD MUNICIPAL Y SECTORIAL

Para el inicio de operaciones, TRIYUMMY PACK S.A.C requiere elegir un lugar donde ubicar tanto su oficina como almacén, para ello, se deberá de considerar diversos factores para una correcta selección de la ubicación. Cabe precisar que el análisis solo se realizará en Lima Metropolitana ya que nuestro mercado objetivo se encuentra posicionado en dicha zona.

El análisis necesario para determinar la ubicación del negocio se desarrollará con el método de los factores ponderados donde se evaluarán 4 factores a 3 posibles distritos, estos se numeran a continuación:

Tabla 2: Opciones de distritos para ubicación de la empresa

OPCIONES	DISTRITOS
A	SAN LUIS
B	LINCE
C	JESÚS MARIA

Fuente: Elaboración propia

Los distritos San Luis, Lince y Jesús María fueron previamente seleccionados, y para poder seleccionar el distrito más adecuado para el inicio del negocio se evaluarán los siguientes factores: Costo del alquiler, seguridad del distrito, cercanía al puerto y cercanía a los socios.

Tabla 3: Método de factores ponderados para elección de la ubicación

*Calificación: Rango de 1 (Muy malo) – 5 (Muy bueno)

FACTORES	PESO RELATIVO %	ALTERNATIVAS		
		A	B	C
Costo del alquiler del local	35%	5	3	4
Seguridad	20%	3	3	4
Cercanía al puerto	30%	3	4	5
Cercanía a los socios	15%	5	4	3
TOTAL	100%	4.00	3.45	4.15

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la tabla anterior a cada factor se le otorgó un peso relativo de acuerdo a su importancia, este peso se multiplica con la calificación que se le otorga

y nos permite obtener un resultado para la toma de decisiones. De acuerdo a la tabla anterior, el distrito elegido para ubicar el negocio es Jesús María, el resultado básicamente se obtuvo por la seguridad del distrito y cercanía del puerto.

La ubicación exacta del local se muestra a continuación:

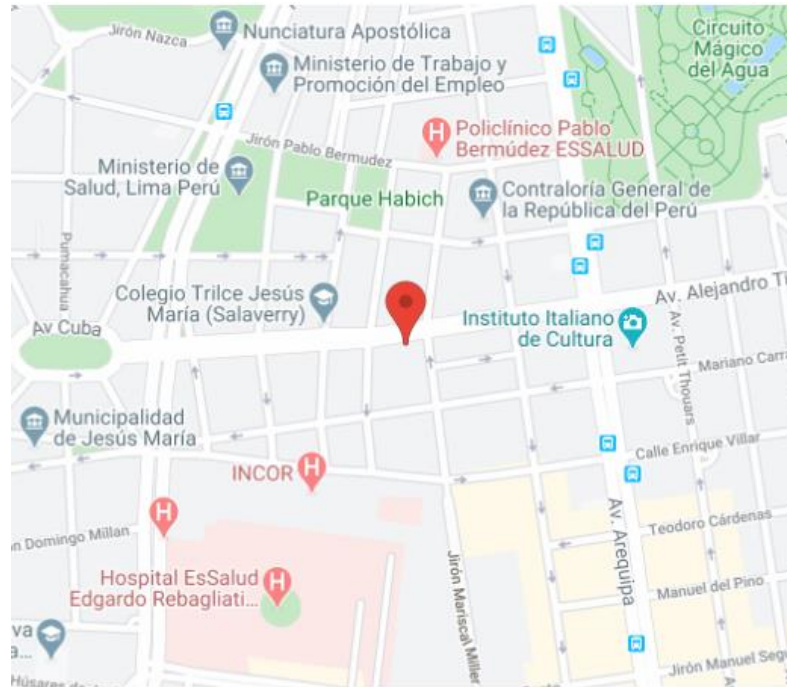


Figura 2: Ubicación geográfica de la empresa
Fuente: Google Maps

En lo que respecta al sector, la ubicación elegida está dentro de las zonas comerciales por lo que no habría inconveniente en la solicitud de la licencia de funcionamiento.



Figura 3: Clasificación de las zonas comerciales
Fuente: Municipalidad de Jesús María

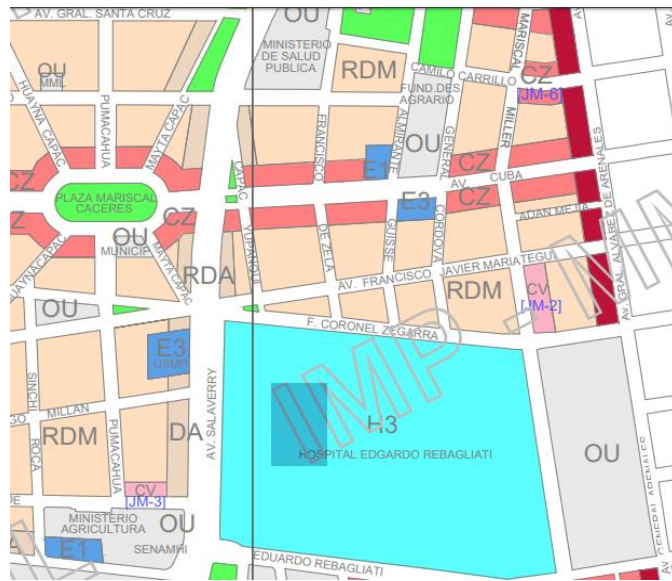


Figura 4: Mapa clasificado por zonas
Fuente: Municipalidad de Jesús María

Finalmente, teniendo la ubicación y el local a alquilar se inicia a gestionar los trámites municipales para obtener la Licencia de Funcionamiento

2.4. OBJETIVOS DE LA EMPRESA, PRINCIPIO DE LA EMPRESA EN MARCHA

MISIÓN

Comercializar envases alternativos de calidad que satisfagan la necesidad de nuestros clientes y a la vez sean amigables con el medio ambiente.

VISIÓN

Ser líderes en el mercado peruano de soluciones alternativas en envases generando un impacto positivo tanto en el medio ambiente como en la concientización de nuestros clientes y usuarios finales.

VALORES

Los valores que considera esenciales TRIYUMMY PACK S.A.C son los siguientes:

- Integridad: Siendo competitivos sin dejar de lado la honestidad y transparencia.

- Perseverancia: Trabajando en base a la constancia, superando aquellos obstáculos que se presentan en el camino para el logro de nuestros objetivos.
- Colaboración: Logrando cumplir los objetivos de nuestros clientes junto con los nuestros.
- Confiabilidad: Logrando un trato de confianza con nuestros clientes, que confíen en el producto, su calidad y el impacto que genera en la sociedad y medio ambiente.
- Responsabilidad ambiental: Trabajando y cumpliendo con los objetivos organizacionales nuestros como de nuestros clientes, pero teniendo consciencia con el medio ambiente.

PRINCIPIOS

Los principios en los que se basa TRIYUMMY PACK S.A.C son los siguientes:

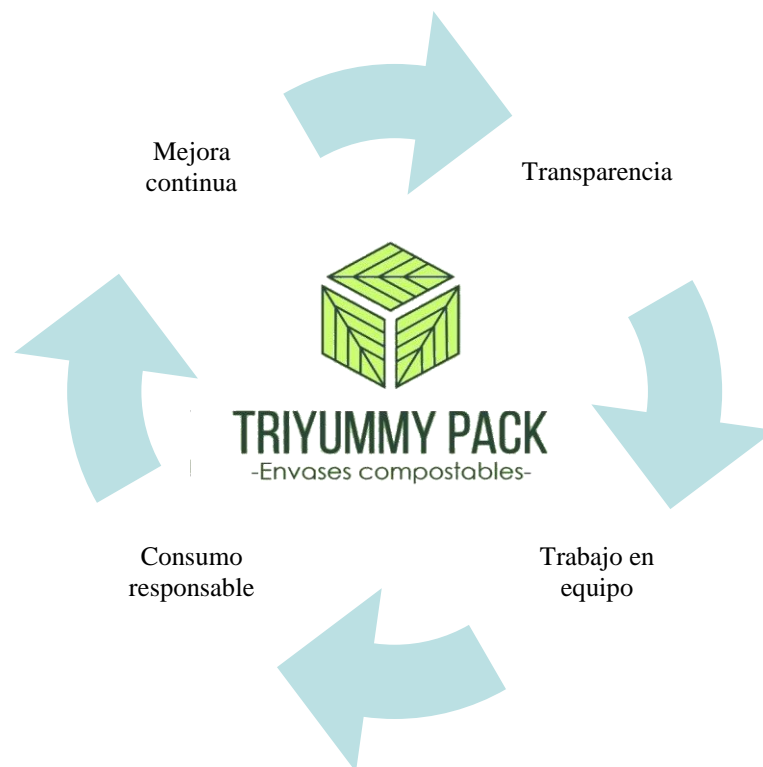


Figura 5: Principios de TRIYUMMY PACK S.A.C

Fuente: Elaboración propia

OBJETIVOS DE LA EMPRESA

A continuación, se detallan los objetivos que TRIYUMMY PACK S.A.C se ha propuesto alcanzar:

Objetivo general

- Posicionar a TRIYUMMY PACK S.A.C en los restaurantes nacionales (pollerías) como una alternativa económica, viable y sostenible con productos de calidad y de rápida atención.

Objetivos específicos

- Ser una empresa rentable, superando las utilidades proyectadas para el primer año de existencia.
- Expandir la atención de la empresa a provincias para el sexto año de operaciones.
- Captar el 12% del público objetivo en los distritos de Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena y San Miguel al culminar el segundo año de actividades.

PRINCIPIO DE LA EMPRESA EN MARCHA

El principio de empresa en marcha es uno de los Principios Contables Generalmente Aceptados (PCGA) y establece que, cuando se crea una empresa, se considera que la misma proseguirá con su negocio en un futuro previsible (Mercapide y Albanese, 2019). Este principio básicamente indica que toda empresa debe de vender todo lo que compra, pagar sus impuestos y ser rentable. Aquellas empresas que tienen crédito fiscal no cumplen con el requisito de empresa en marcha porque no vende todo lo que compra, a razón de ello genera un saldo a favor y no tiene utilidad.

Al presumir que la empresa continuará con sus operaciones y no será liquidada en un futuro cercano ayuda a las empresas, por ejemplo, a obtener préstamos debido a que demuestras que tienes fondos suficientes, eres rentable y mantienes tus activos más relevantes.

2.5. LEY DE MYPES, MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA, CARACTERÍSTICAS

La ley MYPE es aquella norma del gobierno peruano que busca impulsar el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en nuestro país, así como su formalización, dando una serie de beneficios laborales y tributarios para apoyar el crecimiento empresarial y la generación de empleo. Para acceder a los beneficios solo se debe inscribir la empresa en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (Destino Negocio-Movistar, s.f).

La última modificación de la Ley MYPE a través de la LEY N° 30056, publicada el 2 de julio de 2013, dejó de considerar el número de trabajadores como elemento para categorizar una empresa y solo se trabajó con el criterio de volumen de ventas anuales. Además, se agregó una nueva categoría empresarial que es la mediana empresa, utilizando ahora comúnmente el término MIPYME para referirnos a la micro, pequeña y mediana empresa (Escalante, 2016).

Tabla 4: Características de la micro, pequeña y mediana empresa

	MICROEMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA	MEDIANA EMPRESA
VENTAS ANUALES	Hasta 150 UIT	Más de 150 UIT y hasta 1,700 UIT	Más de 1,700 UIT y hasta 2,300 UIT
BENEFICIOS Y DERECHOS LABORALES	<p>Remuneración: No menor a la Remuneración Mínima Vital</p> <p>Jornada laboral: máxima de 08 horas diarias o 48 horas semanales.</p> <p>Descanso semanal de 24 horas consecutivas y en días feriados.</p> <p>Remuneración por trabajo en sobretiempo.</p> <p>Descanso vacacional: 15 días calendarios.</p> <p>Cobertura de seguridad social en Salud: Seguro Integral de Salud – SIS</p> <p>Cobertura Previsional: incluye un Sistema de Pensiones Sociales.</p> <p>Gratificaciones: No.</p> <p>Utilidades: No.</p> <p>Asignación familiar: No.</p> <p>Compensación por Tiempo de Servicios (CTS): No.</p>	<p>Remuneración: No menor a la Remuneración Mínima Vital</p> <p>Jornada laboral: máxima de 08 horas diarias o 48 horas semanales.</p> <p>Descanso semanal de 24 horas consecutivas y en días feriados.</p> <p>Remuneración por trabajo en sobretiempo.</p> <p>Descanso vacacional: 15 días calendarios.</p> <p>Cobertura de seguridad social en Salud: ESSALUD.</p> <p>Cobertura Previsional</p> <p>Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR).</p> <p>Gratificaciones: 2 al año de medio sueldo.</p> <p>Utilidades: Si.</p> <p>Asignación familiar: No.</p>	<p>Remuneración: No menor a la Remuneración Mínima Vital</p> <p>Jornada laboral: máxima de 08 horas diarias o 48 horas semanales.</p> <p>Descanso semanal de 24 horas consecutivas y en días feriados.</p> <p>Remuneración por trabajo en sobretiempo.</p> <p>Descanso vacacional: 30 días calendarios.</p> <p>Cobertura de seguridad social en Salud: ESSALUD.</p> <p>Cobertura Previsional</p> <p>Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR).</p> <p>Gratificaciones: 2 al año de un sueldo.</p> <p>Utilidades: Si.</p> <p>Asignación familiar: 10%</p>

<p>Despido arbitrario o injustificado: Indemnización de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración).</p>	<p>Compensación por Tiempo de Servicios (CTS): Si, equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración.</p> <p>Despido arbitrario o injustificado: Indemnización de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración). Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.</p>	<p>de la Remuneración Mínima Vital.</p> <p>Compensación por Tiempo de Servicios (CTS): Si, equivalente a 30 días de remuneración por año de servicio.</p> <p>Despido arbitrario o injustificado: Indemnización de una remuneración y media por cada mes dejado de laborar (contrato plazo fijo) y una remuneración y media por cada año de trabajo (contrato indeterminado) con un máximo de 12 remuneraciones. Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: SUNAT y Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo

De acuerdo a lo mencionado anteriormente, TRIYUMMY PACK S.A.C recién iniciará sus operaciones y de acuerdo a las proyecciones de ventas anuales sin IGV será una Micro Empresa que se acogerá al Régimen Laboral Especial. Esta ley permite que la empresa se formalice, contribuya a la generación de empleo, y también la empresa pueda crecer teniendo mayor rentabilidad.

2.6. ESTRUCTURA ORGÁNICA

La estructura organizacional es la forma en que se organiza una empresa y tiene como función definir autoridad, jerarquía y cadena de mando. Esta estructura se realiza de acuerdo a todas las actividades que se pretende realizar, lo que ayuda a establecer los departamentos, el perfil de los puestos y las funciones de los trabajadores para poder trabajar de forma ordenada hacia el cumplimiento de los objetivos y metas trazadas (Canive y Balet, s.f).

En el caso de TRIYUMMY PACK S.A.C la estructura orgánica será lineo-funcional debido a que una autoridad centralizará la toma de decisiones y se fijarán los puestos de trabajo en base a las funciones de cada trabajador. La empresa estará constituida

en la cabeza por la Junta General de Accionistas, quienes tendrán comunicación directa con el Gerente General ya que no contará con directorio.

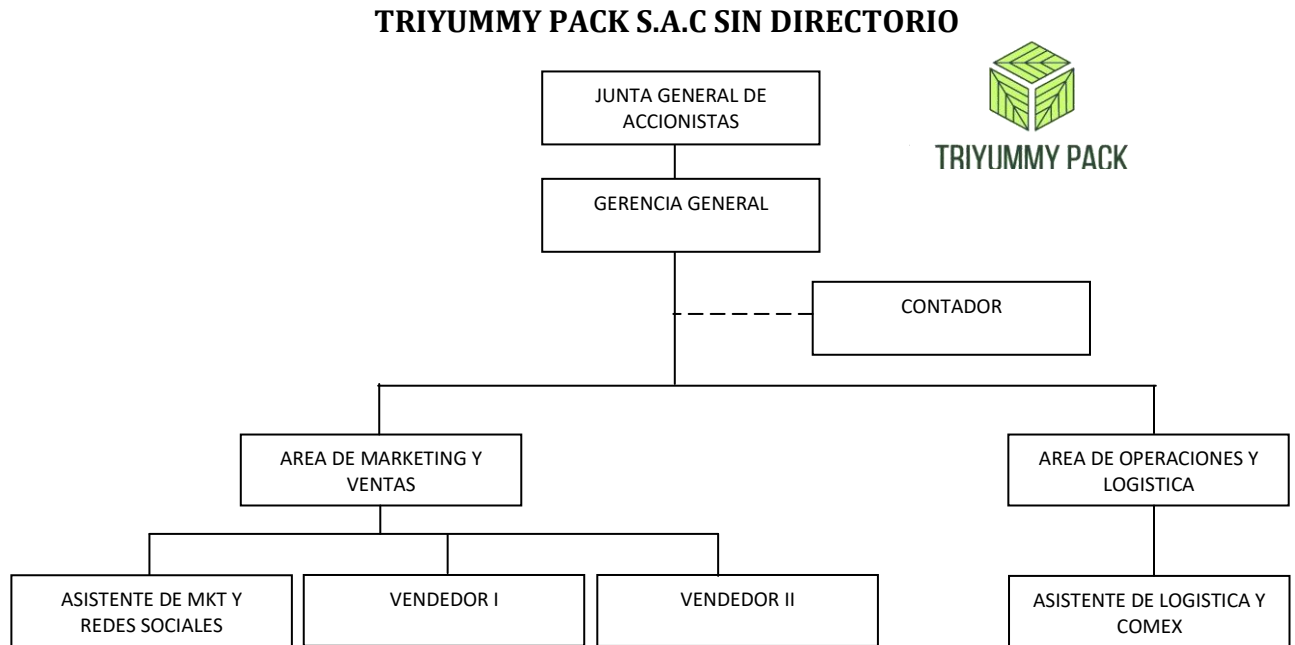


Figura 6: Organigrama de TRIYUMMY PACK S.A.C

Fuente: Elaboración propia

PERFIL DEL PUESTO, FUNCIONES Y REQUISITOS DEL PERSONAL

Junta General de Accionistas (JGA)

La JGA es el órgano máximo de la sociedad anónima y está conformada por todos los socios que se reúnen para la toma de decisiones claves para el funcionamiento de la empresa, entre ellas se encuentran la modificación del Estatuto, aumentar o reducir el capital, disponer auditorías o investigaciones especiales, aprobar los estados financieros anuales, entre otros.

Gerente General

Persona nombrada por la JGA para ser representante legal y que asumirá el reto de dirigir y administrar una empresa, reportará directamente a los socios acerca del desempeño de la empresa y el cumplimiento de los objetivos, así como ejecutará y velará por el cumplimiento de sus disposiciones.

Tabla 5: Perfil del Gerente General

GERENTE GENERAL	
PERFIL DEL PUESTO	Se busca un líder, proactivo, con pensamiento estratégico, que pueda trabajar en equipo, escuchar a los miembros de la organización, que pueda trabajar bajo presión y tome decisiones que conlleven a cumplir con los objetivos de la empresa.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> - Ejecuta el Plan de Negocios definido por los socios y brindar aportes que ayuden a potenciar los resultados. - Contrata, asesora, administra y dirige al personal. - Establece los objetivos a corto y mediano plazo para cada trabajador y así poder medirlos. - Analiza y soluciona problemas que se presentan. - Prepara informes y reportes con los avances y resultados obtenidos de su gestión. - Realiza la búsqueda, negociación y evaluación de los proveedores. - Actúa como representante de la empresa frente a los clientes. - Representa y vela por los intereses de la organización. - Decide la organización de eventos o actividades ecológicas para los clientes.
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> - Profesional titulado en Administración o carreras afines. - Especialización en comercio exterior y aduanas. - Experiencia laboral de mínimo 4 años en cargos similares con personal a cargo. - Conocimiento de Finanzas. - Conocimiento de Inglés a nivel intermedio. - Dominio de Microsoft Office.

Fuente: Elaboración propia

Contador

El contador es aquel que estará encargando interpretar la parte contable y financiera no solo para que la empresa se mantenga en funcionamiento sino también para poder tomar decisiones gerenciales acertadas. Este servicio de contabilidad será brindado por un externo al cual se le pagará por sus servicios a través de Recibo por Honorarios.

Tabla 6: Perfil del Contador

CONTADOR	
PERFIL DEL PUESTO	Se busca una persona confiable con capacidades de análisis y de detección de errores en procesos contables, con habilidades de archivo y con la experiencia suficiente para que pueda asesorarnos.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> - Elabora, presenta e interpreta los estados financieros. - Encargarse de las declaraciones tributarias. - Cálculo de las planillas de retención de impuestos. - Contabilización y registro de los documentos contables. - Análisis y evaluación de los costos para la toma de decisiones. - Brinda recomendaciones y sugerencias para tomar decisiones en los aspectos contables de la empresa. - Revisa mensual de los libros contables de Registro de Compras y de Ventas. - Colabora con todo el aspecto relativo a su profesión.
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> - Contador público colegiado. - Experiencia mínima de 3 años trabajando con micro y pequeñas empresas. - Manejo de Sistemas Contables - Conocimiento de Finanzas. - Conocimiento de Microsoft Office.

Fuente: Elaboración propia

Asistente de Marketing y Redes Sociales

El Asistente de Marketing y Redes Sociales se encargará de la creación de contenido con el cual llegaremos a nuestros clientes, manejará la página web y redes sociales, así como realizará investigaciones de mercado para brindar mejores ofertas que la competencia.

Tabla 7: Perfil del Asistente de Marketing y Redes Sociales

ASISTENTE DE MARKETING Y REDES SOCIALES	
PERFIL DEL PUESTO	Se busca una persona responsable, proactiva, con conocimientos de community management que se comprometa con los objetivos organizacionales.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none">- Analiza e investiga el mercado y desarrollar planes de marketing que se adapten tanto a las particularidades del producto como a las características generales de la empresa.- Trabaja conjuntamente con los vendedores.- Crea contenido en la página web y redes sociales.- Realiza perfilamiento de base de datos.- Ayuda a la organización de eventos o actividades ecológicas para los clientes.
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none">- Egresado de Marketing o carreras afines.- Experiencia laboral de mínimo 1 año en el área de Marketing (empresas B2B).- Conocimiento de Microsoft Office- Deseable: Photoshop, Illustrator.

Fuente: Elaboración propia

Vendedor

El vendedor será aquella persona que permitirá que la empresa obtenga ganancias a través del cierre de ventas y será la imagen que queremos proyectar de la empresa a nuestros clientes.

Tabla 8: Perfil del Vendedor

VENDEDOR	
PERFIL DEL PUESTO	Se busca una persona entusiasta, proactivo, empática, con poder de convencimiento facilidad de palabra y de escucha activa.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none">- Busca y capta nuevos clientes.- Detecta necesidades, asesora y soluciona incidencias que se pueden presentar.- Se encarga de mantener y atender de forma personalizada a los clientes actuales.- Realiza el seguimiento post-venta.- Cumple con las metas establecidas por Gerencia- Coordina la participación en ferias, convenciones, etc con Gerencia.- Ayuda a la organización de eventos o actividades ecológicas para los clientes.
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none">- Tener secundaria completa- Conocimiento de Microsoft Office- Experiencia mínima de 1 año como vendedor.

Fuente: Elaboración propia

Asistente de Logística y COMEX

El Asistente de Logística y COMEX será la persona encargada de tener el producto en nuestros almacenes de forma oportuna, encargándose de toda la cadena logística de importación, viendo el almacén y coordinando el transporte para la entrega del producto a los clientes de TRIYUMMY PACK S.A.C.

Tabla 9: Perfil del Asistente de Logística y COMEX

ASISTENTE DE LOGISTICA Y COMEX	
PERFIL DEL PUESTO	Se busca una persona proactiva, con capacidad para tomar decisiones que pueda realizar las importaciones de la empresa desde la colocación de la orden de compra hasta el ingreso de la mercadería al almacén de la empresa, así como también coordinará la entrega de estos a los clientes finales.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> - Colocación de la Orden de compra. - Busca, negocia, cotiza, compara y toma contacto con agentes de carga y aduanas. - Realiza seguimiento al embarque hasta la nacionalización. - Lleva el control de la documentación por embarque. - Calcula el costo de importación de los productos. - Realiza las coordinaciones oportunas para la entrega del producto al cliente. - Realiza cuadros comparativos e informes para Gerencia. - Lleva el control del almacén e inventarios. - Ayuda a la organización de eventos o actividades ecológicas para los clientes.
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> - Egresado en Adm. De Negocios Internacionales o Comercio Exterior. - Experiencia laboral de mínimo de 1 año en cargos similares. - Conocimiento de Microsoft Office. - Conocimiento de Inglés a nivel intermedio. - Especialización en temas Aduaneros.

Fuente: Elaboración propia

2.7. CUADRO DE ASIGNACIÓN DE PERSONAL

En la siguiente tabla detallamos la asignación del personal de trabajo, que incluye las remuneraciones y los beneficios laborales de acuerdo al Régimen Laboral Especial al que pertenece la Microempresa.

Tabla 10: Asignación del personal

TRIYUMMY PACK S.A.C SIN DIRECTORIO						
RÉGIMEN LABORAL ESPECIAL						
CARGO	NÚMERO PERSONAL	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	VACACIONES	SIS	PAGO TOTAL ANUAL
GERENTE GENERAL	1	S/ 2,400.00	S/ 28,800.00	S/ 1,200.00	S/ 180.00	S/ 30,180.00
ASISTENTE MKT Y REDES	1	S/ 1,500.00	S/ 18,000.00	S/ 750.00	S/ 180.00	S/ 18,930.00
VENDEDOR	2	S/ 1,000.00	S/ 24,000.00	S/ 1,000.00	S/ 360.00	S/ 25,360.00
ASISTENTE LOGISTICA Y COMEX	1	S/ 1,500.00	S/ 18,000.00	S/ 750.00	S/ 180.00	S/ 18,930.00
TOTAL	5		S/ 88,800.00	S/ 3,700.00	S/ 900.00	S/ 93,400.00
		NÚMERO PERSONAL	PAGO MENSUAL		PAGO ANUAL	
CONTADOR		1	S/ 500		S/ 6,000	

Fuente: Elaboración propia

2.8. FORMA JURÍDICA EMPRESARIAL

La Forma Jurídica Empresarial consiste en definir la forma que le vamos a dar a la nueva empresa, en ese sentido, se debe determinar el tipo de persona jurídica que se constituirá. Por ello, se realizó un cuadro comparativo de los principales tipos de empresas y sus características para poder optar por la más conveniente:

Tabla 11: Características de los principales tipos de empresas

	EMPRESARIO INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (E.I.R.L.)	SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (S.R.L)	SOCIEDAD ANÓNIMA (S.A)	SOCIEDAD ANÓNIMA ABIERTA (S.A.A)	SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA (S.A.C)
CANTIDAD DE ACCIONISTAS/ SOCIOS	Máximo: 1	Mínimo: 2 Máximo: 20	Mínimo: 2 Máximo: ilimitado	Mínimo:750	Mínimo: 2 Máximo: 20
ORGANIZACIÓN	Una sola persona como Gerente General y socio.	Generalmente empresas pequeñas familiares -Junta General de Accionistas -Gerencia	-Junta General de Accionistas -Gerencia -Directorio	-Junta General de Accionistas -Gerencia -Directorio	-Junta General de Accionistas -Gerencia -Directorio (Opcional)
CAPITAL Y ACCIONES	Capital definido por aportes del único aportante.	Capital definido por aportes de cada socio. Se debe inscribir en Registros Públicos.	Capital definido por aportes de cada socio Se deben registrar las acciones en el Registro de Matrícula de Acciones. Aportes en moneda nacional y/o extranjera, y en contribuciones tecnológicas intangibles.	Más del 35% del capital pertenece a 175 o más accionistas. Debe haber hecho una oferta pública primaria de acciones u obligaciones convertibles en acciones. Deben registrar las acciones en el Registro de Matrícula de Acciones.	Capital definido por aportes de cada socio. Se deben registrar las acciones en el Registro de Matrícula de Acciones. Aportes en moneda nacional y/o extranjera y en contribuciones tecnológicas intangibles.
DURACIÓN		Indeterminada	Determinada o Indeterminada	Determinada o Indeterminada	Determinada o Indeterminada

Fuente: Plataforma digital única del Estado Peruano

De acuerdo a lo explicado en el cuadro anterior, se determinó que TRIYUMMY PACK S.A.C será una Sociedad Anónima Cerrada sin Directorio ya que es una sociedad más dinámica y porque las Juntas Generales de Accionistas se pueden convocar por correo electrónico. Este tipo de sociedad además la recomiendan para una microempresa familiar (Vega, 2020). Cabe precisar que la transferencia de acciones no es de carácter público debido a que no tiene acciones inscritas en el

Registro Público, por lo cual facilita esta transacción y protege la privacidad de los accionistas.

TRIYUMMY PACK S.A.C estará conformada por 2 socios, quienes tendrán acciones de manera proporcional al aporte realizado. En la siguiente tabla se muestra el aporte de capital de cada socio, así como el número de acciones que le corresponden en la empresa.

Tabla 12: Aporte de los socios

NOMBRE DEL ACCIONISTA	CAPITAL SOCIAL S/	VALOR NOMINAL	ACCIONES	%
Primer accionista	S/ 68,550.00	10.00	6,855.000	80.55%
Segundo accionista	S/ 16,553.11	10.00	1,655.31	19.45%
Total aporte propio	S/ 85,103.11		8,510.31	100.00%

Fuente: Elaboración propia

En conclusión, la empresa iniciará con S/ 85,103.11 de capital social.

2.9. REGISTRO DE MARCA Y PROCEDIMIENTO EN INDECOPI

En este punto se verá solo el registro del nombre comercial y no de la marca en INDECOPI (Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual) ya que el producto es genérico para el mercado objetivo.

El nombre comercial es el signo que sirve para identificar a una persona natural o jurídica en el ejercicio de su actividad económica (INDECOPI, s.f).

Según INDECOPI (s.f) los requisitos para el registro de nombres comerciales son:

- Completar y presentar tres ejemplares del formato de la solicitud.
- Indicar los datos de identificación del(s) solicitante(s). Para personas naturales: DNI (Documento Nacional de Identidad), Carné de Extranjería o Pasaporte. Para personas jurídicas: número de Registro Único de Contribuyente (RUC). En caso de contar con un representante, se deberá indicar sus datos de identificación y presentar el documento de poder.
- Mencionar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú.

- Indicar cuál es el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros).
- Si el signo es mixto, figurativo 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). Se sugiere enviar una copia fiel del mismo logotipo al correo electrónico: logos-dsd@indecopi.gob.pe.
- 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.
- Adjuntar los medios probatorios que acrediten el uso efectivo en el mercado del nombre comercial cuyo registro se solicita, para cada una de las actividades a distinguir.
- Firmar la solicitud por el solicitante o su representante.
- Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo equivale al 13.90% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) por una clase solicitada.

Luego de cumplir con los requisitos y pagar el derecho de trámite (597.7 soles según la UIT 2020), INDECOPI tiene un plazo de 15 días hábiles para realizar el examen formal, de haber alguna observación notificará al solicitante para que en un plazo de 60 días hábiles realice las subsanaciones de las omisiones o realice las modificaciones pertinentes. En el ANEXO 2 se adjunta formato de la solicitud (INDECOPI, s.f).

2.10. REQUISITOS Y TRÁMITES MUNICIPALES

Para poder funcionar como empresa se debe obtener la licencia de funcionamiento municipal con el distrito seleccionado anteriormente, Jesús María. En ese sentido, según la Municipalidad de Jesús María (s.f) los requisitos son los siguientes:

1. Solicitud de Licencia de Funcionamiento con carácter de Declaración Jurada.
2. Se presentará junto con la matriz de riesgo de desastres necesaria para calificar el tipo de riesgo de la edificación.

3. Si la edificación es calificada con riesgo bajo o medio: Adjuntar Declaración Jurada de Cumplimiento de las Condiciones de Seguridad en la Edificación.
4. Si la edificación es calificada con riesgo alto o muy alto: Adjuntar la documentación señalada en el Reglamento de Inspecciones Técnicas de Seguridad en Edificaciones.
5. Declaración Jurada de Vigencia de Poder.
6. Consignar en la solicitud el número de recibo de pago por el derecho correspondiente (El derecho varía de acuerdo al riesgo de la edificación)
7. Adicionalmente serán exigibles los siguientes requisitos:
 - En el caso de servicios relacionado con la salud: Declaración jurada de tener título profesional vigente y estar habilitado.
 - Declaración jurada de contar con el número de estacionamientos exigibles
 - En el caso de aquellas actividades que conforme a la Ley requieran autorización sectorial previa al otorgamiento de la Licencia de Funcionamiento: Declaración jurada de contar con la autorización respectiva.
 - En el caso se trate de un inmueble Monumento integrante del Patrimonio Cultural de la Nación: Copia simple de autorización expedida por el Ministerio de Cultura.

En el ANEXO 3 se adjunta el formato de solicitud de Licencia de Funcionamiento de la Municipalidad de Jesús María.

Este proceso tiene la siguiente base legal según menciona la Municipalidad de Jesús María (s.f):

- Decreto Supremo N° 002-2018-PCM, Reglamento de Inspecciones Técnicas de Seguridad en Edificaciones, (05.01.18), artículo 20
- Decreto Supremo N° 046-2017-PCM que aprueba el Texto Único Ordenado de la Ley N°28976, Ley Marco de Licencia de Funcionamiento y los Formatos de Declaración Jurada (20.04.17) artículos 6, 7 y 8.

2.11. RÉGIMEN TRIBUTARIO PROCEDIMIENTO DESDE LA OBTENCIÓN DEL RUC Y MODALIDADES

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es un registro que tiene la SUNAT donde se encuentra toda la información del contribuyente como: nombre del representante legal, la razón social, tipo de persona, tipo de empresa, régimen tributario, el domicilio fiscal, la actividad económica a la que se dedica, etc. Esta base de datos es actualizada constantemente. El número de RUC es único, de carácter permanente y consta de 11 dígitos, los cuales te identifican como contribuyente y es de uso obligatorio en cualquier trámite que se realice ante la SUNAT (Emprender-SUNAT, 2019).

TRIYUMMY PACK S.A.C para el desarrollo de sus actividades comerciales debe de inscribirse al RUC como persona jurídica. Por ello, a continuación, se detallan los requisitos necesarios para lograr la inscripción (Emprender-SUNAT, 2019):

- DNI original del representante legal de la empresa.
- Documento original y copia de la Ficha o partida electrónica certificada por SUNARP, con una antigüedad menor a 30 días calendario.
- Brindar un documento privado o público donde conste la dirección que se quiere declarar como domicilio fiscal.

Al contar con el número de RUC, se debe solicitar el usuario y clave (CLAVE SOL) para acceder de manera virtual y realizar operaciones en línea a través del portal de la SUNAT como pagar y presentar declaraciones, entre otros.

El trámite de la inscripción es gratuito y brinda beneficios importantes a la empresa (Emprender-SUNAT, 2019):

- Trabajar de manera formal en el país, lo que permite evitar sanciones y trabajar con otras empresas formales.
- Acceder a nuevos mercados.
- Acceder a créditos financieros.
- Exigir servicios públicos de calidad.

Ante todo, cabe mencionar que al momento de inscribirte al RUC el funcionario de la SUNAT pedirá el régimen tributario. Por ello, para determinar el régimen al cual se acogerá TRIYUMMY PACK S.A.C se realizará una comparación de aquellos a los que se puede acoger las personas jurídicas:

Tabla 13: Regímenes tributarios para personas jurídicas

	RÉGIMEN ESPECIAL DE RENTA (RER)	RÉGIMEN MYPE TRIBUTARIO (RMT)	RÉGIMEN GENERAL (RG)
LÍMITE DE INGRESOS	Hasta S/.525,000 anuales.	Ingresos netos que no superen 1700 UIT en el ejercicio gravable (proyectado o del ejercicio anterior).	Sin límite
LÍMITE DE COMPRAS	Hasta S/ 525,000 anuales.	Sin límite	Sin límite
COMPROBANTES QUE PUEDEN EMITIR	Factura, boleta y todos los demás permitidos.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.
DJ ANUAL - RENTA	No	Sí, con la que se paga una regularización del impuesto equivalente a: Hasta 15 UIT en ganancia: 10% sobre la utilidad. Más de 15 UIT en ganancia: 29.5% sobre la utilidad.	Si, con la que se paga una regularización del impuesto equivalente al 29.5% sobre la utilidad
PAGO DE TRIBUTOS MENSUALES	Renta: Cuota de 1.5% de ingresos netos mensuales	Renta: Si no superan las 300 UIT de ingresos netos anuales: pagarán el 1% de los ingresos netos obtenidos en el mes. Si en cualquier mes superan las 300 UIT de ingresos netos anuales pagarán 1.5% o coeficiente.	Renta: Pago a cuenta mensual. El que resulte como coeficiente o el 1.5% según la Ley del Impuesto a la Renta.
	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).
RESTRICCIÓN POR TIPO DE ACTIVIDAD	Si tiene	No tiene	No tiene
TRABAJADORES	10 por turno	Sin limite	Sin limite
VALOR DE ACTIVOS FIJOS	S/ 126,000	Sin limite	Sin limite
POSIBILIDAD DE DEDUCIR GASTOS	No tiene	Si tiene	Si tiene
PAGO DEL IMPUESTO ANUAL EN FUNCIÓN A LA UTILIDAD	No tiene	Si tiene	Si tiene

ACOGIMIENTO	Con la declaración y pago mensual.	Con la declaración mensual que corresponde al mes de inicio de actividades.	Sólo con la declaración mensual.
--------------------	------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------	----------------------------------

Fuente: SUNAT

De acuerdo a la tabla anterior TRIYUMMY PACK S.A.C se acogerá al Régimen Mype Tributario (RMT) ya que de acuerdo a la proyección de ingresos anuales netos se superará el límite de S/ 525,000 para pertenecer al Régimen Especial de Renta (RER).

2.12. REGISTRO DE PLANILLAS ELECTRÓNICA (PLAME)

La Planilla Electrónica es el documento donde se encuentra la información de los trabajadores, empleados, prestadores de servicios, entre otros, y se lleva a través de los medios informáticos de la SUNAT (SUNAT, s.f).

TRİYUMMY PACK S.A.C se encuentra obligado a llevar la Planilla Electrónica, por ello se debe tener en cuenta los siguientes dos componentes:

Tabla 14: Componentes de la Planilla Electrónica

PLANILLA ELECTRÓNICA	DESCRIPCIÓN	MEDIO DE ACCESO
T-REGISTRO (REGISTRO DE INFORMACIÓN LABORAL)	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 por SUNAT Operaciones en Línea

Fuente: SUNAT

El PDT-PLAME se puede descargar desde la página de la SUNAT, se ingresa con el RUC y la Clave SOL. Es necesario mencionar que a partir del 01 de febrero de 2020 es de uso obligatorio la versión vigente es la 3.7 del PDT- PLAME.

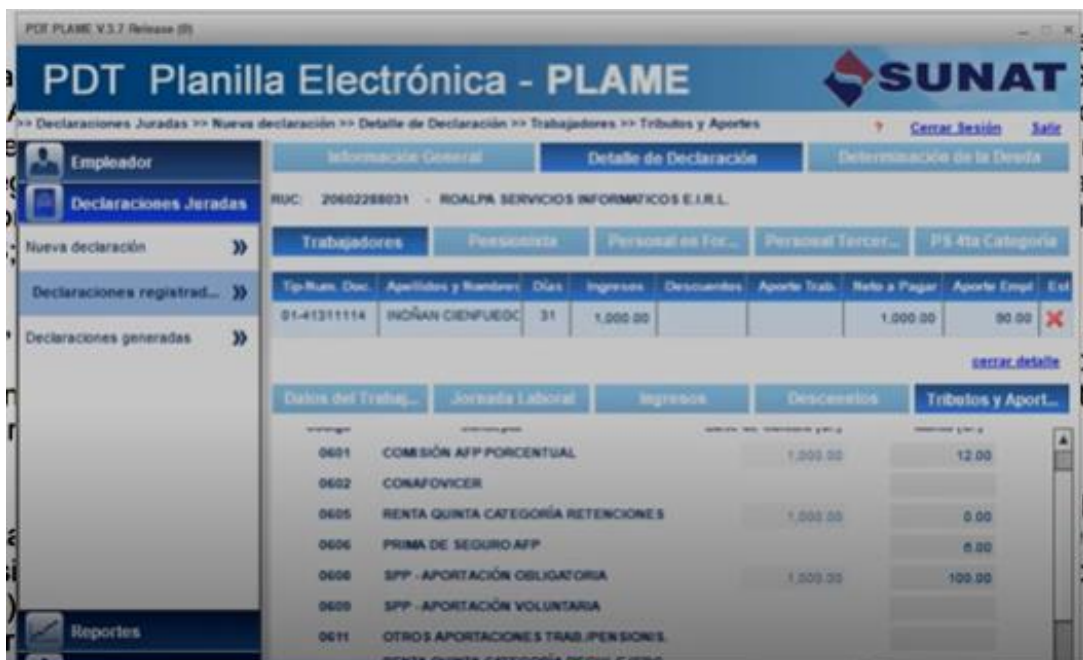


Figura 7: Ejemplo de PLAME 3.7

Fuente: Canal de Youtube Grupseld asesores empresariales

2.13. RÉGIMEN LABORAL ESPECIAL Y GENERAL LABORAL

En el Perú existen dos regímenes laborales: el Régimen Laboral Especial y el Régimen General Laboral.

El Régimen Laboral Especial está orientado a promover la formalización y crecimiento de las micro y pequeñas empresas ya que los beneficios para el trabajador son más limitados, mientras el Régimen General Laboral dispone de todos los beneficios indicados por ley. En la siguiente tabla podemos ver una comparación de cada régimen de acuerdo al tamaño de la empresa.

Tabla 15: Comparación de Regímenes Laborales

	MICROEMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA	MEDIANA EMPRESA
REGIMEN LABORAL	Régimen Laboral Especial	Régimen Laboral Especial	Régimen Laboral General
BENEFICIOS Y DERECHOS LABORALES	<p>Remuneración: No menor a la Remuneración Mínima Vital</p> <p>Jornada laboral: máxima de 08 horas diarias o 48 horas semanales.</p> <p>Descanso semanal de 24 horas consecutivas y en días feriados.</p> <p>Remuneración por trabajo en sobretiempo.</p> <p>Descanso vacacional: 15 días calendarios.</p> <p>Cobertura de seguridad social en Salud: Seguro Integral de Salud – SIS</p> <p>Cobertura Previsional: incluye un Sistema de Pensiones Sociales.</p> <p>Gratificaciones: No.</p> <p>Utilidades: No.</p> <p>Asignación familiar: No.</p> <p>Compensación por Tiempo de Servicios (CTS): No.</p> <p>Despido arbitrario o injustificado: Indemnización de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración).</p>	<p>Remuneración: No menor a la Remuneración Mínima Vital</p> <p>Jornada laboral: máxima de 08 horas diarias o 48 horas semanales.</p> <p>Descanso semanal de 24 horas consecutivas y en días feriados.</p> <p>Remuneración por trabajo en sobretiempo.</p> <p>Descanso vacacional: 15 días calendarios.</p> <p>Cobertura de seguridad social en Salud: ESSALUD.</p> <p>Cobertura Previsional Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR).</p> <p>Gratificaciones: 2 al año de medio sueldo.</p> <p>Utilidades: Si.</p> <p>Asignación familiar: No.</p> <p>Compensación por Tiempo de Servicios (CTS): Si, equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración.</p> <p>Despido arbitrario o injustificado: Indemnización de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración). Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.</p>	<p>Remuneración: No menor a la Remuneración Mínima Vital</p> <p>Jornada laboral: máxima de 08 horas diarias o 48 horas semanales.</p> <p>Descanso semanal de 24 horas consecutivas y en días feriados.</p> <p>Remuneración por trabajo en sobretiempo.</p> <p>Descanso vacacional: 30 días calendarios.</p> <p>Cobertura de seguridad social en Salud: ESSALUD.</p> <p>Cobertura Previsional Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR).</p> <p>Gratificaciones: 2 al año de un sueldo.</p> <p>Utilidades: Si.</p> <p>Asignación familiar: 10% de la Remuneración Mínima Vital.</p> <p>Compensación por Tiempo de Servicios (CTS): Si, equivalente a 30 días de remuneración por año de servicio.</p> <p>Despido arbitrario o injustificado: Indemnización de una remuneración y media por cada mes dejado de laborar (contrato plazo fijo) y una remuneración y media por cada año de trabajo (contrato indeterminado) con un máximo de 12 remuneraciones. Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.</p>

Fuente: SUNAT y Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo

De acuerdo a ello, se entiende que TRIYUMMY PACK S.A.C al ser una microempresa se encuentra dentro del Régimen Laboral Especial.

2.14. MODALIDADES DE CONTRATOS LABORALES

El contrato laboral es un acuerdo voluntario entre el trabajador y el empleador, que da inicio a un vínculo laboral donde el trabajador se obliga a ponerse a disposición del empleador por trabajo a cambio de una remuneración. En este documento se detalla los derechos y obligaciones de las partes, así como las condiciones dentro de las cuales se desarrolla esta relación laboral (Reid, s.f). Por lo indicado antes, existen distintos tipos de contratos:

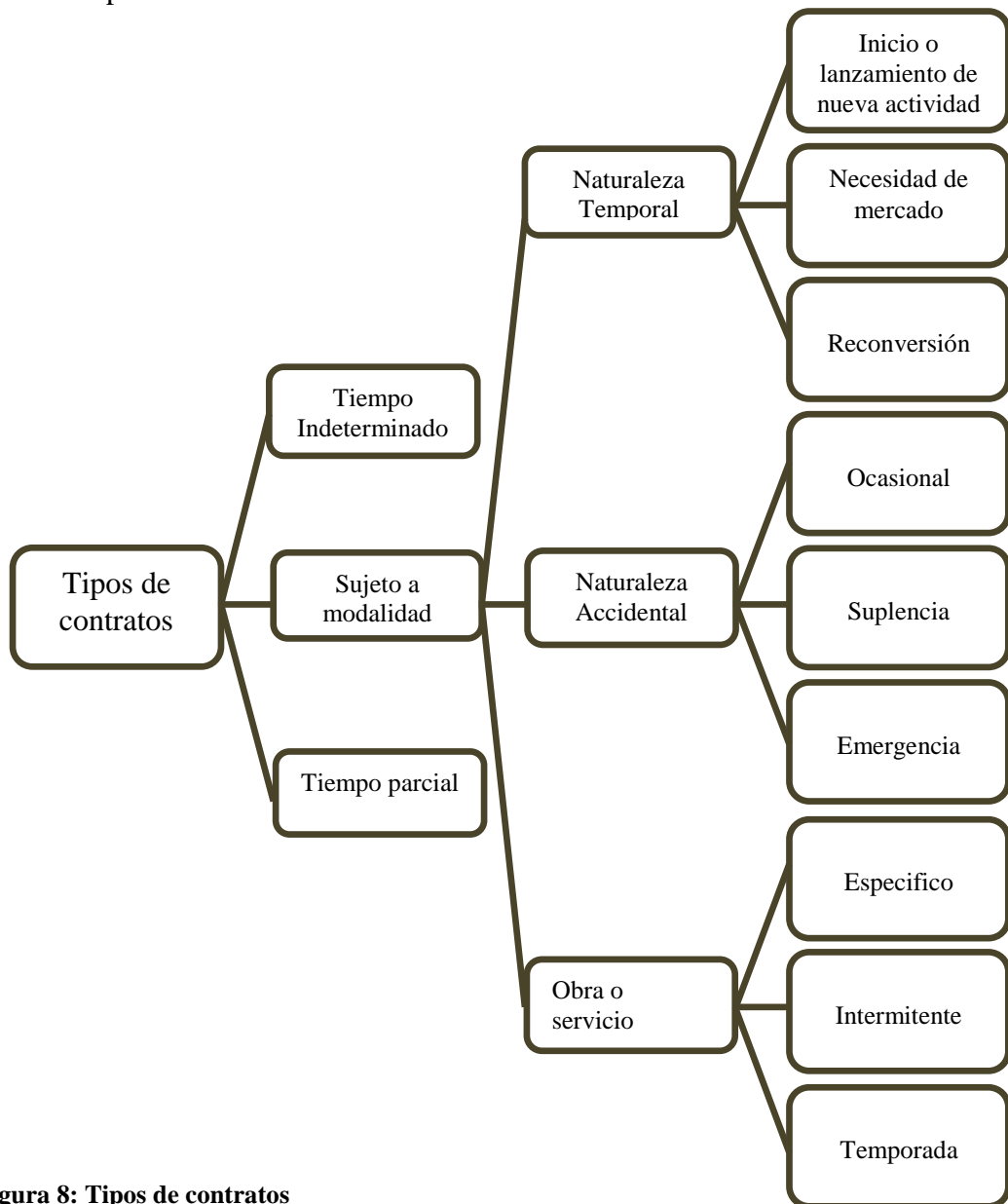


Figura 8: Tipos de contratos
Fuente: La Republica

En base a lo anterior, TRIYUMMY PACK S.A.C celebrará contratos de trabajo bajo las siguientes modalidades:

Tabla 16: Tipos de contratos de TRIYUMMY PACK S.A.C

PUESTO	TIPO DE CONTRATO
Gerente General	Contrato por plazo indeterminado
Asistente de MKT y Redes Sociales	Contrato por Inicio o Lanzamiento de una Actividad
Vendedores	Contrato por Inicio o Lanzamiento de una Actividad
Asistente de Logística y Comex	Contrato por Inicio o Lanzamiento de una Actividad
Contador	Contrato de Locación de Servicio-Recibo por honorarios

Fuente: Elaboración propia

El Gerente General al ser una persona elegida por la Junta General de Accionistas es una persona no solo capaz de asumir el cargo sino también es de confianza, por lo cual se le otorgará el “contrato a plazo indefinido” desde el inicio de sus actividades. Para el caso de los asistentes y vendedores se les contratará bajo la modalidad del “contrato por inicio de actividades” ya que tendrá un plazo de duración de 3 meses para evaluar el desempeño de los trabajadores con respecto al logro de los objetivos, y serán renovables semestralmente si superan el periodo inicial. (ANEXO 4). Finalmente, el contador brindará sus servicios a través de un contrato civil llamado “contrato de locación de servicios”, donde los locadores (los que prestan el servicio) emiten su recibo por honorarios por los servicios prestados y no tienen derecho al pago de beneficios laborales, ya que no existe un vínculo laboral entre la empresa y el locador (ANEXO 5).

2.15. CONTRATOS COMERCIALES Y RESPONSABILIDAD CIVIL DE LOS ACCIONISTAS

Los contratos comerciales son aquellos constituidos por una parte deudora y otra acreedora, que, por acuerdo, declaran su voluntad de obligarse. Asimismo, para que el contrato tenga naturaleza comercial, debe constituir un acto de comercio (Orihuela, 2020).

El Gerente General es la persona autorizada a suscribir los contratos comerciales contenidos en el estatuto de la empresa, por lo que el estatuto debe ser amplio para que abarque todas las actividades contractuales. De ese modo, TRIYUMMY PACK S.A.C celebrará los siguientes contratos comerciales:

1. Contrato de Sociedad Comercial: Contrato entre las partes que conforman la sociedad donde acuerdan realizar aportaciones para un fin en común.
2. Contrato de compra y venta internacional: Contrato entre TRIYUMMY PACK S.A.C y su proveedor en China, donde se fijan aspectos generales como obligaciones y derechos de las partes, así como aspectos comerciales: precio, incoterm, tiempo de entrega, entre otros.
3. Contrato de Prestación de Servicios: Contrato entre TRIYUMMY PACK S.A.C y aquellos proveedores de servicios tercerizados como agente de aduanas, entre otros.
4. Contrato de Arrendamiento: Contrato con el cual se alquilará el local donde TRIYUMMY PACK S.A.C desarrollará sus operaciones.
5. Contrato con la Entidad Financiera: Contrato que firmará con una entidad financiera cuando se solicite un préstamo.

La responsabilidad civil de los accionistas se encuentra regulada de manera genérica en el Código Civil y de manera específica en la Ley General Sociedades, de acuerdo a ello los socios responden por la deuda de la sociedad hasta el aporte de su capital, a excepción que el accionista haya avalado o garantizado la deuda.

3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

3.1. IDENTIFICACIÓN, DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL PRODUCTO A IMPORTAR

Día a día emitimos una cantidad excesiva de basura que termina en nuestros mares y océanos formando cúmulos gigantes de basura, dañando a los animales marinos y su hábitat. En ese sentido, debemos de buscar formas alternativas a productos como el plástico, ya que esta tarda de 150 años a 1000 años para descomponerse (dependerá del grosor, del tipo de material utilizado para fabricar el plástico y las condiciones medioambientales a las cuales se tiene expuesto el producto). Cabe aclarar que la basura plástica no solo tiene un impacto negativo en los animales y ecosistemas sino también que al descomponerse emiten metano y etileno, dos fuertes gases de efecto invernadero.

En nuestro país los comercios dedicados a la venta de comida son una fuente importante de basura plástica puesto que ofrecen platos, vasos, cubiertos, es decir envases descartables, para comer en su local o para alimentos destinados a entrega a domicilio del cliente. En ese sentido, el 20 de diciembre de 2018 entró en vigencia la Ley N° 30884 para regular el consumo del plástico de un solo uso y otros recipientes o envases descartables; donde indica básicamente que después de 36 meses desde la vigencia de la ley se prohíbe la fabricación, importación, distribución, entrega, comercialización y uso de recipientes o envases y vasos de poliestireno expandido (Tecnopor) para alimentos y bebidas de consumo humano (El Peruano, 2018).

Por lo antes mencionado, a finales de 2021 los establecimientos que venden comida tendrán que ir educando a sus clientes al uso de envases amigables ecológicamente como los envases biodegradables o compostables ya que se convertirá en una obligación su uso. El objetivo es que tanto el comercio como el usuario final aprendan gradualmente a usar estos envases. Mientras atravesamos esta pandemia originada por el COVID-19 debemos ser más conscientes con el uso del plástico, ya que actualmente hay una gran demanda de comida a delivery y protocolos más estrictos de seguridad e inocuidad a seguir, lo que ocasiona el consumo de mayor cantidad de productos derivados del plástico.

TRIYUMMY PACK S.A.C surge para satisfacer la demanda de productos eco-amigables que cumplan con las restricciones colocadas por el Gobierno. Por consiguiente, busca promover y comercializar envases compostables hechos a base de fibra vegetal, específicamente de bagazo de trigo, que tienen un impacto reducido en el medio ambiente ya que se degradan más rápidamente y se convierte en abono natural. Estos envases compostables son resistentes al agua, puede almacenar comidas frías y calientes, además de poder utilizarse en el microondas y en el refrigerador. Los envases tienen un rango de degradación de 3-6 meses como máximo en compostera casera y se diferencian de los envases que normalmente se ofrecen en el mercado (tecnopor) básicamente por usar 0% de plástico.

Además de lo expuesto anteriormente, estos envases tienen los siguientes beneficios:

- Biodegradables/Compostables: Proviene de la fibra de recursos naturales renovables por lo cual se degradan fácilmente y se pueden convertir en abono.
- No son tóxicos: Producto sanitizado que no daña la salud de los usuarios finales.
- Hipoalergénicos: Hechos de productos naturales lo que disminuye el riesgo de provocar una reacción alérgica.
- Reducción de emisión de dióxido de carbono: La fabricación de estos envases emite una cantidad menor de CO₂ al medio ambiente.
- Bajo costo de energía: Consumen la mitad de la energía que los productos realizados con plástico.
- Pueden servir de alimento para animales.

3.1.1. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

La empresa TRIYUMMY S.A.C al importar envases hechos a base de fibra de un producto natural se clasifica en la siguiente sub-partida nacional:

Tabla 17: Clasificación de partida arancelaria

TRATAMIENTO ARANCELARIO	
SECCIÓN X	Pasta de madera o de las demás materias fibrosas celulósicas; papel o cartón para reciclar (desperdicios y desechos); papel o cartón y sus aplicaciones
CAPITULO 48	Papel y cartón; manufacturas de pasta de celulosa, de papel o cartón
CODIGO	Descripción
48.23	Los demás papeles, cartones, guata de celulosa y napa de fibras de celulosa, cortados en formato; los demás artículos de pasta de papel, papel, cartón, guata de celulosa o napa de fibras de celulosa.
4823.69.00.00	Los demás

Fuente: SUNAT

Esta sub-partida nacional no tiene restricciones de Inspección ni prohibiciones de salida e ingreso de la mercancía, además presenta los siguientes gravámenes a considerar:

Tabla 18: Gravámenes vigentes

GRAVAMENES VIGENTES	VALOR
Ad/ Valorem	6%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General a las Ventas	16%
Impuesto de Promoción Municipal	2%
Derechos Específicos	N.A.
Derechos Antidumping	N.A.
Seguro	2%
Sobretasa Tributo	0%
Unidad de Medida:	(*)
Sobretasa de Sanción	N.A.

Fuente: SUNAT

Cabe señalar que se tiene un convenio vigente con el país exportador, China, por lo cual si se presenta el Certificado de Origen el ad-valorem se liberaría al 100%.

Tabla 19: Convenio Vigente

PAIS	CONVENIO INTERNACIONAL	FECHA DE VIGENCIA	ARANCEL BASE/PREFERENCIAL	PORCENTAJE LIBERADO ADV
CHINA	805 - TRATADO DE LIBRE COMERCIO PERU – CHINA	01/01/2019-31/12/9999	9%	100%

Fuente: SUNAT

3.1.2 FICHA TÉCNICA COMERCIAL

Tabla 20: Ficha técnica


PARTIDA ARANCELARIA: 4823.69.00.00
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO: Envase hecho a base de bagazo de paja de trigo, biodegradable y compostable, sanitizado y no tóxico. Este envase es a prueba de agua y aceite (no escurre ni absorbe), apto para microondas y refrigeradora. Cuenta con certificaciones FDA-SGS-BPI-UV COMPOST.
CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL PRODUCTO Lugar de origen: China Material: Bagazo de paja de trigo Peso: 30 gr Medidas: 23.00 cm x 15.00 cm x 7.80 cm (9x6x3 pulgadas) Color: Marrón claro Tiempo de descomposición: 3-6 meses Utilizado para: Envasar alimentos
BENEFICIOS DEL PRODUCTO <ul style="list-style-type: none">• Biodegradables/Compostables• No tóxicos• Hipoalergénicos• Reducción de emisión de CO2• Bajo costo de energía para su producción• Pueden servir de alimento para animales.

Fuente: Weifang Efengda Homeware CO., LTD

3.1.3. ECUACIÓN DE VALOR PARA EL MERCADO NACIONAL

La ecuación de valor o propuesta de valor es la promesa que realiza la empresa a sus clientes a cambio de que adquiera su producto y se deriva básicamente de la ventaja que tiene la empresa frente a sus competidores para obtener una posición única y superior en el mercado al generar la preferencia del cliente (Marketinginteli, s.f).

TRIYUMMY PACK S.A.C enfocará su propuesta de valor del producto en:

- **Novedad:** Debido a que en el mercado peruano este tipo de envases (hechos a base de residuos naturales) son poco conocidos ya que principalmente se usan productos de plástico. De esa forma, TRIYUMMY PACK S.A.C ofrece a sus clientes solucionar el problema actual derivado de la nueva Ley de Plásticos donde los comercios de comida no pueden usar ni ofrecer envases de tecnopor para llevar la comida a domicilio.
- **Conveniencia:** Actualmente existe mayor conciencia ambiental, por lo cual los usuarios finales buscan ser generadores de cambios positivos en el impacto ambiental. En ese sentido, TRIYUMMY PACK S.A.C venderá a sus clientes productos que consumen menos energía y generan menos dióxido de carbono al ambiente en su proceso de fabricación, además de degradarse en un tiempo mucho más corto que los derivados del plástico emitiendo menos basura para nuestro planeta.
- **Calidad:** Los envases compostables al ser de origen natural y pasar por un proceso de sanitización genera un producto no tóxico e hipoalergénico, lo cual se traduce en un producto apto para ser usado en la industria alimentaria. Adicional, son productos de gran resistencia al agua y el aceite; aptos para el microondas y refrigeradora, dando lugar a un producto versátil de gran calidad.

3.1.4. DETERMINACIÓN DE LA MARCA A USAR

TRIYUMMY PACK S.A.C comercializa un producto genérico (envases) los cuales no llevan marca impresa en el producto ya que el mercado objetivo no lo demanda. No obstante, se trabajará con el nombre comercial y logo de la empresa para el marketing y posicionamiento en el mercado.

El logo de la empresa hace referencia a la espiga del trigo que es la materia prima para la creación de los envases, estas se encuentran ubicadas una forma específica para que genere la imagen de un cubo que hace alusión a un empaque o envase. Finalmente contiene 2 matices del verde haciendo alusión a la naturaleza por ser productos amigables ecológicamente.



Figura 9: Logo TRIYUMMY PACK S.A.C
Fuente: Elaboración propia

3.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO OBJETIVO

3.2.1. SEGMENTACIÓN DE MERCADO OBJETIVO (MACRO Y MICRO SEGMENTACIÓN)

En este punto analizaremos tanto el mercado nacional (donde se encuentra el mercado objetivo) así como el mercado internacional (para determinar el país que proveerá del producto).

MERCADO INTERNACIONAL

Primero, se debe recopilar a nivel mundial cuales son los principales exportadores de la sub-partida arancelaria del producto de TRIYUMMY PACK S.A.C.

Tabla 21: Principales países exportadores mundiales de la Partida Arancelaria 4823.69 (Unidad: Dólar Americano miles)

EXPORTADORES	VALOR EXPORTADO EN 2015	VALOR EXPORTADO EN 2016	VALOR EXPORTADO EN 2017	VALOR EXPORTADO EN 2018	VALOR EXPORTADO EN 2019
China	729659	759732	853872	1100898	1304036
Italia	229366	231433	247218	269726	261025
Estados Unidos de América	274693	260439	260013	265436	255632
Taipei Chino	69723	83089	93368	112229	128921
Alemania	68883	74454	74555	84858	87436
Polonia	51700	63744	53845	65135	70792
Reino Unido	86198	79692	77617	78399	68979
España	34695	35714	42405	54776	59225
Turquía	24867	26992	29792	34755	44239
Finlandia	36526	39021	39106	40419	43487

Fuente: Trade Map

En la tabla anterior podemos visualizar que China, Italia y Estados Unidos de América son los tres países que lideran las exportaciones mundiales. Sabiendo ello, proseguimos con investigar cuáles son los principales países proveedores del Perú de la sub-partida arancelaria designada al producto.

Tabla 22: Principales países exportadores al Perú de la Partida Arancelaria 4823.69 (Unidad: Dólar Americano miles)

EXPORTADORES	VALOR IMPORTADO EN 2015	VALOR IMPORTADO EN 2016	VALOR IMPORTADO EN 2017	VALOR IMPORTADO EN 2018	VALOR IMPORTADO EN 2019
China	715	827	966	1484	4207
Estados Unidos de América	679	700	580	528	491
Colombia	13	74	124	235	209
Taipei Chino	11	7	4	16	114
Indonesia	47	0	20	23	63
Brasil	0	28	6	15	28
México	248	16	72	25	28
Chile	18	100	103	59	26
Italia	13	0	2	3	24
Corea, República de	2	0	6	11	15

Fuente: Trade Map

Podemos visualizar que China, Estados Unidos y Colombia son los principales exportadores al Perú por lo cual se consideran como opciones para ser proveedores de TRIYUMMY PACK S.A.C.

Tabla 23: Opciones de países proveedores de TRIYUMMY PACK S.A.C

	CHINA	ESTADOS UNIDOS	COLOMBIA
CRECIMIENTO DEL PBI 2019	6.10%	2.30%	3.30%
PBI 2019	12 809 322M. €	19 140 420M.€	289 239M.€
PBI PER CAPITA 2019	9,180.00 €	58,470.00 €	5,804.00 €
TASA DE INFLACIÓN 2019	2.90%	2.30%	3.80%
RIESGO PAIS	Situación política: Relativamente estable Economía interna: Favorable Economía externa: Favorable	Situación política: Muy estable Economía interna: Regular Economía externa: Desfavorable	Situación política: Relativamente estable Economía interna: Favorable Economía externa: Favorable
DEMANDA DE LA PARTIDA 2019 (MILES DE DOLARES AMERICANOS)	4207	491	209
ESCALA DE PRECIOS	Muy bueno	Bueno	Bueno
BARRERAS ARANCELARIAS	6.00%	6.00%	6.00%
BARRERAS NO ARANCELARIAS	Baja exigencia	Baja exigencia	Baja exigencia
LIBERACIÓN ARANCELARIA	100.00% Tratado de Libre Comercio entre el Perú –China	100.00% Acuerdo de Promoción comercial Perú - EE.UU.	100.00% Acuerdo de Libre Comercio entre Perú - Comunidad Andina

Fuente: DatosMacro, Cesce, Trade Map, Veritrade, SUNAT.

Los criterios de la tabla anterior se tomarán en cuenta para seleccionar el país proveedor, se han considerado aspectos económicos, políticos y comerciales con el fin de no tener problemas de abastecimiento, nacionalización y ser competitivos, teniendo confiabilidad que los países de origen se encuentran estables para iniciar relaciones comerciales, que no existen barreras para el ingreso y lograr obtener un precio acorde al mercado. A continuación, se le otorgará un peso según nivel de importancia de cada criterio.

Tabla 24: Evaluación del país proveedor de TRIYUMMY PACK S.A.C

	NIVEL DE IMPORTANCIA	CHINA		ESTADOS UNIDOS		COLOMBIA	
		CALIFICACION	PUNTAJE FINAL	CALIFICACION	PUNTAJE FINAL	CALIFICACION	PUNTAJE FINAL
CRECIMIENTO DEL PBI 2019	10%	5	0.50	2	0.20	3	0.30
PBI 2019	8%	4	0.32	5	0.40	2	0.16
PBI PER CAPITA	8%	4	0.32	5	0.40	2	0.16
TASA DE INFLACIÓN 2019	9%	4	0.36	5	0.45	3	0.27
RIESGO PAIS	12%	4	0.48	3	0.36	4	0.48
DEMANDA DE LA PARTIDA 2019	10%	5	0.50	3	0.30	2	0.20
ESCALA DE PRECIOS	15%	5	0.75	4	0.60	4	0.60
BARRERAS ARANCELARIAS	8%	3	0.24	3	0.24	3	0.24
BARRERAS NO ARANCELARIAS	8%	4	0.32	4	0.32	4	0.32
LIBERACIÓN ARANCELARIA	12%	5	0.60	5	0.60	5	0.60
TOTAL	100%		4.39		3.87		3.33

*Calificación: Rango de 0 (Muy malo) – 5 (Muy bueno)

Fuente: Elaboración propia

De la tabla anterior podemos observar que el país proveedor más conveniente para el producto es China, principalmente por:

- Precio: Debido a que Estados Unidos vende el formato de envases compostable que TRIYUMMY PACK S.A.C va a comercializar a un precio mayor, esto se debe a que el proveedor estadounidense solo vende y cobra una comisión, pero la exportación saldrá desde China.
- Liberación arancelaria: El Perú posee el Tratado de Libre Comercio entre el Perú -China por lo cual al importar el producto podemos liberar el pago del ad-valorem.
- Demanda de la partida arancelaria: China al tener gran demanda de esta partida nos da a entender que es un país confiable como proveedor y que existen variables por las cuales resalta frente a otros países.
- Crecimiento del PBI: China es un país con gran crecimiento económico, presentando en la última década crecimientos anuales entre 6-10 %.
- Riesgo país: China es un país relativamente estable por lo cual se puede iniciar relaciones comerciales.

MERCADO NACIONAL

Población: Según reporte de INEI e información del último censo realizado en 2017 tenemos la siguiente población:

Tabla 25: Población en el Perú- Censo 2017

	NÚMERO DE PERSONAS
Población total en el Perú	31 237 385
Población en el departamento de Lima	9 485 405
Población en la Provincia de Lima	8 574 974
Población en Lima Metropolitana (Provincia de Lima + Provincia Constitucional del Callao)	9 569 468
Población en el distrito de Lince	54 711
Población en el distrito de Jesús María	75 359
Población en el distrito de Pueblo Libre	83 323
Población en el distrito de San Miguel	155 384
Población en el distrito de Magdalena	60 290

Fuente: INEI

Para agregar, según nota de prensa de INEI, de acuerdo a estimaciones y proyecciones, al 30 de junio del 2019, el Perú tiene una población de 32 millones 131 mil 400 habitantes (INEI, 2019).

Producto bruto interno: Durante el año 2019, el producto bruto interno (PBI) se incrementó 2.16% y contabilizó más de dos décadas de trayectoria positiva. El sector con mayor avance en el 2019 fue el de telecomunicaciones y otros servicios de información que subió en 5.58% por el dinamismo del rubro de telecomunicaciones (6.81%). El rubro de alojamiento y restaurantes también tuvo un alza considerable de 4.69%. (El Peruano, 2020).

El Banco Central de Reserva del Perú indica que en 2019 el PBI creció 2.2%, tasa menor al año 2018 en parte por la contracción de los sectores primarios. Además, las actividades no primarias también se vieron afectadas por el menor dinamismo de la

demanda interna. El PBI per cápita para el 2019 resulto de \$7 183, aumentando 0.6% con respecto al año anterior (BCRP, 2019)

Tabla 26: PBI por tipo de gasto (Variaciones porcentuales reales)

	2017	2018	2019	PROMEDIO 2010-2019
DEMANDA INTERNA	1.5	4.2	2.3	5.1
a. Consumo privado	2.6	3.8	3.0	5.1
b. Consumo publico	0.6	0.1	2.1	4.3
c. Inversión bruta fija	-0.2	4.7	2.9	4.9
*Privada	0.2	4.5	4.0	5.6
*Pública	-1.8	5.6	-1.4	2.7
Variación de existencias (contribución %)	-0.3	0.5	-0.5	0.1
Exportaciones	7.4	2.4	0.8	3.7
Menos:				
Importaciones	3.9	3.2	1.2	6.0
PRODUCTO BRUTO INTERNO	2.5	4.0	2.2	4.5
Nota:				
Gasto público total	-0.1	1.6	1.0	3.8

Fuente: BCRP

Riesgo país: Este indicador estima el riesgo político y mide las posibilidades de un país no cumpla con sus obligaciones financieras, por ejemplo, la deuda externa, cuando corresponda a acreedores internacionales. A pesar de la coyuntura que vivimos actualmente el riesgo país cerró al 09 de Junio de 2020 en 1.36 puntos porcentuales según el EMBI+Perú calculado por el banco JP Morgan, el riesgo país más bajo de la región lo que ayuda a mejorar las condiciones por las cuales las empresas privadas y públicas acceden al crédito del exterior y contribuye a la expansión de la inversión extranjera.

Inflación: En 2019 la inflación se mantuvo dentro del rango meta de 1%-3%, en un contexto difícil donde la actividad económica se ubicó debajo de su nivel potencial, así como la incertidumbre en los mercados financieros internacional por la intensificación de la guerra comercial entre Estados Unidos y China (BCRP,2019). La inflación anual fue de 1.9%, ubicando al 2019 como un año de estabilidad y consolidación económica básicamente por el aumento de precios de los grandes

grupos de esparcimiento, diversión, servicios culturales y enseñanza que llegaron al 4.51%. El sector de alimentos y bebidas se incrementó en 1% (Lyonnet, 2020).

Balanza de pago: El déficit de la cuenta corriente se redujo a 1.5% del PBI en el 2019 causado por las menores utilidades de las empresas con inversión directa extranjera acompañado de la moderación del crecimiento de la actividad local y menores cotizaciones de los metales básicos. Este déficit se financió con capitales de la cuenta financiera que tuvieron un flujo positivo de \$10 548 millones (4.6% del PBI). Con ello, las Reservas Internacionales sumaron \$68 316 millones. (BCRP, 2019).

Tipo de interés: La tasa de interés interbancaria disminuyó de 2.75% en diciembre 2018 a 2.25% en diciembre 2019. Sobre la tasa de interés por segmento de crédito, todas se redujeron a comparación del 2018, llegando 3 sectores a sus niveles mínimos históricos desde 2010, como el crédito hipotecario. Sobre la tasa de interés en dólares, la reducción en la tasa de política de la Reserva Federal originó una disminución de la tasa interbancaria y la tasa activa preferencial corporativo a 90 días. Todo ello permitió mantener una posición expansiva (BCRP, 2019).

Tipo de cambio: En 2019 el sol se apreció 1,6 % en términos nominales (de S/ 3,37 a S/ 3,31 por dólar), y presentó uno de los mejores desempeños en la región. En el año el sol registró una volatilidad anual mayor que la de 2018, asociado a la mayor incertidumbre en los mercados financieros externos por las tensiones comerciales entre Estados Unidos y China (BCRP, 2019).

Cabe mencionar que por la crisis que hemos estado afrontando el presente año 2020 debido al COVID-19 generó que dólar suba frente al sol con posterior regularización. Actualmente, hasta el 07 de junio de 2020 el tipo de cambio cerró a S/3,431 en el mercado interbancario, con un descenso leve luego de que se conociera que el desempleo en Estados Unidos registra una tasa menor a la estimada, sumado a la amplia liquidez global derivada de los planes mundiales para hacer frente a la crisis (El Comercio,2020).

Ámbito laboral: De acuerdo con la información de la Planilla Electrónica de la SUNAT, el número de puestos de trabajo formales a nivel nacional aumentó 2.8% en 2019. A nivel de sectores, el mayor incremento se dio en el sector privado (3.8%) (BCRP, 2019).

Tabla 27: Puestos de trabajo formales - planilla electrónica (miles de puestos de trabajo)

	NIVELES			VARIACION ANUAL 2019	
	2017	2018	2019	En miles	En %
TOTAL	4929	5122	5264	142	2.8
Privado	3509	3662	3800	138	3.8
Público	1420	1460	1464	4	0.3
Lima	3054	3118	3183	64	2.1
Resto Perú	1862	1981	2037	57	2.9

Fuente: BCRP

En términos generales, a nivel macro podemos decir que el Perú se encuentra en una posición adecuada, con resultados positivos y con una economía en crecimiento (muy aparte de la coyuntura que atravesamos actualmente), lo cual general que seamos un país atractivo para la inversión e inicios de negocios.

De acuerdo al tipo de producto que TRIYUMMY PACK S.A.C ofrece, el mercado objetivo serían restaurantes. En ese sentido, el cliente desarrolla actividades de Restaurantes y de servicio móvil de comidas (CIU: 5610).

Considerando lo anterior, al 31 de diciembre de 2019, el número de empresas activas registradas en el Directorio Central de Empresas y Establecimientos ascendió a 2 734 619 empresas, cifra mayor en 14,3% en comparación al 2018, de las cuales 224 302 empresas se dedican a actividades de servicio de comidas y bebidas, es decir, el 8.2% del total de empresas activas (INEI, 2020).

Según informe de producción de febrero 2020, el subsector de restaurantes incrementó sus actividades en un 4.94%. El grupo de restaurantes registró un crecimiento de 3.05% por el dinamismo de los establecimientos de comidas rápidas, restaurantes, restaurantes turísticos, carnes y parrillas, chifas, sandwicherías y

pollerías, por la variedad en promociones, descuentos con aplicativos móviles, orquesta en vivo, extensión de horarios por temporada de verano, renovada presentación de cartas gastronómicas y apertura de sucursales. Favoreció a la actividad las celebraciones por el “Día de la Amistad” y “Día de la Pachamanca”, aunado a la realización de ferias gastronómicas. En cambio, hubo menor actividad en pizzerías y heladerías. Hay que considerar que en marzo 2020 el subsector restaurantes tuvo una disminución del 42.4% luego de 35 meses de crecimiento continuo básicamente por la inmovilidad decretada por el gobierno a causa de la pandemia (INEI, 2020).

Tabla 28: Sector Alojamiento y Restaurantes: Febrero 2020 (Porcentaje)

SECTOR	PONDERACION	VARIACIÓN PORCENTUAL 2020/2019	
		Febrero	Enero-Febrero
		Sector Alojamiento y Restaurantes	100.00
Alojamiento	13.60	3.65	3.13
Restaurantes	86.40	4.94	4.58

Fuente: INEI

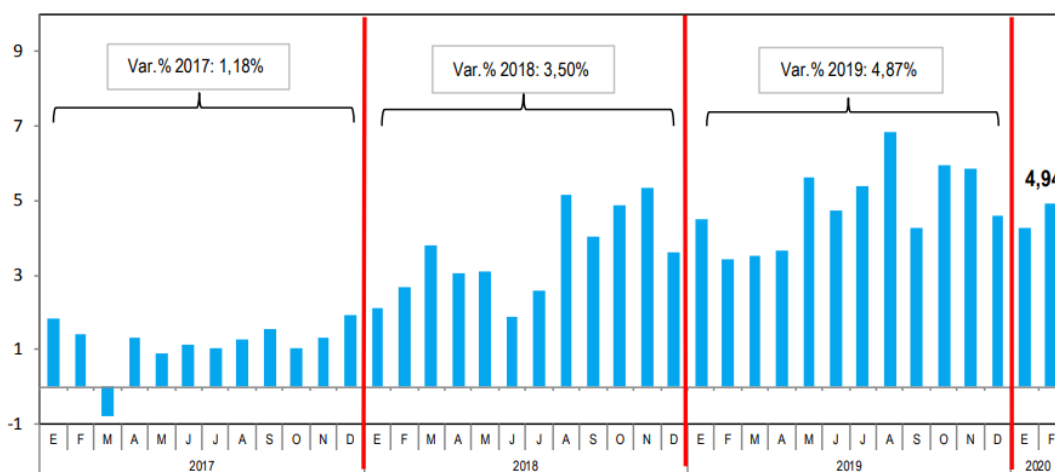


Figura 10: Evolución mensual de la actividad Restaurantes: 2017-2020 (Variación %)

Fuente: INEI

Lima Metropolitana concentra aproximadamente la tercera parte de la población del Perú lo cual genera que el mayor número de empresas también se concentren en este ambiente. En el año 2018, del total de 2 393 033 empresas el 46.3% de ellas se ubican en Lima, es decir, 1 106 853 empresas, siendo el 93.6% microempresas (INEI, 2018).

Tabla 29: Lima Metropolitana: número de empresas, según segmento empresarial, 2017-18

SEGMENTO EMPRESARIAL	2017	2018		Var % 2018/17
		Absoluto	Porcentaje	
Total	1 066 451	1 106 853	100	3.8
Microempresa	996 832	1 036 176	93.6	3.9
Pequeña empresa	58 542	59 326	5.4	1.3
Gran y mediana empresa	10 066	10 307	0.9	2.4
Administración pública	1 011	1 044	0.1	3.3

Fuente: INEI

Del total de empresas en Lima Metropolitana 69 762 empresas se dedican a las actividades de servicio de comida y bebidas.

Tabla 30: Lima Metropolitana: número de empresas de act. de servicio de comidas y bebidas, según segmento empresarial, 2017-18

ACTIVIDAD ECONÓMICA	SEGMENTO EMPRESARIAL				
	TOTAL	MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA	GRAN Y MEDIANA EMPRESA	ADM. PÚBLICA
Total	1 106 853	1 036 176	59 326	10 307	1 044
Actividades de servicio de comidas y bebidas	69 762	67 798	1 808	155	1

Fuente: INEI

Según la Asociación Peruana de Avicultura (APA) el Perú cuenta con casi 13 mil restaurantes de pollo a la brasa, de los cuales unos 8 mil se concentran en Lima (El Comercio, 2019). Dicho esto, el 11.47% de empresas dedicadas al servicio de comidas y bebidas son pollerías ubicadas en Lima.

Debido al gran número de pollerías que se ubican en Lima, TRIYUMMY PACK S.A.C se orientará inicialmente a vender su producto a pollerías de un determinado sector de la ciudad. Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena y San Miguel son los distritos elegidos debido a que son distritos circundantes al local, son lugares con un gran número de pollerías tradicionales y son distritos seguros. Para agregar, concentran un gran número de hogares de nivel NSE B, en otras palabras, el cliente final de las pollerías tiene buen nivel de poder adquisitivo, son más conscientes del cambio ambiental y asisten a pollerías formales lo que repercute en que sea más factible la compra de envases eco-amigables en la zona.

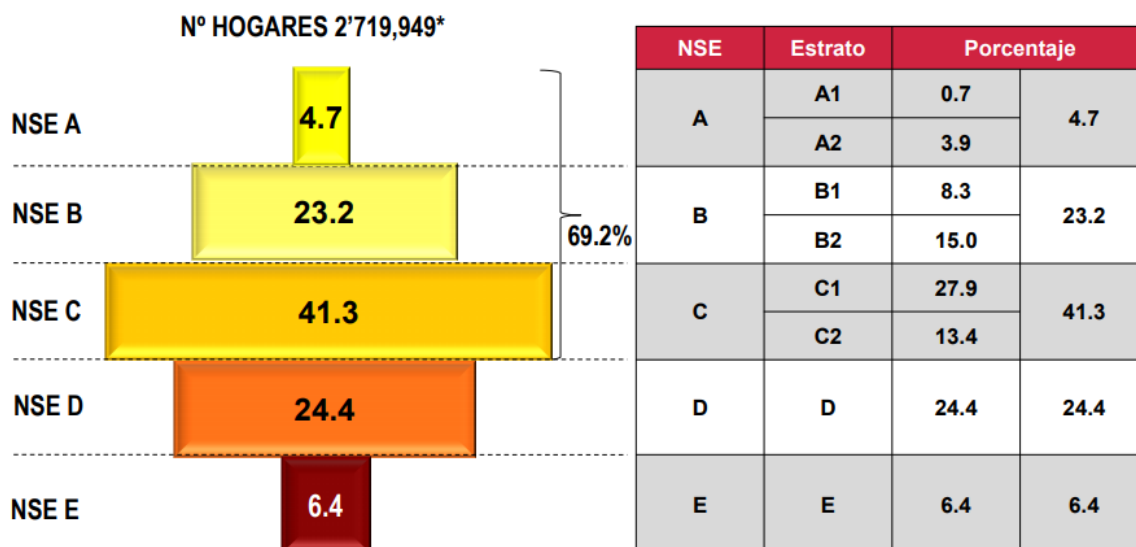


Figura 11: Distribución de Hogares según NSE 2018- Lima Metropolitana

Fuente: APEIM

Del total de 2 719 949 hogares en Lima Metropolitana, el 23.2% es de NSE B, es decir, 631 028 hogares.

(%) VERTICALES

ZONA	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E
Total	100	100	100	100	100
Zona 1 (Puente Piedra, Comas, Carabayllo)	0.0	6.1	8.7	14.8	13.2
Zona 2 (Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras)	4.7	11.5	11.9	7.8	3.5
Zona 3 (San Juan de Lurigancho)	2.1	7.0	9.7	11.0	13.7
Zona 4 (Cercado, Rimac, Breña, La Victoria)	8.2	17.9	16.2	15.4	9.1
Zona 5 (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino)	2.4	5.1	12.3	15.4	17.9
Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel)	19.8	15.4	3.7	1.0	1.8
Zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina)	55.6	15.0	2.5	1.3	1.2
Zona 8 (Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores)	3.5	10.0	9.2	6.0	4.6
Zona 9 (Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Lurín, Pachacamac)	.8	3.4	13.0	15.2	15.8
Zona 10 (Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Carmen de la Legua, Ventanilla)	2.8	8.2	11.3	10.3	15.6
Otros	0.0	0.5	1.4	1.9	3.4
Muestra	229	1085	1646	861	237
Error (%)*	6.48	2.97	2.42	3.34	6.37

Figura 12: Distribución de zonas APEIM por NSD 2018- Lima Metropolitana

Fuente: APEIM

La zona 6 concentra el 15.4% de hogares del NSE B en Lima Metropolitana (segunda zona con mayor cantidad de población de NSE B, después de la zona 4), es decir, 97138 hogares.

3.2.2. DEFINICIÓN DEL PERFIL DEL CONSUMIDOR

CONSUMO DE PLASTICO Y POLIESTIRENO EXPANDIDO (TECNOPOR) POR RESTAURANTES

Por años los restaurantes y tiendas de comida rápida han malacostumbrado al consumidor al facilitarles el acceso al tecnopor y plásticos cuando se trata de comida para llevar y, dependiendo del lugar, consumo en el local. Con ello el consumidor ha visto natural el consumo excesivo de estos productos de un solo uso, a pesar de que tarda siglos en degradarse y durante ese tiempo contaminan nuestro medio ambiente.

En el país se consumen 5.8 unidades de tecnopor por hogar en la semana, lo que significa 31.2 gramos (Gestión, 2018). El regular únicamente las bolsas de plástico de bodegas o supermercados no sería suficiente medida para poder generar en el país una revolución en el consumo de plástico de los peruanos ya que la industria gastronómica es la principal fuente de basura plástica. Según un estudio realizado por INEI en 2014, indica que en promedio cada día se crean 56 empresas que ofrecen comidas y bebidas, ello sin contar el sector informal. El boom gastronómico que ayuda a nuestra economía y a la creación de miles de empleos, así como la atracción del turismo está generando una amenaza para nuestro medio ambiente, incluso para nuestro ecosistema marino, un contundente ejemplo es que en las jornadas de limpieza que realiza el Instituto Vida en el litoral peruano, de cada 10 productos de plástico encontrados por lo menos 4 vienen de negocios de comidas (La República, 2018).

TENDENCIA DE CONSUMO ECOLOGICO

En la última década se ha vuelto visible el aumento de los consumidores con consciencia ecológica al momento de realizar una compra, son sensibles de las repercusiones de sus decisiones en el desarrollo sostenible y al medio ambiente. Esta

tendencia al consumo responsable parte del evidente cambio climático por el que atraviesa nuestro planeta. El plástico es un gran contaminante por su largo tiempo de degradación y el corto tiempo de vida que tiene, terminando en los océanos formando grandes islas de basura como la formada en el Océano Pacífico que tiene 1.6 millones de Km² y cerca de 80.000 toneladas de plástico (El Comercio, 2019).

En este contexto nace la oportunidad comercial para los empresarios y emprendedores, quienes brindan opciones sostenibles con modelos de producción respetuosos con el medio ambiente en diversos rubros como: textil, cosmético, alimenticio, automovilístico, turístico, entre otros. Las generaciones más jóvenes están más comprometidas con la ecología y medio ambiente. Según estudio de GlobalWebindex, 6 de cada 10 millennials (22-35 años) están dispuestos a pagar un ticket mayor por productos ecológicos y sostenibles, seguidos por el 58% de la Generación Z (16-21) y el 55% de la Generación X (36-54). Casi la mitad (46%) de los Baby Boomers (55-64), serían favorables de incrementar el gasto por productos más ecofriendly (Economia3, 2020).

LEY DE PLASTICOS

En diciembre 2018 se promulgó la conocida “Ley de plásticos” o la Ley N° 30884 que se encarga de regular el plástico de un solo uso y los recipientes o envases descartables para alimentos y bebidas en el Perú con el fin de contribuir a que tengamos un ambiente equilibrado, reduciendo el impacto en los ecosistemas marinos, así como en la salud humana. Dentro de la Ley, da un plazo de 36 meses para iniciar la prohibición de la fabricación para el consumo interno, importación, distribución, entrega, comercialización y uso de recipientes o envases y vasos de poliestireno expandido (tecnopor) para alimentos y bebidas de consumo humano (El Peruano, 2018)

En el Decreto Supremo N° 006-2019-MINAM indica como una infracción grave que las empresas entreguen recipientes o envases y vasos de poliestireno expandido para alimentos y bebidas, en ese sentido, tendrán una sanción de (El Peruano, 2019):

- Microempresa: Hasta 8 UIT y que no supere el 10% del ingreso bruto anual percibido por el infractor.
- Pequeña empresa: Hasta 90 UIT y que no supere el 10% del ingreso bruto anual percibido por el infractor.
- Mediana y Gran empresa: Hasta 130 UIT y que no supere el 10% del ingreso bruto anual percibido por el infractor.

En base a lo expuesto anteriormente, TRIYUMMY PACK S.A.C se orientará a la venta a empresas, es decir, BUSINESS TO BUSINESS (B2B) por lo cual se detallará el perfil de nuestro cliente:

- Empresas constituidas como Micro y pequeñas empresas.
- Empresas dedicadas a actividades de servicio de comida y bebidas, exactamente pollerías.
- Ubicadas en los distritos de Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena y San Miguel.

3.2.3. MEDICIÓN DEL MERCADO OBJETIVO

TRİYUMMY PACK S.A.C considera su mercado objetivo las micro y pequeñas empresas dedicadas a actividades de servicio de comidas y bebidas, precisamente las pollerías ubicadas en Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena y San Miguel. A partir de ello, se ha determinado un porcentaje estimado de la cantidad de pollerías ubicadas en esos distritos en base a la cantidad de pollerías que existen por habitante en Lima Metropolitana, dando como resultado un mercado disponible de 400 pollerías en el sector seleccionado.

La compra promedio anual se calculó en base al consumo por persona anual de pollo a la brasa:

- Consumo promedio por persona al año de pollo a la brasa: 4.5 pollos x 4 = 18 cuartos de pollo
- 18 envases para pollos x 1.5 (papas)=27 envases
- 27 envases x 429067 habitantes en la zona= 11584809 envases por año
- 11584809/400 pollerías = 28962 envases por pollería al año = **29 millares**

La participación de mercado se calculó en base a la capacidad de la empresa para satisfacer la demanda y un porcentaje accesible para iniciar las operaciones, lo que da como resultado ventas anuales de 1,011 millares de envases compostables para TRIYUMMY PACK S.A.C.

Tabla 31: Cálculo del mercado objetivo

	DATA
N° de empresas en Perú	2,393,033
% de empresas en Lima Metropolitana	46.2532%
N° de empresas en Lima Metropolitana	1,106,853
% de micro y pequeñas empresas en Lima Metropolitana	98.9745%
N° de micro y pequeñas empresas en Lima Metropolitana	1,095,502
% de micro y pequeñas empresas dedicadas a actividades de servicio de comidas y bebidas en Lima Metropolitana	6.3538%
N° de micro y pequeñas empresas dedicadas a actividades de servicio de comidas y bebidas en Lima Metropolitana	69,606
% de micro y pequeñas empresas (pollerías) en Lima Metropolitana	11.4933%
N° de micro y pequeñas empresas (pollerías) en Lima Metropolitana	8,000
% estimado de micro y pequeñas empresas (pollerías) en los distritos Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena y San Miguel.	5%
N° estimado de micro y pequeñas empresas (pollerías) en los distritos Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena y San Miguel.	400
Mercado disponible (n)	400
Compra de envases compostables prom. anual (q)	29 mill
Demanda potencial (Q)	11,600 mill
Participación de mercado	8.72%
Ventas anuales	1,011 mill

Fuente: INEI, El Comercio

3.3. ANÁLISIS DE OFERTA Y DEMANDA EN EL MERCADO

3.3.1. ANÁLISIS DE OFERTA

OFERTA INTERNACIONAL

Actualmente, el mundo se encuentra sumamente interconectado por lo cual es preciso también analizar la oferta que existe a nivel internacional ya que los vendedores de estos productos pueden ser nuestros proveedores como también nuestra competencia.

En las siguientes tablas se mostrarán los principales países proveedores a nivel mundial de la sub-partida 4823.69 ordenado tanto por valor y toneladas exportadas.

Tabla 32: Principales países exportadores mundiales de la Partida Arancelaria 4823.69 (Unidad: Dólar Americano miles)

EXPORTADORES	VALOR EXPORTADO EN 2015	VALOR EXPORTADO EN 2016	VALOR EXPORTADO EN 2017	VALOR EXPORTADO EN 2018	VALOR EXPORTADO EN 2019
China	729659	759732	853872	1100898	1304036
Italia	229366	231433	247218	269726	261025
Estados Unidos de América	274693	260439	260013	265436	255632
Taipei Chino	69723	83089	93368	112229	128921
Alemania	68883	74454	74555	84858	87436
Polonia	51700	63744	53845	65135	70792
Reino Unido	86198	79692	77617	78399	68979
España	34695	35714	42405	54776	59225
Turquía	24867	26992	29792	34755	44239
Finlandia	36526	39021	39106	40419	43487

Fuente: Trade Map

Tabla 33: Principales países exportadores mundiales de la Partida Arancelaria 4823.69 (Unidad: Toneladas)

EXPORTADORES	2015	2016	2017	2018	2019
	CANTIDAD EXPORTADA	CANTIDAD EXPORTADA	CANTIDAD EXPORTADA	CANTIDAD EXPORTADA	CANTIDAD EXPORTADA
China	247857	285078	327505	387298	464363
Estados Unidos de América	82551	76894	76988	78119	73098
Italia	51654	52452	55236	60732	60986
Taipei Chino	22646	28443	33525	41220	46883
Reino Unido	19610	17436	16282	19025	29371
Australia	789	620	910	3777	23639
Polonia	17506	20910	18241	20917	22644
Alemania	20143	20229	20716	21806	22348
Turquía	8571	9880	10786	12816	16243
Corea, República de	11216	12347	13218	15028	15411

Fuente: Trade Map

Como se puede observar ha habido un aumento de consumo de la subpartida 4823.69 a nivel internacional durante los últimos 5 años. Actualmente el principal proveedor es China, caracterizado por precios competitivos en los mercados a donde ingresa, lo que permite a sus clientes brindar precios más accesibles o tener un margen de ganancia mayor. Sobre Estados Unidos e Italia podemos visualizar una disminución de sus exportaciones entre 2018 a 2019 lo cual puede significar que están perdiendo participación en el mercado por el ingreso de nuevos competidores o porque los actuales están brindando mejores condiciones comerciales.

OFERTA NACIONAL

A nivel Perú, este mercado es relativamente nuevo, pero crece a grandes pasos por la nueva Ley de Plásticos.

Tabla 34: Principales importadores en el Perú de la Partida Arancelaria 4823.69

PRINCIPALES IMPORTADORES	TOTAL U\$ CIF	TOTAL KG NETO
CORSUN S.A.C.	\$ 485,113.79	147,095.54
PERUANA DE MOLDEADOS S.A.	\$ 414,909.67	159,267.54
LASINO S.A.	\$ 317,561.07	90,366.44
SMP DISTRIBUCIONES S.A.C.	\$ 293,647.04	100,669.78
ADVAN SUPPLIES S.A.C.	\$ 278,722.02	92,692.40

HIPERMERCADOS TOTTUS S.A	\$	225,233.76	59,165.91
ROLLOS DE PAPEL S.A.C.	\$	177,697.07	43,083.41
FACECUP'S S.A.C	\$	160,826.57	51,052.84
FIJEDA EIRL	\$	148,975.84	25,005.98
NESTLE PERU S A	\$	127,499.25	37,342.50
CARSNACK PERU S.A.C.	\$	126,350.85	36,366.74
QAPAC RUNA E.I.R.L.	\$	117,968.29	38,568.46
INDUSTRIAS HAWAI S.A.C.	\$	116,035.98	36,992.17
COMPAÑIA LOGISTICA MAYORISTA S.A.C.	\$	112,473.48	36,566.00
INDUSTRIAS EUROPEAS S.A.C.	\$	92,818.32	26,238.06
KIBOKU REPRESENTACIONES S.A.C.	\$	89,942.89	31,930.80
ENVASES ECOLOGICOS ECO LOVE PERU S.A.C.	\$	84,622.39	22,272.94
CIPSUR E.I.R.L.	\$	78,145.89	27,810.37
ENVASES PARA DELIVERY Y DERIVADOS E.I.R.L.	\$	70,846.66	27,464.00
QAYA ECOENVASES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA QAYA ECO S.A.C.	\$	68,440.89	9,216.18

Fuente: Veritrade

De la tabla anterior se puede visualizar las primeras 20 empresas ordenadas por valor CIF total de la subpartida 4823.69 en el 2019. Corsun S.A.C lideró las importaciones de esta subpartida en 2019 en cuanto a valor CIF, seguida por Pamolsa (Peruana de Moldeados S.A), quien lideró las importaciones en cantidad importada.

Corsun S.A.C es una empresa de capitales peruanos con más de 20 años de experiencia, dedicados a la producción, importación y comercialización de envases, bolsas y rollos de film. Para sobrevivir a los constantes cambios del mercado lanzaron su línea de productos biodegradables y eco-amigables. Lo mismo sucede con Pamolsa (Peruana de Moldeados S.A), uno de los proveedores más grandes del país de envases y que se está adaptando a las nuevas necesidades del mercado con su línea Bioform. Cabe agregar que aproximadamente el 85-90% de las importaciones de productos biodegradables/compostables son a base de caña de azúcar.

3.3.2. ANÁLISIS Y CÁLCULO DE LA DEMANDA

En este punto se analizará la demanda local, para ello se medirá los requerimientos del mercado peruano en base a las importaciones de la subpartida arancelaria 4823.69.

Tabla 35: Principales países exportadores al Perú de la Partida Arancelaria 4823.69 (Unidad: Dólar Americano miles)

EXPORTADORES	VALOR IMPORTADO EN 2015	VALOR IMPORTADO EN 2016	VALOR IMPORTADO EN 2017	VALOR IMPORTADO EN 2018	VALOR IMPORTADO EN 2019
China	715	827	966	1484	4207
Estados Unidos de América	679	700	580	528	491
Colombia	13	74	124	235	209
Taipei Chino	11	7	4	16	114
Indonesia	47	0	20	23	63
Brasil	0	28	6	15	28
México	248	16	72	25	28
Chile	18	100	103	59	26
Italia	13	0	2	3	24
Corea, República de	2	0	6	11	15

Fuente: Trade Map

Tabla 36: Principales países exportadores al Perú de la Partida Arancelaria 4823.69 (Unidad: Toneladas)

EXPORTADORES	2015	2016	2017	2018	2019
	CANTIDAD IMPORTADA	CANTIDAD IMPORTADA	CANTIDAD IMPORTADA	CANTIDAD IMPORTADA	CANTIDAD IMPORTADA
China	221	267	294	430	1392
Estados Unidos de América	160	186	169	146	130
Colombia	3	20	37	65	59
Taipei Chino	2	1	1	3	24
Indonesia	9		4	5	13
México	77	6	20	7	7
Chile	10	27	23	13	6
Italia	1		0	0	3
Turquía	3	0	4	3	3
Corea, República de	0		1	3	2

Fuente: Trade Map

En base a las dos tablas presentadas anteriormente, se visualiza que China lidera las exportaciones a Perú tanto en valores como en cantidades básicamente por su oferta de precio-calidad, seguidamente por Estados Unidos.

Tabla 37: Detalle de exportaciones de China y Estados Unidos de la Partida Arancelaria 4823.69

PAIS DE ORIGEN	PAIS DE COMPRA	TOTAL U\$ CIF	TOTAL KG NETO
CHINA	CHINA	\$ 3,679,597.81	1,240,751.25
	HONG KONG	\$ 276,241.76	89,307.82
	UNITED STATES	\$ 105,204.86	23,649.06
	PANAMA	\$ 66,686.01	19,530.36
	NEW ZEALAND	\$ 53,048.95	12,445.19
	SPAIN	\$ 20,864.45	4,558.14
	CHILE	\$ 4,439.31	855.82
	AUSTRALIA	\$ 2,435.83	1,002.61
	POLAND	\$ 459.13	32.12
	DENMARK	\$ 337.46	88.43
	NETHERLANDS	\$ 157.78	28.00
	FRANCE	\$ 126.08	5.92
	NORWAY	\$ 27.66	0.89
PERU (ZONA FRANCA)	\$ 6.20	1.50	
Total CHINA		\$ 4,209,633.29	1,392,257.11
UNITED STATES	UNITED STATES	\$ 479,361.11	125,925.76
	DOMINICAN REPUBLIC	\$ 11,192.49	4,006.37
	PUERTO RICO	\$ 31.63	0.21
Total UNITED STATES		\$ 490,585.23	129,932.34

Fuente: Veritrade

Como se observa, China es el principal país de compra y origen de los envases de la subpartida 4823.69 en 2019. Del cuadro anterior también podemos notar que el origen real es China pero muchas compras en nuestro país se cierran con intermediarios en otros países dando a entender que el precio es tan competitivo que puede ingresar un intermediario, ganar comisión y vender productos a precios promedios del mercado.

ANALISIS DE LA DEMANDA PROYECTADA

Para poder obtener la demanda proyectada se utilizará los datos de las importaciones de la subpartida arancelaria 4823.69 de los últimos 5 años expresado en toneladas y se utilizará la regresión lineal.

Tabla 38: Importaciones anuales del Perú de la Partida Arancelaria 4823.69

	2015	2016	2017	2018	2019	TOTAL
TOTAL TONELADAS	583	606	589	699	1,642	4,119

Fuente: Veritrade

Con la demanda histórica en toneladas se aplicará el método de mínimos cuadrados.

Tabla 39: Método de mínimos cuadrados

AÑO (x)	PERIODO (x)	DEMANDA (y)	xy	x ²	y ²
2015	1	583	583	1	339889
2016	2	606	1212	4	367236
2017	3	589	1767	9	346921
2018	4	699	2796	16	488601
2019	5	1642	8210	25	2696164
TOTAL	3	823.8	14568.0	55.0	4238811.0

Fuente: Elaboración propia

En la columna de Periodo y Demanda se muestra al final los promedios ya que son necesarios para las fórmulas siguientes.

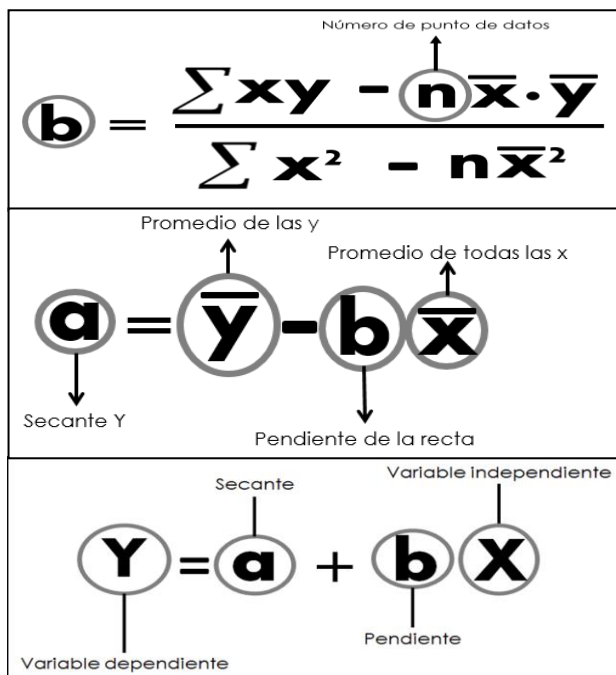


Figura 13: Fórmulas para calcular el pronóstico con regresión lineal

Fuente: Ingenio empresa

Cuando se halla “a” y “b” se puede proyectar linealmente la demanda con la “Y”.

$$b=221.1$$

$$a=160.5$$

$$Y= a + bx$$

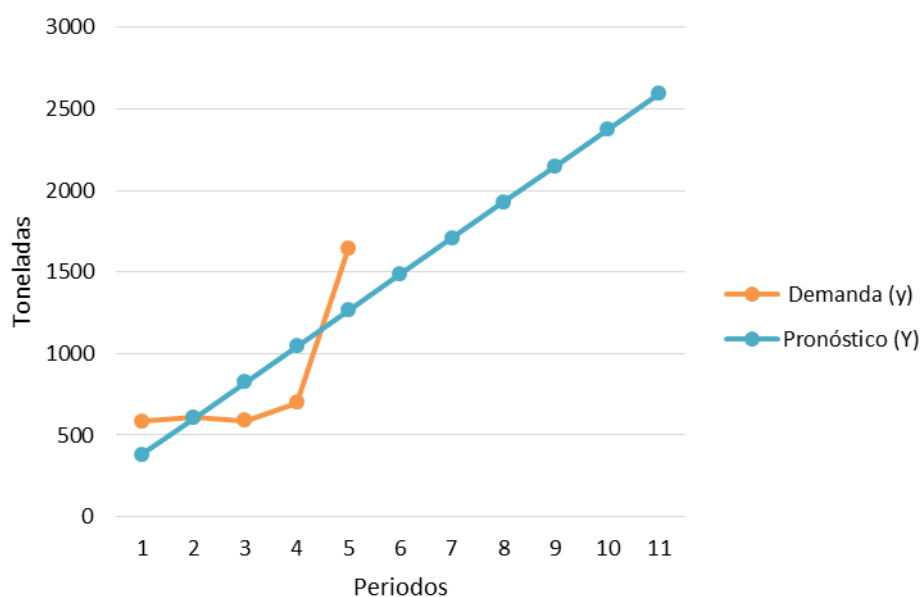
$$Y= 160.5 + 221.1*x$$

Donde x= periodo que se desea proyectar

Tabla 40: Pronóstico de la demanda

B		221.10		
A		160.50		
S_{yx}		344.83		
AÑO (x)	PERIODO (x)	DEMANDA (y)	PRONOSTICO (Y)	
2015	1	583	381.60	
2016	2	606	602.70	
2017	3	589	823.80	
2018	4	699	1044.90	
2019	5	1642	1266.00	
2020	6		1487.10	
2021	7		1708.20	
2022	8		1929.30	
2023	9		2150.40	
2024	10		2371.50	
2025	11		2592.60	

Fuente: Elaboración propia

**Figura 14: Pronóstico de la demanda**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 41: Crecimiento porcentual del mercado

	2021	2022	2023	2024	2025
	1708.2	1929.3	2150.4	2371.5	2592.6
Tendencia de crecimiento de mercado		12.94%	11.46%	10.28%	9.32%

Fuente: Elaboración propia

Como se puede visualizar hay un crecimiento positivo promedio por año de 11% que se repotenciará con la obligación del uso de estos envases. En ese sentido, TRIYUMMY PACK S.A.C tendrá una posición conversadora y proyectará su demanda a una tasa de crecimiento de entre 5%, 6%, 7% y 8% por año transcurrido.

Tabla 42: Demanda proyectada para TRIYUMMY PACK S.A.C

AÑO	2021	2022	2023	2024	2025
TASA CRECIMIENTO		5.00%	6.00%	7.00%	8.00%
UNIDADES	1,011,000	1,061,550	1,125,243	1,204,010	1,300,331

Fuente: Elaboración propia

3.3.3. ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD Y BENCHMARK

El benchmarking es un proceso por el cual se toma como referencia los productos, servicios o procesos de trabajo de las empresas líderes, para compararlos con los propios y posteriormente realizar mejoras e implementarlas (Roberto Espinosa, s.f)

En ese sentido, a través del benchmarking TRIYUMMY PACK S.A.C se comparará con los 2 principales importadores en Perú de la partida 4823.69 en el año 2019.

Tabla 43: Principales dos importadores del Perú de la Partida Arancelaria 4823.69

PRINCIPALES IMPORTADORES	TOTAL U\$ CIF	TOTAL KG NETO
CORSUN S.A.C.	\$ 485,113.79	147,095.54
PERUANA DE MOLDEADOS S.A.	\$ 414,909.67	159,267.54

Fuente: Veritrade

Tabla 44: Evaluación de los principales dos importadores del Perú de la Partida Arancelaria 4823.69

EMPRESA/ CARACTERISTICAS	Peso	PERUANA DE MOLDEADOS S.A		CORSUN S.A.C.	
		Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado
Calidad del producto	25%	5	1.25	4	1.00
Precio del producto	25%	4	1.00	3	0.75
Innovación en sus productos	10%	3	0.30	3	0.30
Promoción y publicidad	15%	4	0.60	2	0.30
Participación en el mercado	25%	5	1.25	3	0.75
Total	100%		4.40		3.10

*Calificación: Rango de 0 (Muy malo) – 5 (Muy bueno)

Fuente: Elaboración propia

Según el análisis, la empresa Peruana de Moldeados S.A (PAMOLSA) es la que tiene más aspectos positivos a considerar, por lo cual TRIYUMMY PACK S.A.C debe evaluarlos para posteriormente imitarlos y mejorarlos. Pamolsa es la empresa más grande que fabrica empaques y envases, y en el año 2020 ha potenciado sus importaciones de productos eco-amigables. Esta empresa tiene una gran participación de mercado peruano y el nombre de Pamolsa es relacionado con precio-calidad, distribuyendo productos a grandes empresas como KFC, Cencosud, Backus, entre otras. Ellos han incursionado en el mercado de los productos eco-amigables con el fin de mantener sus clientes cuando la Ley de plásticos se haga efectiva y no impacte negativamente en sus ventas. Finalmente tienen una imagen positiva con sus programas de responsabilidad social-ambiental, uno de ellos es Recicloplas. En conclusión, se debe de considerar esta empresa como una fuente de aprendizaje para poder ingresar al mercado y posicionarnos, de ese modo captar una participación de mercado favorable.

3.3.4. ANÁLISIS DE PRECIO DE IMPORTACIÓN (COMPRA)

Para el análisis del precio de importación se debe considerar primero la búsqueda de proveedores competitivos del país seleccionado anteriormente, China, teniendo en cuenta entre distintos factores el precio ofrecido. Este precio debe ser acorde al mercado y puede mejorar de acuerdo al volumen de compra. Para definir el precio adecuado para la importación se debe tener en cuenta el precio negociado y el incoterm vinculado ya que de ahí se determinará los costos, responsabilidades y riesgos que asumen cada parte.

Para el cálculo del costo de importación o precio del producto puesto en almacén se debe considerar diversos aspectos como:

- Precio negociado e incoterm
- Flete Internacional
- Seguro Internacional
- Gastos bancarios
- Gastos en origen y destino (manipuleo, transporte interno, almacén, pick up, entre otros)

- Documentación necesaria para la salida y nacionalización del producto (permisos, certificaciones, etc)
- Agente de aduanas
- Pago de ad-valorem

3.3.5. ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DE FORMAS DE DISTRIBUCIÓN

TRIYUMMY PACK S.A.C usará el canal directo de distribución, es decir, realizará la distribución física, mediante transporte terrestre, de los productos a los almacenes o locales de los clientes. Debido a que tenemos una zona geográfica delimitada se podrá entregar los productos en plazos cortos y de acuerdo de la solicitud del cliente, además de salvaguardar la calidad del producto, optimizar costos y tener contacto directo con el cliente, de este modo reforzar la relación.



Figura 15: Canal directo de TRIYUMMY PACK S.A.C
Fuente: Elaboración propia

La empresa también posee canales de distribución digitales necesarios para llegar a mayor cantidad de potenciales clientes. En ese caso, se hará uso de una página web donde pueden encontrar datos de la empresa, los productos ofrecidos, solicitar cotizaciones y cerrar pedidos. Complementariamente se hará uso de las redes sociales donde se mostrará los productos, campañas y eventos que se realizarán.

3.3.6. ANÁLISIS DEL ENTORNO

3.3.6.1 MACRO AMBIENTE

En este punto se analizará las oportunidades y amenazas que tiene TRIYUMMY PACK S.A.C en el mercado y se mencionarán también las fortalezas y debilidades con las que cuenta para trabajar estrategias posteriormente.

ANÁLISIS EXTERNO

A continuación, se mostrará una tabla donde se detalla factores, condiciones o situaciones actuales a los cuales se encuentra expuesta la empresa y que pueden repercutir de forma favorable o desfavorable.

Tabla 45: Matriz FODA-Externo

MATRIZ FODA DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS				
ESCALA: -3 (Amenaza)> 3 (Oportunidad)				
	Criterios	Peso	Calificación	Valor
1	Pandemia mundial por COVID-19	10%	-1.00	-0.10
2	Perú uno de los países más estables de la región	8%	2.00	0.16
3	FMI estima que economía peruana caería 4.5% en 2020	9%	-2.00	-0.18
4	Planes para la reactivación de la economía	11%	3.00	0.33
5	No existen barreras comerciales	9%	-1.00	-0.09
6	TLC Perú-China	10%	2.00	0.20
7	Crecimiento del comercio digital	9%	2.00	0.18
8	Ley N° 30884 para regularizar el consumo del plástico	13%	3.00	0.39
9	Ingreso de nuevos competidores	10%	-1.00	-0.10
10	Aumento del consumo de comida a domicilio por cuarentena	11%	3.00	0.33
		100%		1.12

Fuente: Elaboración propia

Pandemia mundial por COVID-19: Podemos mencionar que la pandemia a la cual nos estamos viendo expuestos a nivel mundial genera una serie de situaciones que afectan a las empresas dedicadas al comercio exterior, entre ellas el alza del precio de los fletes internacionales (principalmente vía aérea), retrasos en la llegada de la carga, fabricas paradas o sin personal suficiente, entre otros.

Perú uno de los países más estables de la región: El Perú es el país más en América Latina lo cual genera que a nivel internacional podamos acceder a mejores

oportunidades ya que el país genera confianza, por ejemplo, el crédito con los proveedores.

FMI estima que economía peruana caería 4.5% en 2020: Se tiene pronostica una ralentización en el crecimiento de la economía peruana lo cual impacta en los planes de TRIYUMMY PACK S.A.C debido a que mercado objetivo puede disminuir al darse de baja las MYPES por no poder afrontar la crisis mundial o estas ya no tendrían la misma capacidad de compra que antes.

Planes para la reactivación de la economía: El programa actual, Reactiva Perú, busca que las empresas puedan cumplir con sus obligaciones económicas en el periodo de emergencia, su beneficio se encuentra en acceder a préstamos con tasas preferenciales lo cual ayudará a que el mercado objetivo de TRIYUMMY PACK S.A.C no se vea afectado fuertemente. Además de ello, programas como este se impulsarán después de la crisis para propiciar el crecimiento de cada sector de la economía lo que se aprovechará para iniciar operaciones.

Aumento del consumo de comida a domicilio por cuarentena: Al liberar una parte de las restricciones iniciales impuestas por el Gobierno, como es el caso de los restaurantes, provocó una alta demanda de comida a domicilio, lo cual genera una mayor necesidad del mercado objetivo de TRIYUMMY PACK S.A.C.

No existen barreras comerciales: Para ingreso al mercado peruano de este producto no existen barreras arancelarias ni no arancelarias, adicionalmente el producto es genérico y no requiere de alta especialización ni validación por parte de los clientes por lo cual genera que sea un mercado sumamente accesible.

TLC Perú-China: El tratado con China beneficia a las empresas que realizan actividades de comercio exterior, como el caso de TRIYUMMY PACK S.A.C que puede liberar el pago del ad-valorem.

Crecimiento del comercio digital: El confinamiento social y el cierre físico de las empresas ha generado que las personas realicen compra por internet de ese modo el consumo sigue existiendo.

Ley N° 30884 para regularizar el consumo del plástico: Esta Ley al entrar en vigor a inicios del 2022 juega a favor de la empresa al convertirse en una obligación el uso de productos biodegradables/compostables en lugar de los envases de tecnopor por lo cual la demanda aumentará.

Ingreso de nuevos competidores: La Ley mencionada anteriormente al beneficiar a TRIYUMMY PACK S.A.C por aumentar la demanda generará que se convierta en un mercado atractivo, por lo cual ingresarán al mercado nuevas empresas que oferten este producto.

Aumento del consumo de comida a domicilio por cuarentena: Al liberar una parte de las restricciones iniciales impuestas por el Gobierno, como es el caso de los restaurantes, provocó una alta demanda de comida a domicilio, lo cual genera una mayor necesidad del mercado objetivo de TRIYUMMY PACK S.A.C.

ANÁLISIS EXTERNO

Siguiendo con el análisis, se mostrará una tabla donde se detalla las habilidades, conocimientos y recursos que tiene o carece la empresa.

Tabla 46: Matriz FODA- Interno

MATRIZ FODA FORTALEZAS Y DEBILIDADES			
ESCALA: -3 (DEBILIDAD)> 3 (FORTALEZA)			
Criterios	Peso	Calificación	Valor
1 Personal capacitado y comprometido	15%	3.00	0.45
2 Producto biodegradable, compostable, no toxico	10%	2.00	0.20
3 Alianzas estratégicas	9%	2.00	0.18
4 Empresa sin experiencia por ser nueva	15%	-3.00	-0.45
5 Capacidad de compra limitada	8%	-1.00	-0.08
6 Plan de negocios correctamente elaborado	15%	3.00	0.45
7 Acceso a base de inteligencia comercial (Veritrade)	8%	3.00	0.24
8 Orientación al servicio al cliente	10%	2.00	0.20
9 Local alquilado	10%	-2.00	-0.20
			0.00
	100%		0.99

Fuente: Elaboración propia

Personal capacitado y comprometido: Todos los niveles de la organización contarán con personal capacitado y comprometido con los objetivos, además de proactivos y con deseo de aprender. Cabe recalcar que TRIYUMMY PACK S.A.C cuenta con un Gerente General con conocimiento de comercio exterior y logística, así como experiencia en la negociación con proveedores, lo cual potenciará a la empresa en el mercado.

Producto biodegradable, compostable, no toxico: Los envases provienen de residuos naturales, se degradan en el medio ambiente en periodos sumamente cortos a comparación del plástico y tecnopor y se pueden convertir en abono orgánico.

Alianzas estratégicas: Se busca alianzas con otras empresas o instituciones con el fin de llegar a mayor parte del mercado y cumplir con el compromiso de responsabilidad ambiental de la empresa a través de la realización de actividades o eventos ecológicos.

Empresa sin experiencia por ser nueva: TRIYUMMY PACK S.A.C es una nueva organización que recién se entablará en el mercado por lo cual puede cometer errores u omisiones debido a la falta de experiencia.

Capacidad de compra limitada: Al ser una microempresa que recién incursionará en el mercado será difícil brindar una oferta fuerte al público objetivo ya que no se tiene la capacidad económica como la competencia, que ya se encuentra posicionada.

Plan de negocios correctamente elaborado: La empresa cuenta con un plan de negocios que será guía para ingresar al mercado, ser competitivos, ganar participación en el mercado y generar ganancias.

Acceso a base de inteligencia comercial (Veritrade): Pocas empresas tienen acceso a plataformas digitales de inteligencia comercial pagadas, TRIYUMMY PACK S.A.C será una de ellas, lo que permitirá obtener información de los competidores para generar mejores ofertas al mercado.

Orientación al servicio al cliente: La empresa tendrá una correcta atención a los clientes y seguimiento de la cartera. Al estar enfocado en los clientes se buscará las ofertas más atractivas a beneficio de ellos y de la empresa. Se realizarán campañas para concientizarlos ambientalmente. Se busca tener un cliente informado, satisfecho y fidelizado.

Local alquilado.

3.3.6.2 MICRO AMBIENTE

En este punto vamos a considerar las cinco fuerzas de Porter para analizar a TRIYUMMY PACK S.A.C:

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES

En el mercado local ya existe competencia con la cual debemos de luchar, existen proveedores de envases biodegradables y/o compostables, el cambio de un proveedor a otro no tiene restricciones ya que es un producto genérico, el cliente necesitará comprar volúmenes fuertes de envases para el desarrollo de sus actividades por lo cual se puede observar que el poder del cliente es alto. A pesar ello, a partir del 2022 la demanda aumentará considerablemente y si la oferta no sigue este ritmo, el poder del cliente se verá afectado negativamente. Además de lo expuesto, se desarrollará estrategias de fidelización del cliente.

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

A nivel internacional China es el principal proveedor de estos envases no obstante existe una gran variedad de empresas proveedoras dentro del mercado, por otro lado, se puede usar otro país proveedor como Estados Unidos para satisfacer nuestra necesidad. Agregando, el cambio de proveedor no requiere de validación por lo cual es simple, al producto no se le puede hacer mayores mejoras para agregarle valor por lo cual se puede observar que el poder del proveedor es débil.

AMENAZA DE COMPETIDORES POTENCIALES

Debido a la Ley de Plásticos si existe potencial amenaza de ingreso de competidores al mercado además que existen bajas barreras para el ingreso de la comercialización de este producto (para la importación no tiene barreras arancelarias ni no arancelarias, en el mercado local no requiere de validación, las certificaciones de calidad son suficientes). TRIYUMMY PACK S.A.C para afrontar esta futura problemática piensa diversificar su cartera de productos para no ver perjudicada las utilidades de la empresa, también buscar generar una diferenciación en el servicio y llevar a cabo estrategias de fidelización.

AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

Para realizar la entrega a domicilio las pollerías requieren de un envase, actualmente utilizan en su mayoría de tecnopor pero las opciones eco-amigables pueden ser biodegradables y/compostables, hechos de diferentes materiales orgánicos como caña de azúcar, almidón de maíz, trigo, entre otros. Considerando que el producto es un envase de elaborado con residuos naturales (sin diferenciar el material) se puede decir que no hay mayores sustitutos.

RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES

Actualmente no existe una fuerte rivalidad ya que la mayoría de los importadores compran cantidades pequeñas lo cual indica que es para venta a personas y no empresas. El consumo actual de estos productos no es elevado, pero está en crecimiento, con la cantidad actual de empresas orientadas a la venta a otras empresas es suficiente para que cada una vaya creando relaciones comerciales sin interferir con clientes de su competencia.

3.4. ESTRATEGIAS DE VENTA Y DISTRIBUCIÓN NACIONAL

De acuerdo a los análisis realizados anteriormente, en este punto se trabajará las estrategias para cumplir con los objetivos de TRIYUMMY PACK S.A.C.

3.4.1. ESTRATEGIAS DE SEGMENTACIÓN

TRIYUMMY PACK S.A.C en puntos anteriores segmentó el mercado obteniendo un parte relevante que se convertirá en el segmento objetivo de los esfuerzos de la empresa. Según lo indicado entonces la empresa aplicará una estrategia concentrada básicamente porque al incursionar en un nuevo mercado como empresa pequeña se carece de los recursos suficientes para abarcar el mercado completo. Esta estrategia de segmentación nos permite llegar de forma más rápida y precisa, logrando la satisfacción de las necesidades, ya que conocemos mejor al cliente al tener un número limitado de empresas en un sector geográfico definido.

Para obtener la segmentación concentrada se utilizó los siguientes criterios:

- Sector empresarial: Empresas que realizan actividades de servicio de comida y bebidas
- Tamaño de empresa: Micro y pequeñas
- Tipo de empresa: Pollerías
- Geográfico: Distritos de Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena y San Miguel.

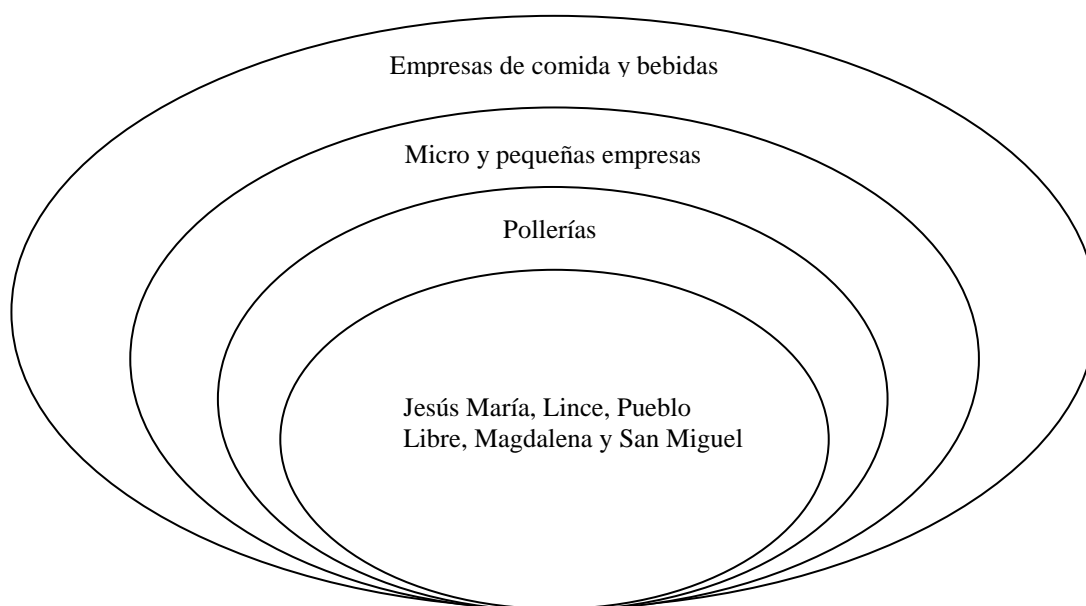


Figura 16: Segmentación del mercado

Fuente: Elaboración propia

3.4.2. ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO

Las estrategias de posicionamiento permiten obtener un lugar distintivo en la mente de los clientes, ser percibidos de una manera positiva con el fin de obtener su preferencia. La percepción se basa en un conjunto de impresiones y sentimientos que como empresa queremos que el cliente relacione con el producto o empresa frente a la competencia.

TRIYUMMY PACK S.A.C aplicará las siguientes estrategias de posicionamiento:

- Basada en sus características: El producto es eco-amigable ya que el producto es elaborado a base de residuos del trigo, es decir, es reciclado y elaboración demandó un bajo costo de energía para su producción y redujo las emisiones de CO2 en comparación con los de tecnopor.
- Basado en los beneficios: El producto es biodegradable y compostable por lo cual reduce su impacto en el medio ambiente al degradarse en un tiempo reducido (meses en lugar de siglos). Además, no produce daños en el consumidor final ya que no es tóxico y es hipoalergénico (Aprobados por la FDA).

Para lograr el posicionamiento anhelado en los clientes se resaltaré lo amigable que llega a ser el producto con el medioambiente, además de complementarlo con un servicio basado en la satisfacción del cliente.

3.4.3. ESTRATEGIAS DE INGRESO AL MERCADO

Para este punto se tomará la matriz Ansoff para lograr definir la estrategia a aplicar en el mercado elegido. Esta matriz relaciona el mercado y el producto/servicio basándose en si son nuevos o existentes, generando 4 cuadrantes de oportunidades de negocio. TRIYUMMY PACK S.A.C elegirá el cuadrante que más se adapte a su situación y así obtener mejor retorno a la inversión realizada.



Figura 17: Matriz ANSOFF
Fuente: Roberto Espinosa

TRIYUMMY PACK S.A.C se esta enfocando en un mercado existente, las pollerías, que llevan años ofreciendo un producto de los más consumidos en el Perú. El producto, envases compostables existen en el mercado, pero son relativamente nuevos en el país, logrando sonar en el país aproximadamente en el 2015. Entonces, de acuerdo a las características del producto y del mercado objetivo tenemos que aplicar estrategias de penetración de mercado. La empresa para captar una parte del mercado se orientará a ofrecer un producto con un precio competitivo que incluye un fuerte enfoque en el servicio al cliente. Además, establecerá alianzas estratégicas con empresas dedicadas a la venta de una variedad productos eco-amigables y aquellas que venden solo productos complementarios como bolsas, de esta forma se podrá ingresar de forma más rápida.

3.4.4. ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

Enfocarnos en la estrategia de distribución nos brinda la posibilidad de llegar a la mayor cantidad de clientes que podemos de nuestro mercado objetivo y en el menor tiempo posible, lo que significa mayores ventas.

En este caso, TRIYUMMY PACK S.A.C aplicará una estrategia de distribución selectiva, ya que tenemos un ámbito geográfico donde buscamos posicionarnos.

Cabe mencionar que esta estrategia genera menores costos de distribución al tener un público delimitado.

Dentro de esta estrategia debemos de considerar lo siguiente:

- El medio de transporte será propio por lo cual se caracterizará para mostrar la imagen que se desea proyectar de la empresa. La unidad se debe encontrar en óptimas condiciones, mostrar el logotipo de la empresa y mantener una imagen adecuada al público en general.
- Se debe diseñar rutas y programas de entrega con el fin de optimizar la distancia recorrida y los costos de distribución, así como llegar a los clientes en el plazo indicado y abarcar mayor cantidad de pedidos por día.
- El proceso de entrega y descarga debe ser lo más óptimo posible para evitar tener la unidad parada y generar retrasos en otros puntos. Para ello, se debe coordinar con el cliente previamente para conocer la dirección de entrega, la disposición del espacio para la descarga, los equipos y personal con el que se cuenta para este proceso y saber que documentos se requieren para la recepción del almacén (como orden de compra, guía de remisión, factura, etc).

3.4.5. ESTRATEGIAS DE BRANDING

En este punto cabe recalcar que el producto no mencionará la marca principalmente porque el mercado no lo demanda de esa forma al ser productos genéricos, el colocarle la marca aumenta el costo ya que se necesitaría un molde específico para la personalización lo cual nos dejaría fuera del mercado ya que las micro y pequeñas empresas se enfocan en la reducción de costos para mejorar su rentabilidad.

A pesar de lo indicado en el anterior párrafo, TRIYUMMY PACK S.A.C busca asociar el nombre comercial de la empresa con un sentimiento, el ser partícipe de contribuir con el medio ambiente de una forma muy accesible. Esto se realizará a través de las actividades o eventos ecológicos que organizaremos en alianza con

instituciones sin fines de lucro, dirigidas tanto a los clientes como a los usuarios finales.

3.5. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN NACIONAL

El definir las estrategias de promoción es un proceso esencial de la empresa ya que está relacionada directamente con la captación de clientes y por ende con el crecimiento de las ventas, además de ser la actividad que mayor porcentaje ocupa dentro del presupuesto anual. Dicho esto, en los siguientes puntos se detallarán las estrategias que se utilizará para promocionar el producto al mercado objetivo.

3.5.1. ESTABLECER LOS MECANISMOS Y DEFINIR ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN, INCLUIDA PROMOCIÓN DE VENTAS

TRIYUMMY PACK S.A.C al ser una empresa nueva en el mercado debe de buscar y captar clientes interesados en el producto, para ello realizará las siguientes 2 estrategias.

ASISTENCIA A FERIAS

La asistencia a ferias permite en un lugar determinado juntar la oferta con la demanda, y ello, para incursionar en el mercado es necesario ya que se presenta la oferta en el mercado y se pone a prueba las habilidades de venta, convencimiento y se estudia si la oferta que se quiere expresar es bien recibida por el cliente. Además de lo expresado anteriormente, genera beneficios como:

- Tener contacto directo con potenciales clientes, lo cual es mejor al tener el primer contacto en comparación de tenerlo por otros medios como una llamada, ya que no hay contacto visual, lo cual juega un punto importante en una negociación.
- Ayuda a poder aplicar mayores herramientas de comunicación teniendo al cliente presente, así el mensaje llegará de forma más clara y existe más posibilidades de cerrar la venta.

- Los clientes asisten de forma voluntaria buscando ofertas por lo cual existe predisposición de ser escuchados.
- Establecer una red de contactos que son potenciales clientes o socios estratégicos.
- Permite conocer a la competencia y reconocer cuáles son los que dominan el mercado, de esa forma, estudiarlos y poder mejorar la propuesta al público (investigación de mercados).

TRIYUMMY PACK S.A.C considera asistir a 3 ferias:

- Pack Perú Expo: Es una feria donde se ofertan envases, empaques y embalajes y nuevas soluciones de acuerdo a las nuevas tendencias y demandas del mercado. Aquí asisten profesionales nacionales y extranjeros del sector de alimentos y bebidas, agroindustria, cosmética, entre otros.
- Expoalimentaria Perú: Es una plataforma de negocios internacionales, donde ofrecen 5 sectores especializados: alimentos y bebidas, maquinarias, envases y embalajes y servicios al comercio exterior.
- Ferias eco-amigables: Existen varias ferias anualmente que se desarrollan en Lima, la asistencia a estas ferias no está dirigida a captar clientes sino alianzas estratégicas para poder repotenciar el ingreso al mercado.

Cuando TRIYUMMY PACK S.A.C logre iniciar sus operaciones e ingrese al mercado se identificarán con los clientes captados otras ferias donde sea preciso asistir para captar más mercado.

VISITAS COMERCIALES

Al ser nuestro público objetivo pequeñas y medianas pollerías ubicadas en un determinado sector geográfico, un número limitado accederá a dichas ferias por lo cual se complementará con visitas comerciales a las pollerías. El personal de ventas asistirá con una muestra del producto y explicará las ventajas de este producto con el actual en el mercado, asimismo hará llegar a nuestro potencial cliente el énfasis que pone la empresa en el servicio al cliente, que logra generar que TRIYUMMY PACK

S.A.C también busque que los usuarios finales se sientan parte de la contribución que hacen al medio ambiente con actividades ecológicas de concientización y contribución a la ecología. Estas visitas serán 3 veces por semana y serán realizadas por distrito.

3.5.2. PROPUESTA DE VALOR

Una propuesta de valor es transmitir de manera objetiva y clara las ventajas de la empresa frente a la competencia. En ese sentido, la propuesta de valor de TRIYUMMY PACK S.A.C es:

Los envases “TRIYUMMY PACK” son un producto novedoso en el mercado peruano, que acompaña a sus clientes en el proceso de convertirse en responsables medioambientalmente a través de un precio accesible.

3.5.3. ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL Y USO DEL E-COMMERCE

Las estrategias de Marketing digital son un complemento necesario en la actualidad por el contexto global en el que nos desarrollamos, un mundo interconectado por los avances tecnológicos y la facilidad con la que se accede a información en internet. Estas estrategias usando las tecnologías digitales ayudarán a las actividades tradicionales de Marketing con el objetivo principal de captar clientes y producir mayores ventas. Entre sus ventajas tenemos (Vercheval, 2016):

- **Medible:** Conoces el impacto de la estrategia, la repercusión, en qué sectores y el retorno de la inversión, todo a tiempo real.
- **Balanceable:** Se puede ajustar la estrategia para mejorar los resultados de forma inmediata.
- **Flexible y dinámica:** Gracias a que la estrategia es ajustable, permite que sea flexible y así poder adoptar la dinámica del mercado y ejecutar mejores estrategias en periodos cortos.

- Económico: Es accesible financieramente a comparación de los métodos tradicionales como televisión, radio, prensa, etc, y su alcance va desde grandes a pequeñas empresas.
- Mejor segmentación: permite aplicar categorías de segmentación para poder llegar a nuestro público objetivo.
- Permite crear branding: Impacta de forma directa e indirecta en la marca y branding por ello se debe transmitir un mensaje con el cual quieres asociar a tu empresa.
- Permite crear una comunidad: Creas una audiencia ya que agrupa a personas o empresas que tienen intereses similares por lo que ofertas por lo cual permite interactuar de manera directa con los clientes y potenciales clientes.
- Permanente y omnipresente: Permite acceder a todos los espacios deseados, sin fronteras ni límites.

De acuerdo a lo expuesto TRIYUMMY PACK S.A.C hará diferentes plataformas para transmitir su marketing digital a su mercado objetivo.

CREACION DE PAGINA WEB

La creación de la página web supone una de las estrategias principales de marketing para la empresa. Esta página será diseñada detallando:

- Aspectos generales de la empresa (historia, misión, visión, entre otros)
- Sección de información de contacto: teléfono, correo, ubicación. Esta sección incluirá un lugar donde el cliente potencial puede enviar sus consultas o dudas.
- La oferta de productos con sus especificaciones y precios, así el cliente estará correctamente informado del producto que comprará.
- Sección de aliados estratégicos: tanto los aliados comerciales como los aliados ambientales.
- Sección de próximos eventos o actividades a realizarse, acompañado de una galería de fotos y videos de eventos realizados.

El enfoque general de la página web será el de la responsabilidad ambiental por lo cual en cada rincón se resaltarán las certificaciones de los productos, los beneficios y el impacto en el ambiente. Toda la página tendrá colores tierra y derivados del verde y celeste (resaltando el impacto sobre el planeta: naturaleza y mar)

TRIYUMMY PACK S.A.C considera que esta plataforma es un medio que soportará gran parte de sus actividades y generará beneficios como un servicio de 24 horas los 7 días a la semana, además de llegar a masas sin necesidad de asumir altos costos de publicidad.

REDES SOCIALES: FACEBOOK

Las redes sociales son un fenómeno mundial que congrega millones de usuarios y TRIYUMMY PACK S.A.C busca estar dentro para poder acceder a mayor cantidad de personas, obteniendo contactos y seguidores interesados en el producto. En ese sentido, la empresa tendrá perfil de Facebook como empresa (fan page) y se pagará por promocionarlo y así, de acuerdo a ciertos filtros, poder llegar al público objetivo de forma más sencilla. Esta página al tener chat permite un contacto más directo y con relación humana-sentimental y se volverá un canal adicional de atención al cliente. El fan page tendrá las siguientes características:

- Perfil con contenido interesante, diseño simple pero mostrando una imagen profesional y de confianza.
- Se vinculará con la página web para poder concretar la compra.
- Las publicaciones serán constantes mostrando el producto, beneficios, fotos de eventos, siempre resaltando la responsabilidad social de la empresa.
- Se generarán eventos desde Facebook para toda la comunidad de TRIYUMMY PACK S.A.C

La creación de un perfil en esta red social nos permite captar público que por otros medios no se lograría, además tiene tiempo de duración ilimitada, es visible para un gran número de personas y permite segmentar el público a donde debemos de enfocar los esfuerzos.

PUBLICIDAD POR GOOGLE (GOOGLE ADWORDS)

Google Adwords es la plataforma de anuncios de Google que permite que la página web, a través de anuncios, aparezca en las búsquedas que se hacen relacionadas al negocio mediante el uso de palabras claves. TRIYUMMY PACK S.A.C utilizará esta herramienta (anuncios por búsqueda) a nivel local para poder potenciar las visitas a la página web y así poder tener más clientes potenciales. Cabe mencionar que se paga por los resultados obtenidos, clicks dirigidos al sitio web y llamadas realizadas al negocio. Adicional, se ajusta al presupuesto del negocio, sin superar el límite mensual establecido por la empresa.

3.6. POLÍTICAS DE ESTRATEGIAS DE PRECIO

El precio es un elemento clave en la propuesta al cliente ya que muchos lo definen como el elemento decisivo para cerrar la venta y para TRIYUMMY PACK S.A.C representa la fuente de sus ingresos. Por ello, se buscará ofrecer un precio competitivo en el mercado o sustentar si el precio es más alto al de la media.

El precio es un elemento que se ve afectado por diversos factores por lo cual fijarlo a largo plazo muchas veces es imposible, estos factores pueden ser internos o externos como es el caso de los costos de importación, donde no se mantienen constantes ya sea por una diferencia en el precio inicial ofertado por el proveedor o el costo de los fletes internacionales; otro ejemplo sería el ingreso de productos sustitutos o mayor competencia lo que involucra mejorar el precio para mantenerse en el mercado.

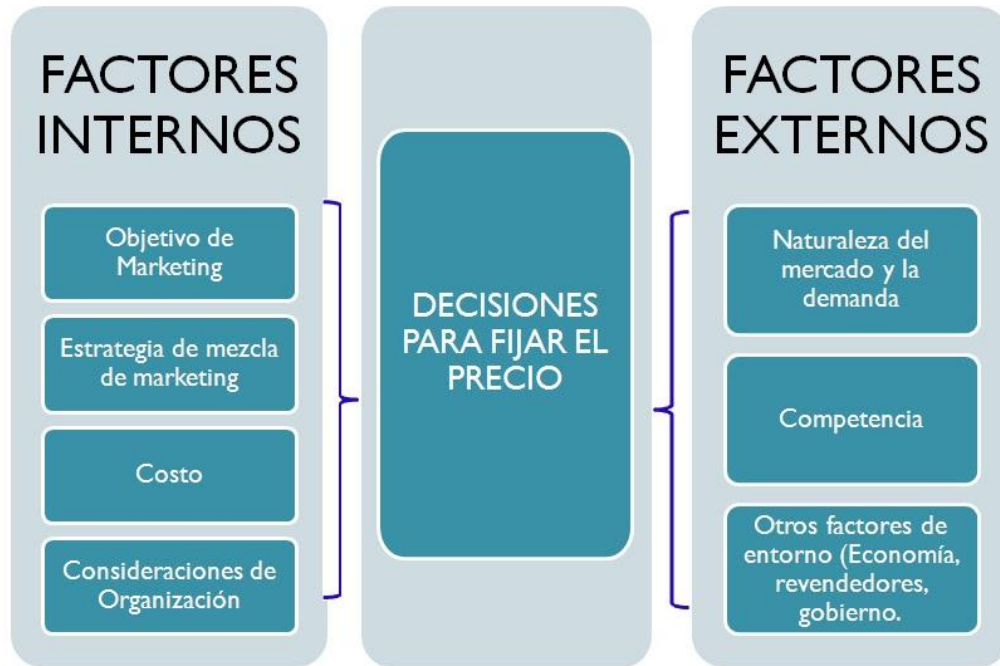


Figura 18: Factores a considerar para la fijación de precios
Fuente: Mercadotecnia

La empresa debe tener en cuenta los factores mencionados en la figura anterior para lograr definir el precio y obtener rentabilidad. Por ello se trabajará con las siguientes políticas:

- Análisis de los costos: Tener claro los costos tanto directos como indirectos, para poder definir el margen de rentabilidad.
- Análisis de la competencia: Conocer el precio de nuestros competidores de productos semejantes y sustitutos con el fin de poder plantear el precio para ser competitivos.
- Análisis de las características y beneficios del producto: Definir precio acorde a los atributos del producto
- Promoción por volumen: Se ofrecerá mejores precios por la compra de volúmenes mayores.

En base a lo anterior, TRIYUMMY PACK, busca obtener un precio de penetración que sea competitivo sin dejar de generar ganancias para la empresa.

4. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

4.1. ENVASES, EMPAQUES Y EMBALAJES

Para iniciar las actividades de comercio exterior, en este caso la importación, se debe de revisar con el proveedor cómo saldrá el producto del país de origen, es decir, cómo han preparado la carga para la exportación, ya que deben de cumplir con los requerimientos mínimos para que el producto se encuentre protegido y no sufra daños ni en el país de origen, tránsito internacional y país de destino, hasta el ingreso al almacén de TRIYUMMY PACK S.A.C. Para ello se debe considerar todas las maniobras que sufrirá el producto, el peso que soporta para apilamiento, las condiciones ambientales, entre otros puntos.

En el caso del producto de TRIYUMMY PACK S.A.C que son envases y se venden al por mayor, el primer contacto que tendrá el producto será con bolsas de polipropileno que tienen como objetivo agrupar cantidades para facilitar la manipulación, actuar como barrera protectora contra la humedad y evitar raspaduras o fricciones.



Figura 19: Bolsas polipropileno

Fuente: Planeta Descartable

Cabe precisar que cada bolsa contendrá 50 envases compostables. En la siguiente tabla se brindará mayor detalle.

Tabla 47: Información técnica de las bolsas de polipropileno

BOLSA DE POLIPROPELENO	
MEDIDAS DE LA BOLSA	55X 35 cm
LARGO	55 cm
ANCHO	35 cm
NÚMERO DE UNIDADES A CONTENER	50 envases
PESO BRUTO	1.65 kg

Fuente: Weifang Efengda Homeware CO., LTD

En cuanto al embalaje se usará caja de cartón para contener, proteger y mantener el producto en óptimas condiciones durante el manipuleo y tránsito internacional así como para facilitar el almacenaje. El proveedor de TRIYUMMY PACK S.A.C hará uso de cajas de cartón corrugado por sus características de resistencia, de fácil rotulado y manipuleo. Estas cajas serán de canal simple con dos cubiertas (2 caras o cubiertas y una capa intermedia, que consta de papel corrugado).

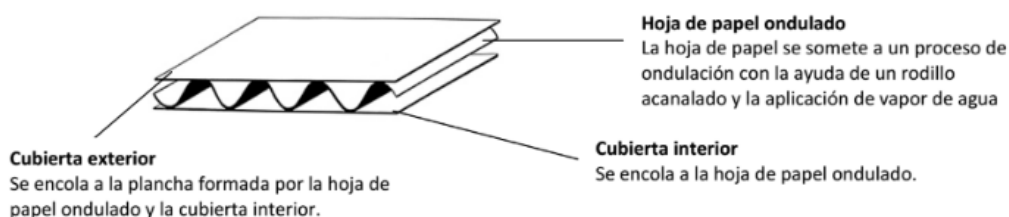


Figura 20: Caja de cartón corrugado de canal simple y dos cubiertas

Fuente: Rajapack



Figura 21: Caja de cartón corrugado

Fuente: Weifang Efengda Homeware CO., LTD

Cada caja contendrá 200 envases compostables distribuidos en 4 bolsas de polipropileno con 50 unidades cada una.

Tabla 48: Información técnica de las cajas de cartón corrugado

CAJA DE CARTON CORRUGADO	
MEDIDAS DE LA CAJA	38.50 x 33.00 x 25.50 cm
LARGO	38.50 cm
ANCHO	33.00 cm
ALTO	25.50 cm
NÚMERO DE UNIDADES A CONTENER	200 unidades
PESO DE LA CAJA VACIA	0.40 kg
PESO NETO DEL PRODUCTO	6.60 kg
PESO BRUTO	7.00 kg

Fuente: Weifang Efengda Homeware CO., LTD

Las cajas que contendrán los productos son apilables hasta lograr 9 niveles por lo que permite llenar el contenedor, aprovechando al máximo el espacio disponible.

4.2. DISEÑO DEL ROTULADO Y MARCADO

4.2.1. DISEÑO DEL ROTULADO

El rotulado es la presentación de las especificaciones del producto que permitirá que el cliente tenga presente las características principales de lo adquirido. En ese sentido, el rotulo declarará:

- Denominación del producto
- Medidas del producto
- Peso neto
- País de origen



Figura 22: Rotulado
Fuente: Elaboración propia

4.2.2. DISEÑO DEL MARCADO

El marcado para el comercio internacional se refiere a las marcas que se colocan en el embalaje para lograr su identificación, facilitar su manejo y su ubicación al momento de revisarlos. Estas marcas deben ser claras con el fin de no generar dudas en el lugar de destino y la correcta manipulación.

En ese sentido, el proveedor de TRIYUMMY PACK S.A.C enviará las cajas con las siguientes marcas:

- Marcas principales: Contiene información del consignatario (nombre y dirección), número de referencia, puerto y país de descarga.

CONSIGNEE: TRIYUMMY PACK S.A.C
ADDRESS: AV. CUBA 221- JESÚS MARÍA
DESTINATION COUNTRY: PERÚ
PORT OF DISCHARGE: CALLAO-PERÚ
PURCHASE ORDER: 001-20

- Marcas informativas: Contiene información adicional como información del exportador, peso bruto, cantidad de paquetes, referencia, lote, entre otros. Estas marcas van separadas de las marcas principales.

MANUFACTURER: WEIFANG EFENGDA HOMEWARE CO., LTD
ADDRESS: NO.2017, BLOCK A, BUILDING 1, WEIFANG
FINANCIAL SERVICES DISTRICT, KUIWEN DIST, WEIFANG,
SHANDONG, CHINA
ORIGIN COUNTRY: CHINA
PORT OF CHARGE: QINGDAO-CHINA
SHIPPER NO.: 1 OF 843
GROSS WT.: 7.00 KG
TARE WT.: 0.40 KG

- **Marcas de manipuleo:** Instrucciones gráficas o símbolos que hacen referencia a la manipulación brindando advertencia de peligro, contenido, fragilidad, entre otros. En este caso se usará los pictogramas, que son símbolos reconocidos a nivel internacional usados para el correcto manipuleo de productos en el transporte. El proveedor de TRIYUMMY PACK S.A.C usará el pictograma de “Proteger contra la humedad” ya que las cajas son sensibles a la humedad y el producto al ser expuesto puede alterar las características organolépticas de los envases. Otros pictogramas no son necesarios como “Fragil”, “Hacia arriba”, ya que son envases que no son frágiles al mover las cajas ni sufren daños si manipulan o ubican de cabeza.



Figura 23: Pictograma usado en importación
Fuente: Google

4.3. UNITARIZACIÓN Y CUBICAJE DE LA CARGA

Dentro de este punto se trabajará la unitarización a través de la contenedorización. TRIYUMMY PACK S.A.C realizará importación en FCL (Full container load) para optimizar costos y que estos representen el menor porcentaje posible del valor FOB

total. Además de ello, los productos no son frágiles y son apilables por lo cual se busca llenar el contenedor completamente.



Figura 24: Contenedorización
Fuente: Weifang Efengda Homeware CO., LTD

Como lo demostrado en la imagen se puede aprovechar todo el espacio disponible del contenedor y también evita que se dañe la carga por algún movimiento brusco ya que se apoyan entre sí. De este modo se puede trabajar con los contenedores de 20 pies y 40 pies high cube.

Tabla 49: Cubicaje de la importación

	20' DRY	40' HC
UNIDADES	168,500.00	409,000.00
CAJAS	843.00	2,045.00
PESO NETO (KG)	5,897.50	14,315.00
TARA DEL CONTENEDOR	2,250.00	3,800.00
PESO BRUTO (KG)	8,147.50	18,115.00

Fuente: Weifang Efengda Homeware CO., LTD

Cabe precisar que la primera importación orientada a la venta será de un contenedor de 20 pies, la otra opción se considerará para cuando se haya conseguido mayor parte del mercado.

4.4. CADENA DE DFI DE IMPORTACIÓN

La cadena de distribución física internacional es el conjunto de actividades u operaciones que se deben de llevar a cabo para desplazar la carga de un punto de origen a un punto de destino. Entre los involucrados se encuentran el exportador, operador logístico, agente de aduana, puerto de origen, transporte internacional, puerto de destino, transporte interno, e importador. Tiene como objetivo reducir los tiempos, costos y riesgos al máximo posible durante todo el trayecto.

En este punto se revisará toda la cadena de DFI de TRIYUMMY PACK, desde la salida en Weifang-China hasta Lima-Perú.



Figura 25: DFI TRIYUMMY PACK S.A.C

Fuente: Elaboración propia

DFI PAÍS DE ORIGEN

Se refiere a todas las actividades o movimientos realizados en el país de exportación, por ello en este punto nos concentramos en el proveedor. El proveedor elegido por

TRIYUMMY PACK S.A.C en China es Weifang Efengda Homeware CO., LTD, empresa especializa en convertir materias primas vegetales en envases biodegradables y compostables. Como se muestra en la siguiente tabla, el proveedor se comparó con una empresa más del mismo país (los criterios fueron establecido previamente).

Tabla 50: Comparativo de proveedores potenciales

	WEIFANG EFENGDA HOMEWARE CO., LTD	WUXI TOPTEAM CO., LTD.
PRODUCTO	Envase compostable a base de paja de trigo	Envase compostable a base de paja de trigo
ORIGEN	Weifang, China	Wuxi, China
PRECIO	\$0.075	\$ 0.0759
AÑO DE FUNDACION	2013	2003
TIEMPO DE ENTREGA	25 días	35-45 días
TRANSACCIONES VÍA ALIBABA	30 transacciones	0 transacciones
DISTANCIA	30-35 días	30-35 días

Fuente: Weifang Efengda Homeware CO., LTD y Wuxi Toptema CO., LTD.

En base a los criterios definidos, se le otorgó un peso a cada criterio para poder obtener un puntaje general y determinar qué proveedor se adecua mejor para trabajar con TRIYUMMY PACK S.A.C.

Tabla 51: Evaluación de los proveedores potenciales

	NIVEL DE IMPORTANCIA	WEIFANG EFENGDA HOMEWARE CO., LTD		WUXI TOPTEAM CO., LTD.	
		CALIFICACION	PUNTAJE FINAL	CALIFICACION	PUNTAJE FINAL
PRODUCTO	5%	4	0.20	4	0.20
ORIGEN	5%	4	0.20	4	0.20
PRECIO	25%	5	1.25	4	1.00
AÑO DE FUNDACION	15%	3	0.45	4	0.60
TIEMPO DE ENTREGA	20%	5	1.00	4	0.80
TRANSACCIONES VÍA ALIBABA	15%	5	0.75	3	0.45
DISTANCIA	15%	4	0.60	4	0.60
TOTAL	100%		4.45		3.85

*Calificación: Rango de 0 (Muy malo) – 5 (Muy bueno)

Fuente: Elaboración propia

El proveedor fue seleccionado básicamente por su precio competitivo, tiempo de entrega menor y transacciones realizadas a través del portal ALIBABA, ya que como

la empresa es nueva se trabaja mediante una plataforma de confianza que dé respaldo de todas las transacciones.

El proveedor Weifang Efengda Homeware CO., LTD al cotizarnos el producto en Incoterm FOB QINGDAO se debe hacer responsable de lo siguiente:

- Preparación de la carga: El proveedor debe de acondicionar la carga de la mejor forma posible de acuerdo a la necesidad del producto para evitar que sufra daños en cada etapa de la cadena, es decir, colocar los productos en bolsas de polipropileno y posteriormente en cajas de embalaje de cartón corrugado nuevas y resistentes.
- Unitarización y llenado: En este caso aplica la contenedorización, por lo cual el proveedor debe de realizar el cargue y acomodo de las cajas dentro del contenedor de la mejor forma para optimizar el espacio y evitando que existan la posibilidad de daño de la carga.
- Coordinación del embarque: El proveedor debe de tomar contacto con el agente de carga asignado por TRIYUMMY PACK S.A.C., brindando las instrucciones de embarque para que el agente, de acuerdo a ello, pueda responder con la reserva de salida más próxima. El proveedor asume los gastos hasta que el producto se encuentre a bordo del buque.
- Trámite aduanero de exportación: El proveedor debe de contratar a un agente de aduanas para que lo apoye con los trámites ante su Aduanas con el fin de liberar la carga para su salida en la reserva asignada.
- Traslado interno: El proveedor debe realizar el traslado del contenedor desde su planta hasta el puerto de Qingdao.
- Envío de documentos: El proveedor con la carga liberada y embarcada debe de enviar documentos finales a TRIYUMMY PACK S.A.C vía correo electrónico y vía Courier para que se pueda realizar los trámites de nacionalización en Perú.

DFI TRANSITO

Se refiere a todas las actividades o movimientos realizados desde el puerto de origen hasta su llegada al puerto de destino. Esta actividad la realiza la naviera y TRIYUMMY PACK S.A.C como importador los contacta a través del agente de carga. En ese sentido, en este punto se evaluará al agente de carga que se será encargado de coordinar el transporte internacional.

TRİYUMMY PACK S.A.C solo consideró óptima la importación de los productos vía marítima en FCL por las siguientes razones:

- Producto de precio bajo por unidad pero voluminoso.
- Optimizar el porcentaje del costo sobre el valor CIF.
- Se busca aprovechar los días libres de almacenaje del FCL.
- Disponer de stock local del producto para entregas rápidas y evitar importaciones de poca cantidad.

Teniendo claro el medio de transporte, se procede con la búsqueda, cotización y elección del agente de carga que se encargará de coordinar la salida del embarque en origen con el proveedor ya que el término negociado es FOB QINGDAO. Se han considerado 3 agentes de carga conocidos en el rubro para poder comparar sus costos y tiempos, así seleccionar la opción más viable. Se evaluará lo siguiente:

- Flete ALL IN (incl. DTHC).
- Gastos locales vinculados a la naviera y al almacén (Vistos buenos, gate in y retiro).
- Tiempo de tránsito.
- Sobreestadía del contenedor.
- Días libres de almacenaje.

De acuerdo a lo mencionado líneas arriba, en la siguiente tabla se compara a las agencias C.H. Robinson, Top Cargo y Grupo de Transporte Integral.

Tabla 52: Comparativo de Agentes de Carga

	C.H. ROBINSON	TOP CARGO	GDT INTEGRAL
LINEA NAVIERA	WAN HAI	APL	CMA CGM
FLETE ALL IN (INCL. DTHC)	\$ 1,190.00	\$ 1,210.00	\$ 1,244.00
GASTOS LOCALES (VB+GATE IN+RETIRO)	\$ 812.00	\$ 782.00	\$ 787.63
TIEMPO DE TRANSITO	29 días	30 días	30 días
SOBREESTADÍA	21 días	21 días	21 días
ALMACENAJE	25 días	30 días	30 días

Fuente: Cotización a agencias

De acuerdo al comparativo se procederá a trabajar con Top Cargo debido a la tarifa totalizada competitiva y los tiempos que brinda. Cabe recalcar que las 3 empresas son de confianza y conocidas en el ámbito del comercio exterior y trabajan eficazmente. Dentro de sus funciones se encuentran:

- Coordinar el embarque con el proveedor para obtener reserva de salida.
- Enviar aviso de llegada con 15 días de anticipación al arribo de la nave.
- Direccionar la carga con un plazo de 10 días antes del arribo de la nave.
- Presentar desglose dentro del plazo indicado.
- Brindar la información necesaria para la nacionalización al agente de aduanas.
- Comunicación efectiva para evitar retrasos o sobrecostos y que la operación fluya.

DFI PAÍS DE DESTINO

Se refiere a todas las actividades o movimientos realizados en el país de importación, por ello en este punto nos concentramos en los requisitos documentarios para poder nacionalizar la importación y el agente de aduanas que ayudará con todos los trámites ante la SUNAT y con el transporte interno.

Documentación para la declaración de Aduanas

La SUNAT exige ciertos documentos necesarios para la declaración y también existen documentos complementarios. Para el caso de TRIYUMMY PACK S.A.C los productos no se encuentran restringidos para la importación por lo cual no se

requiere presentar algún permiso o licencia para autorizar su ingreso, en ese sentido, se presentan los siguientes documentos a la Aduanas a través de nuestro agente:

- Factura comercial: Documento emitido por el proveedor donde se detalla las condiciones de venta. Debe contener principalmente: Número de factura, fecha de emisión, datos del exportador e importador, número de referencia del importador, país de origen, listado de productos con cantidades, lote, precio unitario, precio total, incoterm acompañamiento del lugar pactado y la versión, condiciones de pago, medio de transporte.
- Packing list: Documento donde se detalla de forma exacta los pesos, dimensiones y cantidades de bultos o cajas que van dentro del contenedor.
- Certificado de origen: Documento que certifica y garantiza el origen de un producto en particular, en este caso los envases originarios de China. Este documento ayudará a liberar el pago del ad-valorem de 6% de la subpartida nacional 4823.69.00.00 dentro del marco del TRATADO DE LIBRE COMERCIO PERU – CHINA.
- Documento de embarque: El conocimiento de embarque o específicamente el Bill of Lading (B/L) para el transporte marítimo es el recibo auténtico entregado por el transportista, que confirma que los productos detallados en el documento se han cargado en un buque designado para el transporte a un puerto especificado. Este documento es requerido para declarar el valor del flete internacional en la Declaración de Aduanas.
- Póliza de seguro: Documento que certifica que el asegurador asume la responsabilidad por daños o pérdidas de la carga a cambio del pago de una prima y cumpliendo ciertas condiciones. Este documento es requerido para declarar el valor del seguro internacional en la Declaración de Aduanas, caso contrario se declara seguro de tabla.

Selección del agente de aduanas

El agente de aduanas es un participante muy importante en la cadena logística de importación, ya que actuará como representante del importador ante a Aduanas, es decir, será el representante de TRIYUMMY PACK S.A.C ante la SUNAT para realizar los trámites correspondientes para nacionalizar y liberar la carga.

Para este caso se han considerado 3 agentes de aduanas con el fin de comparar el aspecto económico, y así determinar cuál será el agente de aduanas que asuma la representación de la empresa. En la siguiente tabla se presenta el cuadro comparativo.

Tabla 53: Comparativo de Agentes de Aduanas

	DHL	PALACIOS & ASOCIADOS	M&F INT'L CUSTOM
COMISIÓN	0.4% del CIF	0.35% del CIF	0.35% del CIF
MINIMO	S/ 350.00	S/ 300.00	S/ 450.00
GASTOS OPERATIVOS	S/ 150.00	S/ 150.00	S/ 170.00
PREVIOS Y AFOROS	S/ 100.00	S/ 90.00	S/ 100.00
TRANSPORTE FCL 20 Y 40	S/ 750.00	S/ 700.00	S/ 770.00
CUADRILLA	S/ 230.00	S/ 180.00	S/ 200.00
CUSTODIA SIMPLE	S/ 100.00	S/ 110.00	S/ 150.00
CERTIFICACION OEA	SI	SI	NO

Fuente: Cotización a agencias

Como se puede visualizar, 2 de las empresas cotizadas tienen certificación OEA lo que dará facilidades para los procesos de nacionalización y los reconoce como empresas de confianza ante la SUNAT. Además de ello, se ha negociado tarifas para poder iniciar operaciones brindando la información de la empresa y un proyectado de importaciones al año. De acuerdo a la tabla el agente de aduanas elegido es Palacios & Asociados.

Palacios & Asociados deberá realizar las siguientes funciones:

- Recojo de documentos.
- Recepcionar y revisar documentos de importación.
- Preparar la declaración para Aduanas.
- Ejecutar una buena gestión logística, buscando minimizar costos.
- Pago de gastos vinculados a la importación y derechos de aduanas.
- Desaduanaje y otros procesos que se requieran.
- Transporte interno del puerto o almacén extraportuario al almacén de TRIYUMMY PACK S.A.C.
- Enviar liquidación de los documentos pagados para reembolso.

COSTOS Y TIEMPOS DE LA CADENA DE DISTRIBUCIÓN FÍSICA
INTERNACIONAL DE TRIYUMMY PACK S.A.C

La empresa elegida como proveedor es Weifang Efengda Homeware CO., LTD ubicada en Weifang-Shandong, por lo cual desde ese punto se cuantificará los costos y tiempos hasta el ingreso al almacén de TRIYUMMY PACK S.A.C.

Tabla 54: Cuantificación de tiempos de la cadena DFI de TRIYUMMY PACK S.A.C

ACTIVIDADES	TIEMPO (DÍAS)
Generación y envío de la O/C	2
Aceptación y primer pago	2
Producción	25
Coordinación con agente de carga, ingreso a puerto y segundo pago	7
Tiempo de transito	30
Ingreso al almacén extraportuario y tarjado	4
Nacionalización y levante	3
Retiro del contenedor y devolución	2
TIEMPO TOTAL	75 días

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se puede visualizar que de la cadena completa de DFI se tiene un tiempo aproximado de 75 días, los cuales pueden sufrir variaciones por retrasos en la producción, roleos de naves, requerimientos de Aduanas o por elección de dejar el contenedor hasta el último día libre de sobreestadía con el fin de aprovechar ese tiempo para poder potenciar las ventas.

Tabla 55: Resumen de costos de la cadena DFI de TRIYUMMY PACK S.A.C

Costo FOB del producto (1 contenedor 20 DRY)	\$	12,637.50
Gastos en origen y flete internacional	\$	1,210.00
Seguro de la carga (Mínimo)-Top Cargo	\$	50.00
Gastos locales (VB+ GATE IN+RETIRO)	\$	782.00
Gastos agenciamiento de aduanas (desde numeración hasta entrega en almacén con cuadrilla y resguardo)	\$	456.98
TOTAL	\$	15,136.48

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se puede visualizar los costos vinculados a la compra e importación de los envases compostables en China, estos costos son aproximados, en los siguientes puntos se realizará el costeo exacto.

A manera de resumir todo lo expuesto en este punto del trabajo sobre la cadena de distribución física internacional, a continuación se muestra una figura donde se incluye las etapas y los involucrados de la cadena de importación de TRIYUMMY PACK S.A.C.



Figura 26: Cadena detallada de DFI de TRIYUMMY PACK S.A.C
Fuente: Elaboración propia

4.5. SEGURO DE LAS MERCANCÍAS

El seguro de mercancía es muy importante incluirlo en el proceso de importación para estar cubiertos ante cualquier riesgo o siniestro (robo, pérdida, daño, etc) y de esta forma tener una entidad que asuma este hecho y que pueda reembolsar a la empresa el monto perdido. En ese sentido, se debe de tener en cuenta aseguradoras conocidas que generen confianza y transmitan seguridad y protección, además de complementar su credibilidad con una buena oferta (Franquicia Deducible baja o nula junto con una prima neta baja). Se debe tener en cuenta que las agencias de carga también ofertan cobertura de seguro para embarques puntuales con tarifas competitivas. En el caso de TRIYUMMY PACK S.A.C, se tenía las siguientes propuestas de las agencias de carga:

Tabla 56: Opciones de seguro DOOR to DOOR

	C.H. ROBINSON	TOP CARGO	GDT INTEGRAL
PRIMA DE SEGURO	0.40% sobre el CFR	0.35% sobre el CFR	0.35% sobre el CFR
MINIMO	\$ 55.00	\$ 50.00	\$ 50.00
DEDUCIBLE	SIN DEDUCIBLE	SIN DEDUCIBLE	SIN DEDUCIBLE

Fuente: Cotización a agencias

5. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

5.1. FIJACIÓN DE PRECIOS

TRIYUMMY PACK S.A.C considerará 2 métodos para fijar el precio de venta: método basado en costos y basado en la competencia.

El método basado en los costos considera hallar el costo unitario del producto y aumentarle un margen de ganancia, de este modo obtener el precio que se ofrecerá al mercado. Este método se complementará con el basado en la competencia, es decir, evaluar el precio que ofrece la competencia al mercado. De este modo, combinando ambos métodos obtendremos ganancias sin dejar de lado el brindar un precio competitivo, evitando que los potenciales clientes prefieran a otros proveedores sobre TRIYUMMY PACK S.A.C ya que el precio es uno de los factores determinantes de compra.

5.1.1. COSTOS Y PRECIO

Como se mencionó en el punto anterior, se tomará el precio en el mercado de la competencia por lo cual en la siguiente tabla se expresa los precios en soles por millar (incl. IGV) de 6 empresas que se encuentran dentro del listado de principales importadores de la sub-partida arancelaria 4823.69 de la Tabla 34.

Tabla 57: Precios de venta de los principales competidores

AÑO	RUC	RAZON SOCIAL	PRECIO X MILLAR
2020	20108552841	CORSUN S.A.C.	S/ 675.31
2020	20602242901	QAPAC RUNA E.I.R.L.	S/ 519.20
2020	20553778558	ADVAN SUPPLIES S.A.C.	S/ 610.30
2020	20603621973	ENVASES ECOLOGICOS ECO LOVE PERU S.A.C.	S/ 565.80
2020	20603282389	QAYA ECO S.A.C.	S/ 890.00
2020	20545097231	FACECUPS S.A.C	S/ 579.38

Fuente: Cotización a Proveedores

Respecto a la fijación de precios en base a los costos, se debe detallar todos los costos en los cuales se incurre para poder en base a ello fijar un margen de ganancia y determinar el precio de venta, considerando ello, se debe calcular los costos vinculados a la importación, gastos administrativos, costos fijos y variables, así como los directos e indirectos.

Tabla 58: Costeo de importación en dólares de TRIYUMMY PACK S.A.C

VALOR FOB	\$	12,637.50
FLETE	\$	1,210.00
SEGURO	\$	50.00
VALOR EN ADUANAS CIF	\$	13,897.50
ADV (6%) EXONERADO 4823.69.00.00	\$	-
IGV (16%)	\$	2,223.60
IPM (2%)	\$	277.95
TDA (2.35% *UIT/TC)	\$	-
PERCEPCION ANTICIPADA (3.5%)	\$	573.97
ANTIDUMPING	\$	-
COSTO TRIBUTARIO	\$	-
GASTOS TRIBUTARIOS Y DEMÁS DERECHOS	\$	3,075.52
GASTOS EN ALMACEN	\$	370.00
VISTO BUENO	\$	225.00
GATE IN	\$	187.00
TRANSPORTE INTERNO	\$	209.08
PREVIOS Y AFORO A. ADUANAS	\$	26.88
GASTOS OPERATIVOS A.ADUANAS	\$	44.80
CUSTODIA	\$	32.86
CUADRILLA	\$	53.76
COSTO OPERATIVO LOGISTICO	\$	1,149.38
AGENTE DE ADUANA	\$	89.60
TRANSFERENCIA BANCARIA	\$	78.00
COSTOS DE GESTIÓN OPERATIVO	\$	167.60
COSTO OPERATIVO DE IMPORTACIONES	\$	1,316.98
VALOR DE MERCANCIA IMPORTADA	\$	13,897.50
COSTO DE COMPRA INTERNACIONAL	\$	15,214.48
COSTO TOTAL	\$	15,214.48

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se detalló los costos vinculados a la importación, ya que es la principal actividad del negocio, el costeo inicia desde el precio que nos vende el proveedor del producto en términos FOB, es decir, precio puesto a bordo del buque, los gastos y costos anteriores son asumidos por el proveedor y se encuentran dentro de su precio de venta. La percepción para esta importación es de 3.5% ya que anteriormente se tiene previsto traer una muestra para tener historial de operaciones y que la segunda importación (de mayor monto e importación principal) sea afectada por un porcentaje más bajo.

Seguidamente, en la tabla que se mostrará a continuación es un resumen de los costos fijos que se deben de tener en cuenta para la fijación del precio, dando como resultado un costo fijo total anual de S/ 149,529 que incluye los gastos del personal, materiales indirectos, gastos indirectos, gastos administrativos y gastos de ventas.

Tabla 59: Costo fijo total de TRIYUMMY PACK S.A.C

	TOTAL ANUAL	
GASTOS DEL PERSONAL	S/	93,400.00
MATERIALES INDIRECTOS	S/	547.00
GASTOS INDIRECTOS	S/	34,200.00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/	6,382.00
GASTOS DE VENTAS	S/	15,000.00
COSTO FIJO TOTAL	S/	149,529.00

Fuente: Elaboración propia

Respecto al costo variable, es el costo del producto importado puesto en el almacén, convertido en soles y considerando la cantidad de importaciones anuales (6).

Tabla 60: Costo variable total de TRIYUMMY PACK S.A.C

COSTO DEL PRODUCTO	S/	305,628.47
COSTO VARIABLE TOTAL	S/	305,628.47

Fuente: Elaboración propia

Con el costo fijo y costo variable podemos hallar el costo total anual.

Tabla 61: Costo total de TRIYUMMY PACK S.A.C

	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL
	S/ 149,529.00	S/ 305,628.47	S/ 455,157.47

Fuente: Elaboración propia

A continuación se detalla el costeo por unidad, considerando que se importarán 1,011 millares de envases al año.

Tabla 62: Cálculo del precio de venta de TRIYUMMY PACK S.A.C

COSTO VARIABLE UNITARIO	S/	0.30230
COSTO FIJO UNITARIO	S/	0.14790
COSTO UNITARIO	S/	0.45021
MARGEN DE GANANCIA		15%
VALOR DE VENTA	S/	0.52966
IGV	S/	0.09534
PRECIO DE VENTA	S/	0.62500

Fuente: Elaboración propia

Finalmente, ya que las ventas son en millares, se detalla precio por millar.

Tabla 63: Precio de venta por millar de TRIYUMMY PACK S.A.C

VALOR DE VENTA X MILLAR	S/	529.66
IGV	S/	95.34
PRECIO DE VENTA	S/	625.00

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar el precio se encuentra acorde a lo ofrecido en el mercado que se puede visualizar en el Tabla 56.

5.1.2. COTIZACIÓN INTERNACIONAL

En puntos anteriores se realizó la elección del país proveedor para posteriormente elegir la empresa proveedora. La búsqueda de proveedores se realizó a través de ALIBABA que es un medio más confiable para iniciar operaciones de comercio exterior en comparación de buscar solo por internet sin respaldo de una página. Dicho esto, se realizó la búsqueda, se eligieron 2 potenciales proveedores y bajo una comparación y evaluación se determinó uno. Los potenciales proveedores enviaron sus cotizaciones indicando los principales términos comerciales de la negociación entre ellos se detalla el producto, la cantidad de compra, el precio, el incoterm, el tiempo de entrega y las condiciones de pago. Después de la evaluación se eligió a Weifang Efengda Homeware CO., LTD como proveedor principalmente por el precio, tiempo de entrega y transacciones realizadas a través del portal web.

Tabla 64: Comparativo de cotizaciones de potenciales proveedores

	WEIFANG EFENGDA HOMEWARE CO., LTD	WUXI TOPTEAM CO., LTD.
ORIGEN	Weifang, China	Wuxi, China
PRECIO	\$0.075	\$ 0.0759
TIEMPO DE ENTREGA	25 días	35-45 días
DISTANCIA	30-35 días	30-35 días
TIPO DE EMPRESA	Fabricante mayorista	Fabricante mayorista
FORMA DE PAGO	30% producción, 70% fecha de embarque	30% producción, 70% entrega de carga en puerto
TRANSACCIONES VÍA ALIBABA	30 transacciones	0 transacciones

Fuente: Weifang Efengda Homeware CO., LTD y Wuxi Toptema CO., LTD.



Quotation

April 06, 2020

Wheat Straw 9"x6"x3" Clamshell Capacity: 900ml Weight: 30 g Color: Light brown	Inner pack (pcs/bag): 50pcs/pack, PP bag Number per box: 200 pcs/box (4 packs of 50 pcs) Gross Weight per box: 7 kg Box size: 385x330x255 MM	ORDER QUANTITY	FOB PRICE (USD/PCS)
		1x 20FT 168,500PCS (843 boxes)	\$0.075/pcs
		1x 40HQ 409,000PCS (2045 boxes)	\$0.072/pcs

Payment Terms: T/T 30% to start production, 70% departure date.
 Delivery Time: 25 days after the P.O and first payment.
 Port of Shipment: Qingdao-China



Mr. Simon Lu
 Telf.86-536-8259199
 E-mail: simon@efengda.net
 WEIFANG EFENGDA HOMEWARE CO.,LTD
 No.A2017 Jinrong Street. Weifang, Shandong, China

Figura 27: Cotización de Weifang Efengda Homeware CO., LTD
 Fuente: Weifang Efengda Homeware CO., LTD

5.2. CONTRATO DE COMPRA VENTA INTERNACIONAL Y SUS DOCUMENTOS

El contrato de compra-venta internacional es un acuerdo donde voluntariamente, tanto el comprador (importador) como el vendedor (exportador) ubicados en diferentes países, suscriben para tener a través de un documento formal las obligaciones, responsabilidades y condiciones que se negociaron previamente y que giran alrededor de la transferencia física de una mercancía a otro país a cambio del pago de un precio. Este documento es un aval por si alguna de las partes no cumplen con sus obligaciones, lo cual puede generar el pago de multas.

Tabla 65: Información general para la elaboración del contrato de compra-venta internacional

ASPECTOS DE LA COMPRA-VENTA INTERNACIONAL	INFORMACION
LAS PARTES	Exportador: Weifang Efengda Homeware CO., LTD Importador: Triyummy Pack S.A.C
VIGENCIA DEL CONTRATO	Aplica por embarque. Plazo máximo 1 año, renovable a solicitud de las partes
MERCANCIA	Envases compostables a base de paja de trigo(9x6x3")
CANTIDAD	168,500 unidades por embarque
ENVASE	Bolsas polipropileno
EMBALAJE	Cajas de cartón corrugado
TRANSPORTE	Marítimo
FECHA MAXIMO DE ENTREGA	25 días después de la orden de compra y primer pago
LUGAR DE ENTREGA	Puerto de Qingdao, China
INCOTERM	FOB, INCOTERMS 2020
GASTOS	Por cuenta del importador
TRASMISIÓN DE LOS RIESGOS	Contenedor a bordo del buque elegido por TRIYUMMY PACK S.A.C en el puerto de Qingdao
SEGURO	Por cuenta del importador
MONEDA DE TRANSACCION	Dólares americanos
PRECIO	Precio FOB unitario: \$0.075 Precio FOB total: \$12,637.50
FORMA DE PAGO	30% producción, 70% fecha de embarque
MEDIO DE PAGO	Transferencia bancaria
DOCUMENTACION	Factura comercial, lista de empaque, certificado de origen
LUGAR DE FABRICACION	Weifang, China
ARBITRAJE	Las partes harán sus mayores esfuerzos para encontrar una solución amigable, si no se llega a solucionar se procede con un arbitraje de derecho, de conformidad con los Reglamentos Arbitrales del Centro de Arbitraje de la CCL. Finalmente, se procede con el arbitraje por un Tribunal Arbitral. El lugar de arbitraje será la ciudad de Lima, Perú y en el idioma español.

Fuente: Elaboración propia

En base a la información de la tabla anterior se elabora el contrato que suscribirá TRIYUMMY PACK S.A.C y WEIFANG EFENGDA HOMEWARE CO., LTD.

Tabla 66: Contrato de compra-venta internacional

CONTRATO DE COMPRA-VENTA INTERNACIONAL

Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte: WEIFANG EFENGDA HOMEWARE CO., LTD, empresa constituida bajo las leyes de la República China, debidamente representada por su Simon Lu, con Documento de Identidad N° 13549553(8), domiciliado en su Oficina principal ubicado en No. 2017, Block A, Building 1, Weifang Financial Services district, Kuiwen dist, Weifang, Shandong, China, a quien en adelante se denominará **EL VENDEDOR** y, de otra parte TRIYUMMY PACK S.A.C., inscrito en la Partida N° XXXXXX Del Registro de Personas Jurídicas de la Zona Registral N° XXXXXX, debidamente representado por su Gerente General doña Nicole Alessandra Zamora Arancibia, identificado con DNI N° 77046530, y señalando domicilio el ubicado en Av. Cuba N° 221, distrito de Jesús María, provincia y departamento de Lima, República del Perú, a quien en adelante se denominará **EL COMPRADOR**, que acuerdan en los siguientes términos:

GENERALIDADES

CLAUSULA PRIMERA:

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

En caso de discrepancia entre las presentes Condiciones Generales y cualquier otra condición Específica que se acuerde por las partes en el futuro, prevalecerán las condiciones específicas.

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

- a) La Convención de las Naciones Unidas sobre la Compraventa Internacional de Productos (Convención de Viena de 1980, en adelante referida como CISG, por sus siglas en Ingles) y,
- b) En aquellas situaciones no cubiertas por la CISG, se tomará como referencia la ley del País donde el Vendedor tiene su lugar usual de negocios.

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

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

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

CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

CLAUSULA SEGUNDA:

2.1. Es acordado por las Partes que **EL VENDEDOR** venderá los siguientes productos: Envases compostables a base de paja de trigo (9x6x3”), y **EL COMPRADOR** pagará el precio de dichos productos de conformidad con la cotización.

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

PLAZO DE ENTREGA

CLAUSULA TERCERA:

EL VENDEDOR se compromete a realizar la entrega en el periodo de 25 días luego de recibida la orden de compra debidamente firmada por el comprador y habiendo efectuado el primer pago.

PRECIO

CLAUSULA CUARTA:

Las Partes acuerdan el precio total de \$12,637.50 por el envío de 168,500 unidades por embarque de los productos de conformidad con la carta oferta recibida por **EL COMPRADOR** el 06 de abril 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 Incoterms FOB, versión 2020 ("Free on Board"), por vía marítima.

CONDICIONES DE PAGO

CLAUSULA QUINTA:

Las Partes han acordado que el pago del precio o de cualquier otra suma adeudada por **EL COMPRADOR** al **EL VENDEDOR** deberá realizarse por pago adelantado el TREINTA POR CIENTO (30 %) para poder iniciar la producción, y el restante del SETENTA POR CIENTO (70 %) en la fecha de embarque.

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

BANCO: BANK OF CHINA

N° CUENTA: 418272950453

MONEDA: DOLARES AMERICANOS

N° SWIFT: BKCHCNBJ73A

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 DIEZ POR CIENTO (10 %) 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 han acordado que la compra-venta de este contrato se realizará en FOB Qingdao, Incoterms 2020, donde **EL VENDEDOR** debe asumir las siguientes responsabilidades:

- Preparar adecuadamente la mercancía para el trayecto internacional (Envase: Bolsas polipropileno/ Embalaje: Cajas de cartón corrugado)
- Realizar el llenado del contenedor.
- Efectuar el transporte en origen.
- Realizar y asumir los gastos de los trámites aduaneros en origen.
- Encargarse de toda la gestión necesaria hasta que el contenedor se encuentre a bordo del buque elegido en el puerto de Qingdao.
- Asumir el riesgo sobre la mercancía desde su fábrica hasta que el contenedor es colocado a bordo del buque.
- Enviar con anticipación la factura comercial, lista de empaque y aquellos documentos necesarios para su nacionalización en destino como el certificado de origen. Estos deberán ser enviados primero vía electrónica y posterior a la aprobación, por courier.

RETRASO DE ENVIOS

CLAUSULA NOVENA:

EL COMPRADOR tendrá derecho a reclamar a **EL VENDEDOR** el pago de daños equivalente al 2 % del precio de los productos por cada semana de retraso, a menos que se comuniquen las causas de fuerza mayor por parte del **EL VENDEDOR** a **EL COMPRADOR**.

INCONFORMIDAD CON LOS PRODUCTOS

CLAUSULA DECIMA:

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

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

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

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

- a). Reemplazar los productos por productos sin daños, sin ningún costo adicional para el comprador; o.
- b). Reintegrar a **EL COMPRADOR** el precio pagado por los productos sujetos a inconformidad y sus gastos vinculados de traslado internacional junto con los gastos locales.

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 CONTROVERSIAS

CLAUSULA DECIMO TERCERA:

El presente Contrato se registrará e interpretará de acuerdo con las leyes de la República del Perú.

Las partes acuerdan que cualquier controversia, diferencia o reclamación que se produzca entre ellas relativa a la interpretación, ejecución, resolución, rescisión, eficacia, validez u otro asunto vinculado al presente contrato o por cualquier otro motivo o circunstancia relacionada directa o indirectamente con el presente contrato y con los que por causa de este contrato se celebren, se solucionará siguiendo el procedimiento siguiente:

1. En primer lugar, las partes harán sus mayores esfuerzos para encontrar una solución amigable.
2. En caso de no tener éxito en lograr una solución directa en un plazo no mayor a diez (10) días hábiles, las partes acuerdan expresamente someterse a un arbitraje de derecho, de conformidad con los Reglamentos Arbitrales del Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Lima, a cuyas normas, administración y decisión se someten las partes en forma incondicional.
3. El arbitraje será resuelto por un Tribunal Arbitral conformado por tres (03) árbitros, siendo que cada parte nombrará un (01) árbitro en el plazo de quince (15) días naturales de recibido el requerimiento para que lo haga y los dos (02) árbitros así nombrados, en el plazo de quince (15) días naturales de producida la aceptación del último de ellos, nombrarán al tercero, quien presidirá el Tribunal Arbitral. A falta de acuerdo o en caso de duda, el nombramiento será efectuado, a solicitud de cualquiera de las partes, por el Centro de Arbitraje indicado en el párrafo precedente.

El Laudo Arbitral emitido es vinculante para las partes y pondrá fin al procedimiento de manera definitiva, siendo el laudo inapelable ante el Poder Judicial o ante cualquier instancia administrativa.

El lugar de arbitraje será la ciudad de Lima, República del Perú y se llevará a cabo en el idioma español.

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-Perú, a los 28 días del mes de Agosto 2020.

.....
EL VENDEDOR
WEIFANG EFENGDA HOMEWARE CO., LTD

.....
EL COMPRADOR
TRIYUMMY PACK S.A.C

Fuente: Elaboración propia

Una vez firmado el contrato se colocará la orden de compra donde se detallará los embarques anuales, fecha de entrega y cantidad de compra por cada uno, además de los términos generales de la compra-venta.

5.3. ELECCIÓN Y APLICACIÓN DEL INCOTERM

Los Incoterms o Términos Internacionales de Comercio son normas que regulan las condiciones de entrega de la mercancía con el fin de facilitar las transacciones internacionales ya que estos términos son conocidos a nivel internacional y regulan la forma y lugar de entrega, transferencia de riesgos y responsabilidades, costos y obligaciones. Dicho esto, en la negociación entre WEIFANG EFENGDA HOMEWARE CO., LTD y TRIYUMMY PACK S.A.C se acordó que la compra-venta internacional se daría bajo el incoterm FOB con la versión 2020 (última versión vigente) ya que la mercancía será transportada vía marítima, y nos permite tener mayor control del proceso de la cadena, sobre el flete y costos vinculados.

La venta de envases compostables se dará entonces en término FOB QINGDAO, INCOTERMS 2020, lo que significa que el proveedor entregará la mercancía bajo su responsabilidad a bordo del buque elegido por el comprador en el puerto de Qingdao,

a partir de dicho punto se realiza el traslado de costos, derechos y riesgos a TRIYUMMY PACK S.A.C.

OBLIGACIONES, COSTOS Y RIESGOS ASUMIDOS POR WEIFANG EFENGDA HOMEWARE CO., LTD (VENDEDOR)

- Alertar y entregar la mercancía a bordo del buque indicado convenido.
- Pagar todos los costos hasta que la mercancía se encuentra a bordo del buque, (preparación de la carga, traslado interno, manipulación, carga, descarga, etc) incluyendo el despacho aduanero de exportación en el país de origen. En este punto se hace el traslado de costos y riesgos a TRIYUMMY PACK S.A.C.
- Brindar prueba de entrega de la mercancía en óptimas condiciones y con el correcto embalaje para el trayecto internacional.
- Enviar con anticipación la factura comercial, lista de empaque y aquellos documentos necesarios para su nacionalización en destino como el certificado de origen. Estos deberán ser enviados vía electrónica y por courier.

OBLIGACIONES, COSTOS Y RIESGOS ASUMIDOS POR TRIYUMMY PACK S.A.C (COMPRADOR)

- Pagar el precio de la mercancía según lo negociado.
- Contratar el medio de transporte para el traslado marítimo internacional.
- Recibir la mercancía en conformidad, después de haber sido cargada en el buque convenido.
- Asumir todos los costos y riesgos desde la recepción de la carga como el flete internacional, el seguro internacional (opcional), los costos y gastos en destino así como también el despacho aduanero de importación y traslado al almacén de TRIYUMMY PACK S.A.C.
- Recibir y aceptar los documentos enviados por el vendedor y enviarlos al Agente de Aduanas para la nacionalización de la importación.
- Pagar por servicios o documentos adicionales solicitados al vendedor.

INCOTERM FOB

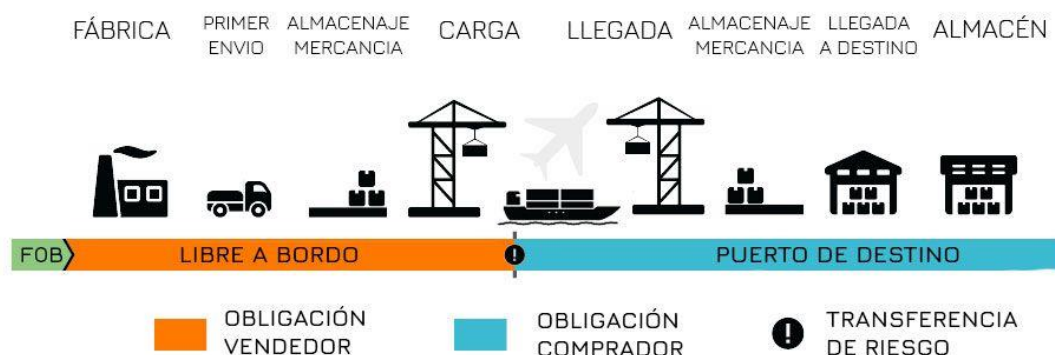


Figura 28: Incoterm FOB 2020
Fuente: Otra Empresa

5.4. DETERMINACIÓN DEL MEDIO DE PAGO Y COBRO

La forma de pago definida con el proveedor es de 30% adelantado, necesaria para que pueda iniciar la producción y posterior a la producción, entrega y teniendo la fecha de embarque definida se procede a efectuar el pago del restante en la fecha de salida de la nave. De esta forma, adicional a la experiencia, comentarios positivos y transacciones expresadas en la página web de ALIBABA, tenemos una manera adicional de asegurarnos, ya que no pagaremos el monto más fuerte sin tener el producto en la nave designada y a cargo del agente de carga designado por TRIYUMMY PACK S.A.C. Esto se acompaña con fotografías del cargue de los productos al contenedor y entrega al puerto, así como también de historial de importaciones de la competencia, donde se observan compras recurrentes a este exportador. De esta forma ha determinado que el medio de pago a utilizar será la transferencia al exterior o transferencia bancaria.

La transferencia al exterior es un medio de pago muy utilizado en el comercio internacional ya que se realiza el pago de forma simple y rápida a proveedores de otros países por un costo bajo, ya que los bancos tanto del comprador como del vendedor se ponen en contacto a través de medios interbancarios electrónicos y así efectúan la transacción internacional de forma transparente, segura y rápida, se puede hacer seguimiento a este proceso para saber el estado real de la transferencia.

Para poder efectuar la transferencia al exterior se necesita tener una cuenta corriente o de ahorros en el banco elegido por TRIYUMMY PACK S.A.C para que pueda ser la cuenta de origen y salida de dinero. Adicional, se debe brindar información general y bancaria del proveedor (beneficiario) quien debe recibir la transferencia. Dentro de la información que se debe proporcionar se encuentra:

- Datos del beneficiario
 - Nombre o Razón social del beneficiario
 - Tipo de cuenta (Regular, IBAN, CABLE)
 - Número de cuenta
 - Dirección
- Datos del banco pagador
 - Nombre del banco beneficiario
 - Tipo de código del banco: SWIFT, ABA o BLZ, entre otros
 - Número de código del banco
 - Dirección, Ciudad o Estado
 - País
- Moneda de la transferencia
- Gastos a asumir
- Referencia de la transferencia
- Si hay banco intermediario, brindar la información completa

Finalmente, se compara dos bancos para elegir el que cobra menor comisión y realizar los pagos a través de este.

Tabla 67: Comparativo de bancos para transferencias al exterior

	BCP	INTERBANK
COMISIÓN PRIMER PAGO	\$ 39.00	\$ 30.00
COMISIÓN SEGUNDO PAGO	\$ 39.00	\$ 41.00
SWIFT		\$ 25.00
TOTAL	\$ 78.00	\$ 96.00

Fuente: BCP e INTERBANK

De acuerdo a la tabla anterior, las transferencias al exterior se trabajarán mediante el BCP (Banco de Crédito del Perú) ya que por montos menores a \$10,000 no cobra por envío de SWIFT. Asimismo, cabe mencionar que no se asumirán GASTOS OUR, es decir, se trabajará asumiendo GASTOS SHA, donde cada parte paga sus gastos bancarios.

5.5. ELECCIÓN DEL RÉGIMEN DE IMPORTACIÓN

Dentro de los regímenes de ingreso de mercancías se encuentra el régimen de importación para el consumo, admisión temporal para el perfeccionamiento del activo, admisión temporal para la reexportación en el mismo estado y el de depósito aduanero. TRIYUMMY PACK S.A.C eligió el régimen de importación para el consumo ya que lo importado no retornará al extranjero, se venderá dentro del territorio peruano en el más breve plazo posible.

El régimen de importación para el consumo permite el ingreso de mercadería al territorio aduanero para su consumo luego del pago o garantía, según corresponda, de los derechos arancelarios y demás impuestos aplicables, así como el pago de recargos y multas que pudieran haberse generado y del cumplimiento de las formalidades y otras obligaciones aduaneras (SUNAT, 2014). De este modo, podemos disponer del producto de manera legal para su comercialización.

A partir del 1 de Julio del 2020 la modalidad de despacho anticipado es obligatoria para el régimen de importación para el consumo, con ciertas excepciones, no obstante impacta a TRIYUMMY PACK S.A.C ya que debe declarar ante SUNAT la importación antes de la llegada de la nave para no caer en una infracción. La sanción por no destinar la mercancía a la modalidad de despacho anticipado, es decir, por destinar a despacho diferido es de 0.2 de la UIT, sin embargo, si la multa se paga antes de cualquier requerimiento o notificación de la Administración Aduanera la sanción se convierte en 0.1 de la UIT.

Los documentos que TRIYUMMY PACK S.A.C debe presentar para la declaración ante Aduanas son:

- Fotocopia autenticada del documento de transporte.
- Fotocopia autenticada de la factura o su equivalente.
- Fotocopia simple del comprobante de pago.
- Fotocopia autenticada del seguro de transporte.
- Fotocopia autenticada del certificado de origen, cuando corresponda.
- Documentos adicionales que la Autoridad Aduanera puede solicitar como: lista de empaque, cartas aclaratorias, volante, contratos, documentos bancarios, entre otros.

El producto importado por TRIYUMMY PACK S.A.C no es prohibido ni restringido por lo cual no requiere de autorizaciones o permisos para su ingreso.

En la importación para el consumo existen 3 canales de control a los cuales puede ser asignado el despacho de importación y se basa en la gestión de riesgos. Este canal se muestra cuando se realiza el pago o garantía de la deuda tributaria aduanera y cuando la declaración se encuentra relacionada al manifiesto de carga. Los canales de control son:

- Canal verde: La mercancía no requiere revisión física ni documentaria y es de libre disposición.
- Canal naranja: La mercancía requiere de revisión documentaria.
- Canal rojo: La mercancía requiere reconocimiento físico.

Para iniciar sus operaciones de comercio exterior, TRIYUMMY PACK S.A.C tendrá que tramitar el mandato electrónico a través de la plataforma de SUNAT de Operaciones en Línea y usando su número de RUC y Clave SOL, es un proceso sencillo donde autoriza o encomiendas al agente de aduanas designado, en este caso Palacios & Asociados, para que pueda gestionar el despacho de importación sin realizar el endose físico de los documentos ni tramitar poderes notariales.

Finalmente, cabe resaltar que Palacios & Asociados son agentes con certificación OEA (Operador Económico Autorizado), es decir, es un operador de confianza para la SUNAT lo cual permite simplificar sus controles y trámites.

5.6. GESTIÓN ADUANERA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

La primera importación regular (después de la importación de la muestra) se acoge al régimen de importación para el consumo, por ello se debe declarar con la modalidad de despacho anticipado y otorgar el mandato electrónico al agente elegido, en este caso Palacios & Asociados, para no incurrir en una infracción.

El proceso inicia cuando la nave zarpe del puerto de China, ya que tendremos los documentos finales de forma digital (factura comercial, lista de empaque, certificado de origen, documento de embarque, póliza de seguro), más la traducción de factura (detalle de nombre en español del producto, marca, modelo, uso o función, país de origen, entre otros del producto a importar) y el aviso de llegada, el agente puede clasificar la mercancía e ir avanzando con la declaración a la SUNAT antes de la llegada de la nave al puerto del Callao. El agente de aduanas para obtener canal de control debe transmitir la información complementaria y su respectiva validación, así como también realizar la cancelación de la deuda tributaria aduanera y la liquidación de cobranza complementaria por percepción del IGV. La cancelación de esta deuda puede ser en efectivo, cheque en las oficinas bancarias autorizadas o mediante pago electrónico, desde el día que se numera la DUA (Declaración Única de Aduanas) hasta la fecha del término de la descarga, desde el día calendario siguiente de la fecha de término de la descarga, se liquidan los intereses moratorios por día calendario hasta la fecha de pago inclusive, exceptuando la percepción del IGV. Como se mencionó en el punto anterior, la asignación de canal está en base a una gestión de riesgos, y al ser importadores nuevos nuestra importación estará sujeta a canal rojo, es decir, realizarán reconocimiento físico al contenedor arribado y revisión a la documentación original enviada por el proveedor vía courier.

El proceso con la SUNAT ya se encontrará avanzado cuando la nave llegue al puerto del Callao, se descargue e ingrese al depósito temporal, procedería que el agente de aduanas realice el pago al agente de carga de los costos detallados en el aviso de llegada a nombre del importador para poder efectuar el recojo de los documentos, gestionar los vistos buenos y paralelamente revisar el tema del reconocimiento físico derivado del canal de control, el cual debe ser programado con anticipación. Cabe mencionar que no se está realizando SADA (Sistema Anticipado de Despacho

Aduanero) descarga directa sino en su lugar SADA punto de llegada ya que se busca aprovechar los días libres de almacenaje y sobre-estadía del contenedor para poder potenciar las ventas en dicho plazo y así el ingreso al almacén sea de menor nivel. Para siguientes importaciones se evaluará el manejar SADA descarga directa dependiendo de la urgencia.

El aforo físico implica aperturar el contenedor por el personal asignado por la SUNAT y hacer una revisión exhaustiva de lo importado, de no obtener observaciones por parte del funcionario aduanero, procederá a otorgar el levante de la carga y ponerla a disposición del importador (TRIYUMMY PACK S.A.C) para poder efectuar el retiro. En caso que el funcionario tenga observaciones y solicite información adicional, esta debe ser presentada para sustentar que lo declarado se encuentra conforme con lo recibido físicamente y documentariamente.

Al obtener levante de la carga y tener la necesidad de proceder con el retiro, se coordina con el agente de aduanas para que pueda efectuar el pago al almacén de los gastos vinculados y coordine con su transporte para que proceda con el recojo de la carga y entrega en el almacén de TRIYUMMY PACK S.A.C, junto con la custodia y cuadrilla. Al finalizar la descarga, se debe coordinar con el almacén de recepción de vacíos la entrega del contenedor.

La numeración del despacho bajo modalidad SADA está sujeta a regularización, es decir, el despachador de aduana debe de transmitir la actualización de los pesos de acuerdo a la nota de tarja, donde se expresa el peso y bultos recibidos; para ello se tiene un plazo de quince hábiles contados a partir del día siguiente del término de descarga.

En este punto se los pagos relacionados son:

- Advalorem: 0% (liberación arancelaria)
- Impuesto general a las ventas: 16% (sobre el valor en Aduanas)
- Impuesto de Promoción municipal: 2% (sobre el valor en Aduanas)
- Percepción: 3.5%

- Comisión del Agente de Aduanas por el servicio de nacionalización de mercancía (Aplica valor mínimo)
- Gastos operativos al Agente de Aduanas
- Gastos en almacén TPP
- Vistos buenos
- Gate in: Devolución del vacío
- Aforo al Agente de Aduanas, si el canal es rojo
- Transporte interno para traslado del contenedor al almacén de la empresa y devolución del contenedor
- Custodia para acompañar al contenedor y tener mayor seguridad
- Cuadrilla para ayudar con la descarga del contenedor en el almacén de la empresa

Adicionalmente, se mencionó en puntos anteriores el agente de aduanas elegido posee la certificación OEA lo cual genera ventajas al propio agente como a sus clientes. Dentro de sus ventajas se encuentran (SUNAT, 2017):

- Disminución del control aduanero en despachos de importación y exportación
- Atención preferente en trámites aduaneros (expedientes de reclamación, devolución, regularización de despachos de exportación, otros)
- Reducción de plazos en trámites aduaneros (rectificación en DAM de exportación e importación, acciones de control extraordinario)
- Actuación directa de exportadores e importadores como despachadores de aduana, exonerada del pago de garantía para operar.
- Garantía nominal para el requerimiento previsto en el artículo 160° para despachos de importación.
- Acceso a las facilidades previstas en los acuerdos de reconocimiento mutuo.
- Asignación de un sectorista para orientación y asistencia especializada en los procedimientos vinculados al Programa OEA a nivel nacional.

Se debe tener en cuenta que como nueva empresa TRIYUMMY PACK S.A.C no puede certificarse como OEA ya que no cumpliría con todos los requisitos no obstante al tener como “aliado” a un agente de aduanas certificado, indirectamente

puede acceder a ciertos beneficios como la atención preferente y facilidades aduaneras lo cual puede generar agilización de procesos y menos tiempos muertos en la cadena logística. Ello, básicamente porque el agente de aduanas forma parte de una red de operadores de confianza para la Aduana peruana por cumplir con requisitos que garantizan la seguridad en los procesos y operaciones al interior de las organizaciones.

Cabe precisar que los importadores, exportadores, agentes de aduana y almacenes autorizados pueden ser OEA pero hasta el momento es gratuita mas no obligatoria, por ello va a depender de cada empresa y las oportunidades comerciales que le generan tener esta certificación.

5.7. GESTIÓN DE LAS OPERACIONES DE IMPORTACIÓN: FLUJO GRAMA

En el siguiente flujograma se resume los procesos inmersos en la importación de los envases compostables desde la solicitud de cotización hasta el ingreso del producto al almacén de TRIYUMMY PACK S.A.C.

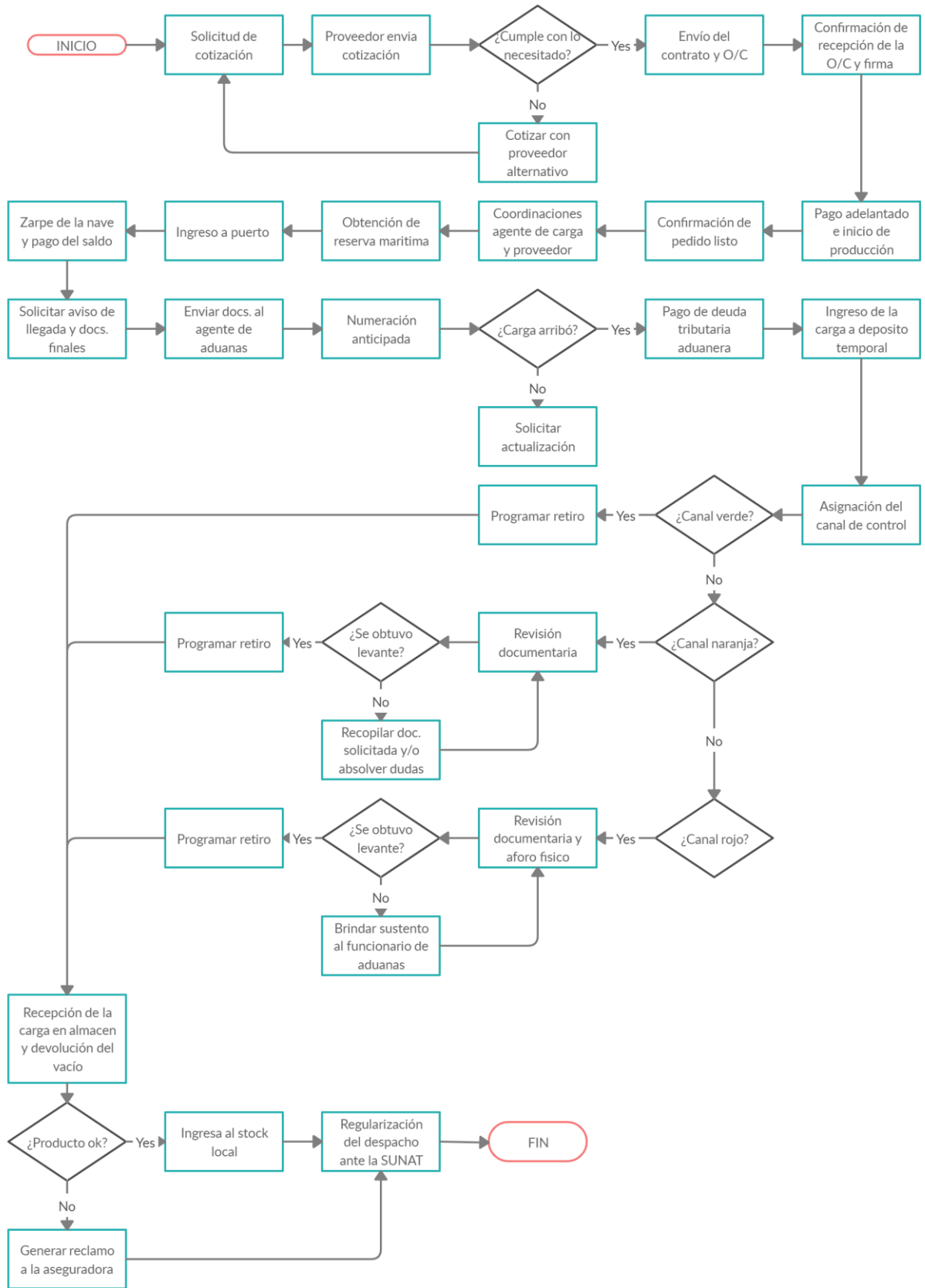


Figura 29: Flujograma de las operaciones de importación
 Fuente: Elaboración propia

5.8. GESTIÓN DE LAS OPERACIONES DE PRODUCCIÓN DEL BIEN O SERVICIO A EJECUTAR: FLUJO GRAMA

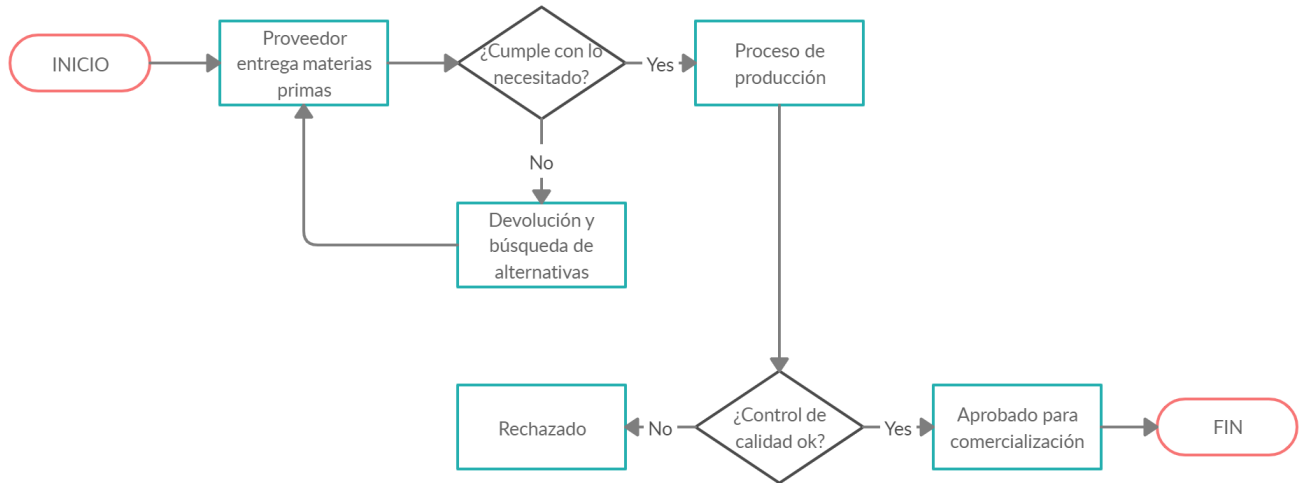


Figura 30: Flujograma de operaciones de producción
Fuente: Elaboración propia

6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

6.1 INVERSIÓN FIJA

La inversión fija es aquella que forma parte indispensable para el desarrollo del proyecto pero no forma parte directamente de la producción, y está conformada por bienes (tangibles) y servicios (intangibles).

6.1.1. ACTIVOS TANGIBLES

Los activos tangibles forman parte de la inversión en bienes palpables que ayudan a cumplir los objetivos de la empresa.

Tabla 68: Activos fijos tangibles

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
EQUIPOS O ARTEFACTOS			
COMPUTADORA	5.00	S/ 1,600.00	S/ 8,000.00
IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	1.00	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00
VENTILADOR	2.00	S/ 200.00	S/ 400.00
MICROONDAS	1.00	S/ 250.00	S/ 250.00
HERVIDOR	1.00	S/ 100.00	S/ 100.00
MUEBLES			
SILLA GIRATORIA	6.00	S/ 100.00	S/ 600.00
ESCRITORIO	5.00	S/ 200.00	S/ 1,000.00
MUEBLE DE ESPERA	1.00	S/ 600.00	S/ 600.00
ESTANTE DE MADERA	2.00	S/ 200.00	S/ 400.00
MESAS (DE REUNION/COMEDOR)	2.00	S/ 320.00	S/ 640.00
TOTAL	26.00	S/ 4,770.00	S/ 13,190.00

Fuente: Elaboración propia

TRIYUMMY PACK S.A.C en total invertirá en activos tangibles un total de S/ 13,190. Para determinar la cantidad de bienes a adquirir se tuvo en cuenta el tamaño de la empresa y la cantidad necesaria de equipos y muebles necesarios para iniciar las actividades logrando un ambiente adecuado para lograr un buen desempeño.

6.1.2. ACTIVOS INTANGIBLES

Los activos intangibles forman parte de la inversión en bienes o servicios que no tienen existencia física, pero que son necesarios para el desarrollo de las actividades.

Tabla 69: Activos fijos intangibles

DETALLE	COSTO TOTAL	
CONSTITUCION DE LA EMPRESA	S/	839.05
LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	S/	156.70
DEFENSA CIVIL	S/	50.00
REGISTRO INDECOPI	S/	597.70
DISEÑO DE PAGINA WEB	S/	1,400.00
TOTAL	S/	3,043.45

Fuente: Elaboración propia

TRIYUMMY PACK S.A.C en total invertirá en activos intangibles un total de S/ 3,043.45 derivados principalmente del pago de las actividades relacionadas a la creación de la empresa y marca, así como de portal web que será esencial para tener presencia en el mundo digital.

6.2. CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo es la capacidad que tiene la empresa para poder realizar sus actividades con normalidad en el corto plazo, está vinculado a los recursos financieros que dispone para seguir operando, principalmente cuando se aplaza las ventas y no se tiene ingresos para cubrir los gastos. En ese sentido, en la siguiente tabla se presenta aquellos gastos o egresos de dinero que la empresa incurrirá en los primeros 3 meses de existencia, que son los meses más críticos ya que recién se ingresa al mercado y existe la posibilidad de no tener ingresos suficientes para poder soportar los egresos.

Tabla 70: Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO						
CONCEPTO	COSTO UNITARIO		COSTO MENSUAL		COSTO TRIMESTRAL	
1. EXISTENCIAS						
1.1 UTILES DE LIMPIEZA						
RECOGEDOR	S/	8.00	S/	8.00	S/	8.00
ESCOBA	S/	11.00	S/	11.00	S/	11.00
JABÓN LIQUIDO	S/	12.00	S/	12.00	S/	36.00
PAÑOS	S/	6.00	S/	18.00	S/	18.00
DESINFECTANTE	S/	18.00	S/	18.00	S/	54.00
PAPEL HIGIENICO JUMBO	S/	11.00	S/	11.00	S/	33.00
1.2 UTILES DE OFICINA						
HOJAS BOND (MILLAR)	S/	20.00	S/	20.00	S/	20.00

ARCHIVADOR	S/	5.00	S/	75.00	S/	5.00
LAPICEROS (CAJA X 50)	S/	22.00	S/	22.00	S/	22.00
LÁPICES (CAJA X 12)	S/	4.50	S/	9.00	S/	9.00
TAJADORES	S/	1.50	S/	7.50	S/	7.50
BORRADOR	S/	1.00	S/	5.00	S/	5.00
TAMPON	S/	3.00	S/	9.00	S/	9.00
TINTA PARA TAMPON	S/	3.00	S/	6.00	S/	6.00
SELLO	S/	22.00	S/	66.00	S/	66.00
PERFORADOR	S/	10.00	S/	50.00	S/	50.00
ENGRAPADOR	S/	8.00	S/	40.00	S/	40.00
GRAPAS	S/	3.00	S/	3.00	S/	3.00
2.1 GASTOS DEL PERSONAL			S/	6,900.00	S/	20,700.00
GERENTE GENERAL	S/	2,400.00	S/	2,400.00	S/	7,200.00
ASISTENTE MKT Y REDES	S/	1,500.00	S/	1,500.00	S/	4,500.00
VENDEDOR	S/	1,000.00	S/	1,000.00	S/	3,000.00
ASISTENTE LOGISTICA Y COMEX	S/	1,500.00	S/	1,500.00	S/	4,500.00
ASESOR CONTABLE	S/	500.00	S/	500.00	S/	1,500.00
2.2 GASTOS INDIRECTOS			S/	2,850.00	S/	8,550.00
PAGO DE ALQUILER DE LOCAL	S/	2,500.00	S/	2,500.00	S/	7,500.00
SERVICIOS (LUZ,AGUA,TELEFONO E INTERNET)	S/	350.00	S/	350.00	S/	1,050.00
2.3 COSTO DE PRODUCTO			S/	50,938.08	S/	101,876.16
COSTO DE PRODUCTO	S/	0.3023	S/	50,938.08	S/	101,876.16
2.4 GASTOS DE VENTAS			S/	7,575.00	S/	8,925.00
PAGINA WEB	S/	400.00	S/	400.00	S/	400.00
ESPACIO EN LA FERIA (STAND)	S/	3,500.00	S/	3,500.00	S/	3,500.00
DECORACIÓN DEL STAND	S/	1,500.00	S/	1,500.00	S/	1,500.00
MOVILIDAD	S/	250.00	S/	250.00	S/	750.00
ALIMENTACIÓN	S/	125.00	S/	125.00	S/	375.00
MERCHANDISING (FOLLETOS, TARJETAS)	S/	1,500.00	S/	1,500.00	S/	1,500.00
GOOGLE ADWORDS	S/	200.00	S/	200.00	S/	600.00
FANPAGE FACEBOOK	S/	100.00	S/	100.00	S/	300.00
2.5 IMPREVISTOS			S/	6,000.00	S/	6,000.00
CAJA			S/	6,000.00	S/	6,000.00
3. EXIGIBLE			S/	2,500.00	S/	2,500.00
GARANTIA DE ALQUILER DE LOCAL	S/2,500.00		S/	2,500.00	S/	2,500.00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			S/	77,153.58	S/	149,023.66

Fuente: Elaboración propia

6.3. INVERSIÓN TOTAL

La inversión total es aquel monto que considera tanto la inversión fija como el capital de trabajo, y es necesaria para iniciar las actividades de la empresa. La inversión se puede cubrir con el aporte propio de los socios o un préstamo.

Tabla 71: Inversión total

INVERSIONES	MONTO	
1. INVERSION FIJA	S/	16,233.45
INVERSIÓN FIJA TANGIBLE	S/	13,190.00
INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE	S/	3,043.45
2. CAPITAL DE TRABAJO	S/	149,023.66
INVERSIÓN TOTAL	S/	165,257.11

Fuente: Elaboración propia

TRIYUMMY PACK S.A.C en total debe invertir S/ 165,257.11 para comenzar con sus operaciones, incluye la inversión de activos y capital de trabajo necesario para cubrir el primer trimestre.

6.4. ESTRUCTURA DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

Considerando el monto total que se requiere invertir, se ha considerado la siguiente estructura de financiamiento.

Tabla 72: Estructura de financiamiento

FUENTE DE FINANCIAMIENTO	INVERSIÓN		ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO
APORTE SOCIOS	S/	85,103.11	51.50%
PRESTAMO/DEUDA	S/	80,154.00	48.50%
TOTAL	S/	165,257.11	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar, el capital propio será del 51.50% mientras que la diferencia se financiará a través de un préstamo bancario.

6.5. FUENTES FINANCIERAS Y CONDICIONES DE CRÉDITO

La determinación de la entidad financiera con la cual se tramitará el financiamiento ha sido evaluada en base a la tasa de interés a pagar. En primer lugar se evaluó el préstamo como empresa, donde facilitan recursos económicos para el capital de trabajo. A continuación se muestra las tasas que brindaron las entidades.

Tabla 73: Comparativo de préstamos de capital de trabajo

	CREDISCOTIA		CAJA CENTRO		PRESTAMYPE		SCOTIABANK	
TIPO	FINANCIERA		CAJA		FINANCIERA		BANCO	
MONTO SOLICITADO	S/	80,154.00	S/	80,154.00	S/	80,154.00	S/	80,154.00
PERIODO	24 meses		36 meses		36 meses		36 meses	
TASA EFECTIVA ANUAL (TEA)	30.00%		39.41%		31.00%		25.00%	
TASA EFECTIVA MENSUAL (TEM)	2.21%		2.81%		2.28%		1.88%	
TASA DE COSTO EFECTIVA ANUAL (TCEA)	31.50%		40.38%		32.74%		26.17%	

Fuente: Crediscotia, Caja Centro, Prestamype y Scotiabank

La TCEA es aquella que cubre todo lo que cuesta solicitar un crédito, es decir, incluye la TEA, comisiones y gastos vinculados. En la tabla se puede visualizar que SCOTIABANK ofrece la tasa menor con una TEA de 25% y una TCEA de 26.17%.

Por otro lado, también se evaluó solicitar el préstamo como personal natural ya que piden menos requisitos documentarios y el socio mayoritario posee historial crediticio con amplia línea de crédito; mientras que como empresa, al ser nueva piden mayores garantías o por el contrario la tasa se eleva para compensar el “riesgo” de otorgar el préstamo a una empresa que inicia operaciones. De acuerdo a lo mencionado, en la siguiente tabla se muestra las tasas ofertadas por las entidades financieras.

Tabla 74: Comparativo de préstamos personales

	CAJA METROPOLITANA		INTERBANK		PICHINCHA		SCOTIABANK	
TIPO	CAJA		BANCO		BANCO		BANCO	
MONTO SOLICITADO	S/	80,154.00	S/	80,154.00	S/	80,154.00	S/	80,154.00
PERIODO	24 meses		36 meses		36 meses		36 meses	
TASA EFECTIVA ANUAL (TEA)	26.00%		24.00%		34.00%		14.00%	
TASA EFECTIVA MENSUAL (TEM)	1.95%		1.81%		2.47%		1.10%	
TASA DE COSTO EFECTIVA ANUAL (TCEA)	26.85%		25.77%		38.24%		17.29%	

Fuente: Caja Metropolitana, Interbank, Pichincha y Scotiabank

Como se puede observar, en términos generales las tasas para préstamos personales son más competitivas que las otorgadas como empresa. En ese sentido, se procederá

con SCOTIABANK que ofrece la mejor tasa para este préstamo personal de libre disponibilidad con una TEA de 14% y una TCEA de 17.29%.

Tabla 75: Flujo de caja de deuda

PERIODO	AMORTIZACIÓN	INTERES	CUOTA	SALDO
0				S/80,154.00
1	S/1,827.45	S/880.00	S/2,707.45	S/78,326.55
2	S/1,847.52	S/859.94	S/2,707.45	S/76,479.03
3	S/1,867.80	S/839.65	S/2,707.45	S/74,611.23
4	S/1,888.31	S/819.15	S/2,707.45	S/72,722.93
5	S/1,909.04	S/798.41	S/2,707.45	S/70,813.89
6	S/1,930.00	S/777.46	S/2,707.45	S/68,883.89
7	S/1,951.19	S/756.27	S/2,707.45	S/66,932.71
8	S/1,972.61	S/734.84	S/2,707.45	S/64,960.10
9	S/1,994.26	S/713.19	S/2,707.45	S/62,965.83
10	S/2,016.16	S/691.29	S/2,707.45	S/60,949.68
11	S/2,038.29	S/669.16	S/2,707.45	S/58,911.38
12	S/2,060.67	S/646.78	S/2,707.45	S/56,850.71
13	S/2,083.30	S/624.16	S/2,707.45	S/54,767.41
14	S/2,106.17	S/601.28	S/2,707.45	S/52,661.24
15	S/2,129.29	S/578.16	S/2,707.45	S/50,531.95
16	S/2,152.67	S/554.78	S/2,707.45	S/48,379.28
17	S/2,176.30	S/531.15	S/2,707.45	S/46,202.98
18	S/2,200.20	S/507.26	S/2,707.45	S/44,002.79
19	S/2,224.35	S/483.10	S/2,707.45	S/41,778.43
20	S/2,248.77	S/458.68	S/2,707.45	S/39,529.66
21	S/2,273.46	S/433.99	S/2,707.45	S/37,256.20
22	S/2,298.42	S/409.03	S/2,707.45	S/34,957.78
23	S/2,323.66	S/383.80	S/2,707.45	S/32,634.12
24	S/2,349.17	S/358.29	S/2,707.45	S/30,284.96
25	S/2,374.96	S/332.49	S/2,707.45	S/27,910.00
26	S/2,401.03	S/306.42	S/2,707.45	S/25,508.97
27	S/2,427.39	S/280.06	S/2,707.45	S/23,081.58
28	S/2,454.04	S/253.41	S/2,707.45	S/20,627.53
29	S/2,480.99	S/226.47	S/2,707.45	S/18,146.55
30	S/2,508.22	S/199.23	S/2,707.45	S/15,638.32
31	S/2,535.76	S/171.69	S/2,707.45	S/13,102.56
32	S/2,563.60	S/143.85	S/2,707.45	S/10,538.96
33	S/2,591.75	S/115.71	S/2,707.45	S/ 7,947.22
34	S/2,620.20	S/ 87.25	S/2,707.45	S/ 5,327.02
35	S/2,648.97	S/ 58.48	S/2,707.45	S/ 2,678.05
36	S/2,678.05	S/ 29.40	S/2,707.45	S/ 0.00
TOTAL	S/80,154.00	S/17,314.26	S/97,468.26	

Fuente: Scotiabank

En la tabla anterior se detalla el flujo de caja de la deuda, donde se muestra la cuota, la amortización y el interés mensual. También se puede observar que en total por el préstamo solicitado se pagará S/ 97,468.26.

6.6. PRESUPUESTO DE COSTOS

COSTOS DIRECTOS

El costo directo es aquel costo que la empresa incurrirá ya que está directamente vinculado con producción y/o comercialización de los bienes. En ese sentido, TRIYUMMY PACK S.A.C importará y comercializará envases compostables por lo cual, los costos directos son los costos vinculados a la importación.

Tabla 76: Costo de importación

VALOR FOB	\$	12,637.50
FLETE	\$	1,210.00
SEGURO	\$	50.00
VALOR EN ADUANAS CIF	\$	13,897.50
ADV (6%) EXONERADO 4823.69.00.00	\$	-
IGV (16%)	\$	2,223.60
IPM (2%)	\$	277.95
TDA (2.35% *UIT/TC)	\$	-
PERCEPCION ANTICIPADA (3.5%)	\$	573.97
ANTIDUMPING	\$	-
COSTO TRIBUTARIO	\$	-
GASTOS TRIBUTARIOS Y DEMÁS DERECHOS	\$	3,075.52
GASTOS EN ALMACEN	\$	370.00
VISTO BUENO	\$	225.00
GATE IN	\$	187.00
TRANSPORTE INTERNO	\$	209.08
PREVIOS Y AFORO A. ADUANAS	\$	26.88
GASTOS OPERATIVOS A.ADUANAS	\$	44.80
CUSTODIA	\$	32.86
CUADRILLA	\$	53.76
COSTO OPERATIVO LOGISTICO	\$	1,149.38
AGENTE DE ADUANA	\$	89.60
TRANSFERENCIA BANCARIA	\$	78.00
COSTOS DE GESTIÓN OPERATIVO	\$	167.60
COSTO OPERATIVO DE IMPORTACIONES	\$	1,316.98
VALOR DE MERCANCIA IMPORTADA	\$	13,897.50

COSTO DE COMPRA INTERNACIONAL	\$	15,214.48
COSTO TOTAL	\$	15,214.48
UNIDADES IMPORTADAS		168,500
COSTO UNITARIO POR ENVASE	\$	0.0903

Fuente: Elaboración propia

A continuación se muestra un cuadro en moneda nacional ya que el costeo y las ventas se harán en soles.

Tabla 77: Presupuesto de costos de producto

	COSTO UNITARIO		UNIDADES	COSTO POR IMPORTACION		COSTO ANUAL
COSTO DEL ENVASE	S/	0.3023	168,500	S/	50,938.08	S/ 305,628.47

Fuente: Elaboración propia

El costo por cada importación da un total de S/ 50,938.08 lo que da un total anual de S/ 305,628.47 considerando las 6 importaciones por año.

COSTOS INDIRECTOS

Los costos indirectos son aquellos que no están directamente relacionados a la producción o actividad principal del negocio, es decir, son aquellos que incurre la empresa en el ejercicio de su actividad. Dentro de estos costos tenemos:

Gastos del personal: Son básicamente los sueldos de los trabajadores junto con sus beneficios laborales.

Tabla 78: Presupuesto de gastos de personal

CARGO	PERSO NAL	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	VACACION ES	SIS	PAGO TOTAL ANUAL
GERENTE GENERAL	1	S/ 2,400.00	S/ 28,800.00	S/ 1,200.00	S/180.00	S/ 30,180.00
ASISTENTE MKT Y REDES	1	S/ 1,500.00	S/ 18,000.00	S/ 750.00	S/180.00	S/ 18,930.00
VENDEDOR	2	S/ 1,000.00	S/ 24,000.00	S/ 1,000.00	S/360.00	S/ 25,360.00
ASISTENTE LOGISTICA Y COMEX	1	S/ 1,500.00	S/ 18,000.00	S/ 750.00	S/180.00	S/ 18,930.00
TOTAL	5		S/ 88,800.00	S/ 3,700.00	S/900.00	S/ 93,400.00

Fuente: Elaboración propia

Materiales indirectos: Aquellos materiales necesarios para mantener el aseo en la oficina.

Tabla 79: Presupuesto de materiales indirectos

MATERIALES DE LIMPIEZA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO		COSTO MENSUAL		COSTO ANUAL	
RECOGEDOR	1.00	S/	8.00	S/	8.00	S/	8.00
ESCOBA	1.00	S/	11.00	S/	11.00	S/	11.00
JABÓN LIQUIDO	1.00	S/	12.00	S/	12.00	S/	144.00
PAÑOS	3.00	S/	6.00	S/	18.00	S/	36.00
DESINFECTANTE	1.00	S/	18.00	S/	18.00	S/	216.00
PAPEL HIGIENICO JUMBO	1.00	S/	11.00	S/	11.00	S/	132.00
TOTAL				S/	78.00	S/	547.00

Fuente: Elaboración propia

Gastos fijos: Aquellos gastos que se pagan mensualmente y no varían.

Tabla 80: Presupuesto de gastos fijos

DESCRIPCION	MENSUAL		ANUAL	
PAGO DE ALQUILER DE LOCAL	S/	2,500.00	S/	30,000.00
SERVICIOS (LUZ,AGUA,TELEFONO E INTERNET)	S/	350.00	S/	4,200.00
TOTAL	S/	2,850.00	S/	34,200.00

Fuente: Elaboración propia

Gastos administrativos: Son los gastos que se incurren por tener materiales de oficina para el desarrollo de la actividad. Dentro de este punto también se considera al asesor contable.

Tabla 81: Presupuesto de gastos administrativos

MATERIAL DE OFICINA Y ASESORIA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO		COSTO MENSUAL		COSTO ANUAL	
HOJAS BOND (MILLAR)	1.00	S/	20.00	S/	20.00	S/	40.00
ARCHIVADOR	15.00	S/	5.00	S/	75.00	S/	75.00
LAPICEROS (CAJA X 50)	1.00	S/	22.00	S/	22.00	S/	44.00
LÁPICES (CAJA X 12)	2.00	S/	4.50	S/	9.00	S/	18.00
TAJADORES	5.00	S/	1.50	S/	7.50	S/	15.00
BORRADOR	5.00	S/	1.00	S/	5.00	S/	10.00
TAMPON	3.00	S/	3.00	S/	9.00	S/	9.00
TINTA PARA TAMPON	2.00	S/	3.00	S/	6.00	S/	6.00
SELLO	3.00	S/	22.00	S/	66.00	S/	66.00
PERFORADOR	5.00	S/	10.00	S/	50.00	S/	50.00
ENGRAPADOR	5.00	S/	8.00	S/	40.00	S/	40.00

GRAPAS	1.00	S/	3.00	S/	3.00	S/	9.00
ASESOR CONTABLE	1.00	S/	500.00	S/	500.00	S/	6,000.00
TOTAL				S/	812.50	S/	6,382.00

Fuente: Elaboración propia

Gastos de ventas: Son los gastos derivados de las actividades de promoción y ventas.

Tabla 82: Presupuesto de gastos de ventas

DESCRIPCION	TOTAL ANUAL
PAGINA WEB	S/ 400.00
ESPACIO EN LA FERIA (STAND)	S/ 3,500.00
DECORACIÓN DEL STAND	S/ 1,500.00
MOVILIDAD	S/ 3,000.00
ALIMENTACIÓN	S/ 1,500.00
MERCHANDISING (FOLLETOS, TARJETAS)	S/ 1,500.00
GOOGLE ADWORDS	S/ 2,400.00
FANPAGE FACEBOOK	S/ 1,200.00
TOTAL	S/ 15,000.00

Fuente: Elaboración propia

A modo de resumen, se detalla el total anual de los costos indirectos en la siguiente tabla.

Tabla 83: Presupuesto total de costos indirectos

	TOTAL ANUAL
GASTOS DEL PERSONAL	S/ 93,400.00
MATERIALES INDIRECTOS	S/ 547.00
GASTOS INDIRECTOS	S/ 34,200.00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/ 6,382.00
GASTOS DE VENTAS	S/ 15,000.00
COSTO FIJO TOTAL	S/ 149,529.00

Fuente: Elaboración propia

6.7. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio expresa el nivel de ventas que se debe alcanzar para lograr cubrir sus costos, es decir, es el punto donde los ingresos se igualan a los costos y no existe ganancia. En ese sentido, a continuación se hallará dicho punto tanto en unidades como en dinero.

Tabla 84: Costos totales

COSTO VARIABLE TOTAL	S/	305,628.47
COSTO FIJO TOTAL	S/	149,529.00
COSTO TOTAL	S/	455,157.47

Fuente: Elaboración propia

Tabla 85: Estructura del precio

COSTO VARIABLE UNITARIO	S/	0.30230
COSTO FIJO UNITARIO	S/	0.14790
COSTO UNITARIO	S/	0.45021
MARGEN DE GANANCIA		15%
VALOR DE VENTA	S/	0.52966
IGV	S/	0.09534
PRECIO DE VENTA	S/	0.62500
PUNTO DE EQUILIBRIO (EN CANTIDAD)		463,375
PUNTO DE EQUILIBRIO (EN DINERO)	S/	289,608.62

Fuente: Elaboración propia

Para determinar el punto de equilibrio se debe considerar la siguiente fórmula:

$$Q = CF / (PV_u - CV_u)$$

Dónde:

Q: Cantidad en unidades

CF: Costo fijo total

PV_u: Precio de venta unitario

CV_u: Costo variable unitario

$$Q = 149529 / (0.625 - 0.3023) = \mathbf{463374.69}$$

Al desarrollar la operación podemos visualizar que se necesita vender 463,375 unidades al año para poder cubrir los costos totales, la venta de una unidad adicional representa ganancia para la empresa.

6.8. TRIBUTACIÓN DE LA IMPORTACIÓN

TRIYUMMY PACK S.A.C tiene como principal actividad la importación de envases, esta operación esta afecta al pago de tributos, como se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 86: Tributos de la importación

VALOR EN ADUANAS CIF	\$	13,897.50
ADV (6%) EXONERADO 4823.69.00.00	\$	-
IGV (16%)	\$	2,223.60
IPM (2%)	\$	277.95
TDA (2.35%*UIT/TC)	\$	-
PERCEPCION ANTICIPADA (3.5%)	\$	573.97
ANTIDUMPING	\$	-
COSTO TRIBUTARIO	\$	-
GASTOS TRIBUTARIOS Y DEMÁS DERECHOS	\$	3,075.52

Fuente: Elaboración propia

El ad-valorem de la sub-partida arancelaria es de 6%, no obstante, se exonerará con el uso del certificado de origen. En ese sentido, solo se debe de pagar, el impuesto general a las ventas (16%), el impuesto de promoción municipal (2%) y la percepción anticipada (3.5%).

6.9. PRESUPUESTO DE INGRESOS

Los ingresos de la empresa se producirán de las ventas, por ello anteriormente se definió una tasa de crecimiento de la demanda con el cual se trabajará para proyectar las ventas anuales de los próximos 5 años.

Tabla 87: Proyectado de ventas

	2021	2022	2023	2024	2025
% DE CRECIMIENTO		5.00%	6.00%	7.00%	8.00%
UNIDADES	1,011,000	1,061,550	1,125,243	1,204,010	1,300,331
VALOR DE VENTA	S/535,486.26	S/ 562,260.57	S/ 595,996.21	S/ 637,715.94	S/ 688,733.22
IGV 18%	S/ 96,387.53	S/ 101,206.90	S/ 107,279.32	S/ 114,788.87	S/ 123,971.98
PRECIO DE VENTA	S/631,873.79	S/ 663,467.48	S/ 703,275.52	S/ 752,504.81	S/ 812,705.20

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se proyectó las cantidades de ventas anuales en base a la tasa de crecimiento con respecto al año anterior, con ello, y considerando un precio de venta constante en el tiempo se determinó las ventas totales anuales

DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN

Los activos fijos tangibles se deprecian y los activos fijos intangibles se amortizan por lo cual se debe de considerar lo siguiente.

Tabla 88: Depreciación de activos tangibles

DETALLE	VALOR INICIAL	% DEPRECIACION	2021	2022	2023	2024	2025
COMPUTADORA	S/ 8,000.00	50%	S/ 4,000.00	S/ 4,000.00			
IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	S/ 1,200.00	50%	S/ 600.00	S/ 600.00			
VENTILADOR	S/ 400.00	20%	S/ 80.00	S/ 80.00	S/ 80.00	S/ 80.00	S/ 80.00
MICROONDAS	S/ 250.00	20%	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 50.00
HERVIDOR	S/ 100.00	20%	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00
SILLA GIRATORIA	S/ 600.00	20%	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00
ESCRITORIO	S/ 1,000.00	20%	S/ 200.00	S/ 200.00	S/ 200.00	S/ 200.00	S/ 200.00
MUEBLE DE ESPERA	S/ 600.00	20%	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00
ESTANTE DE MADERA	S/ 400.00	20%	S/ 80.00	S/ 80.00	S/ 80.00	S/ 80.00	S/ 80.00
MESAS (DE REUNION Y COMEDOR)	S/ 640.00	20%	S/ 128.00	S/ 128.00	S/ 128.00	S/ 128.00	S/ 128.00
TOTAL			S/ 5,398.00	S/ 5,398.00	S/ 798.00	S/ 798.00	S/ 798.00

Fuente: Elaboración propia

Se puede observar que tiene una tasa de depreciación anual, esta es determinada en base al tipo de activo tangible y es brindada por la SUNAT. Cabe mencionar que el Poder Ejecutivo del Perú estableció tasas más altas de depreciación de activos tangibles a partir del 2021 y que son consideradas para este proyecto. En base a ello, las computadoras y la impresora se deprecian en 2 años mientras que los demás equipos y muebles se deprecian en 5 años.

Tabla 89: Amortización de activos intangibles

DETALLE	VALOR INICIAL	% AMORTIZACION	2021	2022	2023	2024	2025
CONSTITUCION DE LA EMPRESA	S/ 839.05	20%	S/ 167.81	S/ 167.81	S/ 167.81	S/ 167.81	S/ 167.81
LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	S/ 156.70	20%	S/ 31.34	S/ 31.34	S/ 31.34	S/ 31.34	S/ 31.34
DEFENSA CIVIL	S/ 50.00	20%	S/ 10.00	S/ 10.00	S/ 10.00	S/ 10.00	S/ 10.00
REGISTRO INDECOPI	S/ 597.70	20%	S/ 119.54	S/ 119.54	S/ 119.54	S/ 119.54	S/ 119.54
DISEÑO DE PAGINA WEB	S/1,400.00	20%	S/ 280.00	S/ 280.00	S/ 280.00	S/ 280.00	S/ 280.00
ACUMULADO			S/ 608.69	S/1,217.38	S/ 1,826.07	S/ 2,434.76	S/ 3,043.45

Fuente: Elaboración propia

Los activos intangibles se amortizan en un plazo de 5 años como se puede observar en la tabla anterior.

CRÉDITO FISCAL

El crédito fiscal se produce cuando el IGV por las compras es mayor al IGV de ventas, lo que genera un saldo a favor de la empresa que se utiliza para reducir el pago de impuestos para el siguiente año.

En las siguientes tablas se mostrará aquellas compras y ventas afectas a IGV para poder determinar el crédito fiscal; la diferencia de ambas tablas da como resultado el IGV que se expresa en la tercera tabla.

Tabla 90: Inversiones, costos y gastos sin IGV

SIN IGV	AÑO 0	2021	2022	2023	2024	2025
A) INVERSIONES	S/ 13,757.16					
MOBILIARIO	S/ 2,745.76					
EQUIPOS DIVERSOS	S/ 8,432.20					
ACTIVOS INTANGIBLES	S/ 2,579.19					
B) COSTO DE LA MERCADERIA		S/ 300,265.04	S/ 315,278.29	S/ 334,194.99	S/ 357,588.64	S/ 386,195.73
COSTO CIF		S/ 279,172.98	S/ 293,131.63	S/ 310,719.53	S/ 332,469.89	S/ 359,067.49
COSTO OPERATIVO IMPORT		S/ 21,092.06	S/ 22,146.66	S/ 23,475.46	S/ 25,118.74	S/ 27,128.24
C) GASTOS OPERATIVOS		S/ 10,956.78	S/ 11,263.35	S/ 11,578.50	S/ 11,902.47	S/ 12,235.50
MATERIALES INDIRECTOS		S/ 463.56	S/ 476.53	S/ 489.86	S/ 503.57	S/ 517.66
GASTOS ADMINISTRATIVOS		S/ 323.73	S/ 332.79	S/ 342.10	S/ 351.67	S/ 361.51
GASTO DE VENTAS		S/ 10,169.49	S/ 10,454.03	S/ 10,746.54	S/ 11,047.23	S/ 11,356.33
TOTAL SIN IGV (A + B + C)	S/ 13,757.16	S/ 311,221.82	S/ 326,541.64	S/ 345,773.49	S/ 369,491.10	S/ 398,431.23

Fuente: Elaboración propia

Tabla 91: Inversiones, costos y gastos con IGV

CON IGV	AÑO 0	2021	2022	2023	2024	2025
A) INVERSIONES	S/ 16,233.45					
MOBILIARIO	S/ 3,240.00					
EQUIPOS DIVERSOS	S/ 9,950.00					
ACTIVOS INTANGIBLES	S/ 3,043.45					
B) COSTO DE LA MERCADERIA		S/ 354,312.75	S/ 372,028.38	S/ 394,350.09	S/ 421,954.59	S/ 455,710.96
COSTO CIF		S/ 329,424.12	S/ 345,895.32	S/ 366,649.04	S/ 392,314.47	S/ 423,699.63
COSTO OPERATIVO IMPORT		S/ 24,888.63	S/ 26,133.06	S/ 27,701.05	S/ 29,640.12	S/ 32,011.33

C) GASTOS OPERATIVOS	S/	12,929.00	S/	13,290.75	S/	13,662.63	S/	14,044.91	S/	14,437.89
MATERIALES INDIRECTOS	S/	547.00	S/	562.31	S/	578.04	S/	594.21	S/	610.84
GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/	382.00	S/	392.69	S/	403.68	S/	414.97	S/	426.58
GASTO DE VENTAS	S/	12,000.00	S/	12,335.76	S/	12,680.91	S/	13,035.73	S/	13,400.47
TOTAL CON IGV (A + B + C)	S/	16,233.45	S/	367,241.75	S/	385,319.14	S/	408,012.72	S/	435,999.50

Fuente: Elaboración propia

Tabla 92: Crédito fiscal

	AÑO 0	2021	2022	2023	2024	2025				
IGV -VENTAS	S/	96,387.53	S/	101,206.90	S/	107,279.32	S/	114,788.87	S/	123,971.98
IGV - COMPRAS (DIF.DEL TOTAL SIN Y CON IGV)	S/	2,476.29	S/	56,019.93	S/	58,777.50	S/	62,239.23	S/	66,508.40
LIQUIDACIÓN IGV	-S/	2,476.29	S/	40,367.60	S/	42,429.41	S/	45,040.09	S/	48,280.47
CRÉDITO FISCAL	-S/	2,476.29								
NETO A PAGAR	S/	37,891.31	S/	42,429.41	S/	45,040.09	S/	48,280.47	S/	52,254.36

Fuente: Elaboración propia

6.10 PRESUPUESTO DE EGRESOS

El presupuesto de egresos está conformado por aquellos costos y gastos que representan una salida de dinero para la empresa. Dicho esto, se proyectó 5 años de egresos, donde algunos costos o gastos consideran la tasa de inflación promedio de los últimos 5 años y en otros, la variación de ventas, con el fin de obtener una proyección más real. En ese sentido, la tasa de inflación considerada en la proyección es de 2.8%.

Tabla 93: Tasa de inflación 2015-2019

2015	2016	2017	2018	2019	PROMEDIO
3.50%	3.60%	2.80%	2.19%	1.90%	2.80%

Fuente: BCR

COSTOS DIRECTOS

Dentro de los costos directos se considera el costo de la importación incluyendo todos los gastos locales de nacionalización del producto, es decir, el costo puesto en los almacenes de TRIYUMMY PACK S.A.C. Este costo tiene una vinculación directa con la proyección de ventas por lo cual el costo directo total anual es el producto de las unidades proyectadas con el costo variable unitario.

Tabla 94: Proyectado de costo de ventas

	2021	2022	2023	2024	2025
COSTO DE COMPRA DE PRODUCTO	S/ 305,628.47	S/ 320,909.90	S/ 340,164.49	S/ 363,976.01	S/ 393,094.09
COSTO DE VENTA EN VALOR S/	S/ 305,628.47	S/ 320,909.90	S/ 340,164.49	S/ 363,976.01	S/393,094.09

Fuente: Elaboración propia

COSTOS INDIRECTOS

Dentro de los costos indirectos tenemos los gastos mencionados antes como fijos.

Tabla 95: Proyectado de costos indirectos

	2021	2022	2023	2024	2025
GASTOS DEL PERSONAL	S/ 93,400.00	S/ 96,202.00	S/ 99,088.06	S/102,060.70	S/ 105,122.52
MATERIALES INDIRECTOS	S/ 547.00	S/ 562.31	S/ 578.04	S/ 594.21	S/ 610.84
G. INDIRECTOS-ALQUILER	S/ 30,000.00	S/ 30,600.00	S/ 31,212.00	S/ 31,836.24	S/ 32,472.96
G. INDIRECTOS - SERVICIOS	S/ 4,200.00	S/ 4,317.52	S/ 4,438.32	S/ 4,562.50	S/ 4,690.16
G. ADM-MATERIALES OFICINA	S/ 382.00	S/ 392.69	S/ 403.68	S/ 414.97	S/ 426.58
G. ADM-ASESOR	S/ 6,000.00	S/ 6,300.00	S/ 6,678.00	S/ 7,145.46	S/ 7,717.10
GASTO DE VENTAS	S/ 15,000.00	S/ 15,419.70	S/ 15,851.14	S/ 16,294.66	S/ 16,750.58

Fuente: Elaboración propia

Los costos se han proyectado teniendo en cuenta lo siguiente:

- Gastos de personal: Por política empresarial se ha considerado un incremento por año de 3% por el tipo de empresa que es TRIYUMMY PACK S.A.C y para frenar la rápida rotación del personal.
- Materiales indirectos: Para la proyección de los productos de limpieza se ha considerado la tasa de inflación anteriormente mencionada de 2.8%.
- Gastos indirectos: Sobre el alquiler, en el contrato con el arrendador se incluye una tasa máxima de aumento de 2% por año. Con respecto a los servicios, se considera la tasa de inflación de 2.8% para la proyección.
- Gastos administrativos: Para la proyección de los materiales de oficina se ha considerado la tasa de inflación de 2.8%. Con respecto a la proyección del

pago al asesor contable se proyectó en base al crecimiento de las ventas, ya que a mayores ventas implica mayor trabajo por parte del contador.

- Gastos de ventas: Para la proyección de los gastos de ventas se ha considerado la tasa de inflación de 2.8%.

6.11. FLUJO DE CAJA PROYECTADO

El flujo de caja es un informe financiero donde se detalla las entradas y salidas de efectivo con el fin de conocer el saldo final de caja que puede ser un excedente o un déficit. Este informe es un indicador de liquidez importante que debe tener en cuenta las empresas.

Tabla 96: Flujo de caja

	AÑO 0	2021	2022	2023	2024	2025
ENTRADAS DE EFECTIVO		S/631,873.79	S/663,467.48	S/703,275.52	S/752,504.81	S/812,705.20
VENTA FACTURADA		S/631,873.79	S/663,467.48	S/703,275.52	S/752,504.81	S/812,705.20
SALIDAS DE EFECTIVO	S/165,257.11	S/530,198.35	S/557,167.26	S/588,676.66	S/625,586.66	S/670,136.39
COSTO DE VENTAS		S/305,628.47	S/320,909.90	S/340,164.49	S/363,976.01	S/393,094.09
GASTOS DEL PERSONAL		S/ 93,400.00	S/ 96,202.00	S/ 99,088.06	S/102,060.70	S/105,122.52
MATERIALES INDIRECTOS		S/ 547.00	S/ 562.31	S/ 578.04	S/ 594.21	S/ 610.84
GASTOS INDIRECTOS		S/ 34,200.00	S/ 34,917.52	S/ 35,650.32	S/ 36,398.74	S/ 37,163.13
GASTOS ADMINISTRATIVOS		S/ 6,382.00	S/ 6,692.69	S/ 7,081.68	S/ 7,560.43	S/ 8,143.68
GASTO DE VENTAS		S/ 15,000.00	S/ 15,419.70	S/ 15,851.14	S/ 16,294.66	S/ 16,750.58
PAGO LIQUIDACION IGTV		S/ 37,891.31	S/ 42,429.41	S/ 45,040.09	S/ 48,280.47	S/ 52,254.36
PAGO IR		S/ 37,149.57	S/ 40,033.74	S/ 45,222.84	S/ 50,421.44	S/ 56,997.19
INVERSIÓN FIJA TOTAL	S/ 16,233.45					
CAPITAL DE TRABAJO	S/149,023.66					S/149,023.66
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-S/165,257.11	S/101,675.44	S/106,300.22	S/114,598.87	S/126,918.15	S/291,592.47
FINANCIAMIENTO						
PRESTAMO	S/ 80,154.00					
AMORTIZACIÓN		-S/23,303.29	-S/26,565.75	-S/30,284.96		
ESCUDO FISCAL						
INTERESES		-S/ 9,186.13	-S/ 5,923.67	-S/ 2,204.46		
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-S/ 85,103.11	S/ 69,186.02	S/ 73,810.80	S/ 82,109.45	S/126,918.15	S/291,592.47
SALDO INICIAL DE CAJA	- S/ 85,103.11		S/ 69,186.02	S/142,996.82	S/225,106.27	S/352,024.41
SALDO FINAL DE CAJA		S/ 69,186.02	S/142,996.82	S/225,106.27	S/352,024.41	S/643,616.88

Fuente: Elaboración propia

Como se puede ver en la tabla anterior, el flujo de caja económico es el resultado de los ingresos operativos descontando los egresos operativos, sin considerar el financiamiento. El año cero es negativo básicamente por la inversión total realizada pero los siguientes años se muestra de forma positiva ya que las ventas (ingresos) son mayores a los costos (egresos).

Con respecto al flujo de caja financiero, se debe considerar el financiamiento necesario para dar inicio de actividades de la empresa. Por ello, el resultado del año cero disminuye con respecto al flujo económico ya que tenemos un ingreso. Para los 5 años proyectos, se debe tener en cuenta que los primeros 3 años se deberá de pagar la amortización y los intereses derivados de la deuda adquirida, lo que genera que el flujo de caja financiero sea menor al económico para los años 2021,2022 y 2023.

TRIYUMMY PACK S.A.C posterior a los egresos derivados de los costos operativos y del pago del préstamo mantiene un flujo de caja positivo, por lo cual cuenta con liquidez.

6.12. ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS

El estado de ganancias y pérdidas es un informe financiero que muestra la rentabilidad de la empresa por año de forma detallada, donde se detalla la utilidad bruta (directamente relacionada con el producto: las ventas proyectadas, el precio y el costo variable), la utilidad operativa (que incluye los demás gastos indirectamente relacionados con el producto, así como la depreciación y amortización de los activos que forman parte de la operación), la utilidad antes de impuestos (que agrega los intereses derivados del financiamiento), y finalmente la utilidad neta (utilidad donde se descuenta el pago del impuesto a la renta). Esta utilidad es el beneficio económico que obtienen los socios de la empresa.

Tabla 97: Estado de ganancias y pérdidas

	2021	2022	2023	2024	2025
VENTAS	S/535,486.26	S/562,260.57	S/595,996.21	S/637,715.94	S/ 688,733.22
(-) COSTO DE VENTAS	-S/259,007.18	-S/271,957.54	-S/288,274.99	-S/308,454.24	-S/ 333,130.58
UTILIDAD BRUTA	S/276,479.08	S/290,303.03	S/307,721.21	S/329,261.70	S/355,602.64
(-) GASTOS DE OPERACIÓN	S/152,647.19	S/156,857.22	S/156,978.43	S/161,190.23	S/165,612.00
GASTOS DEL PERSONAL	S/ 93,400.00	S/ 96,202.00	S/ 99,088.06	S/102,060.70	S/ 105,122.52
MATERIALES INDIRECTOS	S/ 463.56	S/ 476.53	S/ 489.86	S/ 503.57	S/ 517.66
GASTOS INDIRECTOS	S/ 34,200.00	S/ 34,917.52	S/ 35,650.32	S/ 36,398.74	S/ 37,163.13
GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/ 6,323.73	S/ 6,632.79	S/ 7,020.10	S/ 7,497.13	S/ 8,078.61
GASTO DE VENTAS	S/ 13,169.49	S/ 13,537.97	S/ 13,537.97	S/ 13,537.97	S/ 13,537.97
DEPRECIACION	S/ 4,574.58	S/ 4,574.58	S/ 676.27	S/ 676.27	S/ 676.27
AMORTIZACION INTANGIBLES	S/ 515.84	S/ 515.84	S/ 515.84	S/ 515.84	S/ 515.84
UTILIDAD OPERATIVA	S/ 123,831.88	S/133,445.81	S/150,742.79	S/168,071.47	S/189,990.63
(+) OTROS INGRESOS					
(-) GASTOS FINANCIEROS	-S/ 9,186.13	-S/ 5,923.67	-S/ 2,204.46		
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	S/114,645.76	S/127,522.14	S/148,538.33	S/168,071.47	S/ 89,990.63
(-) IMPUESTO A LA RENTA		-S/ 38,256.64	-S/ 44,561.50	-S/ 50,421.44	-S/ 6,997.19
UTILIDAD NETA	S/114,645.76	S/ 89,265.50	S/103,976.83	S/117,650.03	S/ 32,993.44

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se puede visualizar resultados positivos, es decir, TRIYUMMY PACK S.A.C después de asumir los costos, gastos y tributos correspondientes al desarrollo de la operación presenta utilidades para los socios, es decir, es rentable.

6.13. EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN

6.13.1. EVALUACIÓN ECONÓMICA

Para determinar la viabilidad económica del proyecto, se ha determinado el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR).

Tabla 98: Flujo de caja económico actualizado

	AÑO 0	2021	2022	2023	2024	2025
FLUJO CAJA ECONOMICO	-S/ 165,257.11	S/101,675.44	S/106,300.22	S/114,598.87	S/126,918.5	S/291,592.47
		0.87	0.76	0.66	0.57	0.50
ACTUALIZADO	-S/165,257.11	S/88,413.42	S/80,378.24	S/75,350.62	S/72,565.86	S/144,972.99

Fuente: Elaboración propia

Para poder hallar el Valor Actual Neto de los 5 años del proyecto se utilizó la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) que es del 15%. Esta tasa considera el coste promedio ponderado del capital (CPPC) del 13% + 2% para cubrir eventualidades como la inflación. En ese sentido se obtuvo un VAN de S/ 296,424.02 que al ser mayor a cero significa que el proyecto es rentable económicamente (genera beneficios).

La Tasa Interna de Retorno es mayor a la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento por lo cual el proyecto es aceptable económicamente.

Tabla 99: Resultados económicos

VANE	S/ 296,424.02
TIRE	65.78%

Fuente: Elaboración propia

La siguiente tabla muestra el periodo de recuperación económica tomando en cuenta la TMAR de 15% para actualizar los flujos económicos del futuro al presente. En ese sentido, la inversión se recuperará en 23 meses.

Tabla 100: Período de recuperación económica

	AÑO 0	2021	2022	2023	2024	2025
RECUPERACION ECONOMICA	-S/165,257.11	S/88,413.42	S/80,378.24	S/75,350.62	S/72,565.86	S/144,972.99
		-S/76,843.68	S/3,534.55			

Fuente: Elaboración propia

6.13.2. EVALUACIÓN FINANCIERA

Para determinar la viabilidad financiera del proyecto, se ha determinado el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR).

Tabla 101: Flujo de caja financiero actualizado

	AÑO 0	2021	2022	2023	2024	2025
FLUJO CAJA FINANCIERO	-S/ 85,103.11	S/ 69,186.02	S/ 73,810.80	S/ 82,109.45	S/126,918.15	S/291,592.47
		0.86	0.74	0.64	0.55	0.48
ACTUALIZADO	-S/ 85,103.11	S/ 59,643.12	S/ 54,853.45	S/ 52,604.05	S/ 70,095.76	S/138,830.97

Fuente: Elaboración propia

Para poder hallar el Valor Actual Neto de los 5 años del proyecto se utilizó la tasa del Costo de Oportunidad del Capital (COK) que es del 16%. En ese sentido se obtuvo un VAN de S/ 290,924.24 que al ser mayor a cero significa que el proyecto es rentable financieramente (genera beneficios).

La Tasa Interna de Retorno es mayor al Costo de Oportunidad del Capital por lo cual el proyecto es aceptable financieramente.

Tabla 102: Resultados financieros

VANF	S/ 290,924.24
TIRF	94.98%

Fuente: Elaboración propia

La siguiente tabla muestra el periodo de recuperación financiera tomando en cuenta la COK de 16% para actualizar los flujos financieros del futuro al presente. En ese sentido, la inversión se recuperará en 17 meses.

Tabla 103: Período de recuperación financiera

	AÑO 0	2021	2022	2023	2024	2025
RECUPERACION FINANCIERA	-S/85,103.11	S/59,643.12	S/54,853.45	S/52,604.05	S/70,095.76	S/138,830.97
		-S/25,459.99	S/29,393.46			

Fuente: Elaboración propia

6.13.3. EVALUACIÓN SOCIAL

El proyecto no produce ningún conflicto social puesto que trata de comercialización de envases compostables de origen extranjero, por el contrario, genera conciencia en la población al promover el consumo responsable y amigable con el medio ambiente.

6.13.4. IMPACTO AMBIENTAL

El proyecto tiene un impacto ambiental positivo ya que contribuye a preservar el medio ambiente al comercializar envases hechos a base de residuos de productos vegetales, los cuales no generan residuos que se quedan por años en el ambiente como los hechos a base de poliestireno expandido sino que se degradan en pocos

meses y se convierten en abono. Esto conllevará a menos contaminación de mares, de ecosistemas, de ciudades, menos daño a la fauna marina principalmente, y, menos emisión de gases efecto invernadero.



Figura 31: Envases de plástico vs. envases biodegradables
Fuente: Sunflex

6.14. EVALUACIÓN DE COSTO OPORTUNIDAD DEL CAPITAL DE TRABAJO

El costo de oportunidad del capital de trabajo es básicamente el costo de la opción a la cual renunciamos cuando tomamos decisión vinculada a una elección, es decir, lo que dejamos de obtener percibir por elegir una opción alterna. El cálculo del costo de oportunidad puede darse de diversas formas, una de ellas es la tasa de retorno de la segunda mejor opción, en este caso, se tenía la opción de invertir en el proyecto de creación de TRIYUMMY PACK S.A.C o invertir el capital en fondos mutuos.

Los fondos mutuos son una alternativa de inversión conformado por la suma de aportes voluntarios de dinero de personas naturales y jurídicas destinados a la inversión en acciones, instrumentos de deuda o su combinación, dependiendo de la elección del aportante (Fondos Mutuos Perú, s.f). Omar Gutiérrez, Superintendente Adjunto de Supervisión Prudencial de la SMV indicó que los fondos que más rindieron durante el 2019 fueron los fondos de fondos en dólares registrando una rentabilidad promedio de 16,01%, mientras que el fondo de acciones en dólares fue de 12,02%, el segundo más rentable (Alcalá, 2020).

El proyecto toma el histórico del 2019, la tasa de rentabilidad anual promedio de 16.00%, como costo de oportunidad del capital.

6.15. CUADRO DE RIESGO DEL TIPO DE CAMBIO

TRİYUMMY PACK S.A.C al estar inmerso en el comercio internacional, por la importación del producto que va a comercializar, lo coloca en una posición sensible a la volatilidad del tipo de cambio, en otras palabras, si el sol se fortalece significa que la empresa tiene mayor poder de compra al entregar menos soles por cada dólar pagado, mientras que si el dólar se fortalece significa que la empresa tendrá menor poder de compra al entregar más soles por cada dólar pagado.

En base a lo anterior, a continuación se toma en cuenta 3 escenarios donde el tipo de cambio aumenta o disminuye para ver el impacto sobre los indicadores económicos y financieros.

Tabla 104: Análisis de sensibilidad en base al tipo de cambio

	T/C	VANE	TIRE	VANF	TIRF
PESIMISTA	3.600	S/243,938.61	55.16%	S/239,457.28	75.42%
	3.550	S/254,352.38	57.20%	S/249,668.98	79.03%
CONSERVADOR	3.348	S/296,424.02	65.78%	S/290,924.24	94.98%
OPTIMISTA	3.140	S/339,745.32	75.25%	S/333,404.91	114.18%
	3.000	S/368,903.88	82.03%	S/361,997.66	129.04%

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar, mientras menor sea el tipo de cambio, mayor es la rentabilidad del proyecto. Además, a pesar de la volatilidad del tipo de cambio en los distintos escenarios presentados el proyecto es rentable y viable, tanto económica como financieramente.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. CONCLUSIONES

- TRIYUMMY PACK S.A.C. será una microempresa ubicada en el distrito de Jesús María dedicada a la comercialización de envases compostables, importados de China, a pollerías de los distritos de Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena y San Miguel.
- La potencial demanda de este producto por temas ambientales, tendencias de mercado y políticas del gobierno hace que sea un proyecto atractivo a desarrollar. Para acceder al mercado se seleccionó a China como país proveedor por su oferta accesible que permite ofrecer un precio de venta al mercado nacional, específicamente al seleccionado, acorde al promedio de la competencia. La oferta económica se complementará con un servicio orientado a la satisfacción del cliente y a concientización de ellos y de los consumidores finales acerca del impacto del ser humano sobre el medio ambiente.
- La negociación con el proveedor involucró el acordar el envase y embalaje adecuado para el medio de transporte a usar, con el fin de garantizar que en toda la cadena el producto se encuentre en óptimas condiciones para llegar al punto final. El incoterm con el cual se trabajará es FOB 2020 por lo cual involucró la evaluación y negociación con agentes de carga y aduanas, para que formen parte de la cadena de distribución física internacional y ayuden a la empresa al traslado internacional y nacionalización de su fuente de ingresos, los productos a comercializar.
- La empresa realizó una búsqueda y evaluación de proveedores donde se determinó a WEIFANG EFENGDA HOMEWARE CO., LTD como proveedor. Se ejecutará la firma de un contrato de compra venta internacional que cubra los aspectos generales de esta compra así como la resolución de conflictos, en caso ocurrieran. Dentro del contrato se incluye el incoterm FOB, las responsabilidades y costos que asumen cada parte así como el medio de pago: transferencia bancaria.

- El producto será traído a Lima a través del régimen de importación para el consumo.
- Mediante el desarrollo de informes e indicadores financieros se determinó que el proyecto es rentable y viable económica y financieramente. Dentro de los resultados económicos se tiene un VANE de S/ 296,424.02 y un TIRE de 65.78%, mayor a la TMAR del 15%. Adicional, dentro de los resultados financieros tenemos un VANF S/ 290,924.24 y un TIRF 94.98%, mayor al COK del 16%.
- Finalmente, si el tipo de cambio sufre una variación entre 3.00 a 3.60 soles el proyecto sigue presentando indicadores positivos para el desarrollo del proyecto.

7.2. RECOMENDACIONES

- Aprovechar la nueva ley de plásticos e ingresar al mercado a tiempo para ir ganando fidelidad de los clientes con los productos de TRIYUMMY PACK S.A.C, porque al ser un mercado en crecimiento el potencial de ingreso de competidores será alto.
- Tener stock suficiente para que cubra la demanda de los clientes mientras se da la reposición ya que al ser un producto importado el lead time total con el cual se debe contar es de 75 días.
- Realizar contratos anuales con los agentes de carga y aduanas ya que al garantizar carga con ellos se puede llegar a obtener tarifas más competitivas que al darle solo una carga esporádica.
- Al tener historial de compra con el proveedor chino y de acuerdo a la calidad del producto vendido, mejorar los términos de la compra y venta como por ejemplo obtener crédito o precios más bajos.
- Estar en constante revisión de los precios del mercado, de precios de otros proveedores en China y de aquellos que forman parte de la cadena de DFI, para mejorar en los costos y mejorar la oferta al mercado.
- Revisar periódicamente los informes financieros e indicadores para poder tener información más actualizada y tener proyecciones más claras, de esa forma tomar decisiones a tiempo.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. Plataforma digital única del Estado Peruano. (21 de Octubre de 2019). *Tipos de empresa (Razón Social o Denominación)*. Recuperado de <https://www.gob.pe/254-tipos-de-empresa-razon-social-o-denominacion>
2. Montero, M. (26 de Setiembre de 2017). *Diferencia entre marca, nombre comercial y razón social*. Recuperado de <https://www.emprendepyme.net/diferencia-entre-marca-nombre-comercial-y-razon-social.html>
3. Asesorías Perú, (s.f). *Qué es el CIU de Sunat?, su importancia empresarial y actualización obligatoria*. Recuperado de <https://www.asesoriasperu.com/index/asesoria-contable/22-ciu-sunat-actividades-economicas-del-peru>
4. INEI. (Enero de 2010). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas Revisión 4*. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf
5. Mercapide, M. y Albanese, D. (2019). *Principio de empresa en marcha en el informe del auditor*. Recuperado de [file:///D:/Users/nicole.zamora/Downloads/1826-Texto%20del%20art%C3%ADculo-5549-1-10-20191112%20\(2\).pdf](file:///D:/Users/nicole.zamora/Downloads/1826-Texto%20del%20art%C3%ADculo-5549-1-10-20191112%20(2).pdf)
6. Destino Negocio- Movistar. (s.f). *Acceda a los beneficios de la Ley MYPE*. Recuperado de <https://destinonegocio.com/pe/emprendimiento-pe/acceda-a-los-beneficios-de-la-ley-mype/>
7. Escalante, E. (24 de Setiembre de 2016). *Promulgan Ley N° 30056 que modifica la actual Ley MYPE y otras normas para las micro y pequeñas empresas*. Recuperado de <https://www.mep.pe/promulgan-ley-no-30056-que-modifica-la-actual-ley-mype-y-otras-normas-para-las-micro-y-pequenas-empresas/>
8. Canive, T. y Balet, R. (s.f). *La Estructura organizacional*. Recuperado de <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/estructura-organizacional>
9. Vega, Y. (05 de Febrero de 2020). *Emprende Trome: ¿Qué me conviene más S.A., S.A.C, E.I.R.L.?*. Recuperado de <https://trome.pe/emprende-trome/emprende-trome-me-conviene-s-s-c-e-i-r-l-23962/?ref=tr>

10. INDECOPI. (s.f). *Nombre Comercial*. Recuperado de <https://indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/nombre-comercial>
11. INDECOPI. (s.f). *Registro de Marca y Otros Signos*. Recuperado de <https://indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>
12. Municipalidad de Jesús María. (s.f). *Requisitos para solicitar la licencia de funcionamiento*. Recuperado de <http://www2.munijesusmaria.gob.pe/pdf/lic-funcionamiento/2018/nov18/requisitos-licencias-TUO-ley-marco-por-nivel-de-riesgo.pdf>
13. Emprender-SUNAT. (01 de Marzo de 2019). *¿Cómo me inscribo en el RUC?*. Recuperado de <http://emprender.sunat.gob.pe/como-me-inscribo-en-el-ruc>
14. SUNAT. (s.f). *01. Concepto - Planilla Electrónica*. Recuperado de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/informacion-general-planilla-electronica/3196-01-concepto-planilla-electronica>
15. Orihuela, K. (13 de Marzo de 2020). *Contratos mercantiles: tipos y características*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/contratos-mercantiles-tipos-y-caracteristicas/>
16. El Peruano. (08 de diciembre de 2018). *LEY N° 30884*. Recuperado de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-regula-el-plastico-de-un-solo-uso-y-los-recipientes-ley-n-30884-1724734-1/>
17. Marketinginteli. (s.f). *Qué es la propuesta valor?* . Recuperado de <https://www.marketinginteli.com/documentos-marketing/fundamentos-de-marketing/la-propuesta-de-valor/>
18. INEI. (11 de julio de 2019). *PERÚ TIENE UNA POBLACIÓN DE 32 MILLONES 131 MIL 400 HABITANTES AL 30 DE JUNIO DEL PRESENTE AÑO*. Recuperado de http://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/noticias/notadeprensa123_1.pdf
19. El Peruano. (14 de febrero de 2020). *La actividad económica se incrementó 2.16% en 2019*. Recuperado de <https://elperuano.pe/noticia-la-actividad-economica-se-incremento-216-2019-89845.aspx#:~:text=Durante%20el%202019%2C%20el%20producto,inform%C3%B3%20el%20Instituto%20Nacional%20de>

20. BCRP. (31 de diciembre de 2019). *Memoria 2019*. Recuperado de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Memoria/2019/memoria-bcrp-2019.pdf>
21. Gestión. (09 de junio de 2020). *Riesgo país de Perú subió cuatro puntos básicos y cerró en 1.36 puntos porcentuales*. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/riesgo-pais-de-peru-subio-cuatro-puntos-basicos-y-cerro-en-136-puntos-porcentuales-noticia/>
22. Lyonnet, J. (02 de enero de 2020). *Inflación en Perú fue de 1,9% en 2019, dentro del rango meta del Gobierno*. Recuperado de https://www.hosteltur.com/lat/133646_inflacion-en-peru-fue-de-19-en-2019-dentro-del-rango-meta-del-gobierno.html
23. El Comercio. (07 de junio de 2020). *Dólar en Perú: Tipo de cambio cerró a la baja tras positivo dato de empleo en EE.UU.* Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/mercados/precio-del-dolar-en-peru-hoy-domingo-7-de-mayo-del-2020-tipo-de-cambio-cotizacion-compra-venta-bcr-interbancario-ocona-coronavirus-noticia/?ref=ecr>
24. INEI. (Febrero 2020). *Demografía empresarial en el Perú*. Recuperado de http://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/demografia_empresarial_ene2020.pdf
25. INEI. (Febrero 2020). *Producción nacional*. Recuperado de <http://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe-de-produccion.pdf>
26. INEI. (Marzo 2020). *Producción nacional*. Recuperado de http://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/produccion_marzo2020.pdf
27. INEI. (Noviembre 2019). *Perú: estructura empresarial, 2018*. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1703/libro.pdf
28. El Comercio. (21 de julio de 2019). *Día del Pollo a la Brasa: ¿Cuántas pollerías hay en todo el Perú?*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/peru/dia-pollo-brasa-pollerias-peru-domingo-21-julio-peru-noticia-656775-noticia/?ref=ecr>
29. Gestión. (23 de octubre de 2018). *Industria del tecnopor necesitaría cinco años para adecuarse a ley que prohibiría su uso*. Recuperado de

<https://gestion.pe/economia/industria-tecnopor-necesitaria-cinco-anos-adequarse-ley-prohibiria-247955-noticia/?ref=gesr>

30. La Republica. (19 de mayo de 2018). *La comida le dice adiós al plástico*. Recuperado de <https://larepublica.pe/domingo/1245861-comida-le-diceadios-plastico/>
31. Economia3. (16 de febrero de 2020). *El 61% de los millennials, dispuestos a pagar más por productos sostenibles y ecológicos*. Recuperado de <https://economia3.com/2020/02/16/250071-el-61-de-los-millennials-dispuestos-a-pagar-mas-por-productos-sostenibles-y-ecologicos/>
32. El Comercio. (23 de octubre de 2019). *La Isla de Basura en el Pacífico ya es más grande que Francia y preocupa a la humanidad*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/tecnologia/ciencias/la-isla-de-basura-en-el-oceano-pacifico-ya-es-mas-grande-que-francia-y-preocupa-a-la-humanidad-noticia/>
33. El Peruano. (23 de agosto de 2019). *Aprueban el Reglamento de la Ley N° 30884, Ley que regula el plástico de un solo uso y los recipientes o envases descartables*. Recuperado de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/354773/ds_006-2019-minam.pdf
34. Roberto Espinosa. (s.f). *BENCHMARKING: qué es, tipos, etapas y ejemplos*. Recuperado de <https://robertoepinosa.es/2017/05/13/benchmarking-que-es-tipos-ejemplos>
35. Vercheval, S. (13 de setiembre de 2016). *Las 8 ventajas del marketing digital para tu empresa*. Recuperado de <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/ventajas-marketing-digital>
36. SUNAT. (27 de setiembre de 2014). *Importación para el consumo*. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/importacion/importac/procGeneral/despa-pg.01.htm>
37. SUNAT. (10 de diciembre de 2017). *Ventajas*. Recuperado de <https://oea.sunat.gob.pe/ventajas>
38. Fondos Mutuos Perú. (s.f). *¿Qué es un fondo mutuo*. Recuperado de <https://fondosmutuos.pe/que-es-un-fondo-mutuo/>
39. Alcalá, C. (26 de enero de 2020). *Rentabilidad de los fondos mutuos superó el 16%*. Recuperado de <https://larepublica.pe/economia/2020/01/24/fondos-mutuos-rentabilidad-promedio-supero-el-16-en-el-2019/>

ANEXO 1



ANEXO 1: FORMULARIO

SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA

SEÑOR REGISTRADOR DEL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS:

Yo, _____ identificado con:

DNI° CIP CE OTROS _____ N° _____

en mi calidad de (titular socio abogado notario representante) domiciliado en _____, distrito de _____, Provincia de _____, ante Ud. con el debido respeto me presento y digo:

SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA para:

Constitución

Modificación de Estatuto

Podrá indicar hasta 03 nombres y de forma opcional sus correspondientes abreviaturas tratándose de denominaciones.¹

Sólo se concederá la reserva de un nombre (completo o abreviado) de forma excluyente.

<u>NOMBRE COMPLETO DE LA PERSONA JURÍDICA OBLIGATORIO</u>	<u>NOMBRE ABREVIADO DE LA PERSONA JURÍDICA OPCIONAL</u>
1. _____ _____	1. _____ _____
2. _____ _____	2. _____ _____
3. _____ _____	3. _____ _____

TIPO DE PERSONA JURÍDICA: (Marque una opción)

- S.A ASOCIACIÓN S.R.L COMITÉ S. CIVIL
 S.A.C E.I.R.L COOPERATIVA OSB

OTROS (precisar el tipo de persona jurídica) _____

NOMBRE (S) Y APELLIDOS DE TODOS LOS INTEGRANTES DE LA PERSONA JURÍDICA EN CONSTITUCIÓN O NOMBRE DE LA PERSONA JURÍDICA CONSTITUIDA EN CASO DE MODIFICACIÓN DE ESTATUTOS O NOMBRE DE LAS PERSONAS AUTORIZADAS PARA LA FORMALIZACIÓN (letra imprenta):

Lima, _____ de _____ del 20 __

Firma del Solicitante

¹ También podrá solicitar la reserva de nombre ingresando a la página web www.sunarp.gob.pe, servicios en línea, donde podrá indicar hasta cinco (5) nombres y de forma opcional sus abreviaturas tratándose de denominaciones.

ANEXO 2



DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS SOLICITUD DE REGISTRO DE NOMBRE COMERCIAL

1. DATOS DEL SOLICITANTE

N° de Solicitantes (En caso de ser más de 1 solicitante llenar el anexo A por cada solicitante adicional)

<input type="checkbox"/> PERSONA NATURAL	<input checked="" type="checkbox"/> PERSONA JURÍDICA
Tipo de empresa (*) (marque de corresponder): <input checked="" type="checkbox"/> Micro <input type="checkbox"/> Pequeña <input type="checkbox"/> Mediana <input type="checkbox"/> Otra: _____	
Nombre o Denominación / Razón Social (conforme aparece en su documento de identidad o de constitución) TRIYUMMY PACK S.A.C	
Nacionalidad / País de Constitución: PERÚ	Documento de Identidad (marcar y llenar según corresponda: Persona Natural: DNI <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> / Persona Jurídica RUC <input checked="" type="checkbox"/>) 22100152620
Representante Legal (Llenado obligatorio en caso de ser Persona Jurídica): NICOLE ALESSANDRA ZAMORA ARANCIBIA	
Domicilio para envío de notificaciones en el Perú Dirección: AV. TERPSICORE 118 URB OLIMPO Distrito: ATE VITARTE Provincia: LIMA Departamento: LIMA Referencias de domicilio: ENTRE LA AV. LOS QUECHUAS CUADRA 9 Y 10	
En caso de contar con el servicio de casilla electrónica, indicar el número de usuario de cuenta (previa suscripción de contrato en www.indecopi.gob.pe) De llenar este campo, todas las notificaciones serán enviadas a esta casilla.	Número de teléfono fijo y/o celular 951468519

2. INFORMACIÓN REFERENTE AL PODER DE REPRESENTACIÓN (marcar la opción de corresponder):

(De tener el solicitante un documento de poder privado, se considerará como denominación del solicitante lo señalado en el encabezado del documento de poder; en caso de tener una partida registral, se tomará la denominación que consta en dicha partida)

<input type="checkbox"/> Se adjunta documentación que acredita representación.	
<input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación ha sido presentada en el expediente N°: _____ (Este expediente no debe tener una antigüedad mayor de 05 años, conforme a lo establecido en el artículo 40 de la Ley N° 27444)	
<input checked="" type="checkbox"/> Bajo declaración jurada informo que la facultad de representación se encuentra inscrita ante Sunarp, en la Partida registral N° 545646 Asiento N° 4564	

3. PAGO DE TASA ADMINISTRATIVA (No llenar si adjunta voucher)


N° de comprobante _____ 654-58 _____	Fecha de pago 05/05/2020
--------------------------------------	--------------------------

(*) De acuerdo con el D.S. 013-2013-PRODUCE será considerada como micro empresa, aquella que tenga ventas anuales no mayores a 150 U.I.T.; pequeña empresa, aquella que tenga ventas anuales no menores a 150 U.I.T. ni mayores a 1700 U.I.T.; y mediana empresa, aquella que tenga ventas anuales no menores a 1700 U.I.T. ni mayores a 2300 U.I.T.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800
E-mail: asesoriavirtualdsd@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

F-MAR-05/03

4. DATOS RELATIVOS AL NOMBRE COMERCIAL SOLICITADO

<p>4.1. Tipo de Signo:</p> <p><input type="checkbox"/> Denominativa (compuesto sólo por palabras y/o números)</p> <p><input type="checkbox"/> Denominativa con grafía (compuesta por una o más palabras con un tipo de letra particular, con o sin color)</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Mixta (combinación de palabras y elementos gráficos)</p> <p><input type="checkbox"/> Tridimensional (constituida por envases u otras formas, vistas de todos sus ángulos)</p> <p><input type="checkbox"/> Figurativa (compuesta sólo por una o más figuras, con o sin colores)</p> <p><input type="checkbox"/> Otros: _____</p>	<p>4.2. En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA, escriba la denominación a solicitar</p>	<p>4.3. Reproducción del Signo</p> <p>En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA CON GRAFÍA, MIXTA, FIGURATIVA O TRIDIMENSIONAL, insertar la reproducción de la marca.</p> <div style="text-align: center;">  <p>TRIYUMMY PACK -Envases compostables-</p> </div> <p>Se sugiere enviar copia fiel del mismo logotipo al correo: logos-dsd@indecopi.gob.pe. (formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles). Se considerarán los colores que se aprecian en la reproducción adjunta, salvo comunicación en contrario en cada expediente.</p>				
<p>4.4. Precise si desea proteger el color o colores como parte del Nombre Comercial: SI (X) NO</p> <p>(en caso de NO MARCAR alguna opción, se protegerán los colores que aparecen en la reproducción adjuntada)</p>						
<p>4.5. Lista de Actividades Económicas (Es responsabilidad del usuario la correcta inclusión de las actividades económicas en la solicitud y su posterior verificación en la Gaceta electrónica del Indecopi)</p>						
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Clase</th> <th>Actividades Económicas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>20</td> <td>Muebles, espejos, marcos; contenedores no metálicos de almacenamiento o transporte; hueso, cuerno, ballena o nácar, en bruto o semielaborados; conchas; espuma de mar; ámbar amarillo.</td> </tr> </tbody> </table>	Clase	Actividades Económicas	20	Muebles, espejos, marcos; contenedores no metálicos de almacenamiento o transporte; hueso, cuerno, ballena o nácar, en bruto o semielaborados; conchas; espuma de mar; ámbar amarillo.	<p>(se sugiere consultar la lista de productos y servicios a comercializarse con el nombre comercial en el buscador PERUANIZADO que se encuentra disponible en la página web del Indecopi)</p>	
Clase	Actividades Económicas					
20	Muebles, espejos, marcos; contenedores no metálicos de almacenamiento o transporte; hueso, cuerno, ballena o nácar, en bruto o semielaborados; conchas; espuma de mar; ámbar amarillo.					
<p>De no ser suficiente el espacio anterior, indicar las actividades económicas adicionales en el ANEXO B</p>						
<p>4.6. Fecha de Primer Uso (La cual deberá ser ANTERIOR A LA FECHA DE PRESENTACIÓN de la solicitud)</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 15 Abril 2020 Día Mes Año</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Se adjunta documentación que sustenta el primer uso del Nombre Comercial¹</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Documentación que acredita el primer uso ha sido presentado en el expediente N° 85123</p>						

5. FIRMA DEL SOLICITANTE O DEL REPRESENTANTE, DE SER EL CASO

Firma (conforme aparece en su documento de identidad)	Nombre y/o calidad del firmante
NICOLE ZAMORA A.	NICOLE ALESSANDRA ZAMORA ARANCIBIA

IMPORTANTE: Toda información consignada en esta solicitud se considera cierta, en atención al Principio de presunción de veracidad reconocido en el Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, la misma que estará sujeta a fiscalización posterior.

EXAMEN DE FORMA: Dentro de los quince (15) días hábiles contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud, la Dirección verificará si la misma cumple con todos los requisitos previstos en los artículos 50 y 51 del Decreto Legislativo 1075. Si la solicitud contiene todos los requisitos, la Dirección emitirá la correspondiente orden de publicación.

PLAZO DEL PROCEDIMIENTO: 180 días hábiles contados desde el día siguiente de la presentación de la solicitud de registro.


En cumplimiento de lo dispuesto por la Ley N° 29733, Ley de protección de Datos Personales, le informamos que los datos personales que usted nos proporcione serán utilizados y/o tratados por el Indecopi (por sí mismo o a través de terceros), estricta y únicamente para administrar el sistema de promoción, registro y protección de derechos de propiedad intelectual (signos distintivos, invenciones y nuevas tecnologías, y derecho de autor) en sede administrativa, así como, de ser el caso, para las actividades vinculadas con el registro de usuarios del sistema de patentes, pudiendo ser incorporados en un banco de datos personales de titularidad del Indecopi.

Se informa que el Indecopi podría compartir y/o usar y/o almacenar y/o transferir su información a terceras personas, estrictamente con el objetivo de realizar las actividades antes mencionadas.

Usted podrá ejercer, cuando corresponda, sus derechos de información, acceso, rectificación, cancelación y oposición de sus datos personales en cualquier momento, a través de las mesas de partes de las oficinas del Indecopi.

¹ Entre los medios probatorios que puede adjuntar se encuentran comprobantes de pago, medios publicitarios que contengan fecha de emisión, entre otros. Asimismo, de contener el nombre comercial solicitado una combinación de colores, estos también se deben apreciar en los medios probatorios que adjunte.

ANEXO 3

 Municipalidad de Jesús María	FORMATO DE DECLARACIÓN JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO <small>Ley N° 28976 - Ley Marco de Licencia de Funcionamiento y Modificaciones Versión 02</small>	Versión: 01	N° de expediente:									
		Página 1 de 2	Fecha de recepción:									
			N° de recibo de pago									
VER INSTRUCCIONES PARA EL LLENADO (Página 2)												
I MODALIDAD DEL TRÁMITE QUE SOLICITA (marcar más de una alternativa si corresponde)												
<p style="text-align: center; font-weight: bold; font-size: small;">Licencia de funcionamiento</p> <p><input type="checkbox"/> Indeterminada <input type="checkbox"/> Temporal</p> <p><input type="checkbox"/> Licencia para cesionario</p> <p><input type="checkbox"/> Licencia para mercados de abastos, galerías, comerciales y centros comerciales</p>	<p style="text-align: center; font-weight: bold; font-size: small;">Cambios o modificaciones</p> <p><input type="checkbox"/> Cambio de denominación o nombre comercial de la persona jurídica (Solo completar secciones I, II y III)</p> <p style="font-size: x-small;">N° de Licencia de funcionamiento</p> <p>_____</p> <p style="font-size: x-small;">Indicar nueva denominación o nombre comercial</p> <p><input type="checkbox"/> Transferencia de Licencia de Funcionamiento (Solo completar secciones I, II, III y adjuntar copia simple de contrato de transferencia)</p> <p style="font-size: x-small;">N° de Licencia de funcionamiento</p> <p>_____</p>	<p style="text-align: center; font-weight: bold; font-size: small;">Otros</p> <p><input type="checkbox"/> Cese de actividades (Solo completar secciones I, II y III)</p> <p style="font-size: x-small;">N° de licencia de funcionamiento</p> <p>_____</p> <p><input type="checkbox"/> Otros (especificar)</p> <p>_____</p>										
II DATOS DEL SOLICITANTE												
Apellidos y Nombres / Razón Social												

N° DNI/ N° C.E.	N° RUC	N° Teléfono	Correo electrónico									
_____	_____	_____	_____									
Dirección												
Av./Jr./Ca./Pje./Otros	N°/Int./Mz./Lt./Otros	Urb./AA.HH./Otros	Distrito y Provincia									
_____	_____	_____	_____									
III DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO												
Apellidos y Nombres		N° DNI/ N° C.E.	N° de partida electrónica y asiento de inscripción SUNARP (de corresponder)									
_____		_____	_____									
IV DATOS DEL ESTABLECIMIENTO												
Nombre Comercial												

Código CIU*	Giro/s*	Actividad	Zonificación									
_____	_____	_____	_____									
Av./Jr./Ca./Pje./Otros	N°/Int./Mz./Lt./Otros	Urb./AA.HH./Otros	Distrito y Provincia									
_____	_____	_____	_____									
Autorización Sectorial (de corresponder)												
Entidad que otorga autorización	Denominación de la autorización sectorial	Fecha de autorización	Número de autorización									
_____	_____	_____	_____									
Área total solicitada (mz)		Croquis de ubicación										
_____		<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="border: 1px solid black; width: 33%; height: 20px;"></td> <td style="border: 1px solid black; width: 33%; height: 20px;"></td> <td style="border: 1px solid black; width: 33%; height: 20px;"></td> </tr> <tr> <td style="border: 1px solid black; width: 33%; height: 20px;"></td> <td style="border: 1px solid black; width: 33%; height: 20px;"></td> <td style="border: 1px solid black; width: 33%; height: 20px;"></td> </tr> <tr> <td style="border: 1px solid black; width: 33%; height: 20px;"></td> <td style="border: 1px solid black; width: 33%; height: 20px;"></td> <td style="border: 1px solid black; width: 33%; height: 20px;"></td> </tr> </table>										

 Municipalidad de Jesús María	FORMATO DE DECLARACIÓN JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO Ley N° 28976 - Ley Marco de Licencia de Funcionamiento y Modificaciones Versión 02	Versión: 01	N° de expediente:
		Página 2 de 2	Fecha de recepción:
		N° de recibo de pago	

V DECLARACIÓN JURADA

Declaro (DE CORRESPONDER MARCAR CON X)

Cuento con poder suficiente vigente para actuar como representante legal de la persona jurídica conductora (alternativamente, de la persona natural que represento)	
El establecimiento cumple con las condiciones de seguridad en edificaciones y me someto a la inspección técnica que corresponda en función al riesgo, de conformidad con la legislación aplicable.	
El establecimiento cumple con la dotación reglamentaria de estacionamientos, de acuerdo con lo previsto a la ley.	
Cuento con título profesional vigente y estoy habilitado por el colegio profesional correspondiente (en el caso de servicios relacionados a la salud).	
Tengo conocimiento de que la presente Declaración Jurada y documentación está sujeta a la fiscalización posterior. En caso de haber proporcionado información, documentos, formatos o declaraciones que no corresponden a la verdad, se me aplicarán sanciones administrativas y penales correspondientes, declarándose la nulidad o revocatoria de la licencia o autorización otorgada. Asimismo, brindaré las facilidades necesarias para las acciones de control de la autoridad municipal competente.	

Observaciones o comentarios del solicitante:

Fecha

Firma del solicitante/ Representante legal/ Apoderado

DNI:

Nombres y Apellidos:

VI CALIFICACIÓN DE RIESGO (Para ser llenado por el calificador designado de la municipalidad)*

ITSE Riesgo bajo
 ITSE Riesgo medio
 ITSE Riesgo alto
 ITSE Riesgo muy alto

Firma y sello del calificador municipal

Nombres y Apellidos:

* Esta información debe ser llenada por el representante de la municipalidad.

INSTRUCCIONES PARA EL LLENADO

Sección I: Marca con una "X" en la casilla según la modalidad del trámite que solicita, en caso de corresponder puede marcar más de una alternativa. De haber marcado "Cambio de denominación o nombre comercial de la persona jurídica" o "Cese de actividades", solo debe completar las secciones I, II y III. De haber marcado "Transferencia de Licencia de Funcionamiento", debe adjuntar una copia simple del contrato de transferencia y solo debe completar las secciones I, II, y III.
Nota: Si el establecimiento ya cuenta con una licencia de funcionamiento y el titular o un tercero va a realizar alguna de las actividades simultáneas y adicionales establecidas por el Ministerio de la Producción mediante Decreto Supremo N° 011-2017-PRODUCE, no corresponde utilizar este Formato sino el "Formato de Declaración Jurada para informar el desarrollo de actividades simultáneas y adiciones a la licencia de funcionamiento".
 Si el establecimiento ya cuenta con una licencia de funcionamiento, el titular puede realizar actividades de cajero corresponsal sin necesidad de solicitar una modificación, ampliación o nueva licencia de funcionamiento ni realizar ningún trámite adicional.

Sección II: En caso de personal natural, consignar los datos personales del solicitante. En caso de persona jurídica, consignar la razón social y el número de RUC.

Sección III: En caso de representación de personas naturales, adjuntar carta poder simple firmada por el poderdante indicando de manera obligatoria su número de documento de identidad. En caso de representación de personas jurídicas consignar los datos del representante legal, número de partida electrónica y asiento de inscripción en la Superintendencia Nacional Nacional de Registros Públicos (SUNARP).

Sección IV: Consignar los datos del establecimiento, el tipo de actividad a desarrollar y la zonificación. Los campos correspondientes al "Codigo CIU" y "Giro/s" son completados por el representante de la municipalidad.
 Para aquellas actividades que, conforme al D.S. N° 006-2013-PCM, requieran autorización sectorial previa al otorgamiento de la licencia de funcionamiento, consignar los datos de la autorización sectorial.
 Consignar el área total para la que solicita la licencia de funcionamiento.
 Consignar en el croquis la ubicación exacta del establecimiento.

Sección V: De corresponder, marcar con una X.

Sección VI: Sección llenada por el calificador designado de la municipalidad.

ANEXO 4

CONTRATO DE TRABAJO SUJETO A MODALIDAD

Conste por el presente documento, el contrato de trabajo sujeto a modalidad temporal por necesidades de mercado que celebran de conformidad con el DECRETO LEGISLATIVO N° 1086 LEY DE PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD, FORMALIZACIÓN Y DESARROLLO DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA Y DEL ACCESO AL EMPLEO DECENTE y su reglamento DECRETO SUPREMO N° 008-2008 TR y el TUO de la Ley de promoción de la formación de competitividad y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente LEY MYPE aprobado por Decreto Supremo N° 007-2008-TR de una parte TRIYUMMY PACK S.A.C con RUC N° XXXXXXXXX y domicilio en XXXXXXXXXX, a quien en adelante se le denominará EL EMPLEADOR, identificada con DNI N° XXXXXXXX y de la otra parte XXXXXXXXXX identificada con DNI N° XXXXXXXX con domicilio en XXXXXXXXXX quien en adelante se denominará EL TRABAJADOR; en los términos y condiciones siguientes:

ANTECEDENTES:

PRIMERA: EL EMPLEADOR es una persona jurídica incorporada en el REMYPE (Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa), cuya actividad principal comprende XXXXXXXX por lo que requiere los servicios de una XXXXXXXX para realizar las funciones propias del puesto.

OBJETO DEL CONTRATO:

SEGUNDA: En virtud del presente contrato, EL EMPLEADOR contrata los servicios personales de EL TRABAJADOR, los mismos que se desarrollan bajo subordinación a cambio de la remuneración convenida.

PRESTACIÓN DE SERVICIOS:

TERCERA: por medio del presente contrato EL TRABAJADOR se obliga a cumplir con las funciones, órdenes e instrucciones que imparta EL EMPLEADOR, así como las demás normas que se impartan por necesidades del servicio.

EL EMPLEADOR se encuentra facultado a efectuar modificaciones en las funciones de EL TRABAJADOR, sin que dichas variaciones signifiquen menoscabo de remuneración. Queda entendido que la prestación de servicios es personal, no pudiendo EL TRABAJADOR ser reemplazado ni ayudado por tercera persona.

JORNADA Y HORARIO DE TRABAJO

CUARTA: En virtud de lo establecido por el D.S N° 008-2002-TR, Texto Único Ordenado de la Ley de Jornada de Trabajo, Horario y Trabajo en Sobre tiempo, y sus modificatorias, las partes estipulan que la jornada laboral de EL TRABAJADOR será de 48 horas a la semana, distribuidas según las necesidades de EL EMPLEADOR, con 60 minutos de refrigerio que no son computables a efectos de la citada jornada ni del horario de trabajo.

EL EMPLEADOR en uso de sus facultades directrices está facultado a efectuar modificaciones razonables en la jornada de trabajo de acuerdo a las disposiciones legales vigentes, respetando el máximo legal de 48 horas semanales, sin que diversas variaciones signifiquen menoscabo de categoría y/o remuneración.

REMUNERACIÓN:

QUINTA: EL TRABAJADOR percibirá como contraprestación por sus servicios una remuneración mensual ascendente a S / .XXXX (XXXXXXX soles), durante el tiempo que dure la relación laboral, de conformidad con la Constitución y otros estándares legales y vigentes.

Las ausencias injustificadas por parte de EL TRABAJADOR implican la pérdida de la remuneración en forma proporcional a la duración de dicha ausencia, del mismo modo, las impuntualidades o tardanzas injustificadas serán deducidas de la remuneración mensual de EL TRABAJADOR de manera proporcional y su reiteración será sancionada de acuerdo a ley, las partes convienen que la remuneración total establecida en esta cláusula será pagada en dos armadas quincenales.

VACACIONES:

SEXTA: De acuerdo a LEY MYPE aprobado por Decreto Supremo N° 007-2008-TR. EL TRABAJADOR tendrá derecho a máximo de 15 (quince) días de calendario de descanso vacacional por año de trabajo, seguro de salud SIS y aportes al sistema de pensiones que elija (nacional o privado).

DURACIÓN DEL CONTRATO:

SETIMA: El presente contrato es de duración determinada, puesto que se celebra para el incremento de la actividad productiva de la microempresa, y su vigencia se extiende del XX-XX-XXXX hasta el XX-XX-XXXX.

Queda entendido que EL EMPLEADOR no está obligado a dar aviso alguno adicional referente al término del presente contrato, operando su extinción en la fecha de su vencimiento conforme a la cláusula séptima, oportunidad en la cual se abonará a EL TRABAJADOR los beneficios sociales que le pudieran corresponder de acuerdo al Régimen Laboral Especial de la Microempresa, previsto en el Decreto Legislativo Nro. 1086 Ley de Promoción al Empleo.

EL TRABAJADOR, está sujeto a un período de prueba de tres (03) meses, el período de prueba podrá amplificarse a seis (06) seis meses, por ser un puesto calificado y de confianza, dentro de este período EL EMPLEADOR podrá finalizar el contrato en cualquier momento, de conformidad con lo establecido en los artículos 10° y 75° de la LPCL abonando a EL TRABAJADOR el pago que corresponda de acuerdo al régimen laboral especial de la Microempresa.

OBLIGACIONES DE EL TRABAJADOR:

OCTAVA: EL TRABAJADOR se compromete a cumplir con sus obligaciones con Lealtad y Eficiencia, aplicando para tal fin toda su experiencia y capacidad, y velando por los intereses de EL EMPLEADOR. Del mismo modo, debemos ejercer las funciones propias de su cargo con la mayor diligencia y responsabilidad.

EL TRABAJADOR se obliga a:

- a) Cumplir con todas las funciones inherentes a su cargo y que le serán proporcionadas e informadas al momento de asumir el cargo y dentro del proceso de inducción.
- b) Realizar personal, diligente y eficazmente las labores que se le encomiendan, demostrando respeto y cortesía en el trato con sus superiores y con los demás.
- c) Velar en todo momento por la buena imagen de TRIYUMMY PACK S.A.C, asumiendo la defensa de los intereses del EMPLEADOR, denunciando las acciones que atenten contra el.
- d) Cumplir con las normas y procedimientos que se imparten por necesidades del servicio en la aplicación de las facultades administrativas definidas por EL EMPLEADOR
- e) Mantener en reserva la información que por naturaleza de sus funciones le sea confiada.
- f) Responsabilizarse por los bienes y equipos que se le facilitan para el cumplimiento de su trabajo.

Esta obligación subsistirá aun después de terminada la relación laboral y su incumplimiento genera la correspondiente responsabilidad por daños y perjuicios.

EL TRABAJADOR se obliga también a informar sobre cualquier acto Irregular que ocurrió durante el desarrollo de sus actividades.

CONFIDENCIALIDAD

NOVENO: Será información confidencial cualquier información empresarial, societaria, comercial, técnica, de procesos, de costos, de arte y diseño o de convenios con los clientes, proveedores y entidades financieras y en general, toda información referida a EL EMPLEADOR, independiente del medio o soporte que la contenga, a la que tenga acceso EL TRABAJADOR en virtud a la celebración y ejecución del presente contrato.

En ese sentido y con la finalidad de resguardar la seguridad de la información confidencial detallada, EL EMPLEADOR se encuentra facultado para verificar el ingreso y salida de toda la información física que maneje EL TRABAJADOR para el cumplimiento de sus funciones, pudiendo comprobar, revisar y verificar la información electrónica en la cuenta de correo asignada a EL TRABAJADOR.

El trabajador se compromete a mantener en reserva la información que llega a su conocimiento en relación con la gestión del negocio, Know How y operatividad de la empresa. Esta obligación subsistirá aun después de terminar la relación laboral y su incumplimiento generara la responsabilidad por daños y perjuicios, sin el desmedro de la persecución penal por el delito previsto en el Artículo 165° del Código Penal.

NORMAS INTERNAS

DÉCIMO. EL TRABAJADOR autoriza a EL EMPLEADOR a que se realice el descuento de sus remuneraciones mensuales y extraordinarias y/o, en caso de que se produzca la resolución de la relación contractual por cualesquiera de los supuestos citados en la ley, en los siguientes supuestos y luego de que el proceso de investigación determine la responsabilidad del TRABAJADOR en lo citado a continuación:

- a) XXXXXXXXXXXXXXXX
- b) XXXXXXXXXXXXXXXX

EXTINCIÓN DEL CONTRATO

DÉCIMO PRIMERO: Asimismo el vínculo laboral se extinguirá en virtud de las demás causas causales de extinción del contrato de trabajo, señaladas en el artículo 16° de la LPCL (Ley de productividad y competitividad laboral):

- a) Por el incumplimiento de las obligaciones pactadas en el presente contrato.
- b) Por acuerdo común de ambas partes.
- c) Por renuncia de EL TRABAJADOR, observando las formalidades de la Ley.
- d) Por lo contemplado en el Reglamento Interno de Trabajo y las normas internas
- e) Por otras causas que las disposiciones legales pertinentes lo establezcan.

En todo lo no previsto en el presente contrato, se estará a las disposiciones establecidas en el D.S. Nro. 007-2008-TR y su reglamento el D.S. Nro. 008-2008-TR y normas modificatorias.

COMPETENCIA TERRITORIAL

DÉCIMO SEGUNDO: Para efectos de cualquier controversia que se genere con motivo de la celebración y ejecución de este contrato, las partes se someten a la competencia territorial de los jueces y Autoridades Administrativas de Lima

DOMICILIO

DECIMA PRIMERA: Las partes señaladas como sus respectivos domicilios en la introducción del presente contrato, por lo que serán consideradas validas todas las comunicaciones y notificaciones dirigidas a las mismas con motivo de la ejecución del presente contrato. El cambio de domicilio de cualquiera de las partes surtirá efecto desde la fecha de comunicación de dicho cambio a la contraparte, por cualquier medio escrito.

En señal de conformidad, las partes suscriben este documento en dos ejemplos de un mismo tenor y para un solo efecto que se firman en la ciudad de Lima al XX del mes de XXX del XXXX.

ANEXO 5

CONTRATO DE LOCACIÓN DE SERVICIOS

Conste por el presente documento privado el Contrato de Locación de Servicios, que celebran de una parte, **EL LOCADOR** cuyas generales de Ley se encuentran detalladas en el **ANEXO I** del presente Contrato; y de la otra parte, **EL COMITENTE**, cuyas generales de Ley se encuentran detalladas en el **ANEXO I** del presente contrato, bajo los términos y condiciones siguientes:

CLÁUSULA PRIMERA: **EL COMITENTE** es una empresa que para el cumplimiento de su objeto social, requiere que contar con los servicios profesionales descritos en el presente Contrato.

CLÁUSULA SEGUNDA: Por el presente contrato **EL LOCADOR** prestará sus servicios profesionales a **EL COMITENTE**, en forma temporal e independiente, estos servicios profesionales comprenderán las actividades descritas en el **ANEXO I**, de acuerdo a lo solicitado por **EL COMITENTE**.

CLÁUSULA TERCERA: En virtud del presente documento **EL COMITENTE** contrata los servicios profesionales de **EL LOCADOR** para que éste le brinde el servicio de XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX.

CLÁUSULA CUARTA: En el desarrollo de sus servicios, **EL LOCADOR** se desempeñará en forma independiente y sin exclusividad respecto de **EL COMITENTE**, sin perjuicio de lo cual y, únicamente para fines operativos, las partes realizarán reuniones periódicas de coordinación para determinar los objetivos o el avance de los servicios que se hubieran encomendado.

CLÁUSULA QUINTA: Son obligaciones de **EL LOCADOR**, cumplir con la ejecución, a satisfacción de **EL COMITENTE**, de los servicios listados en el **ANEXO I** en el plazo y forma establecidos.

CLÁUSULA SEXTA: Los servicios que prestará **EL LOCADOR** iniciarán y concluirán en el plazo establecido en el **ANEXO I** del presente Contrato. El plazo podrá ser renovado en caso sea necesario, previo acuerdo de las partes. En caso las partes no decidieran renovar el presente contrato, se entenderá resuelto de pleno derecho a partir del día siguiente de cumplido el plazo pactado.

Sin embargo el presente contrato podrá ser resuelto por **EL COMITENTE** mediante comunicación escrita, surtiendo efectos la resolución desde el día siguiente de recibida la comunicación por **EL LOCADOR**, sin que esto origine para **EL COMITENTE** la obligación de pago alguno de indemnización u otros en favor de **EL LOCADOR**.

Asimismo, **EL COMITENTE** podrá resolver el contrato, en caso se produzca el incumplimiento de las obligaciones asumidas por **EL LOCADOR** en virtud del mismo. Para tal efecto, bastará remitir una carta por conducto notarial, precisando el incumplimiento en que se ha incurrido con una anticipación de cinco (05) días calendarios, entendiéndose resuelto el contrato a partir del vencimiento del plazo señalado, sin perjuicio de las acciones legales que correspondan por daños y perjuicios por el incumplimiento de los acuerdos contenidos en el presente instrumento.

CLÁUSULA SÉPTIMA: Las partes acuerdan que por los servicios que preste **EL LOCADOR**, **EL COMITENTE** le abonará la suma establecida en el **ANEXO I** del presente Contrato.

Sobre las cantidades establecidas se aplicarán los descuentos y retenciones de ley.

El pago de la contraprestación queda sujeto a la conformidad previa por parte de **EL COMITENTE** de las actividades realizadas por **EL LOCADOR**. El pago se realizará, previa presentación del recibo correspondiente por parte de **EL LOCADOR**.

CLÁUSULA OCTAVA: Se deja expresa constancia que el presente contrato es de naturaleza civil, por tratarse de una locación de servicios y se rige por las normas contenidas en los artículos 1764 y siguientes del Código Civil vigente, estando excluido del régimen del Decreto Legislativo N° 728 y demás leyes laborales o conexas a una relación laboral.

Queda igualmente establecido que **EL COMITENTE** no asume vínculo alguno laboral o comercial con terceras personas que pudieran depender de **EL LOCADOR** o que éste utilice para el mejor desarrollo de los servicios que se le encomienden.

EL LOCADOR asume en forma exclusiva todas las responsabilidades de carácter laboral, tributario, comercial y de otra índole frente a los asistentes o personal que pudiera contratar para el desarrollo de sus servicios.

CLÁUSULA NOVENA: **EL LOCADOR**, no podrá subcontratar total o parcialmente a terceras personas el servicio pactado en el presente contrato. Asimismo, si éste contara con trabajadores a su cargo, bajo vínculo de dependencia, será de su exclusiva responsabilidad el pago de remuneraciones y beneficios sociales que adeude a dicho personal.

CLÁUSULA DÉCIMA: **EL LOCADOR** se obliga a mantener absoluta confidencialidad y a no divulgar los métodos, sistemas o procedimientos de trabajo, ni a prestar información sobre los datos, cuadros estadísticos o cualquier

otra información referida a **EL COMITENTE**, a los que pudiera tener acceso o sobre los cuales tenga conocimiento, debiendo guardar absoluta discreción sobre los mismos.

EL LOCADOR se obliga a garantizar la total reserva y confidencialidad respecto de la información que el personal que designe obtenga y/o tenga acceso, como consecuencia de la ejecución del servicio contratado, reconociendo además que dicha información y la documentación correspondiente serán en todo momento de propiedad exclusiva de **EL COMITENTE**, estando por ende **EL LOCADOR** obligado a evitar que su personal divulgue, reproduzca o suministre la información a cualquier persona natural o jurídica. Esta prohibición alcanza también a los documentos y demás materiales que **EL COMITENTE** entregue a **EL LOCADOR**, quien en consecuencia, al concluir los servicios o al finalizar el presente contrato por cualquier causa, deberá devolver íntegramente y de manera inmediata a **EL COMITENTE** los documentos o materiales recibidos.

La presente obligación de confidencialidad tiene la misma vigencia del presente contrato y subsistirá posterior a su vencimiento, y su incumplimiento hará responsable a **EL LOCADOR** de los daños y perjuicios que ocasione a **EL COMITENTE**.

El incumplimiento de las obligaciones antes referidas, dará derecho a **EL COMITENTE** a resolver de pleno derecho el presente contrato, sin necesidad de dar aviso previo a **EL LOCADOR** e independientemente de su derecho a exigir una indemnización y a ejercer las acciones legales que correspondan.

CLÁUSULA UNDÉCIMA: Las Partes acuerdan que el incumplimiento de las obligaciones del presente contrato por parte de **EL LOCADOR** le generará la obligación de pagar a **EL COMITENTE**, a modo de penalidad el equivalente a 5% del monto total a pagar por los servicios por cada día que dure el incumplimiento, lo que resulte mayor.

Estos montos podrán ser descontados de los pagos a **EL LOCADOR** que se encontraran pendientes; asimismo, **EL COMITENTE** podrá ejercer su derecho a retener cualquier monto y/o factura pendiente de pago a **EL LOCADOR**, hasta la fecha efectiva en que cese el incumplimiento.

En caso el monto de la penalidad supere el 10% del monto total a pagar por los servicios, **EL COMITENTE** se encontrará facultado para resolver el presente Contrato de pleno derecho y reclamar la correspondiente indemnización por daños y perjuicios en la vía correspondiente.

CLÁUSULA DUODÉCIMA: **EL LOCADOR** debe cumplir con la legislación local respecto de todas las obligaciones laborales, incluyendo las horas de trabajo y los salarios y respetar, entre otros, los siguientes puntos:

- Los trabajadores de **EL LOCADOR** relacionados con los servicios materia del presente contrato, deben tener más de dieciocho (18) años.
- En ningún caso **EL LOCADOR** puede recurrir a trabajo forzado, encubierto, peligroso o penitenciario (excepto en el caso de prisioneros que tienen la libertad de elegir trabajar y de recibir sueldos de mercado).
- **EL LOCADOR** debe respetar la libertad de asociación.
- **EL LOCADOR** debe prohibir toda forma de discriminación, distinción, exclusión o preferencia basada en motivos de raza, color, sexo, orientación sexual, religión opinión política, ascendencia nacional u origen social, que tenga por efecto anular o alterar la igualdad de oportunidades o de trato en el empleo y la ocupación.
- Cualquier otra obligación laboral y previsional sustentada en los convenios internacionales de la OIT.

EL LOCADOR cumplirá el presente contrato con plena adecuación a lo dispuesto en la normativa laboral (tanto general como específica), de seguridad social, fiscal y de prevención de riesgos laborales que le sea aplicable, exonerando a **EL COMITENTE** de cualquier coste que pudiera originarle una actuación judicial o administrativa que tuviera su origen en la inobservancia de dichas obligaciones por parte de **EL LOCADOR**.

Tanto **EL COMITENTE** como **EL LOCADOR** se obligan a dar cumplimiento a la normatividad de riesgos laborales prevista en la Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo (Ley N° 29783), su Reglamento (Decreto Supremo N° 005-2012-TR) y la y normativa complementaria o normas que la sustituyan, así como a hacerse responsables de las obligaciones que en materia de seguridad y salud les sean aplicables.

CLÁUSULA DÉCIMO TERCERA: **EL LOCADOR** manifiesta que conoce y se obliga a cumplir con todos los requerimientos de las leyes y disposiciones aplicables en materia de anti-corrupción, tanto nacionales como extranjeras, y manifiesta que no entregará, efectuará, ofrecerá, prometerá o concederá pagos, ventajas o cualquier otra cosa indebida, pecuniaria o de otra índole, directa o indirectamente, a (i) ninguna persona; (ii) ninguna empresa; (iii) ninguna asociación; (iv) ningún organismo público gubernamental o no (incluyendo pero no limitado a servidores públicos o empleados de cualquiera de las antes mencionadas); (v) ninguna empresa de participación estatal cualquiera que sea su modalidad; (vi) ningún partido político o candidato a cualquier cargo público; quién, actuando en representación o por sí mismo, se encuentre en la posición de obtener, influir, asegurar o retener cualquier negocio y/o proveer cualquier ventaja financiera o de cualquier otra índole para **EL COMITENTE**, para la consecución de los fines de este Contrato.

EL LOCADOR deberá dar aviso a **EL COMITENTE**, en el momento en que tenga conocimiento de ello, si sus accionistas, directores, funcionarios y/o trabajadores cuentan con antecedentes penales y/o judiciales.

CLÁUSULA DÉCIMO CUARTA: Las partes acuerdan que no podrán ceder o transferir, parcial o totalmente, el presente contrato o los derechos y/o obligaciones que de él emanan, a menos que sea expresamente autorizado por escrito por la otra parte.

CLÁUSULA DÉCIMO QUINTA: El retraso, la falta de ejercicio o el ejercicio parcial de cualquier derecho derivado de este instrumento de cualquier parte que no implica una renuncia o abandono de ellos.

CLÁUSULA DÉCIMO SEXTA: Para la validez de todas las comunicaciones y notificaciones a las partes, con motivo de la ejecución de este contrato, ambas señalan como sus respectivos domicilios los indicados en la introducción del presente documento. El cambio de domicilio de cualquiera de las partes surtirá efecto desde la fecha de comunicación de dicho cambio a la otra parte, por vía notarial.

CLÁUSULA DÉCIMO SÉPTIMA: El presente Contrato se regirá e interpretará de acuerdo con las leyes de la República del Perú.

Las partes acuerdan que cualquier controversia, diferencia o reclamación que se produzca entre ellas relativa a la interpretación, ejecución, resolución, rescisión, eficacia, validez u otro asunto vinculado al presente contrato o por cualquier otro motivo o circunstancia relacionada directa o indirectamente con el presente contrato y con los que por causa de este contrato se celebren, se solucionará siguiendo el procedimiento siguiente:

1. En primer lugar, las partes harán sus mayores esfuerzos para encontrar una solución amigable.
2. En caso de no tener éxito en lograr una solución directa en un plazo no mayor a diez (10) días hábiles, las partes acuerdan expresamente someterse a un arbitraje de derecho, de conformidad con los Reglamentos Arbitrales del Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Lima, a cuyas normas, administración y decisión se someten las partes en forma incondicional.
3. El arbitraje será resuelto por un Tribunal Arbitral conformado por tres (03) árbitros, siendo que cada parte nombrará un (01) árbitro en el plazo de quince (15) días naturales de recibido el requerimiento para que lo haga y los dos (02) árbitros así nombrados, en el plazo de quince (15) días naturales de producida la aceptación del último de ellos, nombrarán al tercero, quien presidirá el Tribunal Arbitral. A falta de acuerdo o en caso de duda, el nombramiento será efectuado, a solicitud de cualquiera de las partes, por el Centro de Arbitraje indicado en el párrafo precedente.

El Laudo Arbitral emitido es vinculante para las partes y pondrá fin al procedimiento de manera definitiva, siendo el laudo inapelable ante el Poder Judicial o ante cualquier instancia administrativa.

El lugar de arbitraje será la ciudad de Lima, República del Perú y se llevará a cabo en el idioma español.

CLÁUSULA DÉCIMO OCTAVA: En caso de que cualquier disposición de este contrato sea considerada inválida o inejecutable, dicha disposición se apartará del resto de este contrato y no provocará la invalidez o nulidad de las demás disposiciones contenidas en el mismo. Las partes tratarán de sustituir dichas disposiciones válidas de efecto económico similar.

Los encabezados en este contrato se incluyen sólo por comodidad o referencia y no serán utilizados en la interpretación de este contrato.

Este contrato establece todas las intenciones, acuerdos, pactos, promesas, garantías, representaciones, condiciones, derechos y obligaciones entre las partes y sustituye todos los anteriores y actuales acuerdos, entendimientos, negociaciones y propuestas relacionadas con el objeto del mismo. Ninguna modificación o enmienda posterior a este contrato será vinculante para las partes, a menos que se haga por escrito y sea debidamente firmada por sus apoderados.

Este instrumento se firma en dos (02) ejemplares originales de igual contenido y valor, en la fecha establecida en el **ANEXO I.**

ANEXO I

I. **EL LOCADOR:**

<<RAZON SOCIAL DEL LOCADOR>>, con RUC N° <<Número de RUC>>, con domicilio en <<Domicilio fiscal de EL LOCADOR según ficha RUC>>; representada por <<Nombre del Representante Legal>>, identificado con DNI N° <<Número de DNI>>; según poder que corre inscrito en la Partida Electrónica N° <<Número de Ficha Registral>> del Registro de Personas Jurídicas de Lima.

II. **EL COMITENTE:**

TRIYUMMY PACK S.A.C con RUC N° <<Número de RUC>>, con domicilio en <<Domicilio fiscal de EL COMITENTE según ficha RUC>>; representada por <<Nombre del Representante Legal>>, identificado con DNI N° <<Número de DNI>>; según poder que corre inscrito en la Partida Electrónica N° <<Número de Ficha Registral>> del Registro de Personas Jurídicas de Lima.

III. **SERVICIOS Y ACTIVIDADES:**

Los servicios y/o actividades a ser ejecutados por **EL LOCADOR** a **EL COMITENTE** en razón al presente contrato, son los siguientes: XXXXXXXX

IV. **PLAZO DEL CONTRATO:**

XXXXXX (XX) días calendario.

V. **CONTRAPRESTACIÓN:**

Por los servicios contratados, **EL COMITENTE** pagará a **EL LOCADOR** la suma total de [soles / dólares].

VI. **FORMA DE PAGO:**

El pago se realizará mediante transferencia electrónica hacia la cuenta de **EL LOCADOR**, dentro de XXXXXX (XX) días contados desde la conformidad de **EL COMITENTE** de los servicios ejecutados por **EL LOCADOR**.

Banco : XXXXXXXX.
Cuenta N° : XXXXXXXX.
Moneda : XXXXXXXX.

VII. **PROPIEDAD INTELECTUAL Y DERECHOS DE AUTOR:**

Los títulos de propiedad, derechos de autor y todo otro tipo de derechos de cualquier naturaleza sobre cualquier material producido bajo las estipulaciones de este contrato son cedidos a **EL COMITENTE** en forma exclusiva y sin costo adicional alguno. La información obtenida por **EL LOCADOR** dentro del cumplimiento de sus obligaciones, así como sus informes y toda clase de documentos que produzca o tenga a su alcance de manera directa o indirecta, relacionados o no con la ejecución de sus actividades, serán confidenciales y de propiedad exclusiva de **EL COMITENTE**, no pudiendo ser divulgados sin la autorización expresa previa y por escrito de éste.

VIII. **FECHA EFECTIVA DEL CONTRATO:**

XXXX (XX) de XXXXXXXX de 20XX.