



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

**IMPORTACIÓN DE LÁMPARA SOLAR LED CON SENSOR  
DE MOVIMIENTO DESDE CHINA PARA SU VENTA EN LIMA  
METROPOLITANA**

**PRESENTADO POR  
CÉSAR ENRIQUE TORRICO HURTADO**

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

**LIMA - PERÚ**

**2020**



**CC BY-NC-ND**

**Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada**

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

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



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

**IMPORTACIÓN DE LÁMPARA SOLAR LED CON SENSOR DE  
MOVIMIENTO DESDE CHINA PARA SU VENTA EN LIMA  
METROPOLITANA**

**PRESENTADO POR:  
BACHILLER: CÉSAR ENRIQUE TORRICO HURTADO**

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

**LIMA – PERÚ**

**2020**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo se lo dedico a Dios, por darme salud y las fuerzas necesarias para cumplir mis objetivos, a mi madre Janeth Hurtado Arenas y mi padre Enrique Torrico Altuna por su gran aliento y apoyo.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco principalmente a Dios, por bendecirme con la oportunidad de concluir mi plan de negocio, a mis padres por su apoyo incondicional en todos mis años de estudios y a todos los profesores de mi universidad por su enseñanza.

## TABLA DE CONTENIDO

TABLA DE CONTENIDO .....	4
RESUMEN EJECUTIVO .....	11
1. ESTRUCTURA DEL PLAN.....	13
2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES.....	14
2.1 Nombre o Razón Social.....	14
2.2 Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU) .....	14
2.3 Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial.....	15
2.3.1 Ubicación .....	15
2.3.2 Factibilidad Municipal.....	17
2.3.3 Factibilidad Sectorial .....	18
2.4 Objetivos de la Empresa, principio de la empresa en marcha .....	18
2.4.1 Objetivo General.....	18
2.4.2 Objetivos Específicos.....	18
2.4.3 Misión .....	19
2.4.4 Visión.....	19
2.4.5 Principios de la Empresa.....	19
2.4.6 Valores de la Empresa .....	20
2.5 Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características .....	20
2.6 Estructura Orgánica.....	21
2.7 Cuadro de Asignación de Personal .....	23
2.8 Forma Jurídica Empresarial .....	24
2.9 Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI .....	26
2.10 Requisitos y trámites municipales.....	27
2.11 Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades ...	28
2.12 Registro de Planillas Electrónica (PLAME). .....	30
2.13 Régimen Laboral Especial y General Laboral.....	31
2.14 Modalidades de Contratos Laborales.....	32
2.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.....	34
3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL .....	35
3.1 Identificación, descripción y justificación del producto a importar.....	35
3.1.1 Clasificación Arancelaria .....	37
3.1.2 Ficha Técnica Comercial.....	38
3.1.3 Ecuación de valor para el mercado nacional .....	39

3.1.4	Determinación de la marca a usar .....	42
3.2	Investigación de mercado objetivo .....	42
3.2.1	Segmentación de mercado objetivo (macro y micro segmentación).....	46
3.2.2	Definición del perfil del consumidor .....	59
3.2.3	Medición del mercado objetivo .....	60
3.3	Análisis de oferta y demanda en el mercado .....	65
3.3.1	Análisis de oferta .....	65
3.3.2	Análisis y cálculo de la demanda.....	68
3.3.3	Análisis de competitividad y benchmark.....	71
3.3.4	Análisis de precio de importación (compra) .....	72
3.3.5	Análisis y determinación de formas de distribución .....	73
3.3.6	Análisis del entorno .....	74
3.4	Estrategias de venta y distribución nacional .....	80
3.4.1	Estrategias de segmentación .....	80
4.	PLAN DE LOGISTICA INTERNACIONAL .....	91
4.1	Envases, empaques y embalajes.....	91
4.2	Diseño del rotulado y marcado .....	94
4.2.1	Diseño del rotulado .....	94
4.2.2	Diseño de marcado .....	95
4.3	Unitarización y cubicaje de la carga .....	97
4.4	Cadena de DFI de exportación/importación .....	101
4.5	Seguro de las mercancías .....	112
5.	PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL.....	113
5.1	Fijación de precios.....	113
5.1.1	Costos y precios .....	113
5.1.2	Cotización Internacional .....	121
5.2	Contrato de compra venta internacional y sus documentos .....	123
5.3	Elección y aplicación del Incoterm .....	124
5.4	Determinación del medio de pago y cobro .....	128
5.5	Elección del régimen de Importación.....	130
5.6	Gestión aduanera del Comercio Internacional.....	131
5.7	Gestión de las operaciones de Importación: Flujograma .....	133
5.8	Gestión de las operaciones de producción del bien o servicio a ejecutar: Flujograma .....	134
6.	PLAN ECONOMICO FINANCIERO .....	135
6.1	Inversión fija.....	135

6.1.1 Activos Tangibles.....	135
6.1.2 Activos Intangibles.....	136
6.2 Capital de Trabajo .....	136
6.3 Inversión Total.....	138
6.5 Fuentes financieras y condiciones de crédito .....	139
6.6 Presupuesto de Costos.....	143
6.7 Punto de equilibrio .....	148
6.8 Tributación de la Importación.....	149
6.9 Presupuesto de Ingresos.....	150
6.10 Presupuesto de Egresos .....	152
6.11 Flujo de caja proyectado .....	153
6.11.1 Flujo de caja Económico .....	153
6.11.2 Flujo de Caja Financiero .....	154
6.12 Estado de Ganancias y Pérdidas.....	155
6.13 Evaluación de la Inversión .....	156
6.13.1 Evaluación Económica .....	156
6.13.2 Evaluación Financiera .....	157
6.13.3 Evaluación Social .....	158
6.13.4 Impacto Ambiental.....	158
6.14 Evaluación de Costo Oportunidad del capital de trabajo .....	159
6.15 Cuadro de Riesgo de Tipo de Cambio .....	160
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	162
7.1 Conclusiones .....	162
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	165
ANEXO 1 .....	170
ANEXO 2 .....	171
ANEXO 3 .....	173
ANEXO 4 .....	174
ANEXO 5 .....	176
ANEXO 6 .....	178
ANEXO 7 .....	179
ANEXO 8 .....	180
ANEXO 9 .....	181



## INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Actividad Principal del código CIU .....	15
Tabla 2 Opciones de posible ubicación del negocio.....	15
Tabla 3 Selección de ubicación.....	16
Tabla 4 Asignación de Personal de SK IMPORT SAC.....	23
Tabla 5 Asignación de terceros de SK IMPORT SAC.....	24
Tabla 6 Características de una SAC .....	25
Tabla 7 Constitución de Empresa.....	25
Tabla 8 Diferencias de Regímenes Tributarios .....	29
Tabla 9 Datos Obtenidos del T-Registro .....	31
Tabla 10 Régimen laboral de la micro y pequeña empresa .....	32
Tabla 11 Tipos de contrato sujeto a modalidad.....	33
Tabla 12 Tratamiento Arancelario.....	37
Tabla 13. Gravámenes Vigentes para subpartida 9405109000 .....	38
Tabla 14 Principales países exportadores mundiales de la Partida Arancelaria 9405 en miles de dólares.....	43
Tabla 15 Principales mercados proveedores para un producto importado por Perú para la Partida Arancelaria 9405.10 en miles de dólares.....	44
Tabla 16 Criterios de selección de mercado proveedor.....	45
Tabla 17 Criterios de selección de mercados - Resultados .....	46
Tabla 18 Segmento Empresarial por Actividad Económica en Lima Metropolitana .....	58
Tabla 19 Determinación de demanda - Cantidad/personas .....	62
Tabla 20 Determinación de la demanda - Cantidad/empresas.....	63
Tabla 21 Tabulación sobre la demanda para el producto en personas.....	64
Tabla 22 Tabulación sobre la demanda para el producto en empresas .....	64
Tabla 23 Principales países exportadores en el mundo según partida 9405.10 en dólares .....	65
Tabla 24 Principales Empresas proveedores según PA 9405109000.....	66
Tabla 25 Principales Empresas Importadoras según PA 9405109000 .....	67
Tabla 26 Principales proveedores para un producto importado de Perú según PA9405109000 en cantidades .....	69
Tabla 27 Demanda de la partida 9405109000 en los años 2015-2019.....	70
Tabla 28 Aplicación del método de mínimos cuadrados.....	70
Tabla 29 Cálculo de las variables a y b .....	70
Tabla 30 Proyección de demanda por PA 9405109000 en toneladas del 2021 al 2025...	71
Tabla 31 Demanda proyectada de Lámparas Solares LED de SK IMPORT SAC .....	71
Tabla 32 Principales Importadoras según total CIF\$.....	72
Tabla 33 Matriz de Factores Internos.....	75
Tabla 34 Matriz de Factores Externos .....	76
Tabla 35 Matriz FODA .....	77
Tabla 36 Unitarización de Lámpara Solar LED 1W .....	99
Tabla 37 Unitarización de Lámpara Solar LED 2.5W .....	100
Tabla 38 Criterios para seleccionar a proveedor .....	104
Tabla 39 Evaluación de criterios para selección de proveedor.....	105
Tabla 40 Información de Embarque de SK IMPORT SAC .....	107
Tabla 41 Comparativo Cotización Agente de Carga.....	108
Tabla 42 Comparativo de cotización de Agencia Aduanera.....	110
Tabla 43 Tiempo de la cadena DFI de SK IMPORT SAC .....	111

Tabla 44 Cuadro de unidades requeridas y precio FOB.....	114
Tabla 45 Costo de compra internacional (En dólares americanos) .....	114
Tabla 46 Costo Unitario de Importación en Dólares.....	115
Tabla 47 Costo de producto importado (En soles).....	116
Tabla 48 Gasto de personal (Expresado en Soles).....	116
Tabla 49 Materiales indirectos (Expresado en soles).....	116
Tabla 50 Gastos indirectos (Expresado en soles) .....	117
Tabla 51 Gastos administrativos (Expresado en soles).....	117
Tabla 52 Gasto de Ventas (Expresado en soles).....	118
Tabla 53 Total Costo fijo en soles.....	119
Tabla 54 Costo variable total en soles.....	119
Tabla 55 Cálculo costo total en soles.....	119
Tabla 56 Cálculo del precio de venta.....	120
Tabla 57 Precio de venta de competencia.....	120
Tabla 58 Información del plan para elaboración del contrato internacional.....	124
Tabla 59 Incoterms 2020.....	126
Tabla 60 Evaluación cualitativa de Incoterms FOB, CIF, CFR .....	127
Tabla 61 Comisión bancaria de banco BCP e INTERBANK.....	130
Tabla 62 Activos Tangibles.....	135
Tabla 63 Activos Intangibles.....	136
Tabla 64 Capital de Trabajo.....	137
Tabla 65 Inversión Total.....	138
Tabla 66 Estructura de Inversión .....	139
Tabla 67 Estructura de financiamiento.....	139
Tabla 68 Crédito para microempresas.....	139
Tabla 69 Condiciones de crédito.....	140
Tabla 70 Amortización de deuda .....	142
Tabla 71 Costo de Importación (Expresado en Dólares) .....	144
Tabla 72 Presupuesto de costo de producto (Expresado en Dólares Americanos) .....	144
Tabla 73 Proyectado de costo en materiales indirectos (Expresado en Soles) .....	145
Tabla 74 Proyectado en gastos de personal (Expresado en Soles) .....	145
Tabla 75 Proyectado de gastos indirectos (Expresado en Soles).....	146
Tabla 76 Proyecto de gastos administrativos (Expresado en Soles).....	146
Tabla 77 Proyectado de gastos de ventas (Expresado en Soles).....	147
Tabla 78 Costos Fijos (Expresado en Soles).....	147
Tabla 79 Costo Variable (Expresado en Soles) .....	148
Tabla 80 Costo Total (Expresado en Soles) .....	148
Tabla 81 Punto por Multiproducto.....	148
Tabla 82 Tributos de Importación (Expresado en dólares).....	149
Tabla 83 Ingreso de Ventas.....	150
Tabla 84 Bienes depreciables .....	150
Tabla 85 Valor Residual .....	151
Tabla 86 Crédito fiscal (Expresado en soles) .....	151
Tabla 87 Recupero de capital de trabajo (Expresado en Soles) .....	151
Tabla 88 Proyección costo variable expresado en soles .....	152
Tabla 89 Proyección de costos fijos expresado en soles .....	152
Tabla 90 Flujo de Caja Económico expresado en soles .....	153
Tabla 91 Flujo de caja financiero expresado en soles .....	154

Tabla 92 Estado de Ganancias y pérdidas .....	155
Tabla 93 Resultados Económicos .....	156
Tabla 94 Período de recuperación económica .....	157
Tabla 95 Resultados Financieros .....	157
Tabla 96 Período de recuperación financiera .....	157
Tabla 97 Cálculo de la WACC o CPPK .....	159
Tabla 98 Análisis de sensibilidad con el tipo de cambio .....	161

## INDICE DE IMAGENES

Imagen 1 Ubicación SK IMPORT SAC .....	17
Imagen 2 Mapa del Distrito de San Martin de Porres.....	18
Imagen 3 Ley MYPE, modificaciones.....	21
Imagen 4 Estructura Organizacional SK IMPORT SAC.....	22
Imagen 5 Requisitos para licencia de funcionamiento .....	27
Imagen 6 Contratos Comerciales .....	34
Imagen 7 Lámparas Solares LED 1W y 2.5W .....	36
Imagen 8 Ficha Comercial .....	39
Imagen 9 Ecuación de Valor.....	41
Imagen 10 Producto Bruto Interno por tipo de gasto.....	47
Imagen 11 Empresas según actividad económica en Perú - % .....	51
Imagen 12 Perú: Empresas según organización jurídica.....	51
Imagen 13 Distribución de personas por nivel socioeconómico en Lima Metropolitana ...	54
Imagen 14 Distribución de zonas por NSE en Lima Metropolitana.....	55
Imagen 15 Gastos por familia en Lima metropolitana por NSE .....	68
Imagen 16 Canal de Distribución SK IMPORT SAC.....	74
Imagen 17 Cinco Fuerzas de Porter.....	78
Imagen 18 Segmentación según criterios .....	81
Imagen 19 Matriz de Ansoff.....	82
Imagen 20 Factores Internos y Externos para fijar precio .....	90
Imagen 21 Envase de Lampara Solar LED.....	92
Imagen 22 Empaque del producto.....	93
Imagen 23 Embalaje de la mercadería .....	94
Imagen 24 Rotulado del producto.....	95
Imagen 25 Pictograma usado para embarque .....	97
Imagen 26 Paleta americana.....	98
Imagen 27 Unitarización contenedor Dry 20 pies .....	101
Imagen 28 Contenerización LCL.....	101
Imagen 29 Cadena DFI - SK IMPORT SAC .....	102
Imagen 30 Cadena DFI .....	103
Imagen 31 Documentos necesarios para el trámite de Importación.....	109
Imagen 32 Reglas Incoterms.....	125
Imagen 33 Flujograma de operaciones de Importación.....	133
Imagen 34 Flujograma de operaciones .....	134

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocio tiene como finalidad evaluar y demuestra la viabilidad de poner en marcha a la empresa SK IMPORT SAC que tiene como oficio la comercialización de lámparas solares LED con sensor de movimiento, el cual es un producto que impulsa el desarrollo sostenible en el Perú, la cual viene en tendencia constante para los indicadores económicos. La empresa se encargará de comercializar las lámparas a microempresas dedicadas al rubro de la manufactura ubicada en tres distritos de Lima metropolitana y al público en general que desee tener un ahorro considerable de dinero. La empresa está constituida jurídicamente como una SAC, la cual nos permite limitar la responsabilidad de los socios y es la más favorable por ser una microempresa. Por ser una empresa nueva que va a iniciar sus actividades en la importación y comercialización, se considera acogerse a la Ley de MYPE y acogerse al régimen laboral estipulado, esto es un principio por ser una empresa nueva en el mercado.

De acuerdo a la investigación de mercado realizada, China vendría a ser nuestro principal proveedor de lámparas solares LED, por tener precios competitivos y su accesibilidad del producto en el mercado gestionando así su importación; y se ha seleccionado por un tema de nivel socioeconómico, tendencia sostenible de energía solar y tipo de población a los distritos de San Martín de Porres, Los Olivos e Independencia, ubicados en Lima metropolitana. Con esto se busca introducir el producto en el mercado y permitir las empresas y personas el ahorro de costos y tiempo y dar mayor seguridad, contribuyendo a la par al uso de energía renovable y no afectar al medio ambiente.

SK IMPORT SAC, realizará el pago al proveedor por medio de transferencia bancaria, debido a que el exportador es una empresa que con poco tiempo ha ganado mercado y ya es reconocido, y también porque nuestro valor FOB por la compra del producto, no exceden los \$ 10,000 dólares como valor referencial máximo para poder usar este medio de pago y nos resulta también accesible, practico y de bajo costo para nosotros como empresa.

Para el desarrollo logístico de nuestra empresa, cabe resaltar que el Incoterm 2020 pactado con el proveedor para utilizar es el FOB Shenzhen y el medio de transporte será por vía marítima, con lo cual la responsabilidad como proveedor terminando poniendo nuestra mercancía en el buque en puerto de origen, con lo que a partir de allí es de responsabilidad de la empresa que gestionará con una agente de carga para el traslado internacional y con el agente aduanero para los tramites respectivos. Por otro lado, es necesario indicar que existirá un contrato de compraventa internacional, en donde se indicarán todos los términos, características y penalidad que existirá entre el proveedor y la empresa, para poder salvaguardar nuestra compra.

Finalmente, de acuerdo a nuestro análisis financiero, se observa que existe la viabilidad en el plan de negocio, tanto por el flujo efectivo económico y financiero que se ha realizado, en donde se cumple que las condiciones que el proyecto pueda ser aceptado y ponerlo en marcha. Para mostrar dos indicadores de nuestro plan financiero, tenemos que en el flujo efectivo económico los resultados de un VAN de S/. 220,074.77, TIR de 79.67%, mientras que en el flujo efectivo financiero el VAN es de S/. 216,411.65 y la TIR de 91.22%. Por lo antes expuesto, ambos flujos vienen a ser positivos y con números que favorecen el incentivo de poder emprender con el plan de negocio.

## 1. ESTRUCTURA DEL PLAN

<b>Socios Clave</b>	<b>Actividades clave</b>	<b>Oferta de valor</b>	<b>Relación con el cliente</b>	<b>Segmentos de clientes</b>
<p>Proveedor en china, quien hará la fabricación del producto.</p> <p>SUNAT-ADUANAS</p> <p>Alianza con empresas que promueven el desarrollo sostenible.</p> <p>Operadores logísticos</p>	<p>Marketing del producto en el mercado objetivo.</p> <p>Gestión de proveedores para mantener la calidad del producto.</p> <p>Atención al cliente.</p> <hr/> <p><b>Recursos claves</b></p> <p>Profesionales capacitados y comprometidos.</p> <p>Infraestructura</p> <p>Transporte</p> <p>Equipo tecnológico</p>	<p>Conveniencia: la practicidad del producto, facilita la necesidad del cliente.</p> <p>Reducción de costes: reduce los costos del hogar, básicamente al consumo de energía.</p> <p>Sostenibilidad: fomentar la industria ecológica en las familias y empresas.</p> <p>Rendimiento: el producto estima un tiempo de vida de 5 a 7 años y al tener un precio accesible, resulta beneficioso.</p> <p>Diversificación de productos</p>	<p>Captar clientes: asesor de ventas personalizadas virtuales (web, redes sociales, etc.) o presenciales.</p> <p>Asistencia técnica en caso de necesitarla.</p> <p>Fidelizar cliente</p> <p>Servicio Post-venta</p> <hr/> <p><b>Canales</b></p> <p>Página Web, tienda online, correo y redes sociales.</p> <p>Ferias corporativas y ambientalistas.</p>	<p>Los consumidores finales, son las personas naturales del sector, B y C y para las micro y pequeñas empresas.</p>
<p><b>Estructura de costos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Costo de importación.</li> <li>- Costo por servicio transporte de producto a cliente.</li> <li>- Gastos de personal.</li> <li>- Gastos fijos.</li> <li>- Gastos administrativos.</li> <li>- Gastos de ventas.</li> </ul>			<p><b>Estructura de ingresos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Financiamiento por accionistas de la empresa.</li> <li>- Ingresos por venta directa del producto.</li> <li>- Ingreso por préstamo con entidad financiera.</li> </ul>	

## **2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES**

### **2.1 Nombre o Razón Social**

La razón social que tendrá la empresa es de SK IMPORT SAC, la cual al ser una empresa familiar, toma las iniciales de dos miembros de mi familia y la palabra "IMPORT", con lo cual nos enfocaremos netamente a importaciones como actividad principal, en la cual en el transcurso del tiempo se abarcará más productos. El tipo de empresa es una Sociedad Anónima Cerrada, ya que básicamente estaremos ingresando al mercado como una PYME y los socios de la empresa seremos familiares, básicamente mi padre y yo.

**Razón Social:** SK IMPORT SAC

Cabe resaltar que la razón social, será diferente al nombre comercial que tendrá el producto, el nombre comercial definido para distinguir la empresa en el mercado es de "ENERGY LAMP PERU", teniendo como referencia la venta de lámparas como producto base y asociando la energía solar al producto.

### **2.2 Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)**

La Actividad Económica de la empresa SK IMPORT SAC, va dirigida a Importación y Comercialización.

Como parte del concepto de importación de Lámparas LED solares y su comercialización en ventas al por mayor y menor, según la CIIU (Revisión 4) establecido por el INEI, a fin de revelar información empresarial en bienes y servicios, la clasificación del producto sería la siguiente:



Tabla 1 Actividad Principal del código CIU

DESCRIPCION CIU	
<b>SECCION G</b>	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.
<b>DIVISIÓN 47</b>	Comercio al por menor, excepto el comercio de vehículos automotores y motocicletas.
<b>GRUPO 474</b>	Venta al por menor de equipo de información y de comunicaciones en comercios especializados.
<b>CLASE 4759</b>	Venta al por menor de aparatos eléctricos de uso doméstico, muebles, equipo de iluminación y otros enseres domésticos en comercios especializados.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática

## 2.3 Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

### 2.3.1 Ubicación

Para poder dar inicio a las actividades del negocio, es muy importante determinar minuciosamente la ubicación para la empresa, es por ello que se ha realizado una evaluación en base a criterios relevantes, y puntajes para cada una de las opciones que manejamos como posibles lugares de ubicación, esto nos va a permitir identificar nuestra locación estratégica para desarrollar de forma competitiva la comercialización.

Hemos seleccionado tres opciones para la ubicación de la empresa, las cuales se han categorizado por distrito de acuerdo al análisis de criterios que servirán para la evaluación posterior, tal cual se observa a continuación:

Tabla 2 Opciones de posible ubicación del negocio

OPCIONES	DISTRITO
<b>A</b>	Callao
<b>B</b>	San Martín de Porres
<b>C</b>	San Miguel

Fuente: Elaboración Propia

Como se muestra en la tabla N° 2, tenemos a los distritos del Callao, San Martín de Porres y San Miguel como posibles opciones, los cuáles serán evaluados cuantitativamente por ciertos criterios y elegiremos al de mayor puntaje como ubicación principal del negocio.

Entre los factores a evaluar tenemos la seguridad del lugar, la accesibilidad para poder tener entre la llegada y salida de mercadería (puerto y socios) la cual nos permitirá gestionar de manera correcta la logística, y los costos del local; mostraremos en la siguiente tabla los resultados de evaluación:

Tabla 3 Selección de ubicación

FACTORES	PESO RELATIVO	CALIFICACION					
		A	Ponderado	B	Ponderado	C	Ponderado
Accesibilidad (socios - clientes)	0.3	4	1.2	3	0.9	3	0.9
Costos del local	0.25	3	0.75	4	1	2	0.5
Seguridad	0.25	2	0.5	3	0.75	4	1
Proximidad a Servicios	0.2	3	0.6	3	0.6	4	0.8
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>3.05</b>	<b>1</b>	<b>3.25</b>	<b>1</b>	<b>3.2</b>
<b>PUNTAJE: 1 (Muy malo) - 5 (Muy bueno)</b>							

Fuente: Elaboración Propia

Tal como se observa en la tabla N° 3, tenemos un ponderado para cada opción de ubicación, en donde existe un peso relativo y una calificación, la cual ha quedado con los siguientes puntajes: el Callao con un ponderado de 3.05, San Martín de Porres con 3.25 y San Miguel con un total de 3.2, teniendo como ubicación final a San Martín de Porres, ya que tiene un promedio regular en comparación a las otras opciones y que nos permitirá una buena gestión logística y ahorrar costos. Mostramos la siguiente imagen con la ubicación del local de SK IMPORT SAC:



Imagen 1 Ubicación SK IMPORT SAC  
Fuente: Google Maps

El domicilio fiscal tendrá como dirección la Av. Carlos Izaguirre Mz A Lt 3 Urb. Kama 1 – San Martín de Porres - Lima, una zona muy cercana al puerto del Callao, de avenida grande y concurrida.

### 2.3.2 Factibilidad Municipal

A fin de iniciar operaciones como SK IMPORT SAC, se deberá solicitar la licencia de funcionamiento a la municipalidad de San Martín de Porres, para un área de 101m<sup>2</sup> hasta 500m<sup>2</sup>.

De acuerdo a la Ley N° 28976 – Ley Marco de Licencia de Funcionamiento NO ES NECESARIO un Certificado de Zonificación o Compatibilidad de Uso. Para solicitar la licencia de funcionamiento se deben descargar los formatos y solicitudes desde la página de la Municipalidad y ser llenados con el RUC, DNI y otros datos necesarios, estos documentos se deberán entregar en las ventanillas de la subgerencia de Gestión y Modernidad Municipal de San Martín de Porres en la Av. Alfredo Mendiola - SMP 15101.

### 2.3.3 Factibilidad Sectorial

Nuestro local será un local compartido para un área de oficina y también de almacén (Anexo 1), teniendo en cuenta que el local comprende de 160m<sup>2</sup> y cuenta con salidas a avenidas principales, en la siguiente imagen se muestra el mapa del distrito con la zonificación:

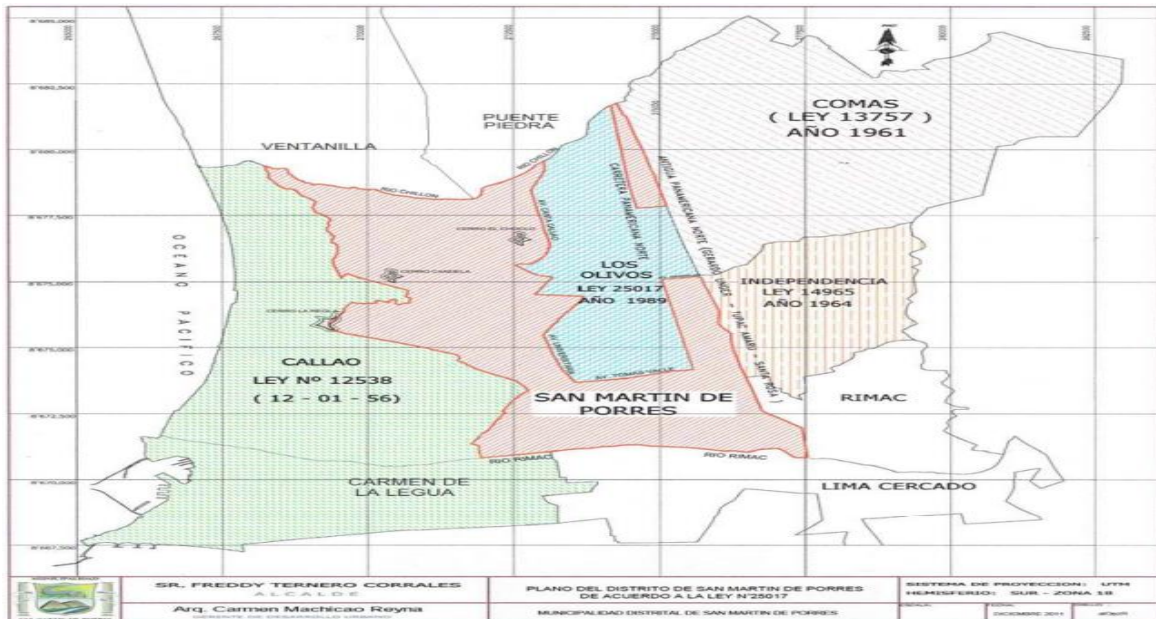


Imagen 2 Mapa del Distrito de San Martín de Porres  
Fuente: MDSMP, 2012

## 2.4 Objetivos de la Empresa, principio de la empresa en marcha

### 2.4.1 Objetivo General

Incrementar las ventas y adquirir participación de mercado peruano en el rubro de equipo luminoso, para generar mayores utilidades.

### 2.4.2 Objetivos Específicos

- Ser reconocidos en el mercado peruano como empresa sostenible, importadora y comercializadora de luz LED solar.
- Aumentar las ventas mensuales en un 12%.

- Diseñar una estrategia empresarial diferenciada que permita expandirnos en el mercado durante el primer semestre.
- Fomentar una cultura sostenible y de buenos valores entre los empleados.
- Reducir los costos logísticos en un 10% al culminar el primer año de operaciones.

### **2.4.3 Misión**

Somos una empresa dedicada a la importación y comercialización de equipos luminarios, que ofrece y promueve el desarrollo sostenible en el mercado peruano.

### **2.4.4 Visión**

Para enfocarnos en la visión, tenemos que tener en cuenta hacia dónde va orientada la empresa y la propuesta de valor, que es lo que queremos con el mercado objetivo, nuestra meta como empresa y en cuanto tiempo pretendemos cumplirlo, con ello nuestra visión sería la siguiente:

Consolidar nuestra empresa y nombre comercial, en el mercado de luminaria LED a nivel nacional en los próximos cinco años y ser reconocidos por nuestro servicio post-venta y asesoramiento de calidad.

### **2.4.5 Principios de la Empresa**

- **Cultura Sostenible:** se concientizará el cuidado del medio ambiente y el uso correcto de los recursos naturales dentro y fuera de la empresa.
- **Mejora continua:** la organización tendrá capacitación y entrenamiento permanente para facilitar la adaptación a la innovación y cambios del mercado.

- **Compromiso:** cada integrante de la empresa debe mostrar el compromiso con el trabajo, no por presión bajo un contrato sino por la comodidad y la ética laboral brindada.

- **Calidad:** ofrecer siempre productos de calidad para los clientes, siempre teniendo en cuenta los estándares de evaluación de forma continua.

#### **2.4.6 Valores de la Empresa**

- **Honestidad:** manejar transparencia con la empresa y con los clientes.

- **Respeto:** mantener la consideración y buena reacción frente al compañero y los clientes.

- **Conciencia Ecológica:** ser siempre responsable con la naturaleza y fomentar el cuidado del medio ambiente.

- **Trabajo en equipo:** incentivar la buena relación con los compañeros de trabajo, y procurar tener una armonía en el ambiente.

#### **2.5 Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características**

Con respecto a la Ley N° 30056 MYPE promulgada el 2 de Julio del 2013 por el Congreso de la República del Perú, rige la modificación a la micro y pequeña empresa para dar facilidad al inversionista y promover el desarrollo empresarial, hasta la fecha es la última modificación realizada y tiene como objetivo principal, generar competitividad y formalización para las micro, pequeñas y medianas empresas.

	Ley MYPE D.S. N° 007-2008-TR		Ley N° 30056	
	Ventas Anuales	Trabajadores	Ventas Anuales	Trabajadores
Microempresa	Hasta 150 UIT	1 a 10	Hasta 150 UIT	No hay límites
Pequeña Empresa	Hasta 1,700 UIT	1 a 100	Más de 150 UIT y hasta 1,700 UIT	No hay límites
Mediana Empresa			Más de 1700 UIT y hasta 2,300 UIT	No hay límites

Imagen 3 Ley MYPE, modificaciones  
Fuente: Sunat

Por lo antes expuesto, la empresa SK IMPORT SAC registrará bajo el régimen de microempresa para poder iniciar las operaciones, ya que este primer año se tiene como proyectado un valor de ventas no mayor a las 150 UIT como punto principal, además que se acomoda objetivamente a una empresa nueva en el mercado y las características laborales y de impuesto son medibles y reales de acuerdo a nuestra visión.

Para ello a partir del tercer año, dependiendo de las ventas se proyecta el cambio a ser una pequeña empresa, adaptando nuevas herramientas y ganando mayor segmentación de mercado, ya que el producto en sí, es de necesidad constante y sostenible.

## 2.6 Estructura Orgánica

Nuestra figura organizacional estará conformada por la directiva, el gerente general, y dos áreas internas de Administración y Finanzas, y Logística; aparte de ello con 2 áreas externas que serán de Contabilidad y el Marketing, tal como se muestra en la siguiente imagen:

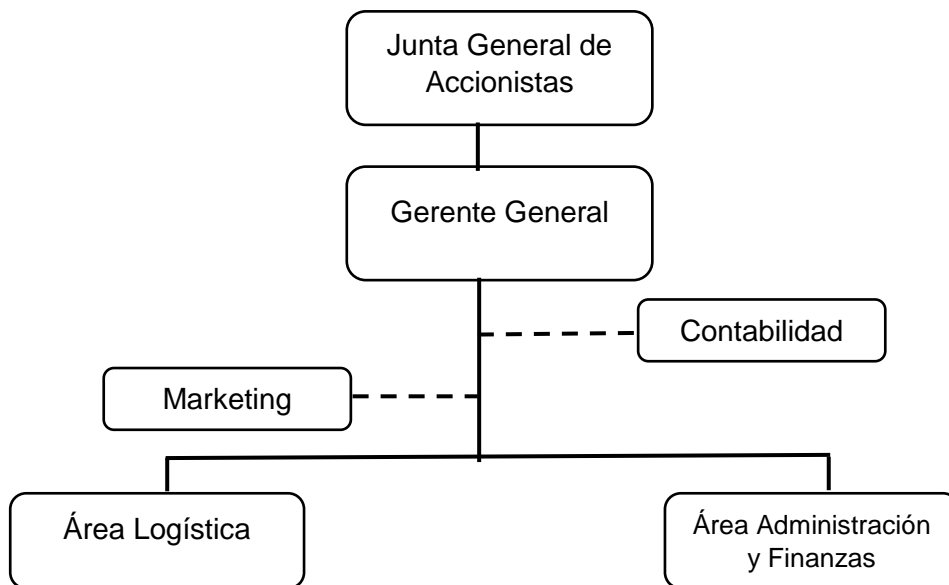


Imagen 4 Estructura Organizacional SK IMPORT SAC

- **Junta General de Accionistas:** se encuentra conformado por dos socios, los cuáles se encargan de las acciones de la empresa, y toman decisiones sobre el capital y el patrimonio formado para salvaguardar los activos.
- **Gerente General:** conformada por el representante legal de la empresa, el cual va a dirigir a la empresa con la toma de decisiones, y desarrollo de estrategias para el cumplimiento de los objetivos planteados, conformada por una sola persona.
- **Área Logística:** se va a encargar de realizar la gestión de traslado de mercadería, compras, transporte y todo lo operativo que implique la importación y comercialización del producto, también buscará entablar socios con diferentes proveedores, lo conformará una sola persona.
- **Área Administrativa y Financiera:** básicamente la encargada del funcionamiento de la empresa, quien se encargará de los pagos al personal, las facturaciones, y todo lo relacionado a la gestión administrativa, así también como la coordinación con los clientes y proveedor principal en China. A su vez se encarga



de planificar y analizar las finanzas de la organización y manejar el intercambio de capital, gestionará los pagos y supervisará los ingresos que tenga la empresa

- **Contabilidad (Externo):** conformada por una persona externa a la planilla de la empresa, quien se encargará de los registros contables, los balances, los estados financieros y los patrimonios. Manejará los libros contables y la declaración de impuestos ante Sunat.
- **Marketing (Externo):** se encargará del manejo publicitario del producto, pero básicamente para la tienda online que se tendrá, y de contactar con diferentes ferias tanto física como virtuales que puedan haber, para poder conseguir clientes y abrir más el mercado. Será conformado por un profesional externo que también nos apoyará con el diseño y la estrategia de venta.

## 2.7 Cuadro de Asignación de Personal

La empresa contará con 3 personas dentro de la planilla, las cuales serán el Gerente General, un encargado de logística, encargado del Administración y finanzas, y de forma externa contaremos con un personal en Contabilidad y otro para Marketing, A continuación se mostrara el detalle de asignación de personal con respecto remuneración y beneficios:

Tabla 4 Asignación de Personal de SK IMPORT SAC

DESCRIPCION	N° EMPLEADOS	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	SIS	VACACIONES	TOTAL ANUAL
General General	1	S/1,600.00	S/18,400.00	S/180.00	S/800.00	S/19,380.00
Encargado Logística	1	S/1,400.00	S/16,100.00	S/180.00	S/700.00	S/16,980.00
Encargado Administración y finanzas	1	S/1,400.00	S/16,100.00	S/180.00	S/700.00	S/16,980.00
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>S/4,400.00</b>	<b>S/50,600.00</b>	<b>S/540.00</b>	<b>S/2,200.00</b>	<b>S/53,340.00</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 5 Asignación de terceros de SK IMPORT SAC

DESCRIPCION	N° EMPLEADOS	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	TOTAL ANUAL
Contador	1	S/150.00	S/1,800.00	S/1,950.00
Marketing	1	S/1,000.00	S/12,000.00	S/13,000.00
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>S/1,150.00</b>	<b>S/13,800.00</b>	<b>S/14,950.00</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tal y como observamos en la tabla N° 4, tendremos 5 empleados en la planilla de pagos, con los beneficios propios de la microempresa, en donde nos da un total de S/. 53,340.00 Soles de gasto anual, partiendo con un sueldo base y de acuerdo al nivel de ventas progresivo, se evaluará un aumento de sueldo, esto ya se realizará a largo plazo.

Por otro lado, con respecto a la tabla N° 5, es el personal externo que tendremos por locación de servicio, su pago será por honorarios, aquí se encuentran el contador y la persona encargada del marketing, esto da un total de gasto anual de S/. 14,950.00 Soles, a pesar de ser externo, serán considerados piezas claves para el andar de la empresa.

## 2.8 Forma Jurídica Empresarial

De acuerdo a lo establecido por el Gobierno del Perú, se cuenta con una variedad de tipos de sociedad para formar una empresa.

La empresa SK IMPORT SAC será constituida bajo una Sociedad Anónima cerrada, que contará con dos socios, los cuales tendremos una participación de acciones de 30% mi socio y 70% por mi persona, con ello se deben registrar las acciones y seguir el procedimiento que corresponde, para este elección se tomaron las siguientes características:

Tabla 6 Características de una SAC

<b>SOCIEDAD ANONIMA CERRADA</b>	
<b>Características</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Se constituye por un mínimo de dos accionistas y un máximo de 20</li> <li>*Es una persona jurídica de Responsabilidad Limitada.</li> <li>*Predomina el elemento personal, dentro de un esquema de sociedad de capitales.</li> <li>*Figura recomendable para una empresa familiar pequeña o mediana.</li> <li>*El capital de la empresa se deposita en el banco, al momento de constituirse la misma.</li> </ul>
<b>Denominación</b>	*El nombre adoptado debe incluir la indicación "Sociedad Anónima Cerrada"
<b>Órganos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*La Junta General de Accionistas, es el órgano supremo de la sociedad, conformada por los socios.</li> <li>* El gerente, quien es el representante legal y de gestión.</li> <li>*El directorio conformado por un mínimo de 3 personas.</li> </ul>
<b>Capital Social</b>	*Representado por acciones nominativas, con Aportes en moneda nacional y/o extranjera y en contribuciones tecnológicas intangibles.
<b>Transferencia</b>	*La transferencia de participaciones se formaliza mediante escritura pública y debe inscribirse en el Registro Público de Personas Jurídicas.

Fuente: Elaboración Propia basada en Proinversion, 2019

Tenemos que tener en cuenta los pasos que necesitamos primero para la creación de una empresa, a continuación se muestra de una forma macro los pasos a seguir:

Tabla 7 Constitución de Empresa

<b>CONSTITUIR UNA EMPRESA MYPE</b>	
<b>PASO 1</b>	Búsqueda y reserva del nombre en Registros Públicos
<b>PASO 2</b>	Elaboración de minuta
<b>PASO 3</b>	Elevar minuta a escritura pública
<b>PASO 4</b>	Inscribir Escritura Pública en registros públicos
<b>PASO 5</b>	Obtención del número de RUC
<b>PASO 6</b>	Elegir Régimen Tributario
<b>PASO 7</b>	Comprar y legalizar libros contables
<b>PASO 8</b>	Inscribir trabajadores en ESSALUD
<b>PASO 9</b>	Solicitud de licencia municipal

Fuente: MYPES, 2019

Por otro lado, según la Web de Formaliza-tperu (2020), proyecto que pertenece al gobierno, se tienen los siguientes requisitos para la constitución de una SAC:

1. Copia de D.N.I. de socios y conyugues obligatoriamente. (NO DEBE TENER DEUDAS). Si fueran casados por régimen de Separación de Patrimonios, se debe adjuntar copia literal del respectivo registro.
2. Tres Opciones de Nombre, para la Razón Social de la Empresa.
3. Indicar el objeto Social de la Empresa.
4. Si el capital es en efectivo se deberá presentar Boucher bancario.
5. Capital en BIENES, (hacer una lista simple de los bienes aportados, con la MARCA, MODELO, SERIE, COLOR, MEDIDAS y asignarle un valor referencial en Soles).

Con estos requisitos podemos dar inicio a la constitución de la empresa y debemos tener en cuenta los costos que incluye todo el trámite.

## **2.9 Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI**

En este caso, no se va a registrar marca y se trabajará con la del proveedor, ya que el mercado hacia donde está orientado nuestro producto y la forma de venta, no lo requiere.

De igual forma en el Perú, para el registro de una marca hoy en día, se ha agregado la modalidad online y según INDECOPI es el siguiente (INDECOPI, 2020):

- Dirección de correo electrónico para modalidad online.
- Documento simple que manifieste tu consentimiento si deseas ser notificado vía correo electrónico para modalidad online.
- 2 copias del formato de solicitud para la modalidad presencial.
- Imagen de tu marca impresa para la modalidad presencial.

- En caso de apoderado, adjuntar copia del poder simple. Si se trata de una persona jurídica, acreditar que quien firma la solicitud tiene facultades de representación ante autoridades administrativas.

El costo del trámite es de S/. 534.99 soles.

## 2.10 Requisitos y trámites municipales

El área de nuestro local comercial será de 160m<sup>2</sup> en el distrito de San Martín de Porres, por tal, en la siguiente imagen mostramos los requisitos que nos pide el gobierno distrital para la licencia de funcionamiento (MDSMP, 2019):

### **II. PARA ESTABLECIMIENTOS CON UN AREA MAS DE 100 M2 HASTA 500 M2 CON ITSDC BASICA EX ANTE**

#### **> Requisitos Generales**

1. Solicitud según formulario (libre reproducción) con carácter de Declaración Jurada, que incluye lo siguiente:
  - Número de RUC y DNI o carnet de extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda.
  - Número del DNI o carnet de extranjería del representante legal, en caso de persona jurídica, u otros entes colectivos, o tratándose de personas naturales que actúen mediante representación.
2. Poder vigente del representante legal, en el caso de personas jurídicas u otros entes colectivos.  
Carta poder con firma legalizada en caso de persona natural.
3. Pago por derecho de trámite.

#### **> Requisitos Específicos**

Adicionalmente de ser el caso, según sea el giro del establecimiento se presentara lo siguiente:

1. Copia simple del título profesional en caso de servicios relacionados con la salud.
2. Informar sobre el numero de estacionamiento de acuerdo a la normativa vigente, en la declaración jurada
3. Copia simple de la autorización sectorial respectiva en el caso de aquellas actividades que conforme a Ley la requieran de manera previa al otorgamiento de la licencia de funcionamiento.
4. Copia simple de la autorización expedida por el INC conforme a la Ley N° 28296, Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación.

Imagen 5 Requisitos para licencia de funcionamiento  
Fuente: Municipalidad de San Martín de Porres

Adicional a ello se adjunta en el anexo 2, el formato de solicitud para licencia de funcionamiento.

Cabe resaltar que el costo para el derecho de licencia es de S/. 121.70 soles y con esto también se debe solicitar la inspección técnica de seguridad en defensa civil.

## **2.11 Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y**

### **Modalidades**

Según SUNAT (2019) el régimen tributario, es la categoría bajo la cual cualquier persona natural o jurídica que va a iniciar un negocio debe estar registrada, estos regímenes establecen la manera de pago y los niveles de pago de los mismos, esto se identifica dependiendo del tamaño del negocio.

Actualmente existen 4 regímenes tributarios: el Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS), Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER), Régimen MYPE Tributario (RMT) y Régimen General (RG).

En la siguiente tabla podemos observar algunas diferencias con respecto a los regímenes mencionados:

Tabla 8 Diferencias de Regímenes Tributarios

	<b>Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS)</b>	<b>Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER)</b>	<b>Régimen MYPE Tributario (RMT)</b>	<b>Régimen General (RG)</b>
<b>Persona Natural</b>	Sí	Sí	Sí	Sí
<b>Persona Jurídica</b>	No	Sí	Sí	Sí
<b>Límite de ingresos</b>	Hasta S/ 96,000.00 anuales u S/ 8,000.00 mensuales	Hasta S/ 525,000.00 anuales	Ingresos netos que no superen las 1700 UIT en el ejercicio gravable (proyectado o del ejercicio anterior)	Sin límite
<b>Límite de compras</b>	Hasta S/ 96,000.00 anuales u S/ 8,000.00 mensuales	Hasta S/ 525,000.00 anuales	Sin límite	Sin límite
<b>Comprobantes de pago que puede emitir</b>	Boleta de venta y tickets que no dan derecho a crédito fiscal, gasto o costo	Factura, boleta y todos los demás permitidos	Factura, boleta y todos los demás permitidos	Factura, boleta y todos los demás permitidos
<b>Declaración Jurada anual - Renta</b>	No	No	Sí	Sí
<b>Valor de activos fijos</b>	S/70,000.00	S/126,000.00	Sin límite	Sin límite
	Con excepción de los predios y vehículos	Con excepción de los predios y vehículos		
<b>Trabajadores</b>	Sin límite	10 por turno	Sin límite	Sin límite

Fuente: Plataforma Digital Única del Estado Peruano (2019)

La empresa SK IMPORT SAC, se va a registrar al régimen MYPE tributario, ya que es al que mejor se acomoda al negocio, por el monto máximo de ventas que se tiene previsto en los primeros años y a la simplicidad en las obligaciones tributarias.

Para poder cumplir con los requisitos del registro en el Régimen MYPE Tributario, debemos obtener nuestro número de RUC (Registro Único de Contribuyente), y tenemos que cumplir con los siguientes requisitos según SUNAT (2019):

- Pre Inscripción en la página de SUNAT.
- DNI original del representante legal.
- Original y copia de la Ficha o partida electrónica certificada emitida por los Registros Públicos (SUNARP), con una antigüedad no mayor a treinta (30) días calendario.
- Puedes utilizar cualquier documento privado o público en el que conste la dirección que necesites declarar como tu domicilio fiscal.

Como requisito adicional, se debe presentar correctamente el llenado del Formulario 2119 (Anexo 3). Cabe resaltar que este procedimiento es gratuito.

Luego de la obtención del RUC, debemos ingresar a la página de SUNAT para registrarnos en el Régimen MYPE y posteriormente a los trabajadores.

## **2.12 Registro de Planillas Electrónica (PLAME).**

Entre los impuestos mensuales a declarar, tenemos la concerniente a los empleados, la cual se trata de la Planilla Electrónica, en donde se registra la información mensual de los empleados, tanto de quinta como cuarta categoría y sus obligaciones de pago.

El PDT PLAME se descarga desde la página web de la SUNAT y tiene que procurar ser la última versión, ya que de lo contrario no funcionará, luego se ingresa con la clave SOL y se realiza una sincronización con el T-REGISTRO para cargar la información del personal y agregar por ejemplo sus días laborados, subsidios,



sobretiempo, etc. Y tendremos nuestro cálculo de impuesto, tales como de Essalud, ONP, Quinta categoría.

En el T-Registro es donde ingresamos con nuestra clave SOL desde la web de SUNAT y registramos a todos nuestros empleados, aquí ponemos algunos detalles de su contratación, tales como sueldo, tipo de contrato, fecha de ingreso, etc. A continuación observamos las categorías de registro:

Tabla 9 Datos Obtenidos del T-Registro

<b>CATEGORÍA</b>	<b>DEFINICIÓN</b>
<b>Empleador</b>	Sector al que pertenece el empleador, Indicador de ser microempresa inscrita en el REMYPE e Indicador de aportar al SENATI.
<b>Trabajador</b>	Tipo y número de documento de identidad, apellidos y nombres, fecha de nacimiento, tipo de trabajador, régimen pensionario, régimen de salud, indicador SCTR-Salud y pensión y Situación del trabajador.
<b>Pensionistas</b>	Tipo y número de documento de identidad, apellidos y nombres, fecha de nacimiento, tipo de pensionista, régimen pensionario y situación del pensionista
<b>Personal en Formación Laboral</b>	Tipo y número de documento de identidad, apellidos y nombres, y fecha de nacimiento
<b>Personal de Terceros</b>	Tipo y número de documento de identidad, apellidos y nombres, fecha de nacimiento e indicador de aporte al SCTR Salud cuando la cobertura es proporcionada por EsSalud. Si la cobertura de salud la brinda una EPS sus datos no son descargados al PDT Planilla Electrónica – PLAME.

Fuente: SUNAT

## 2.13 Régimen Laboral Especial y General Laboral

De acuerdo al Decreto Supremo N° 013-2013, el Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial, nos brinda los alcances necesarios sobre el Régimen Laboral Especial de la micro y pequeña empresa.

Bajo estos alcances, SK IMPORT SAC se encontrará bajo el Régimen Laboral especial de Microempresa, en donde conforma una serie de características puntuales como empresa.

En la siguiente tabla N° 10 tenemos ciertos parámetros con respecto a los criterios que se tiene actualmente para las MYPES, en donde incluye las obligaciones que se tiene como empleador y los beneficios que se otorgan:

Tabla 10 Régimen laboral de la micro y pequeña empresa

<b>MICRO EMPRESA</b>
Remuneración Mínima Vital ( <b>RMV</b> )
Jornada de trabajo de 8 horas
Descanso semanal y en días feriados
Remuneración por trabajo en sobretiempo
Descanso vacacional de <b>15 días</b> calendarios
Cobertura de seguridad social en salud a través del <b>SIS</b> (SEGURO INTEGRAL DE SALUD)
Cobertura Previsional
Indemnización por despido de <b>10 días de remuneración por año de servicios</b> (con un tope de <b>90 días</b> de remuneración)

Fuente: SUNAT

## **2.14 Modalidades de Contratos Laborales**

SK IMPORT SAC, al ser una empresa nueva en el mercado se tiene que optar por contratar a personal capacitado y en lo posible de confianza, para efectuar las labores. Hoy en día es muy complicado buscar profesionales que puedan tener un compromiso a largo plazo con la empresa, y teniendo en cuenta ello, se aplicará un contrato sujeto a modalidad a plazo fijo. A continuación tenemos los tipos de contrato sujetos a modalidad vigentes en el Perú y el plazo máximo que tiene de duración:

Tabla 11 Tipos de contrato sujeto a modalidad

<b>CONTRATOS SUJETO A MODALIDAD</b>	
<b>TIPO DE CONTRATO</b>	<b>PLAZO MAXIMO</b>
<b>De naturaleza temporal</b>	
*Por inicio o incremento de actividades	3 años
*Por necesidades de mercado	5 años
*Por reconversión empresarial	2 años
<b>De naturaleza accidental</b>	
*Ocasional	6 meses al año
*De suplencia	Circunstancial
*De emergencia	Circunstancial
<b>De obra o servicio</b>	
*Obra determinada o servicio específico	Circunstancial
*Intermitente	Circunstancial
*De temporada	Circunstancial

Fuente: MTPE

Según podemos observar en la tabla N° 11, tenemos el tiempo de duración por cada tipo de contrato sujeto a modalidad, por ende, SK IMPORT SAC dividirá los contratos de la siguiente manera:

- Indeterminado: Gerente General
- Por inicio o Incremento de Actividades: (Encargado de Logística, Administración y Finanzas) Modelo de contrato en Anexo 4.
- Locación de Servicios: (Marketing y Contador)

Cabe resaltar que el contrato a plazo fijo, tendrá una duración de 3 meses y un período de prueba por el mismo tiempo, el contrato será renovable dependiendo a la evaluación constante; esto para salvaguardar los lineamientos y principios de la empresa, ya que estamos dando inicio a un proyecto y no debemos caer en contingencias laborales.

## 2.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas

SK IMPORT SAC, desde el inicio de operaciones mantendrá contratos comerciales, tanto por prestación de servicios, de personal, compra y venta, alquiler de local, etc. tal como se muestra a detalle en la siguiente imagen:

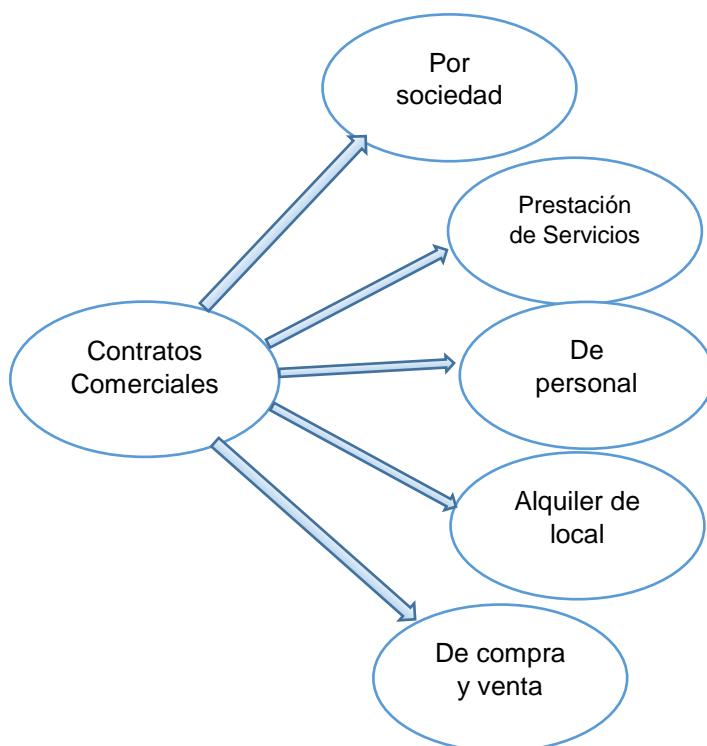


Imagen 6 Contratos Comerciales  
Fuente: Elaboración Propia

La empresa está conformada por dos accionistas, los cuales tienen responsabilidad absoluta en caso incurran en algún tipo de incumplimiento, sea de índole social como financiero, para ello se debe trabajar con juntas mensuales los 6 primeros meses de iniciado operaciones, para tener las coordinaciones y evaluaciones necesarias.

### **3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL**

#### **3.1 Identificación, descripción y justificación del producto a importar**

El presente plan de negocios, tiene como idea principal la importación de lámparas solares LED con sensor de movimiento desde China para su comercialización en Lima metropolitana. Este producto se ofrece al mercado, ya que es de necesidad constante para la población en general y también para las micro y pequeñas empresas, que tratan de ahorrar sus costos al máximo posible.

Según el INEI, en relación del mes de Agosto a Setiembre del presente año 2020, el aumento promedio de consumo de energía eléctrica ha sido de 0,9% en Lima metropolitana (INEI, 2020). Por lo cual, al identificar que la sociedad no desea tener un gasto significativo de energía eléctrica y por lo contrario, desea minimizar el consumo, se oferta al mercado las lámparas LED, ya que son recargables con energía solar.

Este producto tiene como característica principal, que no tiene carga con energía eléctrica, sino con la energía solar y esta carga puede dar una duración de batería entre 10 a 12 horas, en donde el panel que tiene incluido capta la energía durante necesaria para cargar por 8 horas. Tenemos que el uso del producto es súper práctico, ya que no requiere una instalación de cables y se puede instalar mediante un adhesivo, en caso se desee mover constantemente o con tornillos si es para un lugar fijo, esto es importante porque cualquier persona lo puede instalar a su conveniencia. La lámpara cuenta con bombillas LED, la cual ofreceremos al mercado dos productos diferentes, uno de ellos con 20 piezas LED y potencia de 0.1W y el otro producto que cuenta con 36 piezas LED y potencia de 2.5W ideales para lugares más amplios.

Asimismo, ambos productos cuenta con un sensor de movimiento de 3 a 5 metros de distancia y que permanece encendido hasta 30 segundos con una luz potente en caso exista movimiento en la oscuridad, y durante el día se encuentra con un nivel mínimo. Esta lámpara solar LED está orientado a lugares donde no es de uso de luz frecuente, pero si necesario por seguridad o circulación de personas, tales como pasadizos, terrazas, jardines, fachadas, etc.

Se garantiza un ahorro considerable de dinero en cuanto a iluminación, por la energía eléctrica diaria que se consume, y lo mejor de todo es que es un producto sostenible, es decir que no afecta al medio ambiente, ya que su carga es con un tipo de energía renovable como es el sol, por lo que uno de las problemáticas que resuelve, es el gasto de dinero en cuanto al consumo de energía eléctrica, y a su vez las complicaciones y peligrosidad que trae las instalaciones de cableado para contar con ello, ya que tal vez se requiere iluminación en un lugar donde no pensabas tenerla y no es necesario realizar huecos o romper paredes para lograr.

La sostenibilidad del producto también resuelve la problemática que enfrentan varias empresas y sobretodo las que se encuentran en vías de desarrollo, ya que viendo hacia el futuro, una empresa sostenible es mejor vista en el mercado.



Imagen 7 Lámparas Solares LED 1W y 2.5W

### 3.1.1 Clasificación Arancelaria

De acuerdo al producto ofertado de Lámparas solares LED con sensor de movimiento, la subpartida nacional que corresponde según SUNAT es 9405109000, la cual se establece para ingreso al país, la cual hace referencia a las demás Lámparas y demás aparatos de alumbrado, para colgar o fijar. En la siguiente tabla mostramos la clasificación:

Tabla 12 Tratamiento Arancelario

<b>CLASIFICACION ARANCELARIA</b>	
<b>SECCION XX</b>	Mercancías y productos diversos
<b>CAPITULO 94</b>	Muebles; mobiliario medicoquirúrgico; artículos de cama y similares; aparatos de alumbrado no expresados ni comprendidos en otra parte; anuncios, letreros y placas
<b>94.05</b>	Aparatos de alumbrado (incluidos los proyectores) y sus partes, no expresados ni comprendidos en otra parte; anuncios, letreros y placas indicadoras luminosos y artículos similares, con fuente de luz inseparable, y sus partes no expresadas
<b>9405.10</b>	Lámparas y demás aparatos eléctricos de alumbrado, para colgar o fijar al techo o a la pared, excepto los del tipo de los utilizados para el alumbrado de espacios o vías públicas
<b>9405.10.90.00</b>	Las Demás

Fuente: SUNAT, 2019

Tenemos también los tributos que corresponden a la subpartida de importación, las cuales se tienen que considerar para el ingreso al país, el desembarque y conocer los costos a incluir al precio que se venderá el producto.

Tabla 13. Gravámenes Vigentes para subpartida 9405109000

GRAVAMENES VIGENTE	VALOR
Ad / Valorem	6%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General a las Ventas	16%
Impuesto de Promoción Municipal	2%
Derecho Específicos	N.A.
Derecho Antidumping	N.A.
Seguro	1.5%
Sobretasa Tributo	0%
Unidad de Medida:	(*)
Sobretasa Sanción	N.A.

Fuente: SUNAT, 2019

En la Tabla 13 observamos que hay un tributo de 6% de Ad Valorem, el cuál su base imponible es de acuerdo al valor CIF aduanero determinado según el Acuerdo de Valor de la OMC. También aplica el impuesto general a las ventas (16%) e Impuesto de Promoción Municipal (2%). Y para la base impositiva de impuestos, se aplica el seguro de 1.5%.

### 3.1.2 Ficha Técnica Comercial

En la ficha técnica comercial, se detallan todas las características del producto, tanto físicas como técnicas, las formas de uso, y más datos relevantes que pueden inducir a la compra del producto, esto servirá para mostrar al mercado, básicamente los beneficios que se les puede ofrecer y se ajuste a su necesidad.

En relación a la Lámpara Solar LED, cuenta con la Partida Arancelaria 9405.10.90.00, el cuál es un producto con características generales tales como un sensor de movimiento con mucha sensibilidad y precisión, es impermeable, un producto inteligente y ahorrador de energía, el cual nos permite con su practicidad



poder usarlo en diferentes lugares, con una luminosidad potente en superficie, ideales para entradas en el exterior, balcones, caminos, jardines y usarlos como seguridad.

## SHENZHEN TSC LIMITED

Add.: First floor, building 1, workshop, no.31, central road, pingdi street, longgang district, shenzhen  
Mob.: (86) 13417506925 Fax.: (86) 755-84112620 P.C.: 518117

### Quotation Sheet of Solar Garden Light



Pictures	Item Code	Specification	Packing	Unit price (EXW SZ USD)		
				Sample	≥100sets	≥1000sets
	TSC-SW01	LED qty: 20pcs Solar panel: 0.55W/5.5V Lithium battery: 800mAh/3.7V Lamp size: 96*126*50mm Lighting time: 8-10hrs Warranty: 1year PIR sensor	Inner box: 127*51*100mm/0.14kg Carton box: 52*26.7*52cm, 100pcs/ctn GW:14.45kg	\$1.5	\$1.4	\$1.3
	TSC-SW04	LED qty: 36pcs Solar panel: 2.5W/5.5V Lithium battery: 2000mAh/3.7V Lamp size: 30*180*110mm Lighting time: 8-10hrs IP44 Warranty: 1year PIR sensor	Inner box: 114*34*198mm/0.3kg Carton box: 59*19*41cm, 50pcs/ctn GW:15.5kg	\$4.0	\$3.9	\$3.8

Imagen 8 Ficha Comercial

### 3.1.3 Ecuación de valor para el mercado nacional

En la ecuación de valor mostramos las actividades básicas generadoras de valor, como la cadena interna de la organización considerando los recursos y procesos para la venta del producto, las cuales son consideradas por las actividades primarias, la logística interna, operaciones, logística externa, marketing y ventas, y servicio. También tenemos las actividades de apoyo, tales como infraestructura de la empresa, gestión de recursos humanos, desarrollo de tecnología y compras.

#### Actividades Primarias

- Logística Interna: Se realizará el transporte de la mercadería, desde el puerto de llegada, hasta el local comercial que maneja SK IMPORT SAC ubicado

en San Martín de Porres, para la revisión de los productos y dejar lista para la venta.

- Operaciones: el encargado de logística realizará toda la gestión de desembarque de los productos, tendrá la comunicación con el proveedor en China para fijar la llegada y la coordinación con el agente de aduana para la nacionalización y transporte de la mercadería
- Logística Externa: La distribución del producto será directa hacia el cliente, ya que se venderá la lámpara solar LED por medio de una tienda online, en donde tendremos la modalidad de entrega por Courier, hacia la casa o empresa del comprador; esta gestión logística se tendrá que hacer en un plazo máximo de 48 horas.
- Marketing y Ventas: tendremos una persona encargada netamente de la publicidad del producto, y quien manejará todo a través de las redes sociales. Esta persona aplicará las estrategias de marketing acorde a nuestro objetivo y trabajará en coordinación conjunta con el administrador, ya que existirán promociones y formas de venta que hoy en día tienen mucha relevancia.
- Servicio: el encargado de marketing, tendrá una coordinación directa con el vendedor quien ofrecerá, servicios personalizados en caso de requerirse y una atención post venta inmediata, en donde el cliente puede manifestar sus inquietudes y será atendido de forma eficiente.

### **Actividades de Apoyo**

- Infraestructura de la Empresa: comprendiendo la estructura organizacional, la empresa contará con un Gerente General, un encargado de Administración y Finanzas, un área de Logística. Además de ello personal

externo, referente al marketing y a otra para la contabilidad. El local comercial, se encontrará en San Martín de Porres y también contamos con activos intangibles, como los equipos, muebles, etc.

- **Gestión de Recursos Humanos:** SK IMPORT SAC, no contará con un área encargada netamente de recursos humanos por ser una microempresa, pero de las contrataciones, los pagos al personal, capacitaciones, ambiente de trabajo, etc. se encargará el área de administración en coordinación con el gerente general, quien validará las buenas prácticas de recursos humanos.
- **Tecnología:** contaremos con computadoras adecuadas, celulares para la comunicación de cada empleado, internet.
- **Compras:** nos iniciaremos con dos importaciones al año de dos productos diferentes, de los cuales dependiendo de la demanda, se tiene previsto en el segundo año, captar un producto más con el mismo proveedor.

### Ecuación de Valor

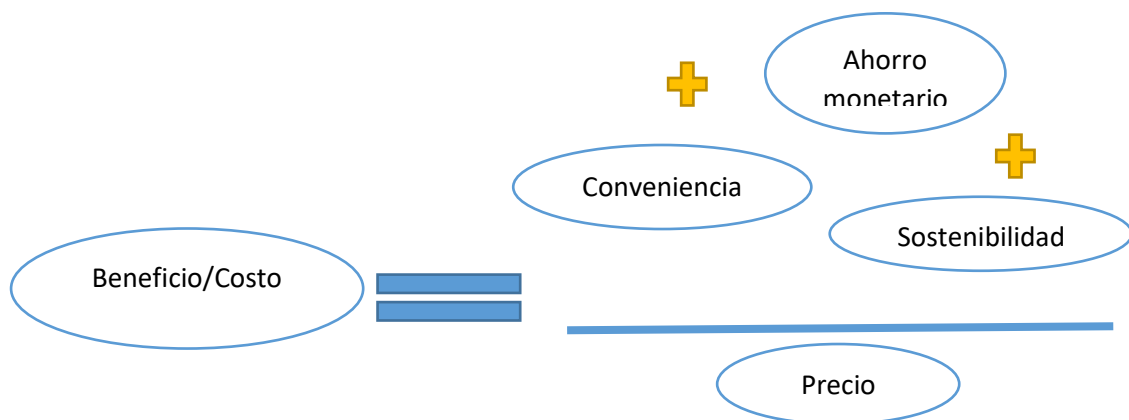


Imagen 9 Ecuación de Valor

Tal como observamos en la imagen 9, mostramos nuestra ecuación a valor que presenta el producto ofertado de Lámparas Solares LED, como los beneficios de ahorro en dinero para las personas o empresas, conveniencia, por su practicidad del producto y finalmente que es sostenible, ya que su carga no es con energía

eléctrica sino energía renovable. Y todo este beneficio se ofrece, dividiendo los costos por el precio del producto, que en realidad es nuestro costo oportunidad.

#### **3.1.4 Determinación de la marca a usar**

SK IMPORT SAC, considera que el producto a ofrecer no va a utilizar una marca propia, y se venderá con la que envía el proveedor SHENZHEN TSC LIMITED, esto debido a que venderemos el producto al cliente final al por menor y mayor y conociendo que este producto ya se comercializa en Perú, nos enfocaremos netamente en el tema de marketing para tener llegada. Cabe mencionar que utilizaremos el nombre comercial para que nos identifiquen como vendedores del producto en Lima y nos puedan ubicar fácilmente, este nombre será ENERGY LAMP PERÚ.

Además de ello, para poder dar una marca propia a las Lámparas Solares LED, tenemos un sobrecosto que por el momento, al dar inicio a las operaciones, no se tiene presupuestado invertir, con ello nos enfocaremos en lo ya mencionado de marketing, en la diversidad de productos y alianzas con empresas.

#### **3.2 Investigación de mercado objetivo**

Según Emprendemype (2017), Uno de los objetivos de la investigación de mercado es el de aportar información a la empresa sobre las necesidades del mercado, ayudándola así a la definición de estrategias y consecución de objetivos.

En este sentido, empezaremos investigando y analizando la situación del producto en otros países en base a la partida arancelaria, tales como los países que más exportan e importan este tipo de producto, el valor anual, las empresas más reconocidas que exportan e importan el producto y de acuerdo a ello analizaremos las necesidades a cubrir para nuestro propio mercado objetivo.

Tabla 14 Principales países exportadores mundiales de la Partida Arancelaria 9405 en miles de dólares

Exportadores	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019
Mundo	57732968	53684195	52339634	54393071	56174203
China	35791702	31130024	29003718	30586158	33197800
Alemania	3126282	3287894	3413822	3491224	3151766
México	2047596	2282075	2424605	2363202	2123360
Italia	1809751	1834747	1993601	2065482	1899888
Estados Unidos de América	2100808	1935017	1886541	1950745	1886168
Polonia	728567	885885	1071841	1149836	1289569
Países Bajos	930897	1016216	1102051	1159774	1119171
Canadá	703172	782758	861257	850020	927521
Austria	874569	753050	797584	843515	925450
Francia	832270	814231	842737	898730	905391

Fuente: Trademap

Como observamos en la tabla 14, sobre los principales países que exportan según la partida arancelaria 9405 que involucran Aparatos de alumbrado, incluidos proyectores y sus partes, tenemos que por el total de los 10 países principales exportadores, los 3 primeros vienen a ser China, Alemania y México respectivamente, y manteniéndose así en los últimos 5 años. Cabe resaltar que los números indicados en la tabla se encuentran expresados en miles dólares.

Tabla 15 Principales mercados proveedores para un producto importado por Perú para la Partida Arancelaria 9405.10 en miles de dólares

Exportadores	Valor importado en 2015 (\$)	Valor importado en 2016 (\$)	Valor importado en 2017 (\$)	Valor importado en 2018 (\$)	Valor importado en 2019 (\$)
Mundo	56303	60275	57990	62536	61761
China	38976	40977	39535	47319	45566
Estados Unidos de América	3229	2839	3061	3421	3164
España	3180	2328	3726	2172	2832
México	2337	2610	1625	1633	2592
Italia	1575	2224	2641	2021	1900
Alemania	1636	2411	1774	1744	1455
Brasil	366	3129	722	313	956
Polonia	570	325	267	608	910
Corea, República de	86	449	878	225	479
Chile	342	359	175	176	337

Fuente: Trademap

Analizando la tabla 15, donde encontramos los principales países proveedores para un producto importador por Perú, según la partida arancelaria 9405.10, ubicamos a China como el país que más exportó hacia Perú, seguido por Estados Unidos y España respectivamente, por lo tanto, tendremos estos tres países como candidatos a mercado proveedor y se realizará una evaluación en base a criterios, para seleccionar cuál será el país con mayor factibilidad para importar.

Tabla 16 Criterios de selección de mercado proveedor

CRITERIOS	CHINA	EEUU	ESPAÑA
Crecimiento PIB%	6.60%	2.20%	2.00%
Demanda de la Partida (miles de dólares)	44485	3101	2798
Riesgo país	Situación económica Interna: Favorable/Estable Situación política: Relativamente estable Situación externa: Favorable/Negativa	Situación económica Interna: Regular/Estable Situación política: Muy Estable Situación externa: Desfavorable/Estable	Situación económica Interna: Regular/Positiva Situación política: Muy estable Situación externa: Favorable/Positiva
Barreras Arancelarias Ad Valorem	0%	0%	0%
Preferencias Arancelarias	No aplica	No aplica	No aplica
Barreras no Arancelarias	No aplica	No aplica	No aplica
PIB 2019	\$13,368,073M	\$21,433,200M	\$1,393,505M
Idioma	Chino	Inglés	Español
Estrategia de Entrada	Tratado de Libre Comercio entre Perú-China	Acuerdo de Promoción Comercial Perú-EEUU	Acuerdo comercial entre Perú y la Unión Europea
Tasa de inflación % 2019	2.90%	1.80%	0.70%

Fuente: trademap, banco mundial, CIA, cesce, siicex

En la tabla mostrada previamente, se han identificado factores a considerar para poder elegir el mercado que nos proveerá el producto a ofertar de lámparas Solares LED. En donde se han seleccionado criterios basados en aspectos económicos, comerciales, políticos, etc. Para de esta forma elegir nuestro mercado más adecuado para comprar. Con la información considerara en la tabla, se procederá a la evaluación en base a puntajes y ponderados.

Para recopilar información, se han utilizado fuentes confiables tales como trademap, siicex, banco mundial, cesce, CIA.

Tabla 17 Criterios de selección de mercados - Resultados

CRITERIOS	Nivel de Importancia	China	Puntaje	EEU	Puntaje	España	Puntaje
Crecimiento PIB%	12%	4	0.48	2	0.24	2	0.24
Demanda de la Partida (miles de dólares)	13%	4	0.52	3	0.39	2	0.26
Riesgo país (confianza)	11%	3	0.33	2	0.22	2	0.22
Barreras Arancelarias Ad Valoren	9%	3	0.27	3	0.27	3	0.27
Preferencias Arancelarias	8%	3	0.24	3	0.24	3	0.24
Barreras no Arancelarias	9%	4	0.36	4	0.36	4	0.36
PIB 2019	12%	3	0.36	4	0.48	2	0.24
Idioma	8%	5	0.4	5	0.4	5	0.4
Estrategia de Entrada	9%	4	0.36	4	0.36	4	0.36
Tasa de inflación % 2019	9%	4	0.36	3	0.27	2	0.18
Total	100%		3.68		3.23		2.77
<b>PUNTAJE: 1 (Muy malo) - 5 (Muy bueno)</b>							

Fuente: Elaboración propia

Según observamos en la tabla 17, se hizo la evaluación correspondiente para elegir al mercado proveedor de lámparas solares LED, que de acuerdo a los criterios seleccionados se coloca un puntaje de 1 (Muy malo) y 5 (Muy bueno) y se hace una calificación por ponderado. En este caso el país escogido para proveedor fue China, ya que cuenta con el mejor promedio con respecto a EEUU y España, y queda óptimo para efectuar las gestiones de compra de productos.

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

#### 3.2.1.1 Macro segmentación

##### Economía

En 2019 la economía peruana creció a una tasa de 2,2 por ciento. Este resultado estuvo asociado principalmente a choques de oferta sobre la actividad primaria (pesca y minería), el efecto del ciclo político de los gobiernos subnacionales en la inversión pública y un contexto externo de desaceleración del crecimiento mundial y de reducción de los términos de intercambio. El PBI per cápita en dólares



ascendió a US\$ 7 183 en 2019, lo que representó un incremento de 0,6 por ciento respecto al año previo. Alternativamente, el PBI medido en términos de su paridad de poder adquisitivo (PPA) –indicador que toma en cuenta una misma canasta de bienes y que se utiliza para realizar comparaciones internacionales– se incrementó 2,1 por ciento, ubicándose en 14 815 dólares de PPA. (BCRP, 2019).

La reducción de la inversión pública por parte de las autoridades subnacionales y el menor crecimiento del consumo privado derivado de los menores ingresos explicaron el menor dinamismo de la demanda interna en 2019 (2,3 por ciento) respecto al año previo (4,2 por ciento).

	2017	2018	2019	Promedio 2010-2019
<b>Demanda Interna</b>	<b>1,5</b>	<b>4,2</b>	<b>2,3</b>	<b>5,1</b>
a. Consumo privado	2,6	3,8	3,0	5,1
b. Consumo público	0,6	0,1	2,1	4,3
c. Inversión bruta fija	-0,2	4,7	2,9	4,9
- Privada	0,2	4,5	4,0	5,6
- Pública	-1,8	5,6	-1,4	2,7
Variación de existencias (contribución %)	-0,3	0,5	-0,5	0,1
Exportaciones	7,4	2,4	0,8	3,7
Menos:				
Importaciones	3,9	3,2	1,2	6,0
<b>Producto Bruto Interno</b>	<b>2,5</b>	<b>4,0</b>	<b>2,2</b>	<b>4,5</b>
Nota:				
Gasto público total	-0,1	1,6	1,0	3,8

Imagen 10 Producto Bruto Interno por tipo de gasto

Fuente: INEI y BCRP

Como un sector que involucra el mercado objetivo a oferta las lámparas solares LED es el sector energía, y según BCRP (2019), tenemos que Luz del Sur ejecutó proyectos por US\$ 466 millones, destinados principalmente al mejoramiento y expansión del sistema eléctrico. Por su parte, Enel invirtió US\$ 131 millones, de los cuales US\$ 53 millones se orientaron a la ampliación de redes y US\$ 30 millones al mantenimiento de infraestructura y seguridad. En menor medida, se destinaron

recursos por US\$ 13 millones a la digitalización y US\$ 13 millones a la mejora de calidad.

El sector manufacturero, es un posible mercado objetivo, ya que tienen mucha utilización de energía, para ello tenemos que la actividad manufacturera de 2019 registró una disminución de 1,7 por ciento, resultado que contrastó con la tasa de crecimiento positiva observada en 2018. Esto se explica por la menor actividad del rubro primario y por la desaceleración de la producción manufacturera no primaria. (BCRP, 2019).

### **Visión general de la economía**

La economía peruana ha experimentado dos fases distintivas de desarrollo económico desde que inició el nuevo siglo. Entre el 2002 y el 2013, el Perú fue uno de los países de crecimiento más acelerado en América Latina, con una tasa de crecimiento promedio del PBI de 6.1 por ciento anual. Políticas macroeconómicas prudentes y reformas estructurales de amplio alcance en el marco de un entorno externo favorable generaron un escenario de alto crecimiento y baja inflación. Entre el 2014 y el 2019, el crecimiento del PBI fue más lento, a una tasa promedio de 3.1 por ciento anual, en gran medida debido a la caída del precio internacional de las materias primas, entre ellas el cobre, el primer producto de exportación del país. Esto llevó a una reducción temporal de la inversión privada, una menor recaudación fiscal y una desaceleración del consumo. El Perú se ha visto gravemente afectado por la pandemia del COVID-19. Una estricta cuarentena generalizada llevó a un descenso del PBI de 17.4 % durante el primer semestre del 2020. De acuerdo a las encuestas de alta frecuencia del Banco Mundial, los hogares peruanos experimentaron una de las mayores pérdidas de

empleo e ingresos de toda América Latina. Las pérdidas de empleo y la aversión al riesgo afectarán el consumo en lo que queda del año, mientras que la incertidumbre seguirá entorpeciendo la recuperación de la inversión privada. (BANCO MUNDIAL, 2020).

### **Perspectiva Económica**

El Fondo Monetario Internacional (FMI) en su reporte de Perspectivas Económicas Regionales, proyectó una caída del Producto Bruto Interno (PBI) peruano de 13,9% al cierre del 2020 debido a la pandemia del coronavirus, pero previó una recuperación del 7,3% para el 2021.

Asimismo, proyectó que la inflación de Perú de este año cerrará en 1,8% y reportará un ligero incremento a 2,0% el 2021.

La entidad multilateral explicó que países como Chile y Perú promulgaron leyes que permitieron efectuar retiros de cuentas individuales de los fondos de pensiones, y refirió que una considerable proporción de la población habilitada en este sentido ha accedido a estos fondos.

En cuanto a América Latina y el Caribe, el FMI mejoró pronosticó una caída de 8,1% para el presente año y una recuperación moderada del 3,6% para el 2021 dada la persistente propagación del virus y las consiguientes medidas de distanciamiento social y secuelas a más largo plazo. (FMI, 2020).

### **Demografía**

Según INEI (2020), la población al primer semestre del año 2020, alcanza los 32 millones 626 mil habitantes, se espera que para el 2021, la población supere los 33 millones. A nivel de América Latina, el Perú ocupa el cuarto lugar con mayor

población, después de Brasil, Colombia y Argentina; y en el continente americano, el séptimo lugar de los países más poblados.

A demás, se prevé que en el año 2030 la población peruana bordeará los 35 millones 792 mil habitantes, en el año 2040, 38 millones 23 mil y a mediados del Siglo XXI de 39 millones 363 mil habitantes. De acuerdo con estos resultados las mujeres serán más que los hombres, registrándose un Índice de Masculinidad en el año 2019 de 98 hombres por cada 100 mujeres y en el año 2050 serán 97 hombres por cada 100 mujeres.

### **Micro y pequeñas empresas**

De acuerdo con cifras de la Encuesta Nacional de Hogares (Enaho), elaborada por el Instituto de Estadística e Informática (INEI), en 2019, las micro y pequeñas empresas (Mype) representaron el 95% de las empresas peruanas y emplearon a un 47.7% de la población económicamente activa (PEA), lo que equivale a un crecimiento del 4% en el empleo. Las Mype registran ventas anuales en constante crecimiento y equivalen a un 19.3% del PBI, con un monto un 6% mayor al registrado en 2018. Sin embargo, este pilar del tejido empresarial opera bajo un contexto permanente de informalidad y en condiciones de desventaja competitiva. Según la Enaho, la informalidad de estas empresas, medida por su condición de registro frente a la Sunat, alcanzó un 83.8% en 2019.

### PERÚ: EMPRESAS, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2018

(Distribución porcentual)

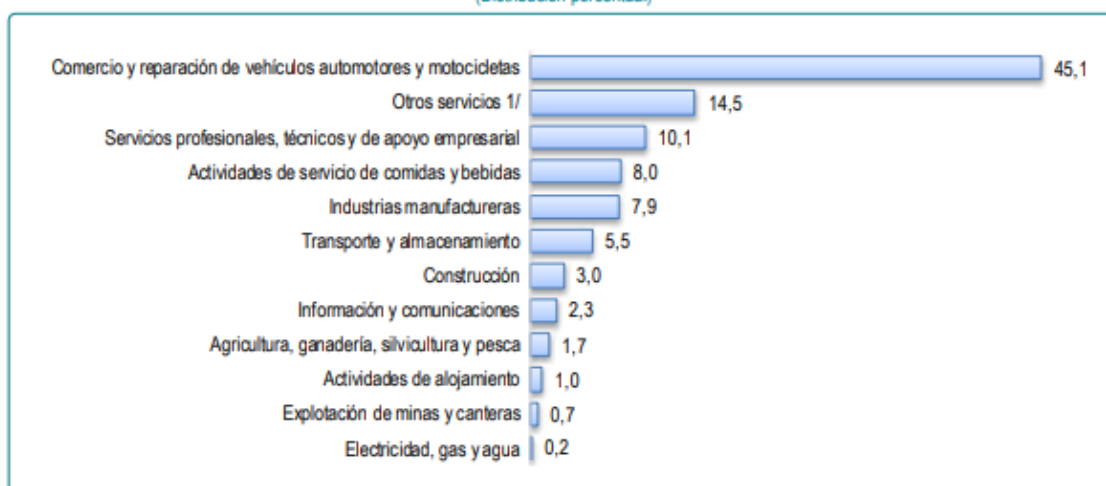


Imagen 11 Empresas según actividad económica en Perú - %

Fuente: INEI

Según observamos la imagen 11, para las diferentes actividades económicas, en su mayoría son de comercio y reparación de vehículos y motocicletas con 45.1%, seguido por otros servicios (14.5%), luego con 10.1% los servicios profesionales, técnicos y de apoyo, la actividad comercial de comidas y bebidas representa el 8% y cerca con 7.9% las industrias manufactureras.

### PERÚ: EMPRESAS, SEGÚN ORGANIZACIÓN JURÍDICA, 2018

(Distribución porcentual)

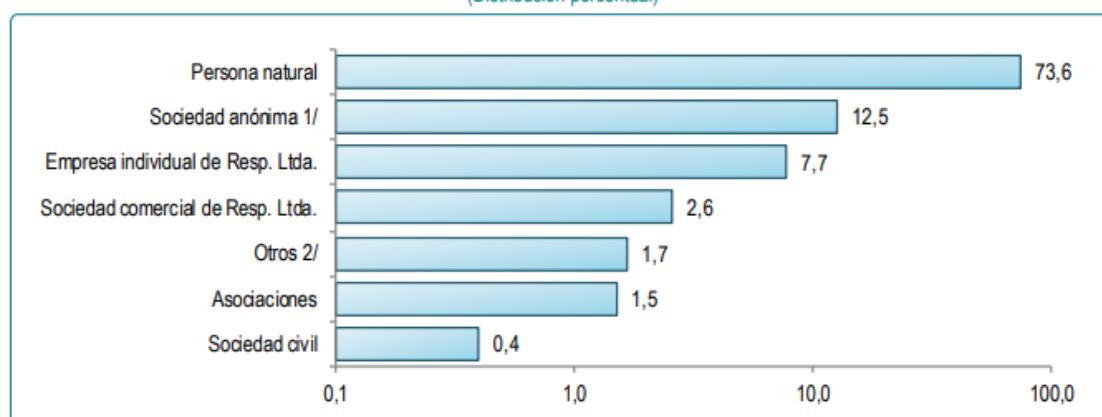


Imagen 12 Perú: Empresas según organización jurídica

Fuente: INEI

Según su organización jurídica, para el año 2018 la que comprende mayor distribución porcentual son las de persona natural con 73.6%, seguido por las de sociedad anónima y cerrada con el 12.5%, las empresas individuales con

responsabilidad limitada tienen un 7.7%, un 2.6% las de sociedad comercial de responsabilidad limitada y luego entre los otros, asociaciones y sociedad civil tienen una distribución de 3.6%. Como dato adicional, según indica el INEI, es que para el 2018 la representación del 12.5% por sociedad anónima y cerrada vienen a ser 299 mil 278 empresas y de persona natural con un 73.6% son 2, 393,033 empresas.

### **Energía Solar en el Perú**

La energía solar es una de las opciones que se están desarrollando como alternativas a las energías provenientes de la quema de combustibles fósiles. A diferencia de los países nórdicos, el territorio peruano, por estar mucho más próximo al Ecuador, cuenta con sol durante la mayor parte del año. Según el Atlas Solar del Perú elaborado por el Ministerio de Energía y Minas, el Perú tiene una elevada radiación solar anual siendo en la sierra de aproximadamente 5.5 a 6.5 kWh/m<sup>2</sup>; 5.0 a 6.0 kWh/m<sup>2</sup> en la Costa y en la Selva de aproximadamente 4.5 a 5.0 kWh/m<sup>2</sup>. (MINEM, 2011).

Entre los proyectos existentes está el financiado por el Banco Mundial, el Global Environment Facility – GEF y el MEM que ya ha subvencionado la provisión de electricidad a 2 216 hogares que con sistemas fotovoltaicos pilotos. Asimismo, dentro de este esquema existiría en cartera otro subproyectos para llegar a 7 000 hogares más. Otro programa es Euro Solar, que provee 130 pequeñas centrales de energía híbrida (eólico-solar) destinadas a abastecer de energía a postas, colegios y locales comunales rurales. Asimismo, el programa Luz para Todos del Gobierno Central contempla que cerca de 11 640 nueva localidades con servicio eléctrico serán atendidas con fuentes renovables siendo una buena parte de ellas a través de sistemas fotovoltaicos. Entre las opciones para la electrificación rural están los sistemas fotovoltaico domiciliario (SFD). La empresa estatal ADINELSA, encargada

de la promoción de la electrificación rural en áreas no concesionadas, ya posee más 1500 SFDs operativos en el sur del país. (Grupo Rural, 2017).

Según la DGE, las centrales térmicas produjeron 21,242 GWh en 2019, mientras que la producción hidroeléctrica sumó 30,781 GWh. Las centrales fotovoltaicas fueron responsables por unos 762 GWh y las eólicas llegaron a generar unos 1,647 GW. La energía solar, por lo tanto, llegó a cubrir un 1,3% de la demanda eléctrica de Perú el año pasado. En 2018, los GWh producidos por la solar habían sido 745 y su porcentaje en la generación total también de 1,3%.

### **3.2.1.2 Micro segmentación**

#### **Población de Lima**

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), dio a conocer que según las estimaciones y proyecciones de población al año 2020, la provincia de Lima tiene 9 674 755 habitantes y representan el 29,7 % de la población total del Perú (32 625 948 habitantes).

Según distritos, se aprecia que San Juan de Lurigancho continúa siendo el más poblado de la ciudad capital con 1 117 629 habitantes, seguido de San Martín de Porres con 744 050, Ate 670 818, Comas 573 884, Villa María del Triunfo 437 992 y Villa El Salvador con 423 887 habitantes. Mientras que, entre los menos poblados figuran Santa María del Mar con 1 142 habitantes, Punta Negra 8 243 y San Bartolo 8 722 habitantes. (INEI, 2019)

Al analizar el acceso de la población de Lima a servicios básicos como agua, alcantarillado y electricidad, se observa que el 95,9 % de la población tiene conexión de agua por red pública, el 94,7 % elimina las excretas por alcantarillado de red pública y el 99,7 % tiene energía eléctrica.

## Nivel Socioeconómico

Según un estudio realizado por la Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercado (APEIM), para este primer semestre del 2020, tenemos una cantidad de personas para Lima Metropolitana de 9'674,775, de los cuales nos divide por nivel socioeconómico, A,B,C,D y E.

Para la oferta de nuestro producto, el mercado dirigido por nivel socioeconómico, serán los sectores B y C de Lima Metropolitana, en donde según APEIM, el sector B se distribuye con el 22.1% que vienen a ser 2'138,125 personas y el sector C cuenta con el 45%, que son 4'353,649 personas. Para más a detalle podemos observar la siguiente imagen N° 13:

NSE	Estrato	Porcentaje
<b>A</b>	A1	0.7
	A2	3.2
<b>B</b>	B1	6.9
	B2	15.2
<b>C</b>	C1	28.0
	C2	17.0
<b>D</b>	D	23.4
<b>E</b>	E	5.5

Imagen 13 Distribución de personas por nivel socioeconómico en Lima Metropolitana

Fuente: APEIM, 2020



## Distribución de zonas APEIM por NSE 2020

# Lima Metropolitana

### (%) Horizontal - Personas

Zona	TOTAL	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E	Muestra	Error (%)
Total	100%	3.9%	22.1%	45.0%	23.4%	5.5%	15159	0.8%
Zona 1 (Puente Piedra, Comas, Carabaylo)	100%	0.5%	14.6%	44.7%	31.9%	8.4%	1214	2.8%
Zona 2 (Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras)	100%	0.7%	26.8%	45.0%	23.9%	3.6%	1249	2.8%
Zona 3 (San Juan de Lurigancho)	100%	0.3%	14.6%	52.0%	25.4%	7.6%	1176	2.9%
Zona 4 (Cercado, Rímac, Breña, La Victoria)	100%	1.7%	27.1%	45.9%	20.3%	4.9%	1786	2.3%
Zona 5 (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino)	100%	0.6%	15.9%	45.4%	31.8%	6.3%	1332	2.7%
Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel)	100%	17.5%	47.5%	30.6%	3.9%	0.5%	871	3.3%
Zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina)	100%	33.1%	45.4%	15.1%	6.0%	0.3%	1091	3.0%
Zona 8 (Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores)	100%	3.3%	20.0%	51.4%	21.1%	4.3%	1143	2.9%
Zona 9 (Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Lurín, Pachacamac)	100%	0.6%	13.9%	52.0%	26.6%	6.9%	1307	2.7%
Zona 10 (Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Carmen de la Legua, Ventanilla, Mi)	100%	0.8%	20.0%	48.2%	25.3%	5.7%	3852	1.6%
Otros	100%	2.4%	8.1%	48.6%	26.1%	14.7%	138	8.3%

Imagen 14 Distribución de zonas por NSE en Lima Metropolitana – 2020  
Fuente: ENAHO-APEIM

Según observamos en la imagen, la distribución de zonas por nivel socioeconómico, nos muestra los niveles más altos por distritos, en lo cual, basados en nuestra ubicación del local comercial y la accesibilidad que podemos tener para la venta, hemos seleccionado lo siguiente:

- NSE B: Con un 26.8% la Zona 2: (Independencia, Los Olivos y San Martín de Porres) vienen a ser personas.  $2'138,125 * 26.8\% = 573,017$
- NSE C: con 45% la Zona 2: (Independencia, Los Olivos y San Martín de Porres) que vienen a ser personas.  $4'353,649 * 45\% = 1'959,142$

Para nuestra seguir con nuestra segmentación hay que tener en cuenta el rango de edades de las personas que probablemente tengan interés en comprar el producto,

que sería de 26 a 45 años que se encuentran económicamente activos, ya que tienen que pagar los gastos de consumo eléctrico del hogar, que según INEI viene a ser el 53.6%.

Y luego propiamente segmentar a las personas que cuentan con casa independiente, no en departamentos u otro tipo de vivienda, ya que son las personas que tienen más espacio o más gasto a comparación de las viviendas que pueden vivir varias familias en un mismo edificio, condominio, etc. Que pueden dividir su gasto o que son menores. Para ello APEIM, nos indica que para el NSE B es el 58.7% y el NSE C es el 75.7%.

### **Edades de 26 a 45 años**

Con ello tenemos un total de 2'532,159 personas según la zona 2 que abarca los distritos de Independencia, Los Olivos y San Martín de Porres y nivel socioeconómico B y C, en donde nos vamos a centrar por rango de edad de 26 a 45 años, que según una investigación de APEIM realizada en lo que va de este 2020, representa el 27.2% para el NSE B y para el NSC distribuye el 27.5% de la población de Lima Metropolitana, con lo que tendríamos un estimado según detalle siguiente:

- NSE B : 573,017 (personas) \* 27.2% (edades de 26 a 45 años) = 155,860
- NSE C: 1'959,142 (personas) \* 27.5% (edades de 26 a 45 años) = 538,763

Con esto obtenemos que el total de 694,623 personas comprendidas entre 26 a 45 años, NSC B y C.

### **PEA para los NSE B y C, del rango de edades de 26 a 45 años.**

Para las personas de NSE B y C, de rango de edad 26 a 45 años:

- NSE B: 155,860 (personas)\*53.6% (PEA) = 83,541
- NSE C: 538,764 (personas)\*53.6% (PEA) = 288,777

Obtenemos un total de 372,318 personas económicamente activa entre 26 a 45 años para el nivel socioeconómica de B y C, a los cuales se ofrecerá vía online las lámparas solares LED con sensor de movimiento.

### **Micro y Pequeñas empresas en Lima**

SK IMPORT SAC, a la par de ofertar las Lámparas Solares LED al público en general, tendremos un mercado a nivel de micro y pequeñas empresas del sector manufactura ubicadas también la zona 2 de Lima, tales como Independencia, Los Olivos y San Martín de Porres, esto basado según OSINERGMIN (2019), que menciona que es la segunda actividad económica con más consumo de energía en el Perú.

Tabla 18 Segmento Empresarial por Actividad Económica en Lima Metropolitana

**LIMA METROPOLITANA: EMPRESAS POR SEGMENTO EMPRESARIAL,  
SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2018**

Actividad económica	Total		Segmento empresarial							
			Microempresa		Pequeña empresa		Gran y mediana empresa		Administración pública	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
<b>Total</b>	<b>1 106 853</b>	<b>100,0</b>	<b>1 036 176</b>	<b>100,0</b>	<b>59 326</b>	<b>100,0</b>	<b>10 307</b>	<b>100,0</b>	<b>1 044</b>	<b>100,0</b>
Agricultura, ganadería, sicultura y pesca	4 728	0,4	3 626	0,3	860	1,5	241	2,3	1	0,1
Explotación de minas y canteras	3 312	0,3	2 760	0,3	323	0,5	229	2,2	-	-
Industrias manufactureras	101 000	9,2	92 369	8,9	7 108	12,0	1 517	14,7	6	0,6
Electricidad, gas y agua	2 743	0,2	2 359	0,2	296	0,5	88	0,9	-	-
Construcción	27 575	2,5	23 067	2,3	3 602	6,1	904	8,8	2	0,2
Comercio y reparación de vehículos automotores y motocicletas	497 145	44,9	471 600	45,5	21 972	37,0	3 570	34,6	3	0,3
Transporte y almacenamiento	56 131	5,1	50 635	4,9	4 789	8,1	705	6,8	2	0,2
Actividades de alojamiento	5 600	0,5	5 198	0,5	353	0,6	48	0,5	1	0,1
Actividades de servicio de comidas y bebidas	69 762	6,3	67 798	6,5	1 808	3,0	155	1,5	1	0,1
Información y comunicaciones	28 902	2,6	26 880	2,6	1 686	2,8	332	3,3	4	0,4
Servicios profesionales, técnicos y de apoyo empresarial	125 075	11,3	114 602	11,1	9 121	15,4	1 313	12,7	39	3,7
Otros servicios 1/	184 880	16,7	175 282	16,9	7 408	12,5	1 205	11,7	985	94,3

Fuente: INEI, 2019

Tal como observamos en la Tabla N° 18, la industria manufacturera abarca el 9,2% de empresas en Lima metropolitana y el 8,9% y 12% vienen a ser micro y pequeñas empresas respectivamente, dando un total de 99,477.

De acuerdo a ello, según información del Ministerio de Producción a partir de los registros actualizados de SUNAT se tiene un total de 8,913 empresas entre micro y pequeñas para los distritos la zona 2, según el siguiente detalle:

- Los Olivos: 2,771 empresas
- San Martín de Porres: 4,952 empresas
- Independencia: 1,190 empresas

Finalmente, teniendo el total de 8,913 empresas, tendremos que segmentar de estas, el rubro que más consumo de energía eléctrica tiene, que según

OSINERGMIN (2019) vienen a ser las que cuentan con descripción de fábricas, por cual, en la zona 2 tenemos un total de 5,846 empresas (entre micro y pequeñas) comprendidas entre las zonas de Independencia, Los Olivos y San Martín de Porres. (Véase en el Anexo 5, algunas empresas seleccionadas).

### **3.2.2 Definición del perfil del consumidor**

Para definir el perfil de nuestro consumidor, debemos evaluar y analizar las características del consumidor peruano hoy en día, por rango de edades, género, nivel socioeconómico, estilos de vida, hábitos, etc. Y también evaluar las tendencias del mercado al cual nos estamos dirigiendo, resaltando que nuestro producto se proyecta de aquí a 5 años más para posicionarse en el mercado, justamente teniendo la tendencia sostenible.

A continuación, algunas características del consumidor (persona):

Los jóvenes y adultos con el rango de edad de 26 a 45 años que se encuentran económicamente activos, sean que viven de forma independientes o son cabeza de familia, que asumen responsabilidad de pago de servicios como luz, agua, etc. Siempre buscando ahorrar dinero que pueda ser útil en otro tipo de inversión, ya que el nivel socioeconómico que se encuentran es de B y C, los cuales mantienen ingresos promedios que no cubren muchas necesidades.

Este colectivo de personas, se encuentran viviendo en Lima norte y tiene interacción permanente con las redes sociales y páginas webs, estando al pendiente de las novedades que ofrece el mercado y puedan tener un beneficio para ellos. Muchas de estas personas también, están relacionadas al cuidado del medio ambiente y consideran que en los próximos años, la tendencia sostenible, irá creciendo aún más en el país.

Hoy en día, las personas buscan más el ahorro de dinero, ya que estamos pasando por una crisis económica a efectos de la pandemia, de la cual, el país tardará años en recuperarse e incluso el desempleo ha vuelto a impactar a la economía de las familias.

Consumidor (empresas)

La tendencia de desarrollo sostenible es fundamental para las empresas, y más aún para las que recién empiezan, como lo son las micro y pequeñas empresas que buscan posicionarse en el mercado y ganar prestigio como empresa.

Según Osinergmin (2019), los dos sectores económicos que más consumen electricidad en Lima, son las actividades mineras y las manufactureras. De las cuales las mypes, buscan ahorrar ese tipo de costos, ya que no encuentran mucho margen de ganancia por gastos de servicios, por lo que buscan otras alternativas de ahorro.

En Lima Norte y Este, las empresas ya vienen incorporando a sus empresas, los conocidos paneles solares y están trayendo muy buenos resultados.

Radio Canto Grande en San Juan de Lurigancho y Radio Comas para todo Lima Norte, son las primeras estaciones de radiodifusión que transmiten con energía solar, gracias a la importante inversión realizada por los accionistas de estas importantes emisoras en la búsqueda de contribuir a mejorar la calidad de vida de los peruanos, en la defensa del medio ambiente. (PressPeru, 2020)

### **3.2.3 Medición del mercado objetivo**

Nuestro mercado objetivo, serán las personas y las MYPE ubicadas en Lima metropolitana, sobre todo en la zona 2, que abarca Independencia, Los Olivos y

San Martín de Porres, en donde tenemos dos segmentaciones diferentes, tanto para las personas y las MYPE.

Para las personas, partiremos de la cantidad de población peruana, de Lima metropolitana, y nos enfocaremos por la ubicación, edades, nivel socioeconómico, para poder delimitar y finalmente nos enfocaremos en las personas que tienen un problema de gasto y las que estarían interesadas en comprar el producto.

En el caso de las empresas, tendremos a las MYPES ubicadas en Lima norte, especialmente nos enfocaremos a las que más consumen electricidad y por ende incrementan sus costos por este servicio, delimitaremos con las empresas interesadas en optimizar sus costos fijos.

Tabla 19 Determinación de demanda - Cantidad/personas

Descripción	Cantidad
Población de Perú	32,626,000
% poblacional	29.65%
Lima metropolitana	9,674,755
% Número de personas de NSE B en Lima metropolitana	22.10%
Número de personas de NSE B en Lima metropolitana	2,138,121
% Número de personas de NSE C en Lima metropolitana	45%
Número de personas de NSE C en Lima metropolitana	4,353,640
Número de personas de NSE B y C en Lima metropolitana	6,491,761
% Número de personas por zona 2 de NSE B :	26.8%
Número de personas por zona 2 de NSE B :	573,016
% Número de personas por zona 2 de NSE C :	45%
Número de personas por zona 2 de NSE C :	1,959,138
Número de personas por zona 2 de NSE B y C :	2,532,154
% Personas entre las edades comprendidas entre (26-45) NSE B	27.20%
Personas entre las edades comprendidas entre (26-45) NSE B	155,860
% Personas entre las edades comprendidas entre (26-45) NSE C	27.50%
Personas entre las edades comprendidas entre (26-45) NSE C	538,763
Personas entre las edades comprendidas entre (26-45) NSE B y C	694,623
% Población empleada de la zona 2 NSE B Y C entre las edades de 26 a 45 años.	53.60%
Población empleada de la zona 2 NSE B Y C entre las edades de 26 a 45 años. Mercado potencial	372,318
% Numero de personas con gastos en pago de servicios	73%
Numero de personas con gastos en pago de servicios	271,792
Mercado disponible (n)	271,792
Compra de Lampara solar LED (q)	2
Demanda potencial (Q)	543,584
% mercado efectivo	39%
Mercado efectivo	211,998
%Participación de mercado	3.95%
Cantidad a comercializar	8374

Fuente: Elaboración propia en base INEI, APEIM

En la tabla determinamos, lo que una persona interesada en ahorrar dinero demanda de manera anual, donde (q), es la cantidad de compras anuales. Considerando el mercado disponible, se ha multiplicado por el nivel de compra per cápita de cada producto (n), obteniendo nuestra demanda potencial (Q). Y de acuerdo a las encuestas que hemos realizado a las personas entre 26 y 45 años un 39% estarían dispuestos a comprar el producto, dando un mercado objetivo de



211,998. De este total la empresa ha previsto una participación de mercado de 4.32%, de acuerdo a la demanda que tenga el producto y capacidad de abastecimiento, financiera y gestión de la empresa.

Por lo tanto, se ha calculado que la demanda a comercializar la empresa en el primer año de operaciones, para el producto, será de 8,374 anual.

Tabla 20 Determinación de la demanda - Cantidad/empresas

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
N° de empresas en el Perú	2,332,218
% Población Empresas que pertenecen a Lima metropolitana.	47.46%
Cantidad de MYPE que pertenecen a Lima metropolitana.	1,106,853
% de MYPE según Actividad Económica Manufactura	9.20%
Cantidad de MYPE según Actividad Económica Manufactura	101,830
% Cantidad de MYPE en de la Zona 2 (Independencia, Los Olivos, San Martín de Porres) Manufactura	8.75%
Cantidad de MYPE en de la Zona 2 (Independencia, Los Olivos, San Martín de Porres) Manufactura	8,913
% Descripción CIU Fabrica	65.59%
Cantidad de MYPE en de la Zona 2 (Independencia, Los Olivos, San Martín de Porres) Manufactura como fábrica	5,846
Mercado disponible (n)	5,846
Compra de Lámparas solares LED (q)	3
Demanda potencial (Q)	17,538
% mercado objetivo	33%
Mercado efectivo	5,788
% Participación de mercado	7.36%
Cantidad a comercializar	426

Fuente: Elaboración propia en base a INEI, PRODUCE, OSINERGMIN

En la tabla determinamos, lo que una MYPE interesada en ahorrar costos de luz demanda de manera anual, donde q, es la cantidad de compras anuales. Considerando el mercado disponible, se ha multiplicado por el nivel de compra per cápita de cada producto (n), obteniendo nuestra demanda potencial (Q). Y de acuerdo a las encuestas que hemos realizado a las MYPE de Lima norte un 33% estarían dispuestos a comprar el producto, dando un mercado objetivo de 5,788.

De este total la empresa ha previsto una participación de mercado de 7.64%, de acuerdo a la demanda que tenga el producto y capacidad de abastecimiento, financiera y gestión de la empresa.

Por lo tanto, se ha calculado que la demanda a comercializar la empresa en el primer año de operaciones para el producto, será de 426 anual.

A continuación, se presenta las respuestas en porcentaje de acuerdo a la encuesta realizada para una muestra de 120 personas (Anexo 7) y 15 empresas (Anexo 8):

Tabla 21 Tabulación sobre la demanda para el producto en personas

Encuesta									
	Preguntas								
Repuestas	1	2	3	4	5	6	7	8	9
a	20	104	28	88	81	23	107	47	91
b	55	16	39	32	30	97	8	73	25
c	45		53		9		5		4
Total	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Respuestas	Porcentaje de aceptación								
a	17%	87%	23%	73%	68%	19%	89%	39%	76%
b	46%	13%	33%	27%	25%	81%	7%	61%	21%
c	38%	0%	44%	0%	8%	0%	4%	0%	3%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 22 Tabulación sobre la demanda para el producto en empresas

Encuesta									
	Preguntas								
Repuestas	1	2	3	4	5	6	7	8	9
a	11	0	10	12	8	12	13	11	5
b	3	9	3	1	7	2	0	1	8
c	1	6	2	2		1	2	3	2
Total	15	15	15	15	15	15	15	15	15
Respuestas	Porcentaje de aceptación								
a	73%	0%	67%	80%	53%	80%	87%	73%	33%
b	20%	60%	20%	7%	47%	13%	0%	7%	53%
c	7%	40%	13%	13%	0%	7%	13%	20%	13%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia

### 3.3 Análisis de oferta y demanda en el mercado

#### 3.3.1 Análisis de oferta

Como parte del plan de negocio, tenemos que realizar el análisis de la oferta para las Lámparas Solares LED, conociendo las cantidades que se exportan de este producto o de la partida arancelaria y determinar la competencia de proveedores que exportan hacia Perú, este producto.

Tabla 23 Principales países exportadores en el mundo según partida 9405.10 en dólares

Exportadores	Valor exportado en 2015 (\$)	Valor exportado en 2016 (\$)	Valor exportado en 2017 (\$)	Valor exportado en 2018 (\$)	Valor exportado en 2019 (\$)
Mundo	16918555	15516331	16123270	17477942	17576063
China	8673030	6789660	7002180	8134915	8834502
México	1275176	1476783	1663274	1615709	1320630
Alemania	1072615	1121129	1163618	1164960	1024013
Italia	838208	844811	886151	928679	815462
Austria	557839	440275	460351	502469	582688
Canadá	319439	363855	412155	452568	519219
Estados Unidos de América	576399	547025	534148	532550	494007
Polonia	220347	293323	361555	421354	407155
España	339810	357334	371806	385036	380122
Francia	334133	324563	355308	362938	359101

Fuente: Trademap, 2019

En la tabla 23, tenemos que el principal país que exporta al mundo, según la partida arancelaria 9405109000, donde se encuentran las lámparas soles LED viene q ser China con 8'834,502 dólares el último año 2019, seguido con mucho menos valor por México con 1'320,630 \$. En total, se exportó en el mundo un valor de 17'576,063 dólares, cabe decir que podemos observar el aumento de valor desde el año 2015 al 2019, y que China lleva mucha ventaja por el valor exportado.

Tabla 24 Principales Empresas proveedores según PA 9405109000

Nombre de la empresa	Número de categorías de productos o servicios comercializados	Número de empleados	País	Ciudad	Sitio web
Golden Valley Optoelectronics Co. Ltd.	9	500-999	China	Langfang City, Hebei	<a href="http://www.gvopto.com/">http://www.gvopto.com/</a>
Hebei Machinery Import & Export Co., Ltd.	384	100-249	China	Shijiazhuang City, Hebei	<a href="http://www.hmiec.com">http://www.hmiec.com</a>
Ningbo Myled Electronics Technology Co., Ltd.	26	50-99	China	Ningbo, Zhejiang	<a href="http://www.myledlightings.com">http://www.myledlightings.com</a>
Opplé Lighting Co., Ltd.	17	1000-4999	China	Zhongshan City, Guangdong	<a href="http://www.opple.com">http://www.opple.com</a>
Shanghai Glary Trading Co., Ltd.	12	0-9	China	Shanghai	<a href="http://www.glarysh.com">http://www.glarysh.com</a>
SHAOXING COMFORT ELECTRONIC TECHNOLOGY CO., LTD.	13	100-249	China	Shaoxing City, Zhejiang	<a href="http://www.led-comfort.com">http://www.led-comfort.com</a>
Shenzhen ChengGuangXing Industry Development Co., Ltd.	22	500-999	China	Shenzhen City, Guangdong	<a href="http://www.szcgx.com">http://www.szcgx.com</a>
Shenzhen Gangming OPTO. Co., Ltd.	8	100-249	China	Shenzhen City, Guangdong	<a href="http://www.ledgm.com">http://www.ledgm.com</a>
Shenzhen King Star Opto-Electronic Co., LTD.	17	250-499	China	Shenzhen City, Guangdong	<a href="http://www.ks-light.com">http://www.ks-light.com</a>
Shenzhen Lightpower Technology Co., Ltd	16	250-499	China	Shenzhen, Guangdong	<a href="http://www.led-lightpower.com">http://www.led-lightpower.com</a>
TAIZHOU JIANGFAN IMP & EXP TRADING CO. LTD.	40	Oct-19	China	Taizhou City, Zhejiang	<a href="https://jfinternational.cn.china.cn">https://jfinternational.cn.china.cn</a>
Tianjin Machinery Imp. & Exp. Corp.	118	100-249	China	Tianjin	<a href="http://www.tmg.cn">http://www.tmg.cn</a>
Wenzhou Jiabao Light Co., Ltd.	6	100-249	China	Wenzhou City, Zhejiang	<a href="http://17485245.1024sj.com">http://17485245.1024sj.com</a>
Yueqing Enteri Electric Co. Ltd./Shanghai Werun Industry Co. Ltd.	32	250-499	China	Yueqing City, Zhejiang	<a href="http://www.enteri.cc">http://www.enteri.cc</a>

Fuente: Trademap, 2019

Tal como muestra la tabla anterior, tenemos 14 empresas que representan las principales exportadoras al mundo, en base a la partida arancelaria, donde se incluyen las lámparas solares LED.

Cabe señalar que las exportaciones de China representan **50,3%** de las exportaciones mundiales para este producto. (Trademap, 2019).

Tabla 25 Principales Empresas Importadoras según PA 9405109000

Importador	Total registros
PULSAR IMPORT EIRL	22
SCOTIABANK PERU SAA	33
PHILIPS LIGHTING PERU S.A.	90
HOMECENTERS PERUANOS S.A.	215
KROTON S.A.C.	54
SAGA FALABELLA S A	98
OSRAM DE PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - OSRAM DE PERU S.A.C.	68
NOVALAMPS PERU S.A.C.	29
ACE PERU S.A.C.	139
COMERCIAL BELLA SUR S.A.C.	36
PORTALAMPARAS S.R.L.	10
SPADA LIGHTS E.I.R.L	20
JOSFEL ILUMINACION S.A.C	49
EVOLITE PERU S.A.C.	14
SOUTHERN PERU COPPER CORPORATION	13
ALTAMES PERU S.A.C.	56
LUMICENTER S A	62
VELAX S.A	94
H & M HENNES & MAURITZ S.A.C.	81
INVERSIONES LIAO XU S.A.	30

Fuente: Veritrade, 2020

Tenemos un total de 20 principales empresas que importan constantemente en base a la partida arancelaria 9405109000 en Lima, los cuales serían nuestra competencia local.

### 3.3.2 Análisis y cálculo de la demanda

Para este punto, se ha analizado la demanda del producto según partida arancelaria en el mercado objetivo, que en este caso viene a ser Lima metropolitana, con el objetivo de conocer los requerimientos del mercado y como se puede lograr la satisfacción de los posibles consumidores.

Seguro de Salud	NSE A	% Ingn	NSE B	% In...	NSE C	% In...
Grupo 4: Muebles, Enseres y mantenimiento de la vivienda	941	12.1%	258	3.5%	136	3.4%
Grupo 6: Transportes y Comunicaciones	1,233	15.9%	694	9.5%	287	7.2%
Grupo 8: Bienes y otros Servicios	328	4.2%	233	3.2%	171	4.3%
Grupo 2: Vestido y Calzado	324	4.2%	229	3.1%	158	3.9%
Grupo 5: Conservación, Cuidado de la salud y Servicios Médicos	607	7.8%	405	5.5%	239	6.0%
Grupo 7: Esparcimiento, Diversión, Servicios Culturales y de Enseñanza	1,543	19.9%	913	12.5%	413	10.3%
Grupo 3: Alquiler de la vivienda, Electricidad, Combustible y conservación de la vivienda	1,049	13.5%	722	9.9%	450	11.2%
Grupo 1: Alimentos	1,697	21.8%	1,483	20.3%	1,255	31.3%

Imagen 15 Gastos por familia en Lima metropolitana por NSE  
Fuente: APEIM, 2019

En la imagen, podemos observar los gastos que tienen los hogares en Lima metropolitana y podemos ver que el grupo 3, que incluyen el gasto por electricidad, es el segundo o tercer gasto principal que se tiene para las familias, y sobre todo para los NSE B y C.

Tabla 26 Principales proveedores para un producto importado de Perú según PA9405109000 en cantidades

Exportadores	2015	2016	2017	2018	2019
	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas
Mundo	6665	6928	6587	7239	7111
China	5945	6307	6037	6763	6573
Estados Unidos de América	132	111	96	117	112
México	122	132	69	68	102
España	144	98	142	81	101
Italia	52	60	85	62	58

Fuente: Trademap, 2019

Como podemos observar en la tabla 26, Chino es el país que más ha exportado el producto con 6,573 toneladas en el 2019, seguido muy por debajo EEUU con 112 toneladas, y también podemos ver el aumento de demanda para esta partida arancelaria, a comparación del año 2015, en un aproximado del 10% de mayor cantidad.

### Proyección de demanda

Para proyectar nuestra cantidad de demanda en los próximos años, tanto para nuestro mercado de personas y empresas, vamos a utilizar la partida arancelaria 9405109000, ya que aquí se encuentra nuestro producto de lámparas solares LED, la proyección la consideraremos a 5 años, es decir al 2025.

Para el cálculo de la demanda proyectada, se tomará en cuenta los datos de las importaciones peruanas por la PA 9405109000 de los últimos cinco años, expresado en toneladas, en donde evaluaremos si hubo crecimiento o no durante ese periodo de tiempo. Usamos esta información, ya que el producto no tiene partida exacta y de esta forma tendremos la tendencia del mercado.

Tabla 27 Demanda de la partida 9405109000 en los años 2015-2019

Años	2015	2016	2017	2018	2019
Unidades	6665	6928	6587	7239	7111

Fuente: Trademap, 2019

En base a estos datos históricos de los últimos cinco años, haremos una proyección a futuro, con la herramienta de regresión lineal, ya que es la que más se adecua. Para ello, utilizaremos el método de mínimos cuadrados, donde se debe calcular a y b, a través de la formula  $Y=a+bx$ . Donde los años tienen equivalencia al valor de X, para ello se ha referido un número para cada año. Por ejemplo, el año 2015 equivale a 1, el año 2016 tiene equivalencia al número 2 y así sucesivamente hasta el año 2019 el cual tiene como equivalencia el número 5. Los valores de Y representan las cantidades obtenidas anteriormente de la demanda.

Tabla 28 Aplicación del método de mínimos cuadrados

Año (x)	Periodo (x)	Demanda (y)	xy	x <sup>2</sup>
2015	1	6665	6665	1
2016	2	6928	13856	4
2017	3	6587	19761	9
2018	4	7239	28956	16
2019	5	7111	35555	25
TOTAL		34530	104793	55

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 29 Cálculo de las variables a y b

variable dependiente	b	120
variable independiente	a	6545

Fuente: Elaboración Propia

Con la información obtenidas en la tabla anterior, y aplicando la fórmula de regresión lineal, se ha calculado la proyección de los próximos cinco años.



Tabla 30 Proyección de demanda por PA 9405109000 en toneladas del 2021 al 2025

Año (x)	% Crecimiento	Pronóstico (Y)
2020		7266.9
2021	1.65%	7387.2
2022	1.62%	7507.5
2023	1.60%	7627.8
2024	1.57%	7748.1
2025	1.55%	7868.4

Fuente: Elaboración Propia

Según la proyección realizada en la tabla anterior, se observa un crecimiento anual promedio de 1.60%, según cantidades. Con esta información, nos ayudará para poder obtener nuestra demanda para los años 2021 al 2023, y al ver el valor promedio de crecimiento de 1.60%, nuestra empresa tomará una posición conservadora y proyectará la demanda a una tasa de crecimiento de entre 2%, 3%, 4% y 5%.

De manera adicional, se halló el coeficiente de determinación ( $R^2$ ) teniendo como resultado un 90,43% y coeficiente de correlación (R) de 95.09%, con lo que resulta una demanda proyectada optimista.

Tabla 31 Demanda proyectada de Lámparas Solares LED de SK IMPORT SAC

Años	2021	2022	2023	2024	2025
cantidades	8800	8976	9245.28	9615	10096
tasa de crecimiento		2%	3%	4%	5%

Fuente: Elaboración propia

### 3.3.3 Análisis de competitividad y benchmark

El benchmarking es un proceso continuo por el cual se toma como referencia los productos, servicios o procesos de trabajo de las empresas líderes, para compararlos con los de tu propia empresa y posteriormente realizar mejoras e implementarlas. (Espinosa, 2015).

Para el presente proyecto, el análisis de benchmarking se enfoca a 3 principales empresas con un mayor valor CIF importado en el primer semestre del año, ya que tienen la mayor participación en el mercado peruano, tal como observaremos en la siguiente tabla:

Tabla 32 Principales Importadoras según total CIF\$

Importador	Total registros	Total US\$ CIFTot
PULSAR IMPORT EIRL	22	785,752
SCOTIABANK PERU SAA	33	666,581
PHILIPS LIGHTING PERU S.A.	90	506,806

Fuente: Veritrade, 2020

Según la tabla mostrada, tomaremos como referencia a esas 3 principales empresas y analizaremos sus precios, calidad y servicio como competitividad en el mercado y si cuentan con una publicidad exclusiva del producto.

### 3.3.4 Análisis de precio de importación (compra)

Nuestro proveedor Chino, está ubicado en Guandong, con salida al puerto de Shenzhen. Con este proveedor se han negociado los precios para la compra del producto y establecer una política comercial de compra, para optimizar todo el precio del flujo de importación. Este precio varía según el volumen de compra que se realice.

El precio de venta debe estar amparado en una regla Incoterms por ser un proveedor extranjero, que para este caso será FOB en dólares, este precio FOB será el precio de la mercancía puesta en el barco que la va a transportar, por lo que se debe calcular el costo de importación desde el puerto de Shenzhen hasta nuestro local comercial, teniendo como base el costo del producto ofrecido por el proveedor.

Para calcular nuestros costos de importación, debemos tener en cuenta los siguientes puntos:

- El precio de producto en el país de origen, el cuál es el pactado con el proveedor.
- Los costos de transporte interno y seguro en el país de origen.
- Costo del flete aéreo o marítimo.
- Los aranceles e impuestos aduaneros, para la nacionalización del producto y el almacén aduanero.
- Los costos en nuestro país, como el transporte interno y lo demás logístico.

Estos costos serán negociados con los diferentes agentes que participan en el proceso y en función a ello se totalizará el valor del costo final, hasta que la mercadería se encuentre en nuestro almacén de la empresa. A este costo, se le debe agregar el margen de ganancia establecido.

### **3.3.5 Análisis y determinación de formas de distribución**

La distribución en las empresas supone el conjunto de actividades que se realizan desde que el producto se elabora por el fabricante o empresa hasta que es comprado por el consumidor. Es importante trabajar por construir un buen canal de distribución, que dé gran seguridad y tranquilidad a la empresa, asegurándose que el producto llegará en las condiciones idóneas y óptimas a manos del cliente. (Emprendemype, 2017).

La empresa tendrá una distribución directa hasta el consumidor final, una vez teniendo nuestro producto en nuestros almacenes, se coordinará el envío por medio de transporte terrestre o en su defecto, tendremos el stock necesario en nuestro

almacén, con ello garantizaremos la calidad del producto en manos del consumidor final.



Imagen 16 Canal de Distribución SK IMPORT SAC

Al tener contacto directo con el cliente, y una interacción continua por medio de las redes sociales y la página web, debemos garantizar el tiempo de entrega y no establecer un sobrecosto para el cliente en caso de envío de producto, por lo que del envío nos encargaremos nosotros mismos y así no afectar el precio original y la calidad.

### **3.3.6 Análisis del entorno**

Para nuestro análisis del entorno, debemos considerar tanto el macro ambiente como el micro ambiente, en donde debemos conocer la influencia para el desarrollo de nuestra empresa con el primer primero y con el ambiente micro, siendo un poco más reducido, debemos analizar las fuerzas influyentes en el sector donde nos encontraremos.

#### **3.3.6.1 Macro ambiente**

Para el análisis macro ambiente, SK IMPORT SAC ha realizado un análisis FODA con los principales criterios que debemos considerar para establecer nuestras estrategias que ayuden al crecimiento de la empresa.

A continuación mostramos el análisis FODA elaborado, tanto con un análisis externo como interno:

### Análisis Interno

Para el análisis interno se va a considerar las Fortalezas y Debilidades con las que cuenta la empresa, tales como habilidades y recursos que podamos ofertar y le daremos un valor ponderado para poder resaltar cuales son las que más impactan al mercado.

Tabla 33 Matriz de Factores Internos

FACTORES DETERMINANTES DE ÉXITO	PESO	VALOR	PONDERACION
<b>FORTALEZAS</b>			
1. Producto con alto beneficio al cliente	15%	4	0.6
2. Conocimiento del proceso de importación	12%	3	0.36
3. Ubicación estratégica	5%	3	0.15
4. Plan de Marketing bien definido	10%	4	0.4
5. Desarrollo Sostenible	8%	3	0.24
6. Personal capacitado y comprometido	6%	4	0.24
7. Socios Claves	5%	2	0.1
8. Visión empresarial	9%	3	0.27
<b>SUB - TOTAL</b>	70%		2.36
<b>DEBILIDADES</b>			
1. Empresa nueva en el mercado	4%	4	0.16
2. Capacidad de compra limitada	5%	3	0.15
3. Falta de posicionamiento de la empresa	5%	4	0.2
4. Baja captación de clientes al inicio	6%	3	0.18
5. Salarios Inferiores al mercado	4%	3	0.12
6. Disponibilidad de recursos financieros	3%	3	0.09
7. Cartera de productos limitado	3%	3	0.09
<b>SUB - TOTAL</b>	30%		0.99
<b>TOTAL</b>	100%		
<b>PUNTAJE: 1 (Muy malo) - 5 (Muy bueno)</b>			

Fuente: Elaboración Propia

### Análisis Externo

Para el análisis externo, se va a considerar las Oportunidades y Amenazas con las que cuenta la empresa, estos factores pueden ser favorables o perjudiciales según

las condiciones o situaciones a las que se ve expuesta la empresa frente al mercado, por lo que no dependen de nosotros, sino en cómo las atacamos o aprovechemos.

Tabla 34 Matriz de Factores Externos

<b>FACTORES DETERMINANTES DE ÉXITO</b>	<b>PESO</b>	<b>VALOR</b>	<b>PONDERACION</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>			
1. Incremento de participación en el mercado	8%	4	0.32
2. Alta demanda del producto	15%	4	0.6
3. Expansión de mercado	6%	3	0.18
4. PBI per cápita	9%	3	0.27
5. Preferencias Arancelarias	6%	3	0.18
6. Plataformas Online	13%	4	0.52
7. Mejora de Costes	13%	4	0.52
<b>SUB - TOTAL</b>	70%		2.59
<b>AMENAZAS</b>			
1. Mercado Competitivo	6%	4	0.24
2. Productos sustitutos	9%	4	0.36
3. Impuestos nuevos que afecten al producto	3%	2	0.06
4. Inflación	4%	3	0.12
5. Inestabilidad política	3%	2	0.06
6. Bajo potencial de crecimiento de la empresa	5%	3	0.15
<b>SUB - TOTAL</b>	30%		0.99
<b>TOTAL</b>	100%		
<b>PUNTAJE: 1 (Muy malo) - 5 (Muy bueno)</b>			

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo al análisis interno y externo realizado para la empresa SK IMPORT SAC, mostramos en la siguiente tabla, nuestra estructura del FODA cruzado, donde los cuatro factores involucrados se relacionan para establecer una serie de estrategias que a largo plazo nos deben de resultar beneficioso.

Bajo este contexto, se realizan las combinaciones tanto de FO (Fortalezas y Oportunidades), DO (Debilidades y Oportunidades), FA (Fortalezas y Amenazas) y DA (Debilidades y Amenazas).

A continuación veremos nuestra matriz FODA:

Tabla 35 Matriz FODA

<p style="text-align: center;"><b>Factores Internos</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Factores Externos</b></p>	<p><b>Fortalezas</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Producto con alto beneficio al cliente.</li> <li>2. Plan de Marketing bien definido.</li> <li>3. Conocimiento del proceso de importación</li> </ol>	<p><b>Debilidades</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Empresa nueva en el mercado.</li> <li>2. Falta de posicionamiento de la empresa.</li> <li>3. Baja captación de clientes al inicio</li> </ol>
<p><b>Oportunidades</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Alta demanda del producto</li> <li>2. Plataformas Online</li> <li>3. Mejora de costes</li> </ol>	<p><b>Estrategias FO</b></p> <p>Promocionar los beneficios del producto mediante el uso de plataformas online.(F1,O2)</p> <p>Definir objetivos de ventas ante un incremento de demanda de producto.(F2,O1)</p> <p>Estructurar un proceso de importación y relación con proveedores para optimizar los costos.(F3,O3)</p>	<p><b>Estrategias DO</b></p> <p>Intensificar el uso de las plataformas Online, para captar seguidores y posicionar a la empresa.(D2,O2)</p> <p>Aumentar la demanda del producto y en corto plazo lograr ventas que nos de participación en el mercado.(D1,O1)</p> <p>Establecer promociones y descuentos para poder captar clientes en base al precio/beneficio y lograr alianzas con proveedores para mejorar el precio final.(D3,O3)</p>
<p><b>Amenazas</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Productos Sustitutos</li> <li>2. Mercado Competitivo</li> <li>3. Bajo potencial de crecimiento de la empresa</li> </ol>	<p><b>Estrategias FA</b></p> <p>Resaltar los beneficios de nuestro producto, frente a los sustitutos.(F1,A1)</p> <p>Reestructurar las estrategias de marketing para impulsar el crecimiento de ventas.(F2,A3)</p> <p>Optimizar los costos logísticos para brindar un precio más competitivo en el mercado.(F3,A2)</p>	<p><b>Estrategias DA</b></p> <p>Incrementar la publicidad de la empresa y el producto para posicionarnos en el mercado. (D2,A1)</p> <p>Penetrar el mercado en base a descuentos y promociones, mejores que la competencia.(D1, A2)</p> <p>Analizar la situación actual del mercado para elaborar nuevamente las estrategias de ventas.(D3,A3)</p>

Fuente: Elaboración Propia

### 3.3.6.2 Micro ambiente

Para este punto del análisis micro ambiente, nos basaremos en el estudio de las cinco fuerzas de Porter, con la finalidad de obtener una visión mucho más estratégica en la toma de decisiones, conocer nuestro entorno competitivo, la relación con nuestros proveedores, los clientes y cuáles son nuestras amenazas que encontramos a través de otros productos sustitutos, que puedan reemplazar nuestra oferta. En la siguiente imagen mostramos las cinco fuerzas establecidas por Michael Porter.



Imagen 17 Cinco Fuerzas de Porter

Tenemos el análisis de la empresa para las cinco fuerzas:

#### - Poder negociación de los clientes

No existe demasiado mercado para las lámparas solares LED, ya que se tienen otros productos sustitutos, es por ello, que trataremos de atraer a los clientes con las diferentes promociones de ingreso al mercado y descuentos que brindaremos,



aduciendo el ahorro de dinero que nuestro producto le da y la seguridad que puede tener en sus hogares; o como también la reducción de costos para las empresas que cuenten con nuestro producto e incluso impulsar la sostenibilidad. Para ello les ofreceremos un servicio personalizado a la venta.

#### **- Rivalidad entre empresas**

El mercado para las lámparas solares LED, no es tan competitivo hoy en día, si nos basamos en el producto en sí, ya que la competencia abarca una serie de productos para este mercado, que también pueden ser derivados a las lámparas solares LED. Nosotros entraremos como una empresa exclusiva a la variedad de lámparas solares LED e implementaremos un marketing diferenciado hacia el cliente, en donde el servicio sea más personalizado.

#### **- Amenaza de los nuevos entrantes**

La amenaza frente a los nuevos competidores no es muy constante, ya que la oferta de este producto es limitada aún, en nuestro país y los competidores actuales ya tienen una demanda que no es muy elevada pero los mantienen posicionados en el mercado.

Es muy probable que exista un interés en que nuevas empresas quieran ingresar a competir, ya que la tendencia a los productos sostenibles se encuentra en alza de aquí a 5 y 10 años, con lo que se debería ingresar con un buen plan de marketing.

#### **- Poder de negociación de los proveedores**

El proveedor principal para nosotros es quien nos proporcionará el producto a ofertar desde China y ellos lo que buscan es vendernos a un precio accesible y por

grandes cantidades, por lo que sí tienen interés en negociar su precio de venta y es un buen punto de partida.

Por los demás proveedores, al ser una empresa nueva, no tienen mucho interés en negociar, esto se irá reflejando con el tiempo y la demanda que tengamos del producto, y así entablar relaciones comerciales.

#### **- Amenaza de productos sustitutos**

Nuestras amenazas de productos sustitutos son las lámparas LED convencionales y los reflectores LED, que cumplen las mismas funciones con la única diferencia del tipo de carga, ya que necesitan la luz convencional y eso proporciona un gasto. Esto si será una amenaza constante, pero trataremos de impulsar el consumo de energía renovable, para poder establecer un mercado propio.

### **3.4 Estrategias de venta y distribución nacional**

SK IMPORT SAC al ser nuevo en el rubro, aplicará diferentes estrategias para hacer llegar el producto a los ojos del consumidor y tener competitividad en el mercado, esto no significa un modo de vender, sino el crear la necesidad de compra al cliente y fidelizarlo a la empresa. Para esto elaboraremos el plan de acción a base de estrategias y así lograr posicionar nuestro nombre comercial y diferenciarnos de la competencia.

#### **3.4.1 Estrategias de segmentación**

La empresa ha desarrollado la segmentación de mercado en base a cuatro criterios, segmentación demográfica, geográfica, psicográfica y conductual, que con los cuáles se ha determinado la venta de Lámparas Solares LED según las personas con edades de 26 a 45 años del nivel socioeconómico B y C, y a las micro y

pequeñas empresas de los distritos de Independencia, Los Olivos, San Martín de Porres en Lima Norte.

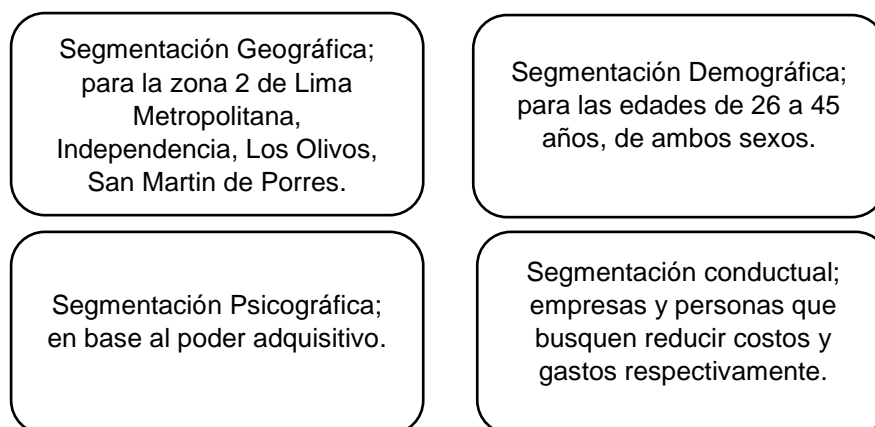


Imagen 18 Segmentación según criterios  
Fuente: Elaboración Propia

Según lo presentado, la venta de la lámpara solar LED está orientado a los distritos de Independencia, Los Olivos y San Martín de Porres. La estrategia a usar es la de concentración ya que es una zona con tendencia a uso de energía solar para los próximos 5 a 10 años, tanto en hogares como las micro y pequeñas empresas, con lo cual se usa la estrategia de concentración, ya que estará dirigido a un solo mercado, identificado con las mismas necesidades y a la cual nosotros como empresa queremos satisfacer y a su vez crear una ventaja competitiva para ellos.

### 3.4.2 Estrategias de posicionamiento

SK IMPORT SAC, es una empresa nueva que pretende ingresar al mercado y tratar de posicionar el producto en la mente del consumidor y por lo cual, nos vamos a basar en dos estrategias fundamentales, que aplicará en un mismo sentido para ambos grupos de mercado objetivo, que son las personas y el sector empresarial.

- **Estrategia por beneficios del producto:** al ser un producto relativamente nuevo en el mercado, tenemos que incentivar el ahorro de energía eléctrica y

por ende el ahorro en gastos por consumo de electricidad, tanto para las familias como para las micro y pequeñas empresas en sus costos.

- **Estrategia de Impulsar Sostenibilidad:** parte de un beneficio es la que la lámpara funciona a base de la energía solar, con lo cual se hace uso de un recurso renovable y libre de contaminación y la empresa incentivará el cuidado del medio ambiente y la sostenibilidad.

### 3.4.3 Estrategias de ingreso al mercado

SK IMPORT SAC, para esta estrategia de ingreso al mercado, utilizamos la herramienta de la Matriz de Ansoff en donde clasificamos el producto-mercado en base al criterio de novedad o actualidad, para ello tenemos 4 cuadrantes con criterios y tenemos que elegir la mejor opción a llevar a cabo, como podemos ver en la siguiente imagen:



Imagen 19 Matriz de Ansoff

Según la aplicación de la Matriz Ansoff, SK IMPORT SAC aplicará la estrategia de penetración de mercados, ya que las lámparas solares LED ya existen en el mercado, pero recién está empezando a encontrar mercado objetivo, es por ello

que intentaremos aumentar la necesidad del consumidor, con los beneficios que ofrece el producto y en base a la publicidad tanto del ahorro de dinero, como del uso sostenible de la energía solar.

#### **3.4.4 Estrategias de distribución comercial**

El canal de distribución que va a desarrollar SK IMPORT SAC, será de forma directa hasta el consumidor final, independientemente de la forma de venta que se realice, ya que contaremos con dos modalidades, la tienda online, y venta corporativa.

Para cada forma de venta, se mantendrá la calidad del producto y la atención, por lo tanto cuando se trate de una venta online, el proceso de entrega es un punto importante, ya que se tendrá mucho cuidado en que el producto llegue en buen estado y sin incurrir a retrasos en tiempos, donde será en menos de 48 horas. Para ello tendremos diseñado la planificación de rutas y accesibilidad del medio de transporte para cada punto de entrega.

Se aplicará la estrategia de distribución selectiva, ya que contaremos con diferentes formas de comprar el producto, ya que no es una venta masiva pero si es limitada.

#### **3.4.5 Estrategias de branding**

Según Husbpot, una estrategia de Branding es el plan estructurado y a largo plazo que las empresas crean y ejecutan para posicionar su marca con objetivos específicos, y como ya se ha mencionado, la empresa no usará una marca propia y tendrá a la venta la misma del proveedor, dado que para el producto que ofertamos no es necesario, ya que tiene otro tipo de características que son más reconocidas por el cliente final y a través del nombre comercial, nos daremos a conocer en el mercado.

La marca que maneja el proveedor, es reconocida en China y con ello también llegaremos a los ojos del cliente final.

### **3.5 Estrategias de promoción nacional**

Las estrategias de promoción son uno de los recursos de marketing más importantes. Con ellas podrás dar a conocer tus productos, crear la necesidad de ellos en el mercado, incluso conseguir un buen posicionamiento de tu marca. (MGLOBAL, 2018)

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

Para la promoción de ventas, SK IMPORT SAC establecerá 3 herramientas estratégicas importantes, ya que al ser una empresa nueva en el mercado y con un producto que aún no es tan conocido, debemos iniciar con la captación de clientes directa.

##### **Asistir a ferias corporativas locales**

Asistir a ferias, es una gran oportunidad para poder ingresar al mercado, ya que podemos conseguir la oferta y demanda en un solo lugar, podemos realizar las ventas a gran cantidad de personas y/o empresas o en su defecto también se puede lograr relacionarse con una red de contactos que pueden ayudar al crecimiento futuro.

En estos eventos, que hoy en día debido a la crisis sanitaria y económica que vivimos, se realizan de manera virtual y es menos complicado poder hacer la gestión para participar en ellas, se aplicarán diferentes herramientas, como en la

comunicación y la empatía que se tendrá frente a los potenciales clientes para ofrecer el producto.

Las ferias nos dan varios beneficios como empresa y en la venta del producto, como el ir creando una imagen a la empresa y el nombre comercial, generar una red de contactos comerciales, conocer más a la competencia, considerar las tendencias del mercado y conocer de cerca a nuestro mercado objetivo, para saber sus opiniones sobre la oferta.

Como principales ferias para participar, tenemos las siguientes:

- Ferias organizadas por PROMPERU
- Sustainable Week
- Expo Energética
- LED Expo Perú
- Economía Verde

### **Visitas Comerciales**

Esto va principalmente para los clientes corporativos, ya que según la segmentación realizada, nos contactaremos con las empresas para coordinar una visita o una reunión para poder ofrecer los productos que ofrecemos, y poder entablar una relación comercial.

Para ello, empezaremos con las micro que tienen menos tiempo en el mercado, según nuestra segmentación de la actividad manufacturera. Con esto también daremos un trato personalizado, ya que la negociación se realizará para lograr un beneficio mutuo y generar acuerdos comerciales, y ser así proveedores permanentes; de esta forma iremos creando una imagen a la empresa y con el

transcurso del tiempo enviar nuestra carta de presentación a las pequeñas empresas que hemos seleccionado.

### **Tienda en local comercial a Largo Plazo**

Como una forma de venta directa y poder captar a los clientes, tendremos una tienda comercial, donde habrá un vendedor permanente ofreciendo la mercadería en stock y explicando de igual forma personalizada las características del producto.

En este punto, tendremos precios fijos y detallaremos los servicios post venta que se ofreceremos, también explicar los beneficios que tendrán y hacerles sentir la necesidad de comprar. Aquí el vendedor tendrá un rol muy importante, ya que mostrará sus habilidades y experiencia a la hora de vender y el compromiso con la empresa, en donde lo motivaremos, ofreciendo un incentivo remunerativo como una comisión por cantidad de ventas.

### **3.5.2 Propuesta de valor**

La propuesta de valor es el factor que hace que un cliente se incline por una u otra empresa y lo que busca es solucionar un problema o satisfacer una necesidad del cliente de manera innovadora. En este sentido, la propuesta de valor constituye una serie de ventajas o diferenciadores que una empresa o persona ofrece a los clientes o consumidores, resalta Alex Osterwalder (2015) en su libro Business Model Canvas.

Para obtener nuestra propuesta de valor, se utilizó la herramienta del lienzo. (Anexo 6)

SK IMPORT SAC, ofrece una propuesta de valor basada en el ahorro de dinero por consumo de luz, otorgando un producto con uso de energía renovable e inagotable



como es el sol, resaltando las características más importantes que posee, como una sencilla instalación y sobre todo la seguridad frente a accidentes y robos; este producto va dirigido tanto para los hogares de las personas, como para las empresas, añadiendo la evolución constante que nos encontramos sobre la sostenibilidad.

### **3.5.3 Estrategias de marketing digital y uso del e-commerce**

El concepto de marketing digital surgió a mediados de los años noventa, con el surgimiento de las primeras tiendas electrónicas (Amazon, Dell otros). El Social Media Marketing, también llamado Marketing en Redes Sociales, hace parte del Marketing digital aunque es un concepto que surgió varios años después. (Mejia, 2020).

A continuación tenemos las estrategias digitales que usaremos para nuestra promoción y ventas:

#### **Página Web**

La persona encargada del Marketing, realizará la creación de la página Web, ya que es una de las principales estrategias de marketing digital que debe realizar una empresa, en donde mostraremos los beneficios y calidad del producto, la información sobre la empresa y la marca, la, etc. Esto acompañada de una web muy dinámica y simple de utilizar, para que se pueda generar la interacción con el usuario.

El diseño de la página, contendrá diferentes herramientas que podrán ayudar a la ubicación del producto, tales como:

- Un catálogo, con las especificaciones y precio del producto.

- Una sección de contacto, donde el cliente pueda ingresar sus datos personales, tales como correo, número de teléfono y nombres, y así ponernos en contacto con él y realizar una atención más personalizada.
- Enlaces directos a las redes sociales, para que puedan darle un seguimiento más rápido.
- Imágenes y videos de la presentación del producto y su modo de uso.
- Información de la empresa y el desarrollo sostenible.
- Promociones y ofertas que se pueda tener por lanzamiento.

Con esto lograremos desarrollar una imagen y prestigio en el mercado, y una interacción mucho más rápida con los clientes, en donde estaremos al pendiente a sus consultas y dar respuesta, a la brevedad posible.

## **Redes Sociales**

Usaremos la estrategia de redes sociales para estar más al día con la interacción de los seguidores, y poder tener un feedback, con los comentarios y/o sugerencias que nos realicen de forma interna, de esta forma crear un círculo social que vaya creciendo a mediano plazo.

Buscaremos tener la mayor cantidad de seguidores a través de promociones y beneficios que impliquen la interacción de los mismos, y así de a pocos crear una confianza y comunicación todo el tiempo con ellos, esto será mucho más directo que una página web. Además podemos obtener información de qué es lo más buscan las personas y también sobre nuestra competencia, y así estar más alertas.

Las redes sociales principales que usaremos, serán las siguientes:

- **Facebook:** Tendremos una fan page en Facebook, donde pondremos la opción directa de llamada y de whatsapp para poder realizar las consultas que nuestro

mercado pueda tener, y entablar una interacción, en base a historias, publicaciones de fotos, noticias, etc. También nos podrán escribir por inbox, y nos centraremos en no tener mucha demora para el tiempo de respuesta.

Mediante esta red social, también podemos obtener estadísticas relacionadas a cuantas personas estamos llegando de forma orgánica y cuantas personas están interesadas en adquirir nuestro producto.

- **Instagram:** es una buena plataforma social para poder interactuar con nuestro público objetivo, mediante las historias, videos cortos y largos, imágenes con efectos que podamos subir y atraer la atención de los seguidores. Además se pueden realizar promociones que los seguidores pueden participar de una manera más simple, ya que también nos mantiene al tanto de las tendencias, y nosotros involucrarnos en ellas.

Esta red social, también nos brinda estadísticas sobre nuestro público objetivo y de esa forma obtener datos de a cuanta gente estamos llegando y cuantos están interesados en nuestro producto.

- **YouTube:** contaremos con un canal en youtube, ligado a las demás redes sociales, y subiremos videos mostrando los beneficios del producto y la variedad que ofrecemos.

## **Publicidad Online**

Viene a ser la aplicación de Adwords en las herramientas de búsquedas, como Google, para poder posicionar nuestro producto y nombre comercial rápidamente en las primeras líneas de búsqueda, con palabras que involucren nuestra oferta. Aquí también se incluye Facebook Ads, Instagram Ads, etc. Según la tendencia, es la que mejores resultados trae.

Para esto, se realiza un pago por publicidad en cierto tiempo, este precio varía de acuerdo a la cantidad de días y personas que queremos alcanzar nuestras publicaciones.

### 3.6 Políticas de estrategia de precio

Para SK IMPORT SAC, el precio es un valor agregado que queremos tener frente a la competencia, ya que más allá de ofrecer el beneficio del ahorro de dinero en el hogar, también tenemos que tener un precio cómodo y accesible a nuestro mercado objetivo, el cual les permita tener más intereses en la compra.

Áreas internas	Áreas externas
<ul style="list-style-type: none"><li>• Costes.</li><li>• Cantidad.</li><li>• Precios.</li><li>• Beneficios fijados.</li><li>• Medios de producción.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mercados.</li><li>• Tipos de clientes.</li><li>• Zonas geográficas.</li><li>• Canales de distribución.</li><li>• Promoción.</li></ul>

Imagen 20 Factores Internos y Externos para fijar precio

Fuente: Marketing XXI, 2020

Según la imagen mostrada, tenemos diversos factores internos y externos para analizar y poder fijar los precios. Con ello nosotros nos vamos a basar en la estrategia de estabilizar precios, buscando que nuestro mercado objetivo, encuentre nuestros productos en las diferentes formas de venta, a un mismo precio y con los mismos beneficios, esto también tomará impacto en la mente de los demandantes, ya que realizarán su propia comparación con la competencia.

## **4. PLAN DE LOGISTICA INTERNACIONAL**

Según Definición ABC (2015), La venta y la comercialización de los productos requieren de una buena calidad en los mismos, un buen servicio y un precio competitivo. Sin embargo, estos elementos no son suficientes, pues es necesario que con anterioridad a la venta de un producto haya una organización, es decir, una logística. La gestión logística se centra en obtener la máxima eficiencia en la cadena de suministro de un producto y, si esto tiene una proyección exportadora, se habla de la logística internacional.

### **4.1 Envases, empaques y embalajes**

Transportar los productos en buenas condiciones, es un elemento crucial, porque de ello dependerán, tanto el éxito de la venta, como la imagen de la empresa. Un artículo dañado equivale a un reembolso, y eso repercute en la caja y en la credibilidad del remitente. (Diario del Exportador, 2019)

#### **Envase**

Para el envase de las lámparas solares LED, el proveedor lo envía en una caja de cartón, donde lleva en la portada la marca, el nombre del producto en idioma inglés, y sus características, así como algunas imágenes de las mismas. Las medidas de la caja que va como envase son de 127\*51\*100mm y tiene un peso bruto de 0.2 kg. Y neto de 0.14Kg.



Imagen 21 Envase de Lampara Solar LED

## **Empaque**

Es cualquier material que encierra o protege un artículo con o sin envase con el fin de preservarlo y facilitar su entrega al consumidor. También se le conoce como “Embalaje Secundario”. (Packsys, 2012).

Para este caso, el empaque del producto, serán cajas de cartón, en donde contendrán 100 unidades de lámpara solar LED, estas cajas de cartón, van a proteger y conservar los productos durante las operaciones de transporte internacional y siempre siendo respetuosos con el medio ambiente.

Las cajas de cartón serán de canal simple, ya que con el tiempo siguen demostrando su efectividad. Las cajas son telescópicas y están fabricadas con un cartón resistente, soportan bien la manipulación y casi todo tipo de movimiento; son ideales para el traslado de mercancía masiva. Son apilables y reutilizables, son reconocidas para cualquier tipo de negocio con facilidad.

Las medidas de la caja para la lámpara solar LED de 20 piezas serán las siguientes: 52\*26.7\*52 cm y con un peso bruto de 20Kg y para el de 36 piezas LED serán de 59\*19\*41cm y con un peso bruto de 15.50 kg.



Imagen 22 Empaque del producto

## **Embalaje**

Son todos los materiales, procedimientos y métodos que sirven para acondicionar, presentar, manipular, almacenar, conservar y transportar una mercancía. El embalaje en su expresión más breve es la caja o envoltura con que se protegen las mercancías para su transporte y almacenamiento. Es conocido también como “Embalaje Terciario o Reembalaje”. El stretch film es el embalaje por excelencia. Sirve para transportar la mercancía de un lugar a otro sin problemas. (Packsys, 2013).

Las cajas de cartón de lámparas solares LED, estarán apiladas en pallets y forrada con stretch film. El pallet a usar será el estándar, ya que son óptimos para nuestro traslado de mercadería y sobre todo para el transporte marítimo, las medidas del pallet son de 120\*100\*12cm.

En la siguiente imagen mostraremos una referencia de nuestro embalaje:



Imagen 23 Embalaje de la mercadería

## **4.2 Diseño del rotulado y marcado**

El marcado o rotulado de los empaques ayuda a identificar los productos facilitando su manejo y ubicación en el momento de ser monitoreados. Se realiza mediante impresión directa rótulos adhesivos stickers o caligrafía manual en un costado visible del empaque. (hvegmon, 2012).

### **4.2.1 Diseño del rotulado**

El rótulo de los productos es cualquier marbete, marca u otra materia descriptiva o gráfica, que se haya escrito, impreso, estarcido, marcado en relieve o en bajo



relieve o adherido al producto, su envase o empaque, destinada a informar al consumidor sobre las características de un alimento. (INDECOPI, 2013).

El rotulado del producto, estará puesto en la caja que tiene como envase, donde indicará la marca del producto proveedor, las certificaciones. Según mostramos en la imagen.

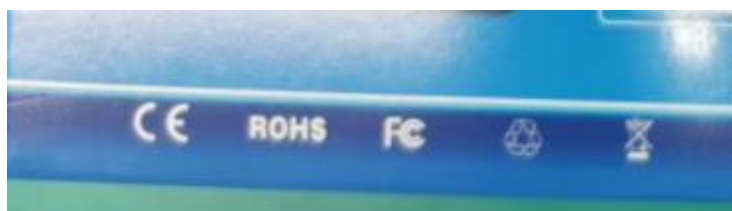


Imagen 24 Rotulado del producto

#### **4.2.2 Diseño de marcado**

El marcado es la forma de identificar cada pieza de la carga, de manera que ésta llegue al destino correcto en condiciones óptimas. Sigue estándares internacionales. El sistema métrico debe usarse siempre que sea posible. Por su localización, está en estrecha relación con el embalaje. (Mobileport, 2017).

El marcado de la mercancía, hace referencia a la forma de cómo se va a identificar nuestra carga, para poder facilitar su manejo y la ubicación durante se manipule; este marcado debe cumplir una función de legibilidad, indelebilidad, localización, suficiencia y conformidad. Entre los tipos de marcas en el transporte internacional, tenemos tres: marca estándar, marca informativa y marca de manipulación.

#### **Marca estándar**

En este mercado, contendrá la información sobre el importador, en este caso SK IMPORT SAC, el destino, dirección, número de referencia y unidades. A continuación, se muestra la información necesaria a consignar:

IMPORTADOR:	SK IMPORT SAC
DIRECCIÓN:	AV. CARLOS IZAGUIRRE 2838 – SAN MARTIN DE PORRES
DESTINO:	LIMA - PERÚ
PUERTO DE DESCARGA:	CALLAO - PERÚ
ORDEN DE COMPRA:	2021-001
CANTIDAD:	100 UNDS

#### **Marca Informativa**

Hace referencia a la información adicional que aparece en el empaque, tales como país de origen, peso bruto, peso neto, dimensiones, principalmente:

EXPORTADOR:	SHENZHEN TSC LIMITED
DIRECCIÓN:	CENTER ROAD #31, GUANGDONG
PUERTO DE EMBARQUE:	SHENZHEN
PAÍS DE ORIGEN:	CHINA
ORDEN DE COMPRA:	2021-001
CANTIDAD:	100 UNDS
PESO BRUTO:	14.5KG
PESO NETO:	12KG
DIMENSIONES:	52x26.7x52cm

## Marca de manipulación

Es la información sobre el manejo y advertencias en el momento de manipular o transportar la carga, se utilizan símbolos pictóricos establecidos en la Norma ISO 780 y 7000 “Instrucciones sobre manejo y advertencia”. (Mobileport, 2017).

Para nuestro empaque, el proveedor utilizará los siguientes símbolos de manipulación, que serán colocados en las cajas. A continuación observamos los pictogramas usados:

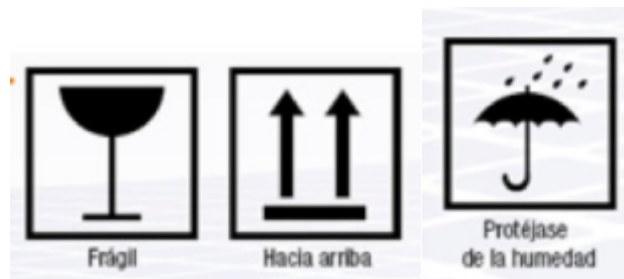


Imagen 25 Pictograma usado para embarque

El símbolo de protección contra la humedad, supone un medio de protección para las cajas y el producto, ya que este material, no está fabricado para ser altamente resistente a la humedad y son susceptibles a este tipo de ambiente, la marca hacia arriba, donde indica de que lado debe estar apilada la caja en el palet y en todo movimiento; y el pictograma de frágil, ya que son aparatos pequeños que con mucho movimiento, pueden provocar un daño al funcionamiento.

### 4.3 Unitarización y cubicaje de la carga

En el almacenamiento y la distribución de mercancías tanto nacional como internacional por lo general se aplica el método de unitarización de la carga, que consiste en el agrupamiento físico de mercancías (básicamente contenidas en cajas, paquetes, otros elementos desunidos o carga suelta) en unidades superiores

de carga; es decir, si por ejemplo se agrupan 80 cajas de atún en un pallet, el pallet se constituye en una unidad de carga; si 24 pallets se introducen en un contenedor, el contenedor representa una unidad de carga. Esta agrupación en unidades superiores de carga facilita el traslado de la mercancía de manera segura (conservando la integridad de la carga), rápida e indivisible. (Logistica360, 2018).

### **Paletización**

Considerada uno de los primeros intentos de unitarización, la paletización consiste en colocar sobre una plataforma o pallets las mercancías (cajas básicamente) para facilitar su transporte, almacenamiento y manipulación. Esta modalidad está normalizada en base a dimensiones estándar de la ISO. No obstante, las dimensiones del pallet van, asimismo, acordes con las dimensiones del producto o envase y del lugar donde se realiza el transporte, y facilitan enormemente el levantamiento y manejo de la carga. (Logistica360, 2018)

El proveedor utilizará pallets de madera para la unitarización de la carga, y serán las standar, cumpliendo con todos los requisitos requeridos como la NIMF 15. La paletización estará relacionada a la cantidad de mercadería que se comprará.



Imagen 26 Paleta americana

El desarrollo de la unitarización se realizará por cada producto, debido a que las medidas de las no son los mismos para los dos.

Para la caja de 100 unidades de lámparas solares LED de 20pzas. 1W cuenta con un tamaño de 52\*267\*52cm y un peso bruto de 14.5 Kg. Se enviarán 24 cajas en una paleta y el peso bruto total es de 363 Kilogramos.

Tabla 36 Unitarización de Lámpara Solar LED 1W

<b>Paleta</b>		
<b>Ancho</b>	<b>100</b>	<b>Centímetros</b>
<b>Largo</b>	<b>120</b>	<b>Centímetros</b>
<b>Altura según apilamiento</b>	<b>220</b>	<b>Centímetros</b>
<b>N° de unidades por ancho de paleta</b>	<b>2</b>	<b>Unidades</b>
<b>N° de unidades por largo de paleta</b>	<b>4</b>	<b>Unidades</b>
<b>Niveles de caja</b>	<b>4</b>	<b>Niveles</b>
<b>Total de cajas por paleta</b>	<b>24</b>	<b>Cajas</b>
<b>Total de unidades por paleta</b>	<b>2400</b>	<b>Unidades</b>
<b>Peso neto por paleta</b>	<b>288</b>	<b>Kilogramos</b>
<b>Peso bruto por paleta</b>	<b>363</b>	<b>Kilogramos</b>
<b>N° de paletas por Importación</b>	<b>1</b>	<b>Paletas</b>
<b>N° de unidades por embarque imp.</b>	<b>2400</b>	<b>Unidades</b>
<b>N° de cajas por embarque imp.</b>	<b>24</b>	<b>Cajas</b>
<b>Peso neto por embarque imp.</b>	<b>288</b>	<b>Kilogramos</b>
<b>Peso bruto por embarque imp.</b>	<b>363</b>	<b>Kilogramos</b>
<b>N° de importaciones al año</b>	<b>2</b>	<b>Envíos</b>
<b>N° de unidades anuales</b>	<b>4800</b>	<b>Unidades</b>
<b>N° de cajas anuales</b>	<b>48</b>	<b>Cajas</b>
<b>Peso neto anual</b>	<b>576</b>	<b>Kilogramos</b>
<b>Peso bruto anual</b>	<b>726</b>	<b>Kilogramos</b>

Fuente: Elaboración Propia

Con respecto a las lámparas solares LED de 2.5W, serán apiladas en 40 cajas, las medidas de estas cajas son de 59\*19\*41 cm y un peso bruto de 15.5 kilogramos, en cada caja entran 50 unidades, por lo que tenemos un peso bruto total de 635 Kilogramos.

Tabla 37 Unitarizacion de Lámpara Solar LED 2.5W

<b>Paleta</b>		
<b>Ancho</b>	<b>100</b>	<b>Centímetros</b>
<b>Largo</b>	<b>120</b>	<b>Centímetros</b>
<b>Altura según apilamiento</b>	<b>220</b>	<b>Centímetros</b>
<b>N° de unidades por ancho de paleta</b>	<b>5</b>	<b>Unidades</b>
<b>N° de unidades por largo de paleta</b>	<b>2</b>	<b>Unidades</b>
<b>Niveles de caja</b>	<b>4</b>	<b>Niveles</b>
<b>Total de cajas por paleta</b>	<b>40</b>	<b>Cajas</b>
<b>Total de unidades por paleta</b>	<b>2000</b>	<b>Unidades</b>
<b>Peso neto por paleta</b>	<b>560</b>	<b>Kilogramos</b>
<b>Peso bruto por paleta</b>	<b>635</b>	<b>Kilogramos</b>
<b>N° de paletas por Importación</b>	<b>1</b>	<b>Paletas</b>
<b>N° de unidades por empaque imp.</b>	<b>2000</b>	<b>Unidades</b>
<b>N° de cajas por embarque imp.</b>	<b>40</b>	<b>Cajas</b>
<b>Peso neto por embarque imp.</b>	<b>560</b>	<b>Kilogramos</b>
<b>Peso bruto por embarque imp.</b>	<b>635</b>	<b>Kilogramos</b>
<b>N° de importaciones al año</b>	<b>2</b>	<b>Envíos</b>
<b>N° de unidades anuales</b>	<b>4000</b>	<b>Unidades</b>
<b>N° de cajas anuales</b>	<b>80</b>	<b>Cajas</b>
<b>Peso neto anual</b>	<b>1120</b>	<b>Kilogramos</b>
<b>Peso bruto anual</b>	<b>1270</b>	<b>Kilogramos</b>

## **Contenerización**

La contenerización es un método de transporte de mercancías que utiliza contenedores. El uso de contenedores ha facilitado en gran medida esta función de la cadena de suministro consiguiendo que los exportadores ya no tengan necesidad de desplazar sus bienes hasta el puerto, al poder enviar las mercancías en contenedores que viajan a través de diferentes medios intermodales. (Logistica360, 2018)

Aquí tenemos algunas características del container que usaremos:

### **Contenedor 20'pies**

**Peso Máximo: 21,850kg – Volumen Max.: 28-30m3**

## LCL - Compartido

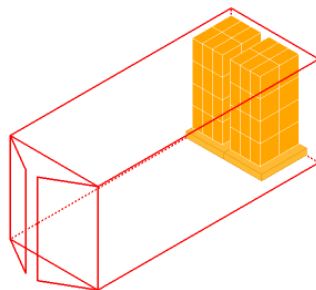


Imagen 27 Unitarización contenedor Dry 20 pies



Imagen 28 Contenerización LCL

Se ha determinado que la mejor opción para movilizar la carga bajo la modalidad LCL (Less Than Container Load) dentro de un contenedor de 20 pies, con lo cual, si bien es cierto implica un peligro en los tiempos y el no saber cómo llegará la mercadería, nos va a permitir ahorrar costos.

### 4.4 Cadena de DFI de exportación/importación

La Cadena de Distribución Física Internacional constituye una de las herramientas que permitirá superar los problemas de competitividad de las empresas en el mercado internacional, logrando con ello un mayor posicionamiento de los productos, y paralelamente, un mayor nivel de rentabilidad en las exportaciones e importaciones, dado el mayor control de las operaciones en todo su alcance, ya sea

en los costos involucrados, en los tiempos de transporte y en las condiciones en las cuales son entregadas las mercancías al consumidor final. (Opazo, 2006).

Para el presente proyecto, la cadena de distribución física internacional se efectuará desde el punto de vista del importador; involucrando todas las actividades, procesos y operaciones necesarias para trasladar el producto desde el almacén del proveedor en origen (China) hasta entregarlo en nuestro almacén en el país de destino (Perú). Toda esta cadena considerará el mejor tiempo posible de entrega, con el menor costo posible para ejecutarlo.

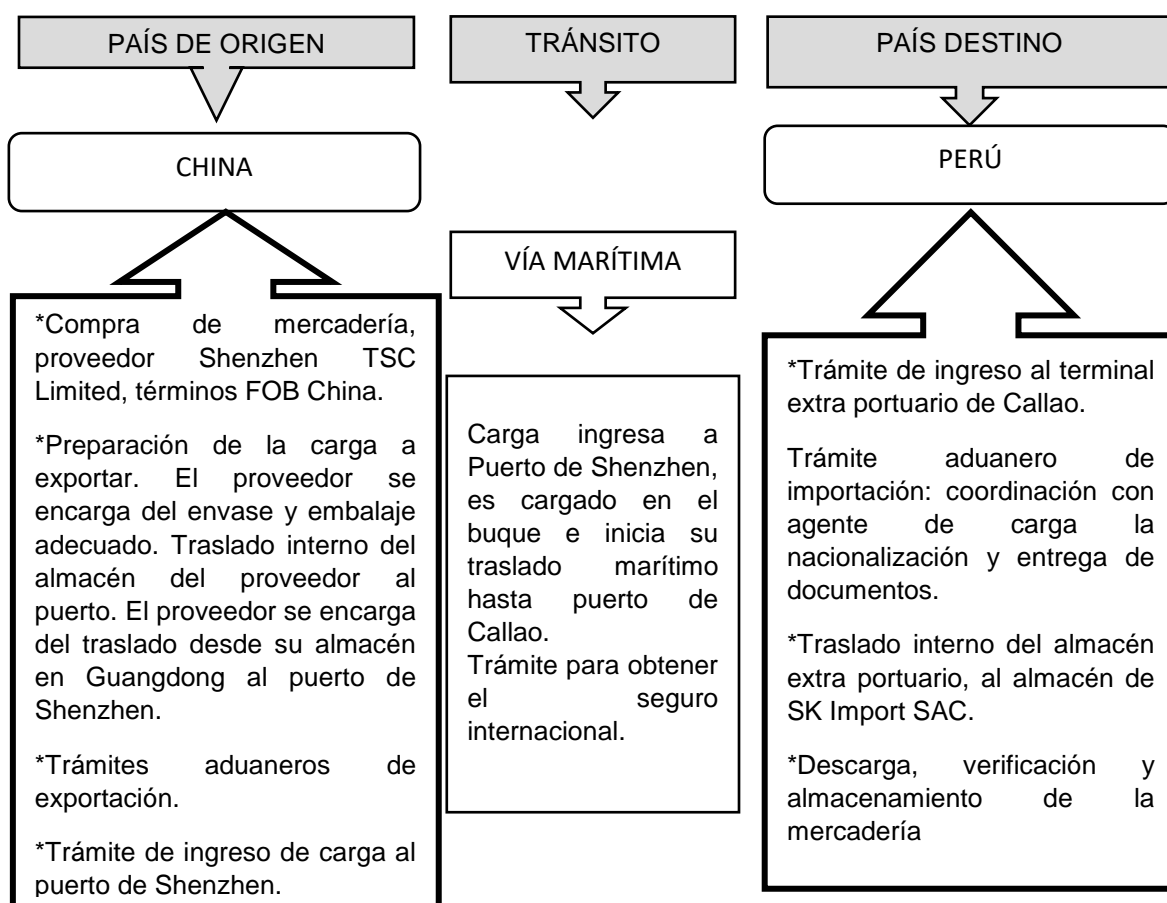


Imagen 29 Cadena DFI - SK IMPORT  
Fuente: Elaboración propia

Observando la imagen del DFI de forma general, tenemos la presencia de dos contactos directos, uno del proveedor, que es con quien se hará el acuerdo comercial de la compra del producto; y luego la empresa importadora, que es quien



contratará los servicios de varios agentes que intervengan en el proceso de importación. Entre estos agentes, está el agente de carga, para que brinde el servicio de transporte internacional de importación, buscando agilizar la nacionalización, retiro y entrega de carga, y también tenemos el agente aduanero, que ayudará con el trámite de importación ante la Aduana Marítima del Callao.



Imagen 30 Cadena DFI

### DFI País de origen

El proveedor de SK IMPORT SAC será la empresa SHENZHEN TSC LIMITED, ubicada en el distrito de Guangdong – Shenzhen; es una empresa de alta tecnología que integra desarrollo, diseño, fabricación y servicio de ventas. Manejan los principales productos incluyen: lámparas LED, lámparas solares, electrónica de consumo, productos deportivos, etc. Tiene una venta anual de 2.5 millones de dólares y es una de las empresas chinas con más proyección en China, para las ventas en tecnología.

- Selección del proveedor

Se seleccionó al proveedor principalmente por tener menos tiempo de entrega y un precio cómodo, y sabiendo que es una empresa con gran proyección nacional e internacional. Para esta selección se evaluaron a dos empresas que nos ofrecieron el mismo producto, a continuación tenemos los criterios más relevantes:

Tabla 38 Criterios para seleccionar a proveedor

<b>Criterios</b>	<b>SCHENZHEN TSC LIMITED</b>	<b>Ningbo Yuancheng Plastic Co., Ltd</b>
<b>Producto</b>	Lampara Solar LED	Lampara Solar LED
<b>Variedad</b>	SI	SI
<b>Precio Lámpara Solar LED 1W</b>	\$1.3 UNIDAD	\$1.5 UNIDAD
<b>Precio Lámpara Solar LED 2.5W</b>	\$3.8	\$3.9
<b>Origen</b>	Guangdong - China	Zhejiang - China
<b>Experiencia</b>	2 años	1 año
<b>Tiempo de Entrega</b>	inmediato	inmediato
<b>Distancia</b>	7 días	15 días

Fuente: Elaboración propia

Según los criterios que se evaluaron, la empresa con mayor puntaje fue Schenzhen TSC Limited, ya que cuenta con mayor ventaja frente a la otra empresa evaluada, en donde el principal criterio con mayor ponderado es el precio y seguido por el tiempo de entrega, que son dos factores importantes para nuestro flujo de DFI; ambos nos muestran proyección de ventas favorable y productos de calidad y su experiencia en el mercado es muy parecida, pero las facilidades para hacer la compra, también son un factor que como empresa, nos ayuda a tomar decisiones y para complementar es la variedad de productos que nos ofrecen, ya que podemos expandir nuestra variedad en la venta.

Tabla 39 Evaluación de criterios para selección de proveedor

Criterios	Nivel de Importancia	SCHENZHEN TSC LIMITED	Puntaje	Ningbo Yuancheng Plastic Co., Ltd	Puntaje
Producto	5%	4	0.2	4	0.2
Variedad	15%	5	0.75	3	0.45
Precio	25%	4	1	3	0.75
Origen	10%	4	0.4	4	0.4
Experiencia	20%	3	0.6	3	0.6
Tiempo de Entrega	15%	4	0.6	3	0.45
Distancia	10%	4	0.4	3	0.3
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>		<b>3.95</b>		<b>3.15</b>
<b>PUNTAJE: 1 (Muy malo) - 5 (Muy bueno)</b>					

Fuente: Elaboración propia

- Roles de proveedor en lugar de origen

Siguiendo con el proceso de la cadena DFI, considerando la compra en términos FOB, el proveedor tendrá una serie de obligaciones hasta tener nuestra mercadería en el puerto de origen, liberada y lista para entrar a buque, realizando todos los trámites correspondientes de exportación, coordinando con el agente de carga designado y consolidando el envío de los documentos de embarque a nuestra empresa.

- **Preparar la carga:** preparar la mercancía según lo establecido en el contrato de compraventa, el envase, embalaje, embalaje y marcado adecuado.
- **Unitarización y llenado:** la unitarización se realiza mediante el uso de paletas de madera y se encarga del llenado del contenedor, asegurando la integridad de la mercadería.
- **Coordinación de embarque:** realizará la coordinación con el agente de carga designado, entregando la documentación pertinente y solicita la reserva de salida más próxima de embarque, en base al tiempo de demora del trámite de exportación.

- **Trámite de exportación:** realiza la liberación del producto y mercadería bajo su responsabilidad.
- **Traslado interno:** transportan la mercancía y asumen los costos hasta entregarla a bordo del buque en puerto de origen.
- **Envío de documentos:** con la mercancía liberada y en embarque, el proveedor envía todos los documentos de embarque.

### **DFI Tránsito**

En este punto, nos referimos a las actividades o movimientos que sufrirá la carga, para el traslado desde el punto de origen en el país de exportación (China), hasta su llegada al punto de destino en el país importador (Perú). Los principales aspectos a considerar para nuestro plan, de nuestro proveedor de agente de carga, en una comparativa de precios, ya que nuestro medio de transporte será marítimo al representar un menor costo, definiremos nuestro agente aduanero y el seguro internacional de carga.

- Ventajas del transporte marítimo

Nuestro medio de transporte para traer la mercadería, será por medio marítimo, ya que nos resulta el más óptimo en cuanto a costos y no es algo muy necesario a evaluar en comparación con el medio aéreo; aquí presentamos algunas ventajas del transporte marítimo:

- Costo bajo, a pesar del gran recorrido de distancia, en comparación a otro medio de transporte.
- Mayor seguridad en cuestión de condición climática, debido a los robustos que son los buques, no es muy habitual cancelar un embarque por estos motivos.

- Mayor espacio de almacenamiento en comparación a otro medio de transporte, con grandes recorridos.
- Se pueden transportar diversidad de productos, que el medio aéreo en muchas veces no puede.

En la siguiente tabla, observamos la información final en cuanto a cantidad de envíos y número de unidades anual que importará SK IMPORT SAC:

Tabla 40 Información de Embarque de SK IMPORT SAC

<b>Información de Embarque</b>		
Número de paletas por importación	2	Paletas
Peso neto por embarque importación	848	Kilogramos
Peso bruto por embarque	998	Kilogramos
Volumen por importación	3.47%	m3

Fuente: Elaboración propia

Teniendo definido nuestro medio de transporte y la información de embarque, debemos seleccionar al agente de carga encargado de realizar las coordinaciones de embarque con el proveedor en lugar de origen, pues la embarcación es con términos FOB, y también será el encargado del traslado internacional y por ende de evaluar y designar la mejor alternativa para el flete internacional.

- Selección del agente de carga

Para la selección del agente de carga, se han realizado cotizaciones de dos proveedores que tienen reconocimiento en el rubro, y así poder seleccionar el más cómodo y que nos brinde todo el apoyo necesario, pero sobre todo nos garantice la seguridad de la mercadería, por ello estamos eligiendo a la empresa GDT INTEGRAL, ya que nos ofrece un precio cómodo del flete y garantiza el correcto traslado hasta los almacenes de SK IMPORT SAC. A continuación mostramos el comparativo de la cotización:

Tabla 41 Comparativo Cotización Agente de Carga

<b>Criterios</b>	<b>GDT INTEGRAL</b>	<b>TOP CARGO PERÚ</b>
Flete All In	\$ 486	\$ 495
Tiempo de tránsito	34 días	35 días
Sobrestadía	21 días	21 días
Almacenaje	25 días	25 días

Fuente: Elaboración propia

El agente de carga seleccionado GDT INTEGRAL, será el encargado de coordinar en puerto de origen con el proveedor, y nos brindará apoyo relacionado al embarque y nos dará la información necesaria, durante todo el tránsito de la mercadería, para dar más detalle especificaremos en los siguientes puntos:

- Recoger mercancía en lugar de origen y realizar la reserva de embarque para evitar retrasos.
- Nos cotizará el costo del flete, considerando el tipo de servicio que ofrece y el tiempo de tránsito, el cual tendrá un recorrido de 34 días, en donde por ser LCL la frecuencia de salida propuesta es semanal.
- Programación de embarque y emisión el documento de transporte realizado posterior al embarque, denominado conocimiento de embarque que es emitido a la salida de la nave y sustenta la mercancía embarcada.
- Transporte internacional, viene a ser el traslado de la mercancía hacia el deposito temporal.
- El agente de carga nos brindará el apoyo e información adecuada sobre el término de descarga de la nave, el traslado al depósito, la emisión del volante y demás servicios que ayuden a agilizar el proceso de desaduanaje.
- Se negociaron los costos asociados al transporte marítimo y que están relacionados al agente de carga, tales costos como la emisión de BL, el agenciamiento marítimo, el THC y handling.

## DFI País de destino

Referente al país destino especificamos dos puntos importantes, el primero relacionado a los documentos requeridos para el ingreso de la mercancía a territorio nacional y el segundo se refiere al uso de un agente de aduana que será el encargado de actuar en representación de la empresa, ante la aduana peruana.

✓ Requisitos de acceso al mercado peruano

Para el ingreso de las lámparas solares LED con sensor de movimiento al mercado peruano, se considerarán los trámites previos que se deben realizar para poder ingresar. No existe una restricción específica para la importación de este tipo de productos o un certificado especial, por lo que entre los documentos que debemos considerar encontramos el certificado de origen y los documentos comerciales como la factura, packing list, documentación de embarque y seguro.

A continuación, especificamos los documentos necesarios, en donde la factura comercial, certificado de origen y packing list lo proporciona el proveedor, mientras que el documento de transporte y seguro es dado por el agente de carga.

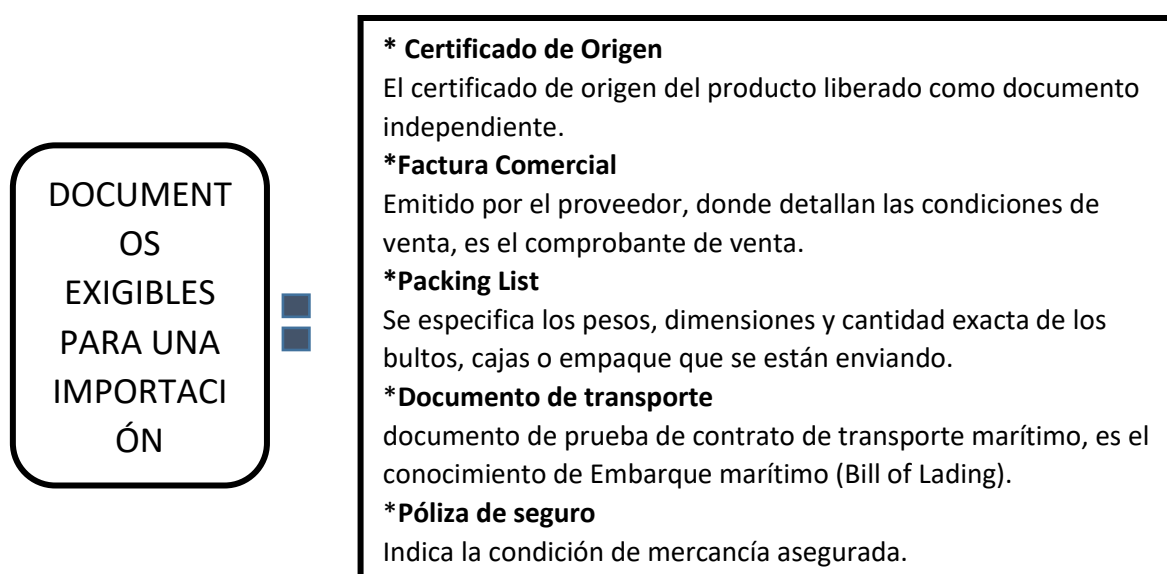


Imagen 31 Documentos necesarios para el trámite de Importación

✓ Selección de Agente de aduana

Un intermediario importante dentro de la cadena logística de importación, es el agente aduanero, que es la persona o ente encargado de representar al importador ante la Aduana peruana, es quien facilita la importación de la mercancía y realiza los trámites de nacionalización para poder liberar la carga.

Para el caso SK IMPORT SAC, la agencia de aduana con la que trabajaremos será GDT INTEGRAL, básicamente porque nos resulta más económico y aparte de ello cuenta con experiencia en todo el trámite aduanero, y nos brindará una atención personalizada y rápida conforme a lo que requerimos.

A continuación, mostramos una comparativa de cotización realizada a dos Agencias aduaneras importantes en el rubro y que ambas cuentan con certificación OEA, lo cual nos brinda mucho respaldo con respecto a la experiencia y responsabilidad de su trabajo.

Tabla 42 Comparativo de cotización de Agencia Aduanera

<b>FACTORES</b>	<b>PALACIOS &amp; ASOCIADOS</b>	<b>GDT INTEGRAL</b>
<b>Comisión</b>	\$ 160	\$ 150
<b>Gastos Operativos</b>	\$ 50	\$ 50
<b>Transporte a SMP</b>	\$ 90	\$ 85
<b>Previos y Aforos (Canal Rojo)</b>	\$ 100	\$ 80
<b>Servicio Extra. (Canal Rojo)</b>	\$ 80	\$ 75
<b>Movilización (Canal Rojo)</b>	\$ 70	\$ 70
<b>Certificación OEA</b>	SI	SI

Fuente: Elaboración propia



Según nuestra tabla mostrada, la cotización nos sale favorable para GDT INTEGRAL, los cuales también nos representan como agente de carga, por ello unificaremos todo con una misma empresa para mantener el orden y transparencia a toda la documentación.

### **Cuantificación de demora en la cadena de DFI de SK IMPORT SAC**

Según la evaluación realizada, en los puntos anteriores sobre la cadena de distribución física internacional, en el siguiente cuadro hemos resumido los aspectos considerados en cada etapa de la cadena de DFI, tanto de origen, tránsito internacional y de destino, a cada punto se le ha asociado el tiempo de demora y tenemos el costo total que esto va a generar.

Tabla 43 Tiempo de la cadena DFI de SK IMPORT SAC

<b>Cadena DFI</b>	<b>Responsable</b>	<b>Actividad</b>	<b>Tiempo (días)</b>
<b>DFI País Origen</b>	Proveedor	Carga lista para embarque	7
		Unitarización y llenado	1
		Coordinación de embarque	5
		Trámite de exportación	
		Traslado interno	
		Envío de documentos	
<b>DFI Tránsito</b>	Agente de carga	Tránsito Internacional	34
		Seguro Internacional	
<b>DFI país destino</b>	Agente de carga	Arribo y descarga de nave	2
		Traslado depósito temporal	1
		Agenciamiento de carga	1
		Trámite documentario y otros	
	Agente de Aduana	Agenciamiento de aduana	1
		Transporte interno y devolución de contenedor	1
Agente de carga	Otros		
<b>TOTAL DIAS</b>			<b>53</b>

Fuente: Elaboración Propia

#### **4.5 Seguro de las mercancías**

En este punto del seguro de mercancía, es de mucha importancia en las operaciones de comercio exterior, y es debido a que durante el tránsito internacional o durante las operaciones de carga y descarga en origen y destino, se generan riesgo de daño, pérdida o faltante de mercaderías, aún están protegidas con el embalado y al poder tener un seguro brindan una mejor forma de enfrentar los riesgos.

SK IMPORT SAC, solicitará el seguro que nos brinda el mismo operador logístico, con un valor de \$70.80 dólares cotizado, ya que necesitamos tener segura la mercancía porque se tiene aún más riesgo por el tipo de embarque en que se encuentra, que es de LCL y hay distinta variedad de mercancía, con lo cual, más allá de los problemas climáticas existentes, se pueden dañar en el momento de la carga y descarga de mercancía. Con esto la empresa aseguradora nos cubriría el valor de la mercancía, ante cualquier eventualidad o riesgo.

## **5. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL**

### **5.1 Fijación de precios**

La fijación de nuestro precio, es básicamente, lo que atraerá más a los clientes y es muy importante para SK IMPORT SAC. El precio se determinará en función de dos métodos, el primer método es el basado en los costos, hallando los costos fijos y variables y asignando un margen de ganancia, y el segundo método es el basado en la competencia, en donde se evalúan los precios de los principales importadores y comprando los precios de venta. Cada método será evaluado de manera particular, con el objetivo de establecer un punto de referencia por el cual se debe definir el precio.

Cabe mencionar que un producto ya se comercializa en el mercado de Lima y el otro se encuentra escaso, pero ninguno cuenta con la promoción que debería, por ende el precio que asignemos, tenemos que relacionarlo en definitiva con el que ya está en el mercado, y que nuestros clientes puedan validar que el producto es de calidad y el precio a ofertar está acorde al mercado.

#### **5.1.1 Costos y precios**

##### ✓ Método basado en los costos

El método basado en los costos, ayudará a establecer el precio mínimo que se debe considerar para no generar pérdidas, pero no significa que sea el precio máximo que se va a considerar como precio de venta.

Para hallar el precio en base a este método, se deben calcular los costos de comercio internacional, de distribución y administración en donde tenemos los

costos fijos y variables, sobre esto se agrega un margen que corresponde a la ganancia que se va a generar por la venta del producto.

En la siguiente tabla mostramos las cantidades que se usarán para un envío y el precio FOB unitario y total.

Tabla 44 Cuadro de unidades requeridas y precio FOB

Producto	Costo FOB	Cantidad	Valor FOB
Lámpara solar LED 20pz. 1W	1.3	2400	3,120.00
Lámpara solar LED 36pz. 2.5W	3.8	2000	7,600.00
<b>Total FOB</b>			10,720.00

Fuente: Elaboración Propia

Al ser SK IMPORT SAC, una empresa importadora nueva, que ingresa al mercado, consideraremos como precio base el costo de compra de las lámparas solares LED, en términos FOB negociados con el proveedor. A continuación mostraremos la tabla donde se observa el costo de importación hallado para el embarque a realizar, tomando como referencia nuestro valor de producto en términos FOB China.

Tabla 45 Costo de compra internacional (En dólares americanos)

<b>Valor FOB</b>	10,720.00
<b>Flete</b>	486.00
<b>Seguro</b>	70.80
<b>Valor en aduana CIF</b>	11,276.80
ADV 6%	676.61
Imp. Gen. Vtas 16%	1,804.29
Imp. Prom. Mun 2%	225.54
Percepción 3.5%	465.73
<b>Costo tributario</b>	676.61
<b>Gastos tributarios y demás derechos</b>	3,172.16
Transporte interno	85.00
Gastos operativos	50.00
Visto bueno	120.00
Descarga	35.00
Almacenaje	200.00
<b>Costo operativo logístico</b>	490.00
<b>Agente de aduana</b>	150.00
<b>Documentos</b>	15.00

<b>Transferencia bancaria</b>	41.00
<b>Costo de gestión operativo</b>	204.00
<b>Costo operativo de importaciones</b>	1,370.61
<b>Valor de mercancía importada</b>	11,276.80
<b>Costo de compra internacional</b>	12,647.41
<b>Costo total de Importación</b>	12,647.41

Fuente: Elaboración propia

Según el cálculo realizado en la tabla anterior, el costo de compra internacional para una importación, tiene un valor de USD 12,647.41 por toda la gestión de aduanas y transporte hasta que la mercadería esté puesta en los almacenes de SK IMPORT SAC. Este costo es expresado en dólares, y este costo será calculado en soles para poder facilitar el posterior cálculo del precio de venta, cabe mencionar que esto está relacionado a un embarque realizado y dependiendo de la demanda, si aumentará la cantidad de productos; cabe mencionar que realizaremos 2 embarques al año.

A continuación, se presentan todos los costos de una forma desagregada, los cuales ayudarán a determinar el costo total del producto junto con el costo variable y costo fijo, antes de asignarle un margen de ganancia, que nos permitirá obtener el precio de venta.

✓ Costos Directos

Tabla 46 Costo Unitario de Importación en Dólares

<b>Producto</b>	<b>Costo FOB</b>	<b>Factor</b>	<b>Costo Unit. de Imp.</b>
Lámpara solar LED 20pz. 1W	1.3	1.179	1.53
Lámpara solar LED 36pz. 2.5W	3.8	1.179	4.48

Fuente: Elaboración propia

En la siguiente tabla, se detallan los costos de importación anual de SK IMPORT SAC, en el cual se ha considerado todos los costos y gastos hasta puerto de destino.

Tabla 47 Costo de producto importado (En soles)

Producto	Costo	Cantidad	Costo por Imp.	Costo Anual
Lámpara solar LED 20pz. 1W	5.59	2400	13,426.45	26,852.90
Lámpara solar LED 36pz. 2.5W	16.35	2000	32,705.46	65,410.92
<b>TOTAL</b>				<b>92,263.82</b>

Fuente Elaboración Propia

✓ Gasto de personal

Tabla 48 Gasto de personal (Expresado en Soles)

	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
gerente general	1	1,615.00	19,380.00
Encargado logística	1	1,415.00	16,980.00
Encargado adm y finanzas	1	1,415.00	16,980.00
<b>Total Gasto de personal</b>		<b>4,445.00</b>	<b>53,340.00</b>

Fuente: Elaboración propia

✓ Materiales Indirectos

Tabla 49 Materiales indirectos (Expresado en soles)

	Costo unitario	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Recogedor	8.50	1	8.50	8.50
Escoba	14.00	1	14.00	14.00
Desinfectante	15.00	1	15.00	90.00
Papel Higiénico	15.50	1	15.50	186.00
Tacho de basura	45.50	2	91.00	91.00
Jabón líquido	5.50	1	5.50	66.00
<b>Total Materiales indirectos</b>			<b>149.50</b>	<b>455.50</b>

Fuente: Elaboración propia

En las tabla 48 podemos observar, el costo indirecto que se está considerando como el pago al personal que va a laborar en las instalaciones de la empresa y en la tabla 49, a los costos tomando en cuenta los útiles de aseo que usaran durante el año de ejercicio en la empresa.

✓ Gastos Indirectos

Tabla 50 Gastos indirectos (Expresado en soles)

	Costo mensual	Costo anual
Servicios (luz, agua, internet)	220.00	2,640.00
Alquiler local	1,000.00	12,000.00
<b>Total gastos indirectos</b>	<b>1,220.00</b>	<b>14,640.00</b>

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 50, mostramos los gastos indirectos que se pagarán para las instalaciones de SK IMPORT SAC, en donde tendremos los servicios primarios, como luz, agua e internet, y el monto por el alquiler del local, todo esto será un pago mensual.

✓ Gastos Administrativos

Tabla 51 Gastos administrativos (Expresado en soles)

	Costo unitario	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Hojas bond	13.00	1	13.00	26.00
Archivador	5.40	8	43.20	86.40
Lapiceros	8.00	1	8.00	8.00
Perforador	7.50	3	22.50	22.50
Engrapadora	8.00	3	24.00	24.00
Blocks	7.50	5	37.50	75.00
Asesor contable	150.00	1	150.00	1,800.00
Asesor de marketing	1,000.00	1	1,000.00	12,000.00
<b>Total gastos administrativos</b>			<b>1,298.20</b>	<b>14,041.90</b>

Fuente: Elaboración propia

✓ Gasto de Ventas

Tabla 52 Gasto de Ventas (Expresado en soles)

	Total S/.
Página web, dominio y correo	600.00
Gastos de feria	1,200.00
Alimentación	100.00
Movilidad	150.00
Merchandising	300.00
Facebook empresarial	800.00
Instagram publicidad	800.00
Visitas comerciales	500.00
<b>Total gasto de ventas</b>	<b>4,450.00</b>

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 51 mostramos los gastos administrativos que tendremos, tales como los materiales de oficina que se comprarán y del personal que tendrá la empresa pagando por recibo por honorarios, como el asesor contable y el encargado de todo el marketing, y posteriormente vemos en la tabla 52 el gasto de ventas que básicamente, serán nuestros medios por los cuales obtendremos las ventas y será como inversión, como en lo digital y las ferias.

A continuación, mostraremos el costo fijo total resumido, en donde se detalla los totales de cada uno de los valores descritos en los puntos anteriores. El costo fijo total asciende a S/. 86,927.40 soles para un año de actividades, que incluyen los costos de gasto de personal, materiales indirectos, los gastos fijos indirectos, los gastos administrativos y los gastos de ventas; estos costos son todos los importes que la empresa pagará independientemente de su nivel operativo.



Tabla 53 Total Costo fijo en soles

<b>Gasto personal</b>	53,340.00
<b>Materiales indirectos</b>	455.50
<b>Gastos indirectos</b>	14,640.00
<b>Gastos administrativos</b>	14,041.90
<b>Gasto de ventas</b>	4,450.00
<b>Costo fijo Total</b>	<b>86,927.40</b>

Fuente: Elaboración propia

En cuanto al costo variable, la siguiente tabla muestra el costo estimado de manera anual.

Tabla 54 Costo variable total en soles

Lámpara solar LED 20pzas. 1W	26,852.90
Lámpara solar LED 36pzas. 2.5W	65,410.92
<b>Costo Variable Total</b>	<b>92,263.82</b>

Fuente: Elaboración propia

El cálculo del costo total, corresponde a la suma del costo fijo y variable, ambos representados de manera anual. A continuación vemos la tabla donde se ha calculado dicho costo.

Tabla 55 Cálculo costo total en soles

<b>Costo fijo</b>	<b>Costo Variable</b>	<b>Costo total</b>
86,927.40	92,263.82	<b>179,191.22</b>

Fuente: Elaboración propia

Considerando que el costo total anual es de S/. 179,191.22 soles, por cada producto se distribuye un Costo Variable Unitario para las Lámparas Solar LED de 1W (5.59 soles) y Lámpara Solar LED de 2.5W (16.35 soles) y se suma el costo fijo dividido anualmente para cada producto, luego de ello se le agrega un margen de ganancia que tendrá de 30% para cada producto, para que finalmente obtengamos el precio de venta sumando el IGV respectivo.

Tabla 56 Cálculo del precio de venta

Descripción	CV Unitario	CF Unitario	Costo Unitario	Margen de Ganancia	Valor de Venta	IGV 18%	Precio de Venta
Lampara solar LED 20pz. 1W	5.59	9.88	15.47	30%	22.10	3.98	26.08
Lampara solar LED 36pz. 2.5W	16.35	9.88	26.23	30%	37.47	6.75	44.22

Fuente: Elaboración propia

✓ Método basado en la competencia

Este método será analizado para identificar cuál es el precio referencial que actualmente tiene el mercado peruano para las lámparas solares LED con sensor de movimiento con 20 focos LED de 1W y para los de 36 focos LED de 2.5W, y de esta forma se determinará si el producto será considerado alto para el promedio actual.

Asimismo, se hizo una verificación de los precios de las principales marcas de lámparas solares LED que se encuentran en el mercado, y se investigó sobre 3 principales tiendas online para verificar dichos precios y cabe mencionar que actualmente se venden sólo de forma online y no se encuentran disponible en tienda, con lo que al precio establecido, le agregan un sobrecosto por envío.

En la siguiente tabla se observa el precio promedio en las tiendas online de Linio, Mejor precio y Promart para las lámparas solares LED con sensor de movimiento de 1W y para el caso de 2.5W vemos que sólo lo ofrecen por Mercado Libre.

Tabla 57 Precio de venta de competencia

Precio	LINIO	PROMART	MERCADO LIBRE
Lámpara solar LED 20pz. 1W	S/.29.00	S/.29.00	S/.29.90
Lámpara solar LED 36pz. 2.5W	-	-	S/.50.00

Fuente: Elaboración propia

Según este análisis se observa que el precio que ofrecerá ENERGY LAMP PERU (nombre comercial) está acorde al promedio de la competencia, y cabe mencionar,

que un punto fundamental para que el precio sea competitivo, es el sobre costo que se realizará para la entrega, ya que puede variar según cada empresa y al ser más conocidas en el mercado, fluctúan entre los S/. 8.00 y S/. 15.00 soles.

### **5.1.2 Cotización Internacional**

Tomando en cuenta que la empresa importará Lámparas solares LED, se debe solicitar una cotización al proveedor considerado en este proyecto. Esta cotización servirá para saber y tener claros los costos para el producto importar, ya que de acuerdo a ello como empresa, se debe manejar de forma adecuada.

Tras el contacto realizado con el proveedor vía correo electrónico, se obtuvo una cotización por la compra de las lámparas solares LED, en este documento se han establecido las condiciones más importantes de venta, en donde deberá ser en términos de Incoterm FOB y la forma de pago será mediante transferencia bancaria.

A continuación, se presenta el modelo de cotización que el proveedor envía en base a lo acordado.

## SHENZHENN TSC LIMITED

Add.: First floor, building 1, workshop, no 31, central road, pingdi Street, longgang district, shenzhen  
Mob.: (86) 13417506925 Fax.: (86) 755-84112620 P.C: 518117

November 3rd, 2020

Dear Cesar Torrico

Quotation Sheet of Solar Garden Light

**PRODUCT:**

**SPECIFICATION:** LED SOLAR LAMP WITH MOTION SENSOR 20pcs.

Solar Panel: 0.1W/5.5V

LED qty: 20pcs

Lamp size: 96\*126\*50mm

**PACKING:**

Inner box: 127\*52\*100mm/0.14 kg

Carton box: 52\*26.7\*52cm

**GW:** 14 kg

**QUANTITY:** 2,400 units

**PRICE FOB CHINA:** USD \$ 1.3 x unit Price

**SPECIFICATION:** LED SOLAR LAMP WITH MOTION SENSOR 36pcs.

Solar Panel: 2.5W/5.5V

LED qty: 36pcs

Lamp size: 30\*180\*110mm

**PACKING:**

Inner box: 114\*34\*198mm/0.3 kg

Carton box: 59\*19\*41cm

**GW:** 15.5 kg

**QUANTITY:** 2,000 units

**PRICE FOB CHINA:** USD \$ 3.8 x unit Price

**PAYMENT TERM:** T/T (30% in advance, balance before shipment)

**TRANSPORT MODE:** Maritime Shipping

**PORT O SHIPMENT:** CALLAO-PERU

*MR. PANDY ZHENG*  
*MARKETING MANAGER*

## **5.2 Contrato de compra venta internacional y sus documentos**

El contrato de compraventa es aquel documento por escrito que evidencia el acuerdo de voluntades celebrado entre partes domiciliadas en países diferentes, a través del cual se transfiere la propiedad de mercancías que serán transportadas a otro territorio, teniendo como contraprestación el pago de un precio; e incluye las condiciones de transporte, seguro y entrega (Incoterms), términos de pago, así como la forma en que se solucionará el litigio de la manera más expeditiva posible. (Diario del exportador, 2020).

En la etapa de la negociación previa a la firma del contrato de venta internacional se establecerá una negociación entre el exportador y el importador para definir las condiciones del contrato para lo cual se tendrá en cuenta la cultura de negocios del exportador Chino, que comúnmente son informales, este contrato también se realizará en el idioma Inglés que es un idioma universal y así poder lograr el entendimiento necesario y generar confianza en ambas partes(para efectos de nuestro plan lo presentaremos en idioma español).

A continuación mostramos algunos aspectos que se tomarán en cuenta en el contrato de compraventa internacional.

Tabla 58 Información del plan para elaboración del contrato internacional

Aspectos de la Compraventa Internacional	Información del Plan de Negocios
Las partes	Exportador: SHENZHEN TSC LIMITED Importador: SK IMPORT SAC
La vigencia del contrato	Válido por 30 días
La Mercancía	Lámpara Solar LED 20pcs 1w y 36pcs. 2.5w
La Cantidad	4400pcs
El Envase	Caja de cartón
El Embalaje	Cartón simple
El Transporte	Marítimo
Fecha máxima de Embarque	7 días después de recibido el primer pago
Lugar de Entrega	Puerto Shenzhen
Incoterm	FOB Shenzhen
Gastos	Flete internacional, seguro y gastos logísticos en lugar destino, asumido por el Importador
Transmisión de Riesgos	La responsabilidad del exportador culmina con la mercancía a bordo del buque elegido por el comprador en el puerto convenido
Seguro	Asume Importador
Moneda de Transacción	Dólares americanos
Precio	Precio FOB unitario \$1.3 – \$3.8 Precio FOB total \$10,720
Forma de Pago	30% al inicio – 70% Fecha de Embarque
Medio de Pago	Transferencia Bancaria
Documentación	Factura comercial, Packing List, BL y 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).

Fuente: Elaboración Propia

Para revisar el contrato de compraventa Internacional completo, revisar el Anexo 9.

### 5.3 Elección y aplicación del Incoterm

En 1936, por vez primera, la Cámara de Comercio Internacional (ICC), publica los Incoterms 1936 (International Commercial Terms), que establece un conjunto de reglas internacionales para responder a una de las principales interrogantes existente en el comercio internacional. La comunidad de operadores del comercio

exterior han sido testigos de múltiples cambios y revisiones y nuevas ediciones de los Incoterms: 1953, 1967 y 1976. Con el tiempo y la transformación del comercio mundial, estas revisiones han tenido lugar periódicamente cada diez años, haciéndose efectivas a principios de cada década y dando lugar a los Incoterms 1980, 1990, 2000 y 2010. Siguiendo la dinámica de adaptación de estas reglas a las prácticas comerciales internacionales más recientes, una nueva edición ha sido publicada con diversas enmiendas a su antecesora de 2010: Incoterms 2020, que se convierte en la octava y más reciente a la fecha. (PERUCOMEX, 2020).

Según el contrato pactado y para poder determinar de manera clara y precisa los derechos y obligaciones que tendrá cada parte durante el proceso de compra y venta internacional, tanto el importador como el exportador, es por ello que se han evaluado y analizado los incoterms (International Commercial Terms), según los términos internacionales establecidos por la Cámara Internacional de Comercio, cuyo objetivo principal es facilitar las transacciones internacionales, gracias a la correcta aplicación e interpretación de estas reglas utilizadas y que son conocidas a nivel mundial.

Las reglas Incoterms regulan cuatro aspectos fundamentales, estos se muestran en la siguiente imagen:



Imagen 32 Reglas Incoterms

La última versión de estas reglas es la del 2020, que establece una serie de adecuaciones y mejoras en la interpretación de los términos comerciales. Incoterms 2020 mantiene 11 términos aceptados por la ICC con la con la codificación original inglesa de tres letras más una localización precisa, por ejemplo: “FOB Callao Perú”.

Tabla 59 Incoterms 2020

<b>Incoterms 2020</b>		
1. EXW	EX Works	En fábrica
2. FCA	Free Carrier	Franco transportista
3. CPT	Carriage Paid To	Transporte pagado hasta
4. CIP	Carriage and Insurance Paid to	Transporte y seguro pagados hasta
5. DAP	Delivered at Place	Entregado en punto de destino
6. DPU*	Delivered at Place Unloaded acordado	Descargado en el lugar de destino
7. DDP	Delivered Duty Paid	Entregado con derechos pagados
8. FAS	Free AlongSide ship	Franco al costado del buque
9. FOB	Free On Board	Franco a bordo
1. CFR	Cost and Freight	Coste y Flete
1. CIF	Cost, Insurance, Freight	Coste, Seguro y Flete

Fuente: Peru Comex, 2020

Para la elección del Incoterm, la empresa hizo una evaluación cualitativa de los términos CIF, FOB y CFR; haciendo una serie de preguntas que ayudaron a determinar el Incoterm correcto. En la siguiente tabla, observamos las preguntas realizadas, así como las respuestas, y según cada incoterm, establecer si aplica o no a la respuesta que tenemos.



Tabla 60 Evaluación cualitativa de Incoterms FOB, CIF, CFR

Preguntas	Respuesta	FOB Shenzhen	CIF Callao	CFR Callao
¿La mercadería será enviada en contenedor?	Sí	Aplica	Aplica	Aplica
¿Qué medio de transporte se utilizará para el envío?	Marítimo	Aplica	Aplica	Aplica
¿El Exportador se encarga de realizar los trámites aduaneros?	Sólo en origen	Aplica	Aplica	Aplica
¿Ex exportador asume los costos de carga de mercadería en origen?	Sí	Aplica	Aplica	Aplica
¿El exportador asume el embalaje y transporte hasta embarque de Origen?	No	Aplica	Aplica	Aplica
¿El importador asume los costos de transporte internacional y seguro?	No	Aplica	No aplica	No aplica

Fuente: Elaboración propia

Según el cuadro mostrado, una diferencia importante es quien asume el transporte internacional y el seguro, y por un tema de confianza con el proveedor y también de precios, nosotros como importadores asumiremos todo el costo desde que el proveedor deje la mercadería en el puerto de origen en Shenzhen, así que elegiremos el Incoterm FOB.

El objetivo de conocer el Incoterm, es para brindar mayor detalle a fin de que cada involucrado conozca cuales son las responsabilidades adquiridas de cada participante. A continuación detallaremos algunas características sobre el Incoterm seleccionado:

- ✓ El exportador asume la obligación de cargar la mercancía en embarcación en puerto de origen.
- ✓ El comprador asumirá los riesgos y hacerse cargo de los costos desde ese momento.
- ✓ El término de compra vende “franco a bordo”, es exclusivo para operaciones vía marítima.

- ✓ En los términos FOB, el exportador utiliza su agente de carga transitorio y agente de aduanas para mover la mercancía hasta el puerto de origen designado.
- ✓ El comprador debe asumir el transporte internacional y el seguro hasta el puerto destino.
- ✓ El comprador se hace responsable también de la descarga y manipulación en puerto destino, así como los trámites aduaneros y transporte interno.

#### **5.4 Determinación del medio de pago y cobro**

La determinación del medio de pago se define después de establecer la forma de pago; el cuál en función a la confianza que ambos pueden transmitir, el valor de la mercadería, tamaño de la empresa para otorgar créditos, seguridad, comisión, trámites, entre otros; la forma de pago más adecuada tanto para comprador y vendedor es por transferencia bancaria (T/T Telegraphic transfer).

En una transacción Internacional es necesario que el vendedor asegure la cobranza de la venta de las mercancías, como también, el comprador espera recibir la mercancía acordada. La internalización de las transacciones comerciales ha adoptado operaciones que otorguen garantías en su ejecución; por lo tanto, el comprador, así como el vendedor puedan realizar una compra-venta internacional segura.

- **Transferencias al exterior**

La transferencia al exterior se considera como un instrumento de pago simple y bajo costo, consiste en enviar fondos que hace el comprador al vendedor, para ello el banco del comprador se pone en contacto con el banco del vendedor a través de medios interbancarios electrónicos, el cual también es denominado orden de pago

simple. A continuación, tenemos el procedimiento de la recepción de la mercancía después de realizado el pago.

1. Se establece un acuerdo de compra-venta entre el importador (Comprador) y exportador (Vendedor).
2. El importador informa a su banco para realizar el pago de la mercancía a favor del exportador, total o parcial según lo acordado.
3. El banco del importador realiza la transferencia a favor del exportador.
4. La entidad del exportador recibe la transferencia.
5. El exportador embarca la mercadería con los documentos recibidos.

Para poder realizar la transferencia al exterior para una empresa debemos de tener ciertos datos:

- Razón social del beneficiario y su domicilio.
- Número de cuenta de destino
- Nombre, ciudad, estado y país del banco destino
- Código SWIT del banco.
- Motivo de transferencia
- Importe a transferir y divisa

El código SWIT es imprescindible para las redes de transferencia internacionales, para identificar correctamente la pertenencia de un banco a la red mediante una serie de entre 8 y 11 caracteres.

- **Comparación de bancos para determinar la comisión**

Una vez elegido el medio de pago, tenemos que escoger el banco con el cuál trabajaremos, y poder comenzar a realizar nuestras operaciones, contando principalmente con el código SWIFT y los datos ya mencionados. A continuación,

tenemos la diferencia de comisión fija por dos bancos, y escogeremos BCP al tener menor comisión.

Tabla 61 Comisión bancaria de banco BCP e INTERBANK

	<b>BANCO BCP</b>	<b>BANCO INTERBANK</b>
Comisión fija	\$ 50.00	\$ 41.00

Fuente: (Transferwise, 2020)

Cabe resaltar, que la transferencia tiene una demora de 3 a 5 días hábiles, y que la empresa SK IMPORT SAC, utilizará el medio de pago por transferencia bancaria, mediante el banco INTERBANK, y tener en cuenta que el adelanto que se realizará al proveedor es del 30% y posterior a eso, una vez estando la mercancía en puerto de embarque, se debe realizar la cancelación del monto restante.

### **5.5 Elección del régimen de Importación**

Según El diario del exportador (2020), los regímenes aduaneros son los tratamientos aplicables a las mercancías que se encuentran bajo potestad aduanera y que, según su naturaleza y fines de la operación se clasifican en definitivo, temporal, suspensivo o de perfeccionamiento. En el Perú, la ley General de Aduanas aprobada por el Decreto Legislativo N° 1053 determina los regímenes aduaneros.

Para el caso de SK IMPORT SAC, el régimen aduanero que aplicará para el proyecto es el de importación para el consumo, que se encuentra dentro de la clasificación de régimen definitivo, la cual mediante este régimen, el producto importado ingresará a territorio nacional luego del pago de los derechos arancelarios y demás impuestos aplicables, para luego de ello disponer del producto de forma legal y libre, autorizando su comercialización.

Se debe mencionar las siguientes características para el régimen:

- Grava tributos como el Ad Valorem, impuesto de promoción municipal, impuesto general a las ventas, impuesto selectivo al consumo y derechos antidumping y compensatorios.
- Autorización para importar tanto a personas naturales con o sin RUC, y las personas jurídicas.
- Requiere de documentos básicos como la factura, documento de transporte, seguro de mercadería, Declaración Aduanero de Mercancías (DAM), comprobante de pago.
- Cuenta con canales de control verde (no requiere revisión ni documentaria, ni física), naranja (revisión documentaria) y rojo (reconocimiento físico).
- Tiene tres modalidades de destinación de mercadería, el despacho anticipado, urgente y excepcional.

Al seleccionar el régimen de Importación para el Consumo, SK IMPORT SAC, acepta realizar y cumplir con el procedimiento de declaración y pago necesario. Para nuestro producto importado, se ha identificado que según la partida arancelaria que presentan las lámparas solares LED, los impuestos que está gravada la importación es el Ad Valorem, IGV y el IPM, y no se encuentran contemplados en la relación de mercancía prohibida o restringida, además se seleccionará el despacho excepcional para destinar las mercaderías.

## **5.6 Gestión aduanera del Comercio Internacional**

La destinación aduanera que se manifestará en la declaración que elabore el agente de aduana de SK IMPORT SAC, es el de importación para el consumo y se dará días antes de la llegada de la carga al puerto del Callao, ya que con anterioridad el operador logística envía a nuestra empresa el aviso de llegada,

documento donde está contenido la línea naviera y buque en la que llega la carga. El nombre de la empresa que emite el visto bueno, la cantidad de bultos, peso y volumen, y el puerto del callao como destino.

Es importante conocer cuál es el procedimiento que se debe llevar durante la gestión aduanera de importación, pues esto nos ayudará a saber exactamente el tiempo que podría demorar la nacionalización de un embarque particular, dando la oportunidad de calcular los tiempos de entrega correctos.

De acuerdo a lo abarcado en nuestro plan, dentro de nuestro despacho aduanero y habiendo elegido el Régimen de importación para el consumo, en nuestro caso, la modalidad de despacho a proseguir será el anticipado, la cual nos permitirá solicitar la destinación aduanera antes de la llegada del medio de transporte a nuestro país, pudiendo inclusive el importador, obtener el levante de la mercancía una vez descargada la misma en el terminal portuario.

## 5.7 Gestión de las operaciones de Importación: Flujograma

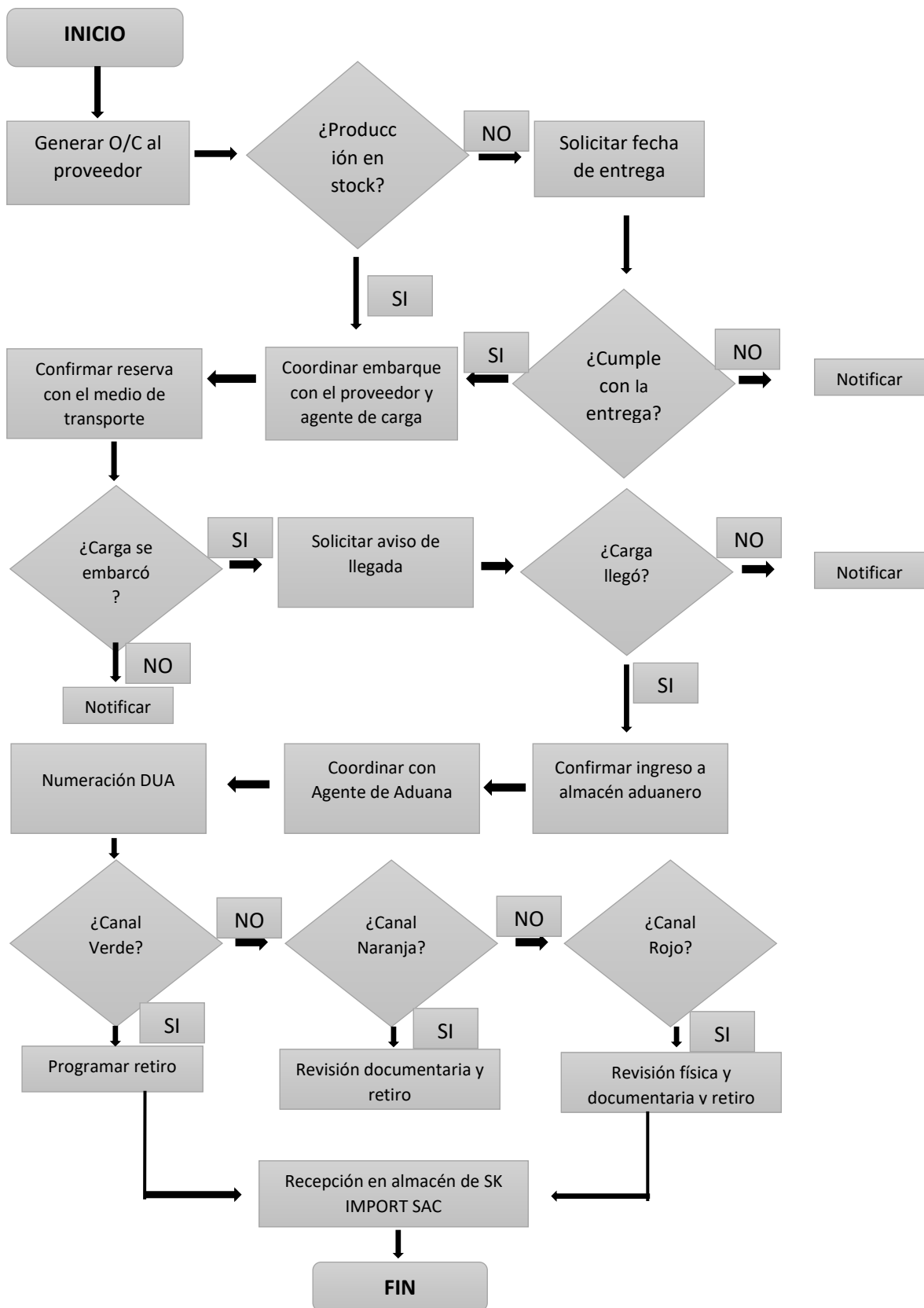


Imagen 33 Flujograma de operaciones de Importación

### 5.8 Gestión de las operaciones de producción del bien o servicio a ejecutar: Flujograma

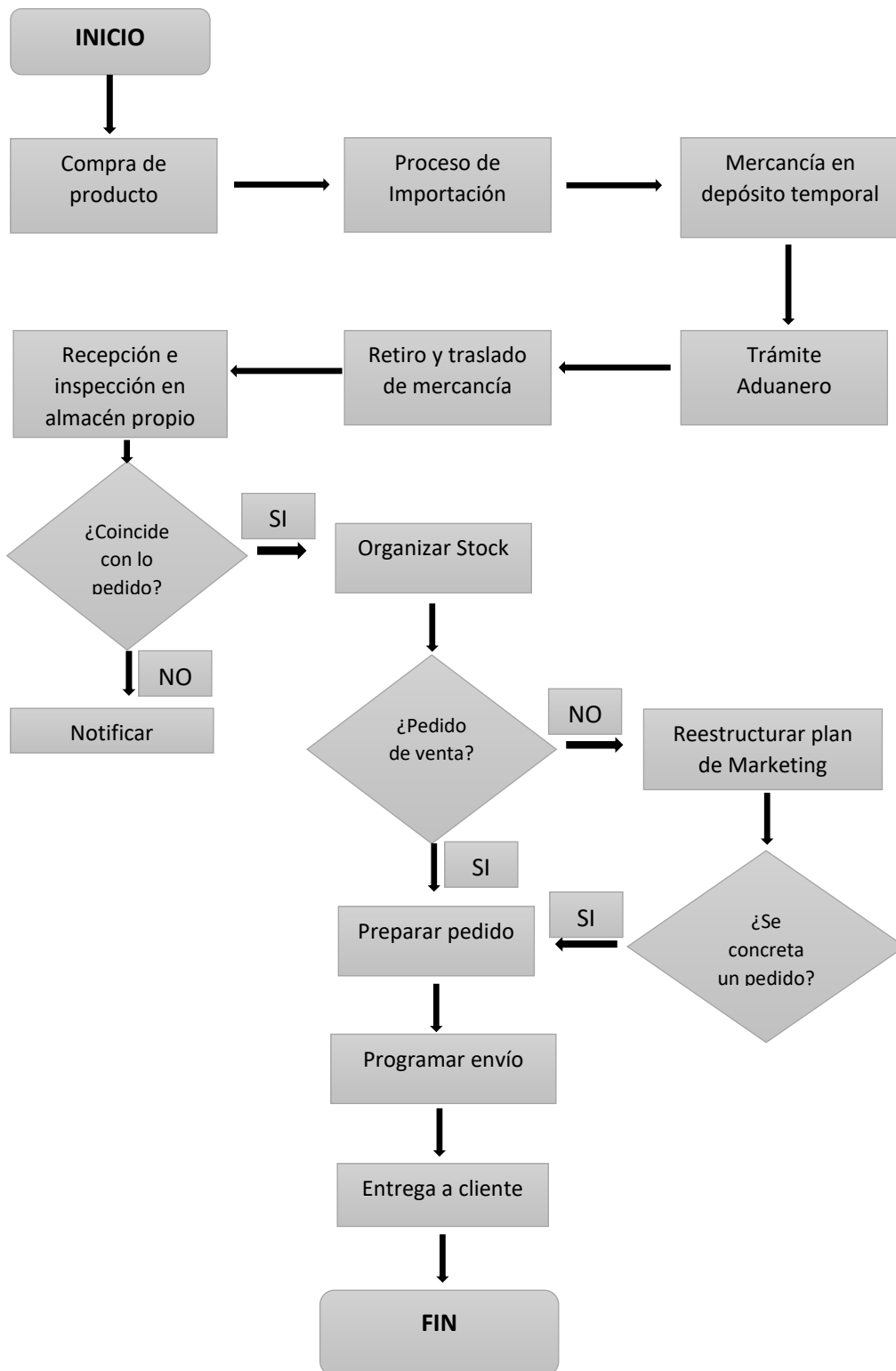


Imagen 34 Flujograma de operaciones



## 6. PLAN ECONOMICO FINANCIERO

### 6.1 Inversión fija

Son los activos que presenta la empresa, por medio de compras o adquisiciones que se realizan a la hora de constituir la organización y forman parte de base de una inversión, la cual se divide en activos tangibles e intangibles.

#### 6.1.1 Activos Tangibles

Son los activos que se pueden ver y tocar y que proporcionan beneficios económicos por ser resultado de una previa compra.

Tabla 62 Activos Tangibles

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGTV	V. TOTAL
<b>EQUIPAMIENTO DE OFICINA</b>			<b>8,955.00</b>
Computadora y sistemas	3	2,000.00	6,000.00
Impresora	1	950.00	950.00
Estante de madera	2	160.00	320.00
Muebles escritorio y sillas	4	400.00	1,600.00
Mesa	1	85.00	85.00
<b>OTROS</b>			<b>885.00</b>
Extintores	2	85.00	170.00
Botiquín	1	250.00	250.00
Dispensador de agua	1	150.00	150.00
Microondas	1	180.00	180.00
Hervidor	1	55.00	55.00
Mochila de emergencia	1	80.00	80.00
<b>Total Tangible</b>			<b>10,725.00</b>

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 62 se observa el total de costo en activos tangibles, considerando las cantidades de acuerdo al tamaño de nuestra empresa, por ello tenemos muebles, equipos tecnológicos, eléctricos y de emergencia, que servirán a la empresa para iniciar actividades con normalidad y buen funcionamiento. El total de costos tangibles asciende a S/. 10,725.00 soles.

### 6.1.2 Activos Intangibles

Se trata de los activos de la empresa que no pueden ser percibidos físicamente en la empresa, por lo que es de naturaleza más de realizarse una acción, estos activos intangibles se caracterizan por carecer de sustancia física susceptible de valoración económica dentro de la empresa.

Tabla 63 Activos Intangibles

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL
Constitución de la empresa	1	650.00	650.00
Licencia de funcionamiento	1	110.00	110.00
Inspección de defensa civil	1	55.00	55.00
Diseño de página web	1	1,000.00	1,000.00
<b>Total Intangible</b>			<b>1,815.00</b>

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 63, se ha considerado como activos intangibles, el pago por constitución de empresa, licencia de funcionamiento, defensa civil, y diseño de página web, ya que según lo comentado, estos activos son aquellos bienes que no se pueden ver pero se encuentra dentro de la organización para que funcione con normalidad y de acuerdo a ley, en esto tenemos un monto total de S/. 1,815.00 soles.

### 6.2 Capital de Trabajo

Son todos nuestros recursos disponibles de forma inmediata que requiere la empresa para poder iniciar actividades y cubrir nuestros gastos al no recibir ingresos de ventas.

Tabla 64 Capital de Trabajo

<b>Capital de Trabajo</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo trimestral</b>
<b>Útiles de Limpieza</b>		149.50	221.50
Recogedor	8.50	8.50	8.50
Escoba	14.00	14.00	14.00
Desinfectante	15.00	15.00	45.00
Papel Higiénico	15.50	15.50	46.50
Tacho de basura	45.50	91.00	91.00
Jabón líquido	5.50	5.50	16.50
<b>Gastos administrativos</b>		1,298.20	3,598.20
Hojas bond	13.00	13.00	13.00
Archivador	5.40	43.20	43.20
Lapiceros	8.00	8.00	8.00
Perforador	7.50	22.50	22.50
Engrapadora	8.00	24.00	24.00
Blocks	7.50	37.50	37.50
Asesor contable	150.00	150.00	450.00
Asesor de marketing	1,000.00	1,000.00	3,000.00
<b>Gastos de personal</b>		4,445.00	13,335.00
gerente general	1,615.00	1,615.00	4,845.00
Encargado logística	1,415.00	1,415.00	4,245.00
Encargado adm y finanzas	1,415.00	1,415.00	4,245.00
<b>Gastos indirectos</b>		1,220.00	3,660.00
Servicios (luz, agua, internet)	220.00	220.00	660.00
Alquiler local	1,000.00	1,000.00	3,000.00
<b>Costo de producto</b>		13,416.00	46,133.00
Lampara solar LED 20pzas. 1W	5.59	13,416.00	13,427.00
Lampara solar LED 36pzas. 2.5W	16.35	32,700.00	32,706.00
<b>Gasto ventas</b>		4,450.00	4,450.00
Página web, dominio y correo	600.00	600.00	
Gastos de feria	1,200.00	1,200.00	
Alimentación	100.00	100.00	
Movilidad	150.00	150.00	
Merchandising	300.00	300.00	
Facebook empresarial	800.00	800.00	
Instagram publicidad	800.00	800.00	
Visitas comerciales	500.00	500.00	
<b>Imprevisto</b>		8,000.00	8,000.00
Caja		8,000.00	8,000.00
<b>Exigible</b>		1,000.00	3,000.00
Garantía de local	1,000.00	1,000.00	3,000.00
<b>Total Capital de trabajo</b>		<b>33,979</b>	<b>82,398.70</b>

En la tabla 64, observamos todo lo correspondiente a nuestros gastos administrativos, gastos de personal, gastos indirectos, gastos de ventas, los costos de materiales indirectos y los costos de producto que se va a importar, para este caso las lámparas solares LED con sensor de movimiento. Para SK IMPORT SAC, el capital de trabajo nos ayudará a tener liquidez y solvencia para los 3 primeros meses que comienzan las actividades, y el producto a importar demora en llegar un aproximado de 53 días y en ese lapso de tiempo no hay ventas, así que nos apoyaremos de nuestra capital de trabajo para cubrir todos los costos y gastos en que incurre la empresa, vemos que nos da un total de S/. 82,398.70 soles.

### 6.3 Inversión Total

Es el dinero total que se utilizará para dar inicio a las actividades de la empresa, esta inversión podrá ser con aporte propio y/o financiado por un préstamo bancario.

Tabla 65 Inversión Total

<b>Inversión total</b>	
Inversión Intangible	1,810.00
Inversión Tangible	9,840.00
<b>Inversión fija</b>	<b>11,650.00</b>
<b>Capital de trabajo</b>	<b>82,398.70</b>
<b>Total</b>	<b>94,047.70</b>

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla anterior, observamos el total de inversión que debemos tener para que la empresa pueda iniciar actividades de manera normal, y no entrar en contingencias, en este aspecto, dentro de la inversión total estamos considerando la inversión fija (inversión tangible e intangible) y el capital de trabajo, el cual asciende a un total de S/. 94,047.70.

## 6.4 Estructura de Inversión y Financiamiento

Tabla 66 Estructura de Inversión

Inversión Intangible	1,810.00
Inversión Tangible	9,840.00
Capital de trabajo	82,398.70
<b>Total</b>	<b>94,047.70</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tal como se muestra en la tabla anterior, se considera como estructura de inversión, a la inversión intangible y tangible, así como el capital de trabajo. La cual sumando nos da una inversión de S/. 94,047.70 soles.

Tabla 67 Estructura de financiamiento

<b>Datos de financiamiento</b>	
%Aporte propio	80%
%Financiado	20%
Préstamo a mediano plazo	18,810
Aporte propio	75,238
<b>Total</b>	<b>94,048</b>

Fuente: Elaboración propia

Como observamos en la tabla 67, se tiene nuestra estructura de financiamiento, la cual indica que nuestro aporte propio es de 80% y el financiamiento a través de préstamo a mediano plazo, será el 20% restante, el total se usará para poder iniciar las actividades de la empresa.

## 6.5 Fuentes financieras y condiciones de crédito

Tabla 68 Crédito para microempresas

<b>Moneda Nacional</b>	<b>ENTIDAD FINANCIERA</b>	<b>Tasa Efectiva Anual</b>
SOLES	SCOTIABANK	24%
SOLES	BBVA	16%
SOLES	Compartamos Financiera	20.5%

Fuente: BBVA, Scotiabank, Compartamos Financiera

En la tabla 68 mostramos las tasas correspondientes al Banco Scotiabank, BBVA y Compartamos Financiera, las cuales ofrecen a los clientes MYPE como capital de

trabajo y permitirnos de esa manera iniciar actividades de acuerdo al rubro que se indique. Para ello se analizaron algunas entidades financieras que operan en el Perú, y de las tres mencionadas tenemos una tasa efectiva anual de 24%, 16% y 20.5% respectivamente.

Dado que SK IMPORT SAC, es una empresa nueva en el rubro y que va a iniciar operaciones por primera vez, no se cuenta con historial crediticio, por lo que es mucho más complicado que la entidad financiera pueda dar un préstamo, entonces al verificar la situación y obteniendo información sobre las entidades analizadas, se realizará el préstamo con un aval financiero por parte del accionista que si cuenta con historial crediticio, en este caso del BBVA, el cual daría facilidades para otorgar el préstamo y de esta forma financiar la inversión parcial que necesita la empresa.

Tabla 69 Condiciones de crédito

<b>Monto Préstamo</b>	18,810
<b>Cuotas (Mensual)</b>	36
<b>Tasa Interés Mensual</b>	1.24%
<b>Cuotas anuales</b>	651.45

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla anterior, observamos las características de financiamiento de la empresa, la cual consta por un monto de préstamo bancario de S/. 18,810 soles que serán pagados en 36 meses (3 años) con una tasa efectiva mensual de 1.24%, dando un valor de cuota mensual de S/. 651.45 soles. En este caso, se está financiando el 20% de la inversión total y se terminará de pagar en 3 años para poder tener mayor liquidez en la empresa y mayor rentabilidad en lo invertido.

Las condiciones documentarias para obtener el crédito, de acuerdo al banco BBVA son:

- Demostrar buena experiencia crediticia en el sistema financiero.

- Contar con un reporte positivo de la central de riesgos de la Superintendencia de Banca y Seguro.
- Tres últimos pagos de IGV o Impuesto a la Renta (Sunat).
- Documento de identidad de los apoderados.
- Certificado de vigencia de poderes (no mayor a 3 meses).
- Solicitud de préstamo debidamente llenada y firmada.

A continuación se muestra el cuadro de amortización de deuda:

Tabla 70 Amortización de deuda

Numero cuota	Valor de la Cuota	Intereses	Capital	Saldo
				18810
1	651.45	234.09	417.36	18,392.64
2	651.45	228.90	422.55	17,970.09
3	651.45	223.64	427.81	17,542.29
4	651.45	218.32	433.13	17,109.15
5	651.45	212.93	438.52	16,670.63
6	651.45	207.47	443.98	16,226.65
7	651.45	201.94	449.51	15,777.15
8	651.45	196.35	455.10	15,322.05
9	651.45	190.68	460.76	14,861.28
10	651.45	184.95	466.50	14,394.78
11	651.45	179.15	472.30	13,922.48
12	651.45	173.27	478.18	13,444.30
13	651.45	167.32	484.13	12,960.17
14	651.45	161.29	490.16	12,470.01
15	651.45	155.19	496.26	11,973.75
16	651.45	149.01	502.43	11,471.32
17	651.45	142.76	508.69	10,962.63
18	651.45	136.43	515.02	10,447.61
19	651.45	130.02	521.43	9,926.19
20	651.45	123.53	527.92	9,398.27
21	651.45	116.96	534.49	8,863.79
22	651.45	110.31	541.14	8,322.65
23	651.45	103.58	547.87	7,774.78
24	651.45	96.76	554.69	7,220.09
25	651.45	89.85	561.59	6,658.49
26	651.45	82.87	568.58	6,089.91
27	651.45	75.79	575.66	5,514.25
28	651.45	68.63	582.82	4,931.43
29	651.45	61.37	590.08	4,341.35
30	651.45	54.03	597.42	3,743.93
31	651.45	46.59	604.85	3,139.08
32	651.45	39.07	612.38	2,526.70
33	651.45	31.45	620.00	1,906.69
34	651.45	23.73	627.72	1,278.97
35	651.45	15.92	635.53	643.44
36	651.45	8.01	643.44	0.00

Fuente: BBVA



Según observamos en la tabla 70, se ha calculado el flujo de caja de amortización de deuda del préstamo que va solicitar la empresa, constituida por el saldo deudor. El valor de cuota mensual será constante a lo largo del periodo pactado, en donde se tiene la amortización, constituida por la suma de interés y la renta, es decir tener apalancamiento financiero.

## **6.6 Presupuesto de Costos**

- **Costos Directos**

Para los costos directos, se incluye todo aquel costo que se encuentre relacionado al producto que se va a comercializar. En este caso, el producto a ofertar es la Lámpara Solar LED por dos modelos diferentes.

Tabla 71 Costo de Importación (Expresado en Dólares)

<b>Valor FOB</b>	10,720.00
<b>Flete</b>	486.00
<b>Seguro</b>	70.80
<b>Valor en aduana CIF</b>	11,276.80
ADV 6%	676.61
Imp. Gen. Vtas 16%	1,804.29
Imp. Prom. Mun 2%	225.54
Percepción 3.5%	465.73
<b>Costo tributario</b>	676.61
<b>Gastos tributarios y demás derechos</b>	3,172.16
Transporte interno	85.00
Gastos operativos	50.00
Visto bueno	120.00
Descarga	35.00
Almacenaje	200.00
<b>Costo operativo logístico</b>	490.00
<b>Agente de aduana</b>	150.00
<b>Documentos</b>	15.00
<b>Transferencia bancaria</b>	39.00
<b>Costo de gestión operativo</b>	204.00
<b>Costo operativo de importaciones</b>	1,370.61
<b>Valor de mercancía importada</b>	11,276.80
<b>Costo de compra internacional</b>	12,647.41
<b>Costo total de Importación</b>	12,647.41

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 71, se consideran los costos que presenta la empresa al momento de importar el producto desde China hasta el almacén de SK IMPORT SAC en Perú. Se ha obtenido que el costo de importación total de \$ 12,647.41 dólares americanos.

Tabla 72 Presupuesto de costo de producto (Expresado en Dólares Americanos)

<b>Producto</b>	<b>Costo FOB</b>	<b>Factor</b>	<b>Costo Unit. de Imp.</b>
Lámpara solar LED 20pz. 1W	1.3	1.179	1.53
Lámpara solar LED 36pz. 2.5W	3.8	1.179	4.48

Fuente: Elaboración Propia

- **Costos Indirectos**

Tabla 73 Proyectado de costo en materiales indirectos (Expresado en Soles)

	Costo unitario	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Recogedor	8.50	1	8.50	8.50
Escoba	14.00	1	14.00	14.00
Desinfectante	15.00	1	15.00	90.00
Papel Higiénico	15.50	1	15.50	186.00
Tacho de basura	45.50	2	91.00	91.00
Jabón líquido	5.50	1	5.50	66.00
<b>Total Materiales indirectos</b>			<b>149.50</b>	<b>455.50</b>

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 73 observamos todos los artículos conformados en los materiales indirectos de la empresa, los cuales serán usados por los colaboradores de la empresa y pueden realizar sus actividades sin inconvenientes, tales como recogedor, escoba, desinfectante, papel higiénico, tacho de basura y jabón líquido, dando un total anual de S/. 455.50 soles.

Tabla 74 Proyectado en gastos de personal (Expresado en Soles)

DESCRIPCION	N° EMPLEADOS	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	SIS	VACACIONES	TOTAL ANUAL
Gerente General	1	1,600.00	18,400.00	180.00	800.00	19,380.00
Encargado Logística	1	1,400.00	16,100.00	180.00	700.00	16,980.00
Encargado Administración y finanzas	1	1,400.00	16,100.00	180.00	700.00	16,980.00
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>4,400.00</b>	<b>50,600.00</b>	<b>540.00</b>	<b>2,200.00</b>	<b>53,340.00</b>

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 74, se verifica la remuneración que tendrá cada colaborador, así como beneficios que pueda tener. En este caso, acogidos al régimen MYPE, los colaboradores únicamente tienen como beneficio 15 días de vacaciones y el pago por el SIS, sin contar con CTS ni gratificación y tenemos un total anual de S/. 53,340.00 soles.

Tabla 75 Proyecto de gastos indirectos (Expresado en Soles)

	Costo mensual	Costo anual
Servicios (luz, agua, internet, teléfono)	220.00	2,640.00
Alquiler local	1,000.00	12,000.00
<b>Total gastos indirectos</b>	<b>1,220.00</b>	<b>14,640.00</b>

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla previa, se observan los gastos indirectos de la empresa, los cuales abarcan el pago de alquiler de local y los servicios de agua, luz, internet y teléfono, estos gastos se pagan de manera mensual, así no haya ingresos en la empresa.

Tabla 76 Proyecto de gastos administrativos (Expresado en Soles)

	Costo unitario	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Hojas bond	13.00	1	13.00	26.00
Archivador	5.40	8	43.20	86.40
Lapiceros	8.00	1	8.00	8.00
Perforador	7.50	3	22.50	22.50
Engrapadora	8.00	3	24.00	24.00
Blocks	7.50	5	37.50	75.00
Asesor contable	150.00	1	150.00	1,800.00
Asesor de marketing	1,000.00	1	1,000.00	12,000.00
<b>Total gastos administrativos</b>			<b>1,298.20</b>	<b>14,041.90</b>

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 76, observamos el listado de materiales administrativos que se utilizarán en oficina, esto para lograr un trabajo eficiente de los colaboradores, contando con todas las herramientas necesarias, tales como hojas, archivadores, lapiceros, perforador, engrapadora, bocks. Asimismo se considera al personal externo, teniendo al asesor contable y al asesor de marketing.

Tabla 77 Proyectado de gastos de ventas (Expresado en Soles)

	Total S/.
Página web, dominio y correo	600.00
Gastos de feria	1,200.00
Alimentación	100.00
Movilidad	150.00
Merchandising	300.00
Facebook empresarial	800.00
Instagram publicidad	800.00
Visitas comerciales	500.00
<b>Total gasto de ventas</b>	<b>4,450.00</b>

Fuente: Elaboración propia

En la tabla previa, se observa el presupuesto de gastos de venta, en este punto tenemos una inversión considerable, ya que debemos cumplir el objetivo de ventas y rentabilidad, para ello consideramos importante invertir en nuestra página web y correo para comunicaciones, gastos de feria (virtuales y presenciales), considerando movilidad, alimentación y merchandising necesario también para las visitas comerciales. Asimismo el uso importante de las redes sociales, para promocionar la venta y descuentos oportunos.

Tabla 78 Costos Fijos (Expresado en Soles)

<b>Gasto personal</b>	53,340.00
<b>Materiales indirectos</b>	455.50
<b>Gastos indirectos</b>	14,640.00
<b>Gastos administrativos</b>	14,041.90
<b>Gasto de ventas</b>	4,450.00
<b>Costo fijo Total</b>	<b>86,927.40</b>

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 78, mostramos nuestros costos fijos totales. Estos costos son aquellos que la empresa deberá pagar independientemente de su actividad de ventas. Constituidos por el gasto de personal, Materiales indirectos, gastos indirectos, gastos administrativos y gastos de ventas. El costo fijo total es de S/. 86,927.40 soles para el primer año.

Tabla 79 Costo Variable (Expresado en Soles)

Costo de producto	57,659.84
Costo variable total	57,659.84

Fuente: Elaboración propia

En la tabla previa vemos el costo variable de la empresa, representa nuestro costo de importación del producto.

Tabla 80 Costo Total (Expresado en Soles)

Costo fijo	Costo Variable	Costo total
86,927.40	92,263.82	<b>179,191.22</b>

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 80, se muestra el costo total, dado por la suma de nuestro costo fijo más costo variable, estos costos representan el costo del primer año para la empresa, el monto ascienda a S/. 179,191.22.

## 6.7 Punto de equilibrio

Tabla 81 Punto por Multiproducto

Producto	Cantid ad Anual	Partic	Precio de Venta	Costo Variabl e unit	Marg Contr (S/.)	MC*p	Punto de Equilibrio en Cantidad Anual	Punto de Equilibrio en Soles
Lámpara solar LED 20pzas. 1W	4800.00	55%	26.08	5.59	20.49	11.27	2,008	52,377.96
Lámpara solar LED 36pzas. 2.5W	4000.00	45%	44.22	16.35	27.86	12.54	1,643	72,652.58
		100%				23.81		125,030.53

Ajuste para hallar punto de equilibrio en cantidad	S/.3,651.26
--	-------------

Según mostramos en la tabla 81, se encuentra la cantidad en soles y cantidades para nuestro punto de equilibrio realizado por multiproducto, en el cual se hizo el cálculo por participación respecto al total importado, y obteniendo el margen de contribución por cada producto.

Además se estableció el ajuste para hallar el punto de equilibrio en cantidades, en donde nuestro costo fijo total, se divide con el total de margen de contribución y nos da S/. 3,651.26 soles y luego de ello se multiplica por la participación de cada producto por sus cantidades.

Finalmente esas cantidades se multiplican por su precio de venta y obtenemos el total de punto de equilibrio para nuestro primer año por producto.

## 6.8 Tributación de la Importación

Tabla 82 Tributos de Importación (Expresado en dólares)

<b>Valor FOB</b>	10,720.00
<b>Flete</b>	486.00
<b>Seguro</b>	70.80
<b>Valor en aduana CIF</b>	11,276.80
ADV 6%	676.61
Imp. Gen. Vtas 16%	1,804.29
Imp. Prom. Mun 2%	225.54
Percepción 3.5%	465.73
<b>Costo tributario</b>	676.61
<b>Gastos tributarios y demás derechos</b>	3,172.16

Fuente: Elaboración Propia

Según observamos en la tabla 82, entre los tributos que pagará la empresa por la importación de la lámpara solar LED, se considera el ad valorem 6% (\$ 676.61) según lo estipulado en la partida arancelaria, el impuesto general a las ventas (\$ 1,084.29), impuesto de promoción municipal (\$ 225.54) y percepción 3.5% (\$ 465.73). Este monto total de pago será de \$ 3,172.16 dólares americanos.

## 6.9 Presupuesto de Ingresos

### ✓ Ingresos Operativos

Tabla 83 Ingreso de Ventas

Años	1	2	3	4	5
Lampara solar LED 20pz. 1W	106,080.00	108,201.60	111,450.30	115,914.50	121,704.70
Lampara solar LED 36pz. 2.5W	149,880.00	152,877.60	157,448.94	163,743.90	171,949.83
Ventas	255,960.00	261,079.20	268,899.24	279,658.40	293,654.53
Tasa de crecimiento		2%	3%	4%	5%

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a lo que muestra la tabla 83, tenemos el ingreso neto registrado por ventas en proyección de 5 años, teniendo una tasa de crecimiento conservadora anual de 2%, 3%, 4% y 5% progresivamente para ambos productos. Las ventas del primer año tendrán un valor de venta de S/. 255,960.00 soles, para ello se comercializarán 8,800 Lámparas solares LED por dos modelos de tipo 20 piezas 1W y 36 piezas 2.5W, el valor de venta es de S/. 22.10 y S/. 37.47.

### ✓ Depreciación y Valor Residual

Tabla 84 Bienes depreciables

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	VIDA UTIL	DEPREC. ANUAL
Computadora y sistemas	3	2,000.00	6,000.00	5	1,200.00
Impresora	1	950.00	950.00	5	190.00
Muebles escritorio y sillas	4	400.00	1,600.00	7	228.57
			<b>8,550.00</b>		

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla previa observamos los bienes de la empresa, su valor de venta total, con cuanta vida útil se estiman que tendrán y su depreciación anual.



Tabla 85 Valor Residual

	0	1	2	3	4	5
Activos	8,550.00			0		
Depreciación		1,618.57	1,618.57	1,618.57	1,618.57	1,618.57
Valor residual		6,931.43	5,312.86	3,694.29	2,075.71	<b>457.14</b>

Fuente: Elaboración Propia

Como observamos en la tabla 81, corresponde a los ingresos que se obtendrán al quinto año del negocio por venta de nuestros activos, según la depreciación anual lineal, teniendo un monto de S/. 457.14.

✓ **Crédito Fiscal**

Tabla 86 Crédito fiscal (Expresado en soles)

	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
IGV Ventas	0.00	46,072.80	46,994.26	48,401.86	50,338.51	52,857.82
IGV Compras	2,057.40	22,653.22	23,425.99	24,363.45	25,606.04	27,039.18
Resultado	2,057.40	21,362.18	23,568.27	24,038.41	24,732.47	25,818.64
Credito fiscal	2,057.40	19,304.78	23,568.27	24,038.41	24,732.47	25,818.64
<b>PAGO DEL IGV</b>	<b>0.00</b>	<b>19,304.78</b>	<b>23,568.27</b>	<b>24,038.41</b>	<b>24,732.47</b>	<b>25,818.64</b>

Fuente: Elaboración Propia

Según observamos en la tabla, tenemos la diferencia del IGV de ventas menos el IGV de compras. Este crédito fiscal sirve como estrategia para reducir el pago de impuestos, es una facilidad que ofrece el estado brindando a las empresas al momento de pagar los impuestos respectivos, para en caso de SK IMPORT SAC, se aplicará esto, considerándolo en los cinco años de proyección.

• **Recuperación del capital de trabajo**

Tabla 87 Recupero de capital de trabajo (Expresado en Soles)

Año	1	2	3	4	5
Recuperación de capital de trabajo	-	-	-	-	82,398
<b>Total</b>					<b>82,398</b>

Fuente: Elaboración Propia

Según la tabla 87, se considera que la inversión realizara por capital de trabajo, se recupera íntegramente en el año 5 que vendría a ser nuestro cierre de proyecto, esto se va a considerar a detalle en nuestro flujo de caja evaluada para la liquidez.

## 6.10 Presupuesto de Egresos

Para este punto se considera la proyección de cinco años presupuestados de los costos variables, materiales indirectos, gastos de personal, gastos fijos, gastos administrativos y gastos de ventas, esta proyección es en función de nuestra tasa de crecimiento.

Tabla 88 Proyección costo variable expresado en soles

Años	2021	2022	2023	2024	2025
Costo de compra de producto	92,263.00	95,031.74	98,833.00	103,774.66	110,001.00
<b>Costo de venta en valor S/.</b>	<b>92,263.00</b>	<b>95,031.74</b>	<b>98,833.00</b>	<b>103,774.66</b>	<b>110,001.00</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 89 Proyección de costos fijos expresado en soles

Descripción	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Gasto personal</b>	53,340.00	53,340.00	53,340.00	56,940.00	60,540.00
<b>Materiales indirectos</b>	455.50	456.00	460.00	465.00	475.00
<b>Gastos fijos</b>	14,640.00	16,165.00	17,500.00	19,216.10	20,741.53
<b>Gastos administrativos</b>	14,041.90	14,042.00	14,079.66	14,200.00	14,300.00
<b>Gasto de ventas</b>	4,450.00	4,450.00	4,479.66	4,600.00	4,700.00
<b>Costo fijo Total</b>	<b>86,927.40</b>	<b>88,453.00</b>	<b>89,859.32</b>	<b>95,421.10</b>	<b>100,756.53</b>

Fuente: Elaboración Propia

De las tablas presentadas, en la Número 88 mostramos nuestro costo de compra de producto por los siguientes 5 años, teniendo en cuenta nuestra tasa de crecimiento de demanda proyectada, y para la tabla 89, se muestran nuestros costos fijos proyectados hasta el año 5, teniendo de igual forma un crecimiento debido a la coyuntura y al incremento de gastos por servicios y personal principalmente.

## 6.11 Flujo de caja proyectado

El flujo de caja es una herramienta financiera en donde se detallan los ingresos y egresos de dinero de la empresa en un periodo proyectado, y así medir la liquidez de la empresa.

Esto permite considerar con antelación situación de riesgo y conocer sus entradas y salidas con mayor profundización. La diferencia de los montos será el resultado que muestra el excedente o déficit del flujo.

Para el caso de SK IMPORT SAC se han elaborado el flujo de caja económico y flujo de caja financiero, en donde se detalla a continuación.

### 6.11.1 Flujo de caja Económico

Tabla 90 Flujo de Caja Económico expresado en soles

Período (Años)		0	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS</b>			255,960.00	261,079.20	268,899.24	279,658.40	293,654.53
Ingresos operativos			255,960.00	261,079.20	268,899.24	279,658.40	293,654.53
<b>COSTO Y GASTOS</b>			180,809.79	185,102.96	190,311.06	200,814.33	212,376.24
Costos fijos			86,927.40	88,452.65	89,859.49	95,421.10	100,756.53
Costos Variables			92,263.82	95,031.74	98,833.00	103,774.66	110,001.14
Depreciación			1,618.57	1,618.57	1,618.57	1,618.57	1,618.57
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>			75,150.21	75,976.24	78,588.18	78,844.07	81,278.29
Impuesto renta	MYPE 1% MENSUAL ING. NETOS		2,559.60	2,610.79	2,688.99	2,796.58	2,936.55
<b>UTILIDAD NETA</b>			72,590.61	73,365.44	75,899.18	76,047.48	78,341.75
Depreciación			1,618.57	1,618.57	1,618.57	1,618.57	1,618.57
Valor Residual							457.14
Dev. Capital de trabajo							82,398.00
Inversiones		-94,048.00					
<b>FLUJO DE CAJA ECONOMICO</b>		-94,048.00	74,209.18	74,984.02	77,517.76	77,666.05	162,815.46
<b>FCF ACUMULADO</b>		-94,048.00	-19,838.82	55,145.20	132,662.95	210,329.01	373,144.47

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 90, se observa el flujo de caja económico, teniendo en el año 0 un monto negativo, representado por la inversión inicial, más no por un déficit económico; este flujo nos permite conocer la viabilidad y rentabilidad que tendrá la empresa en los próximos 5 años y se observa que contamos con utilidad positiva, cabe mencionar que esto es sin tener en cuenta el financiamiento.

### 6.11.2 Flujo de Caja Financiero

Tabla 91 Flujo de caja financiero expresado en soles

Período (Años)		0	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS</b>			255,960.00	261,079.20	268,899.24	279,658.40	293,654.53
Ingresos operativos			255,960.00	261,079.20	268,899.24	279,658.40	293,654.53
<b>COSTO Y GASTOS</b>			183,261.47	186,696.13	190,908.36	200,814.33	212,376.24
Costos fijos			86,927.40	88,452.65	89,859.49	95,421.10	100,756.53
Costos Variables			92,263.82	95,031.74	98,833.00	103,774.66	110,001.14
Intereses			2,451.68	1,593.17	597.30		
Depreciación			1,618.57	1,618.57	1,618.57	1,618.57	1,618.57
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>			72,698.53	74,383.07	77,990.88	78,844.07	81,278.29
Impuesto renta	MYPE 1% MENSUAL ING. NETOS		2,559.60	2,610.79	2,688.99	2,796.58	2,936.55
<b>UTILIDAD NETA</b>			70,138.93	71,772.27	75,301.89	76,047.48	78,341.75
Depreciación			1,618.57	1,618.57	1,618.57	1,618.57	1,618.57
Valor Residual							457.14
Dev. Capital de trabajo							82,398.00
Amortización			-5,365.70	-6,224.21	-7,220.09		
Inversiones		-94,048.00					
Préstamo		18,810.00					
<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>		<b>75,238.00</b>	<b>66,391.80</b>	<b>67,166.63</b>	<b>69,700.37</b>	<b>77,666.05</b>	<b>162,815.46</b>
<b>FCF ACUMULADO</b>		<b>75,238.00</b>	<b>-8,846.20</b>	<b>58,320.43</b>	<b>128,020.80</b>	<b>205,686.86</b>	<b>368,502.32</b>

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 91, se puede observar el flujo de caja financiero, constituido también por la deuda del préstamo bancario y los egresos por servicio de deuda, en este punto se está considerando el escudo fiscal por el ahorro tributario, y de tal formar presentar un menor pago de impuestos tributarios. Asimismo, se observa la utilidad

operativa que presenta la empresa, en donde el flujo de caja acumulado nos muestra que nuestro último año negativo es el 1, en donde posteriormente circula la caja de manera favorable. El flujo también está proyectado a cinco años y en el último año de servicio, tenemos el retorno de inversión por capital de trabajo.

## 6.12 Estado de Ganancias y Pérdidas

Tabla 92 Estado de Ganancias y pérdidas

RECURSOS	Expresado en Soles por año				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) VENTAS NETAS	255,960	261,079	268,899	279,658	293,655
(-) COSTO DE VENTAS	92,264	95,032	98,833	103,775	110,001
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>163,696</b>	<b>166,047</b>	<b>170,066</b>	<b>175,884</b>	<b>183,653</b>
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	82,477	84,003	85,380	90,821	96,057
(-) GASTOS DE VENTAS	4,450	4,450	4,480	4,600	4,700
(-) DEPRECIACIÓN	1,619	1,619	1,619	1,619	1,619
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>75,150</b>	<b>75,976</b>	<b>78,588</b>	<b>78,844</b>	<b>81,278</b>
(-) GASTOS FINANCIEROS	2,452	1,593	597		
<b>UTILIDAD ANTES IMPUESTO</b>	<b>72,699</b>	<b>74,383</b>	<b>77,991</b>	<b>78,844</b>	<b>81,278</b>
(-) IMPUESTO A LA RENTA	2,560	2,611	2,689	2,797	2,937
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>70,139</b>	<b>71,772</b>	<b>75,302</b>	<b>76,047</b>	<b>78,342</b>

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 92, observamos nuestro estado de ganancias y pérdidas proyectado para los 5 años de operaciones, en donde indica nuestra cantidad de ventas netas que tendremos en esos años y reduciéndolo con nuestro costo de ventas, por lo cual tenemos una utilidad bruta de S/. 163,696 soles para el primer año de actividades, con este monto ya podemos cubrir nuestros demás costos involucrados, como operativos, financieros y fiscales.

Posterior a nuestra utilidad bruta, tenemos que cubrir todos nuestros gastos administrativos, gastos de ventas y la depreciación que presenta la empresa, para poder obtener nuestra utilidad operativa, en donde para el primer año de actividad, tenemos un monto de S/. 75,150 soles, este valor aún no considera los gastos financieros y fiscales en que incurre la empresa.

La utilidad neta antes de impuesto, la obtenemos cubriendo nuestros gastos financieros, los cuales los tendremos en los 3 primeros años de operaciones, salvo sea necesario solicitar otro crédito, con esto tenemos un valor de S/. 72,699 soles.

Finalmente, se calculan los impuestos a la tasa fiscal correspondiente al régimen que nos encontramos y determinamos nuestra Utilidad neta, el cual tendrá un valor de S/. 70,139 para nuestro primer año de actividades.

## 6.13 Evaluación de la Inversión

### 6.13.1 Evaluación Económica

Tabla 93 Resultados Económicos

	COK	VALOR
VANE	13%	S/. 220,074.77
TIRE		79.67%
PRIE		1.26
B/C Económico		S/. 4.97

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 93, se tiene la evaluación económica de la empresa en base a los indicadores, y así verificar que este proyecto es rentable, debido a que el flujo efectivo económico cumple con las condiciones para que un proyecto sea aceptado, por lo tanto, se tiene como resultados que el VANE es igual a S/. 220,074.77 soles, una TIRE de 79.67%, PRIE de 1.26 y B/C (Beneficio/Costo) Económico de S/. 4.97, en donde esto significa que si  $VAN > 0$ ,  $TIR > COK$  y el  $B/C > 1$ , son los requisitos para que un proyecto sea rentable y con respecto al PIR E es nuestro período de recupero de inversión en donde en el transcurso del segundo año, ya tendríamos resultados favorables. Considerar que el COK utilizado es de 13%.

Tabla 94 Período de recuperación económica

Período de recuperación	0	1	2	3	4	5
<b>FLUJO DE CAJA ECONOMICO</b>	-94,048.00	74,209.18	74,984.02	77,517.76	77,666.05	162,815.46
<b>FCF ACUMULADO</b>	-94,048.00	-19,838.82	55,145.20	132,662.95	210,329.0	373,144.47

Fuente: Elaboración Propia

Según observamos en la tabla, el período de recuperación económica se da a partir del segundo año, y va progresivamente en un aumento conservador.

### 6.13.2 Evaluación Financiera

Tabla 95 Resultados Financieros

	<b>WACC</b>	<b>VALOR</b>
VANF	13.49%	S/. 216,411.65
TIRF		91.22%
PRIF		1.13
B/C Financiero		S/. 5.90

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 95, observamos nuestros resultados del flujo de caja financiero, donde se cumple que el VAN E > VAN F y el TIRF > Tasa de interés que el banco ofrece, con ello se produce un escudo fiscal en beneficio del inversionista. Partiendo de lo antes expuesto, para SK IMPORT SAC, se obtuvo que el VANF asciende a S/. 216,411.65, un TIRF de 91.22%, un B/C financiero de 5.90 y un PRI F de 1.13, por lo que se deduce que el proyecto es viable y rentable. De acuerdo al análisis presentado para ambos aspectos económicos y financiero, el proyecto es bueno, pero el flujo financiero nos presenta mejores indicadores.

Tabla 96 Período de recuperación financiera

Período de recuperación	0	1	2	3	4	5
<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	<b>-75,238.00</b>	66,391.80	67,166.63	69,700.37	77,666.05	162,815.46
<b>FCF ACUMULADO</b>	<b>-75,238.00</b>	<b>-8,846.20</b>	58,320.43	128,020.80	205,686.86	368,502.32

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla, se observa el periodo de recuperación financiera, vale decir que se tomó en cuenta el COK por 13%, la tasa de interés bancario por 16% y por ende obtuvimos un WACC de 13.45%.

### **6.13.3 Evaluación Social**

Este proyecto trata sobre la comercialización de lámparas solares LED, por lo que no genera conflicto social y por el contrario, impacta positivamente en la sociedad y economía del país, ya que se ofrece un producto de calidad a las familias, que permite ahorrar y evitar problema con fuente eléctrica y de seguridad.

### **6.13.4 Impacto Ambiental**

La empresa SK IMPORT SAC, será un empresa que impulsará el desarrollo sostenible en el Perú, a través de estrategias organizacionales y sobre todo de los productos que se van a comercializar.

Por un lado, en los residuos que puedan acumularse dentro de las instalaciones de SK IMPORT SAC serán desechados de manera adecuada y sin causar algún tipo de daño a personas ni al medio ambiente, tratando también de reciclar la mayor cantidad de plásticos, cartones, vidrio, etc.

Y por otro lado los procesos realizados como empresa, no presentan impacto negativo al medio ambiente y por el contrario, es de un uso favorable, ya que nuestro producto usa la energía renovable para poder generar electricidad y por ende luz a los hogares, con lo cual el uso sostenible del producto es a favor del medio ambiente.

Finalmente por lo antes expuesto, se considera que el proyecto de negocios, desde el punto de vista ambiental, resulta favorable y viable.



## 6.14 Evaluación de Costo Oportunidad del capital de trabajo

El Costo de Oportunidad (COK), es la tasa de retorno mínima atractiva que nosotros tenemos que elegir para poder tomar decisiones al momento de invertir, una vez que se tenga el COK, las empresas generan valor para el propietario, tomando en cuenta que los retornos de los proyecto de inversión tienen que ser iguales o mayores.

El COK, tiene relación con el riesgo de retorno que existe en el mercado, para este caso el retorno que se espera está en función a los rendimientos que tiene la empresa y considerando el riesgo, se tiene que es la variación que existe entre el retorno real y el esperado (Gestiopolis, 2018).

Finalmente nuestro COK está basado por 7% que nos ofrece una entidad bancaria por depositar nuestro dinero a plazo fijo, más el 6% por prima de riesgo considerando que es un punto de vista conservador, tenemos un total de COK por 13%.

A continuación, se calcula el Costo Promedio Ponderado de Capital (CPPC) o también conocido como la WACC.

Tabla 97 Cálculo de la WACC o CPPK

<b>Determinación de la WACC</b>	
Costo del patrimonio (COK)	13.00%
Participación del patrimonio	80.00%
Costo Financiamiento	16.00%
Participación de terceros	20.00%
Impuesto a la renta	3.53%
<b>WACC</b>	<b>13.49%</b>

Fuente: Elaboración Propia

$$CPPK = \frac{D}{D+E} k_d (1-Tx) + \frac{E}{D+E} k_{proy}$$

En la tabla 97, se presenta el valor WACC de 13.45%, donde se han utilizado el Costo de Patrimonio (COK), el Costo de Financiamiento (TEA bancario), Capital propio, participación de terceros y el Impuesto a la Renta.

### **6.15 Cuadro de Riesgo de Tipo de Cambio**

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

Según indica el Banco Central de Reservas, el contrato Forward de divisas es importante dentro de un mercado cambiante relacionado al tipo de cambio, ya que considerando que nuestra empresa SK IMPORT SAC realiza importación de lámparas solares LED desde China, el costo del producto podría variar en un lapso de tiempo y por ello se requiere administrar los riesgos ante una posible volatilidad del tipo de cambio.

También un factor muy importante y que afecta internamente en nuestro país es la inestabilidad política, por eso se manejan varios escenarios previos con los cuales podemos manejar el contrato forward de divisas.

Tabla 98 Análisis de sensibilidad con el tipo de cambio

Tipo de Cambio	VANE	TIRE	VANF	TIRF
3.75	214,206.11	81.85%	210,640.67	93.72%
3.70	217,100.79	80.76%	213,487.17	92.47%
<b>3.65</b>	<b>220,074.77</b>	<b>79.67%</b>	<b>216,411.65</b>	<b>91.22%</b>
3.60	223,131.36	78.58%	219,417.37	89.97%
3.55	226,274.06	77.49%	222,507.75	88.72%

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 98, se muestra el análisis de sensibilidad teniendo un tipo de cambio en diferentes escenarios, y por ello hemos utilizado dos indicadores el VAN y la TIR, con ello vemos el impacto tanto económico y financiero. Por lo tanto, esto se puede manejar con tres tipos de escenarios, el pesimista, conservador y optimista.

En nuestro caso, nos mantenemos con un tipo de cambio conservador, esperando que no sea tan volátil el efecto a un futuro.

## 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 7.1 Conclusiones

- En cuanto a la organización y aspectos legales, la empresa SK IMPORT SAC será una sociedad anónima cerrada, ya que es ideal para empresas que recién van a efectuar actividades, protege la privacidad de la transferencia de acciones y reduce los trámites que otras formas jurídicas son demasiado burocráticas.
- De acuerdo al análisis del mercado objetivo, la comercialización del producto será en la ciudad de Lima, en los distritos específicos de San Martín de Porres, Los Olivos e Independencia y dirigido a personas que solventan gastos en el hogar y para las microempresas de rubro manufacturero, encontrando ahí una demanda potencial.
- Las lámparas solares LED con sensor de movimiento, serán importadas de China, mediante un proveedor que nos asegura la calidad del producto e impulsa el desarrollo sostenible. En la actualidad, los productos chinos van tomando mayor competitividad en el mercado.
- Según la evaluación económica- financiera del proyecto, se llega a la conclusión que éste es viable, teniendo como indicadores una TIR Económica de 79.67%, y una TIR Financiera de 91.22%, por encima del costo financiero y del costo del accionista. A su vez, genera un VAN Económico de S/. 220,074.77 y un VAN Financiero de S/. 216,411.65, un indicador optimista para poder incursionar en el negocio y mercado de destino.
- Para la importación de las lámparas solares LED, la empresa utilizará el Incoterm FOB, es decir que el proveedor entrega la mercadería hasta el

buque designado por e importador en el puerto de embarque coordinado. Se aplicará el pago mediante transferencia bancaria.

## 7.2 Recomendaciones

- Es recomendable cumplir con los valores, políticas y cultura organizacional que estable la empresa para poder garantizar el correcto funcionamiento de las operaciones y un buen rendimiento por parte de los colaboradores.
- Se recomienda identificar la tendencia del mercado de una manera mensual, ya que en los últimos tiempos, las necesidades de la población han ido cambiando de una forma muy rápida.
- Se recomienda invertir en el marketing de ventas, y si es de forma online aún mejor, ya que lo ideal es posicionarse en la mente del consumidor a través de estrategias, publicidad y penetrar en el mercado con la novedad.
- Elegir una entidad financiera, acorde a lo que necesita la empresa, que brinde facilidades y flexibilidades de pago y sobre todo para lograr un historial crediticio que ayude a expandir el negocio.
- Realizar alianzas estratégicas, con el proveedor u otras empresas para lograr tener mayor llegada en ventas y de esa forma ganar mercado.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. APEIM (2020). Niveles Socioeconómicos 2020. Obtenido de: <http://apeim.com.pe/wp-content/uploads/2020/10/APEIM-NSE-2020.pdf>
2. Banco Central de Reserva del Perú (2019). Actividad productiva y empleo. Obtenido de: <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Memoria/2019/memoria-bcrp-2019-1.pdf>
3. Banco Mundial (13 de Octubre del 2020). Perú Panorama General. Obtenido de: <https://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview>
4. Bellini, E. (2020). Energía solar en el Perú. Obtenido de: <https://www.pv-magazine-latam.com/2020/01/20/la-solar-cubrio-un-13-de-la-demanda-electrica-de-peru-en-2019/>
5. Caurin, J. (6 de junio de 2018). La distribución de productos en la empresa. Obtenido de: <https://www.emprendepyme.net/la-distribucion-de-productos-en-la-empresa.html>
6. Centro de Estudios Financieros. (2020). Política de precios. Obtenido de: <https://www.marketing-xxi.com/politica-de-precios-48.htm>
7. CESCE (2020). Riesgo país. Obtenido de: <https://www.cesce.es/riesgo-pais>
8. Decreto legislativo 1086. Decreto legislativo que aprueba la ley de promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente. Ministerio de trabajo y promoción del empleo, Lima, Perú, 27 de junio de 2008. Obtenido de: <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/dl-1086.pdf>
9. ECONOMIPEDIA (2020). Estrategias genéricas de Porter. Obtenido de: <https://economipedia.com/definiciones/estrategias-genericas-porter.html>

10. ESAN (1 de agosto del 2019). Obtenido de:  
<https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2019/08/van-y-tir-para-que-sirven-y-cuando-usarlos/>
11. Espinoza, R. (2017). Benchmarking: qué es, tipos, etapas y ejemplos. Obtenido de: <https://robertoespinosa.es/2017/05/13/benchmarking-que-es-tipos-ejemplos>
12. Estudio Reyes (2020). Obtenido de:  
<https://estudiotributarioreyes.com/2020/08/26/afiliarte-al-sis-microempresas-formaliza-tu-planilla-de-trabajadores-y-evita-multas-2020-sunafil/>
13. Expansión (2020). PIB-Producto Interno Bruto. Obtenido de:  
<https://datosmacro.expansion.com/pib>
14. Fondo Monetario Internacional (22 de octubre del 2020). Recuperado de:  
<https://lacamara.pe/fmi-preve-caida-del-pbi-de-peru-en-139-en-2020-y-crecimiento-de-73-el-2021/>
15. Formaliza-t Perú (2020). ¿Qué es una SAC? Obtenido de:  
<https://www.formaliza-tperu.org/que-es-una-s-a-c-sociedad-anonima-cerrada/>
16. Gobierno del Perú (13 de agosto del 2020). Registrar una marca. Obtenido de: <https://www.gob.pe/334-registrar-una-marca-registrar-un-nombre-comercial>
17. INEI (2010). CIU. Obtenido de:  
[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf)



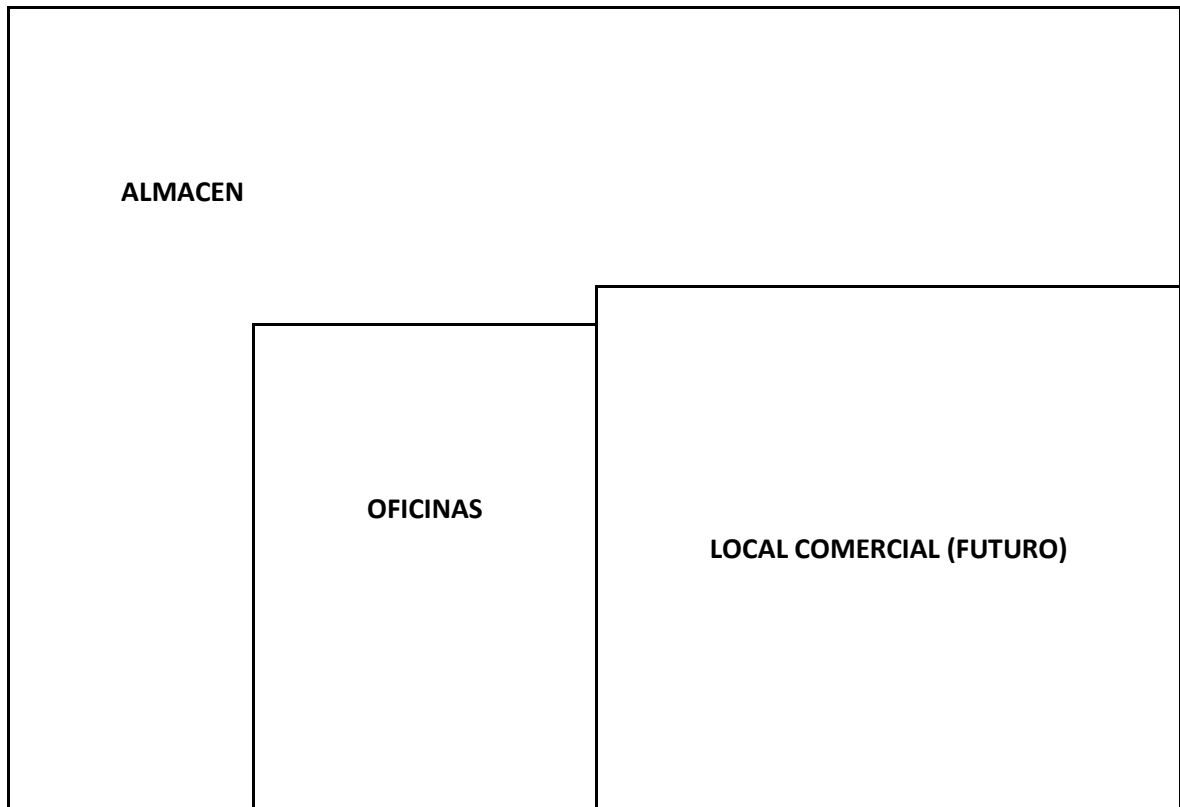
18. INEI (2020) Estado de la población peruana 2020. Obtenido de:  
[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1743/Libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1743/Libro.pdf)
19. INEI (2020). Indicadores Económicos. Obtenido de:  
[http://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin-quincenal-19\\_2.pdf](http://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin-quincenal-19_2.pdf)
20. LOGISTICA. (05 de abril de 2012). El mercado y rotulado. Obtenido de:  
<http://hvegmon.blogspot.com/2012/04/el-mercado-y-rotulado.html>
21. LOGÍSTICA INTERNACIONAL. (2015). Definición de Logística Internacional. Obtenido de:  
<https://www.definicionabc.com/economia/logistica-internacional.php>
22. LOGISTICA 360. (25 de diciembre de 2018). Almacenes en Perú. Obtenido de:  
<https://www.logistica360.pe/unitarizacion-de-la-carga-paletizacion-y-contenedorizacion/>
23. Mejia, J. (13 de octubre del 2020). Qué es el marketing digital, su importancia y principales estrategias. Obtenido de:  
<https://www.juancmejia.com/marketing-digital/que-es-el-marketing-digital-su-importancia-y-principales-estrategias/>
24. Mondragón, V. (2020) Contrato de compraventa internacional: Modelo e instructivo de llenado. Diario El Exportador. Obtenido de:  
<https://www.diariodelexportador.com/2017/11/contrato-de-compraventa-internacional.html>
25. MOVILPORT MAGAZINE (2017). Conoce los tres tipos de Mercado. Obtenido de: <https://magazine.mobileport.com.mx/2017/08/09>

26. OSINERGMIN (2019). Reporte de Análisis Económico Sectorial. Obtenido de:  
[https://www.osinergmin.gob.pe/seccion/centro\\_documental/Institucional/Estudios\\_Economicos/RAES/RAES-Mineria-diciembre-2019-GPAE-OS.pdf](https://www.osinergmin.gob.pe/seccion/centro_documental/Institucional/Estudios_Economicos/RAES/RAES-Mineria-diciembre-2019-GPAE-OS.pdf)
27. PACKSYS. (16 de enero de 2012). Envase, Empaque y Embalaje ¿Cuál es la diferencia?. Obtenido de: <http://www.packsys.com/blog/envase-empaque-embalaje/>
28. PERUCOMEX (2020). Incoterms 2020. Obtenido de:  
<https://perucomex.pe/incoterms-2020/>
29. PRESSPERU. (2020). Emisoras De Lima Norte Y Lima Este Funcionan Con Energía Solar. Obtenido de: <https://pressperu.com/emisoras-de-lima-norte-y-lima-este-funcionan-con-energia-solar/>
30. ProInversión (s.f.). Obtenido de:  
<https://www.proinversion.gob.pe/modulos/JER/PlantillaStandard.aspx?are=0&prf=0&jer=5732&sec=1>
31. PRODUCE (2017) Directorio MIPYME. Obtenido de:  
<http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/shortcode/oeo-directorio/directorio-mipyme>
32. PUCP (2017). El desarrollo de la energía solar en el Perú. Recuperado de: 14 de octubre del 2020, de <https://gruporural.pucp.edu.pe/nota/el-desarrollo-de-la-energia-solar-en-el-peru/>
33. SEARATES (2020) Obtenido de:  
<https://www.searates.com/es/reference/stuffing/>
34. Sistema Nacional de Registro de la Micro y Pequeña Empresa. Manual de Usuario. (2019). Obtenido de:

- [https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/289278/Art%C3%ADculo\\_REMYPE\\_-\\_Enero\\_2019.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/289278/Art%C3%ADculo_REMYPE_-_Enero_2019.pdf)
35. SIICEX (2020). Acuerdos Comerciales. Obtenido de:  
[http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?\\_page\\_=850.00000](http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=850.00000)
36. SUNAT (2020). Listado CIU, Revisión 4. Obtenido de:  
[https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1348266/Tabla\\_Oficial\\_CIU\\_Rev4.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1348266/Tabla_Oficial_CIU_Rev4.pdf)
37. SUNAT (s.f.). Régimen laboral de la Micro y Pequeña empresa. Obtenido de:  
[www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe)
38. TRANSFERWISE (2020). Obtenido de: <https://transferwise.com/>
39. Trade Map (27 de octubre del 2020). Trade Map. Obtenido de:  
<https://www.trademap.org/>
40. Veritrade (2020). Obtenido de: <https://www.veritradecorp.com/>
41. Vilcara, P. (26 de febrero del 2018). El Costo de Oportunidad de Capital (COK) y El valor Actual Neto (VAN). Recuperado de  
<https://www.gestiopolis.com/costo-oportunidad-capital-cok-valor-actual-neto-van/>

**ANEXO 1**

**160m<sup>2</sup>**



**ANEXO 2**



Municipalidad de San Martín de Porres  
Gerencia de Desarrollo Económico y Fiscoalización  
Sub Gerencia de Promoción Empresarial y Comercialización

**FORMULARIO N° 5**

**SOLICITUD - DECLARACION JURADA**

LLENAR CON LETRA DE IMPRENTA LOS DATOS NECESARIOS PARA EL TRÁMITE (Letra legible, sin borrones ni enmendaduras)

1. DATOS DEL SOLICITANTE									
Apellidos y Nombres o Razón Social						RUC N°			
						Régimen Tributario: RUS <input type="checkbox"/> / R. General <input type="checkbox"/>			
DNI / CE		Telefono		E-mail:					
Solicito me notifique al CORREO ELECTRONICO según Art 20° 1.2 Ley 27444									
(DOMICILIO FISCAL) Av., Jr., Calle, Pasaje			N°	Dpto.	Int.	Mz.	Lt.	Block	
Urb./ AA. HH./ Coop. De Vivienda/ Asoc./Otros						Distrito			
REPRESENTANTE LEGAL									
Apellidos y Nombres						DNI / CE		Teléfono	
2. PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO: (Marcar con X en el casillero que corresponda)									
<input type="checkbox"/> LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO PARA: <input type="checkbox"/> Establecimientos hasta 100 m2 con ITSDC Básica Ex Post <input type="checkbox"/> Establecimientos más de 100 m2 hasta 500m2 con ITSDC Básica Ex Ante <input type="checkbox"/> Establecimientos más de 500 m2 y no comprendidos en las categorías anteriores						<b>Temporalidad de la Licencia</b> <input type="radio"/> Permanente <input type="radio"/> Temporal			
<input type="checkbox"/> LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO CORPORATIVAS PARA: <input type="checkbox"/> Mercados de abastos <input type="checkbox"/> Galerías y Centros Comerciales						<b>Nota:</b> Se encuentran excluidas de la ITSDC Básica Ex Post los establecimientos comprendidos en el literal a) del numeral 1 del artículo 6° de la Ley N° 28976, Ley Marco de Licencia de Funcionamiento.			
<input type="checkbox"/> LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO PARA CESIONARIOS HASTA 500 M2 DE ÁREA <input type="checkbox"/> LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO POR VARIACIÓN DE ÁREA COMERCIAL O ECONÓMICA <input type="checkbox"/> Variación de área comercial o económica hasta 500 m2 <input type="checkbox"/> Variación de área comercial o económica mayor a 500 m2									
<input type="checkbox"/> AMPLIACIÓN DE GIRO COMPATIBLE <input type="checkbox"/> Hasta 500 m2 <input type="checkbox"/> Más de 500 m2									
<input type="checkbox"/> MODIFICACIÓN DE DATOS DE LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO MANTENIENDO EL ÁREA Y GIRO <input type="checkbox"/> Por cambio de razón social <input type="checkbox"/> Por cambio de otros datos vinculados con la licencia									
<input type="checkbox"/> DUPLICADO DEL CERTIFICADO DE LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO									
3. DATOS DEL ESTABLECIMIENTO									
(UBICACIÓN) Av., Jr., Calle, Pasaje			N°	Dpto.	Int.	Mz.	Lt.	Block	
Urb./ AA. HH./ Coop. De Vivienda/ Asoc./Otros			San Martín de Porres			Distrito			
						N° Estacionamientos			
Área del Local + Área de Almacén		+		Área Total					
4. NUEVA RAZÓN SOCIAL O DATOS A MODIFICAR O ACTUALIZAR									

**FORMULARIO N° 5**

<b>5. ACTIVIDAD ECONOMICA ( Describa los giros que desarrollará en el establecimiento de conformidad con el Índice de Uso)</b>													
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th style="text-align: center;">Giro de Actividad</th> </tr> <tr> <td>1.-</td> </tr> <tr> <td>2.-</td> </tr> <tr> <td>3.-</td> </tr> </table>	Giro de Actividad	1.-	2.-	3.-	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th colspan="2" style="text-align: center;">Actividad del Local</th> </tr> <tr> <td>Industria</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Comercio</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Servicio</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	Actividad del Local		Industria	<input type="checkbox"/>	Comercio	<input type="checkbox"/>	Servicio	<input type="checkbox"/>
Giro de Actividad													
1.-													
2.-													
3.-													
Actividad del Local													
Industria	<input type="checkbox"/>												
Comercio	<input type="checkbox"/>												
Servicio	<input type="checkbox"/>												
<b>6. DOCUMENTOS QUE SE ADJUNTAN (Marcar con X en el casillero que corresponda)</b>													
<input type="checkbox"/> Poder Vigente del representante legal en el caso de personas jurídicas u otros entes colectivos <input type="checkbox"/> Carta Poder con firma legalizada en caso de persona natural <input type="checkbox"/> Declaración Jurada de observancia de condiciones de seguridad <input type="checkbox"/> Certificado de la Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil (ITSDC) de Detalle o Multidisciplinaria <input type="checkbox"/> Copia simple del título profesional en caso de servicios relacionados con la salud <input type="checkbox"/> Copia simple de la autorización sectorial respectiva, de ser el caso (D.S. N° 006-2013-PCM) <input type="checkbox"/> Copia simple de la autorización expedida por el INC conforme a la Ley N° 28296 <input type="checkbox"/> Autorización con firma legalizada, del titular de la Licencia de Funcionamiento del establecimiento en el que se desarrollará la actividad comercial <input type="checkbox"/> Copia fedateada del contrato de Cesión <input type="checkbox"/> Original de la licencia de funcionamiento <input type="checkbox"/> Documento que acredite la nueva razón social <input type="checkbox"/> Documento que sustente los datos a modificar o actualizar <input type="checkbox"/> Documento que acredite legítimo interés, en caso de un tercero													
<input type="checkbox"/> Pago por derecho de trámite      Recibo N° <input style="width: 150px;" type="text"/> Fecha: <input style="width: 50px;" type="text"/> / <input style="width: 50px;" type="text"/> / <input style="width: 50px;" type="text"/>													
<b>DECLARACION JURADA</b>													
<p><b>Declaro bajo juramento:</b> Que el establecimiento que conduzco se encuentra debidamente acondicionado para el giro que desarrollo, conforme a la Ley N° 28976, D.S. N° 006-2013-PCM, Ordenanza N° 227-MDSMP modificado por la Ordenanza 350-MDSMP Art. 22° y Derogatoria de los Artículos 15° (1er Párrafo), 24° y 33° y cumple con las normas del Reglamento Nacional de Edificaciones y Construcciones. Que tengo conocimiento y cumpro lo establecido en las Ordenanzas N° 045-MDSMP, 214-MDSMP, D.A N° 12-2007/MDMSP, según me corresponda. Que brindaré las facilidades necesarias para las acciones de fiscalización y control de las autoridades municipales competentes y asumo la responsabilidad sobre la veracidad y exactitud de la información y documentación que presento, consiente de los efectos previstos por la Ley para los casos de fraude o falsedad, de conformidad con lo establecido en la Ley N° 27444 y de ser el caso me revocaran las Autorizaciones otorgadas.</p>													
FECHA <input style="width: 30px;" type="text"/> <input style="width: 30px;" type="text"/> <input style="width: 30px;" type="text"/> DIA      MES      AÑO	Solicitante    _____ FIRMA DNI /CE: _____	<input style="width: 100%; height: 80px;" type="text"/>											
<b>7. EVALUACIÓN DE ZONIFICACIÓN Y COMPATIBILIDAD DE USO</b>													
<input style="width: 100%; height: 80px;" type="text"/>	FECHA <input style="width: 30px;" type="text"/> <input style="width: 30px;" type="text"/> <input style="width: 30px;" type="text"/> DIA      MES      AÑO  _____ Firma del Técnico												
<b>8. OBSERVACIONES</b>													

ANEXO 3

<b>SUNAT</b>	<b>REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES</b> SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN AL RUC O COMUNICACIÓN DE AFECTACIÓN DE TRIBUTOS (Incluye Exoneraciones)	00000999	
FORMULARIO <b>2119</b>		<b>USO SUNAT</b>	
		LOTE	FOLIO

<b>RUBRO I. INFORMACIÓN GENERAL</b>			
TIPO DE SOLICITUD <small>(MARCAR CON "X")</small>	NÚMERO DE RUC	APELLIDOS Y NOMBRES O RAZÓN SOCIAL	
INSCRIPCIÓN			
AFECTACIÓN DE TRIBUTOS			

<b>RUBRO II. DATOS GENERALES DEL CONTRIBUYENTE</b>			
TIPO DE CONTRIBUYENTE <small>(Ver Tabla Anexo N° 2)</small>	CÓDIGO	TELÉFONOS	CÓDIGO DE PROFESIÓN U OFICIO <small>(Ver Tabla N° 11)</small>
NOMBRE COMERCIAL	N° LICENCIA MUNICIPAL		
ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL <small>(Ver Tabla Anexo N° 1)</small>	CÓDIGO CIU	FAX	FECHA INICIO ACTIV. <small>DA MES AÑO</small>
ACTIVIDADES ECONÓMICAS SECUNDARIAS <small>(Ver Tabla Anexo N° 1)</small>	CÓDIGO CIU	SIST. DE EMISIÓN DE COMPROB. DE PAGO <small>(MARCAR CON "X")</small>	MANUAL MAQUINAREGIST. COMPUTARIZADO
	CÓDIGO CIU	SISTEMA DE CONTABILIDAD <small>(MARCAR CON "X")</small>	MANUAL COMPUTARIZADO
	CÓDIGO CIU	ACTIVIDAD DE COMERCIO EXTERIOR <small>(MARCAR CON "X")</small>	EXPORTADOR IMPORTADOR
CORREO ELECTRÓNICO	CORREO ELECTRÓNICO		

<b>RUBRO III. DOMICILIO FISCAL</b>			
DEPARTAMENTO	PROVINCIA		
DISTRITO	<b>USO SUNAT</b> DÍGITO		
ZONA <small>(Ver Tabla Anexo N° 3)</small>	VIA <small>(Ver Tabla Anexo N° 4)</small>		
TIPO	TIPO		
Número	Interior	OTRAS REFERENCIAS	
Kilometro	Dpto.	CONDICIÓN DEL INMUEBLE	
Manzana	Lote		

<b>RUBRO IV. DATOS DE LA PERSONA NATURAL</b>					
DOCUMENTO DE IDENTIDAD <small>(Tabla 5)</small>	FECHA DE NACIMIENTO O FALLECIMIENTO <small>(Ver Tabla Anexo N° 1)</small>	SEXO <small>(Tabla 6)</small>	NACIONALIDAD <small>(Tabla 7)</small>	PAIS DE PROCEDENCIA <small>(Tabla 8 u. an. anexo 1)</small>	DOMICILIADO <small>(Tabla 9)</small>
TIPO	DA MES AÑO				
NÚMERO					

<b>RUBRO V. DATOS DE LA EMPRESA</b>						
FECHA DE INSCRIPCIÓN EN C/RUC <small>(Ver Tabla Anexo N° 1)</small>	PARTIDA REGISTRAL	TOMO O FICHA	FOLIO	ASIENTO	ORIGEN DEL CAPITAL <small>(Ver Tabla Anexo N° 5)</small>	PAIS DE ORIGEN <small>(Tabla 8 u. an. anexo 1)</small>
DA MES AÑO						

<b>RUBRO VI. TRIBUTOS AFECTOS</b>											
CÓDIGO <small>(Ver Tabla Anexo N° 10)</small>	AFECTACIÓN <small>(MARCAR CON "X")</small>	EXONERACIÓN <small>(MARCAR CON "X")</small>	FECHA DESDE LA CUAL ESTA AFECTO O EXONERADO AL TRIBUTO			CÓDIGO <small>(Ver Tabla Anexo N° 10)</small>	AFECTACIÓN <small>(MARCAR CON "X")</small>	EXONERACIÓN <small>(MARCAR CON "X")</small>	FECHA DESDE LA CUAL ESTA AFECTO O EXONERADO AL TRIBUTO		
			DA	MES	AÑO				DA	MES	AÑO
			DA	MES	AÑO				DA	MES	AÑO
			DA	MES	AÑO				DA	MES	AÑO
			DA	MES	AÑO				DA	MES	AÑO
			DA	MES	AÑO				DA	MES	AÑO

MARQUE CON "X", SI AUTORIZA O NO A OTRA PERSONA PARA LA PRESENTACIÓN DE ESTA DECLARACIÓN: S <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		
IDENTIFICACIÓN DE LA PERSONA AUTORIZADA:		
DOCUMENTO DE IDENTIDAD	APELLIDOS Y NOMBRES	FIRMA
<b>DECLARO BAJO JURAMENTO QUE LOS DATOS EXPRESAN LA VERDAD</b>		
FIRMA DEL CONTRIBUYENTE O REPRESENTANTE LEGAL	APELLIDOS Y NOMBRES	HUELLA DIGITAL PERSONA AUTORIZADA
		SELLO Y FIRMA

FORMULARIO GRATUITO - LEER INSTRUCCIONES AL DORSO

NO SE ACEPTAN BORRONES NI ENMENDADURAS

**CONTRATO DE TRABAJO DE NATURALEZA TEMPORAL POR INICIO O INCREMENTO DE NUEVA ACTIVIDAD**

Conste por el presente documento el Contrato de Trabajo a plazo fijo bajo la modalidad de "Contrato por inicio o incremento de actividad" que celebran al amparo del Art. 57° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97-TR y normas complementarias, de una parte (1)....., con R.U.C. N°.....y domicilio fiscal en ....., debidamente representada por el señor (2) .....con D.N.I. N°....., a quien en adelante se le denominará simplemente EL EMPLEADOR; y de la otra parte don (3).....; con D.N.I. N°....., domiciliado en.....a quien en adelante se le denominará simplemente EL TRABAJADOR; en los términos y condiciones siguientes:

**PRIMERO:** EL EMPLEADOR (4) .....requiere cubrir las necesidades (colocar la justificación del uso de esta modalidad)

**SEGUNDO:** Por el presente documento EL EMPLEADOR contrata a plazo fijo bajo la modalidad ya indicada, los servicios de EL TRABAJADOR quien desempeñará el cargo de (5)....., en relación con las causas objetivas señaladas en la cláusula anterior.

**TERCERO:** El plazo de duración del presente contrato es de.....(máximo tres años), y rige desde el .....del 2013, fecha en que debe empezar sus labores EL TRABAJADOR hasta el .....de .....del 2013, fecha en que termina el contrato.

**CUARTO:** EL TRABAJADOR estará sujeto a un periodo de prueba de tres meses, la misma que inicia el .....de ..... del 2013 y concluye el.....de.....del 2013.

**QUINTO:** EL TRABAJADOR cumplirá el horario de trabajo siguiente: De lunes a.....de.....horas a..... horas.

**SEXTO:** EL TRABAJADOR deberá cumplir con las normas propias del Centro de Trabajo, así como las contenidas en el Reglamento interno de Trabajo (en caso cuente con uno debidamente registrado ante la AAT) y en las demás normas laborales, y las que se impartan por necesidades del servicio en ejercicio de las facultades de administración de la empresa, de conformidad con el Art. 9° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97-TR.

**SETIMO:** EL EMPLEADOR abonará al TRABAJADOR la cantidad de S/.....como remuneración mensual, de la cual se deducirá las aportaciones y descuentos por tributos establecidos en la ley que le resulten de aplicación.

**OCTAVO:** Queda entendido que EL EMPLEADOR no está obligado a dar aviso alguno adicional referente al término del presente contrato, operando su extinción en la fecha de su vencimiento conforme la cláusula tercera,



oportunidad en la cual se abonara al TRABAJADOR los beneficios sociales que le pudieran corresponder de acuerdo a ley.

**NOVENO:** Este contrato queda sujeto a las disposiciones que contiene el TUO del D. Leg. N° 728 aprobado por D. S. N° 003-97-TR Ley de Productividad y Competitividad Laboral, y demás normas legales que lo regulen o que sean dictadas durante la vigencia del contrato.

Como muestra de conformidad con todas las cláusulas del presente contrato firman las partes, por triplicado a los.....días del mes de.....del año 2013.

\_\_\_\_\_  
EL EMPLEADOR

\_\_\_\_\_  
EL TRABAJADOR

- (1) Colocar nombre de la empresa
- (2) Colocar el nombre del representante de la empresa
- (3) Colocar el nombre del trabajador
- (4) Colocar el Objeto Social de la empresa y la justificación del uso de esta modalidad.
- (5) Indicar el cargo del trabajador

**DEBEMOS TENER EN CUENTA**

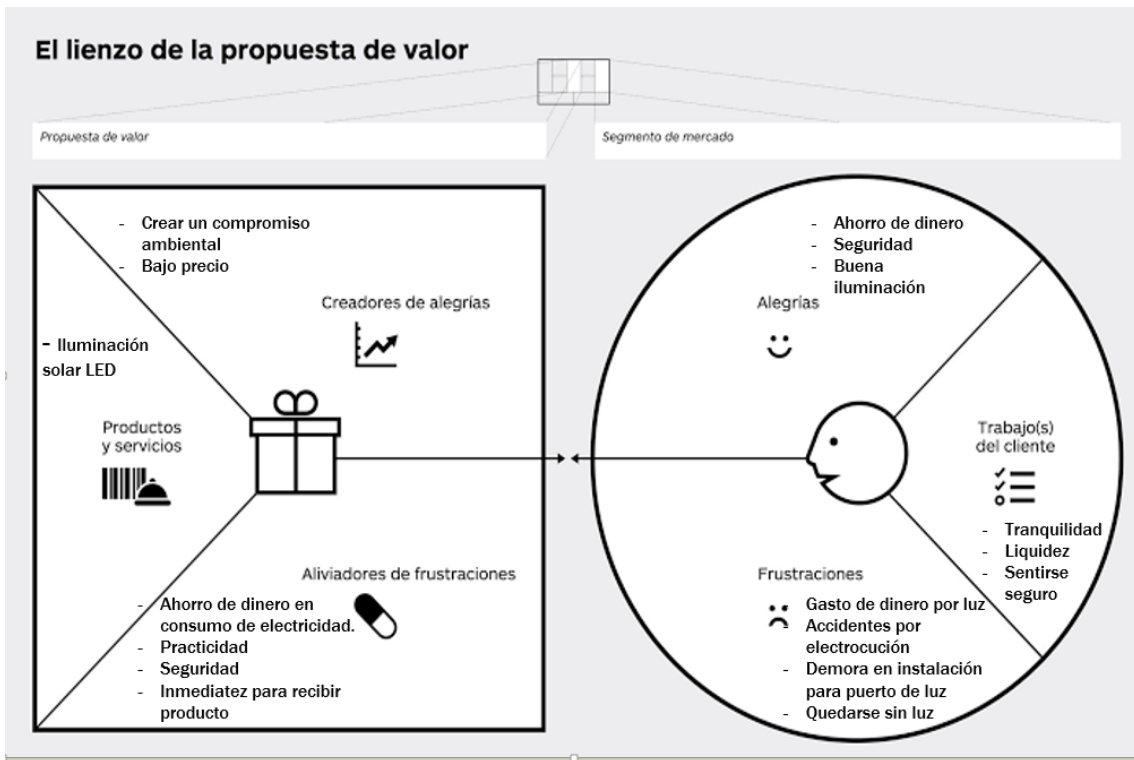
- Duración del contrato plazo máximo según modalidad.
- Modalidad, indicar causa objetivas de la contratación.
- Estatus laboral, puesto u ocupación.
- Período de prueba acordado, (el plazo convencional es de 03 meses).
- Ampliación del período de prueba acordada en caso sea necesario o se contrate trabajadores de Dirección o Confianza.
- Remuneración del trabajador
- Horario de trabajo.

**ANEXO 5**

Razón Social	Descripcion CIU Rev.4	Departamento	Distrito	Tamaño Empresarial
INVERSIONES SAAVEDRA PLAST S.A.C.	FAB. DE PRODUCTOS DE PLASTICOS.	LIMA	SAN MARTIN DE PORRES	Pequeña
NEGOCIACIONES & INVERSIONES LOS OLIVOS E.I.R.L.	FAB. OTROS PROD. TEXTILES NEOP.	LIMA	LOS OLIVOS	Pequeña
CONSTRUCCIONES METALICAS P.M S.A.C	FAB. PROD. METAL. USO ESTRUCTURAL.	LIMA	SAN MARTIN DE PORRES	Pequeña
CREACIONES QATAR S.A.C.	FAB. DE CALZADO.	LIMA	LOS OLIVOS	Pequeña
DACCOR MODA COMPANY E.I.R.L.	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.	LIMA	INDEPENDENCIA	Pequeña
SERVICIOS Y CONSTRUCCIONES METALICAS J V SAC	FAB. PROD. METAL. USO ESTRUCTURAL.	LIMA	INDEPENDENCIA	Pequeña
CONFECCIONES BELL E.I.R.L.	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.	LIMA	SAN MARTIN DE PORRES	Pequeña
LATIN METALS S.A.C.	FAB. OTRO TIPO MAQUINARIA USO GRAL.	LIMA	LOS OLIVOS	Pequeña
LE CARRE S.A.C.	FAB. DE CALZADO.	LIMA	INDEPENDENCIA	Pequeña
INVERSIONES CHAVY E.I.R.L.	FAB. DE CALZADO.	LIMA	LOS OLIVOS	Pequeña
CORPORACION RYNIC S.A.C.	FAB. DE CALZADO.	LIMA	SAN MARTIN DE PORRES	Pequeña
TLBUSES S.A.C.	FAB. CARROCERIAS PARA VEHICULOS.	LIMA	SAN MARTIN DE PORRES	Pequeña
PLANCHAS Y PERFILES DE ACERO HUMAYA E.I.R.L.	FAB. PROD. METAL. USO ESTRUCTURAL.	LIMA	SAN MARTIN DE PORRES	Pequeña
METAL SERVISUR E.I.R.L.	FAB. PROD. METAL. USO ESTRUCTURAL.	LIMA	SAN MARTIN DE PORRES	Pequeña
INVERSIONES Y DENOMINACIONES LUMPE E.I.R.L.	FAB. OTROS PROD. TEXTILES NEOP.	LIMA	SAN MARTIN DE PORRES	Pequeña
VEGA ROMERO EDUARDO DANIEL	FAB. PROD. METAL. USO ESTRUCTURAL.	LIMA	SAN MARTIN DE PORRES	Microempresa
HUERTA ESCUDERO VICTORIA	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.	LIMA	INDEPENDENCIA	Microempresa
LOPEZ REYES AQUILINO TITO	FAB. DE PRENDAS DE VESTIR.	LIMA	SAN MARTIN DE PORRES	Microempresa
CUEVA BERMUDEZ MARIO ALEJANDRO	FAB. DE CALZADO.	LIMA	INDEPENDENCIA	Microempresa
CAMONES HUAMAN SIXTO JUSTO	FAB. PROD. METAL. USO ESTRUCTURAL.	LIMA	LOS OLIVOS	Microempresa
GOMEZ COLLAZOS MAXIMILIANO DOMINGO	FAB. PRODUCTOS DE HIERRO Y ACERO.	LIMA	LOS OLIVOS	Microempresa
CAPCHA PADILLA EPIFANIA	FAB. OTROS PRODUCTOS DE MADERA.	LIMA	INDEPENDENCIA	Microempresa

JARAMILLO FLORES ANGELICA MAXIMINA	FAB. TEJIDOS Y ART DE PUNTO.	LIMA	SAN MARTIN DE PORRES	Microe mpresa
LARA AYALA HILARIO	FAB. PROD. METAL. USO ESTRUCTURAL.	LIMA	SAN MARTIN DE PORRES	Microe mpresa
ASPIROS MATTOS MANUEL M.	FAB. PROD. METAL. USO ESTRUCTURAL.	LIMA	SAN MARTIN DE PORRES	Microe mpresa

# ANEXO 6



## ANEXO 7

Cuestionario para encuestas aplicada a personas:

1. ¿Cuál es tu rango de edad?
  - a. 18 a 25 años
  - b. 26 a 36 años
  - c. 37 a 45 años
  
2. ¿Actualmente te encuentras laborado?
  - a. Si
  - b. No
  
3. ¿Qué servicio se consume más en tu hogar?
  - a. Agua
  - b. Luz
  - c. Internet
  
4. ¿Asumes el pago de uno de estos servicios?
  - a. Si
  - b. No
  
5. ¿Qué tipo de luminaria tienes en tu hogar?
  - a. Focos ahorradores
  - b. Focos incandescentes
  - c. Fluorescente
  
6. ¿Conoces acerca de las lámparas solares LED?
  - a. Si
  - b. No
  
7. ¿Qué es lo que más te gustaría al usar un producto de iluminación?
  - a. Ahorrar dinero
  - b. Seguridad
  - c. Sostenibilidad
  
8. Conociendo los beneficios que ofrecen las lámparas LED ¿Estarías dispuesto a comprar este producto?
  - a. Si
  - b. No
  - c. Más adelante
  
9. ¿Qué cantidad estuvieras dispuesto a comprar al año?
  - a. 2
  - b. 3
  - c. 4 a más

## **ANEXO 8**

**Cuestionario para encuestas aplicada a empresas:**

- 1. ¿Cuánto tiempo tiene tu empresa en el rubro?**
  - a. 0 a 4 años**
  - b. 4 a 8 años**
  - c. 8 a más años**
  
- 2. ¿Cuántos días a la semana opera la empresa?**
  - a. 5 días**
  - b. 6 días**
  - c. 7 días**
  
- 3. ¿Qué tipo de luminaria utiliza en la empresa?**
  - a. Focos ahorradores**
  - b. Focos incandescentes**
  - c. Reflectores**
  
- 4. Tiene intención de ahorrar el pago de luz en su empresa?**
  - a. Si**
  - b. No**
  - c. Tal vez**
  
- 5. ¿Conoces acerca de las Lámparas Solares LED?**
  - a. Si**
  - b. No**
  
- 6. ¿Qué es lo que más le gustaría al usar un producto de iluminación?**
  - a. Ahorrar dinero**
  - b. Seguridad**
  - c. Sostenibilidad**
  
- 7. ¿Estaría dispuesto a impulsar el desarrollo sostenible en tu empresa, y ser beneficiado teniendo un costo cero en iluminación?**
  - a. Si**
  - b. No**
  - c. Tal vez**
  
- 8. Conociendo los beneficios de ofrecen las lámparas solares LED ¿Estaría dispuesto a comprar este producto?**
  - a. Si**
  - b. No**
  - c. Más adelante**
  
- 9. ¿Qué cantidad estuvieras dispuesto a comprar al año?**
  - a. 2**
  - b. 3**
  - c. 4 a más**

## **CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL**

Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte SHENZHEN TSC LIMITED, empresa constituida bajo las leyes de China, debidamente representada por su CEO Pandy Zheng, domiciliado en calle Center Road #31, Ping Di Community, Long Gang District, Shen Zhen, China, a quien en adelante se denominará **EL VENDEDOR** y, de otra parte SK IMPORT SAC, inscrito con RUC N°20205758591, debidamente representado por su Gerente General César Enrique Torrico Hurtado, identificado con DNI N°71226022 y señalando domicilio Av. Carlos Izaguirre Mz. A Lt. 3 Urb. Kama 1 – San Martín de Porres, Lima, Perú a quien en adelante se denominará **EL COMPRADOR**, que acuerdan en los siguientes términos:

### **GENERALIDADES**

#### **CLAÚSULA PRIMERA:**

- 1.1 Las presentes Condiciones Generales se acuerdan en la medida de ser aplicadas conjuntamente como parte de un Contrato de Compraventa Internacional entre las dos partes aquí nominadas.
- 1.2 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.
- 1.3 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 inglés) 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.
- 1.4 Cualquier referencia que se haga a términos del comercio FOB Shenzhen estará entendida en relación con los llamados Incoterms, publicados por la Cámara de Comercio Internacional.
- 1.5 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.
- 1.6 Ninguna modificación hecha a este contrato se considerará válida sin el acuerdo por escrito entre las Partes.

### **CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS**

#### **CLAÚSULA SEGUNDA:**

- 2.1 Es acordado por las partes que **EL VENDEDOR** venderá los siguientes productos: **Lámparas Solares LED con sensor de movimiento de 20 focos 1 W y 36 focos 2.5 W**, y **EL COMPRADOR** pagará el precio de dichos productos de conformidad con lo acordado.
- 2.2 También es acordado que cualquier información relativa a los productos descritos anteriormente referente al uso, peso, dimensión, ilustraciones, no tendrán efectos como parte del contrato a menos que esté debidamente mencionado en el contrato.

## **PLAZO DE ENTREGA**

### **CLAUSULA TERCERA:**

**EL VENDEDOR** se compromete a realizar la entrega en un período de 7 días luego de recibida las órdenes de compra debidamente firmadas por el comprador y habiendo efectuado el primera pago.

## **PRECIO**

### **CLAUSULA CUARTA**

Las partes acuerdan el precio de USD 10,720.00 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 Shenzhen ("Free on board") por vía marítima.

## **CONDICIONES DE PAGO**

### **CLAUSULA QUINTA:**

Las partes han acordado que el pago del precio o de cualquier otra suma adecuada por **EL COMPRADOR** a **EL VENDEDOR** deberá realizarse por pago adelantado equivalente a 30% al inicio, 70% en la fecha de embarque.

Las cantidades adeudadas serán acreditadas, salvo otra condición acordada, por medio de transferencia electrónica a la cuenta del banco CITIBANK de **EL 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.

## **INTERÉS EN CASO DE PAGO RETRASADO**

### **CLAUSULA SEXTA:**

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

## **RETENCION DE DOCUMENTOS**

### **CLAUSULA SEPTIMA:**

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



## **TERMINO CONTRACTUAL DE ENTREGA**

### **CLAUSULA OCTAVA:**

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 ENVÍOS**

#### **CLAUSULA NOVENA:**

**EL COMPRADOR** tendrá derecho a reclamar a **EL VENDEDOR** el pago de daños equivalente al 0.5% del precio de los productos por cada semana de retraso, a menos que se comuniquen las causas de fuerza mayor por parte de **EL VENDEDOR** al **COMPRADOR**.

### **INCONFORMIDAD CON LOS PRODUCTOS**

#### **CLAUSULA DECIMA:**

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

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

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

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

- a) Reemplazar los productos por productos sin daños, sin ningún costo adicional para el comprador; o,
- b) Reintegrar a **EL COMPRADOR** el precio pagado por los productos sujetos a inconformidad.

### **COOPERACION ENTRE LAS PARTES**

#### **CLAUSULA DECIMO PRIMERA:**

**EL COMPRADOR** deberá informar inmediatamente a **EL VENDEDOR** de cualquier reclamo realizado contra **EL COMPRADOR** de parte de los clientes o de terceras partes en relación con los productos enviados o sobre los derechos de propiedad intelectual relacionado con estos.

**EL VENDEDOR** deberá informar inmediatamente a **EL COMPRADOR** de cualquier reclamo que pueda involucrar la responsabilidad de los productos por parte de **EL COMPRADOR**.

## **CASO FORTUITO DE FUERZA MAYOR**

### **CLAUSULA DECIMO SEGUNDA:**

No se aplicará ningún cargo por terminación ni a **EL VENDEDOR** ni a **EL COMPRADOR**, ni tampoco ninguna de las partes será responsable, si el presente acuerdo se ve forzado a cancelarse debido a circunstancias que razonablemente se consideren fuera de control de una de las partes.

La parte afectada por tales circunstancias deberá notificar inmediatamente a la otra parte.

## **RESOLUCIÓN DECONTROVERCIAS**

### **CLAUSULA DECIMO TERCERA:**

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

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

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

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

## **ENCABEZADOS**

### **CLAUSULA DECIMO CUARTA:**

Los encabezados que contiene este acuerdo se usan solamente como referencia y no deberán afectar la interpretación del mismo.

## **NOTIFICACIONES**

### **CLAUSULA DECIMO QUINTA:**

Todas las notificaciones realizadas en base al presente acuerdo deberán constar por escrito y ser debidamente entregadas por correo certificado, con acuse de recibo, a la dirección de la otra parte mencionada anteriormente o a cualquier otra dirección que la parte haya, de igual forma, designado por escrito a la otra parte.

**ACUERDO INTEGRAL**

**CLAUSULA DECIMO SEXTA:**

Este acuerdo constituye el entendimiento integral entre las partes.

No deberá realizarse cambios o modificaciones de cualquiera de los términos de este contrato a menos que sea modificado por escrito y firmado por ambas partes.

En señal de conformidad con todos los acuerdos pactados en el presente contrato, las partes suscriben este documento en la ciudad de Lima, a los 2 Días del mes de Enero del 2020.

.....

**EL VENDEDOR**

.....

**EL COMPRADOR**

Fuente: Elaboración propia