



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

**EXPORTACIÓN DE JUEGO DE JOYERÍA DE PLATA CON  
TÉCNICA DE FILIGRANA AL MERCADO DE MIAMI – ESTADOS  
UNIDOS**

**PRESENTADA POR  
MERCEDES SUSANA SIUSE CALIXTO**

**PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES  
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN  
ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**LIMA – PERÚ**

**2017**



**CC BY**

**Reconocimiento**

La autora permite a otros distribuir y transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra, incluso con fines comerciales, siempre que sea reconocida la autoría de la creación original

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



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

PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**EXPORTACION DE JUEGO DE JOYERIA DE PLATA CON TECNICA DE  
FILIGRANA AL MERCADO DE MIAMI – ESTADOS UNIDOS**

PARA OPTAR  
EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES

PRESENTADO POR:  
**MERCEDES SUSANA SIUSE CALIXTO**

**LIMA, PERÚ**

2017

## **Dedicatoria**

Mi plan de negocios está dedicado a Dios ya que, gracias a él, he logrado concluir mi carrera.

A mis padres, porque ellos siempre estuvieron a mi lado brindándome su apoyo, sus consejos y todo su amor.

A mi hermano Eduardo y Hermana Claudia por sus palabras de aliento y su confianza, a mi abuelita Dina, quien es mi inspiración de fuerza y fortaleza.

A mis tías, Cecilia y María por su ejemplo de lucha constante.

A mis amigos por estar siempre a mi lado y alentarme a seguir con mis proyectos.

Para todos ellos va esta dedicatoria.

## **Agradecimientos**

A mis padres por haberme forjado la persona que soy en la actualidad; muchos de mis logros se los debo a ustedes. A mis profesores de la Universidad San Martín de Porres quienes me formaron académicamente para llegar a este momento.

A todos ellos muchas gracias y que Dios los bendiga siempre.

## **Tabla de contenido**

Dedicatoria .....	1
Agradecimientos .....	1
RESUMEN EJECUTIVO.....	1
1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN .....	2
2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES.....	2
2.1 Nombre o razón social.....	2
2.2 Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU).....	2
2.3 Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial .....	3
2.3.1 Macro localización .....	3
2.3.2 Micro localización .....	4
2.4 Objetivos de la empresa, principio de la empresa en marcha .....	5
2.4.1 Objetivo General.....	6
2.4.2 Objetivos específicos .....	6
2.4.3 Misión Visión.....	6
2.4.4 Fortalezas Oportunidades Debilidades y Amenazas.....	7
2.4.5 Valores de la empresa.....	7
2.4.6 Políticas de la empresa .....	8
2.5 Ley de Pequeña empresa, características .....	8
2.6 Estructura Orgánica .....	9
2.7 Cuadro de Asignación de personal .....	12
2.8 Forma Jurídica Empresarial .....	13

2.8.1 Formas societarias .....	13
2.9 Registro de Marca y Procedimiento de INDECOPI .....	15
2.10 Requisitos y Trámites Municipales .....	19
2.11 Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades .....	22
2.12 Registro de Panillas Electrónicas PLAME .....	24
2.13 Régimen Laboral Especial y Régimen Laboral General.....	26
2.13.1 Régimen General Laboral.....	27
2.14 Modalidades de Contratos Laborales.....	28
2.14.1 Tipos de contratos de trabajo.....	29
2.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas .....	29
<b>3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL .....</b>	<b>30</b>
3.1. Descripción del producto .....	30
3.1.1 Clasificación arancelaria .....	32
3.1.2 Propuesta de valor .....	34
3.1.3 Ficha técnica comercial.....	34
3.1.4 Determinación de la Marca .....	38
3.2 Investigación del mercado objetivo .....	39
3.2.1 Segmentación de mercado objetivo .....	42
3.2.2 Tendencias de Consumo .....	46
3.3 Análisis de la Oferta y la demanda .....	50
3.3.1 Análisis de la Oferta .....	50
3.3.2 Análisis de la Demanda .....	52

3.3.3	Competencia Directa .....	57
3.4	Estrategia de ventas y distribución.....	61
3.4.1	Estrategias de segmentación .....	61
3.4.2	Estrategias de Posicionamiento.....	62
3.4.3	Estrategias de distribución.....	63
3.4.4	Estrategias de Suministro .....	64
3.5	Estrategias de Promoción .....	67
3.6	Tamaño de planta. Factores condicionantes.....	69
4.	Plan de Logística Internacional.....	69
4.1	Envases, empaques y embalajes .....	69
4.1.1	Envase .....	69
4.1.2	Embalaje .....	71
4.2	Diseño del rotulado y marcado .....	73
4.2.1	Diseño del marcado .....	73
4.2.2	Diseño del Rotulado.....	74
4.3	Unitarización y cubicaje de la carga .....	75
4.4	Cadena de Distribución Física Internacional .....	76
4.4.1	Actores en las operaciones de Comercio Internacional .....	77
4.5	Seguro de las mercancías .....	78
5.	PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL .....	79
5.1	Costos y Precio.....	79
5.2	Cotización Internacional .....	81



5.2.1 Contrato de Compra y Venta Internacional .....	82
5.3 Elección y aplicación de Incoterm .....	82
5.3.1 Obligaciones del Comprador .....	83
5.3.2 Obligaciones del Vendedor .....	83
5.4 Determinación del medio de pago y cobro .....	85
5.5 Proceso del Régimen de Exportación .....	86
5.6 Gestión aduanera del comercio Internacional .....	86
5.6.1 Documentos necesarios para la exportación .....	87
5.7 Gestión de las operaciones de exportación: Flujograma .....	89
6.- PLAN ECONOMICO FINANCIERO .....	90
6.1 Activos Tangible e Intangibles .....	90
6.2 Capital de Trabajo.....	91
6.3 Inversión Total .....	92
6.4 Estructura de Inversión y Financiamiento .....	92
6.5 Fuentes de Financiamiento y condiciones de crédito .....	93
6.5.1 Estructura de Financiamiento.....	93
6.6 Presupuesto de Costos .....	94
6.7 Punto de Equilibrio .....	96
6.8 Flujo De caja Económico.....	97
6.8.1 Flujo de Caja Financiero.....	98
6.8.2 Flujo de Caja Proyectado .....	98
6.9 Estados De Ganancias y Pérdidas .....	100

6.10 Evaluación de inversión .....	101
6.10.1 Evaluación Económica .....	101
6.11 Cuadro de Riesgo del Tipo de cambio .....	102
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	105
7.1 Conclusiones: .....	105
7.2 Recomendaciones .....	106
Bibliografía .....	107
ANEXOS .....	108

## Índice de Tablas

<b>Tabla N° 1: Estructura Jerárquica</b> .....	3
<b>Tabla N° 2: Matriz "F" Elección de distrito para colocación de Empresa</b> .....	4
<b>Tabla 3: FODA empresa "JOYERIA SIUSE"</b> .....	7
<b>Tabla N° 4 Valor de la UIT 2017</b> .....	9
<b>Tabla N° 5 Forma societaria de Sociedad Anónima Cerrada</b> .....	14
<b>Tabla N° 6 Obligaciones de Régimen General y Especial</b> .....	26
<b>Tabla N° 7 Obligaciones de Régimen General para Pequeña Empresa</b> .....	28
<b>Tabla N° 8 Clasificación arancelaria</b> .....	33
<b>Tabla 9: Gravámenes Vigentes</b> .....	33
<b>Tabla 10: Convenios vigentes</b> .....	33
<b>Tabla N° 11 Ficha Técnica Comercial</b> .....	35
<b>Tabla 12 : Proceso de producción</b> .....	36
<b>Tabla N° 13 Principales países importadores de la partida 7113110000</b> .....	39
<b>Tabla N° 14 Lista de los mercados importadores para la partida 7113110000 exportado por Perú</b> .....	40
<b>Tabla N° 15 "Matriz F" toma de decisión del país a exportar</b> .....	41
<b>Tabla N° 16 Cifras de población de Estados Unidos</b> .....	43
<b>Tabla N° 17 Población de EEUU distribuida por Sexo</b> .....	44
<b>Tabla N° 18 Distribución de población de EE. UU. Por edades</b> .....	44
<b>Tabla N° 19 Segmentación de Mercado Objetivo</b> .....	46
<b>Tabla N° 20 Gastos de consumo por categoría de productos</b> .....	47
<b>Tabla N° 21 Exportaciones mundiales de Joyería de Plata</b> .....	51
<b>Tabla N° 22 Producción de plata en el Perú 2012- 2016</b> .....	51
<b>Tabla N° 23 Exportación de productos de la partida 711311 en miles de dólares</b> .....	52
<b>Tabla N° 24 Principales importadores en el mundo de la partida 711311</b> .....	53
<b>Tabla N° 25: Importaciones de la partida 7113110000-art. De joyería de los demás metales preciosos, incluso revestidos o chapados a nivel mundial en toneladas</b> .....	54
<b>Tabla N° 26 Principales proveedores de Joyería de Plata a EEUU</b> .....	55
<b>Tabla N° 27 Cuota de Perú a Estados Unidos para la partida 7113</b> .....	56
<b>Tabla N° 28 Escenario de Perú como proveedor de EEUU para la partida 7113</b> .....	56
<b>Tabla 29 Principales empresas Peruanas exportadoras de Joyería a Estados Unidos- Miami</b> .....	57
<b>Tabla N° 30 Principales Joyerías en Miami</b> .....	60
<b>Tabla N° 31 "Matriz F" Proveedor de Materia Prima (Juego de plata)</b> .....	66
<b>Tabla N° 32 Ferias de Joyería en Estados Unidos</b> .....	67
<b>Tabla N° 33 Características del establecimiento</b> .....	69
<b>Tabla N° 34 Características del Envase</b> .....	70
<b>Tabla N° 35 Características de Embalaje</b> .....	72
<b>Tabla N° 36 : Embalaje de la carga</b> .....	72
<b>Tabla N° 37 Diseño de marcado en embalaje</b> .....	73
<b>Tabla N° 38 Unitarización de la carga</b> .....	76
<b>Tabla N° 39 Determinación de Precio de Venta</b> .....	79
<b>Tabla N° 40 Cálculo de Precio</b> .....	80
<b>Tabla N° 41 Escala de riesgo según medio de pago</b> .....	85
<b>Tabla N° 42 Opciones de Financiamiento</b> .....	93

## Índice de Figuras

<b>Figura N° 1 Ubicación de la Empresa .....</b>	<b>5</b>
<b>Figura N° 2 Organigrama de la empresa.....</b>	<b>10</b>
<b>Figura N° 3 Cuadro de Asignación Personal.....</b>	<b>12</b>
<b>Figura N° 4 Juego de Collar y aretes de plata utilizando la técnica filigrana .....</b>	<b>31</b>
<b>Figura N° 5 Logo de Empresa “Joyería Siuse” .....</b>	<b>32</b>
<b>Figura N° 6 Taller del proveedor en San Jerónimo de Tunan.....</b>	<b>37</b>
<b>Figura N° 7 Artesano trabajando con plata .....</b>	<b>37</b>
<b>Figura N° 8 Logo de Marca del Producto.....</b>	<b>38</b>
<b>Figura N° 9 Segmentación de Mercado.....</b>	<b>61</b>
<b>Figura N° 10 Consumo de Redes Sociales en Estados Unidos .....</b>	<b>63</b>
<b>Figura N° 11: Tarjeta proforma de proveedor "La portada del Sol" .....</b>	<b>65</b>
<b>Figura N° 12 : Tarjeta proforma de proveedor "Joyería Coral" .....</b>	<b>65</b>
<b>Figura N° 13 Tarjeta proforma de proveedor "Joyería Plateria Aníbal" .....</b>	<b>65</b>
<b>Figura N° 14 Envase Primario burbupack .....</b>	<b>70</b>
<b>Figura N° 15 : Envase Secundario.....</b>	<b>71</b>
<b>Figura N° 16 Marcado del Embalaje.....</b>	<b>74</b>
<b>Figura N° 17 Etiqueta de Envase.....</b>	<b>75</b>
<b>Figura N° 18 Precio de la Plata por Onza.....</b>	<b>80</b>
<b>Figura N° 19 Modelo de Cotización Internacional .....</b>	<b>81</b>
<b>Figura N° 20 Responsabilidad Incoterm FCA .....</b>	<b>84</b>
<b>Figura N° 21 Flujograma de exportación "Joyería Siuse" .....</b>	<b>89</b>
<b>Figura N° 22 Activos Tangibles e Intangibles .....</b>	<b>90</b>
<b>Figura N° 23 Capital de Trabajo.....</b>	<b>91</b>
<b>Figura N° 24 Estructura de inversión y financiamiento.....</b>	<b>92</b>
<b>Figura N° 25 Estructura de Financiamiento .....</b>	<b>93</b>
<b>Figura N° 26 Presupuesto de Costos Administrativos.....</b>	<b>94</b>
<b>Figura N° 27 : Servicios Básicos Elaboración Propia.....</b>	<b>95</b>
<b>Figura N° 28 Punto de Equilibrio.....</b>	<b>96</b>
<b>Figura N° 29 : Flujo de Caja Operativo del Proyecto .....</b>	<b>97</b>
<b>Figura N° 30 : Flujo de Capital .....</b>	<b>98</b>
<b>Figura N° 31: Flujo de Caja Económico .....</b>	<b>98</b>
<b>Figura N° 32: Flujo de Caja Financiero.....</b>	<b>99</b>
<b>Figura N° 33 : Estado de Ganancias y Pérdidas .....</b>	<b>100</b>
<b>Figura N° 34 : Valor Actual Neto y Tasa de Retorno Económico y Financiero .....</b>	<b>101</b>
<b>Figura N° 36 Análisis de Sensibilidad de Gastos Variables.....</b>	<b>103</b>
<b>Figura N° 37 Análisis de sensibilidad de Gastos Fijos .....</b>	<b>103</b>
<b>Figura N° 38 Análisis de Sensibilidad de TC.....</b>	<b>104</b>

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de exportación de joyas de plata hecha a base de la técnica de filigrana a Estados Unidos, específicamente el estado de Miami. En cada uno de los capítulos se demuestra la viabilidad económica y financiera del negocio que se encontrara a cargo de la empresa “Joyería Siuse SAC.”

En la primera parte, se señala el análisis organizacional de la empresa teniendo en cuenta los principales factores legales y económicos para la constitución de la misma. Adicionalmente se tiene en cuenta el régimen general laboral, tributarios a los que la empresa se acogerá. Paralelamente se definirán la misión, visión, valores y objetivos que serán pieza para que la empresa pueda tener éxito.

En el segundo capítulo, se tratará acerca del Plan de Marketing Internacional en donde se definirá la descripción del producto con la ficha técnica Comercial de la misma. Se definió el mercado y se realizó una investigación de cuál será el mercado Objetivo, utilizando diferentes datos de fuentes confiables. Se determinaron cuáles serán las estrategias de posicionamiento y de distribución en el mercado objetivo.

En el siguiente capítulo se realiza el plan de logística Internacional donde se determinará la Cadena Física Internacional de la carga, así como el envase, empaque y rotulado de la carga.

En el quinto capítulo se determinará el plan de comercio Internacional, integrando las gestiones de operaciones de exportación, así como los actores que intervienen en este proceso.

Para el último capítulo se evaluará el Plan Económico Financiero donde se comprobará la viabilidad del propuesto de negocio.

1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN
2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

En el presente capítulo se detallará el nombre, visión, misión, valores y los principios por los que se regirá la empresa, también se determinaran los principios legales y procedimientos administrativos que se tomaran en consideración para la constitución de la empresa.

### **2.1 Nombre o razón social**

La Razón Social de la empresa:

**“Joyería Siuse S.A.C.”**

El nombre fue elegido por ser el apellido de la Gerente General de la empresa por significar el esfuerzo y apoyo de sus familiares en la creación y emprendimiento de la empresa.

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

El propósito principal de la CIIU es proporcionar un conjunto de categorías de actividades productivas para diferenciar las estadísticas de acuerdo a esas actividades.

La CIIU es una clasificación de actividades cuyo alcance abarca a todas las actividades económicas, las cuales se refieren a las actividades productivas, es decir, aquellas que producen bienes y servicios.

Para la empresa “Joyerías Siuse” la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) correcta es la siguiente: 3211

Líneas abajo se explica mediante una tabla de la estructura jerárquica

**Tabla N° 1: Estructura Jerárquica**

Sección	División	Grupo	Clase	Descripción
C				Industrias Manufactureras
	32			Otras Industrias Manufactureras
		321		Fabricación de joyas, bisutería y artículos conexos
			3211	Fabricación de joyas y artículos conexos

**Fuente: Elaboración Propia**

### **2.3 Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial**

Las decisiones sobre la localización de la planta es un factor significativo para el éxito del proyecto debido a que impacta en el flujo de caja, la demanda real del proyecto y además compromete una fuerte inversión inicial.

Debido a estos puntos, se detallará el motivo de la ubicación de la planta y se analizarán los distintos factores cuantitativos y cualitativos para validar la decisión.

#### **2.3.1 Macro localización**

Debido a la naturaleza del presente Plan de Negocio, la macro localización quedara asignada en Lima Metropolitana debido a que es donde se concentran: la totalidad de las empresas exportadoras de joyería, la cercanía de los puertos más transitados del país y las facilidades con las que se cuenta para el desarrollo de una empresa mype.

### 2.3.2 Micro localización

Para poder tomar una decisión apropiada en la elección del distrito donde se tendrá la empresa se realizó la siguiente “Matriz F” donde se considerará 3 distritos de la ciudad de Lima que tienen potencial y se calificara en escala de 1 a 5 siendo 1 el más bajo y 5 la mejor calificación.

- Ate Vitarte : A
- Callao : B
- Los olivos : C

**Tabla N° 2: Matriz "F" Elección de distrito para colocación de Empresa**

<u>Factores</u>	<u>Peso Relativo</u>	<u>A</u>	<u>B</u>	<u>C</u>
Cercanía al Puerto y Aeropuerto	25%	1	5	4
Costo de Alquiler y/o compra de terreno	25%	3	4	5
Tiempo para emisión funcionamiento por parte de la municipalidad	10%	3	3	4
Costo de Emisión de documentos	20%	4	4	3
Nivel de delincuencia	20%	3	1	4

Elaboración Propia

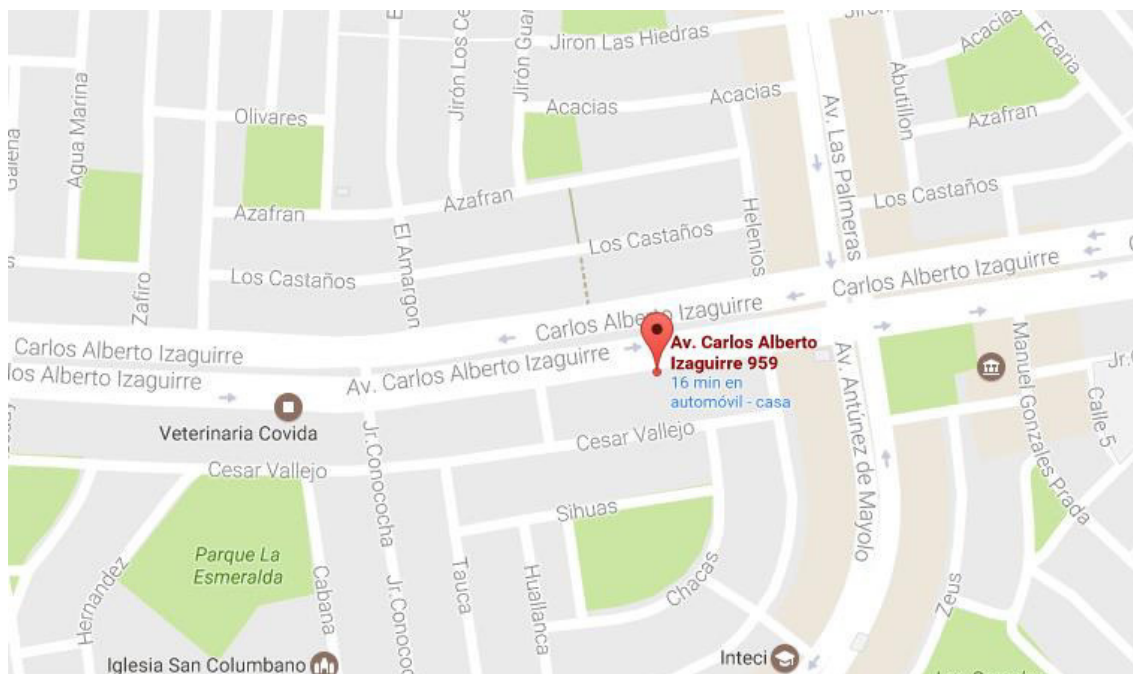
Puntuación A:  $1*0.25 + 3*0.25 + 3*0.10 + 4*0.20 + 3*0.20 = 2.7$

Puntuación B:  $5*0.25 + 4*0.25 + 3*0.10 + 4*0.20 + 1*0.20 = 3.55$

Puntuación C:  $4*0.25 + 5*0.25 + 4*0.1 + 3*0.20 + 4*0.20 = 4.05$



En base al resultado que se obtuvo la elección en donde se constituirá la empresa será Los Olivos, cabe mencionar que la Gerente General tiene un terreno en dicho distrito que pondrá a disposición de la empresa como Activo.



**Figura N° 1 Ubicación de la Empresa**

Fuente: (Google Maps, 2017)

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

El principio de la empresa en funcionamiento es uno de los principios contables generalmente aceptados, estableciéndose que, al crearse la empresa la gestión administrativa de la misma continuará a lo largo de un periodo mínimo de 5 años.

Así mismo, se establece que cuando la empresa quiera poner fin a sus actividades, se aplicarán los principios más adecuados a esa situación con el objetivo de reflejar la imagen fiel de la compañía.

### **2.4.1 Objetivo General**

Exportar joyas de plata realizadas con la técnica filigrana hacia el mercado de Estados Unidos- Miami, con la finalidad de aumentar las exportaciones peruanas con valor agregado.

### **2.4.2 Objetivos específicos**

1. Definir las principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que deriva de la implementación de un negocio de exportación en joyería de plata.
2. Mejorar la balanza comercial mediante el aumento de las exportaciones peruanas, dirigiendo nuestro producto con valor agregado hacia el mercado de Estados Unidos- Miami.
3. Diseñar un plan de exportación con una duración mínimo de 5 años, con la finalidad de generar al término del proyecto utilidades a los socios del negocio.

### **2.4.3 Misión Visión**

#### **Misión**

Ser la principal empresa de exportación de joyas de plata con valor agregado procedente desde el distrito de Los Olivos hacia el mercado de Miami- Estados Unidos.

#### **Visión**

Distribuir diseños innovadores y creativos de joyerías en plata a las principales empresas importadoras de joyas al mercado de Estados Unidos - Miami, orientado a satisfacer los altos estándares de calidad basado en un grupo humano altamente calificado y orientado al cliente.

## 2.4.4 Fortalezas Oportunidades Debilidades y Amenazas

**Tabla 3: FODA empresa "JOYERIA SIUSE"**



Elaboración Propia

## 2.4.5 Valores de la empresa

Los valores que guiarán a la empresa serán los siguientes:

- Respeto
- Puntualidad
- Responsabilidad
- Laboriosidad
- Creatividad
- Equidad

### **2.4.6 Políticas de la empresa**

La empresa contara con las siguientes políticas:

- Los trabajadores deberán llegar puntual a la oficina, horario de entrada 8:00 am
- Los trabajadores deberán pasar exámenes médicos antes de su contratación
- La Empresa deberá proveer herramientas necesarias para que los trabajadores puedan cumplir sus labores.
- Los trabajadores tendrán que hacer buen uso de las herramientas proporcionadas por el empleador, evitando malgastar los activos.
- Los trabajadores deberán presentar antecedentes policiales antes de empezar sus labores.
- Los trabajadores deberán cumplir sus labores teniendo horario de salida 5:30 pm

### **2.5 Ley de Pequeña empresa, características**

Según la Ley N° 30056 y la aprobación del Texto Único Ordenado (T.U.O) de la Ley MIPYME mediante Decreto Supremo N° 013-2013-PRODUCE.

#### **Definición de la Pequeña Empresa**

El artículo 4° de la Ley MIPYME, que recoge el texto del artículo 4° de la Ley MYPE, establece el concepto de la Micro y Pequeña Empresa, define:

“La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios...”

### Características:

Según el artículo 5° del Decreto Supremo (D.S.) N° 007-2008-TR (Ley MYPE) establece las siguientes características concurrentes de las MYPES. De modo esquemático, tenemos lo siguiente:

**Tabla N° 4 Valor de la UIT 2017**

Características	Trabajadores	Ventas Anuales
<b>Microempresa</b>	De 1 hasta 10	Hasta 150 UIT (S/. 607,500)
<b>Pequeña Empresa</b>	De 1 hasta 100	Hasta 1700 UIT (S/.6'885,000)

**Fuente:** SUNAT

Elaboración Propia.

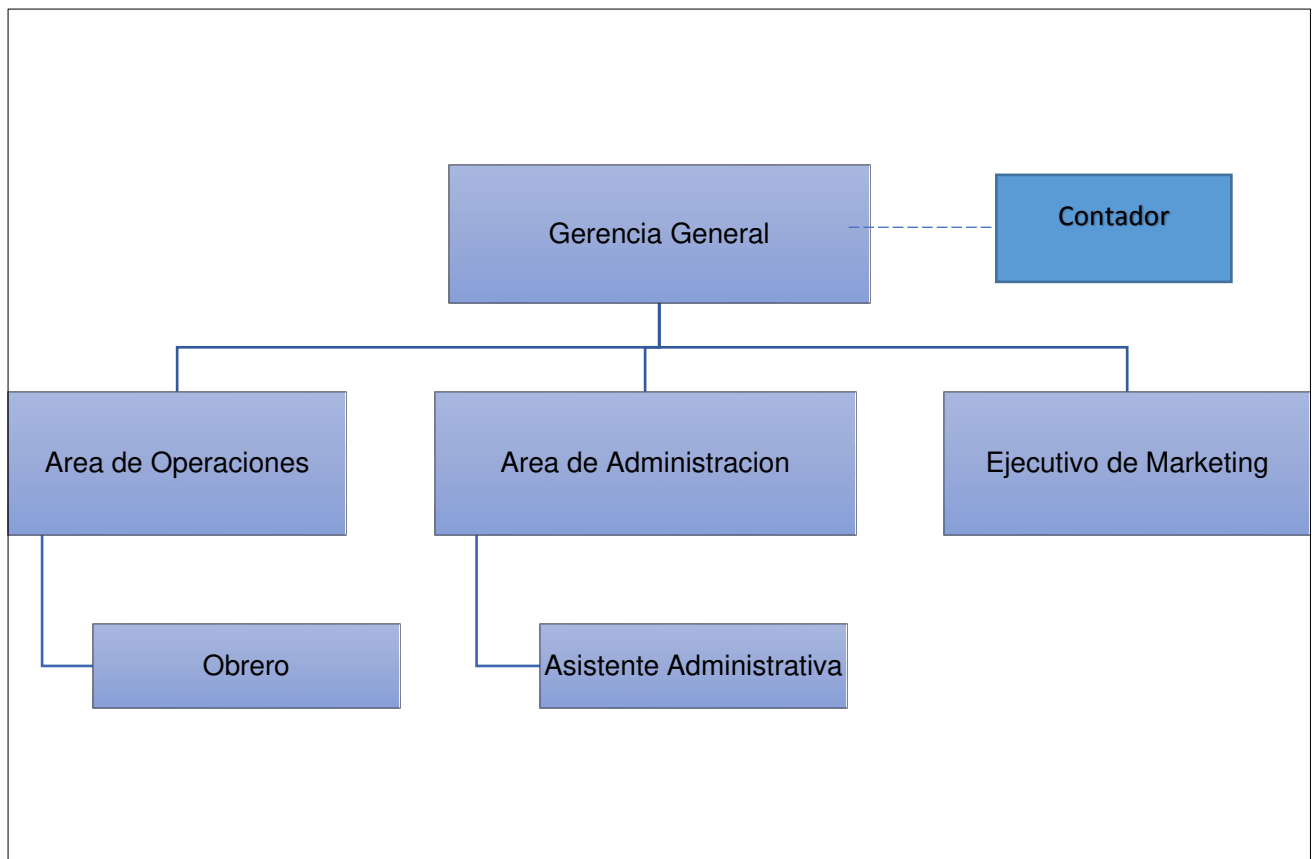
Descripción: Valor de la UIT para el Ejercicio 2017 era de S/. 4,050

**Microempresa:** Tiene de uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive y un nivel de ventas anuales no mayor a 150 UIT. En este sentido, no había variación –en relación con lo que señalaba la Ley N° 28015– en los límites para calificar como microempresa.

**Pequeña Empresa:** Tiene de uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive y un nivel de ventas anuales no mayor a 1700 UIT. Por ende, en comparación con lo que señalaba la Ley N° 28015, el número máximo de trabajadores subía de 50 a 100 y, además, en cuanto al volumen de ventas, se eliminaba el límite inferior de 150 UIT y se elevaba el límite superior de 850 UIT a 1700 UIT.

## 2.6 Estructura Orgánica

La estructura organizacional propuesta para la empresa se muestra en el organigrama de la siguiente figura.



**Figura N° 2 Organigrama de la empresa**

Fuente: Elaboración propia

- **Gerencia General**

Será el mayor órgano de gestión y representación de la empresa, estará conformado por el Gerente General; quién dirigirá y encargará de velar por el cumplimiento de la estrategia general y dirigir las áreas funcionales para concretar la Visión.

- **Contabilidad Tercerizada**

El área de Contabilidad será tercerizada y llevada por una empresa llamada “Servicios Contables S.A.C.” que llevará todos los libros contables actualizados, así como también el pago de tributos para cumplir con la ley.

- **Área de Marketing**

Será el área encargada de la planificación y ejecución de las estrategias comerciales con el objetivo de alcanzar las proyecciones de venta nacional e internacional, alcanzar una participación en el mercado escogido y conseguir el posicionamiento deseado. Por ser una empresa nueva y buscando la manera de ahorrar costos esta área será dirigida por la Gerente General.

- **Área de Administración y Finanzas**

Será el Área encargada de administrar los activos de la empresa, así como tener en orden los pagos realizados para luego enviárselos a la empresa “Servicios Contables S.A.C.” para que puedan incluirlos en los libros contables.

- **Área de Operaciones**

Será el área encargada de la dirección, planificación, control y ejecución de los procesos relacionados con el traslado de la mercadería de San Gerónimo a Lima, Control de calidad y el proceso de exportación hacia Estados Unidos.

## 2.7 Cuadro de Asignación de personal

El cuadro de asignación de personal propuesta para la empresa se muestra en la siguiente

### JOYERIAS SIUSE S.A.C. Planilla de Remuneraciones

Cod.	Nombres y Apellidos	Cargo	AFP	Comision AFP	Asig. Fam	Días	Sueldo	Asignacion Familiar	T. REM.	SPP						Total Descuento	Neto a Pagar	Aportaciones	
										ONP	F.P	Prima Seguro	Comision x Flujo/Saldo	Total AFP	Renta 5ta. Cat.			Essalud	9%
72547958	Mercedes Siuse Calixto	Gerente General	Profuturo	Saldo	No	30	S/. 1,800.00	S/. -	S/. 1,800.00	S/. -	S/. 180.00	S/. 24.48	S/. 21.60	S/. 226.08	S/. 226.08	S/. 1,573.92	S/. 162.00		
45032121	Eduardo Siuse Calixto	Analista de Operaciones	Integra	Flujo	No	30	S/. 1,000.00	S/. -	S/. 1,000.00	S/. -	S/. 100.00	S/. 13.60	S/. 15.50	S/. 129.10	S/. 129.10	S/. 870.90	S/. 90.00		
32521890	Claudia Aguilar	Analista Administrativo	ONP		Si	30	S/. 850.00	S/. 85.00	S/. 935.00	S/. 121.55				S/. -	S/. 121.55	S/. 813.45	S/. 84.15		
38921748	Obrero 1	Obrero	ONP		Si	30	S/. 850.00	S/. 85.00	S/. 935.00	S/. 121.55					S/. 121.55	S/. 813.45	S/. 84.15		
							S/. 4,500.00	S/. 170.00	S/. 4,670.00	S/. 243.10	S/. 280.00	S/. 38.08	S/. 37.10	S/. 355.18	S/. 598.28	S/. 4,071.72	S/. 420.30		

**Figura N° 3 Cuadro de Asignación Personal**

Fuente: Elaboración propia



## **2.8 Forma Jurídica Empresarial**

### **2.8.1 Formas societarias**

Para el desarrollo del presente plan de negocio de exportación se ha visto favorable optar por la creación de una Sociedad Anónima Cerrada (SAC), siendo ésta la que más se ajusta a nuestras necesidades, considerando las siguientes razones.

- La constitución puede efectuar con un mínimo de 2 personas o con un máximo de 20 personas tanto naturales como jurídicas.
- La empresa puede funcionar sin ningún directorio.
- Se atribuye el derecho de adquisición preferente por los socios, a menos que el reglamento o estatutos resuelva lo contrario.
- Los socios no responden con el patrimonio contribuido.
- No puede inscribir sus acciones al Registro Público del Mercado de Valores.
- La duración de la empresa tiene fecha indeterminada.
- Puede adoptar cualquier otra denominación agregando S.A.C.

#### **2.8.1.1 Justificación de la forma societaria**

Las razones a considerar por las que se ha elegido esta forma societaria se analizan en los siguientes ítems:

- Se puede constituir la empresa con un mínimo de 2 personas hasta 20 personas como máximo, entre naturales o jurídicas.

- El patrimonio de la empresa está constituido por acciones, la empresa no puede inscribir estas acciones en el Registro Único del Mercado de Valores.
- En caso de suscitar alguna eventualidad, los socios no responderán con parte de su patrimonio personal, porque tienen responsabilidad limitada.
- Por último, los aportes de capital de los socios pueden ser realizados en valor monetario o no monetario.

**Tabla N° 5 Forma societaria de Sociedad Anónima Cerrada**

<b>Características De 2 a 20 accionistas</b>	
<b>Denominación</b>	La denominación es seguida de las palabras “Sociedad Anónima Cerrada” o las siglas “S.A.C”
<b>Órganos</b>	Junta General de Accionistas, Directorio (opcional) y Gerencia.
<b>Capital social</b>	Aportación en moneda nacional (S/.) y/o extranjera en contribuciones tecnológicas e intangibles.
<b>Duración</b>	Determinado e indeterminado.
<b>Transferencia</b>	La transferencia de acciones debe ser anotada en el Libro de Matrícula de Acciones de la Sociedad

**Fuente:** (SUNAT, 2017)  
Elaboración propia

## **2.9 Registro de Marca y Procedimiento de INDECOPI**

### **Requisitos para la solicitud de registro de marcas de productos:**

Los requisitos para solicitar el registro de una marca en INDECOPI, son los siguientes:

- Completar y presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente (dos para la Autoridad y uno para el administrativo).
- Indicar los datos de identificación del(s) solicitante(s):
  1. Para el caso de personas naturales: consignar el número del Documento Nacional de Identidad (DNI) o Carné de Extranjería (CE) e indicar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
  2. Para el caso de personas jurídicas: consignar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
  3. En caso de contar con un representante, se deberá de indicar sus datos de identificación y será obligado presentar el documento de poder.
- Señalar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú (incluyendo referencias, de ser el caso).
- Indicar cuál es el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros).
  1. Si la marca es mixta, figurativa o tridimensional se deberá adjuntar su reproducción (tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores si se desea proteger los colores).
  2. De ser posible, se sugiere enviar una copia fiel del mismo logotipo al correo electrónico: [logos-dsd@indecopi.gob.pe](mailto:logos-dsd@indecopi.gob.pe) (Formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles).

- Consignar expresamente los productos y/o servicios que se desea distinguir con el signo solicitado, así como la clase y/o clases a la que pertenecen (Clasificación de Niza).
- En caso de una solicitud multi clase, los productos y/o servicios se deben indicar agrupados por la clase, precedidos por el número de clase correspondiente y en el orden estipulado por la Clasificación Internacional de Niza.
- De reivindicarse prioridad extranjera sobre la base de una solicitud de registro presentada en otro país, deberá indicarse el número de solicitud cuyo a prioridad se reivindica, así como el país de presentación de la misma. En esta situación particular, se deberá adjuntar copia certificada emitida por la autoridad competente de la primera solicitud de registro, o bien certificado de la fecha de presentación de esa solicitud, y traducción al español, de ser el caso.
- Firmar la solicitud por el solicitante o su representante.
- Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo es equivalente al 13.90% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) por una clase solicitada, esto es S/. 534.99 Nuevos Soles. Este importe deberá pagarse en la sucursal del Banco de la Nación ubicado en el Indecopi-Sede Sur, Calle De La Prosa N° 104-San Borja, o bien realizar el pago a través de una de las modalidades que se ofrecen.
- Una vez presentada la solicitud (es decir, habiéndose asignado fecha de presentación para efectos jurídicos), la Dirección tiene un plazo de 15 días hábiles para realizar su examen formal.

Con relación al resto de requisitos de forma (presentación del documento de poder, indicación de la clase, precisión, adecuación y/o exclusión de productos o servicios, entre otros),

la Dirección notificará al solicitante para que en un plazo de 60 días hábiles cumpla con subsanar las omisiones o realizar las modificaciones.

El plazo se cuenta desde el día siguiente de recibida la notificación. De no cumplirse con dichos requerimientos en el plazo establecido, se declarará el abandono de la solicitud y se dispondrá su archivamiento.

Una vez completados los requisitos en el plazo establecido, se emitirá una orden de publicación, la cual deberá presentarse en las oficinas del diario oficial El Peruano para solicitar su publicación por única vez. El costo de la publicación debe ser asumido por el solicitante.

Si se solicita a través de diferentes expedientes el registro de una misma marca con relación a productos y/o servicios de distintas clases, se podrá pedir - dentro de los 10 días siguientes a la presentación de las solicitudes- la emisión de una orden de publicación múltiple (que contenga todos los pedidos). En caso contrario, se emitirán órdenes de publicación independientes.

Dentro del plazo improrrogable de 30 días hábiles de recibida la orden de publicación, el solicitante debe realizar su publicación en el diario oficial El Peruano.

### **Requisitos para la solicitud de registro de nombres comerciales**

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

Indicar los datos de identificación del(s) solicitante(s):

- Para el caso de personas naturales:
  1. consignar el número del Documento Nacional de Identidad (DNI) o Carné de Extranjería (CE) e indicar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
  2. Para el caso de personas jurídicas: consignar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
  3. En caso de contar con un representante, se deberá indicar sus datos de identificación y será obligatorio presentar el documento de poder.
- Señalar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú (incluyendo referencias, de ser el caso).
- Indicar cuál es el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros).
- Si el signo es mixto, figurativo o tridimensional se deberá adjuntar su reproducción (tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores si se desea proteger los colores).
- De ser posible, se sugiere enviar una copia fiel del mismo logotipo al correo electrónico: [logos-dsd@indecopi.gob.pe](mailto:logos-dsd@indecopi.gob.pe), (Formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 píxeles).
- Consignar la(s) actividad(es) económica(s) que se desea(n) distinguir con el signo solicitado, así como la clase a la que pertenecen (Clasificación Internacional de Niza).
- Adjuntar los medios probatorios que acrediten el uso efectivo en el mercado del nombre comercial cuyo registro se solicita, para cada una de las actividades a distinguir.
- Firmar la solicitud por el solicitante o su representante.

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

## **2.10 Requisitos y Trámites Municipales**

Para evitar multas y/o el cierre del establecimiento, que perjudiquen el funcionamiento del negocio, se debe tramitar una licencia de funcionamiento ante la municipalidad del distrito de Los Olivos.

Esta autorización permitirá el desarrollo de las actividades económicas, a la vez que respeto el derecho a la tranquilidad y seguridad en el entorno y su obtención se encuentra regulada en la Ley 28976, Marco de Licencias de Funcionamiento.

El plazo máximo para el otorgamiento de la licencia es de quince (15) días hábiles.

### **Requisitos:**

Para el otorgamiento de la licencia de funcionamiento serán exigibles, como máximo, los siguientes requisitos:

1. Solicitud de Licencia de Funcionamiento con carácter de declaración jurada, que incluya:
  - a. Número de RUC y DNI o carné de extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda.
  - b. DNI o carné de extranjería del representante legal en caso de personas jurídicas u otros entes colectivos, o tratándose de personas naturales que actúen mediante representación.

Solicitud podrá ser visualizada en el Anexo 1 del presente trabajo.

2. Vigencia de poder del representante legal, en el caso de personas jurídicas u otros entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada.
3. Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad o Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil de Detalle o Multidisciplinaria, según corresponda.
4. Adicionalmente, de ser el caso, serán exigibles los siguientes requisitos:
  - a. Copia simple de título profesional en el caso de servicios relacionados con la salud.
  - b. Informar sobre el número de estacionamientos de acuerdo con la normativa vigente, en la declaración jurada.
  - c. 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.
  - d. Copia simple de la autorización expedida por el Instituto Nacional de Cultura, conforme a la Ley N° 28296, Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación. Verificados los requisitos señalados, se procederá al pago de la tasa respectiva fijada por cada municipalidad

Para la entrega de las licencias de funcionamiento se requiere de las siguientes condiciones de seguridad en Defensa Civil.

### **Licencia de funcionamiento**

La tasa por licencia de funcionamiento deberá reflejar el costo real del procedimiento vinculado a su otorgamiento, el cual incluye los siguientes conceptos a cargo de la municipalidad:

- Evaluación por Zonificación, Compatibilidad de Uso, e



- Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil Básica.

Para fines de lo anterior, la municipalidad deberá acreditar la existencia de la respectiva estructura de costos y observar lo dispuesto por la Ley de Tributación Municipal, Decreto Legislativo N° 776 y la Ley del Procedimiento Administrativo General, Ley N° 27444

### **Trámites Municipales**

La Licencia Municipal de Funcionamiento es una autorización que otorga una municipalidad distrital y/o provincial para el desarrollo de actividades económicas (comerciales, industriales o de prestación de servicios profesionales) en su jurisdicción, ya sea como persona natural o jurídica, entes colectivos, nacionales o extranjeras.

El plazo máximo para el otorgamiento de la licencia es de dos (2) días laborables para giros automáticos (según la municipalidad) y quince (15) días para giros de negocio que requieran inspección previa. Para el otorgamiento de licencia de funcionamiento se aplica el silencio administrativo positivo.

La licencia de funcionamiento es a plazo indeterminado y sólo válido para la jurisdicción donde se otorga y por el establecimiento por el cual se ha solicitado. Al abrir el mismo negocio en otro distrito, se tendrá que tramitar otra licencia de funcionamiento en la nueva jurisdicción. Asimismo, si lo que se quiere es cambiar de local o abrir otro en el mismo distrito, se requerirá tramitar una nueva licencia de funcionamiento.

Podrán otorgarse licencias que incluyan más de un giro siempre que éstos sean afines o complementarios entre sí.

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

Para constituir la empresa se ha de seguir los siguientes pasos que a continuación se detallan:

### **1. Reserva del Nombre**

Se realiza verificación en la SUNARP para cerciorarse de que el nombre que se ha elegido para la empresa esté disponible, el costo de la reserva del nombre es de S/.18; mientras que para la búsqueda asciende a S/.4; debiendo esperar alrededor de 30 días hábiles para la completa comprobación del nombre.

### **2. Elaboración de la Minuta de Constitución**

Documento que deberá ser redactado por un abogado, en donde se establece el pacto social que los miembros de la empresa han acordado para la creación de la empresa y en el se señalan los acuerdos respectivos.

Se incluyen estatutos, designación de los representantes, así como la duración de los cargos en la empresa.

### **3. Escritura Pública**

Realizado en una Notaría, y redactado por un Notario Público, en la cual se incluye la Minuta de Constitución y los estatutos, se denomina también como Testimonio de Constitución.

### **4. Inscripción en Registros Públicos**

Suscrita por los socios y elaborada por las partes, donde se envía a los Registros Públicos para su respectiva inscripción.

### **5. Obtención del RUC**

Se realiza la inscripción en la SUNAT para obtener el RUC (Registro Único de Contribuyentes) que lo identifica como persona jurídica ante la SUNAT para el respectivo pago de los impuestos.

## **6. Apertura de Cuenta Bancaria**

Se apertura una Cuenta Corriente, para la custodia y depósito de los aportes de todos los accionistas de la empresa, en el Scotiabank.

## **7. Legislación de Libros y Actas**

En una Notaría se legaliza los libros contables para el registro de los ingresos y egresos de la empresa, siendo: Libro de Inventario, Libro Diario, Estados Financieros, Registro de Ventas y Registro de Compras.

Además, de los Libros de las actas, así como los registros y libros contables vinculados a asuntos tributarios, legalizados por los notarios públicos del lugar del domicilio fiscal del deudor tributario.

## **8. Licencia de Funcionamiento**

Los documentos solicitados para obtener la Licencia y pueda laborar en el distrito de Los Olivos, de modo provisional o indefinida son los siguientes:

- Fotocopia del RUC
- Certificado de Zonificación
- Croquis de la ubicación de la empresa
- Copia del contrato de alquiler o título de la propiedad
- Fotocopia de la escritura pública
- Recibos de pago por concepto de derecho de licencia
- Formulario de solicitud

## **9. Otros Trámites**

- Registro de la marca en INDECOPI

- Permisos especiales a organismos como el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR

## **10. Legislación Arancelaria y Tributaria**

### **Aspectos tributarios**

Impuesto a la Renta (Tercera Categoría), se aplica a la renta neta, es obtenida luego de restarle a la renta bruta los gastos necesarios para el adecuado funcionamiento del negocio, siendo la tasa de 28%

Impuesto General a las Ventas (IGV): La tasa arancelaria del impuesto se establece de 16% y 2% correspondiente al impuesto de promoción municipal, sumando un total de una tasa de 18%.

El impuesto se presentarse de forma discriminada para permitir la utilización del crédito fiscal. (Base Legal: D.S. 055-99-EF).

### **Aspectos laborales**

Referente a los impuestos para una microempresa serán:

- Seguro Social de Salud: 4.5% sobre la remuneración desembolsada mensualmente.
- Vacaciones: Corresponde a 15 días calendario de acuerdo a cada año de servicio.

### **2.12 Registro de Panillas Electrónicas PLAME**

PLAME se define como Planilla mensual de pagos, es el componente de la planilla electrónica y es presentado mensualmente a través del medio informático desarrollado por la SUNAT comprende información mensual de los registros de los sujetos inscritos en el Registro

de Información Laboral (T- REGISTRO), así como los prestadores de Servicios que obtengan rentas de cuarta categoría.

Su registro se cumple mediante la obligación establecida en el artículo 48° de la Ley N° 28518, referida a la inscripción de los beneficiarios de las diferentes modalidades formativas mediante un libro especial y la autorización de éste por el MTPE.

El PDT PLAME es el medio informático aprobado por SUNAT para cumplir con la presentación de la Planilla Mensual de Pagos y con la declaración de las obligaciones que se generen, así como efectuar pagos según lo que le corresponda.

PLAME contiene la siguiente información:

- Trabajador: Las remuneraciones e ingresos devengados pagados, así como datos de la jornada laboral, descuentos, tributos, aportes y contribuciones.
- Pensionista: Los ingresos devengados pagados, descuentos, tributos, aportes y contribuciones.
- Prestador de servicio con rentas de cuarta categoría, el monto pagado por el servicio, así como los datos del comprobante.
- Personal en formación: el monto de la subvención económica.
- Personal de terceros: base de cálculo del aporte al Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR) a cargo del ESSALUD, la tasa y el aporte al SCTR contratado con ESSALUD.

Para utilizar el PDT PLAME se ingresará al aplicativo con el N° de RUC de la empresa y se contara con dos opciones de autenticación: Con clave sol y sin clave sol.

## 2.13 Régimen Laboral Especial y Régimen Laboral General

Líneas abajo cuadro explicativo de las obligaciones de la empresa con los trabajadores según su clasificación.

**Tabla N° 6 Obligaciones de Régimen General y Especial**

Referencia	Régimen general	Régimen especial
<b>Jornada horario</b>	8 horas diarias o 48 horas semanales	8 horas diarias o 48 horas semanales
<b>Jornada nocturna</b>	RMV + sobretasa 35%	No se aplica si es habitual
<b>Descanso semanal</b>	24 horas y pago por sobretiempo	24 horas y pago por sobretiempo
<b>Vacaciones</b>	30 días, reducción a 15 días	15 días, reducción a 7 días
<b>Despido arbitrario</b>	1 1/2 remuneración por año. Tope 12 remuneraciones Fracción en dozavos y treintavos	1/2 remuneración por año. Tope 06 rem. Fracción dozavos
<b>Indemnización especial</b>	2 rem por año. Tope 12 rem. Para trabajadores despedidos del RLG que han sido reemplazados por trabajadores del RLE	No hay
<b>Seguro social</b>	Trabajador es asegurado regular	Trabajador y conductor son asegurados regulares

<b>Pensiones</b>	El trabajador decide el sistema pensionario	Trabajador y conductor deciden si aportan al sistema pensionario
------------------	---	--

**Fuente: (SUNAT, 2017)**

Elaboración propia

### 2.13.1 Régimen General Laboral

- El Régimen de Promoción y Formalización de las MYPES se aplica a todos los trabajadores sujetos al régimen laboral de la actividad privada, que presten servicios en las Micro y Pequeñas Empresas, así como a sus conductores y empleadores.
- Los trabajadores contratados al amparo de la legislación anterior continuarán rigiéndose por las normas vigentes al momento de su celebración.
- No están incluidos en el ámbito de aplicación laboral los trabajadores sujetos al régimen laboral común, que cesen después de la entrada en vigencia del Decreto Legislativo N° 1086 y sean inmediatamente contratados por el mismo empleador, salvo que haya transcurrido un (1) año desde el cese.
- Créase el Régimen Laboral Especial dirigido a fomentar la formalización y desarrollo de las Micro y Pequeña Empresa, y mejorar las condiciones de disfrute efectivo de los derechos de naturaleza laboral de los trabajadores de las misma

La empresa Joyería Siuse SAC se acogerá al régimen General ya que los requisitos solicitados para poder acogerse a este régimen laboral General.

**Tabla N° 7 Obligaciones de Régimen General para Pequeña Empresa**

<b>PEQUEÑA 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 ESSALUD
Cobertura Previsional
Indemnización por despido de <b>20 días de remuneración por año de servicios</b> (con un tope de <b>120 días</b> de remuneración)
Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de trabajo de Riesgo ( <b>SCTR</b> )
Derecho a percibir <b>2 gratificaciones</b> al año (Fiestas Patrias y Navidad)
Derecho a participar en las utilidades de la empresa
Derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios ( <b>CTS</b> ) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración.
Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.

**Fuente:** (SUNAT, 2017)  
Elaboración propia

## 2.14 Modalidades de Contratos Laborales

El contrato de trabajo es un acuerdo voluntario entre una persona natural y una persona jurídica o natural, por el cual el primero se obliga a poner en disposición del segundo su propio trabajo (subordinación) a cambio de una remuneración. (CARRILLO, 2015)



### **2.14.1 Tipos de contratos de trabajo**

En el Perú existen varios tipos de contratos, a continuación, se detalla los contratos más habituales del sector privado y sus características:

- a) Contrato a plazo indeterminado o indefinido
- b) Contrato a plazo fijo o determinado
- c) Contrato a tiempo parcial

Los elementos esenciales de un Contrato de trabajo son tres:

- La prestación personal del servicio. (La cual no puede ser delegada)
- El vínculo de subordinación (el empleador está en el derecho de sancionar, disponer de la Jornada laboral y decidir las sanciones)
- La remuneración (sueldo que percibe el trabajador).

### **2.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas**

El contrato comercial que se refiere al acuerdo legal entre las partes involucradas mediante este contrato se obliga o no a realizar algún tipo de actividad.

La empresa Joyería Siuse SAC ha optado por tener una asesoría legal externa para la elaboración y ejecución de los contratos con proveedores y clientes.

Se considera que la elaboración de estos contratos se debe realizar con el más minucioso control, detallando correctamente las cláusulas de precio, tiempos, entre otros.

Esto permitirá a la empresa a estar respaldada ante cualquier tipo de inconveniente con los clientes.

En relación a la responsabilidad civil frente a los accionistas de la empresa, al ser una sociedad de capital, cada socio solo respondo al patrimonio social, donde su patrimonio privado que completamente aislado

Los accionistas podrán invertir dinero en la empresa ya que es una sociedad anónima cerrada, se limita a la cantidad aportada o invertida.

### 3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

#### 3.1. Descripción del producto

La empresa “Joyerías Siuse SAC ” va a exportar al mercado de Estados Unidos, a la Ciudad de Miami, es una variedad de piezas elaboradas en plata utilizando la técnica de filigrana trabajada en San Jerónimo de Tunan, Junín . La colección de piezas de Joyería contiene collares y pendientes de plata con diseños innovadores teniendo en cuenta los gustos y preferencias del mercado.

San Jerónimo de Tunan es un distrito que pertenece a la ciudad de Huancayo y es principalmente reconocida por su creatividad en el uso de técnicas en platería.

La filigrana es una técnica orfebre que consiste en elaborar finísimos hilos con plata u otros metales, que conforman elaboradas piezas de joyería formando un dibujo muy parecido a un encaje lo que le da el toque fino y diferencia de cualquier pieza elaborada en algún tipo de metal.

San Jerónimo de Tunan destaca por su filigrana ya que tienen un especial cuidado con el metal, la elaboración de estos productos es la principal actividad económica del distrito siendo la

Av. Arequipa, la principal avenida del distrito donde todos los fines de semana se celebran ferias, este lugar es muy concurrido por turistas quienes admiran el trabajo de orfebrería.



**Figura N° 4 Juego de Collar y aretes de plata utilizando la técnica filigrana**

FUENTE: (ARTESANUM, 2017)

**Logo Comercial:**

**Figura N° 5 Logo de Empresa “Joyería Siuse”**

Elaboración: Propia

**3.1.1 Clasificación arancelaria****Partida Arancelaria**

Representa un código numérico de 10 dígitos que sirve para identificar los productos con fines aduaneros, internacionalmente las partidas están armonizadas a 6 dígitos: Sistema Armonizado de Designación y Clasificación de mercancías.

El objeto de análisis del presente plan de negocios de exportación de joyería en plata, para efectos de comercio exterior la partida arancelaria considerada por el sistema armonizado sería la 7113, el que incluye artículos de joyería y sus partes de metal precioso o enchapado de metal precioso.

**Tabla N° 8 Clasificación arancelaria**

<b>CLASIFICACION ARANCELARIA</b>	
Partida del Sistema Armonizado Peruano	7113.11.00.00
Descripción:	Artículos de plata, incluso revestida o chapada de otro metal precioso (enchapado)
Descripción:	Jewelry and parts thereof, of silver

**Fuente:** (SUNAT, 2017)

Elaboración Propia

**Tabla 9: Gravámenes Vigentes**

<b>Ad valorem</b>	<b>6%</b>
<b>Impuesto General a las Ventas</b>	16%
<b>Impuesto de promoción municipal</b>	2%
<b>Seguro</b>	3%
<b>Tipo de Producto</b>	Ley 29666

**Fuente:** (SUNAT, 2017)

Elaboración Propia

Adicionalmente, con la información obtenida por medio de la SUNAT se puede visualizar el convenio que cuenta la presente partida arancelaria (7113.11.00.00).

**Tabla 10: Convenios vigentes**

<b>País</b>	<b>Convenio Internacional</b>	<b>Aplicación</b>	<b>Arancel Base</b>	<b>Porcentaje Liberado</b>
<b>Estados Unidos</b>	802 - ACUERDO DE PROMOCION COMERCIAL PERU-EE.UU.	<b>Tratado Libre Comercio</b>	12%	100%

**Fuente:** (SUNAT, 2017)

Elaboración Propia

### 3.1.2 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, la propuesta de valor debe responder qué se va a ofrecer y para quién.

La propuesta de valor para la joyería de plata utilizando la técnica filigrana involucraría los siguientes puntos:

- **Exclusividad:** Se elaborarán solo 3 unidades de cada una de las piezas hechas en plata, así se garantizara que nuestros clientes adquieran productos que no se encontrarán en todos lados.
- **Innovador:** La técnica con la que se elaboraran las joyas será filigrana, técnica que permite hacer piezas hermosas y muy semejantes a los encajes que llaman la atención y son vistosas al público.
- **Envase:** El diseño y presentación de los envases será novedoso buscando así mantener el producto en la mente de los clientes.
- **Calidad:** La joyería será realizada con altos estándares de calidad utilizando la técnica de filigrana.

### 3.1.3 Ficha técnica comercial

#### NOMBRE DEL PRODUCTO

- a) Collar de Plata

## b) Pendientes de Plata

**Tabla N° 11 Ficha Técnica Comercial**

Descripción	Joyería de plata fina utilizando la técnica de filigrana, serán diseños variados e innovadores. El collar y los pendientes tienen un peso aproximado de 6 a 7 gramos dependiendo del diseño.
Presentación	Juego de Joyas acondicionado dentro de Joyero
Zonas de producción	San Jerónimo- Huancayo- Junín
Usos y aplicaciones	Manufacturas en plata que se destinan al ornato personal. Colocar en forma visible en la zona que corresponde al cuerpo.
Materia prima	Plata
Características	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Color: Plata- Blanco</li> <li>• Textura: Suave y de fino acabado.</li> </ul>
Empaque primario	Bolsas Burbopack
Empaque secundario	<p>Cajas medianas a base de cartón serán de las siguientes dimensiones :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Largo: 9.5 cm</li> <li>• Ancho: 9 cm</li> <li>• Alto: 5 cm</li> </ul>
Embalaje	<p>Cajas de cartón corrugado de las siguientes dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Alto 40 cm x Ancho 30 cm x Largo 40 cm</li> </ul>
Información del Rotulado	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Nombre del Producto</li> <li>○ Peso neto en gramos</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Características</li> <li>○ Número de Lote</li> <li>○ Razón Social del Fabricante</li> <li>○ Razón social del Exportador</li> <li>○ País de Procedencia.</li> </ul>
--	---

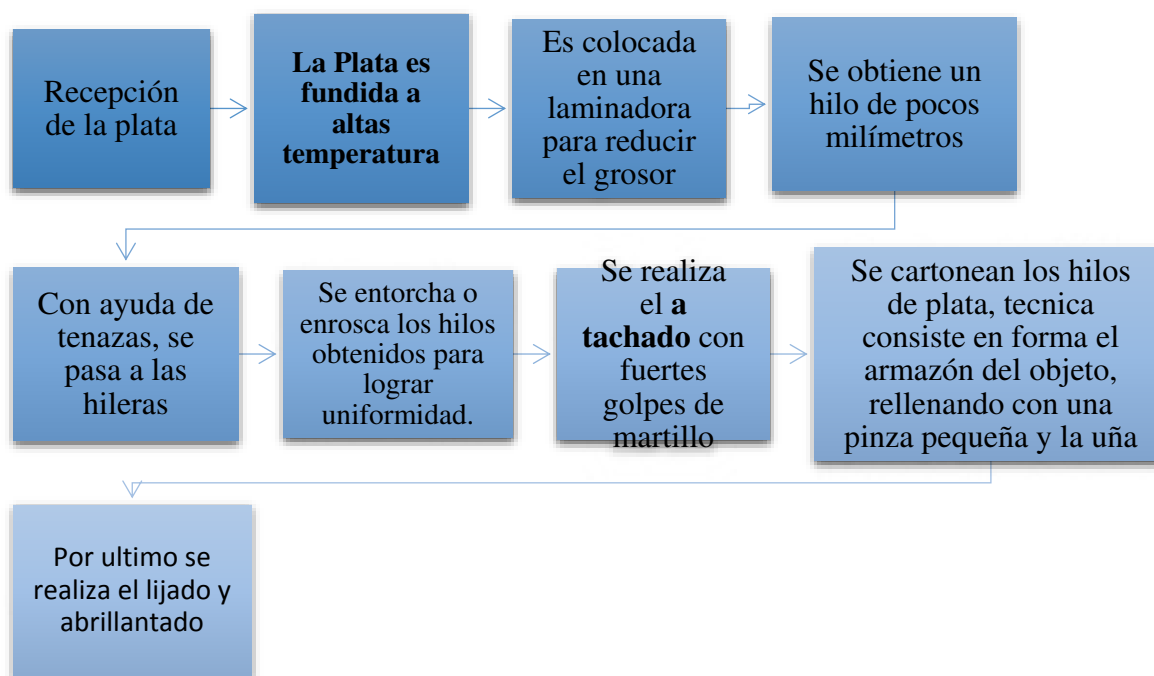
**Fuente:** (SIICEX, 2017)

### **Elaboración Propia**

La empresa “Joyerías Siuse SAC” no producirá las piezas de Joyería, adquirirá de sus proveedores en el Distrito de San Gerónimo de Tunan para poder abastecerse, pero eso no quita que la empresa conozca del proceso de producción del producto.

Líneas abajo en un gráfico se explica el proceso por el que tiene que pasar la plata para obtener el producto final.

**Tabla 12 : Proceso de producción**



**Fuente:** (FILIGRANA PERU, 2016)

Elaboración propia





**Figura N° 6 Taller del proveedor en San Jerónimo de Tunan**



**Figura N° 7 Artesano trabajando con plata**

### 3.1.4 Determinación de la Marca

La empresa “Joyería Siuse SAC” determino que sus productos tendrían una marca que los distinguirá y que también se utilizara para posicionar el producto en el mercado objetivo.

La marca será “Siuse” líneas abajo el diseño de la marca.



**Figura N° 8 Logo de Marca del  
Producto**

Elaboración Propia

### 3.2 Investigación del mercado objetivo

El mercado objetivo será el de Estados Unidos, en base a distintos datos proporcionados tanto por SANTANDER TRADE, VERITRADE, SANTANDER TRADE, SIICEX y SUNAT.

Se empezó por un análisis de los principales países importadores en el mundo de la partida 7113110000 – art. De joyería de los demás metales preciosos, incluso revestidos o chapados, se obtuvo como resultado el cuadro líneas abajo.

**Tabla N° 13 Principales países importadores de la partida 7113110000**

Importadores	valor importado en 2012	valor importado en 2013	valor importado en 2014	valor importado en 2015	valor importado en 2016
<b>Emiratos Árabes Unidos</b>	9127844	9267510	9804579	7219447	13419195
<b>Hong Kong, China</b>	11918285	12247181	14156342	10890252	11364828
<b>Estados Unidos de América</b>	6995863	7491217	7740327	8023226	9059034
<b>Suiza</b>	8978837	8806508	9429902	9907798	8896013
<b>Francia</b>	2934094	3569095	3955131	3972075	4096008
<b>Reino Unido</b>	4031188	3945313	4186759	4047786	3555646

**Fuente:** (TRADEMAP, 2017)

Elaboración Propia

Con los resultados obtenidos se delimitaron los principales países que importan desde Perú, los productos de la partida 7113110000 – art. De joyería de los demás metales preciosos, incluso revestidos o chapados, obteniendo los siguientes resultados.

**Tabla N° 14 Lista de los mercados importadores para la partida 7113110000 exportado por Perú**

<b>Importadores</b>	<b>Valor exportada en 2012 Unidad : miles Dólar Americano</b>	<b>Valor exportada en 2013 Unidad : miles Dólar Americano</b>	<b>Valor exportada en 2014 Unidad : miles Dólar Americano</b>	<b>Valor exportada en 2015 Unidad : miles Dólar Americano</b>	<b>Valor exportada en 2016 Unidad : miles Dólar Americano</b>
<b>Estados Unidos de América</b>	37046	35278	46290	48830	71362
<b>Chile</b>	721	1298	1196	1502	1892
<b>Austria</b>	621	417	550	397	1102
<b>Ecuador</b>	201	228	44	95	725
<b>Reino Unido</b>	2305	1043	669	429	473
<b>España</b>	565	585	124	125	458
<b>Bolivia</b>	177	138	31	974	379

**Fuente:** (TRADEMAP, 2017)

Elaboración propia

Teniendo en cuenta los datos proporcionados por las diferentes fuentes confiables de información para tomar una decisión con respecto al país al que se exportara el producto, se realizó la “Matriz F” y así poder sustentar la toma de decisión. Se tomará en cuenta los 3 principales países, según los datos obtenidos, se integrarán factores para los que se colocarán un peso relativo por cada factor, para cada país se colocara una letra que lo pueda diferenciar. El resultado final indicará el país con el que se trabajará ya que será el que tendrá mayor puntaje.

- Chile : A
- Estados Unidos : B
- Austria : C

**Tabla N° 15 "Matriz F" toma de decisión del país a exportar**

<u>Factores</u>	<u>Peso Relativo</u>	<u>A</u>	<u>B</u>	<u>C</u>
Índice de consumo del producto en el país de destino	30%	4	5	2
Accesibilidad al mercado	20%	3	4	4
Conocimiento acerca del mercado	25%	2	5	3
Afinidad Cultural	15%	2	4	3
Barreras arancelarias	10%	1	3	1

**Elaboración Propia**

$$\text{Puntuación A: } 4*0.30 + 3*0.20 + 2*0.25 + 2*0.15 + 1*0.10 = 2.70$$

$$\text{Puntuación B: } 3*0.50 + 4*0.20 + 5*0.25 + 4*0.15 + 3*0.10 = 4.45$$

$$\text{Puntuación C: } 2*0.30 + 4*0.20 + 3*0.25 + 3*0.15 + 1*0.10 = 2.70$$

En base al resultado se considera que la alternativa más asertiva para la exportación del producto es el mercado de Estados Unidos.

### 3.2.1 Segmentación de mercado objetivo

Teniendo en cuenta los datos obtenidos el país escogido para la exportación del producto, Estados Unidos, siendo el país de destino con mejores referencias en cifras desde el año 2012 hasta el año 2016.

Si bien es cierto Estados Unidos es una potencia mundial y el ingreso al mismo se complica no por las barreras arancelarias sino por los competidores que ingresan al país siendo muy atractivo, ya que no solo lo habitan personas con nacionalidad americana sino convergen diferentes nacionalidades.

#### 3.2.1.1 Macro segmentación

El país de destino escogido, Estados Unidos de Norte América, posee una extensión de territorio muy extenso donde existe una diversidad de flora y fauna la cual se aprecia de manera más visible cuando se observa estado por estado. La superficie de EE. UU. Equivale a 9.831.510 km<sup>2</sup> (Datosmacro.com, 2014)

En relación a los orígenes étnicos la página web “Santander Trade” menciona *“la mayoría de los estadounidenses son de origen europeo o de del Medio Oriente, representando a más del 77% de la población. Además, más del 17% de la población tiene raíces hispanas o latinas, 13% son afroamericanos, y alrededor del 5% son asiáticos. Los Nativos Americanos y Nativos de Alaska constituyen alrededor del 1% de la población, y los Nativos de Hawaii y otras islas del Pacífico representan al 0,2% de la población.* (SANTANDER TRADE, 2016)

En relación a la lengua oficial, no hay una lengua oficial, sin embargo, el inglés es la lengua oficial de la mayoría de los estados del país y la lengua más hablada.

El idioma utilizado para los negocios deberá ser el inglés.

**Forma de gobierno:** Estados Unidos es una república federal basada en la democracia representativa con la separación de poderes entre las ramas del gobierno. Estados Unidos se compone de 50 estados semisoberanos que disfrutan de una gran autonomía.

**Nivel de desarrollo:** Economía de ingresos elevados, miembro de la OCDE, miembro del G8.

Primera potencia mundial, mayor exportador del mundo, alto nivel de endeudamiento.

**Población:** Con respecto a la población “Index Mundi” indica lo siguiente *“Esta variable ofrece una estimación de la Oficina del Censo de EE.UU. basada en estadísticas de los censos de población, estadísticas de los sistemas de registro de nacimiento y muerte, o encuestas por muestreo relativas al pasado reciente y en hipótesis sobre las tendencias futuras”*. (INDEXMUNDI, 2016)

**Tabla N° 16 Cifras de población de Estados Unidos**

País	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Estados Unidos</b>	310.232.900	313.232.000	313.847.500	316.668.600	321.418.820

Fuente: (INDEXMUNDI, 2016)

Elaboración Propia

**Población Distribución por sexo:**

**Tabla N° 17 Población de EEUU distribuida por Sexo**

<b>1,05 hombre(s)/mujer</b>	
0-14 años:	1,05 hombre(s)/mujer
15-24 años:	1,05 hombre(s)/mujer
25-54 años:	1 hombre(s)/mujer
55-64 años:	0,97 hombre(s)/mujer
65 años y más:	0,77 hombre(s)/mujer

**Fuente:** (INDEXMUNDI, 2016)

**Elaboración Propia**

**Población Distribución por Edades:**

**Tabla N° 18 Distribución de población de EE. UU. Por edades**

<b>Rango de edades</b>	
0-14 años:	19,4% (hombres 31.580.349/mujeres 30.221.106)
15-24 años:	13,7% (hombres 22.436.057/mujeres 21.321.861)
25-54 años:	39,9% (hombres 63.452.792/mujeres 63.671.631)



55-64 años:	12,6% (hombres 19.309.019/mujeres 20.720.284)
65 años y más:	14,5% (hombres 20.304.644/mujeres 25.874.360)

**Fuente:** (INDEXMUNDI, 2016)

**Elaboración Propia**

### 3.2.1.2 Micro segmentación

La ciudad de Miami cuenta con una población 5.805.883 hasta el año 2016 según (SANTANDER TRADE, 2016) es considerada una de las ciudades más importantes del país, la cantidad de pobladores en la ciudad es atractiva como mercado objetivo de destino. . Asimismo, se considera como lengua oficial el inglés y segunda lengua el español.

En tal sentido, Miami se considera una gran potencia económica en diferentes sectores. Adicionalmente, la ciudad posee el mayor número de negocios a nivel de estados en Estados Unidos de tiendas que venden Joyería de alta calidad, siendo una de las principales ciudades de gran movimiento económico, pero a nivel de estado se han encontrado aproximadamente 10000 negocios dedicados al rubro de joyería, distribuidos en sus diferentes distritos.

El producto será dirigido para mujeres entre 25 a 60 años solteras que se encuentren trabajando y puedan costear el precio del producto. Según datos de (Naciones Unidas , 2013) el porcentaje de dicho nicho es de 9% de la población de mujeres, por lo consiguiente se tiene una mercado objetivo de mujeres.

El mercado de Miami valora mucho los productos de buena calidad y sean muy vistosos más aún si estos tienen la calidad que buscan en los productos que adquieren. Por ende, el producto de “Joyerías Siuse” sería un producto que tendría gran acogida dentro del mercado objetivo.

**Tabla N° 19 Segmentación de Mercado Objetivo**

Concepto	Cant.	Var.
<b>Población T.</b>	2,496,435	100%
<b>Población Femenina</b>	1,288,071	52%
<b>Pob. de 25 a 40 años</b>	352,972	10.60%
<b>Resto</b>	936,163	37.500%
<b>Público Objetivo</b>	24,708	7.00%

Fuente: (SANTANDER TRADE, 2016)  
Elaboración Propia

### 3.2.2 Tendencias de Consumo

Según la investigación realizada las características de las consumidoras en Miami son las siguientes

- Mujer mayor de 25 años
- Valora la buena calidad en joyas

- Conoce de buen gusto
- Dispuesta a consumir productos importados
- Abierta a nuevos productos que llamen su atención.

En Miami se encuentran los mejores negocios de clase mundial y en lo referente a la joyería y relojes de marca.

En el cuadro líneas abajo podemos observar el porcentaje en consumo de diferentes categorías de producto, podemos observar que le producto ofrecido por la empresa “Joyerías Siuse”

**Tabla N° 20 Gastos de consumo por categoría de productos**

<b>Gastos de consumo por categoría de productos en % de los gastos totales</b>	<b>2016</b>
<b>Salud</b>	20,6%
<b>Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles</b>	18,7%
<b>Transporte</b>	10,3%
<b>Ocio , ropa, calzado y accesorios</b>	9,3%
<b>Alimentos y bebidas no alcohólicas</b>	6,7%
<b>Hoteles, cafés y restaurantes</b>	6,4%
<b>Muebles, electrodomésticos y mantenimiento del hogar</b>	4,1%
<b>Educación</b>	2,4%
<b>Comunicación</b>	2,4%
<b>Bebidas alcohólicas, tabaco y narcóticos</b>	2,0%

Fuente: (SANTANDER TRADE, 2016)

Elaboración Propia

### 3.2.2.1 Perfil de Consumidor

De acuerdo a la información de PROMPERU, el consumidor americano tiene el siguiente perfil:

Las temporadas más comunes para comprar joyas son durante las fiestas navideñas, seguido de San Valentín y el Día de la Madre. Además, se conoce que los meses de noviembre y diciembre son en los que se venden más joyas, no sólo por navidad, sino también por el mayor número de propuestas de matrimonio que se realizan por esas fechas. De acuerdo a estimaciones del portal Knot wedding, 16% de los compromisos ocurre en diciembre para así poder celebrar en familia.

Si bien gran parte de las compras de joyas se realizan para algún evento especial, se registra un cambio paulatino de los consumidores, a adquirirlas para sí mismos. Por ejemplo, dado que la edad de matrimonio entre los estadounidenses se está atrasando, o simplemente no se casan, muchas mujeres compran joyas para engreírse a sí mismas.

Es también importante mencionar que los aretes son los artículos de joyería más populares, y por ende los que proporcionan mayor valor de ventas (32% de participación en 2013). Le siguen los aros o sortijas que representaron el 30% del valor de ventas. Finalmente, las cadenas o collares representaron el 24% de las ventas, mientras las pulseras tuvieron un 12% de participación durante el último año.

### 3.2.2.2 Estilo de Negociación en Estados Unidos

Líneas abajo se detalla las principales características en el estilo de negociación en Estados Unidos.

- La puntualidad es importante. Si llegará atrasado avise con anticipación. La primera reunión es fundamental para dar imagen de seriedad, confianza y credibilidad de la empresa.
- Son directo y precisos “ El tiempo es oro”
- El uso de terno y corbata es lo más aconsejable para los hombres. Para las mujeres también es aconsejable un traje de carácter conservador.
- El empresario norteamericano supone que el visitante habla inglés; si no es así, es conveniente llevar un intérprete.
- Evitar hablar de temas políticos, religiosos, de sexo, de razas y de la apariencia de las personas. Tampoco critique a las personas o costumbres del país.
- Temas apropiados para una conversación son por ejemplo los deportes, viajes, comidas, literatura o cine.
- Si bien no se espera que el empresario entregue algún regalo, sí puede hacerlo. Algo bien recibido es algo propio de su país. El momento de entregarlo es después que se haya cerrado el negocio.
- Por norma general, las reuniones duran el tiempo acordado previamente salvo que estén interesados en llegar a acuerdos y no se desea que queden temas pendientes.
- Es muy importante la opinión de los expertos.

### **3.3 Análisis de la Oferta y la demanda**

Con el objetivo de presentar el panorama ajustado y actualizado de la joyería en Estados Unidos, conviene realizar una precisión tanto la demanda como la oferta y así poder determinar en qué escenario se encuentra la empresa para poder empezar operaciones.

#### **3.3.1 Análisis de la Oferta**

En el siguiente cuadro se puede apreciar cuales son los 10 principales países exportadores para la partida 7113 expresados en porcentajes desde el año 2012 hasta el 2016. Podemos observar que China es el Mayor exportador con 13.9% en el año 2016, hay que tener en cuenta que los productos de origen chino carecen de credibilidad con respecto a la calidad, pero que sin lugar a dudas manejan un precio muy bajo a comparación de sus competidores ya que tienen una mano de obra muy económica lo que le permite contar con precios muy por debajo del mercado.

Con respecto a la India, es un país que ha venido creciendo en este ámbito ya que de tener un estimado de 9% en el año 2013 a 2015 pudo retomar sus exportaciones y llegar un 13,2% en el año 2016.

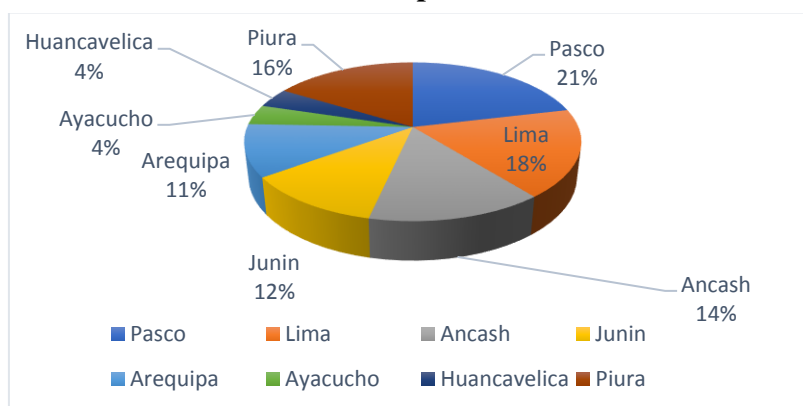
**Tabla N° 21 Exportaciones mundiales de Joyería de Plata**

Exportadores	Participación en valor en las exportaciones del mundo, % en 2012	Participación en valor en las exportaciones del mundo, % en 2013	Participación en valor en las exportaciones del mundo, % en 2014	Participación en valor en las exportaciones del mundo, % en 2015	Participación en valor en las exportaciones del mundo, % en 2016
<b>China</b>	20,4	25,7	33,7	17,3	13,9
<b>India</b>	16,2	9,4	9,1	9,2	13,2
<b>Suiza</b>	7	8	7,5	10,2	11,6
<b>Estados Unidos de América</b>	7,3	8,6	7,2	9	10,3
<b>Italia</b>	5,5	6,2	4,8	5,8	6,3
<b>Hong Kong, China</b>	5,9	6,3	5,3	6,2	6,3
<b>Reino Unido</b>	4,7	3,9	3,6	5,8	5,1
<b>Francia</b>	2,9	3,4	3,2	4,2	4,9
<b>Indonesia</b>	0,1	0,2	1,5	3	4,3
<b>Turquía</b>	2,4	3	3	3,5	3,9

**Fuente:** (TRADEMAP, 2017)

Elaboración Propia

Con respecto a la producción nacional de plata, las principales regiones productoras de plata son Junín, Piura, Cajamarca, Cusco, Arequipa y Lambayeque, líneas abajo podemos observar el porcentaje por región.

**Tabla N° 22 Producción de plata en el Perú 2012- 2016**

**Fuente:** (Ministerio de Energía y Minas, 2016)

Elaboración Propia

Si bien es cierto el Perú es uno de los principales productores de plata de la región, pero solo se dedica a la exportación de la plata como materia prima sin ningún valor agregado o manufacturado.

Líneas abajo tabla de las exportaciones de Joyería de plata (Partida 711311) expresada en miles de dólares podemos notar que hubo un incremento desde el año 2012 al 2016 por lo que podemos deducir que las exportaciones de este producto continuaran en alza.

**Tabla N° 23 Exportación de productos de la partida 711311 en miles de dólares**

Código	Descripción del producto	Valor exportada en 2012 En miles de dólares	Valor exportada en 2013 En miles de dólares	Valor exportada en 2014 En miles de dólares	Valor exportada en 2015 En miles de dólares	Valor exportada en 2016 En miles de dólares
'7113110000	Artículos de joyería y sus partes, de metal precioso o de chapado de metal precioso (plaqué)	11351	11063	7302	5900	6176

**Fuente:** (TRADEMAP, 2017)

Elaboración propia

### 3.3.2 Análisis de la Demanda

Mediante el desarrollo del presente trabajo de investigación se pretende identificar cuál sería la demanda del proyecto para la exportación de joyería de plata utilizando la técnica filigrana al mercado de Estados Unidos, específicamente a la ciudad de Miami. En el siguiente cuadro veremos a los principales importadores del mundo en relación a la partida arancelaria 711311



**Tabla N° 24 Principales importadores en el mundo de la partida 711311**

<b>Importadores</b>	<b>Participación en valor en las importaciones del mundo, % en 2012</b>	<b>Participación en valor en las importaciones del mundo, % en 2013</b>	<b>Participación en valor en las importaciones del mundo, % en 2014</b>	<b>Participación en valor en las importaciones del mundo, % en 2015</b>	<b>Participación en valor en las importaciones del mundo, % en 2016</b>
<b>Hong Kong, China</b>	14,7	13,5	16,6	20,4	23,7
<b>Estados Unidos de América</b>	30,2	30,7	27,1	27	21,9
<b>Emiratos Árabes Unidos</b>	2,9	2,8	3,7	1,9	8,2
<b>Alemania</b>	8	8,6	8,5	8,4	7
<b>Reino Unido</b>	5,6	6	6,5	6,5	6,3
<b>Italia</b>	2,8	3	3,6	3,7	4,1
<b>Francia</b>	3,1	3	2,9	2,9	2,9
<b>Canadá</b>	3,3	3,6	3,3	3,1	2,5
<b>Australia</b>	2,4	2,6	2,5	2,5	2,2
<b>Japón</b>	3,1	2,5	2,1	1,9	1,8

**Fuente:** (TRADEMAP, 2017)

Elaboración Propia

En el cuadro anterior se puede apreciar según TRADEMAP la clasificación de los 10 principales importadores de Joyería de plata en el mundo, podemos inferir que desde el año 2012 al 2016 hubo un crecimiento para Hong Kong, China pero que Estados Unidos tuvo una baja de 5% del año 2015 al 2016.

Para los Emiratos Árabes, mercado que se encuentra emergente tuvo un incremento de 6.3% del año 2015 al 2016.

**Tabla N° 25: Importaciones de la partida 7113110000-art. De joyería de los demás metales preciosos, incluso revestidos o chapados a nivel mundial en toneladas**

Importadores	2012		2013		2014	
	cantidad importada	Unidad	cantidad importada, Toneladas	cantidad importada, Toneladas	cantidad importada, Toneladas	cantidad importada, Toneladas
<b>España</b>	1054	Toneladas	914		2696	
<b>India</b>	26	Toneladas	29		1668	
<b>EEUU</b>	1214	Toneladas	1271		1298	
<b>Reino Unido</b>	5354	Toneladas	1210		1149	

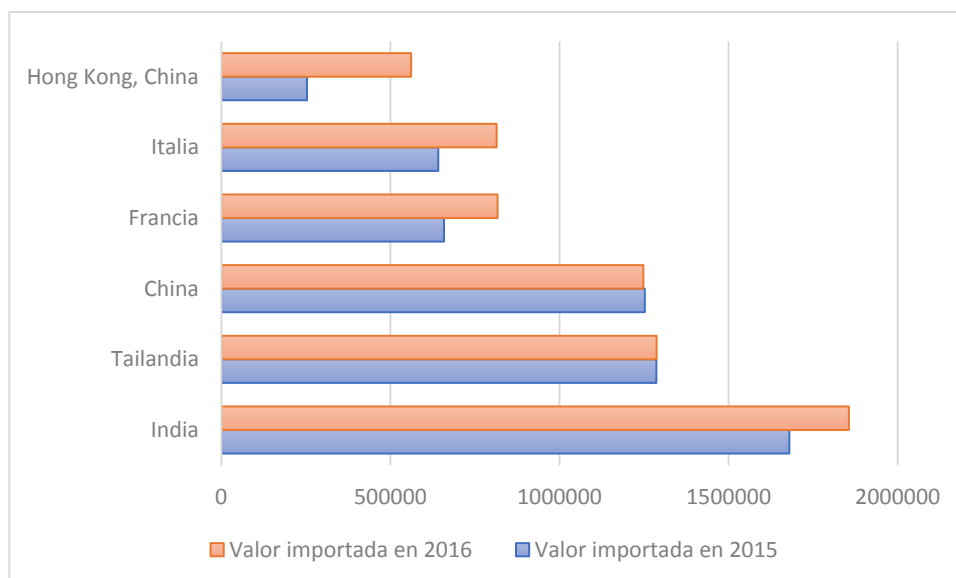
**Fuente:** (TRADEMAP, 2017)

Elaboración Propia

En la tabla 17, De acuerdo a TRADEMAP podemos observar los principales importadores de la partida 7113110000-art. De joyería de los demás metales preciosos, incluso revestidos o chapados a nivel mundial en toneladas en los años 2012, 2013 y 2014, observamos que Estados Unidos, se encuentra en el TOP de los tres primeros importadores de este tipo de productos. (TRADEMAP, 2017)

Continuando con el análisis de la demanda en el grafico 18, podemos observar los principales proveedores de Joyería de Plata y sus partes para Estados Unidos. Se observa según VERITRADE que Hong Kong, Italia y Francia han sido los principales proveedores en los dos últimos años.

**Tabla N° 26 Principales proveedores de Joyería de Plata a EEUU.**



**Fuente:** (VERITRADE, 2016)

Elaboración Propia

Para poder tener un escenario mucho más claro con respecto en donde se encuentra el Perú en relación a su aporte como proveedor de este producto a Estados Unidos con la tabla 19 y 20, utilizando los datos proporcionados por TRADEMAP Y SUNAT podemos identificar que Perú ha tenido un crecimiento tanto en la exportación en miles de dólares como en las unidades expresada en gramos. (TRADEMAP, 2017)

Adicionalmente según los datos de SUNAT, Perú está teniendo un crecimiento de 1.4% anual y ha tenido un mayor crecimiento del años 2015 al 2016. (SUNAT, 2017)

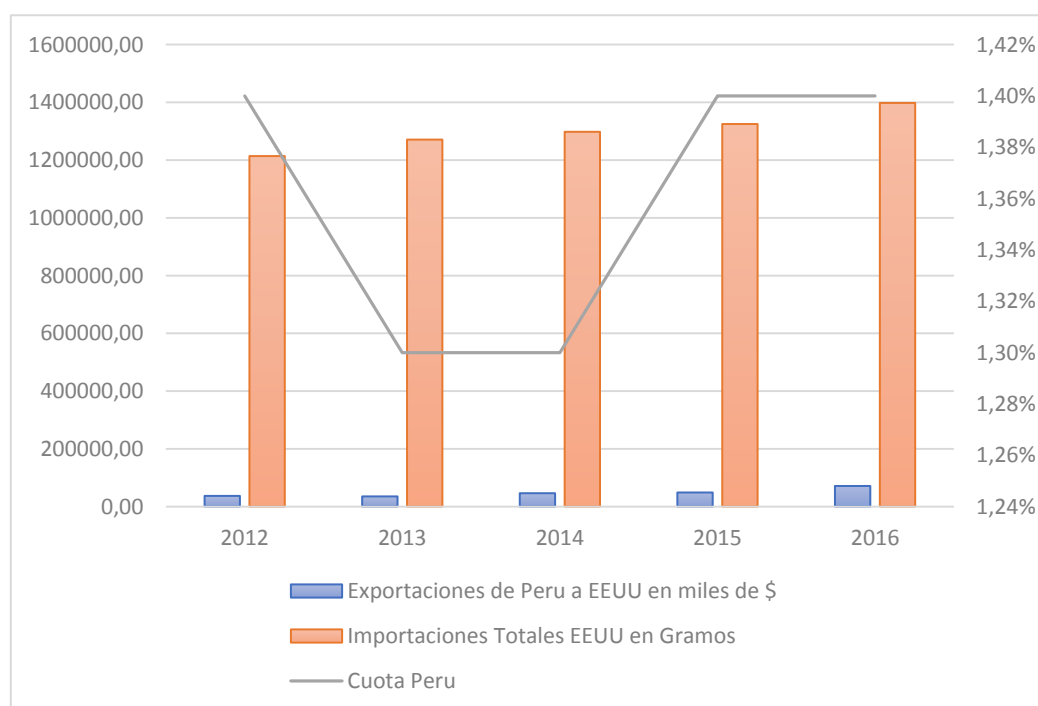
**Tabla N° 27 Cuota de Perú a Estados Unidos para la partida 7113**

Indicadores	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Exportaciones de Perú a EEUU en miles de \$</b>	37046.00	35278.00	46290.00	48830.00	71362.00
<b>Importaciones Totales EEUU en Gramos</b>	1214000.00	1271000.00	1298000.00	1325000.00	1398000.00
<b>Cuota Perú</b>	1.40%	1.30%	1.30%	1.40%	1.50%
<b>Proyección</b>	1.40%				

Fuente: (TRADEMAP, 2017) (SUNAT, 2017)

Elaboración Propia

**Tabla N° 28 Escenario de Perú como proveedor de EEUU para la partida 7113**



Fuente: (TRADEMAP, 2017)

Elaboración Propia

### 3.3.3 Competencia Directa

#### 3.3.3.1 Principales Empresas Peruanas exportadoras a Miami

La empresa pudo determinar las empresas en el Perú que serían su competencia directa ya que también se dirigen al mismo mercado. En la siguiente tabla se darán los datos de la empresa y cuál ha sido su participación en el mercado de Estados Unidos.

**Tabla 29 Principales empresas Peruanas exportadoras de Joyería a Estados Unidos- Miami**

Exportador	U\$ FOB Unid 1	País de Destino	Puerto de destino	Vía	Descripción Comercial
<b>LINEA NUOVA SA</b>	22,530.956	UNITED STATES	MIAMI	AÉREA	JOYERIA DE ORO DE 10KT 625 PCS E1316180X (ARETE CHAPA ROJA)
<b>LINEA NUOVA SA</b>	28,989.913	UNITED STATES	MIAMI	AÉREA	JOYERIA ORO DE 14KT 15 PCS DCH385 (DIJE CURVO AMARILLO), 85 PCS DCH105 (DIJE CRUZA AMARILLA), 49 PCS FRENCH WIRE (ACCESORIO ARETE), 14 PCS DCH385 (DIJE CURVO AMARILLO), 260 PCS DCH385 (DIJE CURVO AMARILLO), 07 PCS DCH385 (DIJE CURVO AMARILLO) 02 PCS HLN10-LG (DIJE CORAZON AMARILLO)
<b>LINEA NUOVA SA</b>	21,112.992	UNITED STATES	MIAMI	AÉREA	JOYERIA DE ORO DE 10KT (DIJE-ACCESORIO) 110PC ABCH604, 647PC ACH231(ARETE), 1370PC BISAGRA 4 PC BOLA 10, 803 PC BOLA 4, 105 PC DCH125W, 568 PC DCH125Y, 795PC DCH238, 434PC DCH258W, 48PC DCH362, 105PC HLN31, 151PC ROMBO, 88PC ABCH573, 35PC HLN13, 35PC ROMBO, 27PC HLN82Y, 210 PC DCH258W, 30 PC BISAGRA, 245 PC DCH258W, 30 PC P01CH, 60 PC ROMBO, 210 PC DCH125Y 264 PC P03CH, 107 PC HLN42P, 12 PC HLN42P, 21 PC TRAMPAS, 9 PC ROMBO, 3 PC DCH125Y.

<b>ARIN S A</b>	23,793.606	UNITED STATES	MIAMI	AÉREA	JOYERIA DE ORO DE 10KT, 14KT PULSERA, COLLAR, ANILLO OPERACION SWAP
<b>ARIN S A</b>	25,027.459	UNITED STATES	MIAMI	AÉREA	JOYERIA DE ORO DE 10KT Y 14KT PULSERA, COLLAR, ANILLO OPERACION SWAP
<b>ARIN S A</b>	26,743.125	UNITED STATES	MIAMI	AÉREA	JOYERIA DE ORO DE 10KT ARETE OPERACION SWAP
<b>ARIN S A</b>	25,927.810	UNITED STATES	MIAMI	AÉREA	JOYERIA DE ORO DE 14KT PULSERA, COLLAR. OPERACION SWAP
<b>ARIN S A</b>	27,350.875	UNITED STATES	MIAMI	AÉREA	JOYERIA DE ORO DE 10KT, 14KT CADENA, COLLAR OPERACION SWAP
<b>LINEA NUOVA S A</b>	22,400.160	UNITED STATES	MIAMI	AÉREA	JOYERIA DE ORO DE 10KT 750 PCS E1316180X (ARETE CHAPA ROJA)
<b>LINEA NUOVA S A</b>	29,479.833	UNITED STATES	MIAMI	AÉREA	JOYERIA ORO DE 14KT 12 PCS BOLA N?4 (DIJE),60 PCS DCH225 (DIJE),60 PCS DCH226 (DIJE),120 PCS DCH798(DIJE) 85 PCS ROMBOS(ACCESORIO),40 PCS DCH120 (DIJE),120 PCS DCH225 (DIJE),120 PCS DCH226 (DIJE) 120 PCS DCH798 (DIJE),20 PCS HLN82 (DIJE),25 PCS HLN82 (DIJE),13 PCS DCH120 (DIJE), 6 PCS DCH372 (DIJE)
<b>LINEA NUOVA S A</b>	20,550.867	UNITED STATES	MIAMI	AÉREA	JOYERIA DE ORO DE 10KT (DIJE-ACCESORIO) 84 PC ABCH643,1059 PCS ACH231,332 PCS BISAGRAS, 1593 PCS PALO,852 PCS BOLA,60 PCS DCH480,17 PCS ABCH573,120 PCS ACH154,225 PCS CUT14, 115 PCS CUT 16,21 PCS DCH110,20 PCS DCH366,20 PCS DCH375,235 PCS DCH480,175 PCS DCH480A, 65 PCS HLN97Y,207 PCS ABCH643,60 PCS DCH480,60 PCS ACH190,264 PCS BISAGRAS,225 PCS CUT12, 20 PCS PLATINA 3.2-1,30 PCS PLATINA 3.2-3,14 PCS DCH480,12 PCS HLN00-1,8 PCS HLN42P,114 PC
<b>DE ORO SA</b>	31,601.527	UNITED STATES	MIAMI	AÉREA	JOYERIA DE ORO PULSERAS DE 14KT
<b>ARIN S A</b>	27,824.612	UNITED STATES	MIAMI	AÉREA	JOYERIA DE ORO DE 10 KT Y 14 KT ARETE OPERACION SWAP
<b>ARIN S A</b>	27,220.360	UNITED STATES	MIAMI	AÉREA	JOYERIA DE ORO DE 10 KT Y 14 KT CADENA, COLLAR, ANILLO OPERACION SWAP
<b>ARIN S A</b>	263.960	UNITED STATES	MIAMI	AÉREA	JOYERIA DE ORO DE 14 KT ARETE OPERACION SWAP

<b>ARIN S A</b>	17,171.760	UNITED STATES	MIAMI	AÉREA	JOYERIA DE ORO DE 10 KT PULSERA OPERACION SWAP
<b>ARIN S A</b>	28,334.019	UNITED STATES	MIAMI	AÉREA	JOYERIA DE ORO DE 10 KT Y 14 KT PULSERA,COLLAR, ANILLO, CADENA OPERACION SWAP
<b>ARIN S A</b>	24,793.813	UNITED STATES	MIAMI	AÉREA	JOYERIA DE ORO DE 10 KT Y 14 KT PULSERA, COLLAR, ANILLO OPERACION SWAP

Fuente: VERITRADE  
Elaboración Propia

Los principales exportadores y competidores directos son ARIN S.A., LINEA NUOVA S A, DE ORO SA quienes principalmente exportan a MIAMI vía aérea , revisando sus Declaraciones Únicas de Aduanas el medio que más utilizan es Aérea tales datos fueron proporcionados por (SUNAT, 2017)

### 3.3.3.2 Principales Joyerías en Miami

La empresa determino las principales Joyerías en Miami que serían sus principales competidores.

**Tabla N° 30 Principales Joyerías en Miami**

Nombre de Joyería	Productos que ofrece	Contacto
<b>Frank Jewelry</b>	Joyas hechas en oro y plata para hombres y mujeres, también se desempeña como Casa de Empeño	2059 SW 8th St Miami, FL 33135 Estados Unidos Número de teléfono(305) 642-0007
<b>Vivid Diamonds &amp; Jewelry</b>	Joyas para matrimonios con incrustaciones de diamantes y piedras preciosas.	169 E Flagler St Miami, FL 33131 Estados Unidos Número de teléfono(786) 453-4445
<b>Mega Gold Jewelry</b>	Joyas elaboradas en piedras preciosas, incluye el servicio de reparación de Joyas.	2346 SW 67th Ave Miami, FL 33155 Estados Unidos Número de teléfono(305) 269-6957
<b>TIFFANY &amp; Co.</b>	Joyas elaboradas a base de plata y oro , incluidas incrustaciones de diamantes y piedras preciosas	114 NE 39th Street Miami, FL 33137 (305) 428-1390
<b>Mr Diamond Jewelers</b>	Joyas elaboradas con piedras preciosas especialmente diamantes	6 NE 1st St Miami, FL 33132 Estados Unidos Número de teléfono(305) 358-1003

Fuente: (YELP, 2016)



### 3.4 Estrategia de ventas y distribución

#### 3.4.1 Estrategias de segmentación

Las estrategias de cobertura de los segmentos de mercado se deciden escogiéndose la comercialización de uno o más productos en uno o varios segmentos.

Para el caso de “Joyerías Siuse” se va a utilizar una estrategia de segmentación denominada Estrategia de concentración. - Se concentra en un único producto-mercado. El objetivo de la empresa es dirigirse a un segmento con un producto. Se determinó este tipo de estrategia ya que es una empresa pequeña que recién está comenzando y es la más recomendada para este tipo de empresas y productos.

Teniendo como premisa lo anterior expuesto, el producto a ofrecer es Juego de pendientes y collar de plata elaborado con técnica filigrana al mercado de Estados Unidos, ciudad de Miami.

Segmentando el mercado, el producto estará dirigido a mujeres de 25-40 años que se encuentren solteras.



**Figura N° 9 Segmentación de Mercado**  
Fuente: (Naciones Unidas , 2013)

### 3.4.2 Estrategias de Posicionamiento

Las estrategias de posicionamiento que utilizara la empresa “Joyerías Siuse” serán las siguientes:

- **Creación de Pagina Web**

Mediante la creación de la página web [www.JoyeriaSiuse.com.pe](http://www.JoyeriaSiuse.com.pe) la empresa se dará a conocer presentara una reseña acerca de la empresa, cuales son las metas como empresa y contacto de requerir algún producto.

Adicionalmente se contará con catálogos virtuales donde se darán a conocer el producto.

Para dar a conocer el trabajo de los orfebres en el uso de la plata con la técnica de la filigrana, se presentara un video donde los mismos artesanos explicaran la forma en la que se trabaja el producto.

La página web tendrá acceso directo a las diferentes redes sociales.

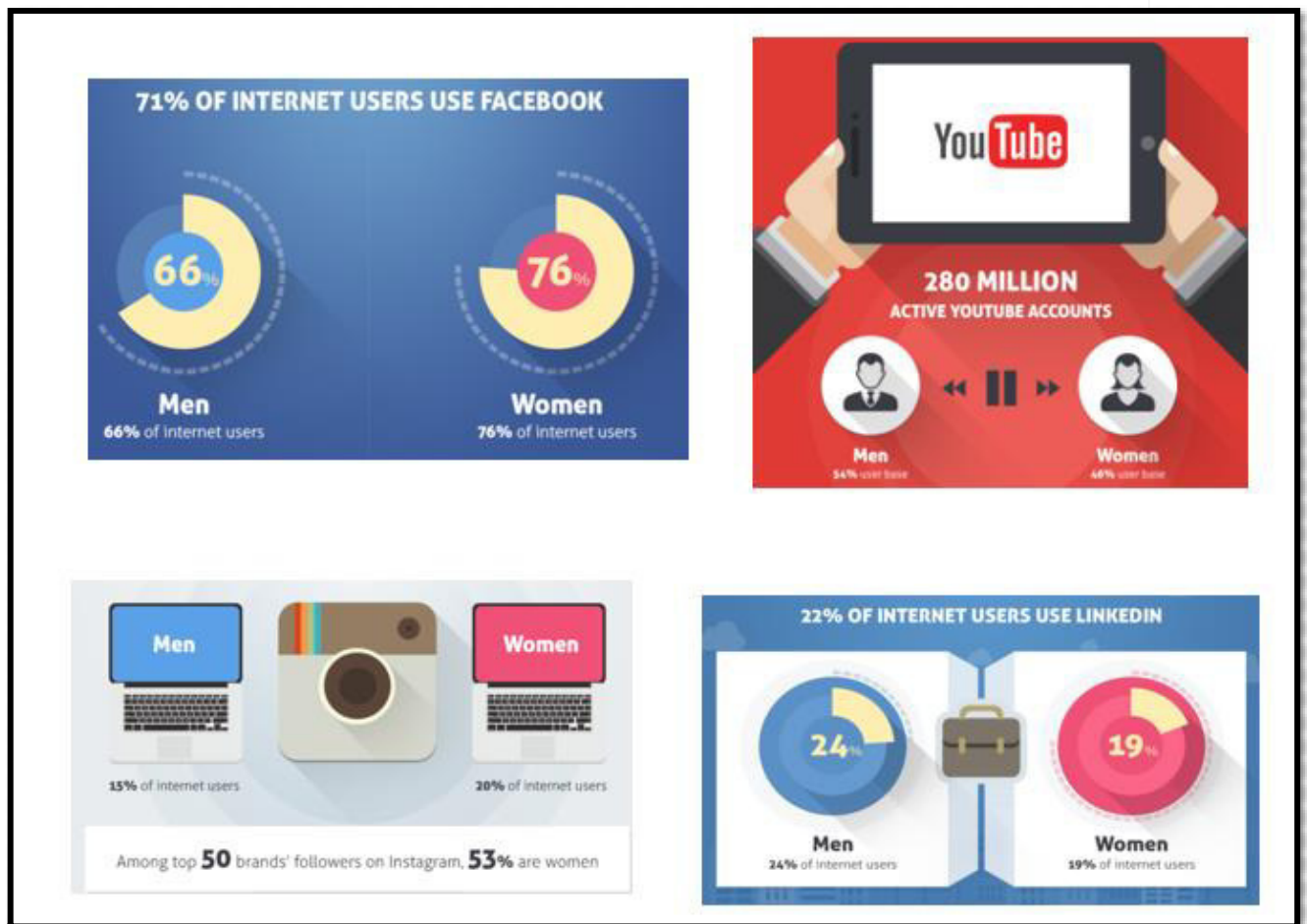
- **Difusión mediante redes sociales**

Se hizo una evaluación de las principales redes sociales utilizadas en Estados

Unidos, en relación a hombres y mujeres y el resultado fue el siguiente, según indica

la Tabla líneas abajo las redes sociales más utilizadas por mujeres son Facebook ,

YouTube, Instagram



**Figura N° 10 Consumo de Redes Sociales en Estados Unidos**

Fuente: (NIELSEN, 2015)

- Por otro lado, se realizará una estrategia de marketing en cooperación con el cliente (importador) para impulsar el producto enviando una serie de merchandising para educar al cliente en relación a los beneficios del producto.

### 3.4.3 Estrategias de distribución

La distribución de un producto desde su elaboración hasta que llega a las manos del consumidor, pasa por una cadena de intermediarios; los cuales deberán ser elegidos de acuerdo la forma en que mejor se adecúen la empresa para conseguir los objetivos

propuestos, para formar un canal de distribución adecuado, el producto tendrá los siguientes niveles de distribución:

- Agente Intermediario: se encargará de reunir clientes en el mercado como: principales cadenas de joyería, tiendas retail y centros comerciales, para la colocación del producto.
- Minorista: En este punto se encuentran las joyerías independientes, perfumerías, boutiques.
- Consumidor Final: Mujeres americanas que vivan en Miami y sean mayores a 25 años.

La empresa “Joyerías Siuse” venderá directamente a la cadena de distribución (agente intermediario), una de las cadenas con las que la empresa buscara enlazar vínculos es con RICHLINE GROUP INC, es uno de los mejores Agente distribuidores, también se identificó que en su página web tiene los detalles y las especificaciones de las Joyas que se dedica a distribuir.

#### **3.4.4 Estrategias de Suministro**

Los juegos de joyería a vender serán suministrados por Joyerías Artesanales de la zona de San Jerónimo de Tunan, para poder tener un mejor panorama de los diferentes proveedores se realizó un viaje hasta la localidad obteniendo como resultado final que tres de las joyerías cumplían con las cualidades solicitadas, líneas abajo la información de cada una de ellas. Se realizará una evaluación por medio de la matriz F para determinar cuál será el principal proveedor.



Figura N° 11: Tarjeta proforma de proveedor "La portada del Sol"



Figura N° 12 : Tarjeta proforma de proveedor "Joyería Coral"



Figura N° 13 Tarjeta proforma de proveedor "Joyería Platería Aníbal"

**Tabla N° 31 “Matriz F” Proveedor de Materia Prima (Juego de plata)**

<u>Factores</u>	<u>Peso Relativo</u>	<u>A</u>	<u>B</u>	<u>C</u>
Experiencia en el rubro	30%	4	5	2
Insumos a utilizar	20%	3	4	4
Estándares de Calidad	25%	2	5	3
Tecnología	15%	2	4	3
Precio	10%	1	3	1

Teniendo en cuenta los datos proporcionados por las diferentes fuentes confiables de información para tomar una decisión con respecto al proveedor que suministrara el producto final, se realizó la “Matriz F” y así poder sustentar la toma de decisión.

Se tomará en cuenta los 3 principales proveedores con los que se mantuvo contacto, según los datos obtenidos, se integraran factores para los que se colocaran un peso relativo por cada factor, para cada proveedor se colocara una letra que lo pueda diferenciar.

El resultado final indicará el proveedor con el que se trabajará ya que será el que tendrá mayor puntaje.

- “La portada del Sol” : A
- “Joyería Coral” : B
- “Joyería Platería Aníbal” : C

Puntuación A:  $4*0.30 + 3*0.20 + 2*0.25 + 2*0.15 + 1*0.10 = 2.70$

Puntuación B:  $3*0.50 + 4*0.20 + 5*0.25 + 4*0.15 + 3*0.10 = 4.45$

Puntuación C:  $2*0.30 + 4*0.20 + 3*0.25 + 3*0.15 + 1*0.10 = 2.70$

Teniendo en cuenta el resultado final de la Matriz F se trabajara con “Joyería Coral” como principal proveedor.

De ser el caso que la demanda supere a lo proyectado, la empresa contactara con artesanos de Catacaos – Piura que actualmente producen cantidades importantes de Joyas de plata y lo más importante es que también utilizan la técnica filigrana.

Catacaos- Piura tiene aproximadamente 400 artesanos y una asociación que los alberga y que sería nuestro contacto directo, como plan de contingencia. La platería de Catacaos es reconocida por su elegancia y calidad en la elaboración de sus productos. Con referencia al precio se asemeja en mucho al precio que otorgan los artesanos de San Jerónimo, con referencia al costo de traslado a Lima, se manejó con el proveedor de transporte que solo sería incrementado en un 15% al que se maneja de Junín a Lima.

### 3.5 Estrategias de Promoción

Tiene como finalidad el comunicar la información relevante sobre el producto a los posibles consumidores.

- **Participación en Ferias**

Se participará en las diferentes ferias en el país de origen y país de destino del producto. En la tabla líneas abajo podemos visualizar las ferias más importantes en el país de destino.

**Tabla N° 32 Ferias de Joyería en Estados Unidos**

Feria	Web Site	Duración	Ciudad
<i>Jewelers Circular Keystone (JCK)</i>	<a href="http://lasvegas.jckonline.com/">http://lasvegas.jckonline.com/</a>	4 días	Las Vegas
<i>Jewelers of America (JA)</i>	<a href="http://www.ja-newyork.com/jany/jany-winter">www.ja-newyork.com/jany/jany-winter</a>	4 días	New York
<i>Jewelers International Showcase (JIS)</i>	<a href="http://www.jisshow.com">www.jisshow.com</a>	3 días (semestral)	Miami

Fuente: (PROMPERU, 2014)

Según PROMPERU, “se debe destacar la efectividad de las ferias como herramienta de contacto y afianzamiento de relaciones comerciales con cualquier tipo de empresa que

*forme parte de la cadena de distribución y comercialización del sector de joyería. Además eso permite a los compradores hacer citas con existentes o nuevos proveedores, y caminar los pasillos para ver qué hay de nuevo con gente que no conocen". (PROMPERU, 2014)*

- **Muestras Gratis**

Enviaremos muestras gratis a nuestros potenciales clientes, para dar a conocer el producto y puedan estar enterados de los modelos y precios.

- **Apoyo a diferentes causas benéficas**

Promocionar el producto indicando que un porcentaje de la compra será donada a diferentes causas sociales.

- **Video promocional**

Mediante las redes sociales se colgará un video para dar a conocer el arte de la filigrana en Plata y así poder dar a conocer la técnica.

- **Seguimiento post venta**

Una vez concretada la venta y realizada la entrega la empresa dará seguimiento al cliente ya que con esto se da a conocer al cliente lo importante que es para la empresa. En tal sentido un colaborado de la empresa maneja el mailing como herramienta para no perder contacto con el cliente y mantenerlo informado con las promociones.



### 3.6 Tamaño de planta. Factores condicionantes

El desarrollo del negocio se enfocará en la comercialización hacia el mercado de, Estados Unidos- Miami, piezas de joyería de plata realizadas bajo las finas técnicas de maestros artesanos llamada filigrana.

Se dispondrá de un local propio, donde estará destinado el desarrollo del negocio y atención al cliente, así como la exposición de cierta cantidad de joyas destinadas a la venta y en el mismo local estará ubicada el área de envasado de joyas destinadas a la venta nacional e internacional.

**Tabla N° 33 Características del establecimiento**

	Local	Distrito	Destino
<b>Dirección</b>	Av. Carlo Izaguirre 959	Los Olivos	Oficina Ventas. Administrativa,

Fuente: Elaboración propia

## 4. Plan de Logística Internacional

### 4.1 Envases, empaques y embalajes

A continuación, se indica el envase, empaque y embalajes que se utilizarán para que el producto llegue a destino en óptimas condiciones.

#### 4.1.1 Envase

Se define como envase al recipiente que contiene, protege y presenta la mercancía para su comercialización, adicionalmente facilita el transporte del producto desde origen hasta destino.

### a) Envase Primario

En el caso de la joyería de plata el envase a utilizar son las bolsas de burbujas de aire comprimido (burbupack), láminas de burbujas de aire comprimido (en caso necesario, para evitar golpes y raspaduras por vibraciones).

Los juegos de collar y aretes serán comprados con el envase primario para que se encuentren protegidos desde el almacén de los proveedores en San Gerónimo de Tunan hasta lima.

**Tabla N° 34 Características del Envase**

<b>CARACTERISTICAS</b>	
<b>Envase</b>	Bolsa burbupack
<b>Medidas</b>	Largo 5 cm ; Ancho : 2,5 cm
<b>Color</b>	Transparente
<b>Peso</b>	50 gramos
<b>Cantidad de producto en bolsa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Collar + dije en una sola bolsa</li> <li>• Aretes en una bolsa</li> </ul>

Fuente: Elaboración Propia



**Figura N° 14 Envase Primario burbupack**

Fuente: Bolsas Janpax

### b) Envase Secundario

El envasado de los juegos de collar y aretes serán realizado en la empresa, los estuches serán colocados dependiendo a elección de cliente ya que en un primer momento se le enviara vía mail el catálogo de nuestros productos y colores de los estuches.

Los modelos a enviar van acorde a las piezas de joyería líneas abajo modelos de los estuches.



**Figura N° 15 : Envase Secundario**

### 4.1.2 Embalaje

Se entiende como embalaje al Objeto manufacturado que protege, de manera unitaria o colectiva, bienes o mercancías para su distribución física a lo largo de la cadena logística: es decir durante las operaciones de manejo, carga, transporte, descarga, almacenamiento, estiba y posible exhibición.

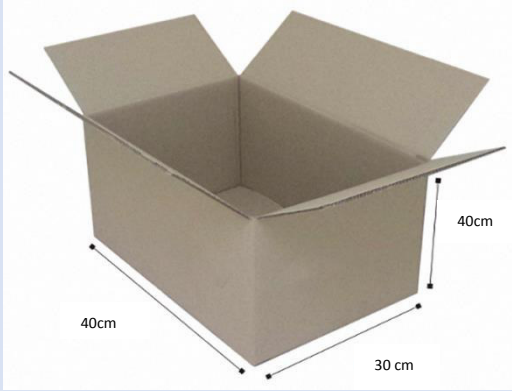



A continuación, se mostrara el tipo de embalaje a utilizar el producto:

Tabla N° 35 Características de Embalaje

CARACTERISTICAS	
<b>Embalaje</b>	Caja de cartón corrugado
<b>Medidas</b>	Alto 40 cm x Ancho 30 cm x Largo 40 cm
<b>Peso</b>	50 gramos
<b>Cantidad de producto en bolsa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Juego de Collar y Aretes</li> </ul>

Elaboración Propia

Tabla N° 36 : Embalaje de la carga



Medidas del embalaje	Embalaje
	
<p>Se incluirea separaciones de carton en la caja para proteger los estuches</p> 	<p>Embalaje final</p> 

Fuente: Elaboración propia

## 4.2 Diseño del rotulado y marcado

### 4.2.1 Diseño del marcado

Tabla N° 37 Diseño de marcado en embalaje

<b>CARACTERISTICAS</b>	
<b>País de origen</b>	Perú
<b>Datos de Exportador</b>	Joyería Siuse S.A.C.
<b>Datos del Importador</b>	RICHLINE GROUP INC,
<b>Destino : País , aeropuerto, lugar de entrega</b>	Estados Unidos- Miami (Aeropuerto Internacional de Miami)
<b>Símbolos pictográficos</b>	 Frágil  Este lado arriba  Manipular con cuidado
<b>Numeración de bultos</b>	Colocacion de numero a cada bulto que este acorde al packing list.

Fuente: Elaboración Propia



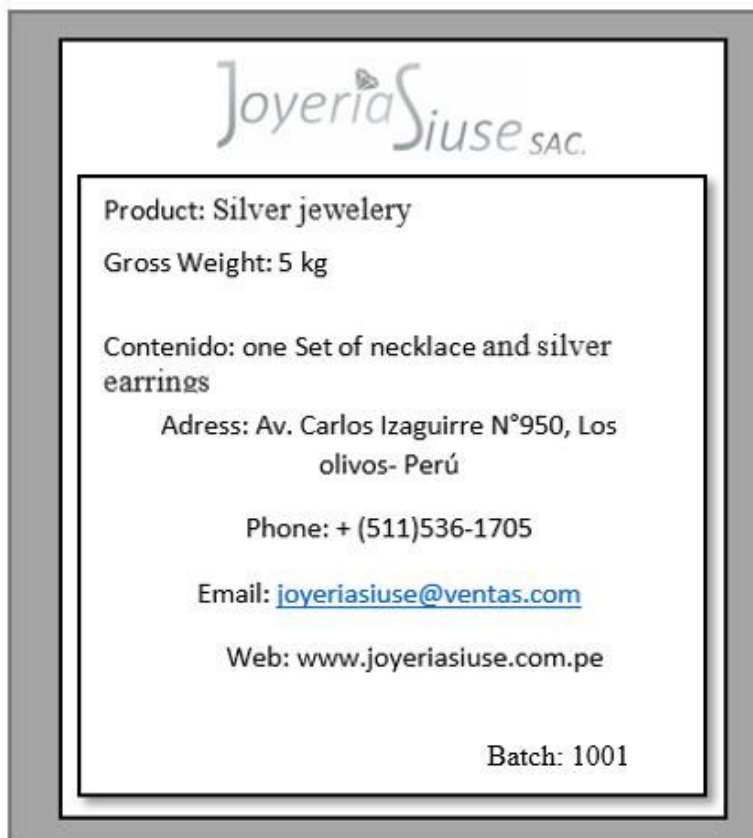
**Figura N° 16 Mercado del Embalaje**  
Elaboración Propia

#### 4.2.2 Diseño del Rotulado

La importancia del rotulado adquiere mayor relevancia en los últimos años dado el incremento de la variedad de productos que ofrecen las modernas vías de distribución e intercambio, de presentación y promoción de los mismos. (PROMPERU, 2014)

El rotulado tiene por objeto suministrar al consumidor información sobre las características particulares de los productos, su forma de elaboración, manipulación y/o conservación, sus propiedades y su contenido.

A continuación, se muestra la etiqueta que llevara el producto.





**Figura N° 17 Etiqueta de Envase**  
Elaboración Propia

#### **4.3 Unitarización y cubicaje de la carga**

Con respecto al proceso de unitarización este consiste en la agrupación de los embalajes (cajas) para que pueda facilitar su transporte ya que debe conservar su óptimo transporte hasta el lugar de destino.

**Tabla N° 38 Unitarización de la carga**

Representación Grafica	Características
	Pallet de madera, euro paleta
	Medidas: 100x80x 190
	Base: 6 cajas de cartón
	Peso: 30 kg
	<b>Unitarización</b>
	Base: 6 cajas de cartón
	Niveles: 3
	Total de cajas por pallet : 19 18 cajas conteniendo 48 productos 1 caja conteniendo 26 productos y muestras y catálogos.
	Total pallet por embarque: 1
	Peso Neto por embarque : 90 kg
	Peso bruto por embarque: 110 kg

Elaboración propia

#### 4.4 Cadena de Distribución Física Internacional

La Distribución Física Internacional es el conjunto de operaciones necesarias para desplazar la carga desde un punto de origen a un punto de destino

- ✓ Preparación (embalaje y marcado)
- ✓ Unitarización (palatización y contenedorización)
- ✓ Manipuleo (en terminales, almacenes)
- ✓ Almacenamiento (en almacenes y depósitos privados o públicos)
- ✓ Transporte (en toda la cadena de distribución)
- ✓ Seguro de la Carga (riesgos, pólizas)
- ✓ Documentación (facturas, certificados, docs. de pago, etc.)



- ✓ Gestión y operación aduanera (exportación)
- ✓ Gestión y operación bancaria (bancos, agentes corresponsales)
- ✓ Gestión de Distribución (incluye personal operativo y administrativo de la empresa)

El Incoterm a utilizar es FCA por lo tanto las responsabilidades como vendedor terminan al transportar la mercadería en el aeropuerto del punto de origen y ser transportado para Miami.

Cabe mencionar que según se acordara con el Importador son ellos quienes se harán cargo del pago de flete en destino para la liberación de la carga.

#### **4.4.1 Actores en las operaciones de Comercio Internacional**

- Según la propiedad de las mercancías: Importador, exportador, consignatario o destinatario
- Según el Transporte: El armador, agente naviero, agente marítimo, compañías aéreas, empresas de transporte terrestre, lacustre o fluvial
- Según la carga y descarga de la mercancía: La autoridad portuaria, aduanera, sanitaria, estibadores, tarjadores, operarios portuarios
- Según almacenamiento de la mercancía: Almacenes fiscales, terminales de almacenamiento, depósitos simples, almacenes aduaneros autorizados
- Según el destino aduanero de la mercancía: Agentes de aduana, terminales de almacenamiento, depósitos simples, almacenes aduaneros autorizados.

Los operadores con los que la empresa “Joyería Siuse” trabajara serán los siguientes:

- **Transporte Local:** Se contratarán los servicios de la “Empresa de Transporte y Servicio de Carga JAT SAC.” quienes se encargarán del traslado de mercadería desde el proveedor hasta las oficinas de la empresa “Joyería Siuse SAC” para el

etiquetado y palatización de la carga. Posteriormente la misma empresa se encargará de llevar la carga al almacén para su exportación.

- **Servicio logístico Integral:** Se contratará los servicios logísticos integrales de la empresa “Antares Logistics SAC” quienes forman parte de un grupo de empresas dedicadas al comercio exterior. Al contratar servicio Logístico Integral es “Antares Logistics” quienes se encargarán de todo el traslado de la mercadería hasta el país de destino. Antares Logistics cuenta con su empresa hermana Antares Aduanas quienes se encargarán del servicio de Aduanas para la exportación.
- **Agenciamiento de Aduanas:** Según se mencionó en el punto anterior el servicio Logístico integral incluirá este proceso, la agencia de aduanas se encargara de realizar los trámites necesarios para que la carga una vez lista puesta dentro del almacén en este caso aéreo espere a que sea numerada la Declaración Única de Aduanas para que pueda ser exportada sin problema.
- **Almacén Aduanero:** Este servicio será ofrecido por TALMA, cabe mencionar que este costo ser cancelado directamente a “Antares Logistics” quienes informaron tener tarifas negociadas con el almacén.
- **Agente Aero Portuario:** Como se ha venido mencionando, el medio de transporte a utilizar será aéreo, “Antares Logistics” informo que se trabajará con American Airlines.

#### 4.5 Seguro de las mercancías

Con respecto al seguro de mercancías en el comercio internacional se puede decir que es importante pero no obligatorio, el vendedor decide si asegurara su carga o no, dependiendo desde donde corre su responsabilidad y si al evaluar que necesita o no un seguro decida por optarlo.

Para el caso de la empresa “Joyería Siuse” no se utilizará seguro ya que no se considera necesario.

## 5. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

### 5.1 Costos y Precio

Para la comercialización del producto se fijará el precio principalmente del análisis de costos directo, se incluirá también los precios que se encuentren acorde al mercado teniendo en cuenta los precios que manejan los principales competidores tanto en el mercado nacional como internacional.

#### a) Costos

El primer indicador sobre los precios es el costo de producción.

**Tabla N° 39 Determinación de Precio de Venta**

<b>Precio de Venta=</b>	<b>Todos los Costos + Margen</b>
<b>Precio de Venta =</b>	(Costo de Producción + Distribución + Otros) + Margen

Elaboración Propia

Según la información recaudada entre los diferentes talleres de orfebrería de la zona (San Jerónimo de Tunan), ellos indicaban que el precio promedio por la elaboración era de S/ 6.00 el gramo, pero al considerar que la empresa adquirirá joyería hecha a base de filigrana es decir la técnica a utilizar de hilar la plata, el costo de cada Joya es de S/7.00 el gramo.

Tabla N°40 Cálculo de Precio

Calculo de Precio										
Categoria/Descripcion	Mes a Proyectar	Unidad Mercaderia (NIU)	Valor		Valor Anual (S/.)	Valor Anual (\$)				
			Mensual (S/.)	Mensual (\$)						
<b>Costo de Venta</b>										
Costo Total (Exwork)	12	890	S/.	42,360.06	\$	12,836.38	S/.	508,320.72	\$	154,036.58
Costo por unidad			S/.	47.60	\$	14.42				
Utilidad (Margen)	12	50%	S/.	23.80	\$	7.21				
Precio de Venta (Sugerido)			S/.	71.39	\$	21.63				

Elaboración Propia

b) Los precios de referencia en el mercado

Es importante realizar un estudio de la estructura de precios de venta de la competencia antes de fijar la política de precios.

En tanto el precio final siempre será un compromiso y un punto de referencia de los precios de la competencia y el de los costos de producción y comercialización.

Con referencia a los precios de la plata, se tomará la información brindada por The Silver Institute, donde nos confirma que el precio promedio anual de la plata que a mayo del 2017 se está cotizando en \$16.50 por kilo tal y como se puede verificar en el grafico líneas abajo.

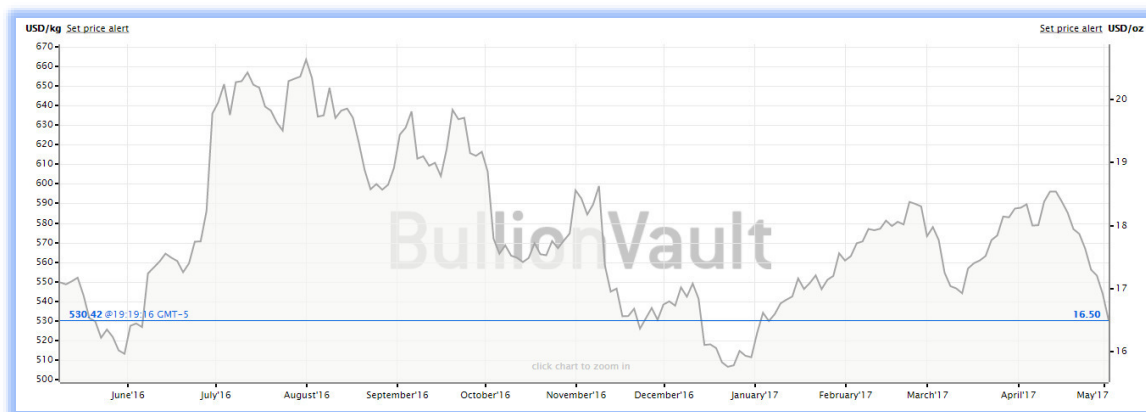


Figura N° 18 Precio de la Plata por Onza

Fuente: (INSTITUTE, 2017)

El precio aproximado que paga un artesano se calculara en base a las onzas y a un kilo de plata.

De acuerdo al Ministerio de Energía y Minas indica que con respecto a la conversión en unidades de masa, una Onza troy equivale a 31.10 gramos.

Teniendo esta regla en consideración podemos deducir que un kilo está conformado por 32.15 onzas, para poder hallar el precio de 1 kilo se multiplicara el precio promedio anual cotizado en bolsa, se obtiene el costo de USD 530.47.

## 5.2 Cotización Internacional

PROFORMA INVOICE N° 000-01				
		JOYERIA SIUSE SAC.		
		Av. Carlos Izaquirre 959 - Los Olivos		
		Telf.(511)-536-1705		
		<a href="http://www.joyeriasiususe.com.pe">www.joyeriasiususe.com.pe</a>		
CLIENTE	RICHLINE GROUP INC			
CONTACTO:	Jeffrey Andreson	TELEFONO:	1 800-327-1808	
FECHA:	30/06/2017	VALIDEZ:	30 dias	
TIPO DE SERVICIO	EXPORTACION	Collect	Transp. Aereo	
ORIGEN	Lima-Peru	Destino	Miami-Estados Unidos	
PRODUCTO:	Set de collar y pendiente de plata según ficha tecnica adjunta	Partida:	7113110000	
PESO ESTIMADO (KGS)	90KG			
INCOTERM	FCA CALLAO	TIEMPO DE ENTREGA	45 Dias	
FORMA DE PAGO	Carta de credito			
ITEM	DESCRIPCION	QTY	UNIT PRICE	TOTAL AMOUNT (US\$)
1	Set de collar y pendiente de plata	19 caias	\$22	\$19580
BANCO	SCOTIABANK			

**Figura N° 19 Modelo de Cotización Internacional**  
Elaboración Propia

### **5.2.1 Contrato de Compra y Venta Internacional**

Se trata del contrato para la compraventa de mercancías que se produce entre partes que se encuentran establecidas en estados diferentes.

Los elementos fundamentales de este contrato son los siguientes:

- Consentimiento de ambas partes.
- Cosa determinada o determinable.
- Precio cierto en dinero o signo que lo represente.

La Convención de Viena no regula todos los aspectos derivados de la formación del contrato, sólo se ocupa de la oferta, la aceptación y el concurso de estas, así como de ciertas reglas sobre la modificación del contrato.

Para la delimitación del campo de aplicación de las normas de este convenio no se tiene en cuenta ni la naturaleza civil o mercantil de la compraventa ni la nacionalidad de los empresarios, sino el lugar. Su regulación no se aplica a las ventas a los consumidores, las judiciales y las relativas a valores, buques y electricidad.

Centra su atención en la formación del contrato y en los derechos y obligaciones de las partes.

Se está agregando como Anexo un modelo de Contrato de Compra y venta Internacional.

### **5.3 Elección y aplicación de Incoterm**

El plan de exportación de Joyas, empleara el Incoterm FCA (Free Carrier) donde el vendedor cumple su obligación de entrega de la carga cuando es despachada a Aduanas para su exportación, a cargo del transportista indicado por el comprador o por la persona designada.

### **5.3.1 Obligaciones del Comprador**

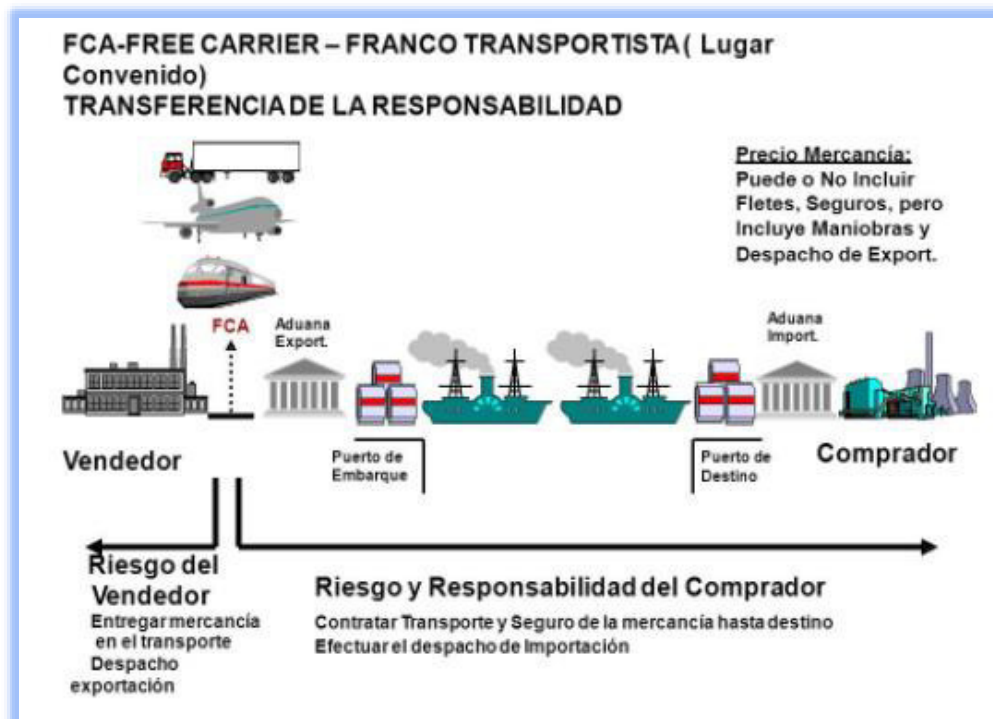
- Cancelar según lo indicado en el Contrato de venta.
- Obtener las licencias, autorizaciones y formalidades que necesite la carga para ingreso al país de destino.
- Soportar los gastos de transporte y flete, a partir de la recepción de la mercancía por parte del transportista, en la forma y maneras que exija el transporte, dando aviso al vendedor con suficiente antelación del modo de transporte, fecha de entrega y punto de entrega. Si el transportista no se hace cargo de la mercancía, el comprador soportará los gastos a partir de la fecha convenida o último plazo fijado para ello.
- Reembolsar al vendedor los gastos ocasionados por la ayuda prestada, así como pagar todos los impuestos.
- Pagar todos los gastos y gravámenes en que se haya incurrido para la obtención de documentos.
- Proporcionar las instrucciones al vendedor para contratar el transporte, si previamente se lo ha requerido el vendedor.

### **5.3.2 Obligaciones del Vendedor**

- Proveer con conformidad la mercancía especificada en el Contrato de Venta.
- Recabar licencia de exportación y los trámites aduaneros necesarios para la exportación
- Entregar la mercancía a la custodia del transportista designado por el comprador o escogido por el vendedor en el lugar o punto fijado en la fecha o dentro del plazo convenido para la entrega y de la forma convenida o acostumbrada en tal sitio. A falta de instrucciones por parte del comprador, el vendedor puede entregar la

mercancía al transportista en la forma que exijan el modo de transporte de aquel porteador y la calidad y/o naturaleza de la carga.

- Asumir todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía hasta el momento en que haya sido entregada al transportista.
- Avisar al comprador de que la mercancía ha sido entregada a la custodia del transportista, así como proporcionarle el documento usual de prueba de la entrega de la mercancía.
- Prestación de ayuda al comprador para la obtención de los documentos emitidos en el país de entrega y/o de origen que puedan necesitar para la importación de la mercancía y proporcionar al comprador, siempre que así lo pida, la información necesaria para conseguir el seguro.



**Figura N° 20 Responsabilidad Incoterm FCA**

Fuente: (Pymes, s.f.)



## 5.4 Determinación del medio de pago y cobro

La determinación de medio de pago se llevará a cabo según lo expuesto en el contrato y cumpliendo con los requisitos según la relación cliente – proveedor, de esta manera se considerará:

- **Crédito o Cobranza Documentaria.** - Postura: se le otorgara la opción a “Crédito” el cual se llevará a cabo mediante carta de crédito asegurando la entrega de la mercadería y el pago 15 días después de la entrega del producto.

Adicional, se considera la siguiente tabla de evaluación para la selección idónea del medio de pago a utilizar según el tipo de cliente considerando como principales ejes de control los mencionados en la parte superior Crédito documentario y cobranza documentaria.

**Tabla N° 41 Escala de riesgo según medio de pago**

	Tipo de medio de pago	Grado de Confianza	Seguridad del medio	Manipulación y costo bancario
	<b>CUENTA ABIERTA</b>	Máximo	Mínima	Bajo
-	<b>TRANSFERENCIA</b>	Máximo	Mínima	Mínima
	<b>COBRANZA SIMPLE</b>	Máxima	Baja	Medio
	<b>COBRANZA DOCUMENTARIA</b>	Medio	Media	Medio
+	<b>CRÉDITO DOCUMENTARIO</b>	Mínimo	Máxima	Alto

COMPLEJIDAD

Fuente: (SIICEX, 2017)

## 5.5 Proceso del Régimen de Exportación

Para la entrega de la mercancía se realizará el proceso de Exportación prediseñado por el Estado Peruano según lo indicado bajo el decreto supremo los cuales se indican a continuación:

- Ley General de Aduanas – Decreto Legislativo N° 1053
- Reglamento - D.S. N° 010-2009-EF
- Procedimiento de Exportación Definitiva V.6 INTA-PG.02 Resolución SUNAT N° 122-2014/SUNAT

## 5.6 Gestión aduanera del comercio Internacional

De acuerdo al procedimiento de Exportación Definitiva, líneas abajo se expone el procedimiento a seguir.

- a) Vendedor. - Coloca mercadería en almacén para ser recogida por transportista y se entregada al depósito temporal aduanero a la espera de ser embarcado. Carga debe llevar Guía de Remisión expedida por vendedor quien debe consignar todos los datos de la mercadería.
- b) Deposito Temporal Aduanero. - Carga será ingresada al depósito necesitando al despachador de aduanas quien hará las gestiones necesarias para que se encuentre lista para su embarque.

Se encarga de transmitir a la intendencia de aduana, información de recepción de mercancía, luego es validada por el SIGAD y, de ser conforme, se asigna canal de control respectivo (canal naranja o rojo).

- c) Agencia de Aduana. - transmite a intendencia de aduana, DUA – Export definitiva/provisional (DUA-EDP) (DUA-40).
- d) SIGAD. - Se ingresan los datos a una plataforma autorizada por Sunat para que se genera el número correspondiente de la DUA-EDP (numeración).
- e) Despachador. - Se presenta con las mercancías en zona primaria (Depósito temporal, almacenes de compañías aéreas, como requisito previo a la selección del canal de control).
- f) De ser conformes, se embarca mercancías, el almacén aduanero es responsable del traslado y entrega al transportista, quien verificará el embarque y anota en la DUA-EDP: bultos, PB, fecha, hora, firma y sello.
- g) Despachador debe regularizar régimen. Con responsabilidad del declarante transmite electrónicamente información complementaria y documentos digitalizados de sustento. La aduana puede pedir documentación física.

### **5.6.1 Documentos necesarios para la exportación**

- Instrucciones de Vuelo

La agencia de carga envía la instrucción de vuelo a la empresa exportadora para que se detalle la información que necesita para la exportación de las cantidades a enviar, es importante mencionar la siguiente información

- ◆ Nombre del Exportador
- ◆ Detalles de los productos
- ◆ Pesos de los productos
- ◆ Volumen de los productos
- ◆ Lugar de origen y destino (Nombre de aeropuertos)
- ◆ Observaciones de la carga de ser necesario.

- Guía de Remisión

Este documento se considera indispensable para que se movilice la carga desde la fábrica del exportador hasta el lugar de destino indicado para este caso en particular la carga será ingresada a TALMA SERVICIOS AEROPORTUARIOS.

- Factura Comercial

En este documento se debe indicar toda la información de la carga para que pueda ser exportada a la vez de indicar el Incoterm con el que se trabajara en este caso FCA.

- Packing List Detallado

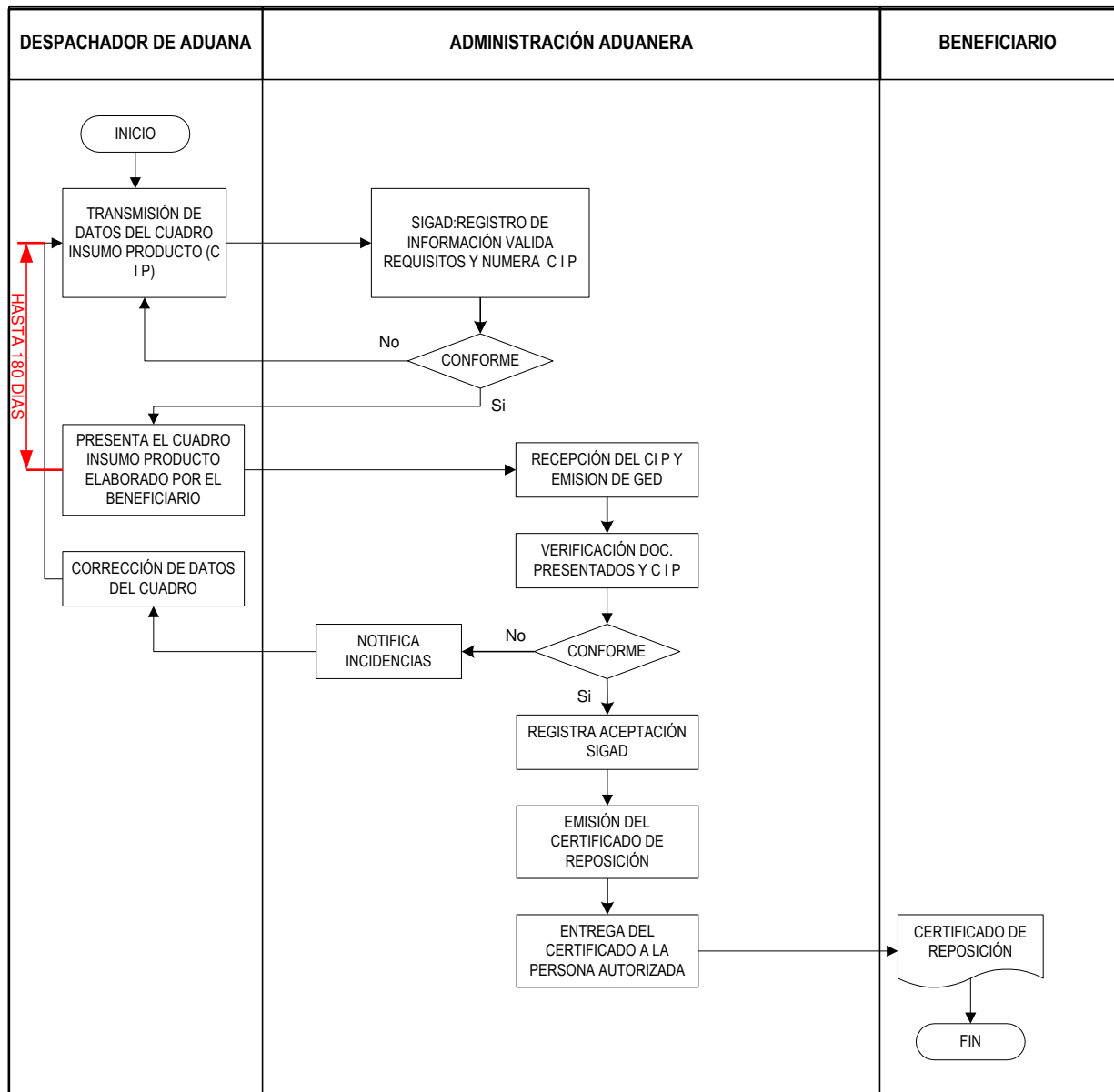
El cliente solicita este documento ya que al ser un envío de varios productos de tamaño pequeño pueda ubicarlos fácilmente en base a las codificaciones especificadas.

- Declaración Única de Aduanas

Documento que permite manifestar la exportación a realizar, cuenta con 30 días a partir de la fecha del vuelo de la carga para su regularización definitiva ante la aduana aérea del callao.

Al cumplir todos los requisitos expuestos, el exportador no se expone a una falta ante el ente regulador (SUNAT) y el importador puede recibir su carga de manera conforme.

### 5.7 Gestión de las operaciones de exportación: Flujograma



**Figura N° 21 Flujograma de exportación "Joyería Siuse"**

Fuente: (SUNAT, 2017)

## 6.- PLAN ECONOMICO FINANCIERO

### 6.1 Activos Tangible e Intangibles

Activos						
Categoria/Descripcion	Cant.	Unidad de Medida	PU (S/.)	PU (\$)	Total (S/.)	Total (\$)
<b>Muebles</b>						
Escritorio de oficina	2	UNIDAD (BIENES)	S/. 250.00	\$ 75.76	S/. 500.00	\$ 151.52
Silla de oficina	6	UNIDAD (BIENES)	S/. 60.00	\$ 18.18	S/. 360.00	\$ 109.09
Sillon de sala de Reunion	6	UNIDAD (BIENES)	S/. 90.00	\$ 27.27	S/. 540.00	\$ 163.64
Mesa de Reunion 2.20 * 1.5 mtrs	1	UNIDAD (BIENES)	S/. 450.00	\$ 136.36	S/. 450.00	\$ 136.36
Cubiculo personal con Cajones	2	UNIDAD (BIENES)	S/. 200.00	\$ 60.61	S/. 400.00	\$ 121.21
Estante y repisas	4	UNIDAD (BIENES)	S/. 150.00	\$ 45.45	S/. 600.00	\$ 181.82
<u>Sumatoria Muebles</u>					S/. 2,850.00	\$ 863.64
<b>Equipo de Oficina</b>						
Epson Multifuncional Expression XP-201 Imprime, Copia, Escanea	2	UNIDAD (BIENES)	S/. 279.00	\$ 84.55	S/. 558.00	\$ 169.09
Notebook 15,6" ASUS	2	UNIDAD (BIENES)	S/. 1,000.00	\$ 303.03	S/. 2,000.00	\$ 606.06
Notebook 15,6" Intel Core i3 4 GB 500 GB	2	UNIDAD (BIENES)	S/. 1,499.00	\$ 454.24	S/. 2,998.00	\$ 908.48
Utiles de Oficina y Accesorios	1	UNIDAD (BIENES)	S/. 300.00	\$ 90.91	S/. 300.00	\$ 90.91
Portabandejas	5	UNIDAD (BIENES)	S/. 30.00	\$ 9.09	S/. 150.00	\$ 45.45
Extintor	4	UNIDAD (BIENES)	S/. 250.00	\$ 75.76	S/. 1,000.00	\$ 303.03
Pizarras acrilicas	2	UNIDAD (BIENES)	S/. 90.00	\$ 27.27	S/. 180.00	\$ 54.55
<u>Sumatoria Equipos de Oficina</u>					S/. 7,186.00	\$ 2,177.58
<b>Maquinaria</b>						
				\$ -	S/. -	\$ -
<u>Sumatoria Maquinaria</u>					S/. -	\$ -
<b>Inmuebles</b>						
Terreno propio	80	METRO CUADRADO	S/. 3,500.00	\$ 1,060.61	S/. 280,000.00	\$ 84,848.48
<u>Sumatoria Inmuebles</u>					S/. 280,000.00	\$ 84,848.48
<b>Inversiones</b>						
Colocar Acciones, bono o valores que tendra la empresa afiliada					S/. -	\$ -
<u>Sumatoria Inversiones</u>					S/. -	\$ -
<b>Derechos de Patentes</b>						
Estudio del Proyecto	1	UNIDAD (SERVICIOS)	S/. -	\$ -	S/. -	\$ -
Gastos de Constitucion	1	UNIDAD (SERVICIOS)	S/. 600.00	\$ 181.82	S/. 600.00	\$ 181.82
Patentes	1	UNIDAD (SERVICIOS)	S/. 535.15	\$ 162.17	S/. 535.15	\$ 162.17
Gastos de Permisos de Exportacion	1	UNIDAD (SERVICIOS)	S/. 3,000.00	\$ 909.09	S/. 3,000.00	\$ 909.09
<u>Sumatoria Derechos de Patentes</u>					S/. 4,135.15	\$ 1,253.08
<b>Equipos de Transporte</b>						
Colocar si tendran equipos de transporte					S/. -	\$ -
<u>Sumatoria Equipos de Transporte</u>					S/. -	\$ -
<b>Total</b>					S/. 14,171.15	\$ 4,294.29

**Figura N° 22 Activos Tangibles e Intangibles**

Elaboración Propia

En la tabla de Activos Fijos se puede visualizar la inversión desde muebles y enseres, equipos de cómputo que se ha de realizar por la compra de lo que se necesita para dar inicio a las operaciones de la empresa "Joyería Siuse". Se puede visualizar que los gastos no son difíciles de cubrir siendo viable el inicio de operatividad de la empresa.

## 6.2 Capital de Trabajo

Capital de Trabajo						
Categoría/Descripción	Mes a Proyectar	Valor Mensual (S/.)	Valor Mensual (\$)	Valor Anual (S/.)	Valor Anual (\$)	
<u>Capital de Trabajo</u>						
Sueldo y Salarios	14	S/. 5,090.30	\$ 1,542.52	S/. 71,264.20	\$ 21,595.21	
Mantenimiento de Oficina/Planta	12	S/. 500.00	\$ 151.52	S/. 6,000.00	\$ 1,818.18	
Servicios Basicos	12	S/. 840.00	\$ 254.55	S/. 10,080.00	\$ 3,054.55	
Transporte	12	S/. 400.00	\$ 121.21	S/. 4,800.00	\$ 1,454.55	
Suministros de Oficina	12	S/. 350.00	\$ 106.06	S/. 4,200.00	\$ 1,272.73	
Viaticos	12	S/. -	\$ -	S/. -	\$ -	
Materia Prima	12	S/. 37,380.00	\$ 11,327.27	S/. 448,560.00	\$ 135,927.27	
<u>Sumatoria Muebles</u>				S/. 544,904.20	\$ 165,122.48	

Elaboración Propia

### Figura N° 23 Capital de Trabajo

Luego de obtener la información básica necesaria para poder partir se visualiza el capital de trabajo que se ha de poseer para poder realizar las gestiones y dar inicio de manera oficial al proyecto. Parte del capital de trabajo se compone por costos logísticos, costos operativos entre otros.

### 6.3 Inversión Total

### 6.4 Estructura de Inversión y Financiamiento

Capital de Trabajo						
Categoría/Descripción	Mes a Proyectar		Valor Mensual (S/.)	Valor Mensual (\$)	Valor Anual (S/.)	Valor Anual (\$)
Activos	1		S/. 14,171.15	\$ 4,294.29	S/. 14,171.15	\$ 4,294.29
Imprevisto	1	5%	S/. 708.56	\$ 214.71	S/. 708.56	\$ 214.71
Sueldo y Salarios	14		S/. 5,090.30	\$ 1,542.52	S/. 71,264.20	\$ 21,595.21
Mantenimiento de Oficina/Planta	12		S/. 500.00	\$ 151.52	S/. 6,000.00	\$ 1,818.18
Servicios Basicos	12		S/. 840.00	\$ 254.55	S/. 10,080.00	\$ 3,054.55
Transporte	12		S/. 400.00	\$ 121.21	S/. 4,800.00	\$ 1,454.55
Suministros de Oficina	12		S/. 350.00	\$ 106.06	S/. 4,200.00	\$ 1,272.73
Viaticos	12		S/. -	\$ -	S/. -	\$ -
Costo de Operación (Exwork)	12		S/. 42,360.48	\$ 12,836.51	S/. 508,325.76	\$ 154,038.11
<b>Total</b>					S/. 619,549.67	\$ 187,742.32
Financiamiento						
Categoría/Descripción	Mes a Proyectar		Valor Mensual (S/.)	Valor Mensual (\$)	Valor Anual (S/.)	Valor Anual (\$)
Capital Propio		59.3%			S/. 367,450.55	\$ 111,348.65
Capital Financiado		40.7%			S/. 252,099.12	\$ 76,393.67

**Figura N° 24 Estructura de inversión y financiamiento**

Elaboración Propia

Con respecto a los datos de la tabla anterior el cálculo de la inversión se tomara de manera anual y se proyectara durante 3 años por conceptos académicos para tener un mejor escenario de lo que se desea lograr y de simular un escenario para poder entender el mercado reconociendo el flujo de ingresos de la empresa “Joyerías Siuse SAC.”



## 6.5 Fuentes de Financiamiento y condiciones de crédito

**Tabla N° 42 Opciones de Financiamiento**

Total de Inversión	Deuda a Terceros	
	Entidad	Tasa
BCP	70%	30%
BBVA	60%	29.50%
SCOTIABANK	60%	27.50%

Fuente: SBS

Elaboración Propia

Teniendo en cuenta el cuadro anterior presentado, la empresa “Joyería Siuse” ha optado por utilizar el banco Scotiabank con una tasa de interés 27.5% anual, en el siguiente cuadro se hallará la tasa de interés.

### 6.5.1 Estructura de Financiamiento

AÑO	Saldo inicial	Amortizacion	Interes	Por Pagar	Saldo Final
1	\$ 76,393.67	\$ 30,000.00	\$ 1,434.54	\$ 31,434.54	\$ 46,393.67
2	\$ 46,393.67	\$ 30,000.00	\$ 747.54	\$ 30,747.54	\$ 16,393.67
3	\$ 16,393.67	\$ 16,393.67	\$ 118.80	\$ 16,512.47	\$ 0.00

Elaboración Propia

### Figura N° 25 Estructura de Financiamiento

El financiamiento se ejecuta en el plazo de 3 años y considerando una cuota de amortización de \$ 2500 mensual + la tasa de interés.

## 6.6 Presupuesto de Costos

Costo Administrativo					
Categoría/Descripción	Mes a Proyectar	Valor Mensual (S/.)	Valor Mensual (\$)	Valor Anual (S/.)	Valor Anual (\$)
<b>Costo Administrativo</b>					
Sueldo y Salarios	15	S/. 5,090.30	\$ 1,542.52	S/. 76,354.50	\$ 23,137.73
<u>Sumatoria Sueldo y Salario</u>				S/. 76,354.50	\$ 23,137.73
<b>Gasto Oficina</b>					
Arriendo	12	S/. -	\$ -	S/. -	\$ -
Servicio Basicos	12	S/. 840.00	\$ 254.55	S/. 10,080.00	\$ 3,054.55
Mantenimiento de Oficina	12	S/. 500.00	\$ 151.52	S/. 6,000.00	\$ 1,818.18
Contabilidad Externa	12	S/. 1,200.00	\$ 363.64	S/. 14,400.00	\$ 4,363.64
Suministros de Oficina	12	S/. 350.00	\$ 106.06	S/. 4,200.00	\$ 1,272.73
<u>Sumatoria Gasto Oficina</u>				S/. 152,709.00	\$ 46,275.45
<b><u>Total</u></b>				S/. 187,389.00	\$ 56,784.55

**Figura N° 26 Presupuesto de Costos Administrativos**

Elaboración Propia

En el cuadro anterior se puede visualizar que se ha realizado de manera línea el cálculo de la depreciación lo cual permite homogeneizar los activos que para fines académicos se consideró 3 años, adicionalmente se consideró las tasa de 25% para depreciación de Equipo y depreciación de muebles 10%.

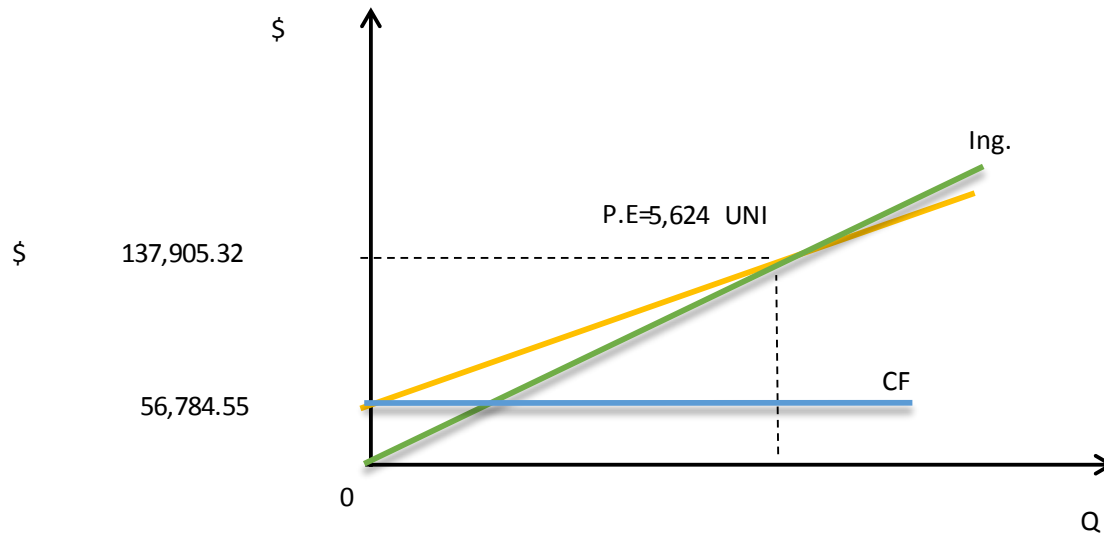
En el siguiente cuadro se puede apreciar se puede observar presupuesto de Servicios Básicos.

<b>Lista de Servicios Basicos</b>				
<b>Descripcion</b>		<b>Valor (S/.)</b>		<b>Valor (\$)</b>
Energia Electrica	S/.	300.00	\$	90.91
Sedapal	S/.	200.00	\$	60.61
Telefonia	S/.	250.00	\$	75.76
Internet	S/.	90.00	\$	27.27
Agregar nuevo	S/.	-	\$	-
Agregar nuevo	S/.	-	\$	-
Agregar nuevo	S/.	-	\$	-
<b>Total</b>	S/.	840.00	\$	254.55

**Figura N° 27 : Servicios Básicos**  
Elaboración Propia

### 6.7 Punto de Equilibrio

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\text{PRECIO VENTA-COSTO VENTAS}} = \frac{56,784.55}{10.10} = 5,624 \text{ Unidades de Joyas}$$



Estudio de Segmento (USA - Miami)		
Concepto	Cant.	Var.
Poblacion T.	2,496,435	100%
Poblacion Femenina	1,288,071	52%
Pob. de 25 a 40 años	352,972	10.60%
Resto	936,163	37.500%
Publico Objetivo	24,708	7.00%
Anual Proyeccion	296,496	12 Meses

Calculo de Precio						
Categoria/Descripcion	Mes a Proyectar	Unidad	Valor Mensual (S/.)	Valor Mensual (\$)	Valor Anual (S/.)	Valor Anual (\$)
<b>Costo de Venta</b>						
Costo Total (Exwork)	12	890	S/. 42,360.48	\$ 12,836.51	S/. 508,325.76	\$ 154,038.11
Costo por unidad			S/. 47.60	\$ 14.42		
Utilidad (Margen)	12	70%	S/. 33.32	\$ 10.10		
Precio de Venta (Sugerido)			S/. 80.91	\$ 24.52		

**Figura N° 28 Punto de Equilibrio**  
Elaboración Propia

## 6.8 Flujo De Caja Operativo del Proyecto

FLUJO DE CAJA OPERATIVO DEL PROYECTO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>INGRESOS</b>						
1 Ingresos por ventas		\$261,864.79	\$274,958.02	\$302,453.83	\$347,821.90	\$417,386.28
2 Ingresos Financieros		\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
3 Otros ingresos		\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>Total Ingresos</b>		<b>\$261,864.79</b>	<b>\$274,958.02</b>	<b>\$302,453.83</b>	<b>\$347,821.90</b>	<b>\$417,386.28</b>
<b>EGRESOS</b>						
1 Compra de Materias Primas		\$154,038.11	\$161,740.01	\$177,914.02	\$204,601.12	\$245,521.34
2 Mano de Obra directa		\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
3 Costos indirectos de Fabricacion		\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
4 Sub Total Costos de Produccion		<u>\$154,038.11</u>	<u>\$161,740.01</u>	<u>\$177,914.02</u>	<u>\$204,601.12</u>	<u>\$245,521.34</u>
5 Gastos de Administracion		\$23,667.73	\$25,981.50	\$28,526.65	\$31,326.32	\$34,405.95
6 Gastos de Ventas		\$10,909.09	\$11,454.55	\$12,600.00	\$14,490.00	\$17,388.00
7 Depreciacion		\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
8 Amortizacion de intangibles		\$1,434.54	\$747.54	\$118.80	\$0.00	\$0.00
<b>Total egresos</b>		<b>\$190,049.47</b>	<b>\$199,923.60</b>	<b>\$219,159.47</b>	<b>\$250,417.43</b>	<b>\$297,315.29</b>
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>		\$71,815.32	\$75,034.42	\$83,294.36	\$97,404.47	\$120,070.99
<b>Impuestos</b>		\$21,185.52	\$22,135.16	\$24,571.84	\$28,734.32	\$35,420.94
<b>Utilidad Neta</b>		\$50,629.80	\$52,899.27	\$58,722.52	\$68,670.15	\$84,650.05
<b>FLUJO DE CAJA OPERATIVO</b>		<b>\$50,629.80</b>	<b>\$52,899.27</b>	<b>\$58,722.52</b>	<b>\$68,670.15</b>	<b>\$84,650.05</b>

Figura N° 29 : Flujo de Caja Operativo del Proyecto

Elaboración Propia

### 6.8.1 Flujo de Capital

FLUJO DE CAPITAL						
Inversion Fija	\$4,294.29					
Valor Residual						
Capital de Trabajo	\$183,448.04					
Aporte de Socio						
Recuperacion de CT					\$15,000.00	\$30,000.00
<b>Flujo de Capital</b>	<b><u>-\$187,742.32</u></b>	<b><u>\$0.00</u></b>	<b><u>\$0.00</u></b>	<b><u>\$0.00</u></b>	<b><u>\$15,000.00</u></b>	<b><u>\$30,000.00</u></b>

**Figura N° 30 : Flujo de Capital**

Elaboración Propia

### 6.8.2 Flujo de Caja Económico

FLUJO DE CAJA ECONOMICO						
Flujo de Capital	-\$187,742.32	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$15,000.00	\$30,000.00
Flujo de Caja Operativo	0	\$50,629.80	\$52,899.27	\$58,722.52	\$68,670.15	\$84,650.05
<b>Flujo de Caja Economico</b>	<b><u>-\$187,742.32</u></b>	<b><u>\$50,629.80</u></b>	<b><u>\$52,899.27</u></b>	<b><u>\$58,722.52</u></b>	<b><u>\$83,670.15</u></b>	<b><u>\$114,650.05</u></b>

**Figura N°31: Flujo de Caja Económico**

Elaboración Propia

### 6.8.3 Flujo de Caja Financiero

FLUJO DE CAJA FINANCIERO						
Flujo de Caja Economico	-\$187,742.32	\$50,629.80	\$52,899.27	\$58,722.52	\$83,670.15	\$114,650.05
Prestamo	\$76,393.67					
Amortizacion + Interes		-\$30,000.00	-\$30,000.00	-\$16,393.67	\$0.00	\$0.00
Efecto Tributario del Interes						
<b>Flujo de caja Financiero</b>	<b><u>-\$111,348.65</u></b>	<b><u>\$20,629.80</u></b>	<b><u>\$22,899.27</u></b>	<b><u>\$42,328.85</u></b>	<b><u>\$83,670.15</u></b>	<b><u>\$114,650.05</u></b>

**Figura N° 32: Flujo de Caja Financiero**  
Elaboración Propia

## 6.9 Estados De Ganancias y Pérdidas

Estado de Resultado Integral					
Categoría/Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 261,864.79	\$ 274,958.02	\$ 302,453.83	\$ 347,821.90	\$ 417,386.28
(-) Costo de Ventas	\$ 154,038.11	\$ 161,740.01	\$ 177,914.02	\$ 204,601.12	\$ 245,521.34
<b>Total Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 107,826.68</b>	<b>\$ 113,218.01</b>	<b>\$ 124,539.81</b>	<b>\$ 143,220.78</b>	<b>\$ 171,864.94</b>
<b>(-)Gasto Admistrativo</b>	<b>\$ 23,667.73</b>	<b>\$ 25,981.50</b>	<b>\$ 28,526.65</b>	<b>\$ 31,326.32</b>	<b>\$ 34,405.95</b>
Sueldos y Salarios	\$ 23,137.73	\$ 25,451.50	\$ 27,996.65	\$ 30,796.32	\$ 33,875.95
Depreciacion de Activos	\$ 530.00	\$ 530.00	\$ 530.00	\$ 530.00	\$ 530.00
<b>(-)Gastos de Venta</b>	<b>\$ 10,909.09</b>	<b>\$ 11,454.55</b>	<b>\$ 12,600.00</b>	<b>\$ 14,490.00</b>	<b>\$ 17,388.00</b>
Agente de Aduana	\$ 1,200.00	\$ 1,260.00	\$ 1,386.00	\$ 1,593.90	\$ 1,912.68
Agente de Carga	\$ 1,454.55	\$ 1,527.27	\$ 1,680.00	\$ 1,932.00	\$ 2,318.40
Gasto Operativo	\$ 545.45	\$ 572.73	\$ 630.00	\$ 724.50	\$ 869.40
Almacen	\$ 2,076.36	\$ 2,180.18	\$ 2,398.20	\$ 2,757.93	\$ 3,309.52
Aforo Fisico	\$ 360.00	\$ 378.00	\$ 415.80	\$ 478.17	\$ 573.80
Courier	\$ 909.09	\$ 954.55	\$ 1,050.00	\$ 1,207.50	\$ 1,449.00
Merchandising	\$ 2,909.09	\$ 3,054.55	\$ 3,360.00	\$ 3,864.00	\$ 4,636.80
Transporte Nacional	\$ 1,454.55	\$ 1,527.27	\$ 1,680.00	\$ 1,932.00	\$ 2,318.40
Viaticos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>(-)Gastos Financiero</b>	<b>\$ 1,434.54</b>	<b>\$ 747.54</b>	<b>\$ 118.80</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
Interes Prestamo	\$ 1,434.54	\$ 747.54	\$ 118.80	\$ -	\$ -
<b>Utilidad antes de participacion e impuestos</b>	<b>\$ 71,815.32</b>	<b>\$ 75,034.42</b>	<b>\$ 83,294.36</b>	<b>\$ 97,404.47</b>	<b>\$ 120,070.99</b>
(-15%) Participacion Trabajadores	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Utilidad Imponible</b>	<b>\$ 71,815.32</b>	<b>\$ 75,034.42</b>	<b>\$ 83,294.36</b>	<b>\$ 97,404.47</b>	<b>\$ 120,070.99</b>
(-29.5%) Impuesto a la renta	\$ 21,185.52	\$ 22,135.16	\$ 24,571.84	\$ 28,734.32	\$ 35,420.94
<b>Utilidad neta del ejercicios</b>	<b>\$ 50,629.80</b>	<b>\$ 52,899.27</b>	<b>\$ 58,722.52</b>	<b>\$ 68,670.15</b>	<b>\$ 84,650.05</b>
	\$ -				
<b>Utilidad Liquida del ejercicio</b>	<b>\$ 50,629.80</b>	<b>\$ 52,899.27</b>	<b>\$ 58,722.52</b>	<b>\$ 68,670.15</b>	<b>\$ 84,650.05</b>

Figura N° 33 : Estado de Ganancias y Pérdidas

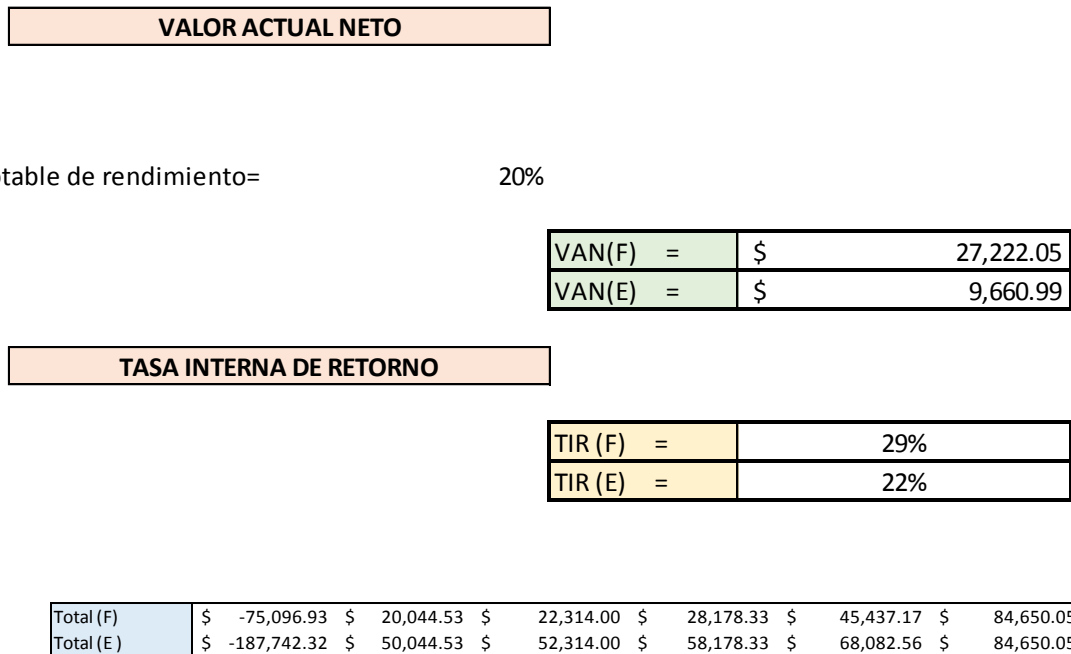
Elaboración Propia



**6.10 Evaluación de inversión**

**6.10.1 Evaluación Económica**

**Valor Actual Neto y Tasa de Retorno Económico y Financiero**



**Figura N° 34 : Valor Actual Neto y Tasa de Retorno Económico y Financiero**  
 Elaboración Propia

### 6.11 Cuadro de Riesgo del Tipo de cambio

Considerando que el mercado al cual la empresa se está dirigiendo es grande y manteniendo que como primer momento se tiene un proveedor se tomó como factores principales para el cálculo de sensibilidad el aumento de los costos/gastos variables y fijos. Así mismo, se ha considerado escenarios de plan de negocio muy optimista y otro pesimista.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DE GASTOS VARIABLES						
	Monto					
Ventas	\$ 231,057.16	Cantidad	10680	PV	21.63	0.8
Gastos Fijos	\$ 56,784.55					
Gastos Variables	\$ 134,495.62	Ventas				
Ganancia	\$ 39,776.99	\$ 89,212.36	\$ 104,212.36	\$ 119,212.36	\$ 134,212.36	\$ 149,212.36
Gastos Variables	\$ 31,061.48	→ \$ 1,366.34	→ \$ 16,366.34	↑ \$ 31,366.34	↑ \$ 46,366.34	↑ \$ 61,366.34
	\$ 36,061.48	→ \$ -3,633.66	→ \$ 11,366.34	↑ \$ 26,366.34	↑ \$ 41,366.34	↑ \$ 56,366.34
	\$ 41,061.48	→ \$ -8,633.66	→ \$ 6,366.34	→ \$ 21,366.34	↑ \$ 36,366.34	↑ \$ 51,366.34
	\$ 46,061.48	↓ \$ -13,633.66	→ \$ 1,366.34	→ \$ 16,366.34	↑ \$ 31,366.34	↑ \$ 46,366.34
	\$ 51,061.48	↓ \$ -18,633.66	→ \$ -3,633.66	→ \$ 11,366.34	↑ \$ 26,366.34	↑ \$ 41,366.34
	\$ 56,061.48	↓ \$ -23,633.66	→ \$ -8,633.66	→ \$ 6,366.34	→ \$ 21,366.34	↑ \$ 36,366.34
	\$ 61,061.48	↓ \$ -28,633.66	↓ \$ -13,633.66	→ \$ 1,366.34	→ \$ 16,366.34	↑ \$ 31,366.34
	\$ 66,061.48	↓ \$ -33,633.66	↓ \$ -18,633.66	→ \$ -3,633.66	→ \$ 11,366.34	↑ \$ 26,366.34
	\$ 71,061.48	↓ \$ -38,633.66	↓ \$ -23,633.66	→ \$ -8,633.66	→ \$ 6,366.34	→ \$ 21,366.34
	\$ 76,061.48	↓ \$ -43,633.66	↓ \$ -28,633.66	↓ \$ -13,633.66	→ \$ 1,366.34	→ \$ 16,366.34
\$ 81,061.48	↓ \$ -48,633.66	↓ \$ -33,633.66	↓ \$ -18,633.66	→ \$ -3,633.66	→ \$ 11,366.34	

Venta	\$ 231,057.16
Costo Fijo	\$ 56,784.55
Utilidad	\$ 39,776.99

**Figura N° 35 Análisis de Sensibilidad de Gastos Variables**

Elaboración Propia

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DE GASTOS FIJOS						
	Ventas					
	\$ 39,776.99	\$ 79,212.36	\$ 99,212.36	\$ 119,212.36	\$ 139,212.36	\$ 159,212.36
Gastos Fijos	\$ 58,048.18	➡ \$ -113,331.44	⬆️ \$ -93,331.44	⬆️ \$ -73,331.44	⬆️ \$ -53,331.44	⬆️ \$ -33,331.44
	\$ 68,048.18	➡ \$ -123,331.44	➡ \$ -103,331.44	⬆️ \$ -83,331.44	⬆️ \$ -63,331.44	⬆️ \$ -43,331.44
	\$ 78,048.18	➡ \$ -133,331.44	➡ \$ -113,331.44	⬆️ \$ -93,331.44	⬆️ \$ -73,331.44	⬆️ \$ -53,331.44
	\$ 88,048.18	➡ \$ -143,331.44	➡ \$ -123,331.44	➡ \$ -103,331.44	⬆️ \$ -83,331.44	⬆️ \$ -63,331.44
	\$ 98,048.18	➡ \$ -153,331.44	➡ \$ -133,331.44	➡ \$ -113,331.44	⬆️ \$ -93,331.44	⬆️ \$ -73,331.44
	\$ 108,048.18	⬇️ \$ -163,331.44	➡ \$ -143,331.44	➡ \$ -123,331.44	➡ \$ -103,331.44	⬆️ \$ -83,331.44
	\$ 118,048.18	⬇️ \$ -173,331.44	➡ \$ -153,331.44	➡ \$ -133,331.44	➡ \$ -113,331.44	⬆️ \$ -93,331.44
	\$ 128,048.18	⬇️ \$ -183,331.44	⬇️ \$ -163,331.44	➡ \$ -143,331.44	➡ \$ -123,331.44	➡ \$ -103,331.44
	\$ 138,048.18	⬇️ \$ -193,331.44	⬇️ \$ -173,331.44	➡ \$ -153,331.44	➡ \$ -133,331.44	➡ \$ -113,331.44
	\$ 148,048.18	⬇️ \$ -203,331.44	⬇️ \$ -183,331.44	⬇️ \$ -163,331.44	➡ \$ -143,331.44	➡ \$ -123,331.44
	\$ 158,048.18	⬇️ \$ -213,331.44	⬇️ \$ -193,331.44	⬇️ \$ -173,331.44	➡ \$ -153,331.44	➡ \$ -133,331.44
	\$ 168,048.18	⬇️ \$ -223,331.44	⬇️ \$ -203,331.44	⬇️ \$ -183,331.44	⬇️ \$ -163,331.44	➡ \$ -143,331.44

**Figura N° 36 Análisis de sensibilidad de Gastos Fijos**

Elaboración Propia

En el cuadro líneas arriba se puede visualizar los escenarios en donde el Gasto/costo Variable fluctúa y se aprecia hasta qué punto se puede soportar por la empresa para que mantenga su respectiva utilidad caso contrario entraría en déficit; es decir, pérdida.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DE T/C													
T/C		3.3 PV		\$ 21.63		71.39		Pv		\$ 21.63			
Costo S/.		S/.	23.80	Costo \$		\$ 7.21							
		Ventas											
Margen (S/.)	47.60 PEN	\$ 18.00	\$ 18.50	\$ 19.00	\$ 19.50	\$ 20.00	\$ 20.50	\$ 21.00	\$ 21.63	\$ 22.00	\$ 22.50	\$ 23.00	
	2.10 PEN	↓ 14.00 PEN	↓ 15.05 PEN	↓ 16.10 PEN	↓ 17.15 PEN	↓ 18.20 PEN	↓ 19.25 PEN	↓ 20.30 PEN	↓ 21.62 PEN	↓ 22.40 PEN	↓ 23.45 PEN	↓ 24.50 PEN	
	2.25 PEN	↓ 16.70 PEN	↓ 17.83 PEN	↓ 18.95 PEN	↓ 20.08 PEN	↓ 21.20 PEN	↓ 22.33 PEN	↓ 23.45 PEN	↓ 24.87 PEN	↓ 25.70 PEN	↓ 26.83 PEN	↓ 27.95 PEN	
	2.40 PEN	↓ 19.40 PEN	↓ 20.60 PEN	↓ 21.80 PEN	↓ 23.00 PEN	↓ 24.20 PEN	↓ 25.40 PEN	↓ 26.60 PEN	↓ 28.11 PEN	↓ 29.00 PEN	↓ 30.20 PEN	↓ 31.40 PEN	
	2.55 PEN	↓ 22.10 PEN	↓ 23.38 PEN	↓ 24.65 PEN	↓ 25.93 PEN	↓ 27.20 PEN	↓ 28.48 PEN	↓ 29.75 PEN	↓ 31.36 PEN	↓ 32.30 PEN	↓ 33.58 PEN	↓ 34.85 PEN	
	2.70 PEN	↓ 24.80 PEN	↓ 26.15 PEN	↓ 27.50 PEN	↓ 28.85 PEN	↓ 30.20 PEN	↓ 31.55 PEN	↓ 32.90 PEN	↓ 34.60 PEN	↓ 35.60 PEN	→ 36.95 PEN	→ 38.30 PEN	
	2.85 PEN	↓ 27.50 PEN	↓ 28.93 PEN	↓ 30.35 PEN	↓ 31.78 PEN	↓ 33.20 PEN	↓ 34.63 PEN	↓ 36.05 PEN	→ 37.85 PEN	→ 38.90 PEN	→ 40.33 PEN	→ 41.75 PEN	
	3.00 PEN	↓ 30.20 PEN	↓ 31.70 PEN	↓ 33.20 PEN	↓ 34.70 PEN	↓ 36.20 PEN	↓ 37.70 PEN	→ 39.20 PEN	→ 41.09 PEN	→ 42.20 PEN	→ 43.70 PEN	→ 45.20 PEN	
	3.15 PEN	↓ 32.90 PEN	↓ 34.48 PEN	↓ 36.05 PEN	→ 37.63 PEN	→ 39.20 PEN	→ 40.78 PEN	→ 42.35 PEN	→ 44.34 PEN	→ 45.50 PEN	→ 47.08 PEN	→ 48.65 PEN	
	3.30 PEN	↓ 32.90 PEN	↓ 34.48 PEN	↓ 36.05 PEN	→ 37.63 PEN	→ 39.20 PEN	→ 40.78 PEN	→ 42.35 PEN	→ 44.34 PEN	→ 45.50 PEN	→ 47.08 PEN	→ 48.65 PEN	
	3.45 PEN	→ 38.30 PEN	→ 40.03 PEN	→ 41.75 PEN	→ 43.48 PEN	→ 45.20 PEN	→ 46.93 PEN	→ 48.65 PEN	→ 50.83 PEN	→ 52.10 PEN	→ 53.83 PEN	→ 55.55 PEN	
	3.60 PEN	→ 41.00 PEN	→ 42.80 PEN	→ 44.60 PEN	→ 46.40 PEN	→ 48.20 PEN	→ 50.00 PEN	→ 51.80 PEN	→ 54.07 PEN	→ 55.40 PEN	→ 57.20 PEN	→ 59.00 PEN	
	3.75 PEN	→ 43.70 PEN	→ 45.58 PEN	→ 47.45 PEN	→ 49.33 PEN	→ 51.20 PEN	→ 53.08 PEN	→ 54.95 PEN	→ 57.31 PEN	→ 58.70 PEN	↑ 60.58 PEN	↑ 62.45 PEN	
	3.90 PEN	→ 46.40 PEN	→ 48.35 PEN	→ 50.30 PEN	→ 52.25 PEN	→ 54.20 PEN	→ 56.15 PEN	→ 58.10 PEN	↑ 60.56 PEN	↑ 62.00 PEN	↑ 63.95 PEN	↑ 65.90 PEN	
	4.05 PEN	→ 49.10 PEN	→ 51.13 PEN	→ 53.15 PEN	→ 55.18 PEN	→ 57.20 PEN	→ 59.23 PEN	↑ 61.25 PEN	↑ 63.80 PEN	↑ 65.30 PEN	↑ 67.33 PEN	↑ 69.35 PEN	
	4.20 PEN	→ 51.80 PEN	→ 53.90 PEN	→ 56.00 PEN	→ 58.10 PEN	→ 60.20 PEN	↑ 62.30 PEN	↑ 64.40 PEN	↑ 67.05 PEN	↑ 68.60 PEN	↑ 70.70 PEN	↑ 72.80 PEN	
	4.35 PEN	→ 54.50 PEN	→ 56.68 PEN	→ 58.85 PEN	↑ 61.03 PEN	↑ 63.20 PEN	↑ 65.38 PEN	↑ 67.55 PEN	↑ 70.29 PEN	↑ 71.90 PEN	↑ 74.08 PEN	↑ 76.25 PEN	
	4.50 PEN	→ 57.20 PEN	→ 59.45 PEN	↑ 61.70 PEN	↑ 63.95 PEN	↑ 66.20 PEN	↑ 68.45 PEN	↑ 70.70 PEN	↑ 73.54 PEN	↑ 75.20 PEN	↑ 77.45 PEN	↑ 79.70 PEN	
	4.65 PEN	→ 59.90 PEN	↑ 62.23 PEN	↑ 64.55 PEN	↑ 66.88 PEN	↑ 69.20 PEN	↑ 71.53 PEN	↑ 73.85 PEN	↑ 76.78 PEN	↑ 78.50 PEN	↑ 80.83 PEN	↑ 83.15 PEN	

**Figura N° 37 Análisis de Sensibilidad de TC**  
Elaboración Propia

En la tabla líneas arriba se puede visualizar los escenarios en donde el Costo/gasto Fijo fluctúa y se aprecia hasta qué punto se puede soportaría la empresa para que mantenga su respectiva utilidad caso contrario entraría en déficit; es decir, perdida. En base a lo anterior se vuelve indispensable mantener los costos fijos bajos para que no exista ningún escenario negativo para la empresa, ya que según la tabla anterior se puede apreciar que es más vulnerable a los costos fijos en comparación de los costos variables.

## 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 7.1 Conclusiones:

1. La empresa determino por ser una Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C) se acogerá al Régimen General y régimen laboral de empresa privada, es una modalidad idónea para las empresas que recién están empezando
2. El mercado objetivo para el plan de negocio es Estados Unidos (Ciudad de Miami), ya que ~~existe~~ mucha demanda en platería utilizando la técnica de filigrana.
3. La elaboración de este producto será realizada íntegramente por artesanos del distrito de San Gerónimo de Tunan en Huancayo- Junín para luego ser empacados en las oficinas de la empresa “Joyería Siuse SAC” y luego ser enviada a Miami- Estados Unidos por lo que la calidad del producto será revisada y pasara por un filtro antes de ser enviada.
4. El medio de pago elegido es la carta de crédito confirmada debido a que es la más segura para los exportadores que están empezando sus actividades comerciales.
5. La empresa realizará la venta en base al Incoterm “FCA” donde la entrega del producto será en el almacén del aeropuerto y trasladando responsabilidad al comprador al momento del embarque en el avión.

6. Los resultados integrales proyectados del negocio reflejan que es viables dadas a los montos presentado en los flujos de caja.

## **7.2 Recomendaciones**

1. Se recomienda a la empresa dirigir con cuidado la administración, gestión y representación ante los socios debido a que es una empresa que no tendrá directorio.
2. Una vez el producto se encuentre posicionado en el mercado se recomienda buscar nuevos mercados para que el negocio pueda crecer.
3. Se recomienda formar alianzas con los artesanos de San Jerónimo- Junín formando un Joint Venture en el futuro, adicionalmente la empresa pueda trabajar a nivel nacional la venta de joyería de plata para que tenga ingresos de manera fluida y pueda solventar sus gastos.
4. Se recomienda evaluar las tendencias con respecto a la Joyería en Estados Unidos debido a la fuerte y agresiva competencia en este sector.
5. Se recomienda desarrollar nuevas líneas de producto utilizando el mismo insumo así generar variedad y motivando a los clientes a seguir comprando el producto.

## Bibliografía

- ARTESANUM. (2017). *ARTESANUM\_JOYERIA\_FILIGRANA*. Obtenido de <http://www.artesanum.com/>
- CARRILLO. (2015). *CONTRATOS LABORALES*.
- Datosmacro.com. (2014). Obtenido de Economía y Demografía de Estados Unidos : <http://www.datosmacro.com/paises/usa>
- FILIGRANA PERU. (2016). *FILIGRANA PERU*. Obtenido de FILIGRANA PERU: FILIGRANA PERU
- Google Maps. (Abril de 2017). *Google Maps*.
- INDEXMUNDI. (2016). <http://www.indexmundi.com>.
- INSTITUTE, T. S. (Mayo de 2017). <http://www.silverinstitute.org/site/silver-price/current-price/>. Obtenido de <http://www.silverinstitute.org/site/silver-price/current-price/>.
- Ministerio de Energía y Minas. (2016). <http://www.minem.gob.pe>.
- Naciones Unidas . (2013). *Naciones Unidas* . Obtenido de Naciones Unidas : [www.nacionesunidas.com](http://www.nacionesunidas.com)
- NIelsen. (2015). *Consumo de Redes Sociales* .
- PROMPERU. (2014). <http://www.promperu.gob.pe/>.
- Propia, E. (Abril de 2017). Perú.
- Pymes, A. d. (s.f.). <http://www.areadepymes.com/?tit=fca-free-carrier-libre-transportista-lugar-convenido-guia-de-incoterms-2010&name=Manuales&fid=em0bcac>.
- SANTANDER TRADE. (2016). *SANTANDER TRADE*. Obtenido de SANTANDER TRADE: <https://es.portal.santandertrade.com>
- SIICEX. (2017). [www.siicex.gob.pe](http://www.siicex.gob.pe). Obtenido de [www.siicex.gob.pe](http://www.siicex.gob.pe).
- SUNAT. (2017). *SUNAT*. Obtenido de [sunat.gob.pe](http://sunat.gob.pe).
- SUNAT. (2017). *TRATAMIENTO ARANCELARIO POR SUBPARTIDA NACIONAL*. Obtenido de Superintendencia Nacional de Administración Tributaria-SUNAT: <http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>
- TRADEMAP. (2017). <http://www.trademap.org>.
- VERITRADE. (2016). <http://www.veritrade.info>. Obtenido de VERITRADE.
- YELP. (2016). <https://www.yelp.es>.

**ANEXOS**

**Anexo A.**  
**Formulario de Declaración Jurada para obtener Licencia Municipal de**  
**Funcionamiento**





MUNICIPALIDAD  
DISTRITAL DE  
LOS OLIVOS

**Formulario de Declaración Jurada  
para obtener Licencia Municipal de Funcionamiento**

**I. TIPO DE TRAMITE QUE SE SOLICITA** (Marcar con una "X")

- Definitiva  Temporal
- Licencia de funcionamiento  Cambio de denominación y razón social en la licencia de funcionamiento
- Licencia de funcionamiento para ocasionarios.  Duplicado de licencia de funcionamiento
- Licencia de funcionamiento para mercados de abastos y galerías comerciales.  Cese de actividades.

**II. DATOS DEL SOLICITANTE**

1. Apellidos y Nombre / Razón Social			
2. Nro. de DNI o C.E.		3. Correo electrónico / e-mail	
4. Nro. Teléfono / Celular		5. RUC	
Domicilio Legal			
6. Avenida / Jirón / Calle / Pasaje			7. Nro.
			Int.
			Itz.
			Lote
8. Urb. / AA.HH / Otro		9. Distrito	
10. Provincia		11. Departamento	

**III. REPRESENTANTE LEGAL** (completar sólo en el caso de personas jurídicas que son representadas por un tercero)

12. Apellidos y nombres		13. Nro. de DNI o C.E.	
14. Nro. Partida P. (SUNARP)		15. Nro. Teléfono / Celular	

**IV. DATOS DEL ESTABLECIMIENTO Y COMPATIBILIDAD DE USO**

16. Nombre Comercial		17. Giro o Actividad		18. Zonificación / Área de Estructuración Urbana											
19. Urb. / AA.HH / Otro		20. Avenida / Jirón / Calle / Pasaje		21. Nro.											
				Int.											
				Itz.											
				Lote											
Comercio	Industria	Servicio													
22. Sector económico			23. Área de atención		24. Área de atención	25. Área total									
26. Croquis de ubicación			27. Observaciones												
<table border="1"> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>												<p>28. Firma y sello conformidad de zonificación y compatibilidad de uso</p>			
29. Giro acorde con la Zonificación y Compatibilidad de uso de suelo			<table border="1"> <tr> <td>SI</td> <td>NO</td> </tr> </table>				SI	NO							
SI	NO														
30. Número establecimientos															

Este formulario tiene carácter de DECLARACIÓN JURADA, por lo que asumo la responsabilidad administrativa, civil y/o penal por cualquier acción de verificación posterior que compruebe adulteración, falsedad o inexactitud alguna de lo consignado en la presente declaración o de cualquier documento o información presentados en mi participación en el presente procedimiento administrativo.

--

Firma del solicitante, representante legal o apoderado  
DNI / C.E.:

**Anexo B**  
**Solicitud de Inspección Técnica de seguridad en Edificaciones de los olivos**

D.S. N° 058-2014-PCM  
ANEXO 05



N°

I. DATOS DE LA INSPECCIÓN TÉCNICA DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES	
PRIMERA INSPECCIÓN TÉCNICA <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	N° DE BOLETA DE PAGO EN EL BANCO DE LA NACIÓN <input type="text"/> MONEDA <input type="text"/>
TIPO DE INSPECCIÓN TÉCNICA DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES SOLICITADA	FECHA Y HORA PROGRAMADA PARA LA INSPECCIÓN <input type="text"/>
BÁSICA EXISTE <input type="checkbox"/> PRESENTACIÓN DE ESPECTÁCULO	EL RECIBO PARA EL ESPECTÁCULO PÚBLICO CUENTA CON INSPECCIÓN TÉCNICA <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> EN PROCESO <input type="checkbox"/>
BÁSICA EXPOST <input type="checkbox"/> PÚBLICO CON ASISTENCIA	
DE DETALLE <input type="checkbox"/> MENOR O IGUAL A 2000 PERSONAS <input type="checkbox"/>	TIPO DE INSPECCIÓN TÉCNICA EJECUTADA <input type="text"/>
MULTIFUNCIONALIDAD <input type="checkbox"/> MAYOR A 2000 PERSONAS <input type="checkbox"/>	CERTIFICADO EMITIDO N° <input type="text"/>
<input type="checkbox"/> ASISTENCIA PRECITA <input type="text"/>	
II. DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL Y DEL SOLICITANTE	
NOMBRES Y APELLIDOS DEL PROPIETARIO/REPRESENTANTE LEGAL/ CONDUCTOR/ADMINISTRADOR	
DOCUMENTO DE IDENTIDAD N° <input type="text"/>	TELÉFONO Fijo/CELULAR <input type="text"/>
CORREO ELECTRÓNICO <input type="text"/>	
NOMBRES Y APELLIDOS DEL SOLICITANTE	
DOC. DE IDENTIDAD o CARNET EXTRANJERA N° <input type="text"/>	
III. DATOS ADMINISTRATIVOS DEL OBJETO DE INSPECCIÓN	
NOMBRE COMERCIAL <input type="text"/>	GIRO O ACTIVIDADES QUE REALIZA <input type="text"/>
RAZÓN SOCIAL <input type="text"/>	GOBIERNO REGIONAL, REGIONAL, LOCAL, MULTIFUNCIÓN, COMERCIO, ZONAS, SERVICIOS COMERCIALES, RECREACIÓN Y DEPORTES, TRANSPORTES Y COMUNICACIONES, OTROS <input type="text"/>
RUC N° <input type="text"/>	ÁREA OCUPADA EN M <sup>2</sup> <input type="text"/>
N° DE PISO <input type="text"/>	
DIRECCIÓN / UBICACIÓN	
DISTRITO <input type="text"/>	PROVINCIA <input type="text"/>
REGIÓN <input type="text"/>	DEPARTAMENTO <input type="text"/>
TELÉFONO(S) <input type="text"/>	
CORREO ELECTRÓNICO <input type="text"/>	
IV. ANTECEDENTES DE LA EDIFICACIÓN O INSTALACIÓN PARA SER LLENADO POR EL ÓRGANO EJECUTANTE	
AMPLIACIÓN / MODIFICACIÓN <input type="checkbox"/>	OTROS <input type="checkbox"/>
N° DEL ÚLTIMO CERTIFICADO DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES <input type="text"/>	N° INFORME TÉCNICO DE LA ÚLTIMA INSPECCIÓN <input type="text"/>
LA INSTALACIÓN CUENTA CON LICENCIA DE EDIFICACIÓN <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> NO APLICABLE <input type="checkbox"/>
N° DE EXPEDIENTE MUNICIPAL DE DELEGACIÓN AD HOC <input type="text"/>	N° DE EXPEDIENTE DE VERIFICACIÓN AD HOC <input type="text"/>
<p><b>CARGO DE RECEPCIÓN</b>  <small>(Firma y sello del representante legal o representante de la entidad contratada)</small></p>	
<p>_____  <small>SEÑALADO</small></p>	
<p>_____  <small>SEÑALADO</small></p>	
<p><b>SOLICITANTE</b>  <small>(Firma, nombre y apellidos y doc. de identidad)</small></p>	
<p><b>IMPORTANTE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. La información debe ser veraz y correcta y no debe ser falsificada.</li> <li>2. El presente formulario es propiedad del Estado y no puede ser vendido o transferido.</li> <li>3. El presente formulario es propiedad del Estado y no puede ser vendido o transferido.</li> <li>4. El presente formulario es propiedad del Estado y no puede ser vendido o transferido.</li> <li>5. El presente formulario es propiedad del Estado y no puede ser vendido o transferido.</li> <li>6. El presente formulario es propiedad del Estado y no puede ser vendido o transferido.</li> </ul>	

# SOLICITUD DE INSPECCIÓN TÉCNICA DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES

D.S. N° 058-2014-PCM

LOGO DEL  
GOBIERNO  
CAL

N°

V. ANEXOS	
1. PLAN DE SEGURIDAD	<input type="checkbox"/>
2. PLANO DE UBICACIÓN	<input type="checkbox"/>
3. PLANO DE ARQUITECTURA (DISTRIBUCIÓN)	<input type="checkbox"/>
4. PLANO DE DIAGRAMAS UNIFILARES, TABLEROS ELÉCTRICOS Y CUADRO DE CARGAS	<input type="checkbox"/>
5. CALCULO DE APODOPOR ÁREAS	<input type="checkbox"/>
6. PLANO DE SEÑALIZACIÓN/RUTAS DE EVACUACIÓN	<input type="checkbox"/>
7. PROTOCOLO PRUEBAS DE OPERATIVIDAD Y MANTENIMIENTO DE EQUIPOS DE SEGURIDAD	<input type="checkbox"/>
8. CERTIFICADO VIGENTE DE MEDICIÓN DE RESISTENCIA DEL POZO A TIERRA	<input type="checkbox"/>
9. CONSTANCIA DE MANTENIMIENTO DE CALDERAS	<input type="checkbox"/>
10. CERTIFICADOS DE CONFORMIDAD EMITIDOS POR OBREROS EN	<input type="checkbox"/>

VI. COMPETENCIA DEL ÓRGANO EJECUTANTE - TRASLADO DE LA INSPECCIÓN TÉCNICA DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES PARA SER LLEVADO POR EL ÓRGANO EJECUTANTE
<p>EN CASO DE LA MANIPULACIÓN CUENTE CON PERSONAL IDONEO PARA EJECUTAR LA INSPECCIÓN TÉCNICA DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES, ESTE DEBE SER DEJAR CONSTANCIA DE ESTE HECHO CON SELLO Y FIRMA DEL ÓRGANO EJECUTANTE DE LA MUNICIPALIDAD EN EL ESPACIO ADICIONADO. ESTE ADICIONADO ES OBLIGATORIO PARA QUE EL SOLICITANTE PUEDA CONTROLAR EL TRASLADO DE LA INSPECCIÓN TÉCNICA DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES (EN EL ÓRGANO EJECUTANTE DE LA MUNICIPALIDAD CORRESPONDIENTE).</p>

VI. RECLASIFICACIÓN DE LA INSPECCIÓN TÉCNICA DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES PARA SER LLEVADO POR EL ÓRGANO EJECUTANTE
<p>EN CASO DE RECLASIFICACIÓN DE LA INSPECCIÓN TÉCNICA DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES, EL SOLICITANTE DEBE PRESENTAR UN PLAN DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES Y UN PLAN DE MANTENIMIENTO DE EQUIPOS DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES PARA SER LLEVADO POR EL ÓRGANO EJECUTANTE DE LA MUNICIPALIDAD CORRESPONDIENTE. ESTE ADICIONADO ES OBLIGATORIO PARA QUE EL SOLICITANTE PUEDA CONTROLAR EL TRASLADO DE LA INSPECCIÓN TÉCNICA DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES (EN EL ÓRGANO EJECUTANTE DE LA MUNICIPALIDAD CORRESPONDIENTE).</p>

VII. PARA SER LLENADO AL MOMENTO DE LA INSPECCIÓN		
INSPECTOR A CARGO DE LA INSPECCIÓN TÉCNICA DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES:		
NOMBRES Y APELLIDOS	DOC. DE IDENTIDAD N°	
FECHA Y HORA:	FIRMA	
LA INSPECCIÓN SE REALIZA CON LA PRESENCIA DEL CONDUCTOR Y/O PROPIETARIO DEL	DOC. DE IDENTIDAD N°	RECINTO O INSTALACIÓN
CUYOS DATOS SON	FIRMA	
NOMBRES Y APELLIDOS		

IX. OBSERVACIONES DURANTE LA INSPECCIÓN
<p>INDICAR EN CASO DE SUJERIR LA INSPECCIÓN TÉCNICA DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES POR ALGUNO DEL CONDUCTOR Y/O PROPIETARIO CUANTO SE REQUIERA EN UN TIEMPO PARA EJECUTAR LA INSPECCIÓN TÉCNICA DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES.</p>

**Anexo C**  
**Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad**

**ANEXO - DECRETO SUPREMO N° 058-2014-PCM**  
**ANEXO N° 01 : DECLARACIÓN JURADA**

<b>DECLARACIÓN JURADA DE OBSERVANCIA DE CONDICIONES DE SEGURIDAD</b> <b>(Ley N° 28976)</b>		
RAZÓN SOCIAL/PERSONA NATURAL: ....., VECICAO IN: .....		
El propietario y/o conductor del local o establecimiento declara bajo juramento lo siguiente:		SI NO CORRESPONDE
<b>1.0 ARQUITECTURA</b>		
1.1	El ingreso y/o salida del local o establecimiento presenta un ancho libre mínimo de 0.90 m, la puerta no abra directamente sobre un desnivel ni invade la vía pública y las vías o rutas de evacuación se encuentran libres de obstáculos y objetos que puedan caer (estantes, anaquelos, espejos, mamparas de vidrio, elementos decorativos u otros).	
<b>2.0 ESTRUCTURAS</b>		
2.1	El local o establecimiento no presenta deterioro en sus elementos estructurales (techos, vigas, columnas y paredes).	
2.2	Si hubiera falso techo, este debe estar fijo o asegurado y no ser de material combustible (tecnopor, plástico y/o cartón).	
2.3	El local o establecimiento no presenta humedad en sus techos, paredes, pisos ni fuga de agua en sus instalaciones sanitarias.	
<b>3.0 INSTALACIONES ELÉCTRICAS</b>		
3.1	El tablero eléctrico es de material no combustible (metal o resina), tiene interruptores termomagnéticos identificados y no utiliza tiras tipo cuchilla.	
3.2	El tablero eléctrico tiene interruptores diferenciales (para instalaciones nuevas a partir del 1 de julio del 2008)	
3.3	No se utiliza cable mellico en instalaciones permanentes de alumbrado y/o tomacorriente. El cableado eléctrico se encuentra protegido mediante canaletas o tubos de PVC y las cajas de paso tienen tapa.	
3.4	Si el local o establecimiento cuenta con equipos y/o artefactos eléctricos (hornos microondas, congeladoras, exhibidores y similares) los enchufes deben tener tres espigas y los tomacorrientes deben contar con conexión al sistema de puesta a tierra. Los tomacorrientes se encuentran en buen estado y no se utilizan adaptadores múltiples. Si hubiera equipos y/o artefactos eléctricos (hornos microondas, congeladores, exhibidores y similares), estos deben contar con sistema de puesta a tierra y con protocolo de medición de la resistencia menor a 25 ohmios.	
3.5	Los equipos de alumbrado (focos, fluorescentes, lámparas, etc.) no presentan cables ni empalmes expuestos. Si cuenta con luces de emergencia (para locales o establecimientos que funcionan en horario nocturno), éstas se encuentran en buen estado y operativas.	
3.6	Los anuncios publicitarios con energía eléctrica no utilizan cables mellicos, tienen cableado adecuado y cuentan con conexión al sistema de puesta a tierra.	
<b>4.0 SEGURIDAD Y PROTECCIÓN CONTRA INCENDIOS</b>		
4.1	El local o establecimiento cuenta con señales de seguridad   direccionales de salida, salida, zona segura en caso de sismo, riesgo eléctrico y extintores).	
4.2	El local o establecimiento cuenta como mínimo con un extintor de polvo químico seco de 6kg o al menos un extintor por cada 50 m2 de área. Los extintores se encuentran en buen estado, operativos y con carga vigente.	
4.3	Los objetos, materiales y/o productos están almacenados de forma adecuada y segura (evitando que se caigan) y sin obstruir las vías o rutas de evacuación.	
4.4	Las instalaciones de gas (GLP) que utilizan balones mayores a 25kg, tienen tuberías de cobre y están alejadas de interruptores y tomacorrientes. Los balones de gas se ubican en lugares ventilados y alejados de cualquier fuente de calor.	
4.5	Las campanas, filtros y ductos de extracción de humo (chimeneas) se encuentran libres de grasa y en buen estado de conservación y mantenimiento.	
<b>PROPIETARIO: ( ) REPRESENTANTE LEGAL: ( ) CONDUCTOR/ADMINISTRADOR: ( )</b> <b>NOMBRES Y APELLIDOS:</b>		
Firma: ..... DNI N° ..... Fecha: .....		

## **Anexo D Modelo de Contrato de Compra y Venta Internacional**

### **MODELO DE CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL (SIICEX, 2017)**

Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte: **Joyería SIUSE**, empresa constituida bajo las leyes de la República de Perú, debidamente representada por su Gerente General Doña Mercedes Susana Siuse Calixto, con Documento de Identidad N° 72547958, domiciliado en su Oficina principal ubicado en la av. Carlos Izaguirre 959 – Los Olivos a quien en adelante se denominará **EL VENDEDOR** y, de otra parte..... S.A., inscrito en la Partida N° ..... Del Registro de Personas Jurídicas de la Zona Registral N° ....., debidamente representado por su Gerente General don ....., identificado con DNI N° ..... Y señalando domicilio el ubicado en Calle ....., N° ....., Urbanización ....., distrito de ....., provincia y departamento de ....., República de ....., a quien en adelante se denominará **EL COMPRADOR**, que acuerdan en los siguientes términos:

#### **GENERALIDADES**

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

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

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

- 1.2. Cualquier situación en relación con este contrato que no haya sido expresa o implícitamente acordada en su contenido, deberá ser gobernada por:
- a) La Convención de las Naciones Unidas sobre la Compraventa Internacional de Productos (Convención de Viena de 1980, en adelante referida como CISG, por sus siglas en Ingles) y,
  - b) En aquellas situaciones no cubiertas por la CISG, se tomará como referencia la ley del País donde el Vendedor tiene su lugar usual de negocios.
- 1.3. Cualquier referencia que se haga a términos del comercio (Como FOB, CIF, EXW, FCA, etc.) estará entendida en relación con los llamados Incoterms, publicados por la Cámara de Comercio Internacional.
- 1.4. Cualquier referencia que se haga a la publicación de la Cámara de Comercio Internacional, se entenderá como hecha a su versión actual al momento de la conclusión del contrato.
- 1.5. Ninguna modificación hecha a este contrato se considerará válida sin el acuerdo por escrito entre las Partes.

## **CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS**

### **CLAUSULA SEGUNDA:**

- 2.1. Es acordado por las Partes que **EL VENDEDOR** venderá los siguientes productos: Sachet de Tara en Polvo (Producto medicinal para el dolor de garganta) , y **EL COMPRADOR** pagará el precio de dichos productos de conformidad con el artículo Joyerías SIUSE
- 2.2. También es acordado que cualquier información relativa a los productos descritos anteriormente referente al uso, peso, dimensiones, ilustraciones, no tendrán efectos como parte del contrato a menos que esté debidamente mencionado en el contrato.

### **PLAZO DE ENTREGA**

### **CLAUSULA TERCERA:**

**EL VENDEDOR** se compromete a realizar la entrega de periodo de 15 días luego de recibidas las órdenes de compra debidamente firmadas por el comprador y aprobadas por el representante en el país destino.

### **PRECIO Y CANTIDAD**

### **CLAUSULA CUARTA:**

Las Partes acuerdan el precio de \$ por Caja por el envío de los productos de conformidad con la carta oferta recibida por el comprador en ..... (fecha).

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 con mayor frecuencia es sobre la base del Incoterms "FCA" ("Free Carrier", transportación principal sin pagar) si se hará con otra modalidad de transporte.

La cantidad acordada por ambas partes es ..... cajas mensuales y ..... anuales.

### **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 cobranza documentaria adelantado equivalente al CINCUENTA PORCIENTO (50 %) de la cantidad debitada precio al embarque de los productos, y el restante CINCUENTA PORCIENTO (50 %) después de 15 días de recibidos los productos por parte del comprador.

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



### **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 intereses sobre la suma por el tiempo que debió ocurrir el pago y el tiempo en que efectivamente se pague, equivalente al UNO POR CIENTO (1 %) por cada día de retraso, hasta un máximo por cargo de retraso de QUINCE PORCIENTO (15 %) del total de este contrato.

### **RETENCIÓN DE DOCUMENTOS**

#### **CLAUSULA SÉPTIMA:**

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

### **TERMINO CONTRACTUAL DE ENTREGA**

#### **CLAUSULA OCTAVA:**

El Incoterm que será utilizado de manera estándar en cada transacción será Free carrier (FCA), es conveniente aclarar que el costo y responsabilidad de cargar junto al buque de transporte estará a cargo del **VENDEDOR**. Por otro lado, el **COMPRADOR** asume la responsabilidad a partir del momento que la carga se encuentra en el buque.

### **RETRASO DE ENVIOS**

#### **CLAUSULA NOVENA:**

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

### **INCONFORMIDAD CON LOS PRODUCTOS**

#### **CLAUSULA DÉCIMA:**

**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.

#### **COOPERACIÓN ENTRE LAS PARTES**

##### **CLAUSULA DÉCIMO 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 DÉCIMO SEGUNDA:**

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

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

#### **RESOLUCIÓN DE CONTROVERCIAS**

##### **CLAUSULA DÉCIMO TERCERA:**

A menos que se estipule de otra forma por escrito, todas las disputas surgidas en conexión con el presente contrato deberá ser finalmente resueltas por la ley de la Republica de Perú y serán competencia exclusiva de la jurisdicción de las cortes del Poder Judicial, a las cuales las partes por este medio nominan excepto que una parte deseara buscar un procedimiento arbitral en concordancia con las reglas de arbitraje de las Naciones Unidas por uno o más árbitros nombrados de conformidad con dichas reglas.

#### **ENCABEZADOS**

##### **CLAUSULA DÉCIMO CUARTA:**

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

#### **NOTIFICACIONES**

##### **CLAUSULA DÉCIMO 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 DÉCIMO 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....., a los..... días del mes de..... 2017.

.....

**JOYERIA SIUSE S.A.C.**

.....

**EL COMPRADOR**


**Anexo E**  
**Proformas de Proveedores de Joyería de Plata**

Joyería **Coral** MB

Oro   
 Plata   
 Otros

**PROFORMA**  
 Fecha: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

CANT.	DESCRIPCIÓN	IMPORTE
	Por gramo \$/6 d/7	
	Por juego \$/40	
	* Dependiendo de modelo	




 Joyería Coral MB

Total

Joyería Platería **"Anibal"**


**PROFORMA**

Cant.	Descripcion	Total
	Por juego desde \$/50	
	SEGUN MODELO	
	Por gramo \$/7-\$/8	

Total

## Anexo F Proformas de Proveedor de Transportes



ITEM	CUBICAJE	PESO: KG.		ZONA 1	ZONA 2	ZONA 3	ZONA 4
		De	a				
1		01	a 50	S/. 65.00	S/. 75.00	S/. 85.00	S/. 125.00
2		51	a 100	S/. 70.00	S/. 80.00	S/. 90.00	S/. 135.00
3		101	a 300	S/. 85.00	S/. 95.00	S/. 105.00	S/. 155.00
4		301	a 500	S/. 100.00	S/. 115.00	S/. 135.00	S/. 200.00
5		501	a 700	S/. 115.00	S/. 125.00	S/. 145.00	S/. 220.00
6		701	a 1000	S/. 135.00	S/. 150.00	S/. 165.00	S/. 250.00
7	04 a 06	1001	a 2000	S/. 155.00	S/. 165.00	S/. 195.00	S/. 300.00
8	06 a 07	2001	a 3000	S/. 175.00	S/. 195.00	S/. 245.00	S/. 360.00
9	07 a 08	3001	a 4000	S/. 195.00	S/. 215.00	S/. 255.00	S/. 370.00
10	08 a 10	4001	a 5000	S/. 215.00	S/. 235.00	S/. 270.00	S/. 390.00
11	10 a 15	5001	a 8000	S/. 255.00	S/. 270.00	S/. 285.00	S/. 410.00
12	15 a 20	8001	a 10000	S/. 295.00	S/. 315.00	S/. 335.00	S/. 460.00
		20 a 25		S/. 350.00	S/. 370.00	S/. 420.00	S/. 545.00
		25.1 a 35		S/. 400.00	S/. 430.00	S/. 450.00	S/. 650.00
		35.1 a 45		S/. 430.00	S/. 460.00	S/. 500.00	S/. 670.00
		45.1 a 60		S/. 450.00	S/. 500.00	S/. 600.00	S/. 700.00
	Plataforma + 38m3			S/. 350.00	S/. 460.00	S/. 650.00	S/. 730.00
						ATE, STA CLARA	PTA HERMOSA

OBSERVACION : Cliente GMO es S/. 20.00 SOLES + IGV ( servicio de ayudante )

ZONA 1	ZONA 2	ZONA 3
Callao, La Punta, Bella vista, La perla, Carmen de la legua, San Miguel.	Ventanilla, Puente Piedra, Comas, San Martín de Porres, Los Olivos, Independencia, Rimar, El Agustino, La Victoria, Pueblo Libre, Jesús María, San Luís, Lince, Magdalena del Mar, San Isidro, San Borja, Mira flores, Surquillo, Barranco, Ate, San Juan de Lurigancho y Santa Anita.	Chorrillos, Lurín, Villa el Salvador, Pachacamac, Villa María del Triunfo, San Juan de Mira flores, Chaclacayo, La Molina, Ancón.


Considerar las tarifas + IGV.

Atentamente,

.....  
Juan Aragón Tito  
(Gerente General)

## Anexo G

## Proformas de Proveedores de Servicio Logístico Internacional

 <b>ANTARES LOGISTICS</b> AV. CANAVAL Y MOREYRA NRO. 340 LIMA - SAN ISIDRO LIMA - PERU CENTRAL TELEFONICA : 616-3900 FAX : 616-3901		<b>PROFORMA : 001/0358476</b> <b>SEÑORES :</b> Joyeria Siuse SAC <b>DIRECCION :</b> Av. Carlos Izaguirre 959- Los olivos <b>ATENCION :</b> Mercedes Siuse Calixto			
		<b>NAVE</b>	<b>LLEGADA</b>	<b>A.W.B. - B/L</b>	<b>ADUANA</b>
		AEREA DE CALLAO		2017/0000001	
<b>BULTOS</b>	<b>PESO</b>	<b>RESUMEN</b>		<b>REF. CLIENTE</b>	<b>FECHA</b>
0.00	0.000	Juego de Joyeria de Plata			12/04/2017
<b>FOB US\$</b>	<b>FLETE US\$</b>	<b>SEGURO US\$</b>	<b>CIF US\$</b>	<b>T.C.</b>	<b>COD.VENDEDOR</b>
					PAMELA JARA
<b>DERECHOS DE ADUANA Y OTROS</b>			<b>TOTAL GASTOS</b>		
			TRANSPORTE EXPO.		200.00
			AGENCIAMIENTO DE ADUANAS		330.00
			GASTOS OPERATIVOS		150.00
			ALMACENAJE		571.00
			AFORO FISICO		99.00
<b>TOTAL DERECHOS</b>			<b>S/</b>	<b>0.00</b>	
<b>OBSERVACIONES:</b> CTA CTE MN : 193-1872357-0-95 BCP (DERECHOS) GASTOS DE AFORO FISICO Y MOVILIZACION, EN FUNCION DE OBTENER CANAL DE CONTROL ROJO, CASO CONTRARIO NO SE FACTURARÁ. GASTOS DE RECONOCIMIENTO PREVIO EN CASO NO SE REQUIERA, NO SE FACTURARÁ. GASTOS DE VISTO BUENO,GATE IN Y DESCARGA ESTARÁN EN FUNCIÓN A LA LÍNEA NAVIERA, DEPÓSITO VACIOS Y ALMACÉN DE INGRESO. TRANSPORTE CONSIDERADO DE CALLAO - CHOSICA  ESTA PROFORMA ESTA SUJETA A VARIACION DE ACUERDO A COSTOS REALES					
			<b>COMISION</b>	<b>S/</b>	<b>400.00</b>
			<b>VALOR VENTA</b>	<b>S/</b>	<b>1,750.00</b>
			<b>I.G.V. (18%)</b>	<b>S/</b>	<b>315.00</b>
			<b>TOTAL DERECHOS</b>	<b>S/</b>	<b>0.00</b>
<b>GIRAR CHEQUE A NOMBRE DE ANTARES ADUANAS S.A.C.</b>			<b>TOTAL A PAGAR</b>	<b>S/</b>	<b>2,065.00</b>