



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

**IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACION DE SCOOTERS
ELÉCTRICOS DE CHINA AL MERCADO PIURANO,
2020-2021**

**PRESENTADO POR
DAVID JUNIOR ESPINOZA VARONA**

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

LIMA – PERÚ

2020



CC BY-NC-SA

Reconocimiento – No comercial – Compartir igual

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

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



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

**IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACION DE SCOOTERS ELECTRICOS
DE CHINA AL MERCADO PIURANO, 2020-2021**

Presentado por:
Bachiller: David Junior Espinoza Varona

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

Lima - Perú

2020

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mis padres
Monica Esther Varona Riofrio y a David
Andrés Espinoza Oliva, mis ejemplos a
seguir, modelos de perseverancia y
amor.

Agradecimiento

A la Universidad de San Martín de Porres por todo el tiempo de experiencias y aprendizaje, por haber formado una parte significativa de mi vida personal y académica, dándome la oportunidad de conocer a grandes profesionales y amigos.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	10
CAPÍTULO I. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN	11
1.1. Descripción de la Idea de Negocio	11
1.2. Propuesta de Valor.....	11
CAPÍTULO II. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	13
2.1. Nombre o Razón Social.....	13
2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional.....	13
2.3. Ubicación y factibilidad Municipal y Sectorial	13
2.4. Objetivos, Principio de la empresa en marcha.....	14
2.4.1 Misión.....	14
2.4.2 Visión	14
2.4.3 Objetivos.....	14
2.4.4 Valores	15
2.4.5 Principios.....	15
2.5. Ley de MYPE, Micro y Pequeña empresa.....	15
2.6. Estructura Orgánica.....	17
2.7. Cuadro de Asignación de Personal	17
2.7.1. Junta General de Participaciones	18
2.7.2. Administrador	18
2.7.3. Contador	18
2.7.4. Jefe de Operaciones	19
2.8. Forma Jurídica Empresarial	20
2.9. Registro de marca y procedimiento en INDECOPI.....	20
2.10. Requisitos y Trámites Municipales	21
2.11. Régimen Tributario, procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades	22
2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).....	23
2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral	24
2.14. Modalidades de Contratos Laborales	25
2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.....	25
CAPÍTULO III. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL	26

3.1. IDENTIFICACIÓN, DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL PRODUCTO A IMPORTAR.....	26
3.1.1. Clasificación arancelaria (en ambos países).....	27
3.1.2. Ficha tecnica comercial.....	28
3.1.3. Ecuacion de valor para el mercado nacional	29
3.1.4. Determinación de la marca a usar	30
3.2. Investigación de mercado objetivo.....	31
3.2.1. Segmentacion de mercado objetivo (macro y micro segmentacion)	32
3.2.1.1 MACRO SEGMENTACION	32
3.2.1.2 MICRO SEGMENTACION.....	33
3.2.2. DEFINICION DEL PERFIL DEL CONSUMIDOR	35
3.2.3. MEDICION DEL MERCADO OBJETIVO	35
3.3. ANÁLISIS DE OFERTA Y DEMANDA EN EL MERCADO	36
3.3.1. Análisis de oferta	36
3.3.2. Análisis y Cálculo de la demanda	37
3.3.4. Análisis de Precio de Importación (compra)	40
3.3.5. Análisis y determinación de formas de distribución	41
3.3.6. Análisis del entorno.....	42
3.4. ESTRATEGIAS DE VENTA Y DISTRIBUCIÓN NACIONAL.....	44
3.4.1. Estrategias de segmentación	44
3.4.2. Estrategias de posicionamiento.....	44
3.4.3. Estrategias de ingreso al mercado	45
3.4.4. Estrategias de distribución comercial	47
3.4.5. Estrategias de Branding	47
3.5. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN NACIONAL.....	48
3.5.1. Establecer los mecanismos y definir estrategias de promoción, incluida promoción de ventas	48
3.5.2. Propuesta de Valor	48
3.5.3. Estrategias de marketing digital y uso del e-commerce	50
3.6. POLÍTICAS DE ESTRATEGIAS DE PRECIO	52
CAPÍTULO IV. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL	53
4.1. Envases, empaques y embalajes.....	53
4.2. Diseño del rotulado y marcado	54

4.2.1. Diseño del rotulado.....	54
4.2.2. Diseño del marcado.....	55
4.3. Unitarización y cubicaje de la carga.....	56
4.4. Cadena de DFI de importación.....	59
4.5. Seguro de las mercancías	67
CAPÍTULO V: PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL.....	68
5.1. Fijación de precios.....	68
5.1.1. Costos y precio.....	68
5.2. Cotización internacional	73
5.3. Contrato de compra venta internacional y sus documentos	74
5.4. Elección y aplicación del Incoterm.....	76
5.5. Determinación del medio de pago y cobro	77
5.6. Elección del régimen de importación.....	78
5.7. Gestión aduanera del comercio internacional.....	79
5.8. Gestión de las operaciones de importación: Flujograma.....	81
CAPÍTULO VI: PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	82
6.1. Inversión Fija	82
6.1.1. Activos Tangibles	82
6.1.2. Activos Intangibles.....	82
6.2. Capital de Trabajo	83
6.3. Inversión Total.....	83
6.4. Estructura de Inversión y Financiamiento	83
6.5. Fuentes Financieras y condiciones de crédito.....	85
6.6. Presupuesto de Costos	85
6.7. Punto de Equilibrio	89
6.8. Tributación de la exportación	89
6.9. Presupuesto de Ingresos	90
6.10. Presupuesto de Egresos	93
6.11. Flujo de Caja Proyectado	94
6.12. Estado de Ganancias y Pérdidas.....	95
6.13. Evaluación de la Inversión	95
6.13.1. Evaluación Económica	95
6.13.2. Evaluación Financiera.....	96

6.13.3. Evaluación Social.....	96
6.13.4. Impacto Ambiental	96
6.14. Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo.....	97
6.15. Cuadro de riesgo del tipo de cambio	97
CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	99
7.1. Conclusiones.....	99
7.2. Recomendaciones.....	99
Bibliografía.....	100
Anexos	102
Anexo 1. Cotización de Agenciamiento de Carga / Aduana – ADUANDINA	102
Anexo 2. Contrato de Compraventa Internacional.....	103

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación Almacén / punto de venta.....	14
Figura 2. Ley de MIPE.....	17
Figura 3. Organigrama de Espinoza Imports S.R.L.....	17
Figura 4. Ecuación de Valor - CITY SCOOTER	30
Figura 5. Marca Comercial - CITY SCOOTER	31
Figura 6. Las 05 fuerzas de Porter.....	42
Figura 7. Estrategia de Posicionamiento.....	45
Figura 8. Matriz de Ansoff	46
Figura 9. Modelo de Lienzo - CITY SCOOTER.....	49
Figura 10. Factores influyentes en la fijación de precio.....	52
Figura 11. Imagen del Empaque – Scooter Electrico	53
Figura 12. Mercado - Scooter Eléctrico	55
Figura 13. Ejemplificación de Paletización - Espinoza Imports S.R.L	57
Figura 14. Ejemplificación de Contenedorización - Espinoza Imports S.R.L....	58
Figura 15. Cadena de DFI - ESPINOZA IMPORTS S.R.L	59
Figura 16. Instalaciones del Proveedor	61
Figura 17. Ejemplificación de Certificado de Seguro.....	67
Figura 18. Proforma del proveedor Zhejiang E-Twow Electric Vehicle Co.,Ltd	74
Figura 19. Flujograma del Despacho Diferido de Importación	80
Figura 20. Flujograma de Operaciones de Importación	81

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Asignación de Personal.....	18
Tabla 2. Medidas impositivas - P.A. 8711.60.00.00	27
Tabla 3. Tratado de Libre Comercio Peru - China.....	28

Tabla 4. Ficha Técnica Comercial - Scooters Electricos	29
Tabla 5. Población censada del Departamento de Piura - 2007-17	32
Tabla 6. Población por sexo en el Departamento de Piura - 2007-17	33
Tabla 7. Participación de la población en edad de trabajar - Departamento de Piura	34
Tabla 8. Principales exportadores del producto 8711.60.00.00 – Valor FOB (US\$)	36
Tabla 9. Principales exportadores del producto 8711.60.00.00 – Cantidades .	37
Tabla 10. Principales exportadores a Perú del producto 8711.60.00.00 – VALOR FOB (US\$)	38
Tabla 11. Principales exportadores a Perú del producto 8711.60.00.00 – Cantidades	38
Tabla 12. Principales importadores de la ciudad de Piura	39
Tabla 13. Análisis de Benchmarking	40
Tabla 14. Buyer Persona.....	50
Tabla 15. Detalle del Empaque - Scooter Electrico	54
Tabla 16. Rotulado - Scooter Eléctrico.....	55
Tabla 17. Paletización de la carga - Espinoza Imports S.R.L.....	57
Tabla 18. Contenedorización - Espinoza Imports S.R.L.....	58
Tabla 19. Selección del medio de transporte	62
Tabla 20. Selección de agente de carga	63
Tabla 21. Costos logísticos – ADUANDINA	64
Tabla 22. Valor FOB por embarque	68
Tabla 23. Costo Total de Importación	69
Tabla 24. Costo Unitario de importación	69
Tabla 25. Costo de producto importado (en soles).....	70
Tabla 26. Gastos de Personal (en soles)	70
Tabla 27. Materiales Indirectos (en soles).....	70
Tabla 28. Gastos Indirectos Fijos (en soles)	71
Tabla 29. Gastos Administrativos (en soles)	71
Tabla 30. Gastos de Marketing & Ventas (en soles)	72
Tabla 31. Costos Fijos (en soles).....	72
Tabla 32. Costos Variables (en soles).....	73
Tabla 33. Costos Totales (en soles).....	73
Tabla 34. Estructura de Precio (en soles)	73
Tabla 35. Información del Contrato de Compraventa Internacional	76
Tabla 36. Inversión Fija Tangible	82
Tabla 37. Inversión Activo Intangible.....	83
Tabla 38. Capital de Trabajo	83
Tabla 39. Inversión Total.....	83
Tabla 40. Estructura de Inversión.....	84
Tabla 41. Amortización de la Deuda	85
Tabla 42. Detalle de Costos Fijos I.....	86
Tabla 43. Detalle de Costos Fijos II.....	86

Tabla 44. Costos Variables - Proyección de 05 años.....	88
Tabla 45. Punto de Equilibrio	89
Tabla 46. Flujo del IGV.....	89
Tabla 47. Detalle de Ingresos.....	91
Tabla 48. Presupuesto de Ingresos.....	92
Tabla 49. Presupuesto de Egresos	93
Tabla 50. Flujo de Caja Económico.....	94
Tabla 51. Flujo de Caja Financiero.....	94
Tabla 52. Estado de Ganancias y Pérdidas	95
Tabla 53. Evaluación Económica	95
Tabla 54. Evaluación Financiera	96
Tabla 55. Determinación del COK.....	97
Tabla 56. Determinación de la WACC.....	97

RESUMEN EJECUTIVO

Habiendo detectado la oportunidad de comercialización, se propone la apertura de una empresa dedicada a la importación y venta de scooters eléctricos en la ciudad de Piura.

Los scooters eléctricos, son dispositivos de movilización personal que de forma rápida, económica, no contaminante y segura permiten el traslado de las personas, estos productos funcionan a base de un motor eléctrico recargable en un tomacorriente de energía eléctrica, evitando la emisión de gases que contaminen la atmosfera.

Dentro del estudio de mercado los puntos importantes que se han estudiado son la oportunidad de negocio, se ha identificado el segmento al que se quiere llegar y se ha planteado la estrategia de comercialización del producto.

En un estudio económico – financiero se han determinado las necesidades económicas del proyecto, cuantificando costos e ingresos, y demás conceptos inherentes al proyecto, además de los estados contables propios.

El estudio culmina con las conclusiones y recomendaciones en base al proyecto establecido.

CAPÍTULO I. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

1.1.Descripción de la Idea de Negocio

La contaminación ambiental es un problema que se ha desarrollado a grandes escalas en los últimos tiempos, cada año es evidente como nuestro medio ambiente se esta alterando de forma significativa. Gran contribución a este problema, aportado la emisión de gases por combustión de los principales medios de transporte en el mundo.

La importación y comercialización de scooters eléctricos permitirá a las personas optar, como primera característica, por una medio de transporte amigable con el medio ambiente, una opción de transporte económico pues el nivel de rendimiento costo/beneficio es bastante alto, que en adición brinda características de seguridad y velocidad.

El desarrollo de esta idea de negocio permitirá conocer si existe mercado en el territorio piurano para la importación y comercialización de scooters eléctricos. De igual forma permitirá establecer los parámetros de comercialización necesarios para la oferta del producto en forma competitiva.

1.2.Propuesta de Valor

En la situación actual, donde cada vez más se desarrollan conceptos de manejo y cuidado ambiental, la fabricación y uso tecnologías limpias es un tendencia a nivel mundial, en ese sentido ESPINOZA IMPORTS S.R.L, ofrece al público una alternativa de transporte altamente económica y amigable con el medio ambiente. Este producto va ayudar a disminuir la emisión de gases por

combustión a la atmosfera, y significara un ahorro importante para el bolsillo del consumidor.

Las personas mayores de edad que dentro de la zona urbana que deseen movilizarse de forma rápida y segura, ya sea para temas de estudio, trabajo, o simplemente porque tengan la necesidad de viajar dentro de la ciudad, tendrán la oportunidad de acceder a un producto novedoso y de fácil uso.

Los scooters eléctricos son ligeros y compactos, lo cual permitirá rapidez y agilidad en las calles congestionadas de tránsito.

CAPÍTULO II. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1. Nombre o Razón Social

Para determinar el nombre de esta empresa, se realizó la búsqueda y registro del nombre ESPINOZA IMPORTS S.R.L en RENIEC. El nombre comercial con el que se identificará la empresa será ESPINOZA IMPORTS.

2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional

ESPINOZA IMPORTS S.R.L es una empresa dedicada a la importación y comercialización de scooters eléctricos de China al mercado Piurano, con codificación internacional CIUU N°.4921

Ingrese una palabra o descripción que se relacione a su Actividad Económica:

TRANSPORTE URBANO

Seleccione una descripción que se relacione a su Actividad Económica:

- 4921--TRANSPORTE URBANO DE PASAJERO EN MICROBUS
- 4921--TRANSPORTE URBANO DE PASAJEROS
- 4921--TRANSPORTE URBANO DE VIAJEROS**
- 4921--TRANSPORTE URBANO DE VIAJEROS POR CARRETERA
- 4921--TRANSPORTE URBANO E INTERURBANO DE PASAJERO EN AUTO
- 4921--TRANSPORTE URBANO REGULAR DE VIAJEROS
- 4921--TRANSPORTE URBANO VIAJEROS POR FERROCARRIL
- 4921--TRANSPORTE URBANO Y SUBURBANO POR FERROCARRIL (METRO Y SUPERFICIE)
- 4922--SERVICIO DE TRANSPORTE URBANO - MOTOTAXI
- 4922--SERVICIO DE TRANSPORTE URBANO A PASAJERO EN MOTOTAXI

El Código CIUU Rev. 4 que le corresponde a su Actividad Económica es:

4921-Transporte urbano y suburbano de pasajeros por vía terrestre

El Código CIUU Rev. 3 que le corresponde a su Actividad Económica es:

6021-Otros tipos de transporte regular de pasajeros por vía terrestre.

Figura N° 1: Código CIUU, (INEI, 2020)

2.3. Ubicación y factibilidad Municipal y Sectorial

ESPINOZA IMPORTS S.R.L se encuentra ubicada en la dirección: Av. Circunvalación 1118, ciudad y distrito de Piura. Este local al encontrarse dentro de la zona céntrica de la ciudad, tendrá la doble función como punto de almacenamiento y venta.



Figura 1. Ubicación Almacén / punto de venta

Fuente: (Google maps, 2020)

2.4. Objetivos, Principio de la empresa en marcha

2.4.1 Misión

La misión de ESPINOZA IMPORTS S.R.L es ser reconocida como una empresa con una propuesta eco-amigable, impactar de forma positiva en el medio ambiente e inspirar a nuevos emprendimientos socialmente responsables.

2.4.2 Visión

Alcanzar un crecimiento rentable que permita mejorar continuamente, convirtiendo a la empresa en una alternativa consolidada de transporte dentro de la ciudad.

2.4.3 Objetivos

- Alcanzar altas rentabilidades.
- Crear alianzas con universidades e institutos

- Lograr altos niveles de marketing digital
- Establecer un segundo local
- Expansión de ventas a otras ciudades

2.4.4 Valores

- Responsabilidad
- Respeto
- Honestidad
- Compromiso
- Integridad
- Pasión

2.4.5 Principios

- Cuidado del medio ambiente
- Mejoramiento continuo
- Cultura de credibilidad
- Cultura de calidad

2.5. Ley de MYPE, Micro y Pequeña empresa

La presente Ley tiene por objeto la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al Producto Bruto Interno (PBI), la ampliación del mercado interno y las exportaciones, y su contribución a la recaudación tributaria.

Una MYPE, es toda unidad constituida por una persona natural o jurídica, dedicada a la extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Las MYPES están comprendidas dentro de la LEY Del IMPULSO AL DESARROLLO PRODUCTIVO Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL, aprobado mediante D.S. N° 013-2013-PRODUCE. A su vez, se integró la Ley N° 28015 – Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, entre otras.

Las MYPE deben reunir las siguientes características concurrentes:

a) El número total de trabajadores:

- La microempresa abarca de uno hasta diez trabajadores.
- La pequeña empresa abarca de uno hasta cincuenta trabajadores.

b) Niveles de ventas anuales:

- La microempresa: Hasta el monto máximo de 150 Unidades impositivas tributarias (UIT).
- La pequeña empresa: A partir del monto máximo señalado para las microempresas y hasta 850 UIT.

Similitudes entre la Microempresa y la Pequeña empresa

- Remuneración Mínima Vital (RMV)
- Jornada de trabajo de 8 horas
- Remuneración por trabajo en sobretiempo

- Descanso vacacional de 15 días calendario

<i>Similitudes entre la Microempresa y la Pequeña empresa</i>
Remuneración Mínima Vital (RMV) Jornada de trabajo de 8 horas Remuneración por trabajo en sobretiempo Descanso vacacional de 15 días calendario
<i>Diferencias entre la Microempresa y la Pequeña empresa</i>
La microempresa utiliza el SIS y la pequeña empresa utiliza el Essalud. La pequeña empresa tiene la obligación de brindar 2 gratificaciones al año (Fiestas patrias y Navidad) El trabajador de la pequeña empresa tiene derecho a participar en las utilidades de la empresa, el trabajador de la microempresano.

Figura 2. Ley de MIPE

Fuente: Elaboración propia.

2.6. Estructura Orgánica

ESPINOZA IMPORTS S.R.L



Figura 3. Organigrama de Espinoza Imports S.R.L

Fuente: Elaboración Propia

2.7. Cuadro de Asignación de Personal

Cuadro N° 1: Asignación de Personal

Cargo	Cantidad de Trabajadores	Remuneración Mensual (S/.)	Rem. Anual	Vacaciones (1/2 sueldo)	ESSALUD (9%)	T. ANUAL (S/.)
-------	--------------------------	----------------------------	------------	-------------------------	--------------	----------------

Administrador	1	2000	24 000	1000	2160	27160
Contador	1	400	1,600	-	-	1,600
Jefe de Operaciones	1	1500	18 000	900	1 620	20520
						74200

Tabla 1. Asignación de Personal

Elaboración Propia

2.7.1. Junta General de Participaciones

- Participar en la gestión de la empresa.
- Establecer, revisar y/o modificar las políticas de la empresa.
- Designar, ascender o separar personal de la empresa.
- Ampliación o disminución del capital social.

2.7.2. Administrador

El desarrollo del pensamiento gerencial en el transcurso del tiempo, ha determinado 4 funciones administrativas, como lo son la planeación, la organización, la dirección y el control.

En las funciones específicas del Administrador señalamos:

- Ser el representante legal de la empresa.
- Evaluar el desempeño de las diferentes áreas de la empresa.
- Dirigir la gestión estratégica.
- Determinar los objetivos y políticas de la empresa
- Identificación de actividades por área.
- Presentar a la Junta General de Participantes resumen de los de estados financieros

2.7.3. Contador

- Llevar la contabilidad general de la empresa de forma mensual

2.7.4. Jefe de Operaciones

- Gestionar con los proveedores las operaciones de importación de productos, en cuanto a la naturaleza del transporte, las condiciones de pago, la selección del incoterms.
- Coordinar el retiro de los productos importados con Aduanas y transportista.
- Recibir, revisar y/o solicitar la modificación de la documentación de importación necesaria para regularizar la operación ante las entidades competentes.
- Supervisar la recepción de los productos importados en condiciones óptimas para la venta
- Preparar planes y presupuesto de ventas
- Establecer los canales de marketing a utilizar por la empresa para dar a conocer el producto y sus beneficios.
- Determinar las campañas promociones que la empresa va ejercer para la venta de los productos.
- Supervisar el rendimiento de las ventas.
- Iniciar y mantener contacto con empresas para establecer alianzas estratégicas
- Plantear estrategias de Venta.

2.8. Forma Jurídica Empresarial

Espinoza Imports es un mype novel en los sectores de la importación y la comercialización. El producto para trabajar en este proyecto son scooters eléctricos, con un sistema de propulsión eco-amigable con el medio ambiente. Al iniciar como una microempresa, con un límite corto de personal, se ha optado por la razón social S.R.L. considerando esta como la mejor opción para la empresa.

En primera instancia, la junta general de participaciones contara con 2 socios con aportación diferente respecto al capital, un administrador, la terciarización de los servicios de contabilidad, un jefe de operaciones.

Dentro de la razón social S.R.L, los socios no responden ante las obligaciones de la empresa con patrimonio personal (ahorros, carros, joyas, etc), y si en futuro se requiera, se pueden incorporar nuevos socios a la junta general.

2.9. Registro de marca y procedimiento en INDECOPI

Para la importación de los Scooter eléctricos se debe obtener un permiso del Ministerio de Transportes y Comunicaciones, el cual debe gestionarse a través de la VUCE (Ventanilla Única de Comercio Exterior).

El proveedor enviará un Certificado de Origen y la Ficha Técnica del producto.

En primera instancia ESPINOZA IMPORTS no desarrollara una marca propia, si no que comercializara los productos importados con la marca del Proveedor.

En caso de que a futuro, se presente la idea de generar una marca propia de la empresa para los Scooters Eléctricos completaran los siguientes pasos

- Descargar el formulario y llenarlo con los datos de la empresa/persona que se va representar, indicando el tipo de signo a registrar y la dirección del domicilio donde se enviaran las notificaciones y la clase a registrar.

- Realizar el pago de S/. 534.99 en el banco de la nación o de crédito usando el código 201000562.
- Presentar la solicitud con 2 copias correctamente llenados en Indecopi, en conjunto con los requisitos establecidos en la pagina web.
- Revisar en la Gaceta Electrónica de Indecopi la solicitud para registro de tu marca, durante 30 días cualquier persona puede oponerse al registro.
- Una vez concluido el periodo de 30 días, el registro será enviado para ser evaluado, para posteriormente recibir una notificación de respuesta positiva o negativa

2.10. Requisitos y Trámites Municipales

Requisitos generales que se necesitan completar para solicitar la licencia de Funcionamiento :

1. Solicitud de Licencia de Funcionamiento, con carácter de declaración jurada, que incluya:
 - Número de R.U.C. y D.N.I. o Carné de Extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda.
 - D.N.I. o Carné de Extranjería del representante legal en caso de personas jurídicas, u otros entes colectivos, o tratándose de personas naturales que actúen mediante representación.
2. Vigencia de poder de representante legal, en el caso de personas jurídicas u otros entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada.

3. Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad o Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil de Detalle o Multidisciplinaria, según corresponda.

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

El Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER) es el régimen tributario a escoger, puesto que esta dirigido a personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales domiciliadas en el territorio peruano con rentas de tercera categoría derivado de las actividades de servicio o actividades de industria y/o comercio.

Los impuestos afectos al RER son:

- IGV: 18% del valor de la venta, con deducción del crédito fiscal.
- Impuesto a la Renta: 1.5% de sus ingresos netos mensuales. El pago de esta cuota mensual es de carácter cancelatorio.

Los requisitos para ampararse en el RER son:

- La suma de ingresos netos no debe sobrepasar los S/525,000.00 soles en el plazo de un año.
- Las actividades generadoras de renta de tercera categoría se deben desarrollar con personal involucrado en la actividad que no ascienda las 10 personas por turno de trabajo.
- El Valor de los activos Fijos comprometidos a la actividad (sin contabilizar los predios y vehículos) no debe sobrepasar los S/.126,000.00 soles.
- No ejecutar ninguna de las actividades que están vedadas en el RER

En cuanto al RUC, se realizará una preinscripción en la pagina web de la SUNAT, con la información del DNI, para posteriormente acercarse a las oficinas de la entidad del estado.

El siguiente paso se desarrollará en la inscripción a través del sistema integrado de Servicios Públicos Virtuales (SISEV), donde obtendré el numero de RUC y una constancia de inscripción en SUNARP, Activar el RUC a la brevedad de manera virtual, después visitar un Centro de Servicios de SUNAT y presentar los requisitos finales para la inscripción del RUC.

2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME)

La planilla mensual de pagos comprende data mensual de los ingresos de las personas inscritas en el T-REGISTRO (Registro de información Laboral), así como a los prestadores de servicios que obtengas rentas de 4ta categoría, los días laborados y no laborados, horas ordinarias, sobre tiempo del trabajador; así como data pertinente a la base de calculo y la determinación de los conceptos tributarios y no tributarias.

La empresa presentara de forma consolidada la data de todos los trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios y otros en el PDT planilla electrónica – PLAME.

Para la implementación del PLAME, se procederá a la autenticación de la empresa “CON CLAVE SOL”, lo cual nos permitirá sincronizar datos, tanto ESPINOZA IMPORTS, como de los trabajadores, pensionistas y prestadores en base a la data del T-REGISTRO.

2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral

ESPINOZA IMPORTS al ser una empresa nueva y considerarse una MYPE, se acogerá el Régimen Laboral Especial, teniendo en consideración las siguientes implicancias:

- Los trabajadores tendrán derecho a percibir una remuneración mínima vital.
- La jornada laboral es de 8 horas diarias o 48 horas semanales.
- Los trabajadores tendrán como mínimo 24 horas consecutivas de descanso cada semana.
- El trabajador tiene derecho a 15 días calendario por concepto de vacaciones por cada año completo de servicios.
- El trabajador con contará con asignación familiar.
- Si se desarrollan actividades laborales nocturnas, no se aplicara la sobretasa del 35% de la remuneración vitalicia.
- El trabajador será afiliado como mínimo al Componente Semi-contributivo del Sistema Integral del Salud (SIS)
- Toda trabajadora gestante tiene el derecho de disponer de 49 días de descanso pre-natal y 49 días de descanso post-natal.
- El trabajador tiene derecho a disponer de 10 días, por ocasión del nacimiento de su hijo

2.14. Modalidades de Contratos Laborales

A través del contrato de trabajo, la empresa ESPINOZA IMPORTS buscara iniciar la relación laboral, determinando un conjunto de obligaciones y derechos entre el empleador y el trabajador.

La modalidad del contrato con la que iniciara la empresa Contrato a plazo fijo o determinado, también llamado Sujeto a modalidad, con una duración de 3 meses, considerando las siguientes implicancias:

- La prestación de servicio se da por un tiempo determinado.
- Se celebra por una necesidad específica.
- Debe ser celebrado por escrito

2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas

Los contratos comerciales de la empresa serán parte de una estrategia de comercialización de los productos, estableciendo contacto con diferentes universidades e instituciones para poder promocionar y ofertar los Scoter Electricos hacia un mercado juvenil que requiere constante movilización.

Los socios o accionistas en la empresa ESPINOZA IMPORTS tiene una responsabilidad limitada por el capital que hayan aportado al negocio.

Dentro de una sociedad limitada, el capital se divide en participaciones y no en acciones, siendo estas personales y no negociables.

Ante una situación de deuda u obligación de la empresa, la responsabilidad civil se vera limitada por el patrimonio empresarial del negocio, mas no por el patrimonio personal de cada socio.

CAPÍTULO III. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

3.1. IDENTIFICACIÓN, DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL PRODUCTO A IMPORTAR

Los productos para importar y comercializar son scooters eléctricos dentro de la ciudad de Piura. Este es un dispositivo diseñado para que las personas puedan movilizarse de forma segura y rápida dentro de la zona urbana, dentro de una tendencia eco-amigable, dándole solución a problemas como el tráfico y la contaminación ambiental.

Estos vehículos eléctricos se han convertido en un medio de transporte alternativo, tan rápido como una moto y tan cómodo como una bicicleta, con diseños compactos y sencillos que permiten un empleo práctico y efectivo.

Los scooters eléctricos son vehículos que funcionan a base de electricidad, con una batería que activa el motor eléctrico y que puede recargarse en un toma-corriente cualquiera. De una forma más práctica se puede determinar que la diferencia en comparativa con vehículo de combustión es que la energía eléctrica sería el combustible del Scooter y como consecuencia no habría contaminación por gases, ni contaminación por sonidos, ya que otra característica de estos vehículos eléctricos es que son muy silenciosos.

Los Scooters eléctricos se componen de las siguientes partes:



1. Pantalla LCD
2. Bloqueo de palanca para ajuste de al altura del manillar.
3. Manga plegable del manillar.
4. Cable de freno.
5. Suspensión delantera.
6. Luz delantera.
7. Guarda barro delantero.
8. Sistema de plegado.
9. Luz trasera.
10. Pata del soporte del estacionamiento
11. Maneta de freno.
12. Neumático delantero de aire.
13. neumático trasero solido
14. Guarda barro trasero.
15. Freno de tambor trasero.

3.1.1. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA (EN AMBOS PAÍSES)

La Subpartida Nacional arancelaria es 8711.60.00.00 (Propulsados con motor eléctrico) y sus medidas impositivas son:

Medidas Impositivas para el producto 8711.60.00.00	
Ad- Valorem	6%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General a las Ventas	16%
Impuesto de Promoción Municipal	2%
Derecho Específico	N.A.
Derecho Antidumping	N.A.
Seguro	1.75%
Sobretasa	0%

Tabla 2. Medidas impositivas - P.A. 8711.60.00.00

Fuente: SUNAT – Elaboración propia

Tanto en Perú como en China, nuestro mercado proveedor, se considera la misma partida arancelaria gracias al Sistema Armonizado, el cual comprende 06 dígitos.

De acuerdo al Tratado de Libre Comercio Peru – China, se tiene una liberación de Ad-Valorem del 100%.

País	Convenio Internacional	Fecha de Vigencia	Arancel Base	Porcentaje Liberado ADV
China	Tratado de Libre Comercio Peru – China	01/01/2019 – 31/12/9999	9%	100%

Tabla 3. Tratado de Libre Comercio Peru - China

Fuente: SUNAT – Elaboración propia

3.1.2. FICHA TECNICA COMERCIAL

En todo proceso de compra-venta internacional, se tiene en cuenta la ficha técnica comercial, la cual nos permitirá dar a conocer nuestro producto, de tal manera que se detalle sus características, especificaciones, presentación, uso, entre otros puntos que resaltan el bien a ofertar.

Dado que Espinoza Imports S.R.L ofertará scooters eléctricos al mercado de Piura, se tiene el siguiente detalle del producto:

Nombre Comercial	Scooters Eléctricos – City Scooter
Nombre Técnico	Scooters Eléctrico
Partida Arancelaria	8711.60.00.00
Descripción Comercial	Motocicleta que utiliza un motor eléctrico como medio de propulsión, no produce contaminación atmosférica ni contaminación sonora en el lugar de uso.
Descripción Técnica	VELOCIDAD: Hasta 25km/h / Eco: 15km/h AUTONOMÍA: Hasta 45 km PROTECCIÓN: IP 54 POTENCIA: 300 W PESO: 14.2 kg BATERÍA: 18650 mAh / 474Wh / 500 ciclos hasta al menos el 70% de la capacidad TIEMPO DE CARGA: 8-9 horas

SISTEMA DE FRENOS: Antibloqueo E-ABS /
Diámetro 120mm

SOPORTE: Hasta 100 kg / Altura entre 120-200
cm

Envase y Embalaje



Aplicación

Buena alternativa para desplazarte comodamente por la ciudad sin invertir demasiado dinero. Incluso puedes llevarla contigo si vas de viaje. Se recomienda el uso de casco como protección ante caídas e impactos.

Tabla 4. Ficha Técnica Comercial - Scooters Electricos

Fuente: Elaboración Propia

3.1.3. ECUACION DE VALOR PARA EL MERCADO NACIONAL

BENEFICIO

ESPINOZA IMPORTS S.R.L ofertara un producto innovador al mercado, presentando una opción altamente económica, no contaminante y práctica para que las personas puedan desplazarse dentro de la zona urbana.

PRECIO

Con respecto al precio del producto, la empresa determinara un valor de venta competitivo en el mercado Piurano, debido a que se importara volúmenes considerables de scooters eléctricos y por ende se manejaran precios de compra asequibles del proveedor chino, rondando entre \$135 y \$150. Su precio de venta será de entre S/.1100 Y S/1300 soles.

El producto tendrá un precio menor que las motocicletas convencionales, que en este caso formarían parte de la competencia indirecta de los scooters eléctricos.

VALOR

El valor será determinado por el consumidor, evaluando los beneficios del scooter eléctrico en base a economía, movilidad, practicidad, no contaminación y el valor de venta determinado

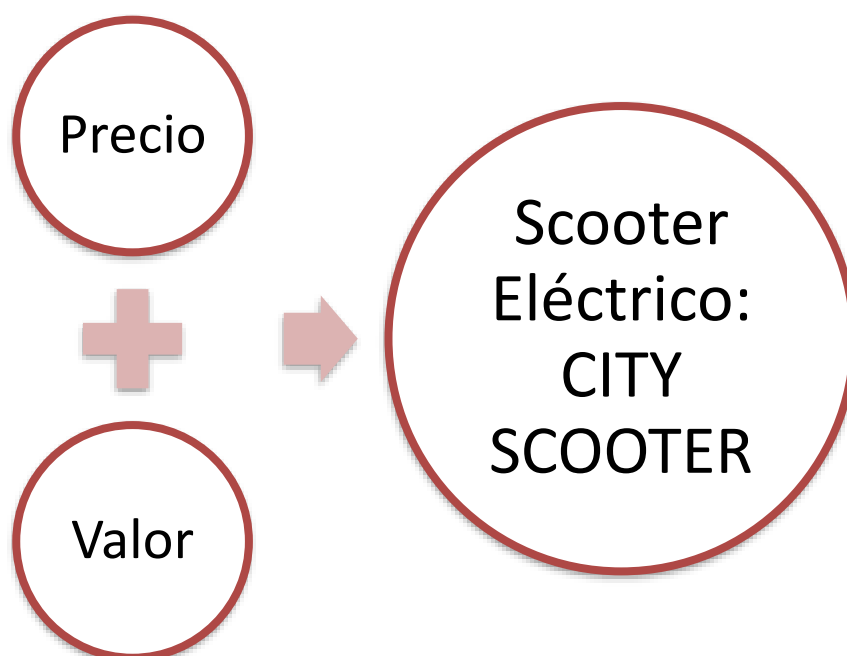


Figura 4. Ecuación de Valor - CITY SCOOTER

Fuente: Elaboración Propia

3.1.4. DETERMINACIÓN DE LA MARCA A USAR

Para los scooters eléctricos, los proveedores de China manejan dos opciones, marcas propias y marcas blancas. Espinoza Imports, importará y comercializará de forma simultánea los 2 productos.

Una de las marcas más reconocidas en el mercado de los Scooters eléctricos en el extranjero y parte de Latinoamérica es la marca CityCoco, la cual será una de

las marcas que más importará y comercializará en Piura, por el posicionamiento que tiene.

Sin embargo, tanto para los scooters marca CityCoco como marcas blancas, se colocará un adhesivo con nuestra marca comercial: CITY SCOOTER.

Se ha considerado identificar al scooter eléctrico con una marca comercial, dado que como es un producto con alta demanda en el mercado se necesita tener presencia y captar fidelización del cliente con la marca.



Figura 5. Marca Comercial - CITY SCOOTER

Fuente: Elaboración Propia

3.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO OBJETIVO

A través de la investigación de mercado objetivo, se desea establecer un segmento a nivel macro que permita subdividirse en microsegmentos con la finalidad de analizar y estudiar al mercado objetivo.

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

3.2.1.1 MACRO SEGMENTACION

Piura es el segundo departamento más poblado del Perú con 1 856 809 habitantes, quienes representan el 6,3 % de la población nacional censada en octubre del año anterior (29 381 884 personas). INEI 2018

PIURA: POBLACIÓN CENSADA URBANA Y RURAL Y TASA DE CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL, 2007 Y 2017

Año	Total	Población		Variación intercensal 2007-2017		Tasa de crecimiento promedio anual	
		Urbana	Rural	Urbana	Rural	Urbana	Rural
2007	1 676 315	1 223 611	452 704				
				248 222	- 67 728	1,9	-1,6
2017	1 856 809	1 471 833	384 976				

Fuente: INEI - Censos Nacionales de Población y Vivienda 2007 y 2017.

Tabla 5. Población censada del Departamento de Piura - 2007-17

Fuente: INEI – 2017

Así mismo, cabe mencionar que el mercado objetivo agrupará a los habitantes de ambos sexos pertenecientes a la población económicamente activa del Departamento de Piura dado que cuentan con el suficiente poder adquisitivo para comprar el producto de traslado personal que Espinoza Imports ofrece.

Por otro lado, se tiene en cuenta bajo características psico-conductuales que dicho consumidor o usuario final es amante de los aparatos electrónicos de movilización y que hayan tenido previa experiencia manejando productos de similar uso.

3.2.1.2 MICRO SEGMENTACION

Este plan presentado tiene como macrosegmento a la población del departamento de Piura, anteriormente descrita, por ello, se procederá a detallar y estimar el mercado objetivo a través de características geográficas, demográficas, conductuales, entre otros.

PIURA: POBLACIÓN CENSADA, POR SEXO E ÍNDICE DE MASCULINIDAD, SEGÚN C
2007 Y 2017

Grupos de edad	Población censada					
	Total		Hombre		Mujer	
	2007	2017	2007	2017	2007	2017
Total	1 676 315	1 856 809	835 203	918 850	841 112	937 959
Menores de 1 año	36 092	33 014	18 173	16 944	17 919	16 070
1 a 4 años	151 309	146 766	76 902	74 883	74 407	71 883
5 a 9 años	172 867	193 112	87 773	97 945	85 094	95 167
10 a 14 años	192 598	182 578	97 903	92 349	94 695	90 229
15 a 19 años	172 616	153 566	87 865	77 188	84 751	76 378
20 a 24 años	145 647	149 183	72 040	72 814	73 607	76 369
25 a 29 años	130 558	141 401	63 236	68 513	67 322	72 888
30 a 34 años	118 081	132 785	57 089	64 257	60 992	68 528
35 a 39 años	107 272	127 410	51 266	61 930	56 006	65 480
40 a 44 años	97 433	116 182	47 756	56 471	49 677	59 711
45 a 49 años	85 072	101 638	41 961	49 236	43 111	52 402
50 a 54 años	70 972	91 331	35 414	44 669	35 558	46 662
55 a 59 años	48 839	80 955	24 525	40 181	24 314	40 774
60 a 64 años	42 704	65 738	21 449	32 770	21 255	32 968
65 a 69 años	33 058	44 374	16 602	21 953	16 456	22 421
70 a 74 años	27 357	36 604	13 794	18 081	13 563	18 523
75 a 79 años	21 272	25 622	10 747	12 458	10 525	13 164
80 a 84 años	11 927	18 959	5 889	9 067	6 038	9 892
85 y más años	10 641	15 591	4 819	7 141	5 822	8 450

Fuente: INEI - Censos Nacionales de Población y Vivienda 2007 y 2017.

Tabla 6. Población por sexo en el Departamento de Piura - 2007-17

Fuente: INEI - 2017

Tal como se observa en la tabla anterior, a partir de los población que cuenta con 15 años hasta los 29 años de edad, se considerará como el público objetivo, contando con un total general de 444,150 personas, que incluyen los rangos de población de 15 – 19 años / 20 – 24 años / 25 – 29 años en ambos sexos.

Sexo / Área urbana y rural	2007		2017		Variación intercensal 2007 - 2017		Incremento anual	Tasa de crecimiento promedio anual
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%		
Total	1 163 200	100,0	1 334 985	100,0	171 785	14,8	17 179	1,4
Hombre	574 678	49,4	653 897	49,0	79 219	13,8	7 922	1,3
Mujer	588 522	50,6	681 088	51,0	92 566	15,7	9 257	1,5
Urbana	870 625	74,8	1 072 794	80,4	202 169	23,2	20 217	2,1
Hombre	423 324	36,4	520 950	39,0	97 626	23,1	9 763	2,1
Mujer	447 301	38,4	551 844	41,4	104 543	23,4	10 454	2,1
Rural	292 575	25,2	262 191	19,6	- 30 384	-10,4	- 3 038	-1,1
Hombre	151 354	13,0	132 947	10,0	- 18 407	-12,2	- 1 841	-1,3
Mujer	141 221	12,2	129 244	9,6	- 11 977	-8,5	- 1 198	-0,9

Fuente: INEI - Censos Nacionales de Población y Vivienda 2007 y 2017.

Tabla 7. Participación de la población en edad de trabajar - Departamento de Piura

Fuente: INEI - 2017

Según la tabla anterior, se muestra que la población en edad de trabajar es de 1'334,985 la cual agrupa a la población mayor de 15 años en adelante y se subdivide por población urbana y rural.

Tomando en cuenta que los scooters eléctricos que ofrecerá Espinoza Imports son utilizados en superficies lisas se ha considerado atender la demanda de la población urbana debido a la facilidad de manejo dentro de la zona pavimentada del departamento de Piura, por ello, se tiene como población objetivo al 80,4% de la población total equivalente a 1'072,794 habitantes, de los cuales, el 39% corresponde al sexo masculino y 41,4% corresponde al sexo femenino.

Además, es favorable para Espinoza Imports, la distribución y atención de su producto dentro del sector urbano dado que se tiene una tasa de crecimiento anual del 2,1% equivalente a un promedio de incremento de 20,217 personas por año.

3.2.2. DEFINICION DEL PERFIL DEL CONSUMIDOR

Para poder definir el perfil del consumidor, se deben conocer sus principales características, y las necesidades que se quiere satisfacer a través del producto a importar y comercializar.

Dado que el mercado objetivo de Espinoza Imports es el departamento de Piura, se ha analizado su comportamiento de dicho mercado con la finalidad de conocer sus requerimientos y así satisfacer sus necesidades.

Perfil del Consumidor Piurano

Se basa en los siguientes factores: seguridad, comodidad y limpieza.

- Busca trasladarse de manera económica y rápida.
- No confía en el transporte tradicional debido a la inseguridad ciudadana.
- Evalúa las opciones de compra en relación a la calidad – precio.
- Muestra alto grado de fidelización a marcas con publicidad y promoción en redes sociales.

3.2.3. MEDICION DEL MERCADO OBJETIVO

El mercado objetivo del producto perteneciente a la partida arancelaria 8711.60.00.00 es medido a través de dos cálculos tradicionales con la finalidad de conocer tanto el consumo aparente como el número de consumidores objetivo.

a. Medición Genérica del Mercado

CONSUMO APARENTE	
Producción	-
Importación	\$ 130,229.00
Exportación	\$ 0.00
Consumo aparente	\$ 130,229.00
Población	444,150 personas
Consumo aparente per capita	\$ 0.30

Fuente: Trade map – ITC

El consumo aparente per capita mide el consumo por usuario estimado en un año referente a la adquisición del producto. En conclusión, se tiene que los clientes entre 15 – 29 años, estarían dispuestos a gastar en el año \$ 0.30 por el producto o S/ 1.05 (Tipo de cambio referencial: 3.60). Teniendo en cuenta, un supuesto de que todas las personas que comprenden ese rango de edades, adquieren el producto.

3.3. ANÁLISIS DE OFERTA Y DEMANDA EN EL MERCADO

Espinoza Imports S.R.L ha determinado evaluar la oferta internacional y la demanda nacional demostrando la viabilidad del proyecto en cuanto a la elección del mercado proveedor y el mercado objetivo.

3.3.1. Análisis de oferta

Oferta Internacional

Exportadores	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019
China	0	0	1861595	2533775	2776293
Alemania	0	0	514578	855891	977468
Taipei Chino	0	0	232128	386182	870885
Países Bajos	0	0	309990	649645	836021
Hungría	0	0	23060	309234	373911

Tabla 8. Principales exportadores del producto 8711.60.00.00 – Valor FOB (US\$)

Fuente: Trade Map – 2020

La oferta internacional tiene su auge a partir del año 2017, dada la creación del producto un año antes. Tal como se observa en la tabla, China lidera las exportaciones con un valor FOB 2019 de \$2'776,293 dólares, seguido tenemos a Alemania, Taipei Chino, Países Bajos y Hungría. En estos 05 principales países se visualiza una tendencia positiva desde 2017 – 2019, por lo cual, se concluye que para los próximos años, seguirá creciendo el mercado.

Exportadores	2015	2016	2017		2018	
	Cantidad exportada	Cantidad exportada	Cantidad exportada	Unidad	Cantidad exportada	Unidad
China	0	0	9657514	Unidad	11948801	Unidad
Japón	0	0	29239	Unidad	41477	Unidad
Malasia	0	0	972	Unidad	813	Unidad
Estados Unidos de América	0	0	4551	Unidad	12157	Unidad
Alemania	0	0	9200	TM	14055	Toneladas

Tabla 9. Principales exportadores del producto 8711.60.00.00 – Cantidades

Fuente: Trade Map – 2020

Así mismo, en la tabla cantidades se puede observar que China sigue liderando las exportaciones, teniendo en cuenta que en los años 2017 – 2018 se contabilizarán según unidades, sin embargo, ya para el 2019 y debido al boom del producto, China exportó más de lo esperado, contando a partir de la fecha las toneladas métricas.

3.3.2. Análisis y Cálculo de la demanda

Como se observó anteriormente en la oferta, a partir del año 2017 se registraron las exportaciones del producto 8711.60.00.00.

Por lo tanto, se procedió a analizar los principales países que exportaron a Perú, obteniendo los siguientes resultados:

Exportadores	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019
China	0	0	784	2311	13005
Taipei Chino	0	0	124	0	103
Croacia	0	0	0	93	45
Hong Kong, China	0	0	0	0	32
Estados Unidos de América	0	0	5	16	27

Tabla 10. Principales exportadores a Perú del producto 8711.60.00.00 – VALOR FOB (US\$)

Fuente: Trade Map – 2020

Se observa, que tanto para el mercado internacional como para Perú, China lidera la exportación. Además, podemos apreciar que la diferencia con los demás países que exportaron a Perú, los últimos tres años, es abismal. Gracias al dato de los años 2017 – 2019 en cuanto a las importaciones provenientes de China, podemos concluir que la selección de mercado proveedor es la correcta debido a los valores mencionados anteriormente.

Exportadores	2015	2016	2017	2018	2019
	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas
China			133	375	1025
Hong Kong, China					3
Croacia				1	1
Taipei Chino			1		1
Austria					0

Tabla 11. Principales exportadores a Perú del producto 8711.60.00.00 – Cantidades

Fuente: Trade Map – 2020

De igual manera con las cantidades que se importaron en los últimos 03 años, observamos que la tendencia es positiva para China.

Además, podemos apreciar que en el año 2019, el valor FOB de importación promedio fue \$12.69/TM.

3.3.3. Análisis de competitividad y benchmark

El análisis de competitividad es una técnica o herramienta de gestión que consiste en tomar como referencia los mejores aspectos o prácticas de otras empresas, ya sean competidoras o no, y adaptarlos a la propia empresa agregándoles mejoras.

También se conoce en el mundo de marketing como el proceso de seguimiento a empresas de la competencia con la finalidad de evaluar productos, servicios, procesos u otros aspectos, de tal manera, que se pueda comparar con los propios, identificando lo mejor, y adaptarlo a la propia empresa como opciones de mejora.

Espinoza Imports S.R.L ha considerado tener en cuenta a las siguientes empresas que tienen presencia en la ciudad de Piura.

IMPORTADOR
YATACO
SCOOTERS PIURA CATTINI

Tabla 12. Principales importadores de la ciudad de Piura

Fuente: Elaboración Propia

Ambas empresas cuentan con experiencia en el rubro de comercialización de scooters eléctricos, por lo tanto se ha considerado analizar su competitividad, con la finalidad de captar dichas variables positivas.

EMPRESA / CARACTERÍSTICAS	PESO	YATACO		SCOOTERS PIURA CATTINI	
		Calific.	Pond.	Calific.	Pond.
Calidad del Producto	0.35	3	1.05	4	1.40
Precio del Producto	0.25	5	0.75	4	1.00
Participación en el mercado	0.25	4	1.00	4	1.00
Promoción y Publicidad	0.15	3	0.45	4	0.60
Total	1.00		3.25		4.00

Tabla 13. Análisis de Benchmarking

Fuente: Elaboración Propia

Según análisis presentado, Scooters Piura Cattini, es la empresa con más variables positivas, dado que cuentan con un producto de calidad a precio competitivo, pero se tiene en cuenta que dicha empresa tiene una participación notable en el mercado, gracias a su promoción y publicidad.

3.3.4. Análisis de Precio de Importación (compra)

Como se ha mencionado anteriormente, el proveedor es extranjero y está ubicado en China. Con dicho proveedor se ha negociado precios hasta finalmente establecer políticas de precios en base a las variedades del producto, de tal manera que se busque optimizar el precio ideal para el bien a adquirir.

Gracias a esta política de precios, se espera insertarse en el mercado con menor precio que el ofertado por la competencia y de esa manera, incrementar las ventas y la participación en el mercado local.

Además, al ser proveedor de China, se ha evaluado importar la mercadería bajo el incoterm FOB, lo cual nos permitirá tomar la responsabilidad de la mercadería cuando esta esté en el punto señalado antes del embarque en la línea naviera; también se tiene en cuenta que dicho valor no incluye el traslado internacional hasta Perú; por lo tanto se deberá calcular el costo

de importación desde el puerto de China, hasta los almacenes de Espinoza Imports S.R.L; teniendo como base el costo del producto ofrecido por el proveedor.

3.3.5. Análisis y determinación de formas de distribución

El producto SCOOTERS ELÉCTRICOS proveniente de China, será importado vía marítima, considerando los precios más cómodos de traslado internacional.

- Condiciones pactadas: FOB (Incluye todos los costos de producción, exigencias y requisitos del comprador, gastos aduaneros, hasta la puesta de la mercadería en el medio de transporte.
- Tiempo aproximado de transporte internacional: 30 - 40 días.
- El transporte será contratado desde Lima, con mejores costos y opción a seleccionar la línea naviera.
- Viene con la condición de carga paletizada.
- Nacionalización: pago de derechos de importación (Ad valorem, IGV, IPM, Seguro, Percepción, Tasa despacho) - Se tiene, 7 días libres de almacenamiento.

Por otro lado, los métodos de distribución para nuestros clientes serán :

- Entrega a domicilio: se habilitará la venta vía redes sociales y se programará las entregas en plazo de 5-7 días hábiles.
- Compra en tienda física: bajo horario de atención establecido.

3.3.6. Análisis del entorno

El análisis del entorno nos permite identificar los diferentes factores que influyen en el mercado objetivo: poder de negociación de los clientes, poder de negociación de los proveedores, rivalidad de los competidores, amenaza de productos sustitutos y amenaza de los nuevos entrantes, los cuales son conocidos como las 05 fuerzas de Porter con la finalidad de determinar las estrategias y técnicas necesarias para enfrentarlas.



Figura 6. Las 05 fuerzas de Porter

Fuente: Elaboración Propia

Espinoza Imports S.R.L ha realizado el análisis en base a las 05 fuerzas de Porter.

Poder de negociación de los clientes

Como se mencionó anteriormente, se optará por ingresar al mercado a través de un precio más accesible que la competencia, dada al stock que se adquirirá con la finalidad de atender la demanda del mercado.

Poder de negociación de los proveedores

Se realizará un acuerdo de compraventa por cierto periodo de tiempo con el proveedor, el cual nos permitirá tener stock de variedades de scooters eléctricos bajo una política de precios establecida.

Amenaza de productos sustitutos

Dada la alta demanda de este producto novedoso y autónomo, se considerarían a las bicicletas como productos sustitutos, dado que tanto el producto a ofertar como el producto sustituto, son utilizadas para un mismo fin pero ambas requieren diferentes recursos para utilizarlas correctamente.

Rivalidad entre empresas

La ciudad de Piura cuenta con tan solo 02 empresas importadores y distribuidoras, mencionadas en el análisis de Benchmark. Sin embargo, se debe tener en cuenta a los grandes retails como Saga Falabella, Ripley, Curacao, Tiendas EFE que también ofrecen estos productos pero no cuentan con mucha promoción para el mercado local.

Amenaza de los nuevos entrantes

Dada la tendencia creciente de las importaciones de los scooters eléctricos, se estima que haya ingreso de nuevas empresas el mercado tanto local como nacional, por ello, se deben evaluar otros factores para ofrecer un producto diferenciado.

3.4. ESTRATEGIAS DE VENTA Y DISTRIBUCIÓN NACIONAL

3.4.1. Estrategias de segmentación

Espinoza Imports S.R.L procede a segmentar el mercado en 04 criterios: segmentación geográfica, segmentación demográfica, segmentación psicográfica y segmentación conductual.

- **Segmentación Geográfica:** Ciudad de Piura, Departamento de Piura – Perú.
- **Segmentación Demográfica:** Habitantes de ambos sexos entre las edades de 15 – 29 años de edad.
- **Segmentación Psicográfica:** Personas económicamente activos (PEA) con poder adquisitivo.
- **Segmentación Conductual:** Personas que demandan trasladarse diariamente de un punto a otro.

Según el proceso que demanda dicha estrategia, Espinoza Imports S.R.L aplicará la estrategia concentrada, dado que se enfocarán los recursos tangibles e intangibles, así como esfuerzo de la organización solo para el mercado objetivo con la finalidad de satisfacer las necesidades y requerimientos de los clientes.

3.4.2. Estrategias de posicionamiento

La estrategia de posicionamiento de basa en diseñar la oferta e imagen de una empresa con la finalidad de ocupar una posición en la mente del cliente. El resultado de este proceso de posicionamiento implica el concepto y creación de una imagen clara sobre el producto a ofertar con la finalidad de

que aporte valor al consumidor objetivo y lo induzca en la elección del producto frente a otras posibles opciones, permitiéndole identificar nuestra propuesta frente a las del mercado.

En términos de mercadología: el posicionamiento consiste en desarrollar una propuesta única de valor para un segmento específico de consumidores. (Ibáñez & Manzano, 2008). Por ello, Espinoza Imports S.R.L aplicará una estrategia de posicionamiento teniendo en cuenta que se busca un factor de diferenciación, que permita crear una oferta con beneficios al consumidor.

A continuación, se muestra el proceso para establecer la estrategia.



Figura 7. Estrategia de Posicionamiento

Fuente: Elaboración Propia

3.4.3. Estrategias de ingreso al mercado

La estrategia de ingreso a mercado está vinculada a la matriz de Ansoff, autor que estableció esta herramienta para identificar estrategias de

crecimiento y desarrollo, en función de la relación producto/servicio existentes o nuevos en el mercado; obteniendo cuatro oportunidades de desarrollo: penetración de mercados, desarrollo de nuevos productos, desarrollo de nuevos mercados y diversificación y tiene como fin mejorar la rentabilidad y posicionamiento del mercado en el que participa.



Figura 8. Matriz de Ansoff

Fuente: Espinoza, 2015.

Según la aplicación de la matriz de Ansoff, Espinoza Imports S.R.L deberá aplica la estrategia de penetración de mercado. Esta estrategia nos permite ejecutar diversas tácticas para posicionarse en el mercado, entre ellos tenemos: estrategia de precios de penetración, la cual, bajo el fin de la creación de la presente empresa, nos conviene, porque buscamos ingresar al mercado con un precio más bajo que el actual, lo cual es ventajoso dado que la venta se realizará bajo canal directo: importador – cliente.

3.4.4. Estrategias de distribución comercial

Como se ha mencionado en el punto anterior, Espinoza Imports S.R.L ha considerado el canal directo como distribución, por lo tanto, es en función a esto que se establecerá la estrategia.

Al momento de la planificación de la logística de distribución, se deberá tener en cuenta los siguientes puntos, siempre y cuando el cliente desee que se envíe a cierto punto:

1. El medio de transporte utilizado para la distribución del producto, la cual se evaluará dependiendo de la cantidad, distancia a recorrer y costos de traslado.
2. El diseño y programación de rutas de transporte, se establecerá según empresas de transporte de carga pesada.

3.4.5. Estrategias de Branding

Este plan de negocio, ha considerado realizar colocar una etiqueta y/o rotulado de la marca comercial de la empresa aparte de la marca original, con la finalidad posicionarse en el mercado, dándole un valor significativo para el proceso de compra local.

Para Espinoza Imports S.R.L, se utilizará su marca comercial CITY SCOOTER, la cual se usará como un elemento diferenciador, capaz de crear valor, identidad y posicionamiento en el consumidor; esto con el único propósito de asegurar a largo plazo, una fuente de ingresos estable y segura.

Además, se debe considerar que el branding empleado será visual pues es la etiqueta y/o rotulado la que ayudará a posicionar el producto en la mente del consumidor.

3.5. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN NACIONAL

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

En cuanto a las estrategias de promoción de ventas, Espinoza Imports S.R.L iniciará con la aplicación de tipo de promoción para este producto, dado que es una empresa nueva en el mercado y necesita enfocar sus actividades en la captación de clientes interesados en el producto.

Exhibidores y Demostradores

Se pretende exhibir los scooters eléctricos mediante demostradores o exhibidores en un ambiente adecuado, adaptado al tipo de decoración del lugar y que contenga la información necesaria. Con la finalidad de crear un estímulo de compra en el consumidor y generar recuerdo del producto frente a los de la competencia.

3.5.2. Propuesta de Valor

El lienzo de la propuesta de valor tiene dos lados: perfil de cliente, con el cual se aclarar y determinar la perspectiva de la empresa sobre el; por otro lado está el mapa de valor, donde se indica cómo se pretender crear valor para ese cliente.

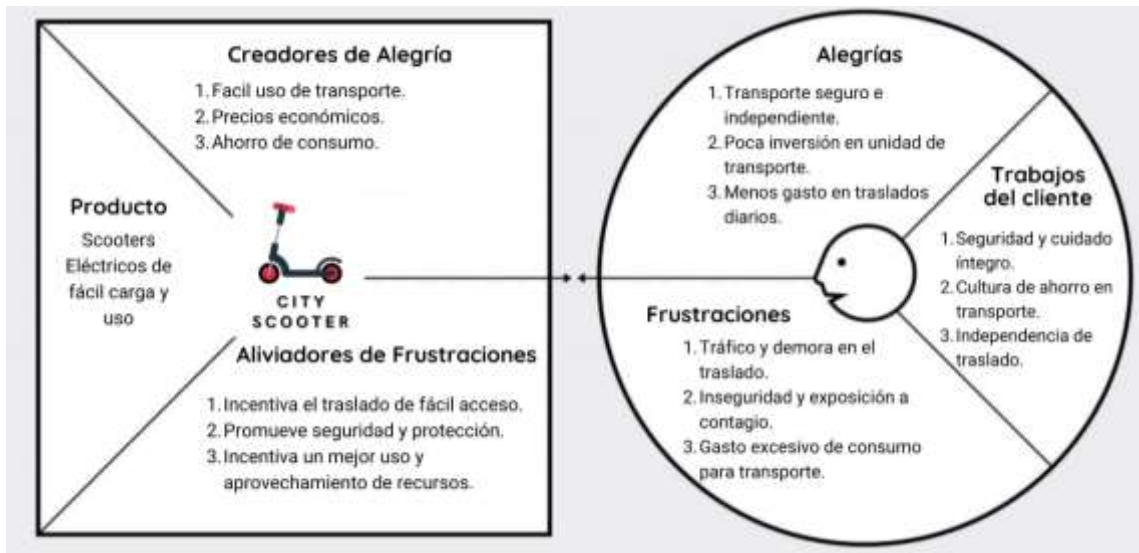


Figura 9. Modelo de Lienzo - CITY SCOOTER

Fuente: Elaboración Propia

Espinoza Imports S.R.L ha considerado el modelo de lienzo para mostrar la propuesta de valor, para lo cual se tiene la siguiente información:

Mapa de Valor: Se describe detalladamente las características de la propuesta de valor en base al modelo de negocio. Se subdivide en:

- Producto:** Scooters Eléctricos de fácil carga y uso.
- Creadores de Alegría:** Fácil uso de transporte, precios económicos, ahorros de consumo.
- Aliviadores de Frustraciones:** Incentiva el traslado de fácil acceso, promueve seguridad y protección, incentiva un mejor uso y aprovechamiento de recursos.

Perfil del cliente: Describe de manera estructurada un segmento de clientes en base al modelo de negocio.

- Trabajos de Clientes:** Seguridad y cuidado íntegro, cultura de ahorro en transporte, independencia en traslado.
- Alegrías:** Transporte seguro e independiente, poca inversión en unidad de transporte, menos gasto en traslado.

c. Frustraciones: Tráfico y demora en el traslado, inseguridad y exposición al contagio y gasto de consumo excesivo en el transporte.

Como se puede apreciar en el modelo lienzo propuesto, el perfil del cliente coincide con nuestro mapa de valor, dado que los scooters eléctricos son creadores de alegrías y generan aliviadores de frustraciones, los cuales se relacionan a las alegrías y frustraciones indicadas por el consumidor.

Así mismo, Espinoza Imports S.R.L considera importante generar el BUYER PERSONA con la finalidad de representar el cliente ideal.

BUYER PERSONA

Información Personal

Nombre: Karla Diaz

Edad: 24 años

Profesión: Administración de empresas

Trabajo: Asistente de Administración en Estudio Contable.

Ingreso mensual: 2,000 soles.

Hábitos

Visita tiendas físicas y online. Su frecuencia de compra en cada canal es de 50/50.

Última compra:

Intereses

Va dos meses al cine.

Le gusta salir con amigas a comer y a la playa.

Activa en redes sociales.

Adquirir un medio de traslado económico.

Frustraciones

Realizar gastos innecesarios para trasladarse.

Estancarse profesionalmente.

Pasar poco tiempo en familia.

Tabla 14. Buyer Persona

Fuente: Elaboración Propia

3.5.3. Estrategias de marketing digital y uso del e-commerce

Espinoza Imports .S.R.L aplicará una serie de estrategias digitales que van desde la creación de una página web, hasta la aplicación de herramientas online.

Creación de página web

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

La página web que diseña de Espinoza Imports S.R.L, tendrá una serie de herramientas que buscan atraer la atención de los consumidores, tales como: Catálogo electrónico, donde el cliente puede encontrar información del producto y las novedades que tengamos en tienda y también, Sección de vídeo tutoriales que brinden información sobre el uso del producto y sobre las novedades.

Redes Sociales

Espinoza Imports S.R.L busca estar presente en las principales redes sociales, porque es aquí donde se busca contar con una gran cantidad de contactos y/o seguidores, de manera que se establezca un canal de comunicación y contacto más directo con potenciales clientes.

3.6. POLÍTICAS DE ESTRATEGIAS DE PRECIO

El precio es el factor más importante dentro del proceso de marketing, pues es mediante la ejecución del marketing mix, que la empresa comienza a recibir ingresos.

Cabe mencionar, que este factor está en constante cambio y ello depende de cuan bueno sea el análisis y la evaluación de la empresa frente a las condiciones del mercado y producto.

Además se considera al precio como el principal factor dentro del proceso de compra de los consumidores por lo que es importante establecer un precio acorde al mercado o más competitivo o un precio que sustente el valor del bien adquirido. Tal como se mencionó, los factores pueden ser tanto internos como externos, los cuales son:

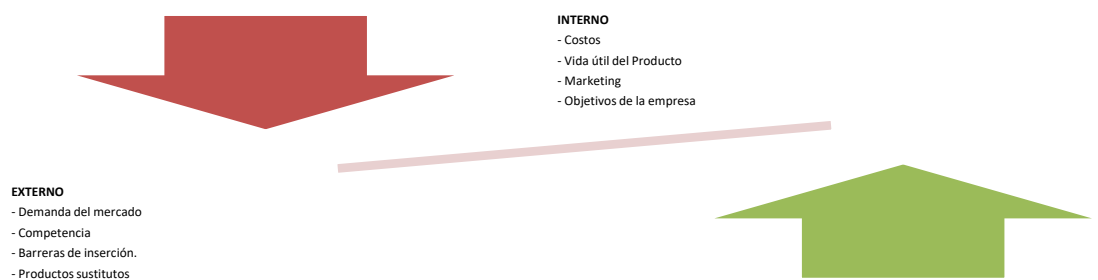


Figura 10. Factores influyentes en la fijación de precio

Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO IV. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

4.1. Envases, empaques y embalajes

Dentro del proceso de compraventa internacional, el traslado de productos al mercado externo es una etapa importante y la actividad que más involucra una serie de requisitos de empaque y embalaje que garanticen que el producto llegue en buen estado a su destino final.

4.1.1. Empaque

El proveedor brindará cada scooter eléctrico en una caja de cartón corrugado con un interior de espuma para preservar la integridad del producto.

Se tiene en cuenta el siguiente detalle:

Medida del Producto:

Largo: 102.6 x Ancho: 95.0 cm x Alto: 52.8 cm



Figura 11. Imagen del Empaque – Scooter Electrico

Fuente: Alibaba – 2020

Material	Cartón Ondulado de una onda
Capacidad	01 Scooter Eléctrico
Medidas	Largo: 118 x Ancho: 24.5 x Alto: 36.0 cm
Peso Neto	9.80 Kg
Peso Bruto	11.00 kg
Color	Colores variados

Tabla 15. Detalle del Empaque - Scooter Electrico

Fuente: Alibaba – 2020

4.1.2. Embalaje

El embalaje es todo aquello necesario en el proceso de acondicionar los productos para protegerlos, y/o agruparlos de manera temporal pensando en su manipulación, transporte y almacenamiento.

Dado que la mercancía proviene de China y el tiempo de tránsito es prolongado, el proveedor optará por utilizar herramientas y técnicas de fijación para la mercancía, tales como stretch film, cintas de amarre, y pallet.

4.2. Diseño del rotulado y marcado

El rotulado y marcado facilitan la manera de identificar rápidamente cada pieza de la carga dado que permiten la localización en los almacenes y agiliza en el proceso de confrontar las cantidades físicas.

4.2.1. Diseño del rotulado

El diseño del rótulo incluye cualquier marca u otra materia descriptiva o gráfica, que se haya escrito, impreso o insertado adherentemente al producto a su envase o empaque con el fin de informar al cliente las características de un producto.

Dada la importación, el proveedor brindará el producto con el siguiente rotulado:

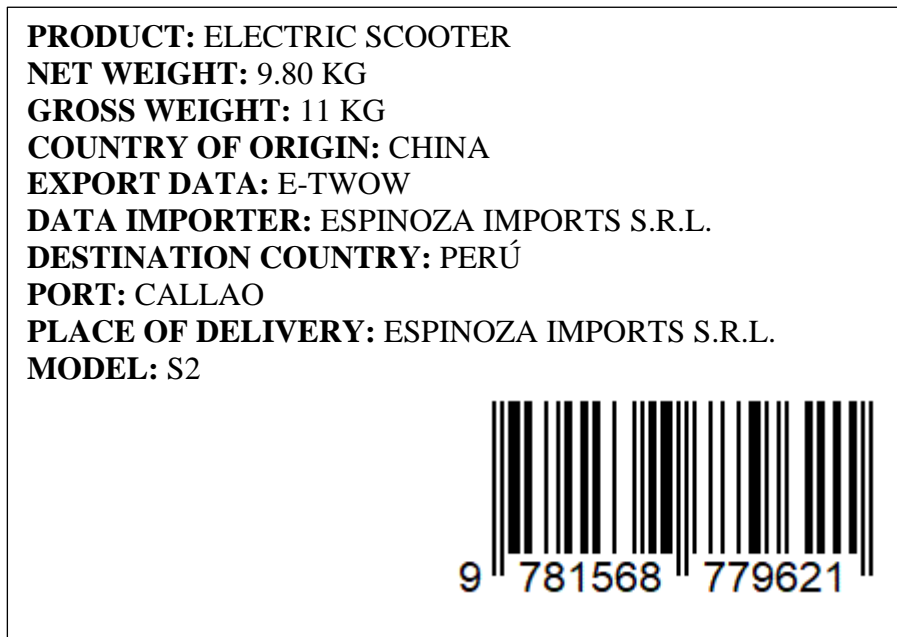


Tabla 16. Rotulado - Scooter Eléctrico
Fuente: Elaboración Propia

4.2.2. Diseño del mercado

El marcado indica que el embalaje que lo lleva corresponde a un prototipo ensayado con éxito y que cumple con los requisitos establecidos en la Norma Técnica correspondiente y que están relacionados con la fabricación, pero no con el empleo del embalaje/envase.



Figura 12. Marcado - Scooter Eléctrico
Fuente: Elaboración Propia

En cada caja, el proveedor ha identificado los pictogramas mostrados en la **Figura 12**, los cuales indican instrucciones básicas: simbología Frágil, la cual indica que se debe tener cuidado con la manipulación y transporte de dicha mercancía; simbología “Hacia Arriba”, indica que la mercancía debe ser levantada solo en esa dirección y por último simbología “Protéjase de la humedad”, la mercancía no debe estar expuesta a ambientes abiertos.

4.3. Unitarización y cubicaje de la carga

Para el almacenamiento y la distribución de mercancías se aplica la metodología de unitarización de la carga, según (Choque, 2018) este método consiste en agrupamiento físico de mercancías en unidades superiores de carga, esto facilita el envío de la mercancía de manera segura con rapidez y permitiendo la conservación de la integridad de la carga.

La unitarización de la carga tiene dos principales modalidades: la paletización y la contenedorización.

a. Paletización

Consiste en colocar sobre una plataforma o pallets las mercancías para facilitar su transporte, almacenamiento y manipulación. Esta modalidad está normalizada en base a dimensiones estándar de la ISO.

Espinoza Imports S.R.L ha considerado las dimensiones del pallet y de las cajas que contendrán los scooters eléctricos.

PALLET		
ITEM	MEDIDA	UNIDAD DE MEDIDA
Ancho x Largo	100 x 120	Centímetros
Altura de Apilamiento	240	Centímetros
N° und por ancho	4	Unidades
N° und por largo	1	Unidades
Niveles de Caja	6	Niveles
Peso Neto	264	Kilogramos
Peso Bruto	289	Kilogramos

Tabla 17. Paletización de la carga - Espinoza Imports S.R.L

Fuente: Elaboración Propia

La paletización realizada por nuestro proveedor de China será la siguiente:

Cada caja contendrá 01 scooter eléctrico haciendo un total de 24 scooters eléctricos por pallet, ya que se ha considerado 04 cajas por ancho y 01 por largo.



Figura 13. Ejemplificación de Paletización - Espinoza Imports S.R.L

Fuente: Alibaba – 2020

b. Contenedorización

Para este sistema, se utiliza una unidad de transporte contenedor, fabricado de acero con forma rectangular permitiendo el manejo de carga como una unidad más segura, dado que protege las mercancías contra las inclemencias del tiempo, así como de posibles daños y riesgos inherentes a la manipulación y transporte.

Espinoza Imports S.R.L ha considerado que cada contenedor que se importará deberá contar con los siguientes detalles de contenedorización.

CONTENEDOR		
ITEM	MEDIDA	UNIDAD DE MEDIDA
Medidas Externas	6.05 x 2.43 x 2.59	Metros
Medidas Internas	5.89 x 2.35 x 2.38	Metros
Capacidad	28,080	Kilogramos
Tara	2,400	Kilogramos
Cantidad de Cajas	240	Unidades
Cantidad de Pallets	10	Unidades
Peso Neto	2,640	Kilogramos
Peso Bruto	5,040	Kilogramos

Tabla 18. Contenedorización - Espinoza Imports S.R.L

Fuente: Elaboración Propia

Tal como se detalla en la tabla, cada contenedor contendrá 10 pallets standard, los cuales contendrán 240 cajas en total equivalente a 240 scooters eléctricos haciendo un peso neto de 2,640 kilogramos.

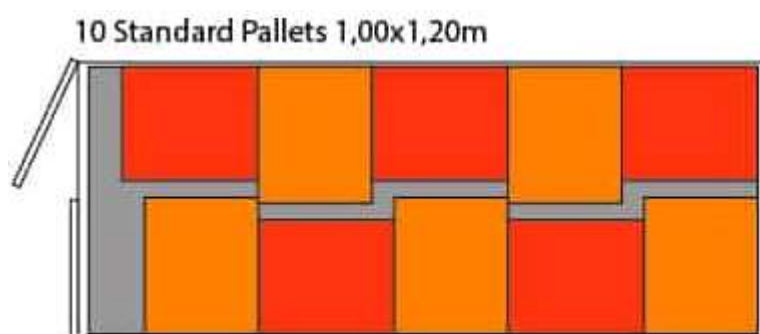


Figura 14. Ejemplificación de Contenedorización - Espinoza Imports S.R.L

Fuente: Elaboración Propia

4.4. Cadena de DFI de importación

La distribución física internacional, comúnmente llamada DFI, estudia el flujo de productos terminados desde su final de la línea de producción hasta la entrega al consumidor final según (Aguilar, Fonseca, & Lamadrid, 2016). En relación a este proyecto planteado, la distribución física de los scooters eléctricos representa un reto logístico de compromiso dado que participan diversos actores para el cumplimiento de dicho flujo, desde el proveedor, agente de carga, puerto de origen, tránsito internacional hasta el puerto de destino, transporte interno e importador.

Espinoza Imports S.R.L ha considerado celebrar un contrato de compra venta internacional con el proveedor de China bajo el incoterm FOB, presentando a continuación el flujo a considerar.



Figura 15. Cadena de DFI - ESPINOZA IMPORTS S.R.L

Fuente: Incoterms 2020

Como se observa en la figura anterior, el proveedor E-TWOW entregará la mercancía a bordo del buque designado por el importador, es decir asumirá la responsabilidad y los costos desde la producción del producto hasta la puesta del mismo en el medio de transporte internacional y es ahí donde se realizará la transferencia de riesgos al importador. Dada dicha situación,

Espinoza Imports S.R.L asumirá los riesgos y costos desde el tránsito internacional hasta la recepción de la mercancía.

A. Distribución Física Internacional en el país de origen

Se toma en cuenta que el producto es proveniente del continente asiático, específicamente de China, por ello se determinará los detalles del proveedor y sus responsabilidades como el actor principal en la primera etapa del DFI.

Proveedor: Zhejiang E-Twow Electric Vehicle Co., Ltd.

Esta empresa forma parte de un concepto internacional a gran escala, localizada en Zhejiang - China, enfocado en ofrecer una nueva era en movilidad urbana a través de ingeniosos vehículos eléctricos con ingresos anuales de US\$ 10 – 15 millones de dólares.

La página web oficial de dicha empresa, comenta que la idea, el diseño y la construcción de los patinetes eléctricos E-TWOW pertenecen al ingeniero rumano, Dr. Sorin SIRBU, además indica que este concepto de movilidad urbana se desarrolló junto con un equipo de investigación de ingeniería con una base sólida en ingeniería mecánica y eléctrica.

Contacto Comercial del proveedor: Ms. Molly Zhang



Figura 16. Instalaciones del Proveedor

Fuente: Zhejiang E-Twow Electric Vehicle Co., Ltd.

Actividades del Vendedor – Proveedor en el punto de origen

- Preparar la carga: unitarización, paletización y contenedorización.
- Entregar la mercancía a bordo del buque designado y notificarlo.
- Asumir todos los gastos en origen hasta la colocación de la mercancía en el buque.
- Brindar una factura comercial y packing list de la mercancía.
- Generar evidencia de conformidad de entrega.
- Asistir al agente de carga e importador frente a la gestión de embarque de la mercancía.

B. Distribución Física Internacional en el tránsito internacional

El transporte internacional es la actividad de mayor relevancia en la compra venta internacional, dado que incluye trasladar la mercancía desde el punto de origen, según incoterm FOB: mercancía a bordo del buque hasta el punto de destino, en este caso, las instalaciones de Espinoza Imports S.R.L. Para ello, se debe tener en cuenta los dos agentes involucrados en este proceso: medio de transporte y el agente de carga.

Selección del medio de transporte internacional

Parte de la estructura de la cadena de DFI depende del tránsito internacional, en la cual participa el medio de transporte más propicio teniendo en cuenta las características de la mercancía y el país proveniente. A continuación, se realizará una evaluación entre dos medios de transporte tradicionales en base a diferentes criterios como

tiempo de tránsito, costos de flete, disponibilidad de salidas, trámite aduanero y restricciones de carga.

Rango de Importancia: 0 (Muy Malo) – 5 (Muy bueno)

Criterios	Importancia	Marítimo		Puntaje	Aéreo		Puntaje
Tiempo de Tránsito	15%	36 días	3	0.45	3 días	5	0.75
Costo de Flete	25%	Bajo	5	1.25	Alto	1	0.25
Disponibilidad de Salida	20%	Semana	4	0.80	Diario	5	1.00
Trámite aduanero	25%	Regular	4	1.00	Mayor tiempo	2	0.50
Restricciones de Carga	15%	Ninguna	4	0.60	Ninguna	4	0.60
TOTAL	100%		20	4.10		17	3.10

Tabla 19. Selección del medio de transporte

Fuente: Elaboración propia – 2020

Dada la previa evaluación del medio de transporte, se ha obtenido el medio marítimo como el más óptimo para el traslado internacional de la mercancía gracias a la puntuación de 4.10 frente al medio aéreo con puntaje de 3.10. El medio marítimo refleja los criterios más importantes en un tránsito internacional como lo son: costo de flete, disponibilidad de salida y trámite aduanero en origen y destino.

Continuando con la cadena de DFI en el tránsito internacional, se procede a la selección de agente de carga, el cual está encargado de realizar la gestión de embarque, dado que la compra venta se celebrará bajo el incoterm FOB, siendo Espinoza Imports S.R.L, quien asuma las obligaciones y responsabilidades desde el traslado internacional de la mercancía.

Selección del agente de carga

El agente de carga, según (Mondragón, 2019), es el actor que actúa como intermediario entre el vendedor y transportista, puede ser contratado por el exportador o importador, dependiendo la condición de compra venta. Así mismo, este agente ofrece soluciones de logística integral al cliente de acuerdo a los requerimientos de este.

En este presente plan, se ha considerado evaluar los criterios de: Cantidad de servicios, años de experiencia, Atención y Servicio, Agenciamiento de Aduanas y Costos por servicio.

Rango de Importancia: 0 (Muy Malo) – 5 (Muy bueno)

Criterios	Importancia	VICENTCARGO		Puntaje	ADUANDINA		Puntaje
Variedad de Servicios	15%	Regular	3	0.45	Alta	5	0.75
Tiempo de Experiencia	25%	15 años	3	0.75	35 años	5	1.25
Atención al cliente	20%	Bueno	4	0.80	Muy bueno	5	1.00
Agenciamiento de Aduanas	25%	Sí	5	1.25	Sí	5	1.25
Costos de Servicio	15%	Regular	3	0.45	Regular	3	0.45
TOTAL	100%		18	3.70		23	4.70

Tabla 20. Selección de agente de carga

Fuente: Elaboración propia – 2020

Dado la evaluación de dos agencias de carga, Vicentcargo y Aduandina, este último fue quien obtuvo mayor calificación con 4.70 puntos, por lo que se ha determinado que será este quien asuma la responsabilidad de la coordinación del embarque del producto a adquirir.

Por otro lado, se tendrá en cuenta las funciones y responsabilidad realizadas por el agente de carga detalladas a continuación:

- Reserva en línea naviera: deberá contactar al medio de transporte para separar un espacio y por ende, coordinar el embarque de la mercadería.
- Emisión de los documentos de transporte: debe emitir el conocimiento de embarque, dado que este documento comprueba que la compra de la mercancía que se está importando.
- Almacenaje en destino: deberá recoger la mercadería y destinarla a un almacén temporal hasta que se haya realizado la nacionalización de ésta.
- Emitir el manifiesto de carga: deberá presentar dicho documento a la Aduanas peruana adjuntando copia de conocimiento de embarque dentro del plazo de 5 días computados a partir del día siguiente del término de descarga.

Detalle	Costo USD (US\$)	Costo Soles (S/)
FOB	\$32,400.00	S/ 117,320.40
Flete	\$ 1,575.00	S/ 5,703.07
Seguro	\$ 195.00	S/ 706.09
CIF	\$ 34,170.00	S/ 123,729.56
Derechos		
IGV		S/ 22,271.32
IPM		S/ 2,474.59
Total Derechos		S/ 24,745.91
Gastos Operativos		S/ 434.88
Transporte		S/ 543.15
Servicio de Custo		S/ 309.06
Gastos Portuarios		S/ 1,883.28
Sub-Total		S/ 9,579.53
Comisión		S/ 2,474.59
Base Imponible		S/ 10,215.35
IGV		S/ 1,838.76
Total		S/ 36,800.02

Tabla 21. Costos logísticos – ADUANDINA

Fuente: Cotización de Agenciamiento – ADUANDINA

Tal como se observa en la tabla de costos logísticos, la agencia ADUANDINA se encargará de realizar la debida gestión, desde el flete, seguro, derechos arancelarios hasta los gastos en destino por el monto total de S/ 36,800.02, considerando que son 240 unidades de scooters eléctricos con un valor FOB Unitario de \$135.00 dólares americanos y con un valor de flete de \$6.56/und

C. Distribución Física Internacional en el país de destino

Mientras se efectúa el tránsito internacional, en el país de destino se procede a realizar la tramitación documentaria correspondiente y la contratación del agente de aduanas que actuará en representación de Espinoza Imports S.R.L frente a la ADUANAS Perú.

Documentos aduaneros necesarios para la importación a Perú – Despacho Normal

1. Declaración Única de Aduanas (DUA)

Es el documento oficial exigido por la Aduana de Perú para regularizar el despacho de importación, permitiendo así, el ingreso legal de la mercancía procedente del extranjero. Dicho documento debe ser emitido y suscrito por el agente de aduanas.

2. Factura Comercial original

Documento celebrado entre el proveedor y el importador, el cual sirve como constancia de la compra venta, en ella se detalla las características de la mercancía y sus condiciones, tales como: Razón social del remitente, razón social del importador, ambos domicilios

legales, fecha y lugar de la formulación, origen, detalle y estado de la mercancía, valor FOB unitario, declaración y subpartida nacional.

3. Documento de transporte: Conocimiento de embarque

Es el documento con mayor relevancia en la importación, dado que acredita la propiedad de la mercancía y el traslado de ésta. Sirve como instrumento probatorio de contrato de transporte y prueba la tenencia de la mercancía.

4. Packing List

Documento elaborado por el proveedor donde detalla todas las mercancías embarcadas.

5. Certificado de Origen

Documento que acredita y garantiza el origen de las mercancías, permitiendo beneficiarse de las preferencias o reducciones arancelarias.

Por otro lado, el importador Espinoza Imports S.R.L deberá contactarse con la Agencia de Aduanas que brinde un servicio de excelente calidad, que cuente con la infraestructura adecuada y un servicio post embarque óptimo.

Agente de Aduanas

Como anteriormente se mencionó, este participante de la distribución física internacional es quien representa al importador en la Aduanas de Perú.

Por ello se ha considerado optar por tomar el servicio integrado de la agencia Aduandina, dado que dicha entidad está autorizada y preparada para la gestión de despachos en diversos regímenes y operaciones en las

condiciones y requisitos establecidos en la Ley General de Aduanas, además se pretende uniformizar la contratación de servicios, evitando gastos mayores.

4.5. Seguro de las mercancías

Llamada también póliza, según (SACEX CONSULTING, 2020), es el documento emitido por la compañía de seguro o su agente, donde se indica que la mercancía quedará cubierta contra riesgos de transporte especificados en la póliza.

Dicha póliza puede ser celebrada según la duración del contrato, en este caso, Espinoza Imports S.R.L ha considerado tomar la póliza por viaje, la cual indica un seguro de la mercancía solo para ese despacho.



Certificado de seguro Transporte de Carga Internacional Responsabilidad general con respecto a la carga y terceros	
Referencia	ESPINOZA IMPORTS S.R.L <hr/> (Referencia del certificado)
Nosotros, Sura, certificamos que hemos emitido una póliza de Seguros por Viaje de mercancías, vía marítima con fines de importación desde China a Perú, que ampara las mercancías descritas en la factura comercial No. 001-0001 emitida por el exportador Zhejiang E-Tuoyu Electric Vehicle Co., Ltd. con fecha 13/11/2020 en la ciudad de Zhejiang, China.	
Asegurado	ESPINOZA IMPORTS S.R.L
Periodo de validez	Del 20/11/2020 a las 12:00 AM hasta el 25/06/2020 a las 12:00 PM En caso de que la cobertura del seguro sea interrumpida antes del periodo de validez arriba indicado, el asegurado deberá notificarlo por escrito inmediatamente a la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.
Tipo de transporte	MARÍTIMO.
Fecha de emisión	Datos de contacto de asegurador
13/11/2020	Pablo Moncayo No-174 Av. Canaval Moravia 540, San Isidro 15036
Firma y sello del asegurador	
	

Figura 17. Ejemplificación de Certificado de Seguro
 Fuente: SURA – 2020

CAPÍTULO V: PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

5.1. Fijación de precios

La empresa Espinoza Imports S.R.L ha fijado los precios de venta bajo el método de costos, dicha metodología permitirá determinar el costo del producto, gracias a los costos fijos y variables involucrados en la empresa. Además, permitirá ajustar un margen de ganancia real acorde al mercado. Se tiene en cuenta que se dará la transacción comercial bajo el INCOTERM FOB 2020 para determinar el precio de venta unitario y total.

5.1.1. Costos y precio

Para la determinación del costo y el precio de venta unitario de la mercancía, a continuación se presentará los costos y gastos que serán efectuados por Espinoza Imports S.R.L, teniendo en cuenta el precio del proveedor y los gastos de importación previamente cotizados por el agente de aduanas.

Determinación de Precio

Descripción	Cantidad	Costo FOB unit	Valor FOB
Scooter eléctrico	240 UND	\$ 135.00	\$ 32,400.00

Tabla 22. Valor FOB por embarque

Fuente: Elaboración Propia

El proveedor de scooter eléctrico, ET-WOW, nos brinda un costo FOB unitario de \$ 135.00, teniendo en consideración que se importará 80 unidades por embarque equivalente a un valor FOB total de \$ 32,400.00

VALOR FOB	\$ 32,400.00
Flete	\$ 1,575.00
Seguro	\$ 195.00
VALOR CIF	\$ 34,170.00
IGV	\$ 6,150.60
IPM	\$ 683.40
Costo Tributario	\$ 6,834.00
Transporte	\$ 150.00
Servicio de Custo	\$ 108.00
Gastos Portuarios	\$ 520.10
Costo Logístico	\$ 778.10
Agenciamiento de Carga / Aduanas	\$683.40
Gastos Operativas	\$ 120.10
Costo de Gestión Operativa	\$ 803.50
Costo Operativo de Importaciones	\$ 10,185.60
Valor de Importación de Mercancía	\$ 32,400.00
COSTO TOTAL DE IMPORTACIÓN	\$ 42,585.00

Tabla 23. Costo Total de Importación

Fuente: Elaboración Propia

Se observa en la tabla anterior el costo total de importación, el cual ha sido calculado gracias al valor FOB brindado por el proveedor y a los gastos respectivos mencionados por el agente de carga/aduana. Se tiene como resultado el importe de \$ 42,585.00 para la importación de los scooters eléctricos desde puerto de Shanghai en China hasta el puerto del Callao en Perú.

Una vez calculado el costo de importación, se determinará los costos que afectan directamente al precio de venta.

a) Costos Directos

Descripción	Valor FOB Unit	Costo Operativo Unit	Costo Unit de Import
Scooter Eléctrico	\$ 135.00	\$ 42.44	\$ 177.44

Tabla 24. Costo Unitario de importación

Fuente: Elaboración propia

Tal como se observa, para calcular el Costo unitario de importación, se suman el valor FOB unitario y el costo operativo unitario, siendo el importe de \$ 177.44 dólares americanos.

Descripción	Costo	Cantidad	Costo por import
Scooter Eléctrico	S/ 638.78	240 und	S/ 153,307.20

Tabla 25. Costo de producto importado (en soles)

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior, se observa el costo por importación del scooter eléctrico en soles equivalente a S/ 153,307.20, el cual se calculó por la multiplicación del costo unitario en soles y la cantidad.

b) Costos Indirectos

Cargo	N° T	R. Mensual	R. Anual	Vacac	ESSALUD	Total
Administrador	1	2000	24 000	1000	2160	27160
Jefe de Operaciones (M, V & MKT)	1	1500	18 000	900	1 620	20520
						47,680

Tabla 26. Gastos de Personal (en soles)

Fuente: Elaboración propia

Como en toda empresa, se considera el pago de haberes desde el inicio de actividades por ello, en el primer año, se contará con un pago de S/ 47,680

Descripción	Cant	Precio Unit	Costo Mensual	Costo Anual
Escoba	1	S/ 8.00	S/ 8.00	S/ 8.00
Recogedor	1	S/ 8.00	S/ 8.00	S/ 8.00
Trapeador	1	S/ 8.00	S/ 8.00	S/ 8.00
Alcohol	1	S/ 7.50	S/7.50	S/ 90.00
Desinfectante	1	S/ 8.50	S/ 8.50	S/ 102.00
Papel Higienico	1	S/ 12.00	S/ 12.00	S/ 72.00
TOTAL			S/ 52.00	S/288.00

Tabla 27. Materiales Indirectos (en soles)

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, se ha considerado los materiales indirectos representados por los productos de limpieza y mantenimiento del establecimiento, los cuales suman S/ 288.00 al año.

c) Gastos Indirectos

Descripción	Mensual	Anual
Servicios (Luz e internet)	S/ 70.00	S/ 840.00
Total Gastos Indirectos Fijos	S/ 70.00	S/ 840.00

Tabla 28. Gastos Indirectos Fijos (en soles)

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior, se evidencia que el gasto indirecto fijo en el que incurrirá la empresa será el pago de servicios, dado que se realizará las actividades comerciales de la empresa en una parte del domicilio del representante y gerente general, la cual funcionará de almacén.

Descripción	Cant	Precio Unit	Costo Mensual	Costo Anual
Paquete de Hojas Bond	1	S/ 10.00	S/ 10.00	S/ 60.00
Archivador	2	s/ 6.00	s/ 12.00	S/ 72.00
Lapicero	8	S/ 1.00	S/ 8.00	S/ 8.00
Perforador	2	S/ 6.50	S/ 13.00	S/ 13.00
Engrapador	2	S/ 9.50	S/ 19.00	S/ 19.00
Contador externo	1	S/ 400.00	S/ 400.00	S/ 1.200
TOTAL			S/ 462.00	S/ 1,372.00

Tabla 29. Gastos Administrativos (en soles)

Fuente: Elaboración propia

Para el buen desarrollo de las actividades dentro de una empresa, es necesario considerar los gastos administrativos más frecuentes. Por ello, en la tabla anterior, se muestra el detalle de los gastos por materiales de oficina, los cuales se solicitará con frecuencia anual o dependiendo de

la necesidad de los trabajadores para el desarrollo de sus funciones. Así mismo, se ha considerado contratación de servicios externos por parte de un contador externo con frecuencia cuatrimestral.

Ítem	Importe Total
Tarjetas de Presentación	S/ 100.00
Merchandising	S/ 100.00
Publicidad en Facebook	S/ 150.00
Gasto de Ventas	S/ 350.00

Tabla 30. Gastos de Marketing & Ventas (en soles)

Fuente: Elaboración propia

En relación a lo mencionado en el plan de marketing internacional, se ha determinado el gasto de marketing y ventas, el cual incluye gastos en elaboración de tarjetas de presentación, fabricación de merchansing y publicidad en Facebook.

Descripción de Costos Fijos	Importe Total
Gastos de Personal	S/ 47,680.00
Materiales Indirectos	S/288.00
Gastos Indirectos	S/ 840.00
Gastos Administrativos	S/ 1,372.00
Gastos de Ventas	S/ 350.00
Costo Fijo Total	S/ 50,530.00

Tabla 31. Costos Fijos (en soles)

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se observa que el importe Total de Costos Fijos es de S/50,530 soles, el cual representa los gastos de personal, materiales indirectos, gastos indirectos, gastos administrativos y gastos de marketing y ventas, los cuales serán asumidos por la empresa Espinoza Imports S.R.L

Scooter Eléctrico ET-WOW	S/ 153,307.20
Costo Variable Total	S/ 153,307.20

Tabla 32. Costos Variables (en soles)

Fuente: Elaboración propia

Se aprecia en la tabla anterior de costo variable que dicho importe es equivalente al costo de importación de la mercancía.

Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total
S/ 50,530.00	S/ 153,307.20	S/ 203,837.20

Tabla 33. Costos Totales (en soles)

Fuente: Elaboración propia

Para el cálculo del costo total, se realizó la suma de los importes totales del costo fijo y del costo variable obteniendo como resultado el valor de **S/ 203,837.20**.

Ítem	CFU	CVU	Costo Unit	Margen de Ganancia	Valor de Venta	IGV	Precio de Venta
Scooter Eléctrico	210.54	638.78	849.32	0.35	1,146.58	0.18	1,352.96

Tabla 34. Estructura de Precio (en soles)

Fuente: Elaboración propia

Como resultado de la determinación del precio de venta, se tiene el importe de S/ 1,353.00 soles, el cual es resultado del costo unitario x el margen de ganancia y luego a dicho importe se le afecta el IGV.

5.2. Cotización internacional

El proveedor ET-WOW ha brindado una cotización, vía la página web más grande de comercio internacional en China: Alibaba, en relación a las 240 scooters eléctricos que se pretende importar. Cabe mencionar que dicha

cotización contempla todos los términos y condiciones a los cuales se sujeta el comprador y vendedor

ZHEJIANG E-TWOW ELECTRIC VEHICLE CO.,LTD

No. 518, Meihe road, Wucheng District, Jinhua, Zhejiang Province, China

Telephone: 0086 0579 84995880

www.e-twow.com

PROFORMA INVOICE

Date: Nov 05, 2020

Port: Shangai Port, China

To: Espinoza Imports S.R.L

Destination: Callao Port, Peru

Address: Av. Circunvalación 1118, ciudad y distrito de Piura.

Incoterm: FOB Shangai

Delivery Date: Dec 18, 2020

Payment Condition: LC (Letter of Credit)

THE UNDERSIGNED SELLER AND BUYER HAVE AGREED TO CONCLUDE THE FOLLOWING TRANSACTION ON TERMS AND CONDITIONS AS SPECIFIED BELOW:

MODEL	QUANTITY (UNIT)	UNIT PRICE	TOTAL AMOUNT
Electric Scooter E-TWOW GT 2020 SE	240	FOB SHANGAI \$135.00	\$ 32,400

PACKING: CARDBOARD BOX, STRETCH FILM & PALLET.

Figura 18. Proforma del proveedor Zhejiang E-Twow Electric Vehicle Co.,Ltd

Fuente: Zhejiang E-Twow Electric Vehicle Co.,Ltd, ALIBABA – 2020

5.3. Contrato de compra venta internacional y sus documentos

El contrato de compraventa internacional es un documento impreso con los términos y condiciones generales de la venta y es útil para la transacción comercial dado que regula las responsabilidades del comprador y vendedor.

Además, tiene como objeto, indicar las condiciones de embalaje, transporte y seguro que permitan la compraventa del bien.

Espinoza Imports S.R.L ha considerado describir un contrato de compraventa donde se evidencie las características de la transacción comercial, condiciones de transporte, entrega, términos de pago así como el término comercial (INCOTERM) , a continuación se detallan los aspectos de la compraventa:

Aspectos de la Compraventa	Información del Plan
Las Partes	Exportador: Zhejiang E-Twow Electric Vehicle Co.,Ltd No. 518, Meihe road, Wucheng District, Jinhua, Zhejiang Province, China Telephone: +86 0579 84995880 Importador: Espinoza Imports S.R.L Av. Circunvalación 1118, Piura, Piura Telephone: +51 972 834 307
La Vigencia del Contrato	Inicio: 01/12/2020 Fin: 30/11/2020
La Mercancía	Electric Scooter E-TWOW GT 2020 SE
La Cantidad	240 unidades
El Envase	Caja de cartón corrugado con un interior de espuma
El Embalaje	Contenedor de 20 pies con 10 pallets en el interior protegidos por stretch.
El Transporte	Vía Marítimo
La Fecha de Embarque	Producción: 15 días Proceso de documentación: 05 días Fecha de embarque: 20 días después del contrato
Lugar de Entrega	Callao, Lima.
Incoterm	FOB Shanghai
Los Gastos	Por parte del importador
La Transmisión de los Riesgos	Los gastos y responsabilidades se transmitirán al comprador una vez que la mercancía esté a bordo del buque.
El Seguro	Por parte del importador
Moneda de Transacción	Dólares americanos (USD)
Precio	Precio FOB Unitario: USD 135.00 Precio FOB Total: USD 32,400
Forma de Pago	Carta de Crédito
La Documentación	Factura Comercial Packing List Certificado de Origen Ficha técnica Bill of Lading Cotización

Lugar de Fabricación	China
Arbitraje	Todas las partes se someten a la decisión inapelable de un Tribunal Arbitral, en caso exista controversia o desacuerdo entre las partes que se derive de la interpretación o ejecución del presente acuerdo. (Convención de Viena).

Tabla 35. Información del Contrato de Compraventa Internacional
Fuente: Elaboración propia

5.4. Elección y aplicación del Incoterm

Dentro de la compraventa internacional, es necesario que se determina el INCOTERM dado que depende de éste la asignación de responsabilidades y gastos por parte del comprador y vendedor.

Espinoza Imports S.R.L ha optado por realizar la importación bajo el término FOB, de tal manera que asegure que el comprador deje la mercadería a bordo del buque y así poder realizar las gestiones correspondientes a partir de ese punto.

A continuación, se detalla las principales características del Incoterm FOB:

Generales

- Incoterm exclusivo para traslados por vía marítima.
- La entrega de la mercancía se considera cuando está debidamente cargada y estibada dentro del buque, en el puerto de carga.

Vendedor/Exportador

- Está obligado a poner a disposición del comprador, las mercancías cargadas y estibadas en el buque, en el puerto convenido.

- Contratará un agente de carga, transitorio y agente de aduanas para mover la mercancía hasta el puerto de origen designado.

Comprador/Importador

- El comprador deberá soportar los riesgos y hacerse cargo de los costes desde ese momento.

5.5. Determinación del medio de pago y cobro

Todo medio de pago internacional es realizado en una moneda extranjera aceptada por las partes pertinentes, comprador y vendedor, con la finalidad de pagar por una mercancía adquirida.

Se tiene en cuenta que existen factores que afectan directamente a la elección del pago más adecuado, entre ellas tenemos: la confianza, el riesgo y el costo. Además cabe mencionar que, muchas veces, cuando no existe confianza entre las partes y el riesgo es mayor, es necesaria la intervención de entidades bancarias que avalen una compraventa exitosa.

Carta de Crédito

Es un documento es el compromiso que asume un banco emisor obrando a petición y de conformidad con las instrucciones del comprador/importador por el que se obliga a pagar a un tercero un determinado importe contra entrega de documentos exigidos según contrato de compraventa.

Este medio de pago es uno de los más complejos en las transacciones comercial y la razón de uso del mismo es por la poca confianza o casi nula experiencia comercial entre las partes.

Intervinientes

- Importador: Persona jurídica que solicita la apertura del crédito a su banco.
- Exportador: Persona jurídica que cobrará el importe acordado a través del crédito solicitado por su ordenante.
- Banco del Importador: Banco al cual el importador solicita el crédito y éste gestiona la operación.
- Banco Intermediario: Actúa entre el Banco del Importador y el exportador.

5.6. Elección del régimen de importación

El régimen aduanero es el conjunto de operaciones relacionadas con un destino aduanero en específico de la mercancía declarada por un interesado en la aduana. Cabe mencionar que toda mercancía que ingresa o sale del país debe destinarse a un régimen aduanero mediante un documento oficial donde se especifique el destino de está.

La Ley General de Aduanas, indica que, estos regímenes aduaneros se clasifican en:

- Definitivos
- Temporales
- Suspensivos
- De Perfeccionamiento

Dada la razón de ser de la empresa Espinoza Imports S.R.L, la cual desea realizar una importación de scooters eléctricos para su venta en el mercado local/nacional, su régimen aduanero sería Importación Definitiva. Este régimen acepte toda aquella mercancía que entra al territorio aduanero para su posterior uso o consumo en su totalidad, luego del pago de tributos y demás impuestos que apliquen.

Así mismo, dicho régimen solicita una lista de documentos para que se cumpla con la nacionalización de ésta:

- Fotocopia original del Bill of Lading, factura comercial y packing list.
- Envío de descripciones mínimas de la mercancía, formato B a la agencia de Aduana y Aviso de Llegada de la nave.
- Fotocopia original del documento de seguro de transporte internacional (en caso aplique)
- Declaración Aduanera de Mercancías – DAM debidamente pagada.

5.7. Gestión aduanera del comercio internacional

Una vez seleccionado el régimen aduanero, la empresa debe acogerse a una de las tres modalidades de importación indicadas en la Ley General de Aduanas:

- Despacho Anticipado: solicitada en un plazo de 30 días calendario antes de la arribo de la nave. Además, la mercancía debe llegar en un plazo no superior de 30 días calendario a partir de la numeración de la DUA.
- Despacho Diferido: Solicitada dentro del plazo de 15 días a partir del día siguiente de la descarga.

- Despacho Urgente: Solicitada dentro del plazo de 15 días calendario antes de la llegada de la nave hasta los 07 días calendario a partir del día siguiente del término de la descarga de la mercancía.

Espinoza Imports S.R.L desea optar por el despacho diferido, el cual considera que se maneja un tiempo más flexible y no tan drástico como las demás modalidades.



Figura 19. Flujograma del Despacho Diferido de Importación
Fuente: Elaboración propia

5.8. Gestión de las operaciones de importación: Flujograma

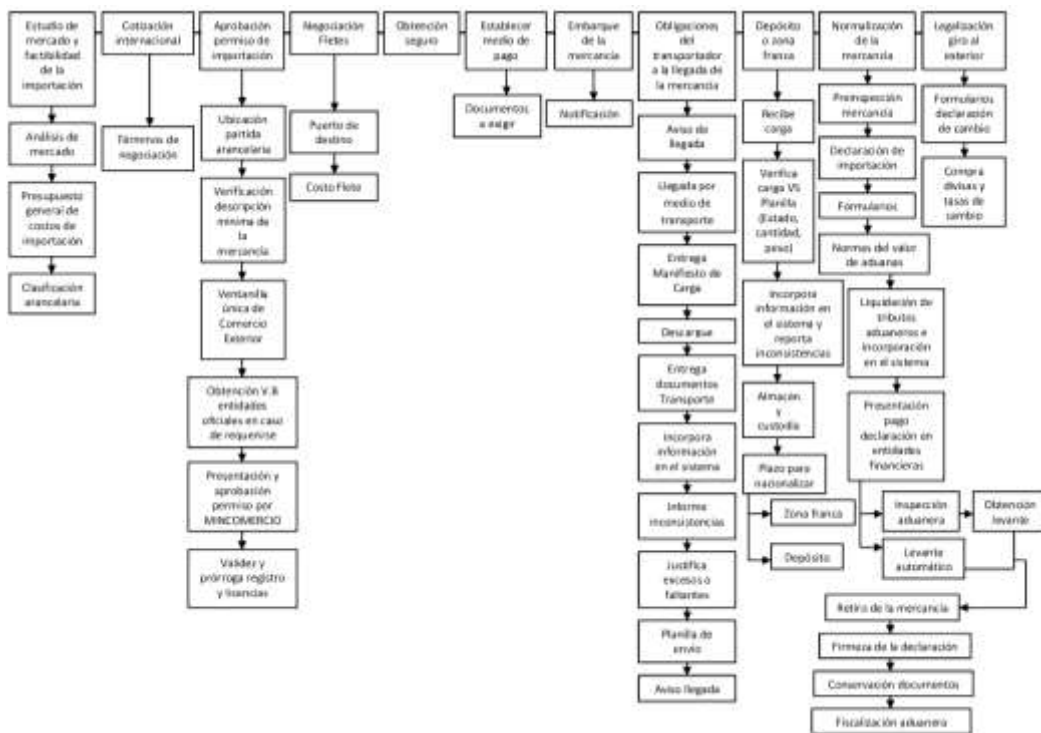


Figura 20. Flujograma de Operaciones de Importación

Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO VI: PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

6.1. Inversión Fija

6.1.1. Activos Tangibles

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL
Impresora	1	635.59	635.59	750	750
Hojas Bond (paquete)	6	8.47	50.85	10	60
Archivador	6	10.17	61.02	12	72
Lapicero	8	6.78	54.24	8	64
Engrapador + perforador	2	27.12	54.24	32	64
			856		1,010
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL
Escoba	1	6.78	6.78	8	8
Recogedor	1	6.78	6.78	8	8
Trapeador	1	6.78	6.78	8	8
Alcohol	12	6.36	76.27	8	90
Desinfectante para pisos	12	7.20	86.44	9	102
Papel Higienico	6	10.17	61.02	12	72
			244.07		288.00
TOTAL INVERSIÓN FIJA TANGIBLE			1,100.00		1,298.00

Tabla 36. Inversión Fija Tangible

Fuente: Elaboración Propia

6.1.2. Activos Intangibles

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL
Elaboración del Plan de Negocio	1	1200	1500	1416	1416
			1,500.00		1,416.00
CONSTITUCIÓN					
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL
Constitución de la empresa	1	1500	1500	1770	1770
Licencia de funcionamiento	1	600	600	708	708
Inspección de defensa civil	1	330	330	389	389
Inscripción de planillas	1	50	50	59	59

Legalización de libros contables	2	18	36	21	42
			2,516		2,969
REGISTROS					
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL
Registro de marca ante indecopi	1	535	535	631	631
			535		631
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD					
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL
Promoción y publicidad	1	297	297	350	350
			297		350
TOTAL INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE			4,847.61		5,366.18

Tabla 37. Inversión Activo Intangible

Fuente: Elaboración Propia

6.2. Capital de Trabajo

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL
Capital de trabajo	1	156298	156298
			156,298
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			156,298.16

Tabla 38. Capital de Trabajo

Fuente: Elaboración Propia

6.3. Inversión Total

DETALLE	VALOR TOTAL
Activo Tangible	1,100.00
Activo Intangible	4,847.61
Capital de Trabajo	156,298
TOTAL GENERAL	162,245.77

Tabla 39. Inversión Total

Fuente: Elaboración Propia

6.4. Estructura de Inversión y Financiamiento

La inversión total de 162,245.77 será asumido en un porcentaje de 40/60 donde el 40% lo asumirá ESPINOZA IMPORTS S.R.L y el 60% será financiado bajo una entidad bancaria.

DETALLE	VALOR TOTAL	IMPORTE TOTAL
Inversión Propia	40%	64,898.31
Financiamiento	60%	97,347.46
TOTAL GENERAL	100%	162,245.77

Tabla 40. Estructura de Inversión

Fuente: Elaboración Propia

Para dicho financiamiento se optará por el Banco de Comercio, el cual ofrece una TEA de 13% y permite el pago del préstamo en 03 años en 36 cuotas, las cuales asciende a los S/ 3,246.56.

Numero cuota	Valor de la Cuota	Intereses	Capital	Saldo
				97,347
1	3,246.56	996.53	2,250.03	95,097.43
2	3,246.56	973.50	2,273.06	92,824.37
3	3,246.56	950.23	2,296.33	90,528.04
4	3,246.56	926.72	2,319.84	88,208.20
5	3,246.56	902.97	2,343.59	85,864.62
6	3,246.56	878.98	2,367.58	83,497.04
7	3,246.56	854.75	2,391.81	81,105.23
8	3,246.56	830.26	2,416.30	78,688.93
9	3,246.56	805.53	2,441.03	76,247.90
10	3,246.56	780.54	2,466.02	73,781.88
11	3,246.56	755.29	2,491.27	71,290.61
12	3,246.56	729.79	2,516.77	68,773.84
13	3,246.56	704.03	2,542.53	66,231.31
14	3,246.56	678.00	2,568.56	63,662.75
15	3,246.56	651.71	2,594.85	61,067.90
16	3,246.56	625.14	2,621.42	58,446.48
17	3,246.56	598.31	2,648.25	55,798.23
18	3,246.56	571.20	2,675.36	53,122.87
19	3,246.56	543.81	2,702.75	50,420.12
20	3,246.56	516.14	2,730.42	47,689.70
21	3,246.56	488.19	2,758.37	44,931.34
22	3,246.56	459.96	2,786.60	42,144.73
23	3,246.56	431.43	2,815.13	39,329.60
24	3,246.56	402.61	2,843.95	36,485.65
25	3,246.56	373.50	2,873.06	33,612.59
26	3,246.56	344.09	2,902.47	30,710.12
27	3,246.56	314.37	2,932.18	27,777.94

28	3,246.56	284.36	2,962.20	24,815.74
29	3,246.56	254.03	2,992.52	21,823.21
30	3,246.56	223.40	3,023.16	18,800.05
31	3,246.56	192.45	3,054.11	15,745.95
32	3,246.56	161.19	3,085.37	12,660.58
33	3,246.56	129.60	3,116.95	9,543.62
34	3,246.56	97.70	3,148.86	6,394.76
35	3,246.56	65.46	3,181.10	3,213.66
36	3,246.56	32.90	3,213.66	(0.00)
	116,876.13	19,528.67	97,347.46	

Tabla 41. Amortización de la Deuda

Fuente: Elaboración Propia

6.5. Fuentes Financieras y condiciones de crédito

Se verificó el registro de entidades financieras, bancarias, cajas municipales y rurales registradas de la SBS y se revisó el cuadro de tasas de interés para préstamo en relación al tamaño de la empresa.

En este caso, se decidió optar por el Banco de Comercio, entidad registrada debidamente en la SBS que ofrece una tasa atractiva y otorga facilidades para el pago del préstamo por capital de trabajo.

Los requisitos para acceder a este financiamiento son:

- Copia de RUC o Impresión de la consulta en el portal de SUNAT.
- Ficha registral de la empresa y/o vigencia de poder de representante legal de la empresa expedida por registros públicos. (no mayor a 30 días de antigüedad).
- Copia de DNI del o los representantes.

6.6. Presupuesto de Costos

Involucra a los costos fijos y variables, para ello se detallará a continuación cada importe involucrado.

a. Costos Fijos

DETALLE	CANTIDAD	COSTO MENSUAL SIN IGV	COSTO ANUAL SIN IGV
Servicios basicos	12	59	712
Contador externo	3	339	1,017
Telefonia Movil	12	42	508
		441	2,237

Tabla 42. Detalle de Costos Fijos I

Fuente: Elaboración Propia

TRABAJADOR	RETRIB. ECON. MENS	RETRIB. ECONO. ANUAL	SIS (2%)	AÑO 1				ANUAL
				GRAT	CARGA FAMILIAR	CTS	V	
Administrador	2,000	24,000	480.00	-	-	-	1,000	25,480
Jefe de Operaciones (M, V & MKT)	1,500	18,000	360.00	-	-	-	750	19,110
								44,590

Tabla 43. Detalle de Costos Fijos II

Fuente: Elaboración Propia

b. Costos Variables

COSTOS VARIABLES		MESES DEL AÑO 1											TOTAL ANUAL
DETALLE	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	
Material e insumos de trabajo	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	1200.00
Publicidad	29.17	29.17	29.17	29.17	29.17	29.17	29.17	29.17	29.17	29.17	29.17	29.17	350.00
Viaticos	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	1440.00
Importación del scooter electrico	38880.00	0.00	0.00	0.00	38880.00	0.00	0.00	0.00	38880.00	0.00	0.00	0.00	116640.00
Logística y Agenciamiento	12222.72	0.00	0.00	0.00	12222.72	0.00	0.00	0.00	12222.72	0.00	0.00	0.00	36668.16
	51351.89	249.17	249.17	249.17	51351.89	249.17	249.17	249.17	51351.89	249.17	249.17	249.17	156298.16
Darle crecimiento:	2.5%												
COSTOS VARIABLES		MESES DEL AÑO 2											TOTAL ANUAL
DETALLE	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	
Material e insumos de trabajo	250.00	102.50	102.50	102.50	102.50	102.50	102.50	102.50	102.50	102.50	102.50	102.50	1377.50
Publicidad	29.90	29.90	29.90	29.90	29.90	29.90	29.90	29.90	29.90	29.90	29.90	29.90	358.75
Viaticos	225.00	123.00	123.00	123.00	123.00	123.00	123.00	123.00	123.00	123.00	123.00	123.00	1578.00
Importación del scooter electrico	39852.00	0.00	0.00	0.00	39852.00	0.00	0.00	0.00	39852.00	0.00	0.00	0.00	119556.00
Logística y Agenciamiento	12528.29	0.00	0.00	0.00	12528.29	0.00	0.00	0.00	12528.29	0.00	0.00	0.00	37584.86
	52885.18	255.40	255.40	255.40	52635.68	255.40	255.40	255.40	52635.68	255.40	255.40	255.40	160455.11
Darle crecimiento:	2.5%												
COSTOS VARIABLES		MESES DEL AÑO 3											TOTAL ANUAL
DETALLE	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	
Material e insumos de trabajo	256.25	105.06	105.06	105.06	105.06	105.06	105.06	105.06	105.06	105.06	105.06	105.06	1411.94
Publicidad	30.64	30.64	30.64	30.64	30.64	30.64	30.64	30.64	30.64	30.64	30.64	30.64	367.72
Viaticos	230.63	126.08	126.08	126.08	126.08	126.08	126.08	126.08	126.08	126.08	126.08	126.08	1617.45
Importación del scooter electrico	40848.30	0.00	0.00	0.00	40848.30	0.00	0.00	0.00	40848.30	0.00	0.00	0.00	122544.90
Logística y Agenciamiento	12841.50	0.00	0.00	0.00	12841.50	0.00	0.00	0.00	12841.50	0.00	0.00	0.00	38524.49
	54207.31	261.78	261.78	261.78	53951.58	261.78	261.78	261.78	53951.58	261.78	261.78	261.78	164466.49

Darle crecimiento:	5.0%													
COSTOS VARIABLES	MESES DEL AÑO 4												TOTAL ANUAL	
DETALLE	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic		
Material e insumos de trabajo	269.06	110.32	110.32	110.32	110.32	110.32	110.32	110.32	110.32	110.32	110.32	110.32	110.32	1482.53
Publicidad	32.18	32.18	32.18	32.18	32.18	32.18	32.18	32.18	32.18	32.18	32.18	32.18	32.18	386.10
Viaticos	242.16	132.38	132.38	132.38	132.38	132.38	132.38	132.38	132.38	132.38	132.38	132.38	132.38	1698.32
Importación del scooter electrico	42890.72	0.00	0.00	0.00	42890.72	0.00	0.00	0.00	42890.72	0.00	0.00	0.00	0.00	128672.15
Logística y Agenciamiento	13483.57	0.00	0.00	0.00	13483.57	0.00	0.00	0.00	13483.57	0.00	0.00	0.00	0.00	40450.71
	56917.68	274.87	274.87	274.87	56649.15	274.87	274.87	274.87	56649.15	274.87	274.87	274.87	274.87	172689.82

Darle crecimiento:	5.0%													
COSTOS VARIABLES	MESES DEL AÑO 5												TOTAL ANUAL	
DETALLE	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic		
Material e insumos de trabajo	282.52	115.83	115.83	115.83	115.83	115.83	115.83	115.83	115.83	115.83	115.83	115.83	115.83	1556.66
Publicidad	33.78	33.78	33.78	33.78	33.78	33.78	33.78	33.78	33.78	33.78	33.78	33.78	33.78	405.41
Viaticos	254.26	139.00	139.00	139.00	139.00	139.00	139.00	139.00	139.00	139.00	139.00	139.00	139.00	1783.24
Importación del scooter electrico	45035.25	0.00	0.00	0.00	45035.25	0.00	0.00	0.00	45035.25	0.00	0.00	0.00	0.00	135105.75
Logística y Agenciamiento	14157.75	0.00	0.00	0.00	14157.75	0.00	0.00	0.00	14157.75	0.00	0.00	0.00	0.00	42473.25
	59763.56	288.61	288.61	288.61	59481.61	288.61	288.61	288.61	59481.61	288.61	288.61	288.61	288.61	181324.31

Tabla 44. Costos Variables - Proyección de 05 años

Fuente: Elaboración Propia

6.7. Punto de Equilibrio

Para el cálculo del punto de equilibrio se ha considerado los valores monetarios, por ello el siguiente cuadro muestra los importes que deberán ser considerados como punto neutro, sin ganar ni perder.

La fórmula es: $IT = CT$

	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Punto de equilibrio en soles	213,51 1	213,95 3	213,76 7	219,51 7	228,15 2

Tabla 45. Punto de Equilibrio

Fuente: Elaboración Propia

6.8. Tributación de la exportación

Bajo los principios de la Ley General de Aduanas, se conoce que toda importación está afecta de impuestos, por lo tanto, se considerará el importe del IGV en relación a los primeros 05 años de actividad.

	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
IGV Compras	716.5 7	940.91	999.28	1,014.19	1,044.76	1,076.87
IGV Ventas	-	49,532.26	50,770.56	52,039.83	54,641.82	57,373.91
Resultado	716.5 7	(47,874.7 7)	(49,771.2 9)	(51,025.6 4)	(53,597.0 5)	(56,297.0 4)
Credito Fiscal	716.5 7	(47,158.2 0)	(96,929.4 9)	(51,025.6 4)	(53,597.0 5)	(56,297.0 4)
PAGO IGV	-	-	(96,929.4 9)	(51,025.6 4)	(53,597.0 5)	(56,297.0 4)

Tabla 46. Flujo del IGV

Fuente: Elaboración Propia

6.9. Presupuesto de Ingresos

INGRESOS OPERATIVOS	MESES DEL AÑO 1												TOTAL
DETALLE	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Juni	Juli	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Precio de Scooter Electrico	1,146.58	-	-	-	1,146.58	-	-	-	1,146.58	-	-	-	
Cantidad (Unidad)	80.00	-	-	-	80.00	-	-	-	80.00	-	-	-	
Total	91,726.40	-	-	-	91,726.40	-	-	-	91,726.40	-	-	-	275,179.20
	91,726.40	-	-	-	91,726.40	-	-	-	91,726.40	-	-	-	275,179.20
Crecimiento	2.5%												
INGRESOS OPERATIVOS	MESES DEL AÑO 2												TOTAL
DETALLE	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Juni	Juli	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Precio de Scooter Electrico	1,146.58	-	-	-	1,146.58	-	-	-	1,146.58	-	-	-	
Cantidad (Unidad)	82.00	-	-	-	82.00	-	-	-	82.00	-	-	-	
Total	94,019.56	-	-	-	94,019.56	-	-	-	94,019.56	-	-	-	282,058.68
Total de ingresos proyectados	94,019.56	-	-	-	94,019.56	-	-	-	94,019.56	-	-	-	282,058.68
Crecimiento	2.5%												
INGRESOS OPERATIVOS	MESES DEL AÑO 3												TOTAL
DETALLE	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Juni	Juli	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Precio de Scooter Electrico	1,146.58	-	-	-	1,146.58	-	-	-	1,146.58	-	-	-	

Cantidad (Unidad)	84.05	-	-	-	84.05	-	-	-	84.05	-	-	-	
Total	96,370.05	-	-	-	96,370.05	-	-	-	96,370.05	-	-	-	289,110.15
Total de ingresos proyectados	96,370.05	-	-	-	96,370.05	-	-	-	96,370.05	-	-	-	289,110.15
Crecimiento	5.0%												
INGRESOS OPERATIVOS	MESES DEL AÑO 4												TOTAL
DETALLE	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Juni	Juli	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Precio de Scooter Electrico	1,146.58	-	-	-	1,146.58	-	-	-	1,146.58	-	-	-	
Cantidad (Unidad)	88.25	-	-	-	88.25	-	-	-	88.25	-	-	-	
Total	101,188.55	-	-	-	101,188.55	-	-	-	101,188.55	-	-	-	303,565.65
Total de ingresos proyectados	101,188.55	-	-	-	101,188.55	-	-	-	101,188.55	-	-	-	303,565.65
Crecimiento	5%												
INGRESOS OPERATIVOS	MESES DEL AÑO 5												TOTAL
DETALLE	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Juni	Juli	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Precio de Scooter Electrico	1,146.58	-	-	-	1,146.58	-	-	-	1,146.58	-	-	-	
Cantidad (Unidad)	92.67	-	-	-	92.67	-	-	-	92.67	-	-	-	
Total	106,247.98	-	-	-	106,247.98	-	-	-	106,247.98	-	-	-	318,743.94
Total de ingresos proyectados	106,247.98	-	-	-	106,247.98	-	-	-	106,247.98	-	-	-	318,743.94

Tabla 47. Detalle de Ingresos

Fuente: Elaboración Propia

Una vez detallados los ingresos donde se tomó el precio de importación del Scooter Eléctrico y la cantidad a importar por la frecuencia estimada (cuatrimestral), se evaluó un incremento de ventas del 2.5% para los dos años posteriores y 5% para el cuarto y quinto año de actividad de la empresa.

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS		275,179	282,059	289,110	303,566	318,744
Ingresos operativos		275,179	282,059	289,110	303,566	318,744

Tabla 48. Presupuesto de Ingresos

Fuente: Elaboración Propia

Tal como se mencionó en el detalle de ingresos, se observa un incremento en el presupuesto de los mismos, dado que una vez posicionada la marca en el mercado, se pretende incrementar las ventas y por ende, los ingresos van en alza.

6.10. Presupuesto de Egresos

Los egresos están conformados por los costos fijos, costos variables, la depreciación de los activos tangibles y la amortización intangible, sumados estos importes se obtiene el ingreso por año.

Para ello, se sabe que los ingresos han incrementado debido al incremento en la adquisición del Scooter Eléctrico, por ende, los costos variables incrementan proporcionalmente, ya que involucran la gestión de importación y los costos que incurren estos para que llegue la mercancía a destino.

Los demás egresos como los costos fijos, la depreciación y la amortización se mantienen.

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
COSTO Y GASTOS		203,55	207,71	211,72	219,94	228,57
		3	0	1	4	9
Costos fijos		46,827	46,827	46,827	46,827	46,827
Costos Variables		156,29	160,45	164,46	172,69	181,32
		8	5	6	0	4
Depreciación		127	127	127	127	127
Amortización intangible		300	300	300	300	300

Tabla 49. Presupuesto de Egresos

Fuente: Elaboración Propia

6.11. Flujo de Caja Proyectado

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS		275,179	282,059	289,110	303,566	318,744
Ingresos operativos		275,179	282,059	289,110	303,566	318,744
Ingresos no operativos		-	-	-	-	-
COSTO Y GASTOS		209,925	214,241	218,415	223,743	229,255
Costos fijos		46,827	46,827	46,827	46,827	46,827
Costos Variables		162,670	166,986	171,161	176,488	182,001
Depreciación		127	127	127	127	127
Amortización intangible		300	300	300	300	300
UTILIDAD OPERATIVA		65,255	67,818	70,695	79,823	89,489
Impuesto renta		4,128	4,231	4,337	4,553	4,781
UTILIDAD NETA		61,127	63,587	66,358	75,270	84,708
Depreciación		127	127	127	127	127
Amortización intangible		300	300	300	300	300
Valor Residual						-
Inversiones	(162,246)	-	-	-	-	-
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	(162,246)	61,554	64,014	66,785	75,697	85,135
FCF ACUMULADO	(162,246)	(100,692)	(36,678)	30,108	105,804	190,939

Tabla 50. Flujo de Caja Económico

Fuente: Elaboración Propia

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS		275,179	282,059	289,110	303,566	318,744
Ingresos operativos		275,179	282,059	289,110	303,566	318,744
Ingresos no operativos		-	-	-	-	-
COSTO Y GASTOS		219,526	220,408	220,702	223,743	229,255
Costos fijos		46,827	46,827	46,827	46,827	46,827
Costos Variables		162,670	166,986	171,161	176,488	182,001
Intereses		9,601	6,167	2,286		
Depreciación		127	127	127	127	127
Amortización intangible		300	300	300	300	300
UTILIDAD OPERATIVA		55,653	61,651	68,408	79,823	89,489
Impuesto renta		4,128	4,231	4,337	4,553	4,781
UTILIDAD NETA		51,526	57,420	64,072	75,270	84,708
Depreciación		127	127	127	127	127
Amortización intangible		300	300	300	300	300
Valor Residual						-
Amortización		(26,417)	(29,851)	(33,732)		
Inversiones	(162,246)	-	-	-	-	-
Prestamo	97,347					
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	(64,898)	22,595	25,055	27,826	75,697	85,135
FCF ACUMULADO	(64,898)	(42,303)	(17,248)	10,579	86,276	171,410

Tabla 51. Flujo de Caja Financiero

Fuente: Elaboración Propia

6.12. Estado de Ganancias y Pérdidas

RECURSOS	Expresado en Soles por año				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) VENTAS NETAS	324,711.46	332,829.24	341,149.97	358,207.47	376,117.85
(-) COSTO DE VENTAS	165,395.46	166,627.66	170,793.36	176,102.04	181,595.38
UTILIDAD BRUTA	159,316.00	166,201.58	170,356.62	182,105.44	194,522.47
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	46,827.29	46,827.29	46,827.29	46,827.29	46,827.29
(-) GASTOS DE VENTAS	350.00	358.75	367.72	386.10	405.41
(-) DEPRECIACIÓN	127.12	127.12	127.12	127.12	127.12
UTILIDAD OPERATIVA	112,011.59	118,888.42	123,034.49	134,764.92	142,162.65
(+) INGRESOS FINANCIEROS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(+) INGRESOS VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(-) GASTOS FINANCIEROS	10,385.09	6,670.52	2,473.06		
(-) GASTOS VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	101,626.50	112,217.90	120,561.44	134,764.92	147,162.65
(-) IMPUESTO A LA RENTA	28,455.42	31,421.01	33,757.20	37,734.18	41,205.54
UTILIDAD NETA	73,171.08	80,796.89	86,804.23	97,030.75	105,957.11

Tabla 52. Estado de Ganancias y Pérdidas

Fuente: Elaboración Propia

En el primer año se ha estimado percibir utilidades netas por el monto de 163,953.93 y para los próximos 04 posteriores, se observa una tendencia positivas, siendo viable la rentabilidad en la empresa.

6.13. Evaluación de la Inversión

6.13.1. Evaluación Económica

	COK	VALOR
VANE	12.25%	S/. 78,399.34
TIRE		29.29%
PRIE		2.63
B/C Económico		S/. 2.11

Tabla 53. Evaluación Económica

Fuente: Elaboración Propia

La evaluación económica presentada muestra que la VANE es de 78,399.34 y el TIRE es de 29.29%, los cuales reflejan que el presente plan es viable.

6.13.2. Evaluación Financiera

	WACC	VALOR
VANF	12.2%	S/. 89,012.01
TIRF		46.57%
PRIF		2.62
B/C Financiero		S/. 3.64

Tabla 54. Evaluación Financiera

Fuente: Elaboración Propia

La evaluación económica presentada muestra que la VANF es de 89,012.01 y el TIRF es de 46.57%, los cuales reflejan que el presente plan es viable.

6.13.3. Evaluación Social

La empresa ESPINOZA IMPORTS S.R.L tendrá un impacto directo en la sociedad dado que promoverá el transporte fácil y legal de personas en su vida cotidiana a través de la comercialización de scooters eléctricos. Este producto es considerada, por muchos, como una herramienta de movilidad y trabajo, dado que hoy en día, hay servicios de delivery que solicitan dicho transporte para la ejecución de sus actividades, así como también las personas trabajadoras o estudiantes necesitan de un bien que los permita transportarse con facilidad.

6.13.4. Impacto Ambiental

Se pretende, en el contexto ambiental, promover el consumo ecológico de este medio de transporte, dado que no requiere de consumo de gasolina como un transporte común, que además de ser el más consumido a nivel mundial también causa daños en el ambiente.

6.14. Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo

TREMA Inversionista 1	13%
Participación Inversionista 1	30.00%
TREMA Inversionista 2	15%
Participación Inversionista 2	35.00%
TREMA Inversionista 3	20.00%
Participación Inversionista 3	35.00%
COK	12.25%

Tabla 55. Determinación del COK

Fuente: Elaboración Propia

Costo del patrimonio (COK)	12%
Participación del patrimonio	40.00%
Costo Financiamiento	13%
Participación de terceros	60.00%
Impuesto a la renta	5.91%
WACC	12.24%

Tabla 56. Determinación de la WACC

Fuente: Elaboración Propia

6.15. Cuadro de riesgo del tipo de cambio

El riesgo de tipo de cambio pretende ser mitigado al recurrir al sistema bancario con el fin de contratar un tipo de cambio forward. Este tipo de

cambio se da cuando el banco acuerda intercambiar una divisa por otra en una fecha futura, cuando entre en vigencia un contrato forward con un inversor.

Por ello, este contrato forward no es más que el compromiso entre dos partes de comprar o vender un activo a un precio fijado en una fecha determinada, es decir, es un instrumento financiero derivado, dado que su existencia depende directamente del valor de otro activo. .

CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

El plan presentado concluye que:

- La empresa ESPINOZA IMPORTS S.R.L ofertará un producto innovador y de fácil acceso: scooters eléctricos gracias a un precio competitivo en el mercado.
- El scooter eléctrico es una herramienta que promueve la concientización social y ambiental, por ello, la empresa ha determinado que es un producto excelente para la comercialización.
- El plan económico y financiero presentado es viable gracias a los indicadores VAN, TIR, PRI y COSTO BENEFICIO. Estos ratios tienen valores positivos, los cuales aseguran la rentabilidad de la empresa desde el primer año del funcionamiento.

7.2. Recomendaciones

Con la finalidad de poner en marcha dicho plan de negocio, se recomienda:

- Gestionar cada plan estratégico brindado en el presenta plan con el fin de poner en funcionamiento la empresa.
- Desarrollar y gestionar un plan de concientización en el público objetivo, con la finalidad de posicionar la marca y generar ventas directas en relación a una necesidad de alto impacto.

Bibliografía

- Aguilar, L., Fonseca, G., & Lamadrid, N. (2016). *Distribución física internacional - DFI*. Obtenido de https://issuu.com/nelsonjohanlamadridheredia/docs/distribuci__n_fisica_internacional.
- Choque, J. (25 de 12 de 2018). *UNITARIZACIÓN DE LA CARGA: PALETIZACIÓN Y CONTENEDORIZACIÓN*. Obtenido de <https://www.logistica360.pe/unitarizacion-de-la-carga-paletizacion-y-contenedORIZACION/>
- Guisao, E., & Zuluaga, A. (Junio de 2011). *Distribución física internacional (DFI). caso de aplicación a productos de panela pulverizada-biopanela*. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602011000100013
- Hernandez, J. (2013). *INCOTERMS y su importancia en las actividades comerciales*. Obtenido de Observatorio de la Economía Latinoamericana: <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/la/2013/incoterms.html>
- INE. (diciembre de 2017). *CENSO*. Obtenido de <http://www.ine.cl/prensa/detalle-prensa/2017/12/22/primeros-resultados-definitivos-del-censo-2017-un-total-de-17.574.003-personas-fueron-efectivamente-censadas>
- INE. (2018). *Instituto Nacional de Estadísticas Chile*. Obtenido de <http://www.ine.cl/estadisticas/demograficas-y-vitales>
- International Markets Bureau Agriculture and AgriFood Canada. (15 de mayo de 2013). *Inteligencia de mercados/Primer aniversario del TLC Colombia – EE UU*. Obtenido de <https://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/agroindustria-eeuu.pdf>
- López, F., Morgestein, W., & Alarcón, H. (10 de junio de 2009). *Compraventa internacional de mercaderías. Investigación y enseñanza del Convenio de Viena de 1980*. Obtenido de https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:7zcfhok_H6YJ:https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3664045.pdf+&cd=6&hl=es&ct=clnk&gl=pe

MacMap. (2018). *MacMap*. Obtenido de <http://www.macmap.org>

Manual de Logística de Paletización. (Noviembre de 2003). Obtenido de Recomendaciones GS1 para la Logística de Paletización : http://www.gs1cr.org/wp-content/uploads/2016/04/manual_logistica.pdf

MAPEX. (23 de Febrero de 2018). *Rutas Marítimas*. Obtenido de Perú - Chile: <http://www.mapex.pe/rutasmaritimas/itinerario?prutamaestra=null,4,5>

Mondragón, V. (2019). *¿Qué son los agentes de carga?* Obtenido de <https://www.diariodelexportador.com/2015/07/que-son-los-agentes-de-carga.html>

PROMPERÚ. (2018). *Unitarización de la Carga*. Obtenido de <https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/4102/UNITARIZACION%20DE%20LA%20CARGA.pdf?sequence=6&isAllowed=y>

PLANCAMERAL. (Enero de 2012). *Principales documentos Importación y Exportación* . Obtenido de Documentos Comerciales: http://www.plancameral.org/camaras_internacional-portlet/file/3e4b60c2-e764-4e05-90fa-433efca4e5b2

Santander. (Agosto de 2018). *Santander TradePortal*. Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/flujos-import-export?ipartner=218#resultats>

SIICEX. (Diciembre de 2012). *Modelos de Contratos Internacionales*. Obtenido de <https://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/897436882rad7EA5D.pdf>

SACEX CONSULTING. (2020). *Documentos aduaneros necesarios para importar a Perú*. Obtenido de <https://www.sacexconsulting.es/Documentos-aduaneros-necesarios-importar-peru>

Anexos

Anexo 1. Cotización de Agenciamiento de Carga / Aduana – ADUANDINA



ADUANDINA AGENCIA DE AD. S.A.C.
 CL. HERMANOS CATARI 323 - SAN MIGUEL -
 R.U.C. 20101369464 ** P R E S U P U E S T O **

PROFORMA : 001/0001304 No.Refer.: 118-10-2020-003250
 Fch.Dcto. : 12/11/2020 Hora : 15:12:02
 Señores : ESPINOZA IMPORTS E.I.R.L.
 Dirección : AV. CIRCUNVALACION NRO. 1118 - PIURA - PIURA
 R. U. C. : POR CONFIRMAR Teléfonos : +51 972 834 307

Nave	: TSIJIAN	F.O.B. \$: 32,400.00
F.Llegada:	15/01/2021	Flete \$: 1,575.00
No.Poliza:	118--10----	Seguro \$: 195.00
A.W.B-B/L:	7025-0464-011.015	C.I.F. \$: 34,170.00
Kls.Bruto:	3,324.000	T.C.	: 3.621
Bultos	: 616.00		
Resumen	: SCOOTERS ELECTRICOS ETWOW		
Referencia:	EMBARQUE 11012-2 ZHEJIANG E-TWOW ELETRIC VEHICLE CO.		

I.G.V	22,271.32	GASTOS OPERATIVOS	434.88 S
I.P.M.	2,474.59	TRANSPORTE	543.15 S
		SERVICIO DE CUSTO	309.06 S
		GASTOS PORTUARIOS:	1,883.28 S

Derechos S/ 24,745.91

Sub-Total S/ 9,579.53

Comisión S/ 2,474.59

Base ImponibleS/ 10,215.35

ESTA PROFORMA ESTA SUJETA A VARIACION SEGUN COSTOS REALES DEL DESPACHO	I.G.V.	S/	1,838.76
	T O T A L	S/	36,805.02

TREINTA Y SEIS MIL OCHOCIENTOS y 02/100 SOLES.

CALLE HERMANOS CATARI 323 SAN MIGUEL LIMA 32 - PERU TEL: (511) 5782693 FAX: (511) 5782696
 e-mail: mastermail@aduandina.com.pe http://www.aduandina.com.pe

Anexo 2. Contrato de Compraventa Internacional

CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte **Zhejiang E-Twow Electric Vehicle Co.,Ltd**, empresa constituida bajo las leyes de China, debidamente representada por su gerente general Emil , con Documento de Identidad N°0214858964, domiciliado en calle No. 518, Meihe road, Wucheng District, Jinhua, Zhejiang Province, China, a quien en adelante se denominará **EL VENDEDOR** y, de otra parte IMPORTACIONES PP E.I.R.L, inscrito con RUC N°2070589436, debidamente representado por su Gerente General David Junio Espinoza Varona, identificado con DNI N° 72134336 y señalando domicilio calle Av. Circunvalación Nro. 1118 - Piura a quien en adelante se denominará **EL COMPRADOR**, que acuerdan en los siguientes términos:

GENERALIDADES

PRIMERA CLAÚSULA:

- 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 FOB Barcelona estará entendida en relación con los llamados Incoterms, publicados por la Cámara de Comercio Internacional.
- 1.4. Cualquier referencia que se haga a la publicación de la Cámara de Comercio Internacional, se entenderá como hecha a su versión actual al momento de la conclusión del contrato.
- 1.5. Ninguna modificación hecha a este contrato se considerará válida sin el acuerdo por escrito entre las Partes.

CARACTERÍSTICAS DEL BIEN

SEGUNDA CLAÚSULA:

- 2.1. Es acordado por las Partes que **EL VENDEDOR** venderá el siguiente producto: Electric Scooter E-TWOW GT 2020 SE, y **EL COMPRADOR**

pagará el precio de \$32,400 dólares americanos por dicho producto en conformidad con lo acordado.

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

PLAZO DE ENTREGA

TERCERA CLAÚSULA:

EL VENDEDOR se compromete a realizar la entrega de periodo de 20 días luego de recibidas las órdenes de compra debidamente firmadas por el comprador mediante la cotización y la celebración del contrato de compraventa internacional.

PRECIO

CUARTA CLAÚSULA

Las partes acuerdan el precio de USD 135.00 con un valor FOB de 32,400.00, por el envío de los productos de conformidad con la cotización enviada al comprador, la cual tiene vigencia de 30 días desde la emisión. A menos que se mencione de otra forma por escrito, los precios no incluyen impuestos, aranceles, costos de transporte o cualquier otro impuesto.

El precio ofrecido es sobre la base del Incoterm FOB Shanghai ("Free on board") por vía marítima.

CONDICIONES DE PAGO

QUINTA CLAÚSULA

Las partes han acordado que el pago del precio o de cualquier otra suma adecuada por **EL COMPRADOR** a **EI VENDEDOR** deberá realizarse por carta de crédito.

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

INTERES EN PAGO RETRASADO

SEXTA CLAÚSULA

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

RETENCIÓN DE DOCUMENTOS

SEPTIMA CLAÚSULA

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

TÉRMINO CONTRACTUAL DE ENTREGA

OCTAVA CLAÚSULA

Las partes deberán incluir el tipo de INCOTERMS acordado: FOB. Señalando con detalle algunos aspectos que se deba dejar claro, o que decida enfatizar. Aunque las condiciones de INCOTERMS son claras, es recomendable discutir y aclarar estos detalles, ya que puede haber desconocimiento de una de las partes.

RETRASO DE ENVÍO

NOVENA CLAÚSULA

EL COMPRADOR tendrá derecho a reclamar a **EL VENDEDOR** el pago de daños equivalente al 0,5 % del precio de los productos por cada semana de retraso, a menos que se comuniquen 125 las causas de fuerza mayor por parte del **EL VENDEDOR** a **EL COMPRADOR**.

INCONFORMIDAD CON EL BIEN

DECIMA CLAÚSULA

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 inconformidades notificada por **EL COMPRADOR**, **EL VENDEDOR** deberá tener las siguientes opciones:

- a). Reemplazar los productos por productos sin daños, sin ningún menores que sean usuales en el comercio del producto en particular. Si dicha inconformidad costo adicional para el comprador; o.
- b). Reintegrar a **EL COMPRADOR** el precio pagado por los productos sujetos a inconformidad

COOPERACIÓN ENTRE LAS PARTES

DÉCIMO PRIMERA CLAÚSULA

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

DECIMO SEGUNDA CLAUSULA

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

DÉCIMO TERCERA CLAÚSULA

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

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

Cualquier divergencia derivada o relacionada con el presente contrato se resolverá definitivamente con el Reglamento de Conciliación y Arbitraje de la 81 Cámara de Comercio Internacional por uno o más árbitros nombrados conforme a este Reglamento. Toda cuestión relacionada con el presente contrato que no esté expresa o tácitamente establecida por las disposiciones de este Contrato se regirá por los principios legales generales reconocidos en comercio internacional, con exclusión de las leyes nacionales.

NOTIFICACIONES

DÉCIMO QUINTA CLAÚSULA

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

DÉCIMO CUARTA CLAÚSULA

Este acuerdo constituye el entendimiento integral entre las partes. No deberá realizarse cambios o modificaciones de cualquiera de los términos de este contrato a menos que sea modificado por escrito y firmado por ambas partes. En señal de conformidad con todos los acuerdos pactados en el presente contrato, las partes suscriben este documento en la ciudad de Lima, a los 17 Días del mes de Noviembre del 2020.

EL VENDEDOR

EL COMPRADOR