



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

**IMPORTACIÓN DE KITS DE MICROFILTRACIÓN DE ACEITE  
DE CHINA PARA LA COMERCIALIZACIÓN A EMPRESAS DE  
MAQUINARIA PESADA EN LIMA**



**PRESENTADO POR  
ANDREA TORREZ USCA**

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

**LIMA – PERÚ**

**2020**



**CC BY-NC**

**Reconocimiento – No comercial**

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

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



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

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

**IMPORTACIÓN DE KITS DE MICROFILTRACIÓN DE ACEITE DE CHINA  
PARA LA COMERCIALIZACION A EMPRESAS DE MAQUINARIA PESADA  
EN LIMA**

PRESENTADO POR:

**Bachiller: ANDREA TORREZ USCA**

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

**LIMA – PERÚ**

**2020**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo está dedicado a mi familia porque me apoyaron emocional y moralmente en todo mi recorrido académico y personal, a mi madre Natividad Usca y a mi padre Porfirio Torrez quienes son mi mayor motivación y un ejemplo a seguir. A mi hermana Janet Torrez, quien es mi segunda madre y valoro los consejos que siempre me da, a mi hermano Julio Torrez, quien con su apoyo moral y dándome un gran ejemplo al ser un profesional ejemplar. Gracias a dios, que sin él no hubiera podido lograr todo lo que he obtenido hasta el momento y por mantener a mi familia unida y con buena salud.

## **AGRADECIMIENTO**

Realizar el presente plan de negocio ha sido realizado a base de gran esfuerzo, y no habría sido posible sin la bendición de Dios por permitirme desarrollar mi plan de negocio con perseverancia, y buen ánimo, a mis queridos padres por su apoyo incondicional y colaboración.

# TABLA DE CONTENIDO

1.	ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN.....	14
2.	ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES.....	18
2.1.	Nombre o razón social .....	18
2.2.	Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU) .....	19
2.3.	Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial.....	19
2.3.1.	Ubicación.....	19
2.3.2.	Factibilidad Municipal y Sectorial.....	21
2.4.	Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha.....	22
	Objetivos .....	22
	Misión.....	22
	Visión.....	23
	Valores.....	23
	Principios.....	23
	Políticas .....	24
2.5.	Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características.....	25
2.5.1.	Ley de MYPES .....	25
2.5.2.	Características y Beneficios de MYPES.....	26
2.6.	Estructura Orgánica.....	27
2.6.1.	Requisitos y funciones del personal.....	28
2.7.	Cuadro de asignación de personal .....	31
2.8.	Forma Jurídica Empresarial .....	32
2.8.1.	Características de la Sociedad Anónima Cerrada.....	33
2.8.2.	Beneficios de S.A.C.....	33
2.9.	Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI .....	34
2.10.	Requisitos y Trámites Municipales.....	35
2.10.1.	Requisitos .....	35
2.10.2.	Proceso para la obtención de la licencia de funcionamiento .....	36
2.11.	Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades.....	36
2.11.1.	Regímenes tributarios .....	36
2.11.2.	Procedimiento de obtención de RUC.....	38
2.11.3.	Requisitos para la inscripción.....	38
2.11.4.	Procedimiento de inscripción.....	39

2.12.	Registro de Planillas Electrónica (PLAME).....	39
2.13.	Régimen Laboral Especial y General Laboral.....	40
2.14.	Modalidades de Contratos Laborales.....	43
	Contratos Indefinidos.....	43
	Contratos plazo fijo o determinado .....	44
2.14.1.	Contratos a tiempo parcial.....	44
2.15.	Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.....	45
3.	PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL .....	47
3.1.	Identificación, descripción y justificación del producto a importar.....	47
3.1.1.	Clasificación arancelaria (en ambos países).....	48
3.1.2.	Ficha técnica comercial .....	50
3.1.3.	Ecuación de valor para el mercado nacional.....	52
3.1.4.	Determinación de la marca a usar .....	54
3.2.	Investigación de mercado objetivo .....	54
3.2.1.	Segmentación de mercado objetivo .....	58
3.2.2.	Definición del perfil del consumidor .....	60
3.2.3.	Medición del mercado objetivo .....	60
3.3.	Análisis de oferta y demanda en el mercado.....	63
3.3.1.	Análisis de oferta.....	63
3.3.2.	Análisis y cálculo de la demanda.....	65
3.3.3.	Análisis de competitividad y benchmark.....	71
3.3.4.	Análisis de precio de importación (compra) .....	74
3.3.5.	Análisis y determinación de formas de distribución .....	75
3.3.6.	Análisis del entorno.....	76
3.4.	Estrategias de venta y distribución nacional.....	85
3.4.1.	Estrategias de segmentación .....	85
3.4.2.	Estrategias de posicionamiento .....	86
3.4.3.	Estrategias de ingreso al mercado .....	88
3.4.4.	Estrategias de distribución comercial .....	90
3.4.5.	Estrategias de branding.....	91
3.5.	Estrategias de promoción nacional .....	93
3.5.1.	Establecer los mecanismos y definir estrategias de promoción, incluida promoción de ventas.....	94
3.5.2.	Propuesta de valor .....	96
3.5.3.	Estrategias de marketing digital y uso del e-commerce .....	97

3.6.	Políticas de estrategias de precio.....	98
4.	PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL .....	99
4.1.	Envases, empaques y embalajes .....	100
4.1.1.	Producto .....	100
4.1.2.	Envase primario.....	101
4.1.3.	Envase secundario.....	102
4.1.4.	Embalaje primario .....	103
4.1.5.	Embalaje terciario .....	104
4.2.	Diseño del rotulado y marcado .....	105
4.2.1.	Diseño rotulado.....	105
4.2.2.	Diseño del marcado.....	106
4.3.	Unitarización y cubicaje de la carga .....	108
4.4.	Cadena de DFI de importación .....	110
4.5.	Seguro de las mercancías .....	113
5.	PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL .....	115
5.1.	Fijación de precios.....	115
5.1.1.	Costos y precio .....	115
5.1.2.	Cotización internacional.....	117
5.2.	Contrato de compra venta internacional y sus documentos .....	119
5.3.	Elección y aplicación del Incoterm .....	124
5.4.	Determinación del medio de pago y cobro .....	127
5.5.	Elección del régimen de exportación o de importación .....	127
5.6.	Gestión aduanera del comercio internacional.....	128
5.6.1.	Agencia de Aduanas e Impuestos .....	128
5.6.2.	Servicios Logísticos .....	129
5.7.	Gestión de las operaciones de importación: Flujo grama.....	129
5.8.	Gestión de las operaciones de producción del bien o servicio a ejecutar: Flujo Grama 132	
6.	Plan económico financiero .....	133
6.1.	Inversión Fija .....	133
6.2.	Capital de Trabajo .....	134
6.3.	Inversión Total.....	136
6.4.	Estructura de Inversión y Financiamiento.....	137
6.5.	Fuentes financieras y condiciones de crédito .....	137
6.6.	Presupuesto de costos .....	140



6.6.1.	Costos Directos.....	140
6.6.2.	Costos Indirectos .....	142
6.7.	Punto de Equilibrio.....	144
6.8.	Tributación de la exportación .....	146
6.9.	Presupuesto de ingresos.....	147
6.10.	Presupuesto de egresos.....	150
6.10.1.	Presupuesto de inversión.....	150
6.10.2.	Presupuesto de costo de producto .....	151
6.10.3.	Presupuesto de gastos operativos .....	152
6.11.	Flujo de caja proyectado .....	153
6.11.1.	Flujo de caja económico.....	154
6.11.2.	Flujo de caja financiero .....	155
6.12.	Estado de Ganancias y Pérdida .....	155
6.13.	Evaluación de la Inversión.....	157
6.13.1.-	Evaluación Económica.....	157
6.13.2.	Evaluación Financiera.....	158
6.13.3.	Evaluación social .....	159
6.13.4.	Impacto ambiental .....	159
6.14.-	Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo.....	160
6.15.-	Cuadro de riesgo del tipo de cambio.....	161
7.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	163
7.1.	Conclusiones.....	163
7.2.	Recomendaciones .....	164
8.	Referencias.....	165
9.	ANEXOS .....	167

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Modelo CANVAS.....	16
Tabla 2 . Clasificación industrial internacional uniforme (CIIU) .....	19
Tabla 3. Cuadro comparativo ley de MYPE N° 28015 – MIPYME N° 30056.....	25
Tabla 4. Asignación de personal de la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C.....	31
Tabla 5. Personal por recibo de honorarios .....	32
Tabla 6. Tipos de regímenes tributarios .....	37
Tabla 7. Requisitos necesarios para la inscripción al RUC.....	38
Tabla 8. Diferencias entre el Régimen laboral general y el Régimen laboral especial de la MICRO y pequeña empresa .....	40
Tabla 9. Tratamiento arancelario por subpartida arancelaria .....	48
Tabla 10. Clasificación arancelaria en China.....	49
Tabla 11. Gravámenes vigentes de la partida N° 8421.23.00.00. ....	49
Tabla 12. Especificaciones técnicas del producto.....	50
Tabla 13. Principales países exportadores mundiales de la partida arancelaria 8421.23 en miles de dólares americanos. ....	55
Tabla 14. Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Perú con la partida arancelaria 8421.23 (Aparatos de filtrar lubricantes o carburantes en los motores de encendido por chispa o compresión) en miles de dólares americanos. ....	56
Tabla 15. Criterios de selección de mercado.....	56
Tabla 16. Criterios de selección de mercado – Resultados. ....	57
Tabla 17. Cantidad de empresas según su actividad económica. ....	61
Tabla 18. Cantidad de empresas según su organización jurídica. ....	62
Tabla 19. Principales empresas peruanas importadoras de la partica arancelarían 842123. ....	62
Tabla 20. Principales países exportadores mundiales de la partida arancelaria 8421.23 en miles de dólares americanos. ....	64
Tabla 21.. Principales países exportadores mundiales de la partida arancelaria 8421.23 en cantidades.....	64
Tabla 22. Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Perú con la partida arancelaria 8421.23 (Aparatos de filtrar lubricantes o carburantes en los motores de encendido por chispa o compresión) en miles de dólares americanos.....	65
Tabla 23. Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Perú con la partida arancelaria 8421.23 (Aparatos de filtrar lubricantes o carburantes en los motores de encendido por chispa o compresión) en toneladas. ....	66
Tabla 24. Demanda de importaciones de China del 2015 al 2019 de productos pertenecientes a la partida arancelaria 842123. ....	67
Tabla 25. Aplicación del método de mínimos cuadrados. ....	68
Tabla 26. Cálculo de las variables a y b.....	69
Tabla 27. Formula de Proyección. ....	69
Tabla 28. Proyección de demanda en cantidades. ....	69
Tabla 29. Análisis de compra de los últimos 3 años de la empresa ADEMIN S.A.C.....	71
Tabla 30. Análisis de la dimensión política de Perú. ....	77
Tabla 31. Análisis de la dimensión Económica de Perú. ....	78
Tabla 32. Análisis de la dimensión Social de Perú. ....	79
Tabla 33. Análisis dimensión tecnológica.....	80

Tabla 34. Matriz de factores Internos.....	82
Tabla 35. Matriz de factores Externos.....	82
Tabla 36. Matriz FODA. ....	83
Tabla 37. Estrategias de segmentación. ....	86
Tabla 38. Medidas del kit de microfiltración. ....	109
Tabla 39. Medida del envase secundario. ....	109
Tabla 40. Medidas y cantidad de cajas por pallet.....	110
Tabla 41. Evaluación de proveedores. ....	112
Tabla 42. Costos de Importación.....	115
Tabla 43. Costos unitarios.....	116
Tabla 44. Obligaciones del Exportador e Importador. ....	125
Tabla 45. Activos tangibles.....	133
Tabla 46. Activos Intangibles.....	134
Tabla 47. Capital de trabajo expresado en soles. ....	135
Tabla 48. Inversión total.....	137
Tabla 49. Estructura de Inversión y Financiamiento.....	137
Tabla 50. Créditos bancarios - Capital de trabajo para Microempresas.....	137
Tabla 51. Condición de crédito. ....	138
Tabla 52. Flujo de caja de deuda expresado en soles.....	138
Tabla 53. costos de importación.....	140
Tabla 54. Costos totales de los kits de microfiltración.....	141
Tabla 55. Costos indirectos de PURIFIER IMPORT S.A.C.....	142
Tabla 56. Costos fijos expresado en soles.....	144
Tabla 57. Tabla costos variables expresados en soles.....	145
Tabla 58. Punto de equilibrio.....	145
Tabla 59. tributación de la exportación.....	146
Tabla 60. Presupuestos de ventas.....	147
Tabla 61. Depreciación de activos fijos tangibles.....	147
Tabla 62. Depreciación de activos intangibles.....	148
Tabla 63. Liquidación del IGV.....	149
Tabla 64. Tasa de inflación anual.....	150
Tabla 65. Presupuesto de inversión inicial.....	150
Tabla 66. Presupuesto del costo del producto.....	151
Tabla 67. Presupuesto de gastos administrativos.....	152
Tabla 68. Presupuesto de gasto de ventas.....	153
Tabla 69. Flujo de caja económico.....	154
Tabla 70. Flujo de caja financiero.....	155
Tabla 71. Estado de ganancias y pérdidas.....	155
Tabla 72. Indicadores de evaluación económica.....	157
Tabla 73. Periodo de recuperación económica.....	158
Tabla 74. Indicadores de evaluación financiera.....	158
Tabla 75. Periodos de recuperación financiera.....	159
Tabla 76. Cálculo del Beta.....	160
Tabla 77. Cálculo del KPROY.....	160
Tabla 78. Cálculo del CPPK.....	161
Tabla 79. Análisis de sensibilidad de tipo de cambio.....	161



## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1. Proceso de constitución de empresa.</i> .....	18
Figura 2. Croquis del negocio .....	20
Figura 3. Requisitos, costos y plazos para la licencia de funcionamiento. ....	21
Figura 4. Valores de la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C.....	23
Figura 5. Principios de la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C. ....	24
Figura 6. Organigrama de PURIFIER IMPORT S.A.C.....	27
Figura 7. Procesos de registro de marca en INDECOPI. ....	34
Figura 8. Procedimiento de emisión de licencia de funcionamiento en la Municipalidad de San Juan de Miraflores.....	36
Figura 9. Tipos de contratos laborales.....	43
Figura 10. Kit de microfiltración.....	48
Figura 11. Valor agregado de la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C. ....	53
<i>Figura 12. Proyección lineal.</i> .....	67
Figura 13. Proyección de Kits de microfiltración. ....	70
Figura 14. 5 fuerzas de Porter. ....	73
Figura 15. Distribución de entrega de los productos de PURIFIER IMPORT S.A.C.....	76
Figura 16. Estrategias de posicionamiento.....	88
<i>Figura 17. Matriz de Ansoffv</i> .....	89
Figura 18. Figura 16. Estrategia de distribución. ....	90
Figura 19. Proceso de estrategia de Branding. ....	92
Figura 20. Factores de propuesta de valor.....	96
Figura 21. Cartucho filtrante E50.....	100
Figura 22. Cartucho filtrante D100. ....	100
Figura 23. Carcasas AL50 y AL100.....	101
Figura 24. Cartucho filtrante envuelto con LDPE.....	101
Figura 25. Carcasa envuelta con LDPE sin sellar al vacío.....	102
Figura 26. Caja de cartón de canal simple.....	102
Figura 27. Caja de cartón corrugado. ....	104
Figura 28. . Paleta de madera estándar.....	105
Figura 29. Rotulado de producto a comercializar. ....	106
Figura 30. Marca estándar. ....	107
Figura 31. Marca informativa.....	107
Figura 32. Pictogramas para los embarques.....	108
Figura 33. Cadena de distribución física internacional de Xinxiang Lifeierte Filter. ....	111
Figura 34.. Cotización internacional. ....	118

## Resumen Ejecutivo

El presente plan de negocio consiste en la importación de kits de micro filtración de aceite de China para comercialización a empresas con maquinaria pesada en Lima Metropolitana – Perú. El nombre de la empresa es PURIFER IMPORT S.A.C., el cual surge por la unión de las palabras en español de una empresa que importa aceites y busca la purificación de aceites. En la actualidad uno de los grandes dilemas de las empresas de construcción y minera es el alto gasto en mantenimiento de sus equipos y PURIFER IMPORT S.A.C. Busca la reducción de este gasto mediante la limpieza de los fluidos que utiliza la maquinaria pesada para operar, esta manera se puede extender la vida útil del aceite y reducir la frecuencia de mantenimiento preventivo.

La empresa ha sido constituida jurídicamente como una SAC, debido a que puede limitar la responsabilidad de los socios y es una de las modalidades más usadas para las Microempresas.

La empresa se está considerando utilizar Ley MIPYME definida por el Régimen Laboral Especial de una microempresa, debido a que es una empresa nueva en el mercado, y cuenta con recursos limitados para su ejecución.

De acuerdo al estudio de mercado realizado, China no es el primer exportador de filtros, pero si se encuentra dentro de los 10 TOP de exportadores compitiendo con mercados Alemanes y Americanos, pero su gran calidad y bajo precio lo vuelve muy atractivo para el mercado Peruano y gracias a los tratados de libre comercio, nos da una ventaja competitiva en precios ya que las barreras arancelarias no son muchas y debido a que la mano de obra en China es una de las más bajas en todo el mundo, por ello obtenemos un precio muy competitivo para poder comercializarlo.

Sobre el plan logístico se tuvo en cuenta la proyección de la demanda, para poder calcular la compra internacional desde China. Después de ellos se coordina con el proveedor el embalaje del producto, unitarización, ya que de ello depende el medio de transporte y el Incoterm.

Posteriormente se define el tipo de importación, en este caso la empresa lo hará como importación para el consumo, es decir, una importación definitiva y despacho anticipado, dada las nuevas regulaciones, por lo cual previo al envío el proveedor nos envía la documentación para su revisión y el documento aprobado lo debe enviar a través de un Courier para proceder con la nacionalización correspondiente en Perú.

Finalmente, De acuerdo al análisis económico-financiero se observa que existe viabilidad en el plan de negocio, debido a que el flujo de efectivo económico como el financiero cumple con las condiciones para que un proyecto pueda ser aceptado.

En el caso de flujo de efectivo económico tenemos como resultado un VAN de S/ 128740.45 soles, TIR de 24.0%, mientras en el flujo de efectivo Financiero el VAN es de S/ 63073. el TIR es de 72.00 %. Por lo expuesto, ambos flujos son positivos y alentadores para poder incursionar en este tipo de negocio y mercado de Lima – Perú.

## 1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

El presente trabajo tiene como finalidad dar a conocer el plan de negocio de la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C, comercializadora de sistemas de micro filtración de aceite para empresas que cuenten con maquinaria pesada.

El trabajo está estructurado en 5 partes: Organización y aspectos legales, plan de marketing internacional, plan de logística internacional, plan de comercio internacional y finalmente el plan económico financiero.

La primera y segunda parte, se basa en la organización de la empresa y en aspectos legales, como los datos de la empresa. Así mismo se detalla la ubicación de la empresa y todos los trámites y requisitos para que la empresa pueda operar con todos los permisos municipales y sectoriales obligatorios que se deben de tener. La empresa será MYPE - micro empresa el cual cuenta con limitada responsabilidad de los socios y es una de las modalidades más usada por microempresas.

La tercera parte, se tratarán temas del plan de marketing, de todas las acciones a tomar para que el plan de negocio cumpla su objetivo de ventas, analizando la oferta, la demanda y las características del proyecto como la identificación del producto y partida arancelaria. Así mismo, analizaremos las estrategias de ventas y distribución del producto.

En la cuarta parte del plan de negocio, se detalla el plan de comercio internacional y explicaremos las características básicas del acuerdo comercial entre ambos países. Detallando los puntos de precios, contrato de compra y venta internacional, identificando el incoterm y régimen de importación.

Finalmente, el quinto punto trata sobre temas económicos y financieros de PURIFIER IMPORT S.A.C. Además, fundamentaremos la inversión total de empresa, dividido en activos tangibles e intangibles. Determinaremos la estructura de inversión y financiamiento del plan de negocio, indicando la fuente de financiamiento y las condiciones de crédito. Así mismo, realizaremos el presupuesto de costo e identificaremos el punto de equilibrio del plan de negocio para poder tomar decisiones financieras, concluyendo en el estado de ganancias y pérdidas y el flujo de caja proyectado.

El plan de negocio está representado gráficamente en el modelo de Canvas que es una herramienta que nos da simplicidad de interpretación, enfoque integral y sistemático del plan.



Según, Alexander Osterwalder (2010) define el modelo de negocio como “una visión compartida, (...) Necesitamos un concepto que todos entiendan, que facilite la descripción y el debate, porque es importante partir de la misma base y hablar de lo mismo La clave es conseguir un concepto simple, relevante y fácilmente comprensible del funcionamiento de una empresa”. (p.34).

Tabla 1. Modelo CANVAS

SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIONES CON CLIENTES	SEGMENTO DE CLIENTES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Operador Logístico “SAN REMO”</li> <li>• Proveedor del sistema de micro filtración</li> <li>• Organizaciones del estado (SUNAT, ADEX, etc.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Usar las 4 p del marketing, para incrementar las ventas.</li> <li>• Realizar una buena gestión de importación, para evitar gastos de almacenaje y stand by.</li> <li>• Capacitar al especialista de ventas, directamente con proveedor del micro filtro.</li> <li>• Mejorar continuamente las negociaciones con el proveedor.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precio: será accesible y competidor que nos permitirá, captar más rápido a los clientes.</li> <li>• Calidad: es un producto que cuenta con alta calidad y satisface las necesidades del cliente.</li> <li>• Reducción de costos.</li> <li>• Desempeño</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicidad de ofertas especiales en redes sociales.</li> <li>• Se brindará garantía de 1 año del sistema de micro filtración.</li> <li>• Se realizará la instalación sistema de micro filtración en el equipo con un personal especializado.</li> <li>• Se realizará análisis de aceite del equipo al 6 mes de funcionamiento, para que el cliente pueda ver que el producto está trabajando en perfectas condiciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresas de minería y de alquiler de maquinaria pesada.</li> </ul>

	<b>RECURSOS CLAVES</b>		<b>CANALES</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal especializado el sistema hidráulico de maquinaria pesada y personal de importación</li> <li>• Proveedor</li> <li>• Préstamo del banco</li> <li>• Infraestructura</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Página web y redes sociales</li> <li>• Participación en ferias</li> <li>• Visita constante a clientes clave del sector minería y construcción.</li> </ul>
<b>ESTUCTURA DE COSTES</b>		<b>FUENTES DE INGRESO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Costo de Importación</li> <li>• Gastos administrativos</li> <li>• Costo de materiales indirectos</li> <li>• Gastos de ventas</li> <li>• Gasto de personal</li> <li>• Gastos fijos</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Financiamiento bancario</li> <li>• Ingreso de aporte de capital propio</li> </ul>	

*Fuente: Elaboración propia.*

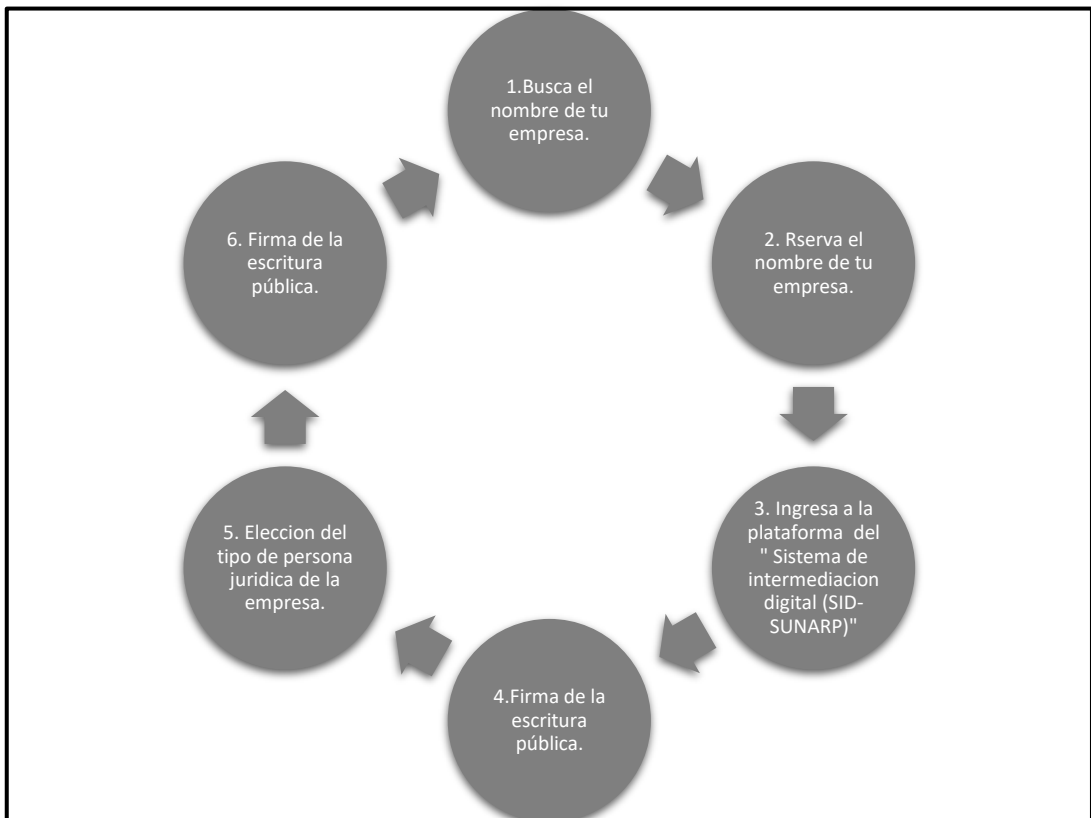
## 2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

### 2.1. Nombre o razón social

El presente plan de negocios tendrá como razón social PURIFIER IMPORT S.A.C., ya que se identifica con el objetivo del producto que es la purificación de aceite y la segunda palabra se asocia con la actividad principal del producto que será la importación.

Mediante el siguiente Figura podremos ver los requisitos para el cumplimiento del procedimiento registral para el ciudadano, en otras palabras, es el procedimiento de la constitución de una empresa.

*Figura 1. Proceso de constitución de empresa.*



*Fuente: Elaboración propia en base a SUNARP.*

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

La clasificación industrial internacional uniforme, es la clasificación internacional que hace referencia a las actividades productivas.

Es importante, identificar correctamente la CIIU de nuestro negocio para que nuestra actividad económica sea identificada nacional e internacionalmente ya que es un instrumento esencial para el comercio exterior y para que sean considerados en datos estadísticos.

Según INEI, (2010) La CIIU es una clasificación de actividades cuyo alcance abarca a todas las actividades económicas, las cuales se refieren tradicionalmente a las actividades productivas, es decir, aquellas que producen bienes y servicios, tal como se reconoce en el Sistema de Cuentas Nacionales (SCN) y en la Clasificación Central de Productos (CPC).

Para el presente plan de negocios PURIFIER IMPORT S.A.C, tendrá como principal actividad económica la venta de kits de micro filtración de aceite para maquinaria pesada.

El CIIU que corresponde nuestra actividad económica según la revisión 4 es 4530.

Tabla 2 . Clasificación industrial internacional uniforme (CIIU)

CIIU	Descripción
4530	Venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores.

Fuente: INEI

Elaboración propia

## 2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

### 2.3.1. Ubicación

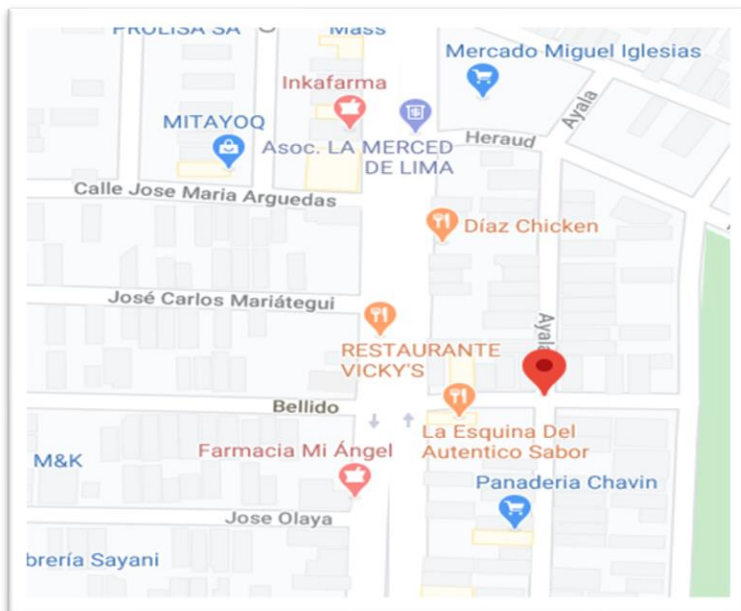
La ubicación del negocio será en el domicilio del gerente general de la empresa ya que cuenta con un local propio y es bueno aprovechar esta oportunidad para evitar el pago del alquiler además que se encuentra en un distrito cercar a nuestros clientes objetivos. Además, que dada la naturaleza del negocio de PURIFIER IMPORT S.A.C. No necesitamos el permiso sectorial municipal.

La empresa contará con dos oficinas y 1 almacén de acuerdo a los requisitos establecidos por la municipalidad de San Juan de Miraflores.

**Detalles del local:**

- Departamento: Lima
- Distrito: San Juan de Miraflores
- Dirección: Calle Ayala Mz H Lt 17 San Juan de Miraflores - Lima Perú
- Metrado del local: 70 m<sup>2</sup>
- Distribución: Oficina 1 – 20 m<sup>2</sup>  
Oficina 2 – 20 m<sup>2</sup>  
Almacén - 20 m<sup>2</sup>  
Baño – 5 m<sup>2</sup>  
Comedor – 5 m<sup>2</sup>

*Figura 2. Croquis del negocio*



*Fuente: Google Maps*

### 2.3.2. Factibilidad Municipal y Sectorial

Para el funcionamiento correcto del negocio con un local propio o alquilado es importante obtener la licencia de funcionamiento del distrito. Es por ello que la municipalidad de San Juan de Miraflores cuenta con una serie de requisitos para la obtención de licencia de funcionamiento.

Así mismo, el presente plan de negocios no aplicara a un permiso sectorial dada la naturaleza del negocio.

*Figura 3. Requisitos, costos y plazos para la licencia de funcionamiento.*

#### 1. LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO CON UN ÁREA HASTA DE 100 M2 CON ITSE BASICA EXPOST:

- DERECHO DE TRAMITE: S/. 226.33
- PLAZO: 15 días hábiles.

#### 2. LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO CON UN ÁREA DE MAS DE 100 M2 A 500 M2 CON ITSE BASICA EX ANTE:

- DERECHO DE TRAMITE: S/. 402.34
- PLAZO: 15 días hábiles.

#### 3. LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO CON UN ÁREA DE MAS DE 500 M2 QUE REQUIERE DE UN ITSE DE DETALLE:

- DERECHO DE TRAMITE: S/. 215.85
- PLAZO: 15 días hábiles.

*Fuente: Elaboración propia, basada en la información de la Municipalidad de San Juan de Miraflores.*

En la figura 3, nos detalla las 3 opciones de trámites para obtener la licencia de funcionamiento y en el caso de PURIFIER IMPORT S.A.C. aplicará la primera opción ya que el espacio de las oficinas hace un total de 70 m2.

Así mismo, se deberá llenar dos formularios para obtener la licencia de funcionamiento en el distrito, que son los siguientes:

- Formato de declaración jurada para informar el desarrollo de actividades simultáneas y adicionales a la licencia de funcionamiento.
- Formato de declaración jurada para licencia de funcionamiento

Para mayor detalle, revisar anexos 1 y 2.

## **2.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha**

### **Objetivos**

Es importante precisar los objetivos de la empresa para saber hacia dónde queremos llegar. A continuación, detallaremos el objetivo general y específicos del negocio.

#### **Objetivo General:**

- Ser líderes en la comercialización de Kits de micro filtración de aceite para maquinaria pesada de construcción y minería.

#### **Objetivos Específicos:**

- Ser reconocidos a nivel nacional como una empresa que garantiza el mejor precio y calidad de kits de micro filtración.
- Estimular la mejora continua y un agradable clima laboral entre los miembros de la empresa.
- Fortalecer lazos estratégicos con propietarios y arrendatarios de equipos de construcción y minería.
- Determinar la rentabilidad económica y financiera del proyecto.
- Implementar estrategias de promoción para incrementar las ventas.
- Optimizar la cadena logística a fin de obtener mejoras en los costos.

### **Misión**

Según Jack Fleitman (2000) define que:

La misión es lo que pretende hacer la empresa y para quién lo va hacer. Es el motivo de su existencia, da sentido y orientación a las actividades de la empresa; es lo que se pretende realizar para lograr la satisfacción de los clientes potenciales, del personal, de la competencia y de la comunidad en general. (p.37)

Consecuentemente a la definición anterior, la misión de la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C. sería la siguiente: “Brindar los mejores kits de micro filtración de aceite para nuestros clientes y participar activamente de sus proyectos como principal aliado estratégico en la reducción de gastos de mantenimiento de sus equipos”.



## **Visión**

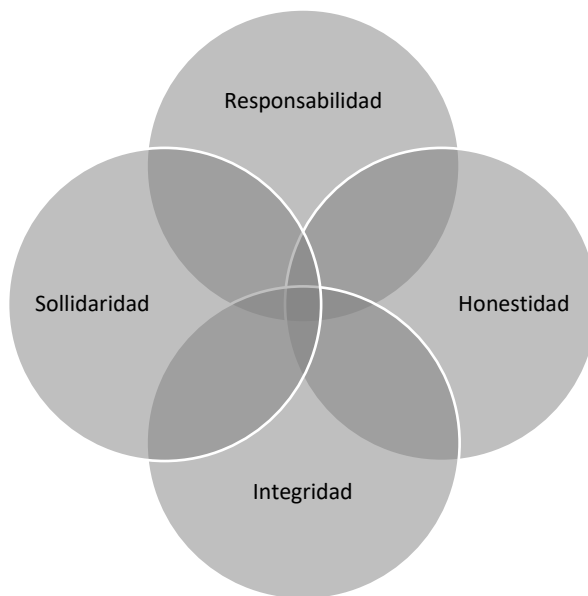
Para Jack Fleitman (2000) define la visión en el mundo empresarial como "el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad". (p.283).

Por lo tanto, la visión de PURIFIER IMPORT S.A.C. sería la siguiente: "Llegar a ser la compañía líder en comercialización de kits de microfiltración de aceite para maquinaria pesada en todo el Perú".

## **Valores**

Los valores con los que se identifica la empresa son los siguientes:

*Figura 4. Valores de la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C.*



*Fuente: Elaboración propia*

La figura 4 detalla los 4 valores principales con los que tiene que identificarse la empresa y sus trabajadores. Ya que es lo esencial para proporcionar un ambiente organizacional sano, pacífico y agradable.

## **Principios**

Los principios de la empresa son la base cultural para que los trabajadores puedan sentirse más comprometidos e identificados con la organización y para PURIFIER IMPORT S.A.C. sus principios son los siguientes:

Figura 5. Principios de la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C.



Fuente: Elaboración propia

### **Políticas**

Las políticas de la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C. están expresadas mediante normas que deberán ser cumplidas por todos los trabajadores.

- Los trabajadores deberán cumplir con el horario de ingreso de lunes a viernes de 8:00 am y la salida será a las 6:00 pm y los sábados de 9 am a 12:00 pm.
- La remuneración de los colaboradores será de manera mensual.
- Fomentar el trabajo en equipo en todas las áreas de la empresa.
- Los bienes de la empresa tanto tangibles como intangibles deben ser destinados exclusivamente al uso en sus operaciones y no se los puede utilizar para fines particulares.
- La empresa promueve la igualdad de oportunidades en el acceso al trabajo y en la promoción laboral evitando, en todo momento, situaciones de discriminación o desigualdad por razón de género, raza, condición social, religión o cualquier otra circunstancia personal o social.
- La estratégica o confidencial de la empresa la cual tiene acceso el colaborador, en virtud de su cargo o de sus responsabilidades no puede ser trasladada a terceros.
- La empresa rechaza cualquier tipo de soborno, compensación o dádivas a funcionarios públicos, sus familiares o representantes, clientes y/o proveedores, para obtener beneficios que no le corresponde. No autoriza la solicitud, aceptación u ofrecimiento, ya sea de forma directa o indirecta, de cualquiera que realice ese tipo de actos.

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

### 2.5.1. Ley de MYPES

De acuerdo con la Ley N° 28015 de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa, 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 y tiene como objetivo principal promover la competitividad, desarrollo y formalización de este tipo de compañías, con el fin de aumentar la productividad, sostenibilidad del empleo y rentabilidad para contribuir con el PBI y la expansión de los mercados dentro y fuera del territorio nacional.

Esta ley tiene una serie de modificaciones a través de la Ley MIPYE N° 30056 (2013), la cual establece nuevas características, mecanismos de financiamiento, herramientas de promoción entre otros.

La empresa PURIFIER IMPORT S.A.C. se constituirá y regirá bajo la Ley N° 30056 MYPE publicada el 2 de julio de 2013, esta ley facilita la inversión e impulsa el crecimiento empresarial y nace con el fin de promover la formalización de la empresa.

*Tabla 3.*

*Tabla 3. Cuadro comparativo ley de MYPE N° 28015 – MIPYME N° 30056*

Ley MYPE D.S N° 007-2008- TR			LEY N° 30056			
	VENTAS ANUALES		TRABAJADORES	VENTAS ANUALES		TRABAJADORES
Microempresa	Hasta 150 UIT	S/. 645,000	1 a 10	Hasta 150 UIT	S/. 645,000	No hay límites
Pequeña Empresa	Hasta 170 UIT	S/.7,310,000	1 a 100	Más de 150 UIT y hasta 170	Superior a S/.645,000 hasta S/.7,310,000	No hay límites

				0 UIT		
Mediana Empresa				Mas de 170 0 UIT y hast a 230 0 UIT	Superior a S/.731,000  Hasta  S/. 9,890,000	No hay limites

*Fuente: SUNAT*

*Elaboración Propia*

Para la tabla 3 debemos de considerar que la UIT del presente año es de S/. 4300. Así mismo podemos ver claramente las diferencias entre ambas leyes.

De acuerdo con las ventas anuales proyectadas de la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C. no superan las 150 UIT anuales durante los dos primeros años, con lo cual se ubica dentro del rango de la microempresa.

### **2.5.2. Características y Beneficios de MYPES**

#### **Características**

- Microempresa a aquella cuyas ventas anuales no exceden de 150 UIT., no tiene límite de trabajadores.
- Pequeña Empresa a aquella cuyas ventas anuales sobrepasan las 150 UIT pero no exceden de 1,700 UIT.
- Mediana Empresa a aquella cuyas ventas anuales sobrepasan las 1,700 UIT pero no exceden de 2,300 UIT.
- Sueldo mínimo 2020 S/930.00 SOLES

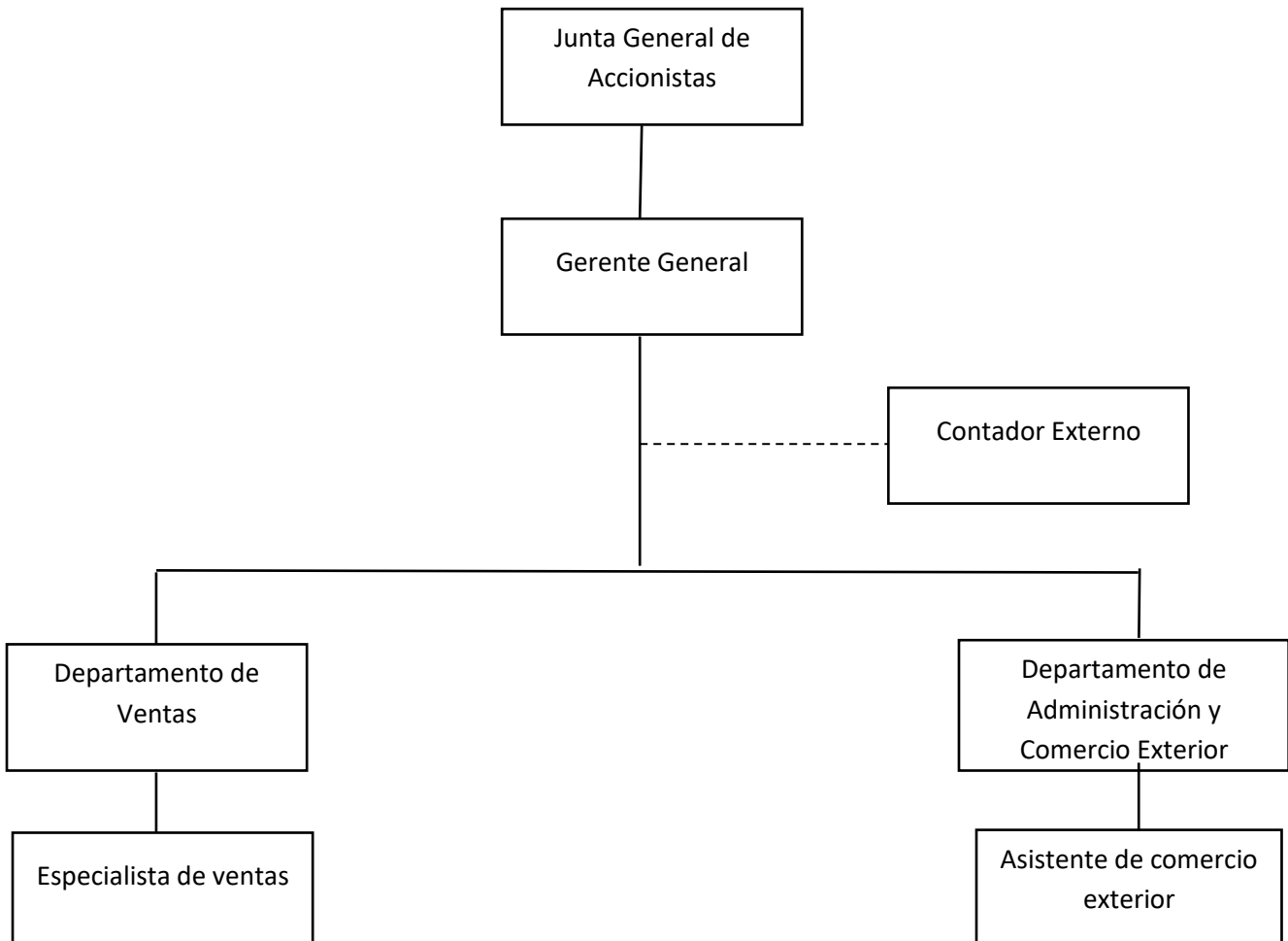
## Beneficios

- Pueden constituirse como personas jurídicas (empresas), vía internet a través del Portal de Servicios al Ciudadano y Empresas de SUNARP.
- Pueden asociarse para tener un mayor acceso al mercado privado y a las compras estatales.
- Gozan de facilidades del Estado para participar eventos feriales y exposiciones regionales, nacionales e internacionales.
- Cuentan con un mecanismo ágil y sencillo para realizar sus exportaciones denominado Exporta Fácil, a cargo de la SUNAT.
- Pueden participar en las contrataciones y adquisiciones del Estado.

### 2.6. Estructura Orgánica

El organigrama que aplicará la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C. será general vertical, por una visión grafica de la empresa y por orden jerárquico.

Figura 6. Organigrama de PURIFIER IMPORT S.A.C.



Fuente: Elaboración propia

### **2.6.1. Requisitos y funciones del personal.**

#### **Gerente General**

Es el representante Legal de una empresa antes las autoridades judiciales, administrativas, laborales, municipales, políticas y policiales velando por el cumplimiento de todos los requisitos legales que afecten las operaciones de la empresa.

#### **Requisitos**

- Título profesional de administrador de empresas, ingeniería industrial o carreras afines.
- Debe de contar con la capacidad de organizar, dirigir y coordinar el funcionamiento y desarrollo de la empresa.
- Diplomado o Maestría en Operaciones gerenciales.

#### **Funciones**

- Planificar, dirigir y analizar la gestión económica, financiera y tributaria.
- Dar seguimiento a los clientes estéricos y buscar nuevas oportunidades de negocios.
- Liderar el equipo de trabajo y fomentar el trabajo en equipo.
- Revisar y analizar permanentemente las metas y los indicadores de gestión de la empresa.
- Administrar el personal, materiales, recursos y procesos de la empresa.
- Seleccionar una cartera de proveedores y clientes.
- Evaluar y supervisar el logro de objetivos y el desempeño de los asistentes a su cargo.
- Planificar estrategias de la organización estableciendo objetivos generales y específicos a largo y corto plazo.
- Realizar pagos a proveedores y planilla de personal.

#### **Contador**

Trabjará en estrecha colaboración con el departamento de administración y finanzas bajo la supervisión del Gerente general. Además de colaborar, analizar, proponer métodos para realizar registros contables, tributarios y financieros.

### **Requisitos**

- Título profesional en Contabilidad.
- Especializaciones en finanzas corporativas o economía.
- Experiencia de 5 años como mínimo en el área de contabilidad y finanzas.
- Capacidad de trabajo en equipo.

### **Funciones**

- Verificar y registrar las facturas de Compra y Venta que cumplan con los datos según sus formalidades necesarias.
- Preparar el pago de impuestos según cronograma de pagos de la SUNAT.
- Elaborar estados financieros.
- Declaración y pago de planillas electrónicas.
- Llevar y mantener actualizado los libros contables.

### **Especialista de Ventas**

Asistir al Gerente General en la administración de compras y ventas de los Kits de micro filtración, así como manejar información actualizada que se quiera en todo momento.

### **Requisitos**

- Ing. Mecánico.
- Especialización en ventas.
- Capacidad de trabajo en equipo, ser dinámico y con capacidad de trabajar bajo presión.

- Experiencia mínima de 2 años en posiciones similares.

### **Funciones**

- Proponer campañas comerciales y medios publicitarios acorde al stock del Almacén.
- Elaborar informes de ventas y requerimientos según las necesidades del cliente.
- Dar seguimiento de las cotizaciones y ventas.
- Asistir a ferias y eventos de ventas de maquinarias de construcción y repuestos.
- Revisar los precios del mercado.
- Buscar nuevos clientes.
- Cerrar el contrato con clientes.
- Realizar reporte de viáticos.

### **Asistente de comercio Exterior**

Persona encargada de las operaciones de importaciones de la empresa que trabajara conjuntamente con el área de Finanzas bajo la supervisión del gerente general.

### **Requisitos**

- Contar con grado académico de Bachiller o Licenciado en Administración de Negocios Internacionales o a fines.
- Tener experiencia de 2 años en el puesto.
- Manejo de Office.
- Capacidad de liderazgo y trabajar bajo presión.
- Ingles avanzado.

### **Funciones**

- Responsable de la gestión y planificación de compras de los productos, así como la coordinación de la importación de los mismos.
- Tener el costeo de importación actualizado.
- Negociar con los agentes de aduana, agente de carga internacional, almacén aduanero y transporte interno.



- Seguimiento al proceso de nacionalización, y cumplir con los indicadores de entrega del producto importado.
- Coordina la gestión de almacén, mediante una correcta recepción, acondicionamiento y almacenamiento de los productos.
- Ejecuta el transporte del producto, tanto como de carga y descarga; y estable la programación de ruta de traslado para los despachos de pedidos.
- Brinda soporte al asistente administrativo y al de ventas sobre los tiempos de traslado y manejo de la mercadería.
- Realizar pagos de Impuestos de Aduanas.
- Establecer y determinar un cronograma de pagos de préstamos financieros que se adquieren para el funcionamiento de la empresa.
- Realizar pagos a proveedores del exterior y cobranza a clientes.
- Entrega de viáticos al personal de ventas.
- Gestionar compra de pasajes y reserva de hoteles para el personal de venta o gerencia.
- Responsabilizarse de la recepción y despacho de los productos.
- Generar las compras locales y realizar todo el flujo de operaciones que implica.
- Realizar pagos de los servicios generales de la empresa.
- Emitir facturas y notas de crédito.

## 2.7. Cuadro de asignación de personal

Mediante el siguiente cuadro detallaremos la cantidad de personas que trabajan en la empresa y sus beneficios laborales de acuerdo a la ley establecida.

*Tabla 4. Asignación de personal de la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C.*

CARGO	CANTIDAD	REMUNERACION MENSUAL	PAGO ANUAL	VACACIONES	SUB-TOTAL	ESSALUD 9%	REMUNERACION TOTAL ANUAL
Gerente general	1	S/ 2,000.00	S/ 24,000.00	S/ 1,000.00	S/ 25,000.00	S/ 2,250.00	S/ 27,250.00
Especialista de ventas	1	S/ 1,800.00	S/ 21,600.00	S/ 900.00	S/ 22,500.00	S/ 2,025.00	S/ 24,525.00

<b>Asistente de Importaciones</b>	1	S/ 1,500.00	S/ 18,000.00	S/ 750.00	S/ 18,750.00	S/ 1,687.50	S/ 20,437.50
<b>TOTAL</b>	4						S/ 72,212.50

*Fuente: Elaboración propia*

La tabla 4 muestra la cantidad de trabajadores de la empresa y las remuneraciones de cada uno de ellos. Posteriormente, detallamos en valor monetario los beneficios por ley que tiene cada uno de ellos, expresando finalmente el gasto total de asignación de personal.

*Tabla 5. Personal por recibo de honorarios*

<b>CARGO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>REMUNERACION MENSUAL</b>	<b>PAGO ANUAL</b>	<b>VACACIONES</b>	<b>SUB-TOTAL</b>	<b>ESSALUD 9%</b>	<b>REMUNERACION TOTAL ANUAL</b>
<b>contador Externo</b>	1	S/ 200.00	S/ 2,400.00	S/ 100.00	S/ 2,500.00	S/ 225.00	S/ 2,725.00
<b>TOTAL</b>	1						S/ 2,725.00

*Fuete: Elaboración propia*

La tabla 5 muestra los gastos terceros que contratará la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C., el cual es la contabilidad externa de la empresa que se dará de manera mensual.

## **2.8. Forma Jurídica Empresarial**

Para el presente trabajo hemos decidido tener la forma jurídica empresarial como Sociedad Anónima Cerrada sin directorio con aportes de bienes no dinerarios, ya que el capital se divide en acciones, no cotiza en bolsa, los aumentos y cambios en el estatuto o las modificaciones que se quieran hacer como salida o entrada de socios se va a determinar en función de su capacidad de plasmarlo en el libro de actas y no será necesario una escritura pública.

En el Perú existen cinco denominaciones de razón social que no solamente es tu nombre comercial, sino la razón social incluye las siglas que indican de qué tipo de empresa se trata. Estos son los principales tipos de empresas:

- Sociedad Anónima (S.A.)
- Sociedad Anónima cerrada (S.A.C.)
- Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)
- Empresario Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)
- Sociedad Anónima Abierta (S.A.A.)

El registro jurídico empresarial se realizará mediante la minuta que se encuentra en el anexo 3.

### **2.8.1. Características de la Sociedad Anónima Cerrada**

- Consisten en personas jurídicas de derecho privado de naturaleza mercantil, al margen su objetivo social.
- Las acciones no pueden ser inscritas en el registro público del mercado de valores, a diferencia de las Sociedades Anónimas Abiertas.
- El capital social sí está conformado por acciones y se integra a los aportes de cada uno de los socios, quienes no responden personalmente por las deudas sociales.
- Puede aportarse con bienes dinerarios (efectivo) y no dinerarios (maquinarias equipos, muebles, entre otros).
- Cuentan con una Junta General de Accionistas, este órgano supremo está integrado por el total de socios. En el orden jerárquico les siguen el gerente y el subgerente.
- Tiene un número mínimo de dos (02) accionistas, máximo 20.
- Se constituye por escritura pública, en la que está contenido el pacto y el estatuto social. En la Escritura Pública de constitución se nombra a los primeros administradores. Dichos actos se inscriben obligatoriamente en el Registro del domicilio de la sociedad.
- La sociedad tiene existencia distinta de sus miembros y ninguno de éstos ni todos ellos tienen derecho al patrimonio de ella ni están obligados a satisfacer sus deudas. (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, 2017)

### **2.8.2. Beneficios de S.A.C**

- Forma jurídica para negocios nuevos
- Evita las demoras y los trámites engorrosos a comparación de una S.R.L
- La transferencia de acciones es de manera privada
- Forma mejorada de una S.R.L.

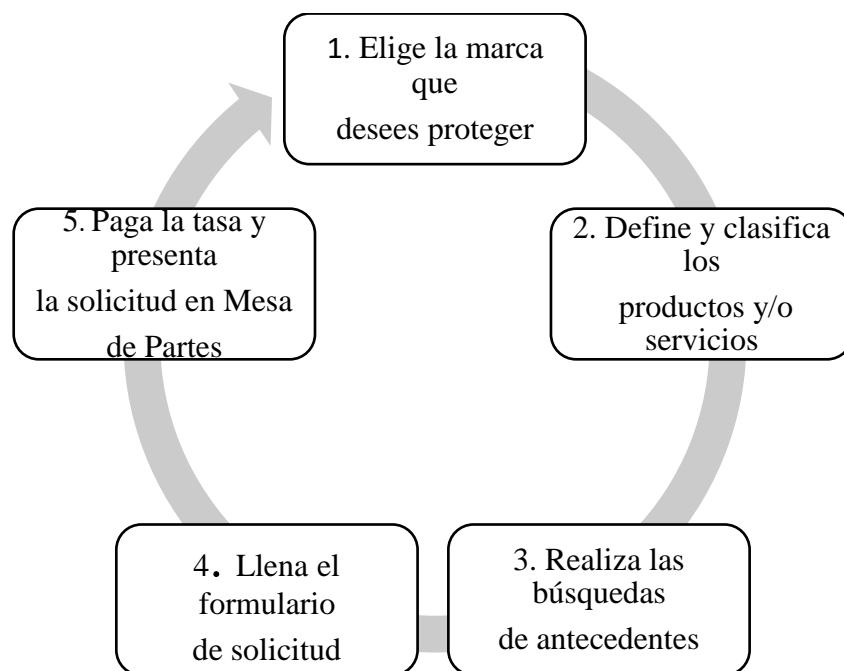
## 2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

Según INDECOPI, (2017) el registro de una marca no es un proceso obligatorio para iniciar las actividades comerciales, pero si es una acción voluntaria ya que a importancia de este registro es que protegerá la marca frente a posibles copias o imitaciones. Este registro convierte al titular en el dueño de la marca y es el único autorizado para emplearlo dentro de los próximos 10 años (plazo que dura la inscripción). Resaltar que el registro solo es válido a nivel local y para que tenga validez en el exterior será necesario hacer el mismo registro de marca, pero en cada país origen donde se vaya a tener participación.

La empresa PURIFIER IMPORT S.A.C., no contará con una marca propia por lo que el registro en INDECOPI no será necesario. Además, al comercializar un producto que ya cuenta con una marca registrada en China. El productor de la marca TRIPLE R ha autorizado su comercialización mediante un contrato con PURIFIER IMPORT S.A.C.; vale decir que el proveedor solo comercializará los kits de microfiltración de aceite para maquinaria pesada en el Perú vía la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C., por lo que no existe posibilidad de que otra empresa registre la marca ante INDECOPI.

No obstante, la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C. no descarta la posibilidad que en un corto plazo cree su propia marca en el Perú y pueda comercializar los filtros, por eso detallaremos los procesos que deberemos seguir para hacer el registro de nuestra futura marca en INDECOPI.

Figura 7. Procesos de registro de marca en INDECOPI.



Fuente: INDECOPI

Según el Figura 7, vemos que el primer proceso debemos de Ser creativos, crea una marca fácil de recordar para tu público objetivo. Si se trata de una denominación, que esta no sea demasiado larga; y si se trata de un elemento y/o imagen ingeniosa (una figura, un envase, una envoltura, un sonido, etc.), que esta logre transmitir los beneficios y valores de tu empresa. En el segundo paso, Elige los productos y/o servicios que desee distinguir con la marca e identifica en qué clase o categoría se encuentran. Recuerda que el pago de la tasa por registro de marca lo harás por cada clase que desees registrar. El tercer paso, las búsquedas son opcionales y sus resultados son meramente referenciales, pero sirven para darte a conocer la existencia de signos que, eventualmente, podrían entrar en conflicto con el tuyo. El cuarto punto, se llena dos ejemplares del formato de solicitud de registro, uno será tu cargo. Finalmente, en quinto punto Si solicitas el registro en una sola clase, debes depositar la suma de S/. 534.99 nuevos soles, si solicitas en más de una clase, por cada clase adicional, deberás abonar la suma de S/. 533.30 nuevos soles.

## **2.10. Requisitos y Trámites Municipales**

Como ya lo teníamos establecido, el distrito donde tendremos que sacar la licencia de funcionamiento es a la Municipalidad de San Juan de Miraflores.

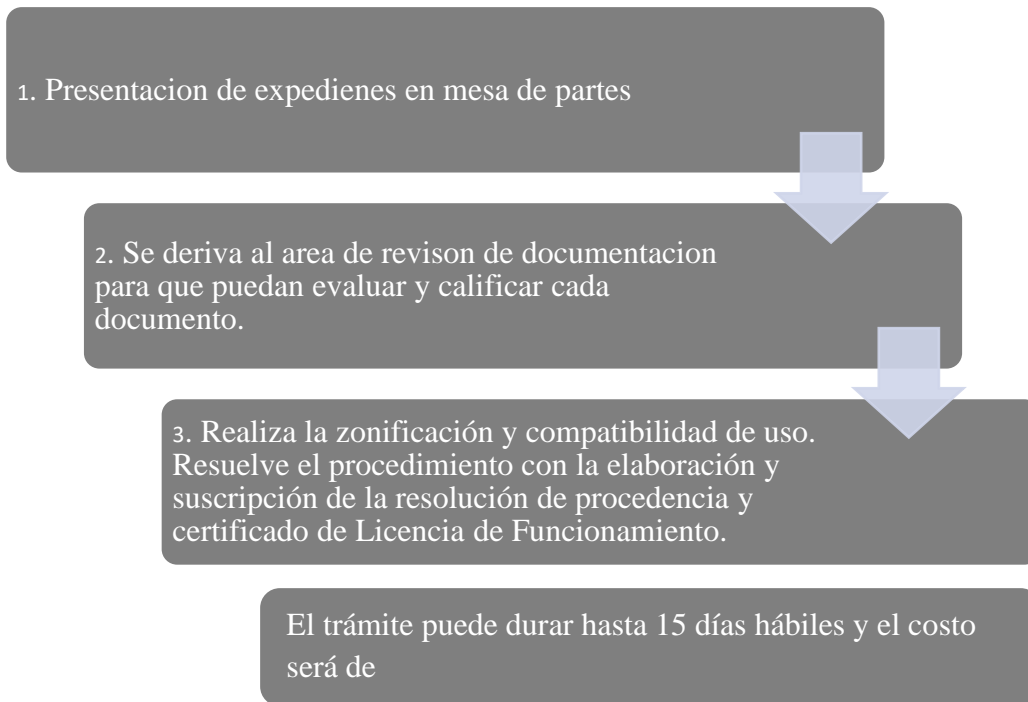
### **2.10.1. Requisitos**

- Formato declaración Jurada.
- Número de R.U.C. y D.N.I.
- Carné de Extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales según corresponda.
- Número de D.N.I. o Carné de Extranjería del representante legal, en caso de persona jurídica, u otros colectivos, o tratándose de personas naturales que actúe mediante representación.
- Copia de la vigencia de poder de representante legal, en el caso de personas jurídicas u otros entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada.
- Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad.
- Indicación del número de comprobante de pago por derecho de trámite.

## 2.10.2. Proceso para la obtención de la licencia de funcionamiento

Una vez que tengamos todos los documentos que nos solicitan, los pasos son los siguientes:

*Figura 8. Procedimiento de emisión de licencia de funcionamiento en la Municipalidad de San Juan de Miraflores.*



*Fuente: Elaboración propia en base a la Municipalidad de San Juan de Miraflores.*

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

### 2.11.1. Regímenes tributarios

Para el presente trabajo consideramos que nuestra empresa PURIFIER IMPORT S.A.C. se acogerá al Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER) ya que estará constituida por una persona jurídica y no estima tener ventas mayores de S/ 525,000.00 anuales.

De acuerdo con la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), los regímenes tributarios son las categorías bajo las cuales una

Persona Natural o Jurídica que posee o va a iniciar un negocio, debe estar registrada en la SUNAT. SUNAT (2019). Regímenes Tributarios (S.N.).

Un régimen tributario, pone los hitos sobre los cuales se establece la forma en la que los impuestos se pagarán al Estado peruano y los niveles de pago, esto se define dependiendo del tipo de emprendimiento y el tamaño del mismo.

De acuerdo con la SUNAT, a través de la Plataforma Única del Estado Peruano, existen cuatro regímenes tributarios, los cuales tienen las siguientes características y son los que marcarán las pautas para el pago de impuestos según el negocio.

*Tabla 6. Tipos de regímenes tributarios*

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

<b>Declaración Jurada anual – Renta</b>	No	No	Sí	Sí
<b>Valor de activos fijos</b>	S/70,000.00 Con excepción de los predios y vehículos	S/126,000.00 Con excepción de los predios y vehículos	Sin límite	Sin límite
<b>Trabajadores</b>	Sin límite	10 por turno	Sin límite	Sin límite

*Fuente: Elaboración propia con base en la SUNAT.*

### **2.11.2. Procedimiento de obtención de RUC**

De acuerdo con la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT), el Registro Único de Contribuyentes (RUC), es el registro que lleva la SUNAT y que contiene la información del contribuyente: el nombre natural o el nombre de tu empresa, domicilio fiscal, la actividad a la que se dedica, números telefónicos, y otros datos. SUNAT (2019). ¿Cómo me inscribo en el RUC? (S.N.).

La inscripción de una empresa al RUC, puede ser de distintas modalidades:

- La preinscripción a través de página web de la SUNAT
- Inscripción a través del SISEV
- La inscripción en oficinas de la SUNAT

### **2.11.3. Requisitos para la inscripción**

Los requisitos para la inscripción esta detalladas en la siguiente tabla:

*Tabla 7. Requisitos necesarios para la inscripción al RUC*

<b>REQUISITOS NECESARIOS PARA LA INSCRIPCIÓN AL RUC</b>	
<b>PERSONA CON NEGOCIO</b>	<b>PERSONA JURÍDICA</b>
DNI original.	DNI original del representante legal de la Persona Jurídica.
Si tu documento de identidad es distinto al DNI, presenta el original y copia de tu documento de identidad.	



	Original y copia de la Ficha o partida electrónica certificada emitida por los Registros Públicos (SUNARP), con una antigüedad no mayor a treinta (30) días calendario.
Para acreditar tu domicilio fiscal puedes utilizar la dirección declarada en tu DNI ó cualquier documento privado o público en el que conste la dirección que necesites declarar como tu domicilio fiscal	Puedes utilizar cualquier documento privado o público en el que conste la dirección que necesites declarar como tu domicilio fiscal

*Fuente: SUNAT*

#### **2.11.4. Procedimiento de inscripción**

El proceso de inscripción al RUC se realizará mediante el Sistema Integrado de Servicios Públicos Virtuales (SISEV), para lo cual se debe seguir los siguientes pasos.

- a.** Ingresar al portal de la SUNARP.  
Ubicar y acceder al módulo de Sistema de Intermediación Digital.
- b.** Registrar la Información.  
Registrar la información de la empresa que se va a constituir, PURIFIER IMPORT E.I.R.L. y recibir el RUC del notario, clave SOL y constancia de inscripción.
- c.** Activar el RUC de la empresa.  
En formato virtual a través del portal de la SUNAT en la opción de inscripción al Registro Único del Contribuyente – Personas Jurídicas.

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

La PLAME es la planilla mensual que contiene información de los pagos que realiza la empresa a los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación – modalidad formativa laboral y otros (practicantes), personal de terceros y derechohabientes.

La PLAME deberá ser declarada mensualmente a la SUNAT, conforme al cronograma que dicha entidad establezca. Así mismo, es preciso señalar que la versión vigente es la 3.7, aprobada mediante Resolución de Superintendencia N° 025-2020/SUNAT la cual es de uso obligatorio a partir del 01 de febrero de 2020 y debe utilizarse a partir del período Enero 2020 en adelante.

Los pasos para el registro en SUNAT son los siguientes:

1. se registra a través de T-Registro que es el registro de información laboral de los empleadores, trabajadores, entre otros dentro del día que ingresarán a prestar servicios a la empresa.
2. se ingresa la clave SOL al PDT PLAME que es el medio informático aprobado por la SUNAT, con el fin de cumplir con la presentación de planilla mensual de pago y con la declaración de las obligaciones que se generen. Esta 39 planilla se presentará de forma mensual de acuerdo al cronograma que establezca la SUNAT.

### 2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral

Debido a la naturaleza del plan de negocios, la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C. se acogerá al régimen laboral especial por ser una microempresa.

Es preciso definir los tipos de regímenes laborales que existen para poder ver a cuál se adecua la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C. a continuación, veremos las diferencias entre ambos regímenes.

*Tabla 8. Diferencias entre el Régimen laboral general y el Régimen laboral especial de la MICRO y pequeña empresa*

BENEFICIOS DE LOS TRABAJADORES	RÉGIMEN LABORAL GENERAL O COMÚN	REGIMEN LABORAL ESPECIAL	
		MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
VACACIONES	El trabajador tiene derecho a 30 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio. Estas pueden reducirse de 30 días	El trabajador tiene derecho a 15 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio.	El trabajador tiene derecho a 15 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio.

JORNADA NOCTURNA (Entre las 10:00 p.m. a 6:00 a.m.)	Su remuneración no puede ser inferior a la Remuneración Mínima Vital más una sobretasa equivalente al 35% de esta.	Si la jornada habitualmente es nocturna, no se aplicará la sobre tasa del 35%	Su remuneración no puede ser inferior a la Remuneración Mínima Vital más una sobretasa equivalente al 35% de esta.
COMPENSACIÓN POR TIEMPO DE SERVICIOS (CTS)	Una remuneración mensual, depositadas en dos oportunidades semestrales (mayo y noviembre).	No	15 remuneraciones diarias depositadas en dos oportunidades semestrales (mayo y noviembre).
GRATIFICACIONES	Se otorga dos veces al año, una por Fiestas Patrias y otra por Navidad, en razón a una remuneración completa por cada oportunidad, y se pagará por mes calendario completo laborado.	No	Se otorgará dos veces al año, una por Fiestas Patrias y otra por Navidad, en razón a media remuneración por cada oportunidad, siempre y cuando laboren el semestre completo, caso contrario percibirán la parte proporcional.
SEGURO DE SALUD	ESSALUD 9% de la remuneración – lo aporta en su integridad el empleador.	Seguro Integral de Salud (SIS) – El empleador deberá realizar un aporte mensual equivalente al 50% del aporte mensual total del régimen semi-contributivo del SIS, el otro 50% será completado por el Estado.	ESSALUD 9% de la remuneración – lo aporta en su integridad el empleador

INDEMNIZACIÓN POR DESPIDO ARBITRARIO	En el caso de que un trabajador sea despedido sin causa legal, tiene derecho a percibir como indemnización una remuneración y media por cada mes dejado de laborar, en caso sea un contrato a plazo determinado, y le tocará una remuneración y media por cada año de trabajo en caso sea un contrato indeterminado; en ambos casos con un máximo de 12 remuneraciones	En el caso de que un trabajador sea despedido sin causa legal, tiene derecho a percibir como indemnización el equivalente a 10 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de noventa (90) remuneraciones diarias. Las fracciones de año se abonan por dozavos.	En el caso de que un trabajador sea despedido sin causa legal, tiene derecho a percibir como indemnización el equivalente a 20 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de ciento veinte (120) remuneraciones diarias. Las fracciones de año se abonan por dozavos.
ASIGNACIÓN FAMILIAR	10% de la remuneración mínima vital, tengan a su cargo uno o más hijos menores de 18 años y hasta 24 años en caso de que el hijo al cumplir la mayoría de edad este cursando estudios superiores.	No	No

*Fuente: Ministerio de trabajo*

La tabla 8, nos muestra la diferencia laboral entre el régimen laboral general y el régimen laboral especial de una micro y pequeña empresa, donde sobresale las

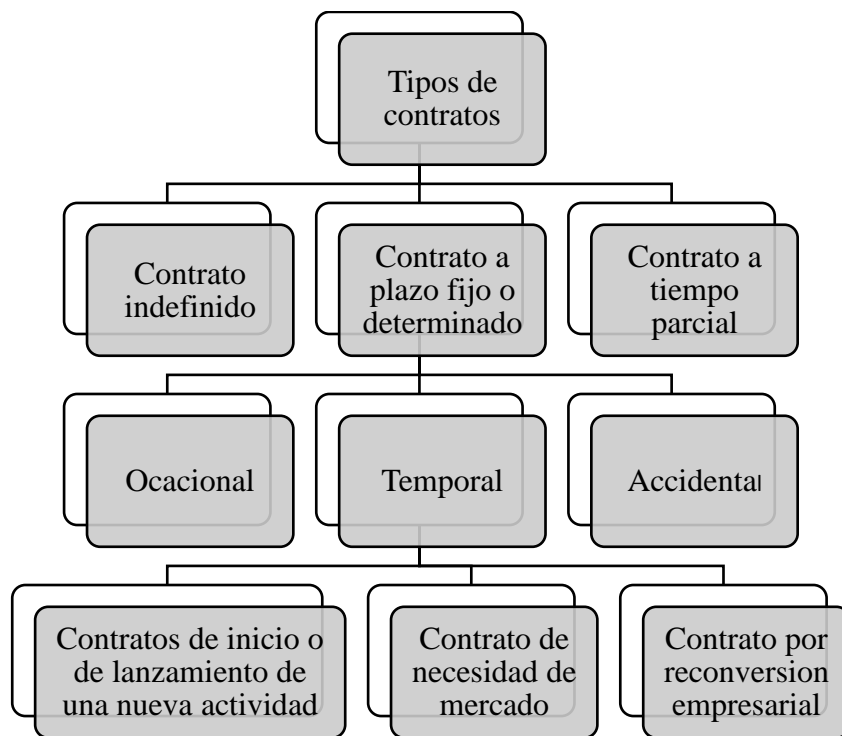
diferencias los días de vacaciones de los colaboradores, la compensación de tiempo y servicios, entre otros.

## 2.14. Modalidades de Contratos Laborales

El contrato laboral es el vínculo que existe entre una persona y su empleador, que está determinado por obligaciones y derechos que deben cumplir ambas partes a causa de una prestación de servicios remunerados, según el Texto Único Ordenado del D. Ley N° 728, Ley de Productividad y Competitividad Laboral.

Mediante el siguiente Figura, detallaremos los tipos de contratos que están vigentes en el Perú y según las modalidades a las que podemos acogernos.

Figura 9. Tipos de contratos laborales.



Fuente: Elaboración propia

### Contratos Indefinidos

No tiene una fecha determinada de culminación. Sólo concluye por despido, que puede ser por una falta grave que amerite que un trabajador deba ser apartado de la empresa. El trabajador bajo esta modalidad de contrato goza de todos los

beneficios laborales: CTS, asignación familiar, gratificaciones, vacaciones, seguro social, entre otros.

### **Contratos plazo fijo o determinado**

En este caso, trabajador y empleador acordaron que el vínculo laboral solo sea por un tiempo determinado, para ejercer una actividad o necesidad específica y cuenta con tres opciones que son las siguientes:

- a) **Temporal:** Se puede dar por inicio de actividad; por la necesidad de mercado, por ejemplo, en campañas del Día de la Madre, Fiesta Patrias, Navidad, períodos donde se exige una mayor cantidad de producción y ventas.
- b) **Ocasional:** Puede darse para suplir a un trabajador: como reemplazo por vacaciones o descanso, pre o post natal; y emergencia, cuyo fin es cubrir necesidades imprevistas.
- c) **Accidental:** Puede ser específico, permite cubrir actividades cuyo inicio y fin estén claramente predeterminados; intermitente, que es para necesidades permanentes pero discontinuas; y el contrato de temporada, que solo es para servicios puntuales que no son frecuentes.

El plazo para este tipo de contrato no puede superar los cinco años. Si el trabajador supera este período, automáticamente pasa a tener un contrato indefinido.

#### **2.14.1. Contratos a tiempo parcial**

El contrato a tiempo parcial o “part-time” demanda un horario de trabajo que no supera una jornada de 4 horas diarias. A diferencia del contrato indefinido o de plazo fijo, los trabajadores que tienen esta modalidad, no tienen derecho a CTS, vacaciones, indemnización por falta del descanso vacacional ni la indemnización por despido arbitrario. Sin embargo, tienen derecho a gratificaciones legales y derecho al descanso semanal obligatorio, al descanso en feriados, horas extras, seguro social, seguro de vida, pensiones, asignación familiar, utilidades y sindicalización.

Según la naturaleza del plan de negocios la empresa PURFIER IMPORT S.A.C., debido a que recién está iniciando sus actividades, utilizará un contrato temporal mediante la modalidad de lanzamiento de una nueva actividad.

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

En los contratos comerciales el representante legal de la empresa está facultado para suscribir todos los contratos que están establecidos en el estatuto de la empresa. La responsabilidad social de los accionistas responde hasta el aporte de su capital, salvo que haya garantizado o avalado la operación con su firma en el caso responde con sus bienes propios.

Según el Artículo N° 1351 del Código Civil, el contrato es el acuerdo de dos o más partes para crear, regular, modificar o extinguir una relación jurídica patrimonial. Las partes determinan libremente su contenido, el que no debe ser contrario a normas legales imperativas. Dicho de esa manera, supone la existencia de dos o más partes con plena capacidad para contraer obligaciones. Por lo general, un contrato se da de forma escrita para dejar constancia del acuerdo.

El contrato tiene como objeto un contenido patrimonial, es decir, se refiere a bienes o intereses con un contenido económico. Así mismo, contemplar que los contratos pueden ser escritos o verbales y ser redactados de manera formal o informal

Los contratos que realizara la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C. serán los siguientes:

- **Contrato de Compra – Venta Internacional:**  
Se realizará mediante un documento que detalle aquellas operaciones en la que el vendedor se compromete a entregar a la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C. los materiales que se detallan en la orden de compra, donde se detallaran principalmente el precio del producto, la cantidad, incoterms y que establecen la distribución de riesgos, obligaciones y costes entre el exportador e importador, la calidad, las especificaciones técnicas, el puerto de destino, etc.
- **Contrato de trabajo:**  
Es el documento que detallara el acuerdo entre la empresa PURIFIER S.A.C. y el trabajador por el que este ofrece sus servicios a cambio de un salario.
- **Contrato de confidencialidad:**  
Es el documento en el cual el trabajador se compromete a respetar el secreto y la confidencialidad de la información de la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C. que se van a ser compartidas con el trabajador y deberá usarla sólo para el fin que se estipule en el acuerdo.
- **Contrato de distribución exclusiva:**

Mediante este contrato nuestro proveedor se compromete a vender únicamente a PURIFIER S.A.C. los kits de microfiltración de aceite, que serán distribuidos únicamente en el territorio Peruano.

- **Contrato de prestación de servicios terceros:**

En este contrato, se detallará en que consiste el servicio que nos brindará y se establecerán tiempos de sus actividades, precio por el servicio y políticas que determine el proveedor. En el caso de PURIFIER IMPORT S.A.C. los proveedores que se acogerá a este contrato serán el contador externo y el operador logístico.

- **Contrato del seguro internacional:**

Se contratará un seguro internacional brindado por el agente de Carga Internacional.

Todos los contratos mencionados anteriormente serán renovados anualmente o según se haga alguna actualización por el gerente general de la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C.

Por otro lado, se define como Responsabilidad Civil a la obligación de resarcir un contrato que empieza como consecuencia del daño provocado por un incumplimiento del mismo. Sea la naturaleza del contrato, por lo general, se exige el resarcimiento mediante el pago de indemnizaciones por perjuicios.



### 3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

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

El kit de micro filtración es un sistema hidráulico para la limpieza de los fluidos de maquinaria pesada, es un sistema no invasivo y complementario que garantiza la limpieza de los aceites otorgando un grado ISO 4572 (código de limpieza de aceites) que excede y supera ampliamente las especificaciones de limpieza de los fabricantes de maquinaria pesada.

El kit de micro filtración está conformado por los siguientes elementos:

**Carcasa metálica:** Carcasa de aluminio resistente a impactos y corrosión, de diseño compacto y liviano.

#### Modelos de carcasa

- **AL50 :** Diseñado para motores con un volumen máximo de 15 litros de aceite y un flujo máximo de 2.2 L/m.
- **AL100:** Diseñado para motores con un volumen máximo de 45 litros de aceite y un flujo máximo de 3.8 L/m.

**Cartucho de filtración:** Media filtrante de una micra de porosidad con capacidad de retención de un kilo y medio en partículas y medio litro en agua.

#### Modelos de filtros

- **E50:** Filtro de profundidad con una porosidad de  $3 \mu$  y  $\beta > 75$ . Diseñado especialmente para carcasas AL50.
- **D100:** Filtro de profundidad con una porosidad de  $2 \mu$  y  $\beta > 75$  y con una mayor capacidad de retención de partículas y agua para motores de mayor volumen. Diseñada especialmente para carcasas AL100.

Figura 10. Kit de micro filtración.



Debido a la adaptabilidad y al diseño compacto de la carcasa este sistema puede ser instalado en cualquier maquinaria pesada, basta con ubicar un punto de presión o retorno de donde se pueda acoplar una manguera de derivación la cual puede ser fabricada localmente por cualquier proveedor de manguera a un bajo costo.

### 3.1.1. Clasificación arancelaria (en ambos países)

La empresa PURIFIER IMPORT S.A.C. importará kits de micro filtración, por el cual, de acuerdo al tratamiento arancelario, la partida para el producto es 8421.23.00.00 bajo la descripción de aparatos para filtrar lubricantes o carburantes en motores de encendido por chispas.

Tabla 9. Tratamiento arancelario por sub partida arancelaria

Tratamiento arancelario	
<b>Sección XVI</b>	Máquinas y aparatos, material eléctrico y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión.
<b>Capítulo 84</b>	Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; partes de estas máquinas o aparatos.

<b>Código</b>	<b>Descripción</b>
<b>8421</b>	Centrifugadoras, incluidas las secadoras centrífugas; aparatos para filtrar o depurar líquidos o gases.
<b>8421.23.00.00</b>	Para filtrar lubricantes o carburantes en los motores de encendido por chispa o compresión.

*Fuente: Elaboración propia en base a ADUANET (2020)*

La tabla 9 muestra que la partida que la partida arancelaria se ubica en la sección XVI, en los cuales se encuentran las máquinas y aparatos, en cual se ubica nuestro producto relacionado a filtros de lubricantes en los motores de encendido.

*Tabla 10. Clasificación arancelaria en China*

<b>Partida arancelaria</b>	<b>Descripción</b>
8421999090	Las demás.

*Fuente: Trade data China.*

*Tabla 11. Gravámenes vigentes de la partida N° 8421.23.00.00.*

<b>Gravámenes Vigentes</b>	<b>Valor</b>
<b>Ad / Valorem</b>	0%
<b>Impuesto Selectivo al Consumo</b>	0%
<b>Impuesto General a las Ventas</b>	16%
<b>Impuesto de Promoción Municipal</b>	2%
<b>Derecho Específicos</b>	N.A.
<b>Derecho Antidumping</b>	N.A.
<b>Seguro</b>	1%
<b>Sobretasa Tributo</b>	0%
<b>Unidad de Medida:</b>	(*)
<b>Sobretasa Sanción</b>	N.A.

*Fuente: (ADUANET, 2020)*

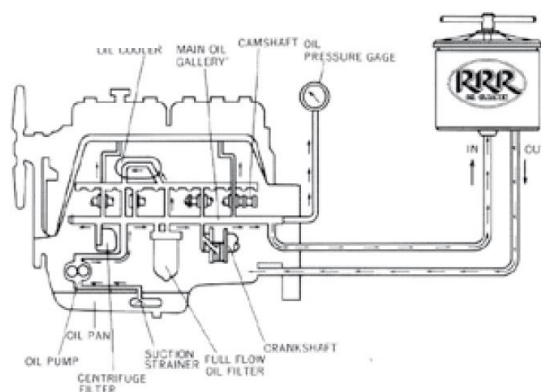
La tabla 11 muestra los tributos que están afectas a la partida N° 8421.23.00.00., los cuales se van a considerar para los costos de importación y definir el precio del producto. La tabla muestra que el producto esta afecta al 0% de ad valorem y que por la naturaleza del producto no está afecta al antidumping, derecho especifico ni impuesto selectivo al consumo. Básicamente pagaremos solo el 16% de impuesto a la renta y el 2 % de impuesto de promoción Municipal, finalmente solo el 1 % de seguro.

### 3.1.2. Ficha técnica comercial

La ficha técnica del producto será imprescindible, porque al ser un producto novedoso para Perú, sería una guía y presentación de los beneficios. En la ficha técnica se detalla la composición del producto, procedimiento del uso y recomendaciones de la misma.

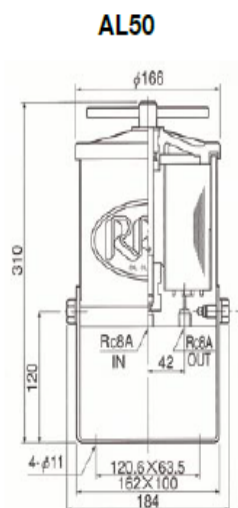
Tabla 12. Especificaciones técnicas del producto.

<b>CARACTERÍSTICAS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Limpiadores de aceite de bypass muy compactos y ligeros, especialmente diseñado para limpiar el aceite del motor.</li><li>• Elimina eficazmente todas las partículas que no se eliminan por los filtros convencionales, y realiza una total limpieza del aceite mediante la eliminación de partículas sólidas (carbono, partículas metálicas) absorbiendo agua y eliminando Lodos y otros residuos de oxidación del aceite.</li><li>• Una necesidad absoluta cuando se ejecuta con biocombustible. Por lo general, el biocombustible se mezclará con el aceite del motor y crear sustancias resinosas que dañarán el motor, incluso conduce a la avería del motor, y considerablemente reduce la vida del aceite. El kit microfiltración limpiará el aceite, estabilizará la condición del aceite, y en consecuencia evitar y eliminar La creación de sustancias resinosas.</li><li>• Bajo costo de operación, fácil instalación y mantenimiento.</li><li>• También aplicable para sistemas de lubricación, cajas de engranajes y maquinaria con un sistema de presión inferior a 6 bares. Por ejemplo: molinos de viento, transmisiones, etc.</li></ul>
<b>PREPARACIÓN</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• El filtro de derivación TR se conecta directamente al motor. Galería principal, y el aceite limpio se devuelve al cárter de aceite del motor.</li></ul>



### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS - CARCASA

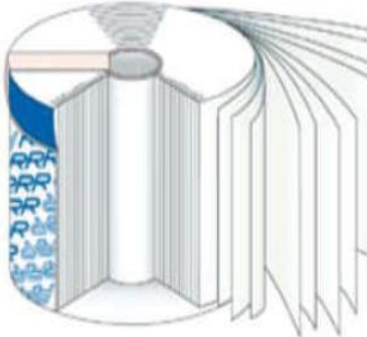
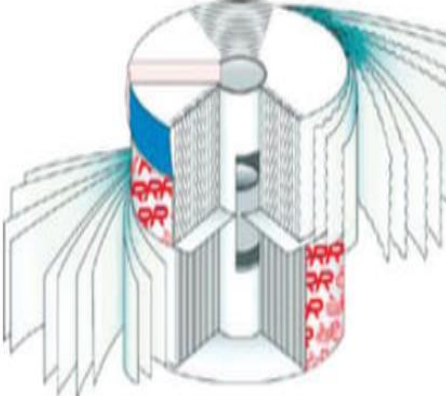
Model	AL50	AL100
Article nr.	TR-19650	TR-19530
Max pressure	6 bar	6 bar
Engine oil volume	max 15 lit.	max 45 lit.
Max flow rate	2,2 l/m	3,8 l/m
Thread In/Out	1/4" x 1/4" BSPT	1/4" x 3/8" BSPT
Element type	E50, X50	E100, X100, D100
Weight kg	3,5 kg	5,5 kg



### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS - CARTUCHOS

MODELO	E50	D100
NÚMERO DE PARTE	TR-20370	TR-20000
DIMENSIONES	Ø143 x H114	Ø179 x H114
SISTEMA DE FILTRACIÓ	BU50E SE50-YT	BU100/200/300E SE100 up to SE600 AL100, OSCA AL-series SU/SS102, SU/SS103

MICRAS ( $\mu$ )	3	2
BETA ( $\beta$ )	>75	>75
ALTURAL		
DEL	114 mm	114 mm
ELEMENTO		

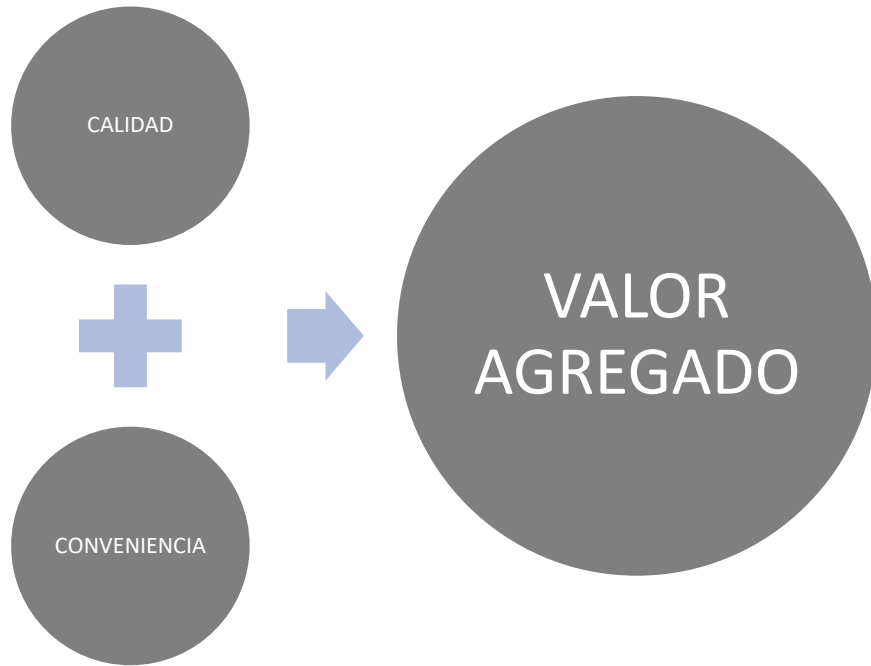
### 3.1.3. Ecuación de valor para el mercado nacional

Cuando hablamos de "ecuación de valor" nos referimos a cómo desarrollar una propuesta de negocios cuyas características le permitan a un potencial consumidor sentir que, al adquirir nuestros productos o servicios, se acorta la brecha existente entre sus aspiraciones y su realidad. Esto quiere decir que ofrecemos algo que genera en el cliente una percepción de valor agregado.

De acuerdo con lo mencionado por Bigné (2000), “el valor percibido puede ser considerado como la valoración global que hace el consumidor de la utilidad de una relación de intercambio basada en las percepciones de lo que recibe y lo que da” (p.75).

En el siguiente gráfico detallaremos el valor agregado de la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C.:

Figura 11. Valor agregado de la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C.



Fuente: Elaboración propia.

- **Calidad:** El sistema de micro filtración satisfará ampliamente las necesidades de los clientes que decidan adquirir el producto debido al bajo micraje de la media filtrante y su alta capacidad de retención. Asimismo, los materiales de fabricación cumplen con las características necesarias para brindar un código de limpieza del fluido inferior al recomendado por la mayoría de fabricantes de lubricantes y de maquinaria pesada.
- **Conveniencia:** El sistema de micro filtración es conveniente ya que es de fácil instalación debido a su diseño compacto que le permite adecuarse a cualquier máquina y no requiere de muchos elementos adicionales para su montaje, además de fácil mantenimiento.

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

La empresa PURIFIER IMPORT S.A.C. no va a crear una marca para el producto, ya que se va a comercializar con la marca del proveedor TRIPLE R, debido al prestigio que tiene esta marca en el mundo.

TRIPLE R, fue creado por el Sr. Ruso, ingeniero de Ford Motor Cy. En el año 1967, Inventó el primer y primer filtro de aceite de derivación, y registró su invención en la Oficina de Patentes de Estados Unidos. El objetivo de este primer Triple R Bypass Oil Cleaner era extender la vida útil del aceite del motor hasta 100.000 km.

En el año 1974, El Sr. M. Morinaga adquiere la patente y todos los derechos de producción y ventas de Triple R y establece Triple R Industry Co. Ltd. en Tochigi, para la producción de limpiadores de aceite de derivación Triple R en China. Posteriormente, en el año 1989 establecimiento de la sede central europea, Triple R Europe NV en Amberes, Bélgica, y comienzo de la comercialización de Triple R en toda Europa.

Es importante detallar que TRIPLE R, en el año 2004 la empresa obtuvo la Certificación ISO 14001, y más tarde en 2012, certificación ISO 9001.

Como resultado de un aumento continuo de las ventas en todo el mundo, Triple R inicia una nueva fábrica para la producción automática de elementos de filtro en China, debido al bajo costo de mano de obra, pero siempre bajo los estándares internacionales de calidad.

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

Naresh y Malhotra (2008) afirman que:

“La Investigación de Mercados es la identificación, recopilación, análisis, difusión y uso, sistemático y objetivo de la información con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de marketing” (p. 7).

En este aspecto, para investigar el mercado objetivo se considera el análisis del producto a comercializar (filtros) en otros mercados de acuerdo a la partida arancelaria que se ha seleccionado para la importación del producto en el presente proyecto. Asimismo, vamos a tomar en cuenta los principales países que venden a las empresas de distintos países, el set de micro filtración y se analizará los principales países que compran este producto. Con toda la información que obtendremos vamos a establecer un mercado objetivo, cubriendo sus necesidades.



Tabla 13. Principales países exportadores mundiales de la partida arancelaria 8421.23 en miles de dólares americanos.

Exportadores	Valor exportado en el 2015	Valor exportado en el 2016	Valor exportado en el 2017	Valor exportado en el 2018	Valor exportado en el 2019
Alemania	11.878.725	11.690.853	12.393.223	13.476.120	13.810.817
Estados Unidos de América	9.498.870	8.777.822	9.266.917	10.298.702	10.437.578
China	5.396.258	5.862.854	6.531.474	6.858.362	8.794.458
Reino Unido	2.488.392	2.727.555	2.919.833	3.071.421	3.006.749
México	2.319.796	2.281.118	2.461.303	2.669.952	
Italia	2.125.966	2.148.712	2.434.061	2.623.903	2.538.910
Japón	2.057.990	2.284.194	2.376.411	2.613.748	2.552.188
Francia	2.475.312	2.628.893	2.548.357	2.562.464	2.676.102
Bélgica	1.573.583	1.687.113	1.869.974	1.992.200	1.927.665
Corea, República de	1.535.541	1.538.805	1.486.457	1.840.350	2.147.079

Fuente: Trade map

Según los datos de Trade map en la tabla 13, se puede observar los diez principales países que exportan productos de filtración identificados con la partida arancelaria 8421.23.00.00. Si bien es cierta China no está ubicado como uno de los principales exportadores de filtros, no deja de tener un valor considerado de exportación, tomando como referencia que el año pasado el acumulado de exportaciones fue 8.794.458 de dólares.

Tabla 14. Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Perú con la partida arancelaria 8421.23 (Aparatos de filtrar lubricantes o carburantes en los motores de encendido por chispa o compresión) en miles de dólares americanos.

Exportadores	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019
Estados Unidos de América	12818	11546	10977	11571	11273
China	3768	4284	5091	5365	5553
México	3703	5548	5405	4559	5307
Alemania	4059	4182	4979	4969	5052
Brasil	2404	1856	2967	2954	3300
Tailandia	1772	2457	1410	2354	2463
Corea, República de	2116	1785	2277	1656	1533
Indonesia	999	1039	1225	1397	1434
Japón	1910	1524	1432	1652	1251
Francia	694	625	656	701	1203

Fuente: Trade map

En la tabla 14 hemos recopilado los diez primeros países que proveen el producto de la partida arancelaria 8421.23 a otros países. Dentro de lo analizado, se ha decidido considerar a Estados Unidos de América, Alemania y China. Ello nos servirá para validar si es factible permitir el acceso para la importación de los sets de micro filtración.

Tabla 15. Criterios de selección de mercado.

N°	Criterios	EEUU	Alemania	China	Fuente
1	<b>Crecimiento del PIB</b>	2.9%	1.5%	6.6%	CIA
2	<b>Oferta de la partida</b>	10.437.578	13.810.817	8.794.458	Trade map
3	<b>Riesgo país (confianza)</b>	Situación económica interna: Regular/	Situación económica interna: Regular/	Situación económica interna: Favorable/	CESCE

		Situación política: Muy estable /Situación externa: Desfavorable	Situación política: Muy estable /Situación externa: Favorable	Situación política: Relativamente estable /Situación externa: Favorable	
4	<b>Barreras arancelarias Ad valorem</b>	0.00%	0.00%	0.00%	MACMAP
5	<b>Preferencias arancelarias</b>	0.00%	0.00%	0.00%	MACMAP
6	<b>Barreras no arancelarias</b>	Baja Exigencia	Baja exigencia	Baja exigencia	
7	<b>PIB 2018</b>	20,544 Billón	3,948 Billón	13,608 Billón	MACMAP
8	<b>PIB per cápita, PPA 2018</b>	\$63,690	\$54,560	\$18,170	CIA, B.M.
9	<b>Idioma</b>	Ingles	Alemán	Chino	CIA
10	<b>Estrategia de entrada</b>	Acuerdo de Promoción Comercial PERÚ-EE.UU.	Tratado de Libre Comercio entre el Perú y Unión Europea	Tratado de Libre Comercio entre el Perú y China	SIICEX
11	<b>Capacidad de Abastecimiento</b>	Mediana	Alta	Alta	

*Fuente: Trade Map*

En la tabla 15, se ha identificado criterios que nos van a ayudar a definir cuál será nuestro proveedor del set de micro filtración de aceite. Dentro de ellos estamos evaluando el aspecto político, económico y comercial para poder ver que tan accesible es el ingreso al mercado. Toda la información detallada es proveniente de fuente confiable.

Calificación: Rango de 0 (muy malo) – 5 (muy bueno)

*Tabla 16. Criterios de selección de mercado – Resultados.*

<b>Criterios</b>	<b>Nivel de importancia</b>	<b>EEU</b>	<b>Puntaje</b>	<b>Alemania</b>	<b>Puntaje</b>	<b>China</b>	<b>Puntaje</b>
<b>Crecimiento del PIB</b>	<b>9%</b>	3	0.28	2	0.19	5	1.40
<b>Oferta de la partida</b>	<b>9%</b>	3	0.28	5	0.47	2	0.19
<b>Riesgo país (confianza)</b>	<b>9%</b>	2	0.19	3	0.28	5	0.47
<b>Barreras arancelarias (Ad valorem)</b>	<b>11%</b>	4	0.45	4	0.45	4	0.45
<b>Preferencias arancelarias</b>	<b>8%</b>	3	0.25	3	0.25	3	0.25
<b>Barreras no arancelarias</b>	<b>8%</b>	3	0.25	3	0.25	3	0.25
<b>PIB 2017</b>	<b>8%</b>	5	0.42	1	0.08	3	0.25
<b>PIB per cápita, PPA 2018</b>	<b>8%</b>	5	0.42	3	0.25	1	0.08
<b>Idioma</b>	<b>7%</b>	4	0.26	2	0.13	1	0.07
<b>Estrategia de entrada</b>	<b>8%</b>	3	0.25	3	0.25	3	0.25
<b>Capacidad de Abastecimiento</b>	<b>12%</b>	3	0.36	5	0.61	5	0.61
<b>Total</b>	<b>100%</b>		<b>3.42</b>		<b>3.21</b>		<b>4.27</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

En la tabla 16, de acuerdo a los criterios analizados que son sumamente importantes para seleccionar nuestro país proveedor del kit de micro filtración. En este análisis se puede ver que China cuenta con mayor ponderación de acuerdo a los criterios que se ha colocado en base a la tabla 11, ponderando los datos desde 0 como muy malo a 5 como muy bueno. En conclusión, China tuvo el mayor puntaje y es adecuado para que ser determinado como el país proveedor.

### **3.2.1. Segmentación de mercado objetivo**

#### **3.2.1.1. Segmentación geográfica**

Debido a que la maquinaria pesada en el territorio nacional se encuentra distribuida de una manera uniforme a lo largo y ancho del Perú en proyectos de construcción, carreteros, hidrocarburos, gasíferos y mineros, el cliente se puede encontrar en cualquiera de los departamentos del país.

#### **3.2.1.2. Segmentación demográfica**

Demográficamente, el consumidor puede ser de cualquier sexo, en edad a partir de los 21 años y con estudios técnicos o universitarios superiores, puesto que el negocio que requiera el uso de maquinaria pesada tiene ciertas barreras de entrada que sugieren que el propietario o persona encargada que trabaja con equipos de más de un cuarto de millón de dólares, tenga cierta instrucción académica superior.

#### **3.2.1.3. Segmentación conductual**

El perfil del consumidor con relación al producto, se inclina hacia personas que tengan relación directa con trabajos que requieran uso de maquinaria pesada y sepan de los costos y gestión de este tipo de equipos. En tal sentido, los esfuerzos pueden ser concentrados en empresas constructoras con maquinaria propia, empresas de alquiler de maquinaria pesada, empresas de venta de maquinaria nueva y usada, empresas mineras, dueños de equipo pesado a menor escala y transportistas de mercadería o personas.

De acuerdo con la segmentación expuesta, el perfil del consumidor que busca la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C. es el de una persona que se encuentre en cualquier punto del país, de cualquier sexo y mayor a los 21 años de edad con instrucción académica superior y que esté directamente relacionado a trabajos que requieran el uso maquinaria pesada, asimismo que se le pueda explicar los beneficios que puede obtener al adquirir el producto por medio de la propuesta y ecuación de valor de la empresa.

#### **3.2.1.4. Segmentación psicográfica**

En la segmentación psicográfica, estaremos orientados a profesionales interesados en reducir costos y en aplicar mejora continua en el área donde se desempeñen y personas que se encuentren dentro del nivel socioeconómico A y B. Además, personas que suelen participar en ferias de minería y construcción.

En conclusión, durante el proceso de segmentación se ha indicado que la venta de los kits de micro filtración estará orientados a personas del nivel socioeconómico A y B y empresas del sector construcción, ubicados en proyectos a nivel nacional del Perú.

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

Para detallar el perfil del consumidor identificaremos primero a qué tipo de mercado va orientado nuestro producto y después de ello mencionar las características de los clientes de dicho mercado.

Los términos B2C y B2B se utilizan para distinguir los procesos de marketing de negocios que venden al consumidor final y los que se dirigen a las empresas. Estas dos tipologías del marketing empiezan sus estrategias definiendo el público objetivo y detectando cómo satisfacer sus necesidades para venderles un producto, diferente en cada caso. El B2C (Business to Consumer) y el B2B (Business to Business). El primero es el marketing hacia consumidores y el segundo el marketing entre empresas.

El proceso de marketing que se seguirá en el presente plan de negocios de la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C. es el B2B, debido a que está orientado a la industria.

A continuación, se mencionará las características del perfil del consumidor:

- Orientado a Hombres y Mujeres mayores de 21 años con instrucción profesional técnica superior, ubicados a lo largo y ancho del territorio nacional.
- Empresas que se encuentren en el rubro construcción y minería.
- Nuestro producto está orientado a pequeñas, medianas y grandes empresas.
- Está orientado a empresas que busquen la reducción de gastos de mantenimiento de sus equipos y optimización del nivel de vida del aceite lubricante.
- Tienen preferencia en implementar nuevos accesorios de optimización de rendimiento.
- Empresas que estén buscando un producto accesible en precio y que cumpla con sus expectativas y necesidades.

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

Para el presente trabajo se ha identificado a 1241 empresas, pertenecientes al sector minería y construcción, que serán nuestro mercado objetivo. Para llegar a nuestro mercado objetivo analizamos la cantidad de empresas según su actividad económica. Adicionalmente, detallamos que existen 213 que comercializan productos con la partida

arancelaria 842123 que es la partida que usaremos para importar nuestro producto, por ende, estas empresas serán competencia directa de PURIFIER IMPORT S.A.C.

Según Kotler (2004), afirma que “las empresas obtienen resultados óptimos cuando escogen con cuidado su mercado y meta” (p.5).

Nuestro mercado objetivo serán las MYPES y grandes empresas dedicadas a sector Construcción quienes requieran de nuestro producto para su aplicación en la maquinaria pesada que cuenten para extender la duración de vida del aceite y poder disminuir los gastos de mantenimiento de dichos equipos.

Para ello vamos a detallar la cantidad de empresas según su actividad económica para tener el número exacto de las empresas que serán nuestro objetivo de ventas y ver la cantidad de empresas en general según su organización jurídica.

*Tabla 17. Cantidad de empresas según su actividad económica.*

<b>Actividad económica</b>	<b>2019 IV Trim.</b>
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	123
Explotación de minas y canteras	107
Industrias manufactureras	2 327
Construcción	1 134
Venta y reparación de vehículos	728
Comercio al por mayor	4 228
Comercio al por menor	7 758
Transporte y almacenamiento	2 814
Actividades de alojamiento	105
Actividades de servicio de comidas y bebidas	2 141
Información y comunicaciones	545
Servicios prestados a empresas	3 011
Salones de belleza	692
Otros servicios 1/	4 159
<b>Total</b>	<b>29 872</b>

*Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Directorio Central de Empresas y Establecimientos.*

*Elaboración propia*

Según la tabla 17, vemos el total de las empresas peruanas clasificadas según su actividad económica y vemos que de acuerdo a su finalidad nos enfocaremos en

sector construcción y explotación de minas y canteras ya que son los sectores que cuentan con maquinaria pesada con un total de 1241 empresas que debemos de abarcar en ventas.

*Tabla 18. Cantidad de empresas según su organización jurídica.*

<b>Organización Jurídica</b>	<b>2019 IV Trim.</b>
Persona natural	17 021
Sociedad anónima 1/	7 414
Sociedad anónima 1/	249
Sociedad comercial de Resp. Ltda.	393
Empresa individual de Resp. Ltda	3 848
Asociaciones	488
Otros 2/	459
<b>Total</b>	<b>29 872</b>

*1/ Incluye sociedad anónima, sociedad anónima abierta y sociedad anónima cerrada.*

*2/ Incluye sociedad en comandita simple, sociedad en comandita por acciones, sociedad colectiva, fundaciones, cooperativas y otros.*

*Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Directorio Central de Empresas y Establecimientos.*

*Elaboración propia*

De acuerdo a la tabla 18 vemos la clasificación de las empresas según su organización jurídica con un total de 29 872 empresas peruanas. Esto nos ayuda a tener conocimiento de la coyuntura nacional de las empresas.

*Tabla 19. Principales empresas peruanas importadoras de la partica arancelarían 842123.*

<b>Nombre de la empresa</b>	<b>País</b>	<b>Ciudad</b>
A & M Industrial Sociedad Comercial De Responsabilidad Limitada - A&m Industrial Scrl	Perú	Ilo
A.G.V. GHERSI E.I.R.L.	Perú	Lima
ABEFIN E.I.R.L.	Perú	Lima
AGULSA E.I.R.L.	Perú	Callao



AJUSTES Y PRECISIONES MECANICAS S.R.L.	Perú	Lima
Alarcon Aguilar Vienrrich Daniel - Transportes Y Serv Alarcon	Perú	San Juan De Lurigancho
Aliaga Lavado Edinson Gumercindo - Mega Hydraulic System	Perú	Lima
Allpacca Quispe Vilma Concepcion - Artesanias Cristina	Perú	Lima
ALUMINIOS LUXON S.A. EN LIQUIDACION	Perú	Lima
ALVAREZ RIOS EDGAR	Perú	Magdalena Del Mar

*Fuente: Trade map*

En la tabla 19, vemos 10 principales empresas importadoras de la partida arancelaria de nuestro producto.

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

#### **3.3.1. Análisis de oferta**

##### **Oferta Mundial**

Dentro de la investigación y realizando este plan de negocios, hemos analizado diferentes aspectos que involucran a nuestro producto final como una oportunidad de negocio brindando beneficios que ayuden al cliente final.

Tabla 20. Principales países exportadores mundiales de la partida arancelaria 8421.23 en miles de dólares americanos.

Exportadores	Valor exportado en el 2015	Valor exportado en el 2016	Valor exportado en el 2017	Valor exportado en el 2018	Valor exportado en el 2019
Alemania	11.878.725	11.690.853	12.393.223	13.476.120	13.810.817
Estados Unidos de América	9.498.870	8.777.822	9.266.917	10.298.702	10.437.578
China	5.396.258	5.862.854	6.531.474	6.858.362	8.794.458
Reino Unido	2.488.392	2.727.555	2.919.833	3.071.421	3.006.749
México	2.319.796	2.281.118	2.461.303	2.669.952	
Italia	2.125.966	2.148.712	2.434.061	2.623.903	2.538.910
Japón	2.057.990	2.284.194	2.376.411	2.613.748	2.552.188
Francia	2.475.312	2.628.893	2.548.357	2.562.464	2.676.102
Bélgica	1.573.583	1.687.113	1.869.974	1.992.200	1.927.665
Corea, República de	1.535.541	1.538.805	1.486.457	1.840.350	2.147.079

Fuente: Trade map

En cuanto al análisis de la oferta, en la tabla 20, se muestra a los principales exportadores de la partida 842123, pero expresado en dólares en los años 2015, 2016, 2017, 2018 y 2019. Según la información que se observa en dicha tabla, la exportación a nivel global de los productos que corresponden a esta partida, en cual se observa el incremento por tonelada. Alemania, Estados Unidos lideran y China como países exportadores para los productos de esta partida y se observa que para los tres países el crecimiento de exportación ha ido en aumento durante los años 2018 y 2019.

Tabla 21.. Principales países exportadores mundiales de la partida arancelaria 8421.23 en cantidades.

Exportadores	2015	2016	2017	2018
China	0 0	833,882	927,229	958,691
Alemania	424,044	418,560	428,789	433,061
Italia	125,716	127,940	146,869	148,728
Bélgica	91,619	106,253	130,608	136,366
Corea	103,234	104,199	102,415	108,036
Austria	61,124	64,542	69,454	59,010

Republica checa	77,728	82,043	83,638	91,065
Francia	95,173	99,113	86,973	80,408
Japón	67,513	72,048	71,345	80,977
Taipei Chino	66,331	72,293	69,944	72,047

Fuente: Trade map

La tabla 21 nos detalla las cantidades de exportaciones que hicieron cada país. En este caso China representa con el País con mayor exportación durante los años 2016, 2017 y 2018, pero no es el primero en valor de exportación porque su producto es más barato que el de Alemania y Estados Unidos.

### 3.3.2. Análisis y cálculo de la demanda

En este aspecto, se ha analizado la demanda de nuestro producto en el nuestro mercado objetivo que es Lima metropolitana, el objetivo es medir las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado y como se puede hacer para lograr la satisfacción de nuestro mercado objetivo, este tipo de análisis depende de la investigación de indicadores económicos como el PBI y sociales como la demografía; en este aspecto ya se ha realizado el análisis respectivo por lo cual es que nosotros hemos decidido satisfacer las necesidades de las empresas del sector construcción y minería.

A continuación, se observan los principales países que exportan al mercado peruano los productos relacionados con la parita 842123 que es el grupo de partida arancelaria al cual pertenece los micro filtros.

*Tabla 22. Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Perú con la partida arancelaria 8421.23 (Aparatos de filtrar lubricantes o carburantes en los motores de encendido por chispa o compresión) en miles de dólares americanos.*

Exportadores	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019
Estados Unidos de América	12818	11546	10977	11571	11273
China	3768	4284	5091	5365	5553
México	3703	5548	5405	4559	5307
Alemania	4059	4182	4979	4969	5052
Brasil	2404	1856	2967	2954	3300

Tailandia	1772	2457	1410	2354	2463
Corea, República de	2116	1785	2277	1656	1533
Indonesia	999	1039	1225	1397	1434
Japón	1910	1524	1432	1652	1251
Francia	694	625	656	701	1203

*Fuente: Trade map*

De acuerdo a la tabla 22, podemos ver que Perú importa mayormente de Estados Unidos y que sobre todo China se encuentra como segundo proveedor de nuestros competidores.

*Tabla 23. Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Perú con la partida arancelaria 8421.23 (Aparatos de filtrar lubricantes o carburantes en los motores de encendido por chispa o compresión) en toneladas.*

Exportadores	2015	2016	2017	2018	2019
	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas
China	463	678	858	925	948
Estados Unidos de América	752	629	624	671	628
México	264	476	454	440	488
Alemania	339	324	381	371	398
Brasil	201	168	277	222	270
Indonesia	128	143	157	168	173
Corea, República de	213	176	234	149	126
Tailandia	93	106	72	115	120
India	40	52	72	131	103
Francia	34	32	36	48	59

*Fuente: Trade map*

En la tabla 23, evidentemente vemos que China lidera el grupo de fuerza exportadora de filtros al mercado peruano debido a sus bajos costos y su alta calidad que ha mejorado con el pasar de los años. En cantidades son comparadas principalmente en toneladas y nos brinda un mejor panorama comparativo contra las otras potencias productoras. Esto

nos ayuda mucho a PURIFIER IMPORT S.A.C. ya que es una empresa que recién está iniciando sus operaciones en el Perú.

### **Análisis de la demanda**

Para el análisis de la demanda, vamos utilizar los datos de importaciones de la partida arancelaria 8421.23 (Aparatos de filtrar lubricantes o carburantes en los motores de encendido por chispa o compresión), debido a que es la nomenclatura del producto que vamos a importar, para ello estamos considerando una proyección de 5 años, de esta manera sabremos la demanda que tendremos hasta el 2020.

Para calcular la proyección de la demanda de sistemas de filtración de fluidos para maquinaria, se utilizará el método de mínimos cuadrados.

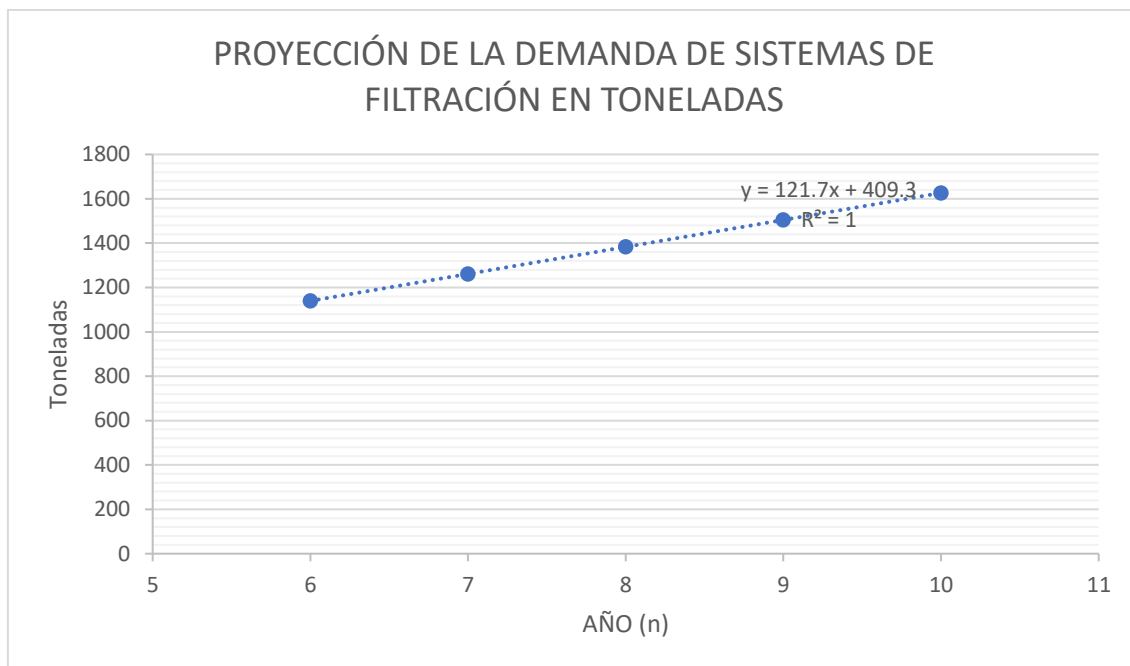
*Tabla 24. Demanda de importaciones de China del 2015 al 2019 de productos pertenecientes a la partida arancelaria 842123.*

	AÑO				
	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Cantidad importada, Toneladas</b>	463	678	858	925	948

*Fuente: Trade map*

Según la tabla 24, indica el histórico de la demanda de los últimos cinco años de la importación de productos de la partida arancelaria 842123, que evidentemente se incrementa anualmente, por lo que la proyección que más se adecua es la de regresión lineal. Además, mediante la aplicación del método de mínimos cuadrados se calcula la variable independiente a y la variable dependiente b; de modo que a través de la fórmula de proyección lineal  $Y=a+bx$  se pueda proyectar la demanda de los próximos cinco años.

*Figura 12. Proyección lineal.*



*Fuente: Elaboración propia.*

Tal como se verificar en la Figura 10, se ha utilizado una proyección lineal, tomando en cuenta el resultado, que el coeficiente de correlación R<sup>2</sup> es mayor a 0.98, por lo tanto podemos decir que la proyección es confiable.

Para la aplicación del método de mínimos cuadrados, se utiliza la siguiente tabla ordenada lógicamente.

*Tabla 25. Aplicación del método de mínimos cuadrados.*

<b>X</b>	<b>X'</b>	<b>Y</b>	<b>X'Y</b>	<b>X<sup>2</sup></b>
2015	1	463	463	1
2016	2	678	1356	4
2017	3	858	2574	9
2018	4	925	3700	16
2019	5	948	4740	25
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>3872</b>	<b>12833</b>	<b>55</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

Con los datos tabulados, se procede a realizar los cálculos de regresión lineal para poder obtener la función lineal que determine la tendencia de la demanda.

$$A = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2} ; \quad B = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

Figura 11. Fórmula de regresión lineal.

Una vez resueltas las ecuaciones de regresión lineal, se observan las siguientes variables:

Tabla 26. Cálculo de las variables a y b.

<b>A</b>	409.3
<b>B</b>	121.7

Con la información calculada en la tabla anterior y aplicando la fórmula de proyección lineal se ha calculado la proyección de los próximos cinco años; en la tabla 21 se observa el análisis realizado donde se verifica la proyección para cada año.

Con las variables ya definidas, se obtiene la función lineal específica para la demanda de los filtros durante los últimos 5 años.

Tabla 27. Formula de Proyección.

<b>Y=A+BX</b>
Y=409.3+121.7X

Con la fórmula ya definida, se puede calcular la tendencia de la demanda de filtros en toneladas para los siguientes cinco años.

Tabla 28. Proyección de demanda en cantidades.

	AÑO				
	2021	2022	2023	2024	2025
Cantidad importada	1140	1262	1383	1505	1627

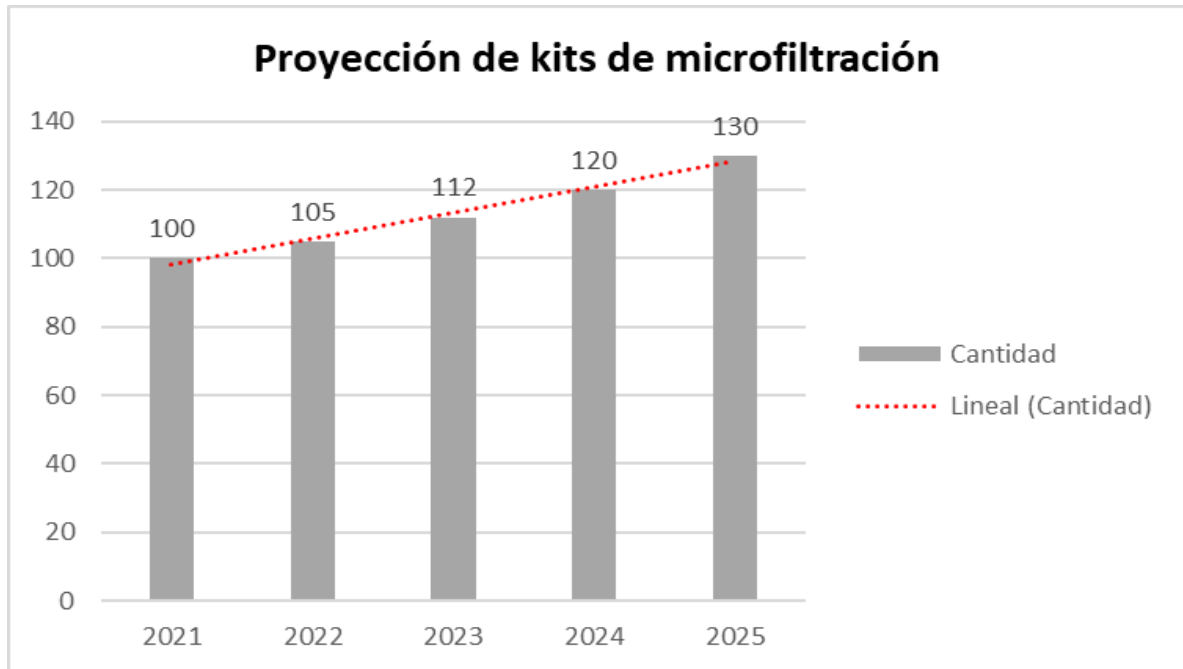
Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 28, podemos observar que en el primer año vamos a tener una demanda de

1140 toneladas de kits de micro filtración que lo tomaremos como referencia al momento de la decisión de compra para poder tener un stock para satisfacer la demanda de nuestro producto en los futuros años.

En el caso de PURIFIER IMPORT SAC. La proyección de productos a importar será la siguiente:

*Figura 13. Proyección de Kits de micro filtración.*



*Fuente: Elaboración propia.*

En la figura 13 muestra la cantidad de filtros que importaremos en nuestro plan de negocios con una proyección a 5 años, tomando como referencia que la proyección de la demanda de filtros es creciente año tras año y de igual manera lo hacemos con nuestra importación empezaremos con 100 kits y se estima que para el quinto año vendamos 130 kits.



### 3.3.3. Análisis de competitividad y benchmark

Para el análisis de la competencia se debe evaluar la relación a nuestro producto y realizar un análisis comparativo de nuestros principales competidores, cabe señalar que se ha identificado que para nuestro producto existen 213 empresas que importan productos con la partida arancelaria 842123 el cual son considerados como competencia directa, pero dentro de ese grupo solo se ha identificado que existe 1 empresa llamada ADEMIN que comercializa los kits de microfiltración, muy similares a los que va a comercializar PURIFIER IMPORT S.A.C., la única diferencia es la procedencia que la de ellos Inglesa y la nuestra es China. Por ende, el precio de ellos es mayor al nuestro.

Tabla 29. Análisis de compra de los últimos 3 años de la empresa ADEMIN S.A.C.

PAÍS	VALOR CIF 2018	VALOR CIF 2019	VALOR CIF 2020	Total general
ARGENTINA			\$ 2,942.59	\$ 2,942.59
CANADA	\$ 11,828.58	\$ 33,830.50		\$ 45,659.08
CHINA	\$ 115,931.90	\$ 30,327.90	\$ 214,366.12	\$ 360,625.92
CZECH REPUBLIC	\$ 8,246.24			\$ 8,246.24
GERMANY	\$ 9,782.92	\$ 19,880.00		\$ 29,662.92
INDIA			\$ 1,340.00	\$ 1,340.00
JAPAN		\$ 55.41		\$ 55.41
KOREA, REPUBLIC OF		\$ 2,569.12		\$ 2,569.12
MEXICO		\$ 4,021.21		\$ 4,021.21
PHILIPPINES		\$ 1,833.55		\$ 1,833.55
RUSSIAN FEDERATION		\$ 13,689.00	\$ 1,189.80	\$ 14,878.80
SWEDEN	\$ 22,990.02	\$ 52,601.80	\$ 7,792.66	\$ 83,384.48
UKRAINE			\$ 2,561.36	\$ 2,561.36
UNITED KINGDOM	\$ 108,066.58	\$ 82,232.50	\$ 10,474.47	\$ 200,773.55

UNITED STATES	\$ 146,143.55	\$ 401,423.91	\$ 273,113.74	\$ 820,681.20
<b>Total general</b>	<b>\$ 422,989.79</b>	<b>\$ 642,464.90</b>	<b>\$ 513,780.74</b>	<b>\$ 1,579,235.43</b>

*Fuente: Sunat*

*Elaboración Propia*

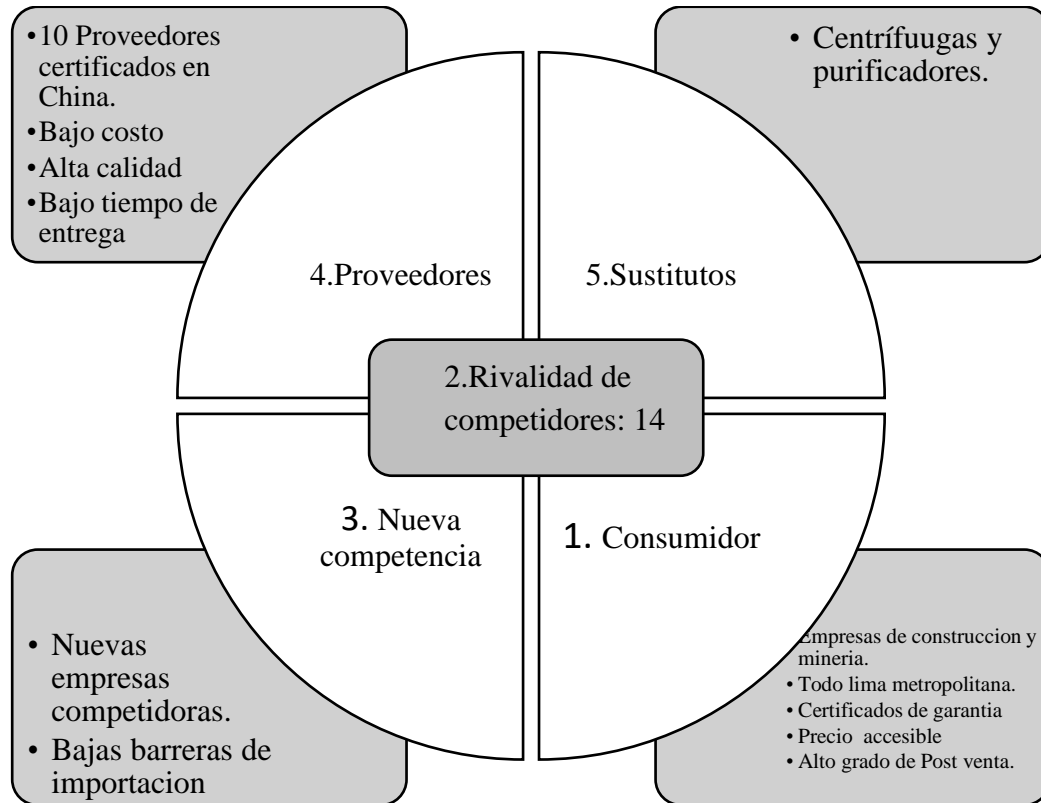
El análisis de la competencia de ADEMIN S.A.C., demuestra que se esta creciendo año tras año ya que todos los productos que comercializa son de importación, además cuentan con un gran capital de negocio y por el momento son los únicos comercializadores de los kits de microfiltración.

A través del benchmarking la empresa realizara un análisis externo para conocer las nuevas tendencias y procesos que está realizando la competencia que lidera el mercado, con la finalidad de mejorar y aplicarlas o mejorarlas internamente en la empresa. Logrando así un alto nivel de competitividad.

Porter (1982) indica que:

“La esencia de la formulación de una estrategia competitiva consiste en relacionar a una empresa con su medio ambiente. Aunque el entorno relevante es muy amplio y abarca tanto fuerzas sociales como económicas, el aspecto clave del entorno de la empresa es el sector o sectores industriales en los cuales compiten” (p.21).

Figura 14. 5 fuerzas de Porter.



Fuente: Elaboración propia

### Fuerza 1: Poder de Negociación con Clientes

Los clientes son empresas que según su actividad económica pertenecen al sector construcción y minería y que están ubicados potencialmente en Lima Metropolitana. El producto cubre las necesidades de los clientes como: un producto que le entregue un certificado de garantía del producto, un precio accesible al consumidor y con un alto grado de soporte de Post venta. La empresa no tiene una marca posicionada, por lo que deben demostrar que no solo el producto es bueno, que contamos con un equipo especializado que capacitará y captará a potenciales clientes. Están dispuestos a utilizar el producto para poder iniciarse en la venta de artículos sublimados y comenzar un negocio novedoso y rentable.

### Fuerza 2: Rivalidad de competidores

Analizando el mercado actual, existen principalmente 14 proveedores en el mercado de Lima con productos sustitutos. Ante ello, la estrategia de venta a utilizar es por internet,

y presencial, ubicado en la zona de San Juan de Miraflores. Se buscará la diferenciación con calidad del producto, servicio post venta y con un precio accesible muy por debajo de los competidores que ya se encuentran en el mercado actualmente.

### **Fuerza 3: Nueva competencia**

El producto no tiene barreras de ingreso al mercado nacional, por lo que puede ser importado por nuevos competidores en cualquier momento. Ante esto se desea lograr un contrato de exclusividad, con un pedido mínimo de 200 unidades al año, estableciendo un precio costo estable. Perú ofrece buen clima para hacer negocios, por lo que el valor agregado es compartir los mismos gustos con los clientes, para diferenciarnos de ellos. El costo total del producto puesto en el mercado nacional, no es alto, pero no es de fácil acceso para la mayoría de personas, además que no cuentan con las ventajas de contactos y tarifas especiales por parte de los miembros de la cadena logística.

### **Fuerza 4: Proveedores**

Actualmente se está negociando con dos proveedores de China, el primero es Xixiang Lifeierte Filter Corp.,Ltd y el segundo es Xixiang Aike Filter Manufacture Co., Ltd. quienes ofrecen sus productos en precios similares. El contacto ha sido por vía email y teléfono, inclinándonos por uno de ellos, quien tiene menor tiempo de respuesta y el costo es mejor. Ambos tienen la capacidad de cumplir con los requisitos exigidos, como logo, etiquetado, marcado y rotulado.

Por ello tras un análisis de homologación trabajaremos con la empresa Xixiang Lifeierte Filter Corp.,Ltd.

### **Fuerza 5: Sustitutos**

Finalmente, nuestro producto puede ser sustituido por centrifugas y purificadores que cumplen la misma función, pero no obtiene las mismas ventajas y capacidad para realizar diversidad de trabajos.

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

Como se ha indicado, el proveedor que comercializa el kit de microfiltración de aceite y está ubicado en China. Con dicho proveedor se ha ido negociando precios hasta finalmente establecer una política comercial de compra que busca optimizar el precio que nos oferta, esto según el volumen de compra por parte de PURIFIER IMPORT

S.A.C. . La principal intención de esta política es poder incrementar las ventas locales y la participación dentro del mercado nacional.

Al ser un proveedor internacional, el precio de venta debe estar amparado en una regla Incoterms, que en este caso será FOB; por lo que se debe calcular el costo de importación desde el pick up del local del proveedor hasta las oficinas de la empresa, teniendo como base el costo del producto ofrecido por el proveedor.

Para el cálculo del costo de importación o factor de importación, se deben considerar varios puntos importantes como: precio ofrecido por el proveedor, costo de traslado interno en origen, costo de trámites de despacho desde origen, costo del flete aéreo o marítimo, costo de seguro de la carga, costos operativos o de nacionalización en almacén extra portuarios costos logísticos, costos de Aduanas, costo de flete interno en destino. Todos estos costos serán negociados con los diferentes agentes que participan en el proceso hasta llegar al costo final puesto en nuestro almacén; costo al que se le debe agregar el margen de ganancia establecido.

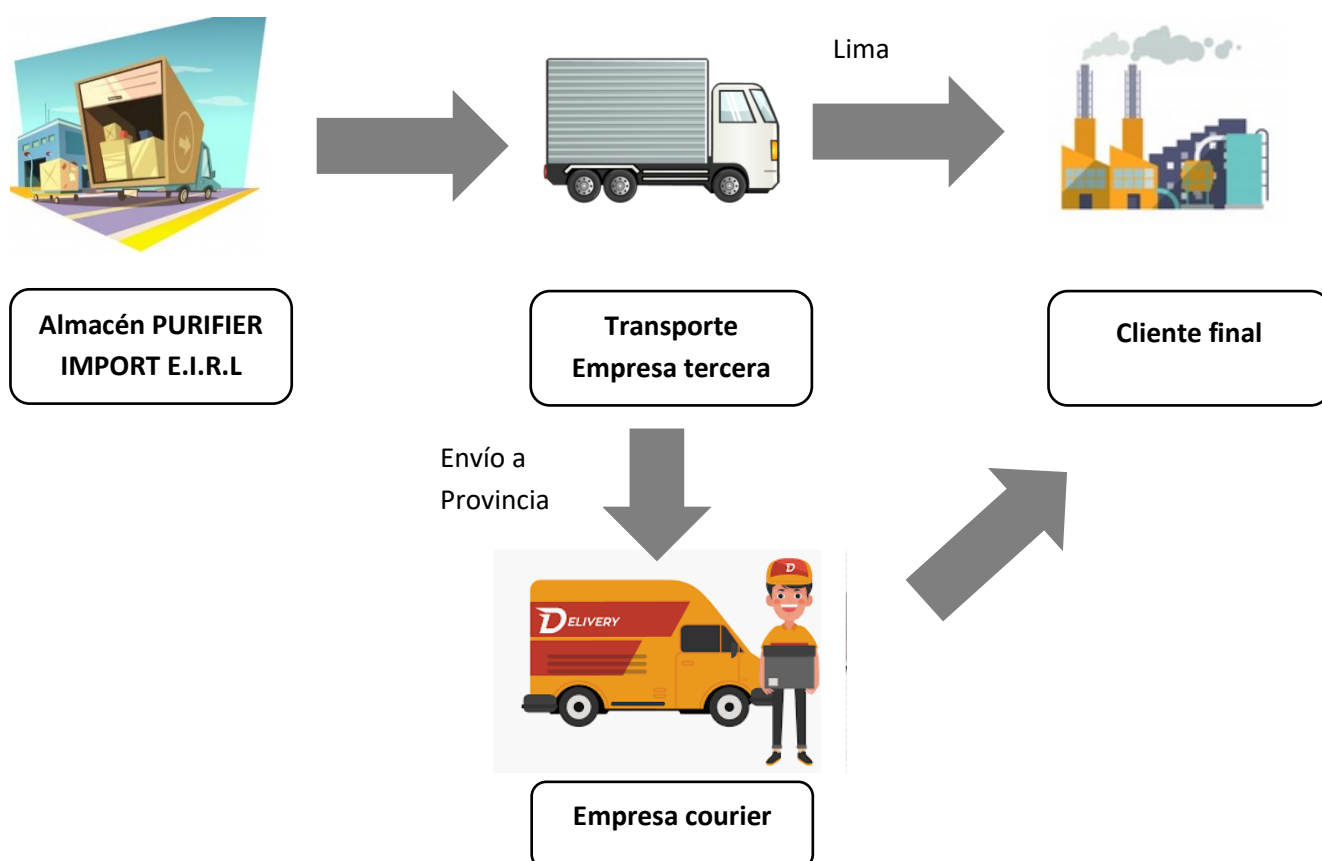
### **3.3.5. Análisis y determinación de formas de distribución**

El tema de distribución es uno de los más importantes dentro de la cadena de suministro, debido a que es el punto medio entre la empresa y el consumidor; y es mediante el cual se debe asegurar que dichos productos lleguen en buenas condiciones al lugar designado, en el tiempo estimado para su uso y al menor costo posible.

La empresa PURIFIER IMPORT S.A.C. ha decidido contratar a una empresa tercera para que realice la distribución del producto de nuestro almacén al cliente final, ya que el precio es más competitivo y se asume menos riesgo.

En el caso que el cliente requiera que se haga la entrega fuera de Lima Metropolitana, será hará el envío vía Olva Courier o cualquiera agencia que el cliente lo sugiera.

Figura 15. Distribución de entrega de los productos de PURIFIER IMPORT S.A.C.



Fuente: Elaboración propia.

La figura 15 nos detalla el proceso de distribución de nuestro producto al cliente final. Iniciando del alistamiento del producto de nuestro almacén y el transporte tercero con destino al punto de entrega que detalla el cliente a nivel de Lima. Así mismo, se detalla que en el caso que cliente necesite que el producto sea entregado en provincia se hará el envío mediante un Courier que nos garantice la entrega de nuestro producto en perfectas condiciones.

### 3.3.6. Análisis del entorno

Para el análisis del entorno se debe considerar que existen dos dimensiones del

entorno empresarial, el macro y el micro entorno. El primero se refiere a las fuerzas que a nivel macro tienen y/o pueden generar influencia en el comportamiento de la empresa; estas podrían ser las fuerzas de carácter económico, social, político, cultural, etc. Para el segundo se habla de un ambiente más reducido y que se basa en el estudio de las fuerzas que influyen en el comportamiento del sector donde se desarrolla una empresa.

A continuación, el análisis macro y micro realizado para la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C.

### 3.3.6.1. Macro ambiente

Tabla 30. Análisis de la dimensión política de Perú.

<b>Dimensión Política</b>	
Estabilidad Política	<p>Con la renuncia por corrupción del presidente Pedro Pablo Kuczynski en marzo del 2018, en el Perú se desató una crisis política en el seno de la clase dominante y los sectores oligárquicos en el Perú caracterizada por la disputa en el control del aparato del Estado.</p> <p>El primer paso para la solución de esta crisis, se dio con el destape de la podredumbre vinculada a la empresa Odebrecht, el encarcelamiento de varios integrantes de la mafia de Los cuellos blancos vinculadas al fujiaprismo que controlaban el poder judicial y el ministerio público. El segundo, fue el cierre del Congreso el 30 de setiembre del 2019 y tercero, el encarcelamiento de Keiko Fujimori.</p> <p>Finalmente, el presidente actual Martin Vizcarra viene cumpliendo sus funciones presidenciales prevaleciendo el sector salud frente a la pandemia COVID – 19.</p>
Estabilidad Normas Laborales	<p>Debido a la situación actual el gobierno peruano ha decretado las siguientes medidas laborales frente a la pandemia COVID- 19 :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Disposiciones excepcionales durante la vigencia de la emergencia sanitaria aplicables para los trabajadores que cuenten con beneficio de CTS.</li> <li>• Suspensión temporal y excepcional del aporte previsional en el Sistema Privado de Pensiones.</li> <li>• Seguro de Invalidez y Sobrevivencia Colectivo.</li> <li>• Acceso a otros beneficios en el SPP.</li> <li>• Subsidio para el pago de planilla de empleadores del sector privado orientado a la preservación del empleo.</li> </ul>

Política de impuestos	La UIT estipulada para el 2020 es equivalente a s/. 4,300.
Gobernabilidad Democrática	La actual constitución establece un régimen republicano, democrático y social, el presidente es elegido por sufragio universal, por un periodo de 5 años, sin posibilidad de reelección en la siguiente convocatoria.

*Fuente: Elaboración propia.*

La tabla 30 muestra situación política en la actualidad que no está en su mejor momento pese a la pandemia COVID -19.

*Tabla 31. Análisis de la dimensión Económica de Perú.*

<b>Dimensión Económica</b>	
Aumento de gasto de infraestructura	<p>En el Año 2019, el Perú se ha propuesto realizar mejoras de infraestructura en los siguientes sectores:</p> <p><b>Minedu</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Colegios de alto rendimiento (COAR)</li> <li>• Institutos de excelencia (IDEX)</li> <li>• Colegios en riesgo</li> </ul> <p><b>Minsa y EsSalud</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Respecto a Minsa, se priorizó el proyecto integral en el Hospital Cayetano Heredia que incluye la construcción de un nuevo hospital, el equipamiento de este y la operación de los servicios generales no hospitalarios bajo modalidad APP.</li> <li>• Respecto a EsSalud se priorizó en Lima el Hospital II de Ate Vitarte junto con la Torre Trecca. Asimismo, en la región de Cajamarca, se señala al Hospital Especializado que beneficiará a más de 180 mil asegurados en la zona de influencia.</li> </ul> <p><b>Minagri</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El fraccionamiento de la tierra y las condiciones geográficas han hecho que miles de productores se encuentren fuera del acceso a mercados y produzcan en condiciones muy difíciles que hacen casi imposible alcanzar un nivel de competitividad</li> </ul>



	deseado. Por ello, el riego se convierte en una pieza clave para lograr una transformación de la agricultura familiar. Con miras a un futuro cercano, el Ministerio de Agricultura y Riego. busca poder elaborar un plan de infraestructura de riego que oriente la inversión del sector.
Consumo de hogares	El consumo de los hogares del país en el 2019 versus el 2018 solo logró crecer en valor en 0.5%.
Crecimiento del PBI	La tasa de crecimiento del producto bruto interno (PBI) sería de 2.3% en el 2019 y se proyecta un crecimiento del 4% para el 2020 antes de caer en la coyuntura del COVID-19.
Inflación	En 2019 Perú registró una inflación de 1,9%, inferior al 2,19% de 2018 Y Perú registró una inflación de 0,05% en el primer mes de 2020.
Ingreso Per Cápita	El PIB per cápita del 2018 es de \$ 6941,2

*Fuente: Elaboración propia.*

La tabla 31 muestra la estabilidad económica a inicios de año mas no después de la crisis económica que vienen enfrentando todo el mundo que se inició el 15 de Marzo en nuestro país originado por la pandemia COVID- 19.

*Tabla 32. Análisis de la dimensión Social de Perú.*

<b>DIMENSIÓN SOCIAL</b>	
Crecimiento de la población	De acuerdo con la información más actualizada del INEI con los últimos censos, registros de nacimientos y decesos, el Perú es un país con 33 050 325 habitantes (6to a nivel sudamericano) a una tasa de crecimiento del 1.1% anual, la cual ha mostrado una tendencia descendente en los últimos 50 años, no obstante la densidad poblacional sí ha incrementado notablemente hasta los 24 habit./km <sup>2</sup> . En cuanto a la distribución de la población, el 58% habita la costa, el 28.1%; la sierra y el 13.9% la selva. analizando de acuerdo con el pasar de los años, se ha dado un incremento de la población de la costa en 3.4 puntos porcentuales y la disminución de la concentración en la sierra en 3.9%, lo cual indica un incremento en la migración del campo a la ciudad. En cuanto a la estadística por género, el 49.2% son varones, mientras que el 50.8%, mujeres.

Calidad de vida	De acuerdo con la OECD (2017), el aumento de la clase media es sin duda uno de los grandes logros del Perú, pero ha traído también nuevas vulnerabilidades, así como una creciente demanda por servicios públicos de calidad y mejores empleos. El diseño de un plan nacional de transporte como paso fundamental para establecer prioridades políticas en este ámbito. Este plan debería estar en consonancia con prioridades más amplias para la economía y para mejorar la calidad de vida de la población.
Consumidor	De acuerdo con un estudio publicado por el diario El Peruano (2019), La creciente ola de nuevas tecnologías convierte al consumidor peruano en un comprador más acucioso, pues estas le permiten estar más informados, lo que genera nuevos hábitos de compra. Compra basándose en lo que investiga en internet. El internet y los diferentes aparatos tecnológicos ganan terreno, pues el 94% de los consumidores peruanos compran algún producto basado en lo que investiga en internet: mientras que el 50% consulta información en sus smartphones recién cuando está en la tienda, reveló un estudio hecho por Kantar TNS. El consumidor peruano es uno de los más exigentes en la región, debido a que está más informado; por lo tanto, está más abierto a nuevos productos.

*Fuente: Elaboración propia.*

La tabla 32. muestra que la tasa de crecimiento está desacelerando y que la gran mayoría de peruanos residen en la capital de Perú.

*Tabla 33. Análisis dimensión tecnológica.*

<b>DIMENSIÓN TECNOLÓGICA</b>	
Actualidad	De acuerdo con el estudio multidimensional de la OECD (2017), se presenta una oportunidad para que el Perú prospere en una futura revolución tecnológica. Mediante la anticipación de esta tendencia global y la inversión en investigación y desarrollo, así como también en las competencias necesarias, el Perú podría aprovechar este cambio global para posicionarse como un actor líder en la región y destino de inversión.

Comercio digital	De acuerdo con la Cámara de Comercio de Lima (CCL), quien sostiene que cerca de 6 millones de peruanos realizan compras por internet, estimulados en gran parte por promociones, descuentos, paquetes y distintos incentivos online. Esto ha originado que el mercado nacional crezca alrededor de un 10% durante el último año.
Internet	En los últimos años el acceso a internet ha tenido un progreso interesante en Perú; sin embargo, el porcentaje de penetración aún es menor que en el resto de América Latina, según el estudio Global Entertainment & Media Outlook, elaborado por PwC. De acuerdo a los resultados, el mercado de acceso a internet en el Perú tendrá un crecimiento anual de 5.2% para 2023, aproximadamente un punto porcentual menos que el promedio regional; mientras que Chile lideraría el crecimiento con una tasa de 7.42%, seguido muy de cerca por Argentina con 7.4%.

*Fuente: Elaboración propia.*

Según la tabla 33. nos informa que el Perú está creciendo tecnológicamente ya que actualmente la mayoría de peruanos realizan compras por internet así mismo el acceso a internet ha ido incrementando.

### **3.3.6.2. Micro ambiente**

Para analizar el micro ambiente de la empresa realizaremos el análisis FODA, que se define como una técnica de planeación estratégica, que mediante el desarrollo de un estudio de la situación interna y externa que tiene actualmente una organización, permite obtener un diagnóstico claro y preciso; que ayuda a establecer un conjunto de estrategias, decisiones o actividades que se deben realizar para alcanzar los objetivos propuestos.

El análisis está estructurado en dos partes:

- Análisis interno; se detallarán las fortalezas u debilidades de la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C.
- Análisis externo; se detallarán las oportunidades y amenazas de la empresa.

#### **Análisis Interno**

Como se ha mencionado para el análisis interno se deben considerar las fuerzas o fortalezas y debilidades o limitaciones con las que cuenta una empresa, y serían todas las capacidades, habilidades, recursos con los que cuenta o no la empresa.

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

Tabla 34. Matriz de factores Internos.

<b>FORTALEZAS</b>	<b>Peso</b>	<b>Valor</b>	<b>Ponderación</b>
Fuerza comercial	0.05	4	0.20
Buena calidad del producto	0.15	4	0.60
Personal especializado	0.05	4	0.20
Precios accesibles	0.2	5	1.00
Soporte técnico permanente	0.05	3	0.15
Servicio personalizado al cliente	0.03	4	0.12
Garantía por 1 año	0.04	2.5	0.10
Instalación gratis del producto	0.02	4	0.08
Alianza estratégica con el proveedor	0.02	4	0.08
Bajo costo de inventario	0.02	3	0.06
Local propio	0.05	5	0.25
<b>SUB TOTAL</b>	<b>0.68</b>		<b>2.84</b>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>Peso</b>	<b>Valor</b>	<b>Ponderación</b>
Corto historial crediticio	0.07	3	0.21
Deudas del negocio	0.1	4	0.4
Pocos ingresos inicialmente	0.1	2	0.2
Empresa nueva y sin experiencia en el mercado.	0.05	3	0.15
<b>SUB TOTAL</b>	<b>0.32</b>		<b>0.96</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>		<b>3.80</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 35. Matriz de factores Externos.

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

<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>Peso</b>	<b>Valor</b>	<b>Ponderación</b>
Nuevos canales de venta	0.10	4	0.40
Negociación con el proveedor	0.05	2	0.10
País con alta actividad del sector construcción y minero	0.2	4	0.80
Incremento del E-commerce	0.05	4	0.20

TLC con China	0.2	5	1.00
<b>SUB TOTAL</b>	<b>0.60</b>		<b>2.50</b>
<b>AMENAZAS</b>	<b>Peso</b>	<b>Valor</b>	<b>Ponderación</b>
Variación del costo del producto	0.05	2	0.1
Posibilidad de entrada de nuevos competidores	0.2	5	1
Paradigmas sobre la calidad China	0.1	4	0.4
Aparición de productos sustitutos	0.05	2	0.1
<b>SUB TOTAL</b>	<b>0.4</b>		<b>1.6</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>		<b>4.10</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

En la tabla 35, se muestra el análisis realizado para los puntos antes evaluados. Esta tabla resumen se elaboró luego de la evaluación del análisis interno y externo que se hizo para la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C. o que permitió estructurar el análisis FODA cruzado, donde los cuatro factores internos y externos se evalúan y se relacionan para establecer una serie de estrategias que deben beneficiar el futuro organizacional.

Entre las estrategias que se formulan están las estrategias FO (fortalezas y oportunidades), estrategias DO (debilidades y oportunidades), estrategias PA (fortalezas y amenazas) y las estrategias DA (debilidades y amenazas).

*Tabla 36. Matriz FODA.*

<b>Factores Internos</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	1.Precios accesibles.	1. Corto historial crediticio.
	2.Buena calidad del producto.	2.Pocos ingresos inicialmente.
	3. Alianza estratégica con el proveedor.	3. Empresa nueva y sin experiencia en el mercado.
<b>Factores Externos</b>		
<b>Oportunidades</b>	<b>Estrategias FO</b>	<b>Estrategias DO</b>
1. TLC con China.	1.Buscar los mejores precios, beneficios y	1.Aprovechar las bajas tasas de aranceles de

<p>2. Nuevos canales de venta.</p> <p>3. País con alta actividad del sector construcción y minero.</p>	<p>descuentos gracias a la alianza estratégica que tendremos con el proveedor y el TLC con China que nos respalda. (F3, O1)</p> <p>2.Aprovechar el costo accesible de los microfiltros para ofrecerlos en varios canales de venta aprovechar haciendo valer una diferenciación con la competencia por el bajo precio del producto que ofreceremos. (F1, O2)</p> <p>3.Aprovechar la buena calidad del producto para ofrecerla a los clientes del sector construcción y minero para disminuir sus gastos de mantenimiento de sus equipos. (F2,O3)</p>	<p>importación para poder trabajar con capital propio inicialmente ya que la empresa cuenta con un corto historial crediticio. (D1, O1)</p> <p>2.Incrementar los ingresos permanentemente mediante la diversificación de canales de venta. (D2, O2)</p> <p>3.Aprovechar la alta demanda de clientes con maquinaria pesada para poder penetrar el mercado y ganar una posición en el mercado. (D3,O3)</p>
<b>Amenazas</b>	<b>Estrategias FA</b>	<b>Estrategias DA</b>
<p>1. Posibilidad de entrada de nuevos competidores.</p> <p>2. Paradigmas sobre la calidad China.</p> <p>3. Variación del costo del producto.</p>	<p>1.Aprovechar el bajo costo del producto para tener un margen que pueda respaldar una posible variación el costo del producto por algún imprevisto. (F1, A3)</p> <p>2.Demostrar mediante pruebas la buena calidad del producto y poder romper los paradigmas de que todo el producto chino es malo. (F2, A2)</p>	<p>1.Estructurar una alianza con bancos y cooperativas para poder mejorar el historial crediticio y nos puedan dar liquidez ante una posible alza en el costo del producto. (D1, A3)</p> <p>2.Crear una estrategia publicitaria mediante las redes sociales para dar a conocer a los potenciales clientes que los productos chinos también son de</p>

	<p>3.Reducir la probabilidad de entrada de nuevos competidores aprovechando la exclusividad que nos da el proveedor gracias a la alianza estratégica acordada. (F3, A1)</p>	<p>buena calidad y de esta manera romper el paradigma de algunos usuarios. (D3, A2)</p>
--	---	---

*Fuente: Elaboración propia.*

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

Las estrategias de marketing son las acciones que debe realizar toda empresa para lograr un determinado objetivo de marketing. El diseño de estas estrategias dependerá de una definición y análisis previo que ayude a satisfacer las necesidades o aprovechar las características del mercado objetivo (Universidad de Sonora, 2016).

A continuación, se presentan una serie de estrategias que se aplicarán para el presente proyecto.

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

Para el presente plan de negocios, usaremos una estrategia de concentración ya que satisface adecuadamente las necesidades de nuestro mercado objetivo que son empresas o personas que tengan maquinaria pesada y que se encuentran en el sector minería y construcción a pesar que es muy arriesgada ya que en estos tiempos de incertidumbre.

Hoy en día, la segmentación de mercado objetivo es imprescindible para poder definir una buena estrategia empresarial y llevar con éxito nuestro producto al mercado. Las estrategias de segmentación de mercado nos permiten conocer al máximo a nuestro consumidor para poder llegar a él de la forma más efectiva.

Una vez que hemos hecho el análisis de segmentación de mercado, y conocer las variables de la segmentación como: demográfico, psicográfico, conductual y geográfico que nos permitieron lo siguiente:

- Conocer mejor las necesidades de nuestros clientes
- Aumenta la probabilidad de satisfacer las necesidades y gustos de nuestros clientes
- Conocer mejor su ubicación

- Conocer sus preferencia y rutinas

Posteriormente tenemos que identificar la estrategia de segmentación que vamos a utilizar. A continuación, se detallará cada tipo de estrategias de segmentación y así poder elegir a cuál se adecua a nuestro plan de negocios.

*Tabla 37. Estrategias de segmentación.*

<b>ESTRATEGIAS DE SEGMENTACION</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<b>Estrategia indiferenciada</b>	Se da cuando una empresa a pesar de conocer los distintos segmentos de su mercado decide no enfocarse en ninguno de ellos. Por tanto, la organización prefiere tener un enfoque comercial masivo.
<b>Estrategia de diferenciación</b>	Se produce cuando la empresa identifica y selecciona dos o más segmentos específicos de mercado. Para cada segmento puede desarrollar un producto diferente o una campaña de marketing distinta.
<b>Estrategia concentrada o de concentración</b>	Se dirige únicamente con una sola oferta a aquellos segmentos que demanden dicha oferta, evitaremos distribuir nuestros esfuerzos en otros segmentos. Lo bueno de esta estrategia es que nos vamos a poder adaptar a las necesidades de cada consumidor.

*Fuente: Elaboración propia.*

### **3.4.2. Estrategias de posicionamiento**

La estrategia de posicionamiento es un proceso mediante el cual se desarrolla una estrategia que tiene como objetivo llevar nuestra marca, empresa o producto desde su imagen actual a la imagen que deseamos. Si bien es cierto, PURIFER IMPORT S.A.C. comercializará kits de micro filtración de aceite para maquinarias pesadas bajo la marca de nuestro proveedor que es TRIPLE R.



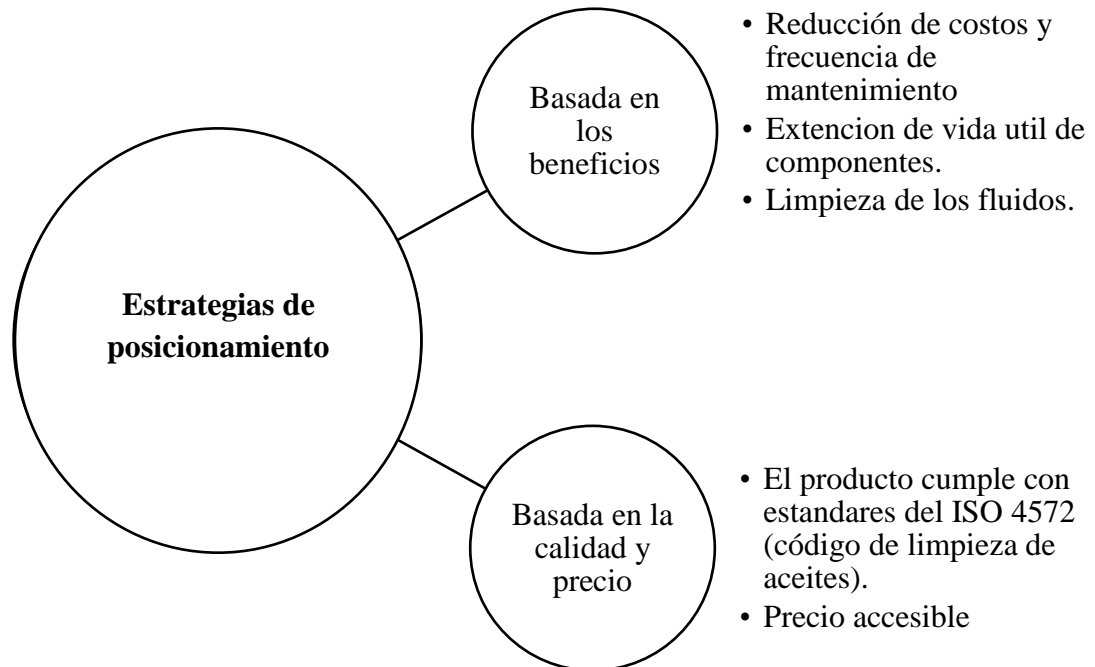


Cuando llevamos a cabo nuestra estrategia de posicionamiento, es recomendable tener en cuenta los siguientes factores:

- La diferenciación es un factor importante dentro del posicionamiento de TRIPLE R, ya que brindara instalación y un servicio post venta diferente a las demás empresas con soporte técnico gratuito.
- El posicionamiento de TRIPLE R proporcionará beneficios que sean relevantes para el consumidor, como calidad y precio.
- Es importante posibilitar la integración de la estrategia de posicionamiento dentro de la comunicación de nuestra empresa.
- El posicionamiento de TRIPLE R debe entenderse como un proceso de perfeccionamiento de nuestra marca, incremento de nuestro valor añadido y búsqueda de ventajas competitivas.

El presente plan de negocios, optará por las siguientes estrategias de posicionamiento para nuestra marca TRIPLE R en el mercado peruano.

Figura 16. Estrategias de posicionamiento.



Fuente: Elaboración propia

La estrategia de posicionamiento basada en beneficios, pretende posicionar los kits de micro filtración en la mente de los consumidores resaltando los beneficios como la reducción de costos y frecuente de manteamiento, la extensión de vida útil de los componentes de la maquinaria y la limpieza de los fluidos.

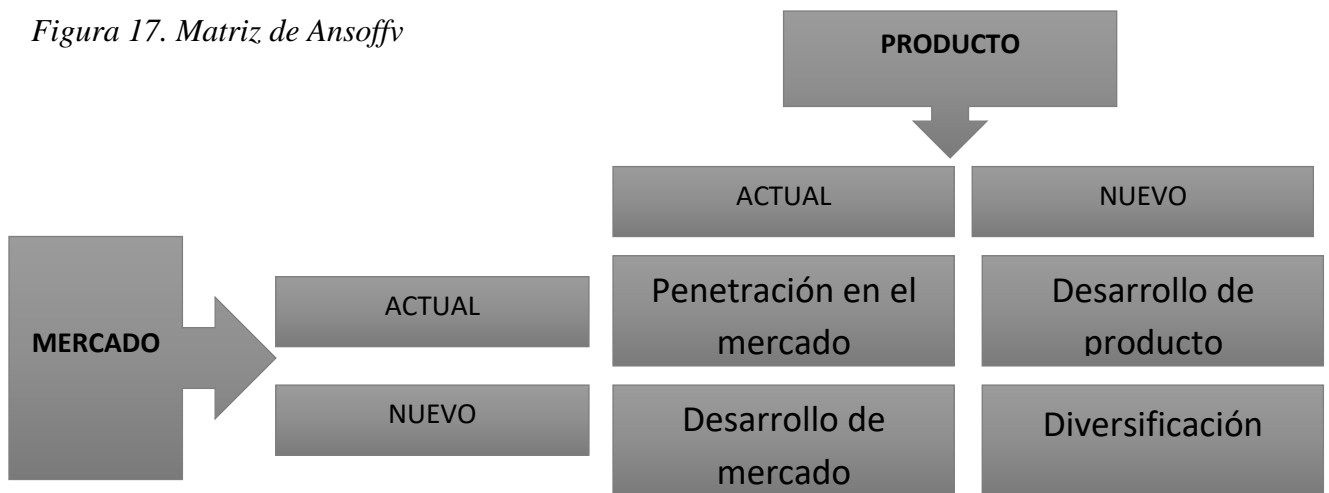
La estrategia de posicionamiento basada en calidad y precio, está orientada en vender nuestro producto de calidad que cumple con los estándares de ISO 4572 que nos garantiza nuestro proveedor. Además de comercializarlo a un precio muy accesible y competitivo a comparación de otras empresas.

### 3.4.3. Estrategias de ingreso al mercado

La estrategia de ingreso a mercado se relaciona a la matriz de Ansoff que es también conocida como matriz Producto/Mercado o Vector de crecimiento. El principal objetivo de la matriz de Ansoff es identificar oportunidades de crecimiento y para esto, el primer paso consiste en relacionar productos y mercados de acuerdo a si estos son actuales o nuevos.

Con esta información, se crea la matriz. En el eje horizontal se ubican los productos, mientras que en el eje vertical se ubican los mercados. Ambas variables (productos y mercados) se subdividen en dos categorías: nuevos o actuales. Como resultado, se obtendrán cuatro cuadrantes, cada uno de ellos identifica una particular estrategia de crecimiento: penetración de mercado, desarrollo de nuevos productos, desarrollo de nuevos mercados y diversificación.

Figura 17. Matriz de Ansoffv



Fuente: Elaboración propia.

Según la figura 17, muestra la matriz desarrolla por Ansoff, en la cual se indica claramente la estrategia que se debe desarrollar. Esta herramienta establece cuatro estrategias que se pueden clasificar como estrategias de crecimiento por expansión, que incluye el crecimiento por penetración, por desarrollo de producto y por desarrollo de mercado; y la otra sería estrategia por diversificación.

La empresa PURIFIER IMPORT S.A.C. aplicará una estrategia de penetración en el mercado que tiene como objetivo incrementar la cuota en el mercado, es decir, aumentar las ventas con los mismos productos.

Para lograrlo se realizan una serie de actividades entre las que se encuentran:

- Aumentar las actividades publicitarias y promociones con el fin de atraer más clientes.
- Captar las preferencias de clientes de nuestros competidores.
- Aumentar el consumo de los clientes actuales a través de promociones especiales para ellos, descuentos, etc.

#### 3.4.4. Estrategias de distribución comercial

En esta estrategia debemos considerar la manera en cómo vamos a llegar a nuestros clientes, como enviaremos nuestros productos a nuestros clientes, por lo que hemos propuesto la siguiente estrategia:

Figura 18. Figura 16. Estrategia de distribución.



Fuente: Elaboración propia.

Como se ha mencionado anteriormente, la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C. aplicará una estrategia de distribución indirecta selectiva, donde entran en juego intermediarios que nos ayudarán a llegar a nuestro cliente final en el tiempo y lugar de acuerdo con lo que figura en la orden de compra del cliente y selectiva porque contamos con solo un punto de venta que nos da mayor exclusividad del producto. Por ello somos conscientes que la estrategia indirecta selectiva conlleva a un incremento en los costos de venta ya que se tendrá que pagar el flete del intermediario, que serán asumidos por PURIFIER IMPORT S.A.C. Solo si la entrega es el Lima Metropolitana y si la entrega será en provincia, el gasto de envío será cubierto por el cliente final.

Así mismo esta estrategia indirecta selectiva nos brinda los siguientes beneficios:

- Se reducen los costos de inversión en activos fijos.
- Se evitan los costos de depreciación del bien.
- Se incrementa la calidad de entrega del producto sin incrementar los

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

La estrategia de branding es más que la elección de un nombre, el diseño de un logotipo y la selección de colores corporativos. Por medio de la estrategia de branding, PURIFIER IMPORT S.A.C. tiene la oportunidad de asociar y comunicar un conjunto de atributos y valores intangibles de nuestra marca TRIPLE R, con los que nuestros clientes pueden sentirse identificados.

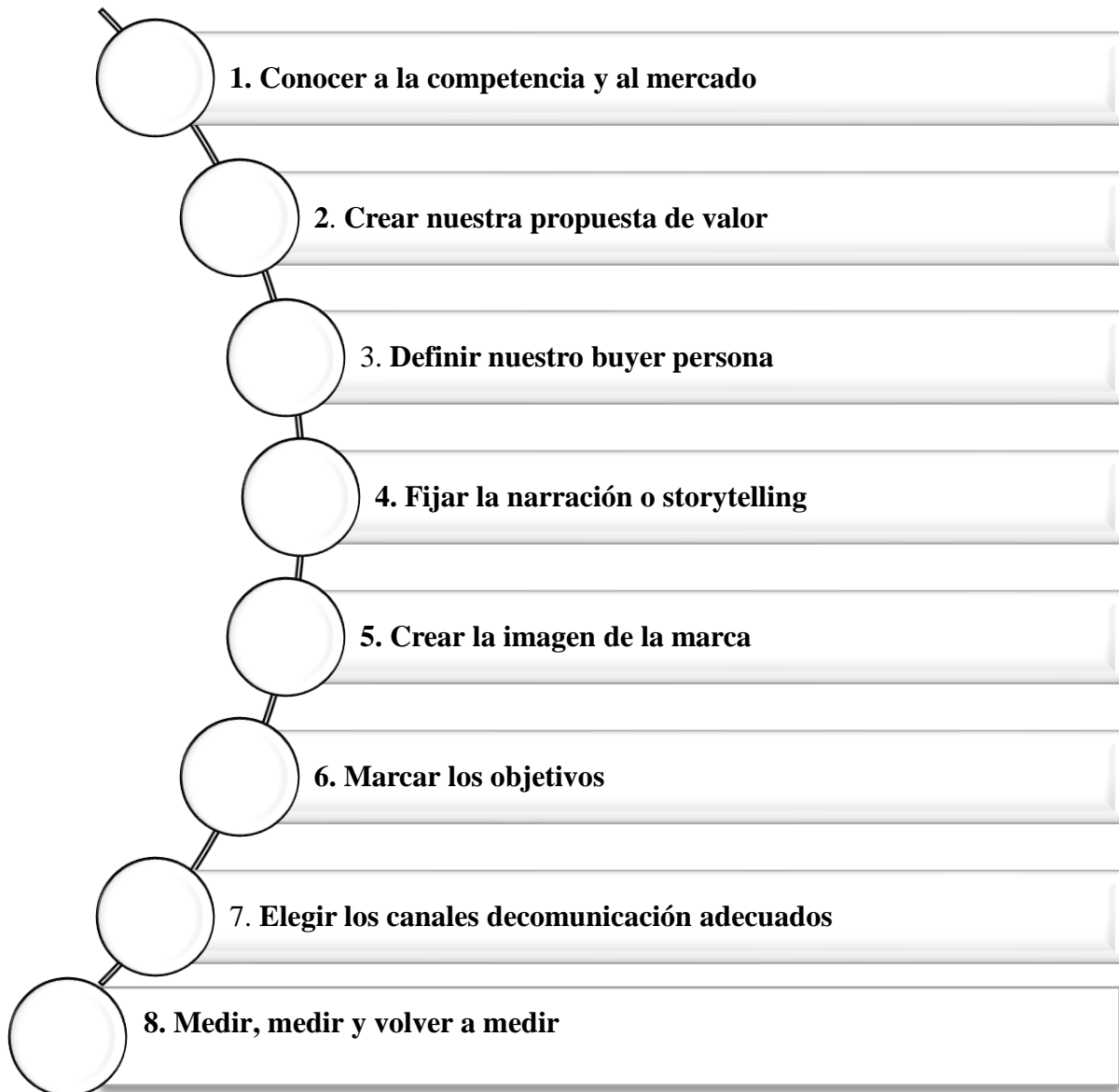
La estrategia de branding ayudara a los consumidores de PURIFIER IMPORT S.A.C. a diferenciar los productos y preferir el nuestro sobre los demás. Por lo tanto, es muy importante potenciar las percepciones positivas de la marca y su alcance en la psicología de nuestros clientes.

#### **Objetivos de estrategias de branding:**

- Conseguir la fidelidad de los clientes, repercutiendo en mayores ventas. Es más barato retener a un cliente que conseguir uno nuevo.
- Ser más resistente a las campañas de la competencia. Crear una marca fuerte conseguirá que tengamos más defensas ante las empresas de nuestro mismo sector.
- Ganar estabilidad ante los vaivenes del mercado.

El presente plan de negocios aplicara la estrategia de branding mediante los siguientes pasos:

Figura 19. Proceso de estrategia de Branding.



Fuente: Elaboración propia.

Conocer a la competencia y al mercado, será el primer paso que hará PURIFIER IMPORT S.A.C. saber cuál es la competencia y cómo está posicionada es fundamental. Igualmente, el mercado nos dará muchas pistas sobre las que deberemos trabajar en los siguientes pasos.

Crear nuestra propuesta de valor, en este punto le daremos un enfoque en la imagen de la marca, la originalidad y el precio. Con el fin de que a nuestro cliente lo primero que se le venga a la mente al ver la marca de TRIPLE R, recuerde que es una marca que ofrece calidad y precio.

Al definir nuestro buyer, nos cuestionaremos lo siguiente: ¿A quién nos dirigimos? ¿Qué problemas tiene? ¿Qué consume? y estudiar a conciencia nuestro buyer persona.

Al fijar la narración, nos referimos a como nos vamos a dirigir a nuestra audiencia. Mediante las siguientes preguntas: ¿Cómo somos? ¿Qué queremos transmitir? ¿Cómo lo queremos transmitir? ¿Qué queremos que siente nuestra audiencia cuando vea nuestra marca? Y una vez fijado el storytelling, debemos ser coherentes con el mismo en cualquier canal de marketing que utilicemos para comunicarnos.

Crear la imagen de la marca, en el caso de PURIFER IMPORT S.A.C, trabajaremos con la marca de nuestro proveedor que ya cuenta con un reconocimiento en Europa y Asia. Por lo tanto, no tendremos que crear el nombre, logo, los colores y la tipografía.

Marcar los objetivos, los objetivos que establezcamos en nuestra estrategia de marketing deben ser SMART (Medibles, Específicos, Alcanzables, Realistas y Medibles en el tiempo). Podemos marcarnos objetivos a corto, medio y largo plazo. Nuestros objetivos serán plasmados en métricas que nos servirán para medir el éxito o no de nuestra estrategia. Serán los KPIs que nos sirvan para transformar objetivos en datos.

Elegir los canales adecuados de comunicación, PURIFIER IMPORT S.A.C., trabajara con los medios tradicionales y los medios digitales, entre ellos las redes sociales y la web.

Medir y volver a medir, será la clave para saber cuál estado de la marca y el producto, ya que en base a los KPI'S definidos, estudiaremos en qué medida nos hemos alejado a los objetivos marcados.

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

Las estrategias de promoción son uno de los recursos de marketing más importantes. Con ellas podremos dar a conocer nuestros productos, crear la necesidad de ellos en el mercado, incluso conseguir un buen posicionamiento de **TRIPLE R**.

*“La promoción es el conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos, como informar, persuadir o recordar al público, acerca de los productos y/o servicios que se comercializan”, (Thompson, 2005).*

A continuación, se mencionan las estrategias de promoción de ventas y marketing digital que se aplicarán para el presente proyecto de negocio.

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

Para la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C. es primordial establecer estrategias de promoción en nuestras ventas para poder dar a conocer nuestros productos y crear la necesidad de ellos en el mercado objetivo incluso llegando a obtener una posición de nuestra marca. Por ende, nos enfocaremos en trabajar esencialmente en dos estrategias de promoción que son las siguientes:

#### **Participación de ferias locales:**

La participación en ferias locales, ofrecen una gran oportunidad para crear nuevos contactos, tanto con potenciales clientes como con otros agentes del sector como proveedores o inversores, lo que favorece que se puedan generar nuevas líneas de negocios. Sin embargo, las ferias también son una oportunidad perfecta para conocer las nuevas tendencias que están surgiendo en un sector determinado, al ver los nuevos productos que saldrán al mercado o las innovaciones que se están llevando a cabo; y también lo son para aplicar estrategias de promoción de la propia marca que puedan aportar un valor significativo para la empresa.

La estrategia de participación en ferias locales brindara los siguientes beneficios a la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C.:

- Nos permitirán tener contacto directo por poco tiempo con clientes potenciales. Esto ayuda a aumentar más la posibilidad de mostrar tus productos y diferenciarte del resto.
- Permite aumentar y obtener más contactos personales y comerciales.
- Es una gran oportunidad para interactuar, descubrir nuevos clientes y segmento de mercado y generar nuevos contactos para la marca.
- Al tener un stand en la feria, nos permitirá mostrar el producto en vivo y real. Así podremos evaluar el interés, opinión y comentarios realizados por los consumidores que participan en el evento presencial.
- Tendremos segmentado a nuestros clientes, ya que las personas que asisten a la feria y exposición son porque están interesados en el tema.
- Participar activamente en ferias del sector construcción y minería, nos dará mayor presencia en el mercado y mejorará nuestra imagen comercial.



- Nos permite analizar, estudiar y conocer más a nuestros clientes, a través de las sugerencias, expresiones y comentarios dentro de la feria.
- Nos ayuda a permite fortalecer el contacto directo con los clientes, reforzando las relaciones comerciales, además ofreciendo nuevas promociones, ofertas y acuerdos.
- Nos ayuda a estudiar el mercado en general no solo conocer las necesidades de los consumidores sino saber cuándo y dónde es el momento adecuado para atacar y posicionar la marca.
- Dentro de las ferias participan muchas marcas de diferentes áreas incluyendo a nuestra competencia y podemos ver más de cerca el producto que ofrece, también su estilo de vender y presentar sus productos.
- Nos permite conocer las innovaciones de producto, tendencias del mercado, además de avances tecnológicos o la economía actual.

Las ferias a las que participara nuestra empresa son las siguientes:

- PERUMIN
- El Expomina Perú
- Nortemin Peru

### **Demostración presencial del producto:**

La demostración presencial del producto es una de las estrategias más completas y convincentes, puesto que se pueden subsanar todas las dudas que tenga el posible comprador in situ, así como de poder exhibirse y hacer hincapié en los beneficios del producto para la empresa a la cual se le intenta vender los filtros. Al ser la forma más directa de ofrecimiento del producto, la coordinación para la visita comercial debe hacerse a cargo de una persona especializada y bien capacitada, desde la llamada para pactar el lugar, fecha y hora hasta las demostraciones del producto, las plantillas comerciales, los beneficios y acuerdos deben ser realizados por la persona adecuada.

Las visitas deben servir para poder ofrecer el producto y entender las necesidades de la empresa compradora, así como dar la confianza de que el personal puede generar soluciones a través de los sistemas de micro filtración.

Finalmente, a lo largo de la demostración, el cliente no sólo podrá ver cómo funciona el producto, sino que también se le explicará cómo usarlo y aplicarlo. Asimismo, durante la sesión también se tratarán temas de atención al cliente y referentes al servicio posventa, allanando al camino para el objetivo final de la empresa; formalizar una nueva venta.

### **Descuentos**

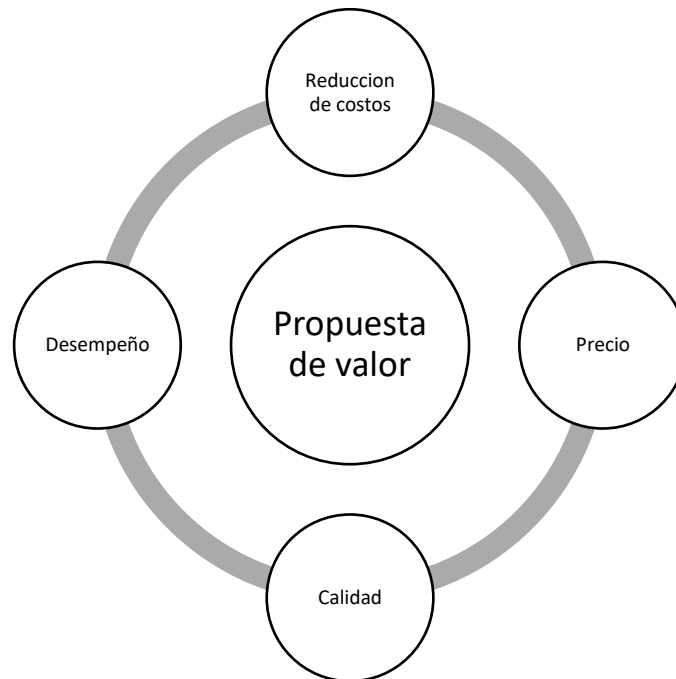
PURIFIER IMPORT S.A.C., aplicara descuentos entre el 5% y 10% dependiendo del volumen de la compra y por tiempos limitados de la promoción. Así crearemos en nuestro cliente una perspectiva de exclusividad para ellos y llegando a fidelizar a nuestros clientes.

### 3.5.2. Propuesta de valor

La propuesta de valor es una estrategia de PUIFIER IMPORT S.A.C. para poder distinguirse de sus competidores y tener la atención de los clientes.

Sobre la base de los siguientes factores se determinará la propuesta de valor de nuestro producto.

*Figura 20. Factores de propuesta de valor.*



*Fuente: Elaboración propia.*

La figura 20, detallan los factores que se consideraran para la creación de nuestra propuesta de valor.

La propuesta de valor de PURIFIER IMPORT S.A.C. es el mayor ahorro en mantenimiento a un menor precio posible. Esto quiere decir que nuestros microfiltros ofrecerán un alto desempeño de trabajo con una alta calidad y a un precio accesible que nos permitirá la reducción de costos de mantenimientos de los equipos.

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

El marketing digital engloba todas aquellas acciones y estrategias publicitarias o comerciales que se ejecutan en los medios y canales de internet.

Silvia Moschini (2012) afirma que: “El marketing social media plantea nuevos desafíos para las marcas. Y no nos referimos únicamente a cuestiones de carácter técnico. Conocer y saber utilizar las plataformas web es sólo uno de los puntos necesarios para ganar en el competitivo mundo del marketing online” (p.4).

La necesidad de aplicar este tipo estrategia de marketing surge a partir del actual contexto mundial de influencia que hace el Internet, el avance tecnológico y las nuevas herramientas online en las actividades diarias de las personas en todo el mundo; por tal motivo en la actualidad los negocios tienen que desarrollar estrategias de marketing digital que les permita estar presentes en los medios de comunicación que ofrece Internet.

Así mismo aplicar una estrategia de marketing digital nos brinda las siguientes ventajas:

- Es un medio universal.
- Es segmentable.
- Es medible.
- Es interactivo.
- Es económico.

La empresa PURIFIER IMPORT S.A.C. aplicara las siguientes estrategias digitales:

- **Creación de página web**

La creación de la página web de la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C. será una de las primeras estrategias digitales que implementaremos para poder estar más accesibles al público.

La página web que diseña la empresa tendrá una serie de herramientas que buscan atraer la atención de los consumidores, tales como Catálogo electrónico, Blog , Vídeos tutoriales información de la marca y del reconocimiento que está teniendo, Secciones de contacto y Secciones de promociones.

- **Redes sociales**

Las redes sociales son completamente eficaces para la difusión de ventajas y características de nuestro producto, así como para la creación de una comunidad de marca, el branding e incluso la compra online y la atención al cliente.

Además, en muchas de ellas (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, etc.) también existe la posibilidad de poner en marcha campañas de publicidad online segmentadas, que pueden ser un buen complemento para cualquier estrategia online.

PURIFIER IMPORT E.I.R.L. se unirá a las más grandes redes sociales que tienen mayor presencia en todo el mundo, inicialmente con Facebook, Instagram y LinkedIn donde pondremos a flote todos nuestros productos para que podamos captar más seguidores y contactos de manera de establecer un contacto directo por medio de estas redes.

Facebook e Instagram, son redes sociales que nos permitirán contactar directamente con el cliente final y aprovechar una serie de beneficios que se generan. Se obtiene un número de seguidores ilimitados y se puede enviar información a clientes de forma segmentada. Permitted crear anuncios y publicaciones de forma rápida a un bajo precio.

LinkedIn, nos permite crear un perfil donde indicaremos la actividad principal de la empresa e indicará el valor agregado que ofrece nuestro producto al mercado. A continuación, detallaremos los beneficios que nos darán las redes sociales que decidimos implementar como estrategia digital:

- Canal de negocios, estas redes cuentan con su propia plataforma publicitaria que tiene público altamente segmentado y con profesionales que si tienen la capacidad para decidir la compra o no de un producto.
- Anuncios patrocinados, son creados mediante la herramienta LinkedIn, por la cual la empresa podrá crear y publicar anuncios en los perfiles que se seleccionen según los criterios de segmentación que se indiquen.
- Aumenta el reconocimiento de la marca y la fidelidad de los clientes.
- Comparte contenido de forma más rápida y sencilla para nuestros clientes.
- Crea anuncios segmentados con resultados en tiempo real.

### **3.6. Políticas de estrategias de precio**

El precio es parte del marketing mix, mediante la aplicación de este que la empresa

empieza a recibir ingresos. El conjunto de variables que PURIFIER IMPORT S.A.C. ha de considerar la empresa para fijar el precio, se resumen en tres: la Competencia, los Costes y la Demanda.

Luego de este análisis la empresa ha determinado tener una política de penetración que tiene como objetivo ganar una porción mayor de mercado a un precio bajo de nuestros kits de micro filtración.

A continuación, detallaremos las políticas planteadas por PURIFIER IMPORT S.A.C.:

- **Ofrecer precios accesibles que no afecten el ingreso:** Podemos ofrecer precios accesibles aun en época de crisis, siempre y cuando no afecte sus ingresos. Esto quiere decir que vale la pena sacrificar un porcentaje de sus utilidades en tanto que el volumen de sus ventas se incremente.
- **Desarrollar programas de lealtad que impacten en el precio:** Se realizaran mediante descuentos que resulten favorables para nuestro negocio por medio de un programa de lealtad que permitirá otorgar descuento a clientes frecuentes.
- **No incrementar precios en forma indiscriminada:** Debido a posibles cambios que podemos enfrentar y que puedan afectar a nuestro costo del producto se podrán realizar pequeñas variaciones en nuestro precio de venta, pero se tratara de que sea en la menor manera posible y que la variación sea aceptada por nuestro cliente.
- **Condición de pago:** Debido a que somos una empresa nueva y necesitamos liquidez, otorgaremos crédito entre 15 a 30 días previa evaluación y según el volumen de compra. Pero la mayor parte de las ventas deberá ser al contado.
- **Pago mediante tarjetas:** Debido a que la mayoría de empresas manejan tarjetas de crédito para hacer pagos de montos no tan excesivos, PURIFIER IMPORT S.A.C. tendrá la opción de pago con tarjetas de crédito, débito. Además de recibir mediante transferencias bancarias y cheques.

#### 4. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

## 4.1. Envases, empaques y embalajes

### 4.1.1. Producto

El producto a importar es un sistema de micro filtración de aceites para maquinaria. Este sistema está compuesto por una carcasa o housing de material metálico y un cartucho de media filtrante de las mismas medidas.

*Figura 21. Cartucho filtrante E50.*



*Figura 22. Cartucho filtrante D100.*



*Figura 23. Carcasas AL50 y AL100*



#### **4.1.2. Envase primario**

##### **Cartucho filtrante**

Cada uno de los cartuchos filtrantes vienen empaquetados con un envase primario envolvente LDPE (polietileno de baja densidad) sellado al vacío básicamente para proteger a la media filtrante de posibles agentes contaminantes externos como el polvo, humedad o cualquier otra sustancia externa que pueda afectar su capacidad de filtración y retención.

*Figura 24. Cartucho filtrante envuelto con LDPE.*



### **Carcasa de filtro**

Las carcasas de filtro vienen protegidas por una cubierta primaria envolvente de LPDE para evitar los daños de la estructura metálica por la humedad, salinidad, polvo y posibles agentes externos que puedan afectar al producto durante el envío (vía marítima).

*Figura 25. Carcasa envuelta con LDPE sin sellar al vacío.*



### **4.1.3. Envase secundario**

#### **Cartucho filtrante**

El cartucho filtrante tiene como envase secundario una caja de cartón de canal simple debido a su indudable efectividad por ser telescópicas y fabricadas del cartón más resistente, además soportan muy bien la manipulación y todo tipo de movimiento, ideales para el envío masivo de mercancía.

Las medidas (HxLxW) de esta caja para cada cartucho de filtro son las siguientes:

Filtro E50: 115 x 144 X 144 mm

Filtro D100: 115 x 180 x 180 mm

*Figura 26. Caja de cartón de canal simple.*





### **Carcasa de filtro**

La carcasa del sistema de micro filtración tiene como envase secundario una caja de cartón de canal simple debido a su indudable efectividad por ser telescópicas y fabricadas del cartón más resistente, además soportan muy bien la manipulación y todo tipo de movimiento, ideales para el envío masivo de mercancía.

Las medidas (HxLxW) de esta caja para cada uno de los modelos de carcasa son las siguientes:

Carcasa AL50: 204 x 170 x 170 mm

Carcasa AL100: 215 x 210 x 210 mm

#### **4.1.4. Embalaje primario**

### **Cartucho filtrante**

El embalaje primario que utiliza el proveedor es el de cajas de cartón corrugado de canal simple. Este tipo de cartón se utiliza debido a su excelente resistencia al peso, deformabilidad y alta duración debido a su diseño geométrico que puede soportar sin problemas hasta 800Kg, sin contar que es ligero y tiene un bajo costo de producción.

Las medidas (H x L x W) del embalaje primario para cada tipo de cartucho de filtro, son las siguientes:

Filtro E50: 1.00 x 1.20 x 1.00 m (Capacidad para sesenta y cuatro filtros)

Filtro D100: 1.00 x 1.20 x 1.00 m (Capacidad para cuarenta y ocho filtros)

*Figura 27. Caja de cartón corrugado.*



### **Carcasa de filtro**

El embalaje primario que utiliza el proveedor es el de cajas de cartón corrugado de canal simple. Este tipo de cartón se utiliza debido a su excelente resistencia al peso, deformabilidad y alta duración debido a su diseño geométrico que puede soportar sin problemas hasta 800Kg, sin contar que es ligero y tiene un bajo costo de producción.

Las medidas (H x L x W) del embalaje primario para cada tipo de cartucho de filtro, son las siguientes:

Filtro AL50: 1.00 x 1.20 x 1.20 m (Capacidad para treinta carcasas)

Filtro AL100: 1.00 x 1.20 x 1.20 m (Capacidad para veinte carcasas)

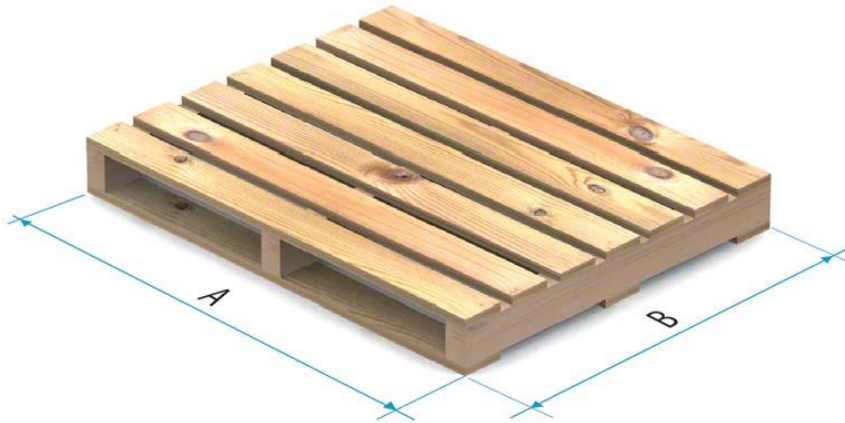
### **4.1.5. Embalaje terciario**

#### **Paletización**

Para efectos de practicidad y estandarización, se utilizará la paleta o pallet de madera estándar según ISO, la cual tiene una medida de 1.20 m de ancho y 1.00 m de fondo, con lo cual las cajas de embalaje primario estarían calzando sin problemas, solo con 10 cm de sobra por lado en la dimensión de fondo.

Este sistema de embalaje terciario facilita su carga y descarga tanto en el lugar de embarque como en el destino de llegada, además es mucho más seguro y adecuado para utilizar con un equipo de carga y descarga.

Figura 28. . Paleta de madera estándar.



Fuente: *Elaboración propia.*

## 4.2. Diseño del rotulado y marcado

### 4.2.1. Diseño rotulado

El rotulado se define como toda marca o descripción que se incluye en el embalaje de un producto para dar información acerca de las características que posee el producto, sus componentes, manipulación, conservación, propiedades, contenido y cualquier información que se considere de importancia.

El rotulado del producto estará adherido en el envase primario con el fin de informar del país de fabricación y empresa importadora como en la siguiente figura:

*Figura 29. Rotulado de producto a comercializar.*



#### **4.2.2. Diseño del marcado**

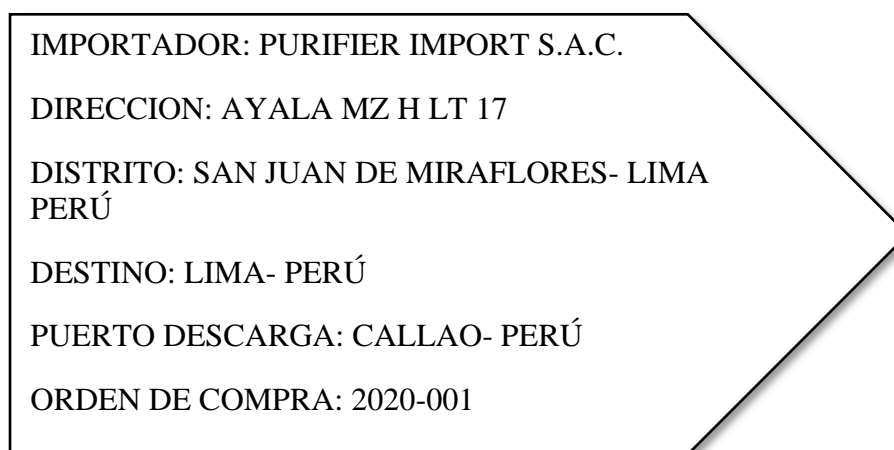
El marcado de una carga hace referencia a la forma como se identifica una carga, para facilitar su manejo y ubicación durante su manipulación; este marcado debe cumplir función de legibilidad, localización, suficiencia y conformidad. Entre los tipos de marcas en el transporte internacional, se reconocen tres: marca estándar o de expedición, marca informativa y marca de manipulación.

El proveedor cumplirá con el envío de la carga debidamente marcada para facilitar su identificación. Cabe mencionar que cada caja estará debidamente identificada, con las tres principales marcas que debe tener todo empaque.

#### **Marcaje estándar**

Contiene información del importador, a continuación, se muestra la información necesaria a consignar como una marca estándar:

*Figura 30. Marca estándar.*



### **Marcaje informativo**

Hace referencia a la información adicional que aparece en el empaque.

*Figura 31. Marca informativa.*



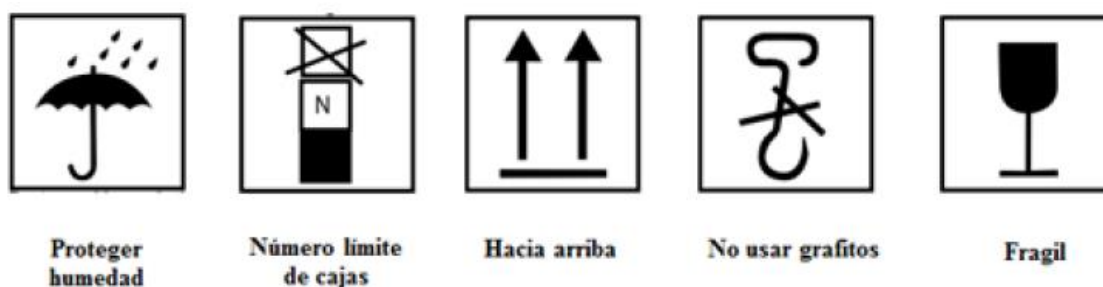
## Marcaje de manipuleo

Sobre la marca de manipuleo de la carga se coloca sobre el manejo y las advertencias que se deben tener al momento de manipular o transportar la carga.

Para realizar las marcas de manipuleo se utilizan los conocidos pictogramas, que son símbolos pictóricos que son reconocidos a nivel internacional; estos símbolos fueron desarrollados por la norma ISO 780:1983 “como un conjunto de símbolos usados para el marcado de ítems por transportar (excepto mercancías peligrosas), resolviendo los problemas planteados por la diferencia de lengua y analfabetismo (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - Perú, 2009).

Para el presente proyecto, el proveedor utilizará 5 símbolos de manipulación, que serán colocados tanto en las cajas como en las paletas de madera. En la figura Nro. 66 se observan los pictogramas que serán utilizados.

Figura 32. Pictogramas para los embarques.



El símbolo de protección contra la humedad supone un medio de protección para las cajas, que no son fabricados con materiales resistentes a la humedad; el pictograma de número límite de cajas, indica que el número de apilamiento colocado en la paleta es el máximo; la marca de hacia arriba, indica el lado de la caja que debe colocarse de esa forma; el símbolo de no usar grafitos, señala que para levantar la carga no está permitido el uso de ganchos; mientras que el de frágil, indica el cuidado que debe tener.

### 4.3. Unitarización y cubicaje de la carga

Según Choque, J. (2018), “En el almacenamiento y la distribución de mercancías tanto nacional como internacional por lo general se aplica el método de unitarización de la carga, que consiste en el agrupamiento físico de mercancías (básicamente contenidas en

cajas, paquetes, otros elementos desunidos o carga suelta) en unidades superiores de carga”.

Bajo el concepto señalado líneas arriba, se procede a realizar el cuadro de unitarización y cubicaje de carga de las carcasas y cartuchos de filtros que importará la empresa Purifier Import S.A.C.

*Tabla 38. Medidas del kit de microfiltración.*

<b>Medidas de sistema de microfiltración</b>				
<b>Dimensiones</b>	<b>AL50</b>	<b>AL100</b>	<b>E50</b>	<b>E100</b>
Alto	200 mm	211 mm	114 mm	114 mm
Largo	166 mm	206 mm	143 mm	179 mm
Ancho	166 mm	206 mm	143 mm	179 mm
Peso neto por producto	3.5 Kg	5.5 Kg	0.5 Kg	0.8 Kg

*Tabla 39. Medida del envase secundario.*

<b>Medidas del envase secundario</b>				
<b>Dimensiones</b>	<b>AL50</b>	<b>AL100</b>	<b>E50</b>	<b>E100</b>
Tamaño de caja	204x170x170	215x210x210	115x144x144	115x180x180
Alto	204 mm	215 mm	115 mm	115 mm
Largo	170 mm	210 mm	144 mm	180 mm
Ancho	170 mm	210 mm	144 mm	180 mm
Peso neto por producto	3.5 Kg	5.5 Kg	0.5 Kg	0.8 Kg
Peso bruto por caja	3.8 Kg	5.8 Kg	0.8 Kg	1.1 Kg

Tabla 40. Medidas y cantidad de cajas por pallet.

<b>Medidas por paleta</b>				
<b>Dimensiones</b>	<b>AL50</b>	<b>AL100</b>	<b>E50</b>	<b>E100</b>
Altura de apilamiento	100 cm	100 cm	100 cm	100 cm
Largo	120 cm	120 cm	120 cm	120 cm
Ancho	100 cm	100 cm	100 cm	100 cm
Niveles de cajas	4	4	8	8
Unidades por largo	7	5	8	6
Unidades por ancho	5	4	6	5
Total de cajas	140	80	384	240
Peso neto por paleta	490 kg	440 kg	174 kg	192 kg
Peso bruto por paleta	532 kg	464 kg	307 kg	264 kg
N° de paletas	1	1	1	1

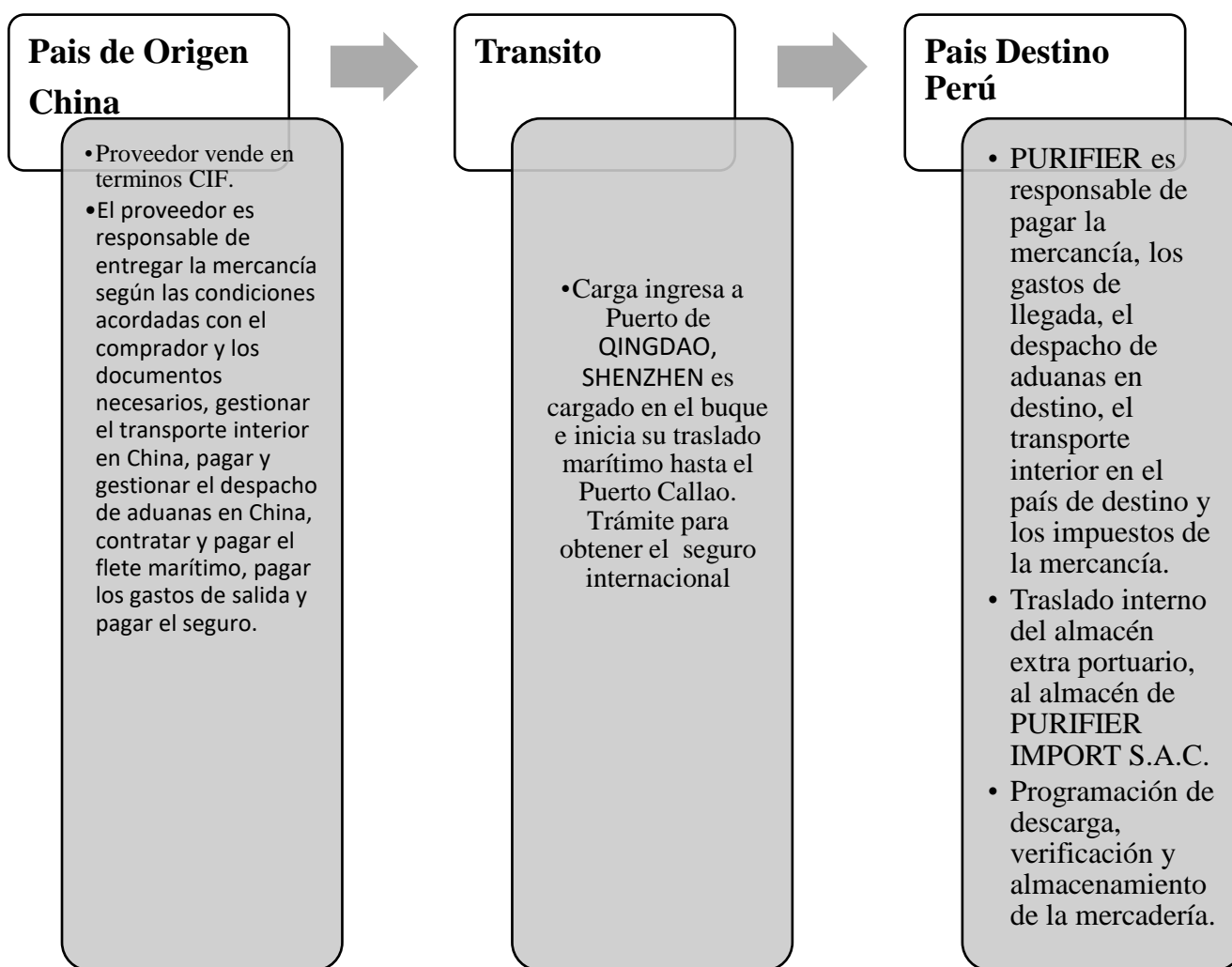
#### **4.4. Cadena de DFI de importación**

De acuerdo con el artículo publicado por Actualidad Empresarial (2013), se le denomina distribución física internacional (DFI), al proceso logístico que engloba el producto desde el país de exportación, para situarlo en el mercado internacional y entregarlo en el país importador; cumpliendo con los términos y condiciones de negociación acordados entre comprador y vendedor. La cadena de DFI tiene el objetivo de realizar este proceso en el menor tiempo posible, reduciendo los costos y riesgos que se pueden generar por el traslado desde el punto de origen hasta el punto de destino.

Para el presente proyecto, la cadena de distribución física internacional completa desde origen (proveedor); involucrando todas las actividades, procesos y operaciones necesarias para trasladar el mini invernadero desde el almacén del proveedor en origen (China) hasta entregarlo en el almacén de PURIFIER IMPORT S.A.C. en el país de destino (Perú). Toda esta cadena considerará el mejor tiempo posible de entrega, con el menor costo posible para ejecutarlo.



Figura 33. Cadena de distribución física internacional de Xinxiang Lifeierte Filter.



Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar la cadena de DFI tiene tres grandes etapas, donde se distingue la presencia de dos actores principales: primero el proveedor, que es con quien se hará el acuerdo comercial de la compra del producto; y segundo el proveedor quien contratará los servicios de varios agentes que ayuden en el proceso de importación. Entre estos agentes están el al agente de carga o línea naviera, para que brinde el servicio de transporte internacional de importación, buscando agilizar la

nacionalización, retiro y entrega de la carga; y segundo el agente de aduana que ayudará con el trámite de importación ante la Aduana Marítima del Callao.

### **DFI país de origen**

El proveedor de PURIFIER IMPORT S.A.C. será la empresa Xinxiang Lifeierte Filter ubicada en China, quienes son los productores de la marca TRIPLE R. Esta empresa se dedica a la elaboración de productos de limpieza total de los aceites industriales hidráulicos y lubricantes, garantizando la pureza del aceite removiendo desde partículas sólidas de hasta 2 micras, agua, lodos y residuos de oxidación de aceite, dedicados a la mejora continua en todos los productos y tecnologías, aumentando la calidad y eficiencia.

### **Selección del proveedor:**

Se seleccionó a este proveedor principalmente por ofrecer un producto 100% de calidad y por el reconocimiento que viene adquiriendo en el mercado europeo y a nivel mundial.

Para el proceso de selección se evaluaron 2 empresas que ofrecen el mismo producto en el mercado internacional.

*Tabla 41. Evaluación de proveedores.*

<b>Criterios</b>	<b>Xinxiang Lifeierte Filter</b>	<b>Xinxiang Aike Filter</b>
<b>Tipo de producto</b>	Kit de microfiltración	Kit de microfiltración
<b>Producto innovador</b>	Si	Si
<b>Beneficio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ahorro de gastos de mantenimiento</li> <li>- Extensión de vida del aceite lubricante</li> <li>- Reduce daños de otros componentes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Extensión de vida útil de aceites lubricantes</li> </ul>
<b>Precio</b>	AL100 - \$ 285 AL 50 - \$250	AL100 - \$ 200 AL 50 - \$180
<b>Experiencia</b>	40 años	5 años
<b>Tiempo de entrega</b>	5 Días	Previa fabricación
<b>Reconocimiento</b>	Nacional e internacional	Nacional e internacional
<b>Descuento por compras</b>	10%	No
<b>Distancia vía Marítima</b>	30 a 45 días	30 a 45 días

*Fuente: Elaboración propia.*

### **Actividades que realizará el proveedor en origen**

- Como parte de la cadena DFI y considerando que el contrato de compra está en Términos CIF , el proveedor debe realizar una serie de actividades en origen que van desde preparar la carga para su exportación, unitarizar la carga, tener los documentos de exportación antes del pick up y monitorear la carga hasta que llegue al puerto del Callao.

El proveedor en origen, realizara el pick de la carga, previamente debió coordinar fecha de la reserva vía marítima, gestionar la aduana en origen, y luego de que se tenga liberación de la aduana en origen, se prosigue con el zarpe de la carga.

### **DFI tránsito**

El DFI de tránsito se refiere a las actividades que surge desde que la carga zarpa desde China hasta el arribo a Perú.

- Se procede con la gestión de aduana en Origen
- Se consolida la carga en la nave ya reservada (Booking previamente confirmado).
- El transit time desde China a Perú son aprox. 35 a 40 días.

### **DFI en Destino**

En DFI destino cuenta con los siguientes pasos:

- Confirmación previa del arribo de la carga, por parte del forwarder.
- Se brinda toda la especificación técnica al agente de aduana, para definir la partida. Junto con ello la documentación original (Factura, packing list, Bill of lading y seguro)
- Se procede con el pago de los gastos documentación, VB, entre otros para que el Bill of lading cuente con todos los permisos.
- Se procede con la numeración de la carga ante la aduana, el cual lo realiza el agente de aduana.
- Una vez contamos con el canal verde y levante de la carga, se procede con la coordinación del retiro de la carga desde los almacene extraportuarios.

## **4.5. Seguro de las mercancías**

El seguro de la mercadería es un punto de mucha importancia en las operaciones de comercio exterior, esto debido a que durante el transporte internacional o durante las operaciones de carga y descarga en origen o destino, se generan riesgos de daño, pérdida o faltante de mercaderías, que al estar aseguradas brindan una mejor forma de poder enfrentar dichos riesgos. El contar con una empresa que se capaz de proteger las mercaderías significa que, ante cualquier eventualidad o riesgo, la empresa aseguradora será capaz de asumir dicho daño, pérdida o faltante.

Para el presente plan de negocio, no contrataremos un seguro adicional ya que estamos importando bajo el inco term CIF, esto quiere decir que el proveedor contratará el seguro.

## 5. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

### 5.1. Fijación de precios

#### 5.1.1. Costos y precio

La fijación de precios es uno de los puntos más importantes para cualquier proyecto de negocio, pues su correcta determinación nos demostrara el precio ideal de venta.

PURIFIER IMPORT S.A.C. distribuirá los costos en 400 unidades. Tomando en cuenta la compra del producto, transporte internacional, pagos de impuestos, nacionalización, servicio logístico y considerando el costo de almacenaje, tenemos el costo total unitario del producto a vender y el margen de rentabilidad.

La carga vendrá dentro de un contenedor en la condición LCL, carga suelta.

Tabla 42. Costos de Importación.

<b>COSTOS DE IMPORTACIÓN</b>	
<b>VALOR EN ADUANAS CIF</b>	\$ 51,850.00
<b>ADV( 0%)</b>	\$ -
<b>IGV (16%)</b>	\$ 8,296.00
<b>IPM (2%)</b>	\$ 1,202.92
<b>Percepción anticipada (3.5%)</b>	\$ 2,147.21
<b>Antidumping</b>	\$ -
<b>Costo tributario</b>	\$ -
<b>Gastos tributarios y demás derechos</b>	\$ 10,443.21
<b>Handling INC IGV</b>	\$ 50.00
<b>Transporte interno INC IGV</b>	\$ 140.00
<b>Desconsolidado INC IGV</b>	\$ 80.00
<b>Visto bueno INC IGV</b>	\$ 90.00
<b>Aforo fisico INC IGV</b>	\$ 47.20

Emision del BL INC IGV	\$ 53.00
Servicios TAL INC IGV	\$ 65.00
Gastos administrativos INC IGV	\$ 20.00
Gastos Documentarios INC IGV	\$ 11.80
<b>Costo operativo logístico</b>	<b>\$ 557.00</b>
Agente de aduana (0.15% del CIF) INC IGV	\$ 91.78
Gastos Documentarios INC IGV	\$ 11.80
gastos de origen (inspector)	\$ 300.00
<b>Costo operativo de importaciones</b>	<b>\$ 403.58</b>
<b>COSTOS OPERATIVOS DE IMPORTACION</b>	<b>\$ 11,403.79</b>
CANTIDAD DE PRODUCTOS IMPORTADOS	\$ 400.00
<b>COSTO DE IMPORTACION</b>	<b>\$ 28.51</b>

Fuente: Elaboración propia.

Según la tabla 42, vemos que el costo total de la segunda importación es de \$ 11,403.79 y al dividirlo entre la cantidad de productos a importar (400) nos da como resultado el costo unitario de importación que es de \$ 28.51.

Es importante resaltar que estamos considerando el 3.5% de percepción ya que es nuestra segunda importación y la primera importación que estuvo afecta al 10% de percepción fue la muestra de los kits de filtración, que lo usamos para hacer la pruebas en los clientes.

Tabla 43. Costos unitarios.

COSTOS UNITARIOS								
Modelos	Costo unitario	Costo de importación unitario	Costo total	Margen de ganancia 90 %	Valor de venta	IGV	Precio inc. IGV	Precio por kit
FILTR O AL 100	\$ 285.00	\$ 28.51	\$ 313.51	\$ 282.16	\$ 595.67	\$ 107.22	\$ 702.89	\$ <b>802.68</b>
CART UCHO D 100	\$ 16.00	\$ 28.51	\$ 44.51	\$ 40.06	\$ 84.57	\$ 15.22	\$ 99.79	
FILTR O AL 50	\$ 200.00	\$ 28.51	\$ 228.51	\$ 205.66	\$ 434.17	\$ 78.15	\$ 512.32	\$ <b>605.38</b>

CART UCHO E 50	\$ 13.00	\$ 28.51	\$ 41.51	\$ 37.36	\$ 78.87	\$ 14.20	\$ 93.06	
----------------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	--

Según la tabla 43 de costos unitarios, vemos que precio de venta de final es muy competitivo a comparación de otras empresas donde el costo mínimo oscila entre los \$ 1800 de un kit de microfiltración de AL 50 y \$2500 de un kit de microfiltración de AL 100. Además, podemos ver que estamos considerando un margen de ganancia del 90% por cada producto, equivalente a casi el doble del precio del valor en fabrica. Esto ayudara a ingresar al mercado bajo la estrategia de guerra de precios para poder captar más rápido a los clientes y ser líderes en el mercado peruano de microfiltración que a pesar que nuestro margen de ganancia es alto, el precio final sigue siendo accesible para el mercado.

### **5.1.2. Cotización internacional**

PURIFIER IMPORT S.A.C. contacto al proveedor vía correo electrónico para obtener una cotización formal de la primera importación de los kits de microfiltración. Como podemos observar en la siguiente cotización, encontraremos datos importantes de la importación.

Figura 34.. Cotización internacional.

**Proforma Invoice**

Document No.: LEZYR20062302  
Date: 23<sup>th</sup> of June 2020

<b>Buyer:</b> PURIFIER IMPORT S.A.C.  Attn: Andrea Torrez Tel: +51 993 972 586 E-mail: torrez.usca@gmail.com Add.: AYALA MZ H LT 17, SAN JUAN DE MIRAFLORES -LIMA- PERU	<b>Seller:</b> Xinxiang Lifeerte Filter Corp. Ltd  Attn: Ivy Tel: +0086-373-2618077 Fax: +0086-373-3339377 Mobile: +0086-18568231963 Email: filtersales02@le-filter.com Add.:No. 9 Hongli Road, Muye District, Xinxiang City, Henan Province, China
--	--

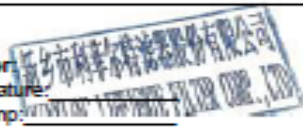
  

No.	Description	Qty.(Pcs)	Unit price(\$)	Total price(\$)
1	Filter Element: E50	100	13	1300
2	Filter Element:D100	100	16	1600
3	Filter Housing: AL100	100	265	26500
4	Filter Housing: AL50	100	200	
<b>Freight by Express</b>				<b>450</b>
<b>Total value</b>				<b>51,850 USD</b>

<b>Terms:</b>  1.Trade term:CIF Lima Price. 2.Lead time:40-45 working days after payment. 3. Payment: TT, at least 50% and 50% 30 days of credit , from the issuance of the invoice  4..Package: Carton or depend on client's requirement. 5.Place of origin: Henan, China.	<b>Official Bank Account Details:</b>  Beneficiary's:Xinxiang Lifeerte Filter Corp.,Ltd Bank Account:NRA15702142010560001176 Bank Name:Zhejiang Chouzhou Commercial Bank Co.,Ltd SWIFT BIC:CZCBCN2X Bank Add:No.161 Bayi South Street Jinhua City Zhejiang Province China Beneficiary's Address: No.1, Chenfeng Road,Economic Development District,Shangqiu City,Henan Province,China.
--	--

<b>Buyer:</b> Signature: _____ Stamp: _____	<b>Seller:</b> Signature: _____ Stamp: 
---	---


---

Stock number:837936  
Stock name:Xinxiang Filter

**LEFILTER**

La figura 34 detalla la cotización de proveedor indicando información general del importador y del exportador. Además, detalla la condición de pago, el incoterm y la cuenta bancaria del proveedor.



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

Según el artículo Nro. 1351 del Código Civil peruano, un contrato es “el acuerdo de dos o más partes para crear, regular, modificar o extinguir una relación jurídica patrimonial”; mientras que el artículo Nro. 1470, menciona que “por la compra venta, el vendedor se obliga a transferir la propiedad de un bien a un comprador, y éste de pagar su precio en dinero”. Con ambos conceptos se define lo que es un contrato de compra venta (MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO PERU, 2012).

A continuación, se detalla el contrato de compra y venta internacional que usaremos para la importación de los kits de microfiltración entre las partes, exportador “**Xinxiang Lifeierte Filter Corp.,Ltd**” y el importador “**Purifier Import S.A.C.**”.

### **CONTRATO DE COMPRA-VENTA INTERNACIONAL**

Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte: **Xinxiang Lifeierte Filter Corp.,Ltd**, empresa constituida bajo las leyes de la República China, debidamente representada por Anqi , con Documento de Identidad N° : 837936, domiciliado en su Oficina principal ubicado en No.9 Hongli Road, Muye District, Xinxiang City, Henan Province, China, a quien en adelante se denominará **EL VENDEDOR** y, de otra parte Purifier Import S.A.C., inscrito en la Partida N° 2074919373 Del Registro de Personas Jurídicas de la Zona Registral N° N ° 1233445567, debidamente representado por su Gerente General Andrea Torrez Usca, identificado con DNI N° 74919373 Y señalando domicilio el ubicado en Calle Ayala, Mz H Lt 17, distrito de San Juan de Miraflores, provincia y departamento de Lima, República del Perú, a quien en adelante se denominará **EL COMPRADOR**, que acuerdan en los siguientes términos:

### **GENERALIDADES**

#### **CLAUSULA PRIMERA:**

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

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

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

- a) La Convención de las Naciones Unidas sobre la Compraventa Internacional de Productos (Convención de Viena de 1980, en adelante referida como CISG, por sus siglas en Ingles ) y,
  - b) En aquellas situaciones no cubiertas por la CISG, se tomará como referencia la ley del País donde el Vendedor tiene su lugar usual de negocios.
- 1.3. Cualquier referencia que se haga a términos del comercio CIF estará entendida en relación con los llamados Incoterms, publicados por la Cámara de Comercio Internacional.  
El costo de embalaje es cubierto por el vendedor.
- 1.4. Cualquier referencia que se haga a la publicación de la Cámara de Comercio Internacional, se entenderá como hecha a su versión actual al momento de la conclusión del contrato.
- 1.5. Ninguna modificación hecha a este contrato se considerará valida sin el acuerdo por escrito entre las Partes.

## **CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS**

### **CLAUSULA SEGUNDA:**

- 2.1. Es acordado por las Partes que **EL VENDEDOR Xinxiang Lifeierte Filter Corp.,Ltd** venderá los siguientes productos: Kits de microfiltración conformado por una carcasa y un cartucho y **EL COMPRADOR Purifier Import S.A.C.** pagará el precio de dichos productos de conformidad de \$301 por el kit AL100 incluyendo el cartucho D100 y \$213 por el kit AL 50 incluyendo el cartucho E50.
- 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 5 días luego de recibidas las órdenes de compra debidamente firmadas por el comprador.

### **PRECIO**

#### **CLAUSULA CUARTA:**

Las Partes acuerdan el precio de \$301 y \$213 por cada kit de microfiltración por el envío de los productos de conformidad con la carta oferta recibida por el comprador en Perú. (01/07/2020)

A menos que se mencione de otra forma por escrito, los precios no incluyen impuestos, aranceles, costos de transporte o cualquier otro impuesto.

El precio ofrecido con mayor frecuencia es sobre la base del Incoterms CIF.

### **CONDICIONES DE PAGO**

#### **CLAUSULA QUINTA:**

Las Partes han acordado que el pago del precio o de cualquier otra suma adecuada por **EL COMPRADOR** a **EI VENDEDOR** deberá realizarse por pago adelantado equivalente al CINCUENTA PORCIENTO (50 %) de la cantidad debitada precio al embarque de los productos, y el restante CINCUENTA PORCIENTO (50 %) cuando los productos se encuentren en el almacén de Purifier Import S.A.C.

Las cantidades adeudadas serán acreditadas, salvo otra condición acordada, por medio de transferencia electrónica 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.

### **INTERES EN CASO DE PAGO RETRASADO**

#### **CLAUSULA SEXTA:**

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

## **RETENCION DE DOCUMENTOS**

### **CLAUSULA SEPTIMA:**

Las Partes han acordado que los productos deberán mantenerse como propiedad de **EL VENDEDOR** hasta que se haya completado el pago es decir el 50 % del precio por parte de **EL COMPRADOR**. Es decir, el BL no será enviado al comprador.

## **TERMINO CONTRACTUAL DE ENTREGA**

### **CLAUSULA OCTAVA:**

*Las partes deberán incluir el tipo de INCOTERMS acordado.*

*Señalando con detalle algunos aspectos que se deba dejar claro, o que decida enfatizar.*

*Bajo las condiciones de entrega en la fábrica, CIF, es conveniente aclarar que el costo y la responsabilidad de cargar la mercancía al vehículo, corresponde al comprador.*

*Alguna operación adicional, involucra no solo costos, como el pago a cargadores, si no también conlleva un riesgo intrínseco en caso de daño de la mercadería durante el proceso de carga. Sera asumida por el comprador.*

## **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 DECIMA:**

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

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

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

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

- a). Reemplazar los productos por productos sin daños, sin ningún costo adicional para el comprador; o.
- b). Reintegrar a **EL COMPRADOR** el 100% de valor pagado por los productos sujetos a inconformidad y el porcentaje del costo de importación que se determinó para el envío dañado.

### **COOPERACIÓN ENTRE LAS PARTES**

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

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

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

### **CASO FORTUITO DE FUERZA MAYOR**

#### **CLAUSULA DECIMO SEGUNDA:**

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

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

### **RESOLUCIÓN DE CONTROVERCIAS**

#### **CLAUSULA DECIMO 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 del Perú y serán competencia exclusiva de la jurisdicción de las cortes de 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 DECIMO CUARTA:**

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

**NOTIFICACIONES**

**CLAUSULA DECIMO QUINTA:**

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

**ACUERDO INTEGRAL**

**CLAUSULA DECIMO SEXTA:**

Este acuerdo constituye el entendimiento integral entre las partes.

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

En señal de conformidad con todos los acuerdos pactados en el presente contrato, las partes suscriben este documento en la ciudad de Henan, China, al 01 Día del mes de Julio 2020.

.....

**EL VENDEDOR**

**ANQI**

**XINXIANG LIFEIERTE FILTER CORP**

.....

**EL COMPRADOR**

**ANDREA TORREZ USCA  
PURIFIER IMPORT S.A.C.**

**5.3. Elección y aplicación del Incoterm**

Para el presente plan de negocios, se escogió el Incoterm CIF ya que el proveedor nos ofreció un precio muy competitivo en el flete para todas nuestras importaciones. Así mismo el Incoterm CIF es uno de los términos de compra-venta más utilizados en comercio exterior.

Las siglas del Incoterm CIF son el acrónimo de Cost Insurance and Freight, lo que quiere decir en español Coste, seguro y flete. Este término solamente se utiliza cuando

el transporte de la mercancía es por barco, es decir por vías fluviales de navegación interior. En este caso el vendedor será quien pague todos los gastos y el flete que sea necesario para hacer llegar toda la mercancía al puerto de destino, será entonces que el riesgo de daños o pérdidas se transferirá al vendedor cuando la mercancía traspase el puerto de embarque.

A continuación, detallaremos las obligaciones tanto del exportador y del importador.

*Tabla 44. Obligaciones del Exportador e Importador.*

<b>INCOTERM CIF</b>	
<b>Obligaciones del Exportador</b>	<b>Obligaciones del Importador</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empaquetado y embalaje</li> <li>• Entrega de la mercancía en su almacén</li> <li>• Carga de la mercancía en el camión</li> <li>• Transporte local en origen desde almacén a puerto</li> <li>• Despacho de aduana de exportación</li> <li>• Contratación del seguro de transporte</li> <li>• Carga y estiba de la mercancía en el buque</li> <li>• Transporte internacional de la mercancía (Flete).</li> <li>• Asume el gasto del seguro internacional. Solo tiene una cobertura bajo la cláusula "C".</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pago de las mercancías</li> <li>• Gastos de llegada (o gastos en destino)</li> <li>• Pago del despacho de aduanas en destino</li> <li>• Pago de todos los gastos de la inspección previa sobre el embarque, además de establecer la fecha de embarque de la mercancía.</li> <li>• Transporte interior en el país de destino</li> <li>• Pago de impuestos y aranceles</li> <li>• Asumirá todos los riesgos cuando la mercancía se encuentre en el país de origen.</li> </ul>

*Fuente: Elaboración propia*

## PURIFIER IMPORT S.A.C.

Calle Ayala Mz H Lt 17.

San Juan de Miraflores

RUC: 2074919373

Teléfono: 450-9417

**ORDEN DE COMPRA**  
**01-00001**

### PROVEEDOR

**XINXIANG LIFEIERTE  
FILTER CORP.,LTD**

No.9 Hongli Road, Muye  
District, Xinxiang City, Henan  
Province, China.

Mobile: +86 15836195338  
Whatapp/wechat:+86  
15836195338

### DATOS DE LA ORDEN

**Moneda:** USD

**Condición de pago:** 50% adelantado, 50% material  
en almacén.

**Comprador:** Andrea Torrez Usca

**INCOTERM:** CIF

**Email:** [torrez.usca@gmail.com](mailto:torrez.usca@gmail.com)

**Teléfono:** +51 993972585

ITEM	CODIGO	DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	FL5001	FILTRO AL-50	100	200	20,000
2	FL10001	FILTRO AL-100	100	285	28,500
3	FEE50	CARTUCHOE-50	100	13	1,300
4	FED100	CARTUCHO D-100	100	16	1,600
FLETE, SEGURO					450

**TOTAL**

**41,850**



La figura. Muestra la orden de compra, que es un documento que emitirá PURIFIER IMPORT S.A.C. cada vez que requiera mercadería del proveedor, detallando información detallada de los términos y condiciones de la compra.

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

Un punto importante dentro de las transacciones de comercio internacional es la determinación del medio de pago más adecuado tanto para el comprador como para el vendedor. Esto incluye una evaluación que deben realizar ambas partes, con la finalidad de determinar el medio por el cual, ninguno de los dos tendrá algún tipo de riesgo de pago (para el exportador) o de entrega de mercadería (para el importador).

PURIFIER IMPORT S.A.C. optará por un pago de anticipo del 50 % y el 50 % a crédito, considerando a la fecha de emisión de la factura como fecha de inicio de crédito a 30 días.

El adelanto del 50 % se realizará el mismo día de la emisión de nuestra orden de compra para que pueda iniciar el alistamiento de nuestros kits de microfiltración y se realizará el abono mediante una transferencia en Western Union.

#### **5.5. Elección del régimen de exportación o de importación**

El régimen aduanero que se aplicará para este proyecto es el de importación para el consumo, mediante el cual la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C. ingresará al territorio nacional luego del pago de los derechos arancelarios y demás impuestos aplicables a dicho material.

El aplicar este régimen supone poder disponer del material de forma legal y libre dentro del territorio peruano, autorizando su comercialización.

Este régimen se da por el lado que ahora se va a permitir desaduanar la carga con la sola presentación de la garantía, sea ésta global o específica. Teniendo incluso la posibilidad de acceder al levante en solo 48 horas o a lo mejor, la autorización del levante antes de la determinación final del monto de su obligación tributaria aduanera por contar con una garantía previa a la numeración.

PURIFIER IMPORT S.A.C., decidió acogerse a este régimen principalmente por sus siguientes características:

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

Es importante saber que a partir del primero de Julio del 2020 hay una obligatoriedad en todas las importaciones que son bajo el régimen de importación para el consumo, deberán ser declaradas de manera anticipada, esto quiere decir que deberá ser numerada antes que los productos lleguen al puerto del Callao.

## **5.6. Gestión aduanera del comercio internacional**

Para el presente plan de negocios de importación de kits de microfiltración de aceite de China para la comercialización a empresas del sector construcción y minería, debemos saber cuál será la gestión aduanera en destino, por ello hemos dividido dos conceptos claves en la gestión aduanera.

Considerando que nosotros trabajaremos con la modalidad de despacho anticipado, tenemos 30 días calendario para numerar nuestra importación y las mercancías deben arribar en un plazo no superior a treinta (30) días calendario, contados a partir del día siguiente de la fecha de numeración de la declaración; vencido dicho plazo, las mercancías serán sometidas a despacho diferido, salvo caso fortuito o fuerza mayor debidamente acreditados ante la Administración Aduanera.

### **5.6.1. Agencia de Aduanas e Impuestos**

La importación de los kits de microfiltración está gravadas a los siguientes tributos:

- Ad valorem – 0%, 6% y 11%, según subpartida nacional
- Derechos antidumping o compensatorios, según producto y país de origen.

- Impuesto general a las ventas (IGV) - 16%.
- Impuesto de Promoción Municipal (IPM) - 2%.
- Impuesto Selectivo al Consumo (ISC) - tasas variables, según subpartida nacional.
- Percepción: 10% ,5 % o 3.5% del total de impuestos (CIF+I/V+IGV+IPM)
- Gastos operativos: Cobros por parte de la agencia de aduanas.
- Comisión del Agente de Aduana por el servicio de nacionalización de mercancía.

Acerca de la percepción, es importante saber que existen dos consideraciones importantes que debemos de saber:

¿Cuándo no pago la percepción?

- Cuando eres un agente retenedor de SUNAT
- Cuando tu partida arancelaria está excluida al pago de la percepción según SUNAT.

¿Cuándo pago el 10 %, 5% o 3.5%?

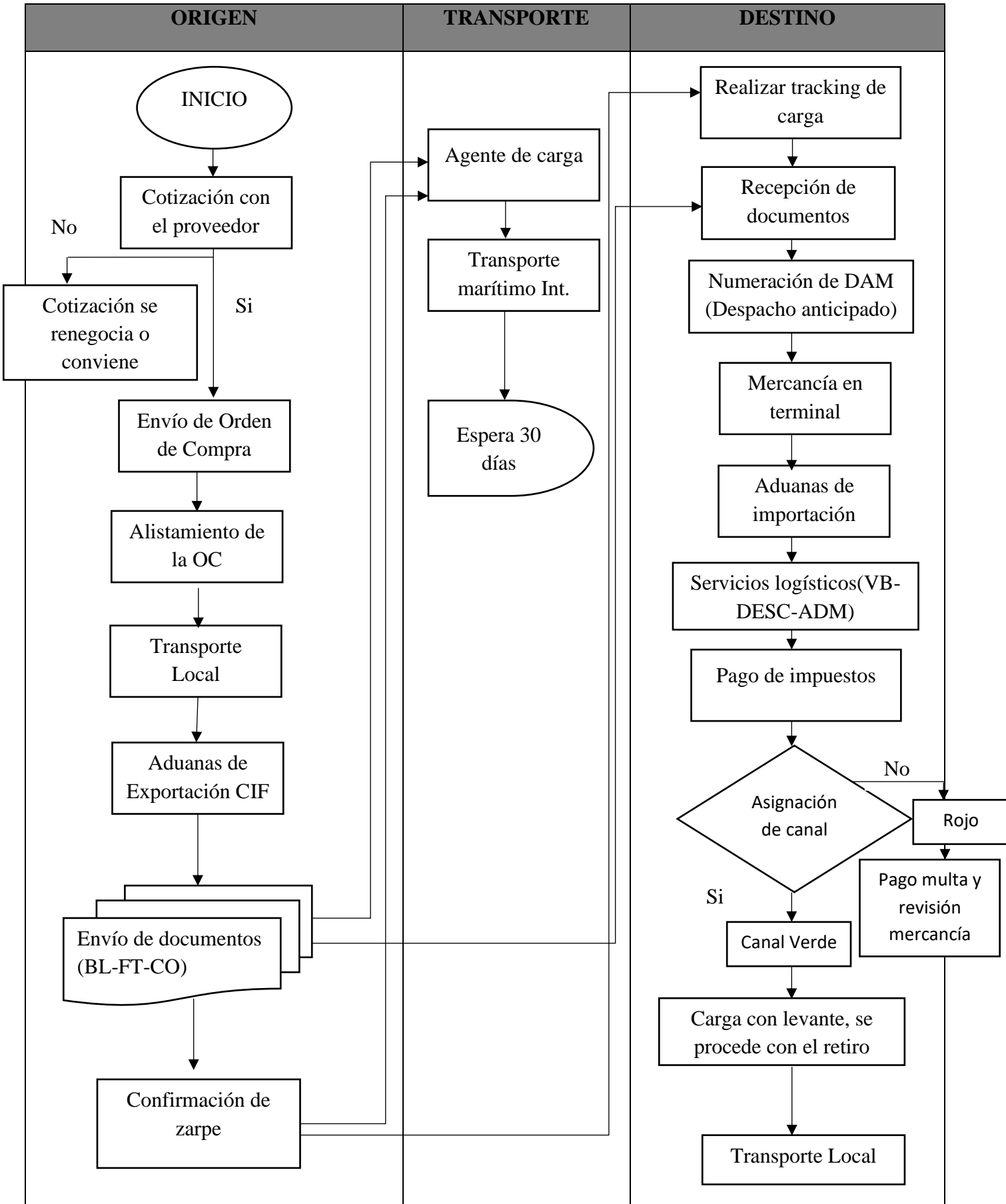
- El 10% se paga cuando se realiza la primera importación
- El 5 % se paga cuando importas un material o producto usado.
- El 3.5% se paga cuando realizas tu segunda importación en adelante.

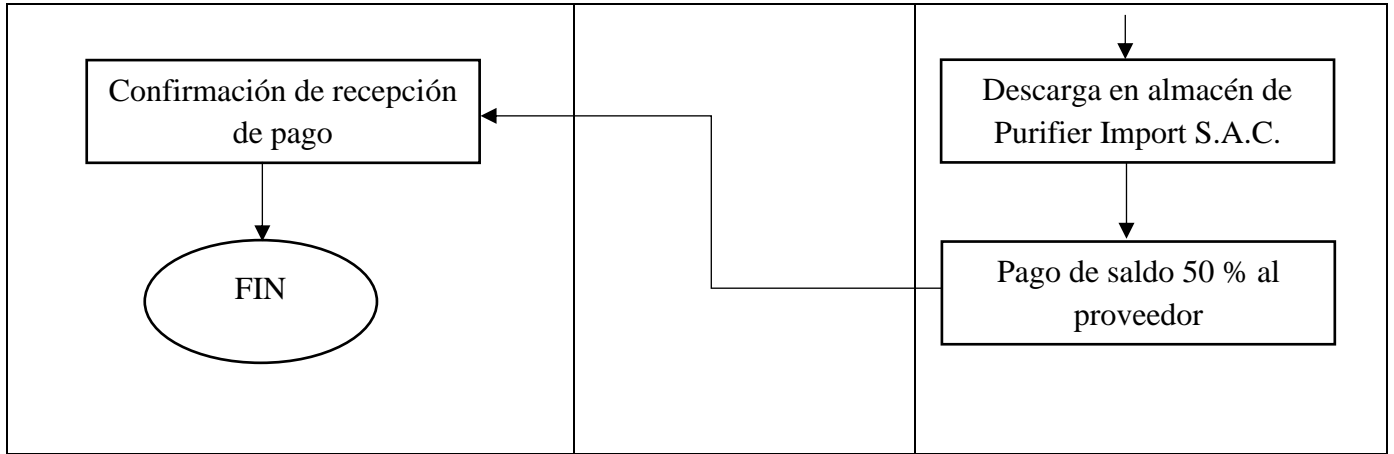
El agente de Aduanas con el que trabajaremos es San Remo ya que es un operador logístico que cuenta con más de 30 años de experiencia en el mercado con el objetivo de facilitar el intercambio de mercancías entre el Perú y el mundo. Además de contar con la certificación BASC, que nos garantiza un comercio transparente, seguro y confiable.

### **5.6.2. Servicios Logísticos**

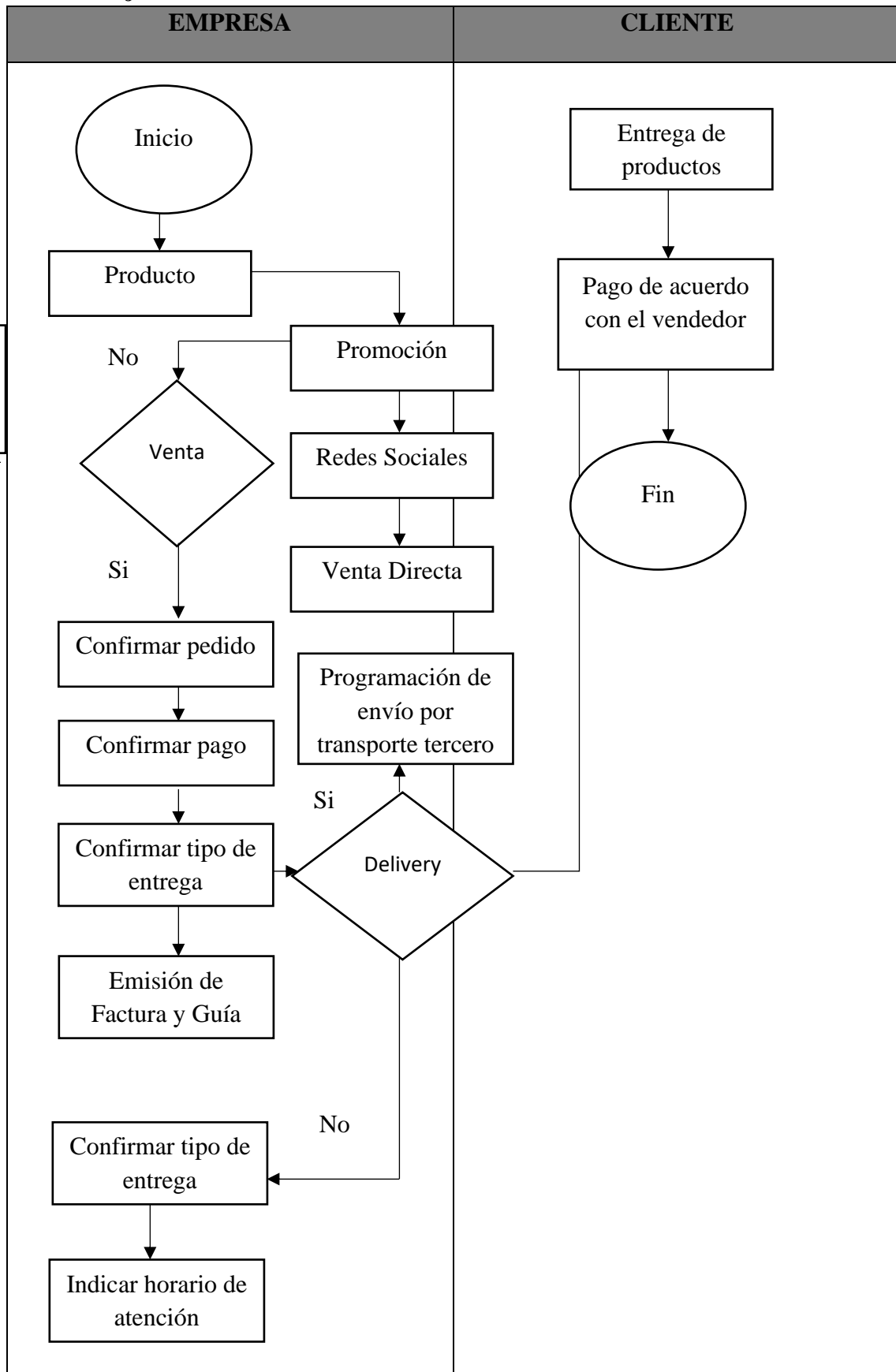
- Descarga/desconsolidación: Entrega de mercadería a consolidadora sede Lima, en este caso Villa.
- Visto bueno: Suscripción, sello y firma de Bill of Lading (BL)
- Almacén: resguardo de mercancía durante el proceso de nacionalización, para el presente caso, Villas Oquendo.
- Transporte Local: Traslado de la mercancía desde Puerto hasta almacén, en este caso trabajaremos con la empresa Pluton.

### **5.7. Gestión de las operaciones de importación: Flujo grama**





**5.8. Gestión de las operaciones de producción del bien o servicio a ejecutar:  
Flujo Grama**



## 6. Plan económico financiero

### 6.1. Inversión Fija

Para el presente proyecto la inversión fija se agrupa en una parte tangible y la otra intangible, los montos estimados que se presenta a continuación se basan en cotizaciones de bienes y servicios que se usarán en la operatividad del proyecto.

#### 6.1 1 Activos tangibles

Son todos activos que presenta la empresa y que proporcionan beneficios económicos y debe ser resultado de una previa compra.

Tabla 45. Activos tangibles.

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
<b>Muebles y Enseres</b>			
Escritorios	5	S/ 200.00	S/ 1,000.00
Sillas giratorias	5	S/ 80.00	S/ 400.00
Estante de madera	3	S/ 150.00	S/ 450.00
Juego de muebles de espera	1	S/ 800.00	S/ 800.00
Anaqueles para almacen	4	S/ 300.00	S/ 1,200.00
<b>Equipos</b>			
Computadoras	5	S/ 1,300.00	S/ 6,500.00
Ventiladores	3	S/ 300.00	S/ 900.00
Impresora multifuncional	1	S/ 900.00	S/ 900.00
Microondas	1	S/ 250.00	S/ 250.00
Extintor	1	S/ 60.00	S/ 60.00
Costos total de muebles y equipos	S/		<b>12,460.00</b>

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 45 se detalla los costos de los bienes tangibles de la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C., se ha realizado en base a la cantidad total de trabajadores y las áreas de la empresa, por ello tenemos muebles, enseres y equipos de servirán a la empresa para poder iniciar sus actividades con normalidad y un buen funcionamiento. Los costos totales de los bienes tangibles son de S/. 12,460.00.

### 6.1.2 Activos intangibles

Los activos intangibles son todos aquellos activos que se encuentran dentro de la empresa y se caracterizan por carecer de valoración económica.

Tabla 46. Activos Intangibles.

Descripcion	Inversion
Diseño de pagina WEB	S/ 800.00
Constitucion de la empresa	S/ 900.00
Licencia de funcionamiento	S/ 450.00
<b>Inversion intangible</b>	<b>S/2,150.00</b>

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 46 estamos considerando los activos intangibles como el diseño de la página web, los gastos de la constitución de la empresa y la licencia de funcionamiento que se tramitara en el distrito de San Juan de Miraflores. Estos gastos están siendo considerados como activos intangibles ya que son bienes que no se pueden ver pero se encuentran dentro de la organización de la empresa para que pueda funcionar con normalidad bajo las leyes indicadas.

### 6.2. Capital de Trabajo

Son todos aquellos recursos que tiene la empresa para poder operar en su actividad. Estos deberán estar disponibles a corto plazo para cubrir los gastos que se presenten dentro de la empresa.



Tabla 47. Capital de trabajo expresado en soles.

Descripción	Costo unitario	Costo Mensual	CAPITAL DE TRABAJO
Capital de trabajo		S/ 216,880.21	S/ 235,310.00
<b>1. EXISTENCIAS</b>			
<b>1.1 UTILES DE LIMPIEZA</b>		S/ <b>136.00</b>	S/ <b>1,434.00</b>
Recogedor	S/ 8.00	S/ 8.00	S/ 8.00
Escoba	S/ 10.00	S/ 10.00	S/ 10.00
Jabon liquido	S/ 10.00	S/ 10.00	S/ 120.00
Paños X3	S/ 18.00	S/ 18.00	S/ 216.00
Desinfectante X 3	S/ 21.00	S/ 21.00	S/ 252.00
Papel higienico x3	S/ 39.00	S/ 39.00	S/ 468.00
Alcohol en gel x3	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 360.00
<b>1.2 UTILES DE OFICINA</b>		S/ <b>111.00</b>	S/ <b>445.00</b>
Hoja bond millar	S/ 16.00	S/ 16.00	S/ 192.00
Archivadores x4	S/ 24.00	S/ 24.00	S/ 144.00
Lapiceros (caja)	S/ 10.00	S/ 10.00	S/ 30.00
Lapices	S/ 9.00	S/ 9.00	S/ 27.00
Perforador x 4	S/ 24.00	S/ 24.00	S/ 24.00
Engrampador x 4	S/ 28.00	S/ 28.00	S/ 28.00
<b>2. DISPONIBLE</b>			
<b>2.1 GASTO PERSONAL</b>		S/ <b>6,017.71</b>	S/ <b>74,937.50</b>
Gerente general	S/ 2,270.83	S/ 2,270.83	S/ 27,250.00
Especialista de ventas	S/ 2,043.75	S/ 2,043.75	S/ 24,525.00
Asistente de Importaciones	S/ 1,703.13	S/ 1,703.13	S/ 20,437.50

Contador externo	S/ 227.08	S/ 227.08	S/ 2,725.00
<b>GASTOS INDIRECTOS</b>		<b>S/ 270.00</b>	<b>S/ 3,240.00</b>
Pago luz	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 1,440.00
Pago agua	S/ 40.00	S/ 40.00	S/ 480.00
Pago Internet	S/ 70.00	S/ 70.00	S/ 840.00
Telefono fijo	S/ 40.00	S/ 40.00	S/ 480.00
<b>COSTO DEL PRODUCTO</b>	<b>S/ 207,252.50</b>	<b>S/ 207,252.50</b>	<b>S/ 207,252.50</b>
Costo de producto	S/ 207,252.50	S/ 207,252.50	
<b>GASTOS DE VENTAS</b>		<b>S/ 3,093.00</b>	<b>S/ 4,116.00</b>
Pagina Web	S/ 380.00	S/ 380.00	S/ 380.00
Espacio Feria Stand	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00
Movilidad	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00
Merchandising ( folletos, tarjetas, regalitos)	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00
Facebook empresarial	S/ 93.00	S/ 93.00	S/ 1,116.00

*Fuente: Elaboración propia.*

En la tabla 47 se detallan todos los costos de venta, gastos administrativos, gastos de ventas y costos indirectos de producción en los que la compañía incurrirá al iniciar sus operaciones comerciales y darle continuidad trimestralmente. El capital de trabajo de Purifier Import servirá para dar liquidez a las operaciones durante los primeros meses de operación, ya que no se verá la recuperación de la inversión hasta dentro de cierto tiempo.

### **6.3. Inversión Total**

La inversión total, es aquel dinero que se utilizará para dar inicio a las actividades de la empresa. Esta inversión se puede colocar con aporte propio o a través de un préstamo bancario.

Tabla 48. Inversión total.

INVERSIONES	MONTO
Inversión fija	
Tangible	S/ 12,460.00
Intangible	S/ 2,150.00
Capital de trabajo	S/ 235,310.00
<b>INVERSION TOTAL SIN IGV</b>	<b>S/ 249,920.00</b>
<b>IGV</b>	<b>S/ 2242.80</b>
<b>INVERSION TOTAL CON IGV</b>	<b>S/ 252,162.80</b>

Fuete: Elaboración propia.

En la Tabla 48, se puede observar el total de la inversión que se debe tener para que la empresa PURIFIER IMPORT SAC pueda operar de manera normal, en este aspecto, dentro de la inversión total se está considerando: Inversión tangible, Inversión intangible y el capital de trabajo, el cual tiene un total de S/ 252, 162.80 soles.

#### 6.4. Estructura de Inversión y Financiamiento

Tabla 49. Estructura de Inversión y Financiamiento.

ESTRUCTURA DE INVERSION Y FINANCIAMIENTO		
Préstamo	S/ 152,162.80	60.3%
Aporte propio	S/ 100,000.00	39.7%
<b>TOTAL DE INVERSION</b>	<b>S/ 252,162.80</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 49, se tiene la estructura de financiamiento, la cual indica el aporte de capital propio de 39.7% y el financiamiento a través de un prestamos que abarca el 60.3% restante, se usarán para poder iniciar las actividades de la empresa

#### 6.5. Fuentes financieras y condiciones de crédito

Tabla 50. Créditos bancarios - Capital de trabajo para Microempresas.

Moneda	Entidad financiera	Tasa efectiva anual (préstamo de 360 días a más)
--------	--------------------	--

Soles	BBVA	13.96%
Soles	CREDITO	52.87%
Soles	PICHINCHA	35.58%
Soles	MIBANCO	42.89%

*Fuente: SBS 2020*

En las Tabla 50, se observa las tasas que cada banco que ofrece a clientes y que deseen una inversión de capital de trabajo, de esa manera iniciar actividades de acuerdo al rubro. Para ello se ha analizado, tomando en cuenta algunas entidades financieras que operan en el Perú, y de acuerdo a ello se ha verificado que la tasa efectiva anual fluctúa de 13% llegando hasta obtener un 43%.

La empresa PUFIER IMPORT S.A.C. trabajará con el banco BBVA ya que actualmente presenta la tasa de interés más baja debido a la pandemia que estamos afrontando, dando facilidades a las Microempresas.

*Tabla 51. Condición de crédito.*

<b>CONDICION DE CREDITO</b>	
<b>PRESTAMO</b>	S/ 152,162.80
<b>Tasa efectiva Anual</b>	13.96%
<b>Tiempo mensual</b>	36
<b>tasa de interes mensual</b>	1.09%
<b>Periodo de gracia</b>	0
<b>Valor de la cuota</b>	S/. 5,137.17

*Fuente: Elaboración propia.*

En la Tabla 51, se observa las características del financiamiento de la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C constituida por un préstamo bancario de S/ 152,162.80 soles que deben de ser pagados en 3 años, tienen un costo efectivo mensual de 1.09% para la empresa no hay periodo de gracia y el valor de cada cuota mensual es de S/ 5,137.17 soles.

*Tabla 52. Flujo de caja de deuda expresado en soles.*

<b>Me s</b>	<b>Saldo inicial</b>	<b>Amortización</b>	<b>Interés</b>	<b>Cuota</b>	<b>Saldo final</b>
1	S/ 152,163	S/ 3,471	S/ 1,666	S/ 5,137	S/ 148,692
2	S/ 148,692	S/ 3,509	S/ 1,628	S/ 5,137	S/ 145,183

3	S/ 145,183	S/ 3,548	S/ 1,590	S/ 5,137	S/ 141,635
4	S/ 141,635	S/ 3,586	S/ 1,551	S/ 5,137	S/ 138,049
5	S/ 138,049	S/ 3,626	S/ 1,512	S/ 5,137	S/ 134,423
6	S/ 134,423	S/ 3,665	S/ 1,472	S/ 5,137	S/ 130,758
7	S/ 130,758	S/ 3,705	S/ 1,432	S/ 5,137	S/ 127,052
8	S/ 127,052	S/ 3,746	S/ 1,391	S/ 5,137	S/ 123,306
9	S/ 123,306	S/ 3,787	S/ 1,350	S/ 5,137	S/ 119,519
10	S/ 119,519	S/ 3,829	S/ 1,309	S/ 5,137	S/ 115,691
11	S/ 115,691	S/ 3,870	S/ 1,267	S/ 5,137	S/ 111,820
12	S/ 111,820	S/ 3,913	S/ 1,224	S/ 5,137	S/ 107,907
13	S/ 107,907	S/ 3,956	S/ 1,182	S/ 5,137	S/ 103,952
14	S/ 103,952	S/ 3,999	S/ 1,138	S/ 5,137	S/ 99,953
15	S/ 99,953	S/ 4,043	S/ 1,094	S/ 5,137	S/ 95,910
16	S/ 95,910	S/ 4,087	S/ 1,050	S/ 5,137	S/ 91,823
17	S/ 91,823	S/ 4,132	S/ 1,005	S/ 5,137	S/ 87,691
18	S/ 87,691	S/ 4,177	S/ 960	S/ 5,137	S/ 83,514
19	S/ 83,514	S/ 4,223	S/ 914	S/ 5,137	S/ 79,291
20	S/ 79,291	S/ 4,269	S/ 868	S/ 5,137	S/ 75,022
21	S/ 75,022	S/ 4,316	S/ 821	S/ 5,137	S/ 70,707
22	S/ 70,707	S/ 4,363	S/ 774	S/ 5,137	S/ 66,344
23	S/ 66,344	S/ 4,411	S/ 726	S/ 5,137	S/ 61,933
24	S/ 61,933	S/ 4,459	S/ 678	S/ 5,137	S/ 57,474
25	S/ 57,474	S/ 4,508	S/ 629	S/ 5,137	S/ 52,966

26	S/ 52,966	S/ 4,557	S/ 580	S/ 5,137	S/ 48,409
27	S/ 48,409	S/ 4,607	S/ 530	S/ 5,137	S/ 43,802
28	S/ 43,802	S/ 4,658	S/ 480	S/ 5,137	S/ 39,144
29	S/ 39,144	S/ 4,709	S/ 429	S/ 5,137	S/ 34,436
30	S/ 34,436	S/ 4,760	S/ 377	S/ 5,137	S/ 29,675
31	S/ 29,675	S/ 4,812	S/ 325	S/ 5,137	S/ 24,863
32	S/ 24,863	S/ 4,865	S/ 272	S/ 5,137	S/ 19,998
33	S/ 19,998	S/ 4,918	S/ 219	S/ 5,137	S/ 15,080
34	S/ 15,080	S/ 4,972	S/ 165	S/ 5,137	S/ 10,108
35	S/ 10,108	S/ 5,026	S/ 111	S/ 5,137	S/ 5,082
36	S/ 5,082	S/ 5,082	S/ 56	S/ 5,137	S/ 0

*Fuente: Elaboración propia.*

En la Tabla 52, se ha calculado el flujo caja de deuda del préstamo que se ha de solicitar para este proyecto de negocio, está constituida por el saldo inicial, el cual corresponde al préstamo que se solicitará e ira disminuyendo mientras se vaya a amortizando la deuda; luego se tiene la renta, es constante a lo largo del periodo por ser el método de pago francés, se tiene la amortización, la cual está constituida por la suma del interés y la renta, es decir tener apalancamiento financiero.

## **6.6. Presupuesto de costos**

### 6.6.1. Costos Directos

Dentro de los costos directos, vamos a observar todo aquel costo que se encuentre relacionado al producto que se va a comercializar. En este caso el producto a vender serán los kits de microfiltración.

*Tabla 53. costos de importación.*

### **COSTOS DE IMPORTACIÓN**

<b>VALOR EN ADUANAS CIF</b>	\$ 51,850.00
<b>ADV( 0%)</b>	\$ -
<b>IGV (16%)</b>	\$ 8,296.00
<b>IPM (2%)</b>	\$ 1,202.92
<b>Percepción anticipada (3.5%)</b>	\$ 2,147.21
<b>Antidumping</b>	\$ -
<b>Costo tributario</b>	\$ -
<b>Gastos tributarios y demás derechos</b>	\$ 10,443.21
<b>Handling INC IGV</b>	\$ 50.00
<b>Transporte interno INC IGV</b>	\$ 140.00
<b>Desconsolidado INC IGV</b>	\$ 80.00
<b>Visto bueno INC IGV</b>	\$ 90.00
<b>Aforo físico INC IGV</b>	\$ 47.20
<b>Emisión del BL INC IGV</b>	\$ 53.00
<b>Servicios TAL INC IGV</b>	\$ 65.00
<b>Gastos administrativos INC IGV</b>	\$ 20.00
<b>Gastos Documentarios INC IGV</b>	\$ 11.80
<b>Costo operativo logístico</b>	\$ 557.00
<b>Agente de aduana (0.15% del CIF) INC IGV</b>	\$ 91.78
<b>Gastos Documentarios INC IGV</b>	\$ 11.80
<b>gastos de origen (inspector)</b>	\$ 300.00
<b>Costo operativo de importaciones</b>	\$ 403.58
<b>COSTOS OPERATIVOS DE IMPORTACION</b>	\$ 11,403.79
<b>CANTIDAD DE PRODUCTOS IMPORTADOS</b>	\$ 400.00
<b>COSTO DE IMPORTACION por kit</b>	\$ 28.51

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 54. Costos totales de los kits de microfiltración.

Modelos	Costo unitario	Costo de importación unitario	Costo total	Cantidad anual	Costo anual en Dólares	Costo anual en Soles
FILTRO AL 100	\$ 285.00	\$ 28.51	\$ 313.51	100	\$ 31,350.95	S/ 103,458.12

CARTU CHO D 100	\$ 16.00	\$ 28.51	\$ 44.51	100	\$ 4,450.95	S/ 14,688.12
FILTRO AL 50	\$ 200.00	\$ 28.51	\$ 228.51	100	\$ 22,850.95	S/ 75,408.12
CARTU CHO E 50	\$ 13.00	\$ 28.51	\$ 41.51	100	\$ 4,150.95	S/ 13,698.12
<b>COSTO TOTAL EN SOLES</b>	<b>S/ 207,252.50</b>					

Fuente: elaboración propia.

Tipo de cambio 3.30

En la tabla 54 vemos el costo unitario de cada filtro y el costo de importación unitario que se multiplicara por cada filtro, dando como resultado el costo anual de los kits de microfiltración por el monto de S/: 207,252.50.

### 6.6.2. Costos Indirectos

Tabla 55. Costos indirectos de PURIFIER IMPORT S.A.C.

Descripción	Costo	Mensual	Anual
<b>GASTO PERSONAL</b>		S/ <b>7,380.21</b>	S/ 74,937.50
Gerente general	S/ 2,270.83	S/ 2,270.83	S/ 27,250.00
Especialista de ventas	S/ 2,043.75	S/ 2,043.75	S/ 24,525.00
Asistente de Importaciones	S/ 1,703.13	S/ 1,703.13	S/ 20,437.50
Contador externo	S/ 227.08	S/ 227.08	S/ 2,725.00
<b>PAGO SERVICIOS</b>		S/ <b>270.00</b>	S/ 3,240.00



Pago luz	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 1,440.00
Pago agua	S/ 40.00	S/ 40.00	S/ 480.00
Pago Internet	S/ 70.00	S/ 70.00	S/ 840.00
Teléfono fijo	S/ 40.00	S/ 40.00	S/ 480.00
<b>GASTOS DE VENTAS</b>		<b>S/ 3,660.00</b>	<b>S/ 4116.00</b>
Pagina Web	S/ 380.00	S/ 380.00	S/ 380.00
Espacio Feria Stand	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00
Movilidad	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00
Merchandising ( folletos, tarjetas, regalitos)	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00
Facebook empresarial	S/ 93.00	S/ 93.00	S/ 1116
<b>1.1 UTILES DE LIMPIEZA</b>		<b>S/ 136.00</b>	<b>S/ 1,434.00</b>
Recogedor	S/ 8.00	S/ 8.00	S/ 8.00
Escoba	S/ 10.00	S/ 10.00	S/ 10.00
Jabon liquido	S/ 10.00	S/ 10.00	S/ 120.00
Paños X3	S/ 18.00	S/ 18.00	S/ 216.00
Desinfectante X 3	S/ 21.00	S/ 21.00	S/ 252.00
Papel higienico x3	S/ 39.00	S/ 39.00	S/ 468.00
Alcohol en gel x3	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 360.00
<b>1.2 UTILES DE OFICINA</b>		<b>S/ 111.00</b>	<b>S/ 445.00</b>
Hoja bond millar	S/ 16.00	S/ 16.00	S/ 192.00
Archivadores x4	S/ 24.00	S/ 24.00	S/ 144.00

Lapiceros (caja)	S/ 10.00	S/ 10.00	S/ 30.00
Lápices	S/ 9.00	S/ 9.00	S/ 27.00
Perforador x 4	S/ 24.00	S/ 24.00	S/ 24.00
Engrampador x 4	S/ 28.00	S/ 28.00	S/ 28.00
<b>TOTAL</b>		<b>S/ 11,557.21</b>	<b>S/ 84,172.50</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

En la tabla 55 se observa la distribución de costos indirectos anuales de la empresa PURFIER IMPORT S.A.C. considerando los gastos de personal, los gastos de servicios básicos, los gastos de ventas, los gastos de útiles y limpieza generando un gasto total anual de S/. 84, 172.50.

### **6.7. Punto de Equilibrio**

*Tabla 56. Costos fijos expresado en soles.*

<b>COSTOS FIJOS</b>	
Gasto personal	S/ 74,937.50
Pago servicios	S/ 3,240.00
Gastos de ventas	S/ 4,116.00
Gastos administrativos	S/ 445.00
Materiales indirectos	S/ 1,434.00
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>S/ 84,172.50</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

En la tabla 56 se puede observar los costos fijos en el que va a incurrir la empresa. Estos costos son aquellos que la empresa deberá pagar independientemente de su actividad de ventas. Estarán constituido por Gasto de personal, pago de servicios, gastos de ventas, gastos administrativos y materiales indirectos. El costo fijo totales de S/ 84,172.50 soles para el primer año.

Tabla 57. Tabla costos variables expresados en soles.

Costos variables anuales	AL100	AL50	D100	E50
Costo total producto	S/ 103,458.12	S/ 75,408.12	S/ 14,688.12	S/ 13,698.12
Costo variable unitario	S/ 1,034.58	S/ 754.08	S/ 146.88	S/ 136.98

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 58. Punto de equilibrio.

Descripción	Participación (%)	Precio Unitario	CV Unitario	MC Unitario	MC Ponderado	PE (Unidades)	PE (Monetario)
AL100	25%	S/ 2,319.54	S/ 1,034.58	S/ 1,295.95	S/ 323.99	32	S/ 74,573.69
AL50	25%	S/ 1,690.65	S/ 754.08	S/ 947.57	S/ 236.89	32	S/ 54,354.99
D100	25%	S/ 329.31	S/ 146.88	S/ 193.43	S/ 48.36	32	S/ 10,587.46
E50	25%	S/ 307.12	S/ 136.98	S/ 181.14	S/ 45.28	32	S/ 9,873.86

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 58 Detalla el punto de equilibrio para la empresa Purifier Import S.A.C. se determina utilizando el método de ponderación de márgenes de contribución, debido a que son cuatro productos de precios distintos, pero en iguales cantidades, los que la empresa va a comercializar.

La participación se determina en base al porcentaje de las unidades de los productos en relación al total de productos importados. El precio unitario es precio de venta de cada producto. El costo variable unitario es la división del costo total de cada producto entre el número de unidades, luego tenemos que hallar el margen de contribución que viene a ser la resta del precio unitario y el costo variable de cada producto. Posteriormente, se halla el margen de contribución ponderado que es la multiplicación del margen de contribución unitario por la participación % de cada producto. Seguidamente, se calcula el punto de equilibrio en unidades totales que es el resultado de dividir los costos fijos totales entre el margen de contribución ponderado total.

Finalmente, se calcula el punto de equilibrio en unidades y monetario para cada producto, para el primer caso se multiplica el punto de equilibrio total en unidades por el % de participación mientras que, para el caso monetario, se multiplica el punto de equilibrio de cada unidad por el precio unitario.

### 6.8. Tributación de Importación

Tabla 59. tributación de la importación.

<b>TRIBUTACION DE IMPORTACION</b>	
Valor FOB	S/ 169,620.00
Seguro	S/ 330.00
Flete	S/ 1,155.00
<b>VALOR EN ADUANA CIF</b>	<b>S/ 171,105.00</b>
ADV (partida: 842123) 0%	0%
IGV (16 %)	S/ 27,376.80
IPM 2 %	S/ 3,969.64
Percepción anticipada (3.5%)	S/ 7,085.80
Antidumping	0
Costo tributario	0
<b>GASTOS TRIBUTARIOS Y DEMAS DERECHOS</b>	<b>S/ 38,432.24</b>

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 59 muestra los tributos a pagar por la importación de kits de microfiltración para el presente proyecto, para ello de acuerdo a la partida arancelaria se está considerando al ad valorem 0%, impuesto general a las ventas 16%, el impuesto selectivo al consumo 2%, percepción anticipada 3,5%. En este punto, el pago de tributo para la importación será de S/. 38, 432.24.

## 6.9. Presupuesto de ingresos

Tabla 60. Presupuestos de ventas.

PRESUPUESTO DE VENTAS					
Descripción	2021	2022	2023	2024	2025
<b>AL100</b>	S/ 196,571.10	S/ 206,399.66	S/ 220,159.63	S/ 235,885.32	S/ 255,542.43
<b>D100</b>	S/ 27,908.10	S/ 29,303.51	S/ 31,257.07	S/ 33,489.72	S/ 36,280.53
<b>AL50</b>	S/ 143,276.10	S/ 150,439.91	S/ 160,469.23	S/ 171,931.32	S/ 186,258.93
<b>E50</b>	S/ 26,027.10	S/ 27,328.46	S/ 29,150.35	S/ 31,232.52	S/ 33,835.23
<b>Total, de ventas</b>	S/ <b>393,782.40</b>	S/ <b>413,471.52</b>	S/ <b>441,036.29</b>	S/ <b>472,538.88</b>	S/ <b>511,917.12</b>
<b>IGV (18%)</b>	S/ <b>70,880.83</b>	S/ <b>74,424.87</b>	S/ <b>79,386.53</b>	S/ <b>85,057.00</b>	S/ <b>92,145.08</b>
<b>Importe total</b>	S/ <b>464,663.23</b>	S/ <b>487,896.39</b>	S/ <b>520,422.82</b>	S/ <b>557,595.88</b>	S/ <b>604,062.20</b>
<b>Tasa de crecimiento de ventas</b>	<b>0</b>	<b>5%</b>	<b>6%</b>	<b>7%</b>	<b>8%</b>

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a lo que se muestra en la Tabla 60 las ventas en el lapso de cinco años van incrementando considerando la tasa de crecimiento de acuerdo a la proyección de ventas. Las ventas en el primer año es S/ 464,663.23 soles, para ello se comercializará 400 unidades que es el total de cuatro productos.

## Depreciación y Amortización

Tabla 61. Depreciación de activos fijos tangibles.

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS TANGIBLES									
Inversión tangible	Valor total	Depreciación anual	2021	2022	2023	2024	2025	Depreciación acumulada	Valor residual
Muebles y enseres	S/ 3,850.00	20%	S/ 770.00	S/ 770.00	S/ 770.00	S/ 770.00	S/ 770.00	S/ 3,850.00	S/ -

Computadoras	S/ 6,500.00	20%	S/ 1,300.00	S/ 1,300.00	S/ 1,300.00	S/ 1,300.00	S/ 1,300.00	S/ 1,300.00	S/ 6,500.00	S/ -
Impresora	S/ 900.00	20%	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 900.00	S/ -
Ventiladores	S/ 900.00	20%	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 900.00	S/ -
Microondas	S/ 250.00	20%	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 250.00	S/ -
Extintor	S/ 60.00	20%	S/ 12.00	S/ 12.00	S/ 12.00	S/ 12.00	S/ 12.00	S/ 12.00	S/ 60.00	S/ -
<b>TOTAL</b>			<b>S/ 2,492.00</b>	<b>S/ 2,492.00</b>	<b>S/ 2,492.00</b>	<b>S/ 2,492.00</b>	<b>S/ 2,492.00</b>	<b>S/ 2,492.00</b>	<b>S/ 12,460.00</b>	

Fuente: Elaboración propia.

Se muestra en la Tabla 61 la depreciación de los activos fijos tangibles, los cuales tienen un porcentaje del 20 % anual y van a tener una depreciación acumulada igual al valor inicial de compra debido al número de años de uso lo que lo deja sin un valor residual final a cada uno de los activos.

Tabla 62. Depreciación de activos intangibles.

<b>DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS INTANGIBLES</b>									
<b>Inversión intangible</b>	<b>Valor total</b>	<b>Depreciación anual</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>Depreciación acumulada</b>	<b>Valor residual</b>
Página web	S/ 800.00	20%	S/ 160.00	S/ 160.00	S/ 160.00	S/ 160.00	S/ 160.00	S/ 800.00	S/ -
Constitución MYPE	S/ 900.00	20%	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 900.00	S/ -
Licencia de funcionamiento	S/ 450.00	20%	S/ 90.00	S/ 90.00	S/ 90.00	S/ 90.00	S/ 90.00	S/ 450.00	S/ -

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 62 presenta la depreciación anual de los activos intangibles que es el 20 / dejando sin valor residual al año final.

Tabla 63. Liquidación del IGV.

<b>CUADRO DE LIQUIDACIÓN DE IGV</b>						
<b>Concepto</b>	<b>Año 0 (Inv.)</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
Ventas	-	S/ 393,782.40	S/ 413,471. 52	S/ 441,036. 29	S/ 472,538. 88	S/ 511,917. 12
Total	S/ -	S/ 393,782.40	S/ 413,471. 52	S/ 441,036. 29	S/ 472,538. 88	S/ 511,917. 12
Costo del producto	S/ -	S/ 207,252.50	S/ 217,615. 12	S/ 232,122. 80	S/ 248,703. 00	S/ 269,428. 25
Inversión	S/ 12,460.00	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
Gastos administrativos	S/ -	S/ 1,879.00	S/ 1,934.43	S/ 1,991.50	S/ 2,050.25	S/ 2,110.73
Gastos de ventas	S/ -	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00
Total	S/ 12,460.00	S/ 210,131.50	S/ 220,549. 55	S/ 235,114. 29	S/ 251,753. 24	S/ 272,538. 97
IGV de ventas	S/ -	S/ 70,880.83	S/ 74,424.8 7	S/ 79,386.5 3	S/ 85,057.0 0	S/ 92,145.0 8
IGV de inversiones, costos y gastos	-S/ 2,242.80	-S/ 37,823.67	-S/ 39,698.9 2	-S/ 42,320.5 7	-S/ 45,315.5 8	-S/ 49,057.0 2
IGV neto	-S/ 2,242.80	S/ 33,057.16	S/ 34,725.9 5	S/ 37,065.9 6	S/ 39,741.4 1	S/ 43,088.0 7
Escudo fiscal	S/ 2,242.80	-S/ 2,242.80	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
Total IGV a pagar	S/ -	S/ 30,814.36	S/ 34,725.9 5	S/ 37,065.9 6	S/ 39,741.4 1	S/ 43,088.0 7

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 63 se puede observar el total de IGV que la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C. debe rendir a las entidades estatales a lo largo de sus años de operación en el mercado peruano. Asimismo, se puede observar que existe escudo fiscal en el año de inversión que asciende a S/. 2,242.80 soles el cual será utilizado a favor al final del primer año de operación.

## 6.10. Presupuesto de egresos

Tabla 64. Tasa de inflación anual.

Años	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Inflación</b>	3.50 %	3.60 %	2.80%	2,2%	1.9%

Fuente: BCR – Reporte de inflación 2019.

De acuerdo con los datos ofrecidos por el BRC, indicados en la tabla 64 se puede prever una tasa de inflación promedio del 2.95% para los siguientes años. Con el valor mencionado, se procederá a presupuestar todos los egresos que tendrá la empresa Purifier Import S.A.C. en cuanto a la adquisición de bienes y servicios. Los sueldos serán fijos, pudiendo ser afectos a un aumento dependiendo del desempeño del trabajador y del crecimiento de la empresa.

### 6.10.1. Presupuesto de inversión

El presupuesto de inversión incluye todos los gastos pre operativos para implementar la compañía y el capital de trabajo necesario para dar liquidez a las actividades comerciales durante cierto periodo hasta que las ventas puedan sostener a la empresa.

Tabla 65. Presupuesto de inversión inicial.

<b>PRESUPUESTO DE INVERSIÓN INICIAL</b>	
<b>Concepto</b>	<b>Año 0 (Inv.)</b>
<b>Inversiones</b>	<b>S/ 257,858.00</b>
<b>Inversión tangible</b>	<b>S/ 12,460.00</b>
<i>Muebles y enseres</i>	S/ 3,850.00
<i>Computadoras</i>	S/ 6,500.00
<i>Impresora</i>	S/ 900.00
<i>Ventiladores</i>	S/ 900.00
<i>Microondas</i>	S/ 250.00



<i>Extintor</i>	S/ 60.00
<b>Inversión intangible</b>	<b>S/ 2,150.00</b>
<i>Página web</i>	S/ 800.00
<i>Constitución MYPE</i>	S/ 900.00
<i>Licencia</i>	S/ 450.00
<b>Capital de trabajo</b>	<b>S/ 243,248.00</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

### **6.10.2. Presupuesto de costo de producto**

El presupuesto de costo de producto incluye todo el dinero que debe ser desembolsado por la compañía a través del capital propio y el préstamo bancario para adquirir las carcasas y elementos filtrantes que comercializará la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C. durante sus años de operación en el mercado peruano.

*Tabla 66. Presupuesto del costo del producto.*

<b>PRESUPUESTO DE COSTO DEL PRODUCTO</b>						
<b>Producto</b>	<b>Concepto</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
AL100	Costo unitario	S/ 1,034.58	S/ 1,034.58	S/ 1,034.58	S/ 1,034.58	S/ 1,034.58
	Cantidad	100	105	112	120	130
D100	Costo unitario	S/ 146.88	S/ 146.88	S/ 146.88	S/ 146.88	S/ 146.88
	Cantidad	100	105	112	120	130
AL50	Costo unitario	S/ 754.08	S/ 754.08	S/ 754.08	S/ 754.08	S/ 754.08
	Cantidad	100	105	112	120	130
E50	Costo unitario	S/ 136.98	S/ 136.98	S/ 136.98	S/ 136.98	S/ 136.98
	Cantidad	100	105	112	120	130
Presupuesto total de producto		S/ 207,252.50	S/ 217,615.12	S/ 232,122.80	S/ 248,703.00	S/ 269,428.25

*Fuente: Elaboración propia.*

### 6.10.3. Presupuesto de gastos operativos

En el presupuesto de los gastos operativos del presente plan de negocios, se detallan todos los gastos administrativos y de ventas en los que incurrirá la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C. durante sus cinco años de operación proyectada en el mercado peruano de maquinaria pesada. Se utilizará la tasa promedio de inflación de 2.95 % para proyectar los gastos operativos de acuerdo con el incremento de costos año a año que brinda el BCR en su informe anual.

#### 6.10.3.1. Presupuesto de gastos administrativos

Tabla 67. Presupuesto de gastos administrativos.

<b>PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
<b>Concepto</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
Útiles de limpieza	S/ 1,434.00	S/ 1,476.30	S/ 1,519.85	S/ 1,564.69	S/ 1,610.85
Útiles de oficina	S/ 445.00	S/ 458.13	S/ 471.64	S/ 485.56	S/ 499.88
Sueldo de gerente general	S/ 27,250.00	S/ 27,250.00	S/ 27,250.00	S/ 27,250.00	S/ 27,250.00
Sueldo de asistente de importaciones	S/ 20,437.50	S/ 20,437.50	S/ 20,437.50	S/ 20,437.50	S/ 20,437.50
Pago a contador externo	S/ 2,725.00	S/ 2,805.39	S/ 2,888.15	S/ 2,973.35	S/ 3,061.06
Pago de servicios públicos	S/ 3,240.00	S/ 3,335.58	S/ 3,433.98	S/ 3,535.28	S/ 3,639.57
<b>Total de gastos administrativos</b>	<b>S/ 55,531.50</b>	<b>S/ 55,762.90</b>	<b>S/ 56,001.12</b>	<b>S/ 56,246.37</b>	<b>S/ 56,498.86</b>

Fuente: Elaboración Propia.

### 6.10.3.2. Presupuesto de gastos de ventas

Tabla 68. Presupuesto de gasto de ventas.

<b>PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTAS</b>					
<b>Concepto</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
Página web	S/ 380.00	S/ 380.00	S/ 380.00	S/ 380.00	S/ 380.00
Stand de feria	S/ 1,500.00	S/ 1,544.25	S/ 1,589.81	S/ 1,636.70	S/ 1,684.99
Movilidad	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00
Merchandising	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00
Facebook empresarial	S/ 1,116.00	S/ 1,116.00	S/ 1,116.00	S/ 1,116.00	S/ 1,116.00
Sueldo de especialista de ventas	S/ 24,525.00	S/ 24,525.00	S/ 24,525.00	S/ 24,525.00	S/ 24,525.00
<b>Total de gastos de ventas</b>	<b>S/ 28,641.00</b>	<b>S/ 28,685.25</b>	<b>S/ 28,730.81</b>	<b>S/ 28,777.70</b>	<b>S/ 28,825.99</b>

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 68 se puede observar los gastos de ventas que la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C. ha proyectado para los siguientes cinco años, este crecimiento se debe y está en función a lograr las ventas que se han proyectado en los próximos años.

### 6.11. Flujo de caja proyectado

El flujo de caja es el registro de ingresos y salidas netas de dinero de la compañía durante el periodo de cinco años proyectados para PURIFIER IMPORT S.A.C. Este flujo de caja se divide en dos tipos: el económico y el financiero.

### 6.11.1. Flujo de caja económico

Tabla 69. Flujo de caja económico.

FLUJO DE CAJA ECONÓMICO							
Concepto	Año 0 (Inv.)	2021	2022	2023	2024	2025	Liquidación
Ingresos totales	S/ -	S/ 464,663. 23	S/ 487,896. 39	S/ 520,422. 82	S/ 557,59 5.88	S/ 604,06 2.20	S/ 307,15 0.27
Ingresos por ventas	S/ -	S/ 464,663. 23	S/ 487,896. 39	S/ 520,422. 82	S/ 557,59 5.88	S/ 604,06 2.20	S/ -
Recuperación de capital de trabajo	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 307,15 0.27
Egresos totales	S/ 252,162 .80	S/ 391,908. 70	S/ 418,414. 78	S/ 448,452. 90	S/ 482,49 8.51	S/ 492,39 9.57	S/ -
Inversiones, costos y gastos	S/ 252,162 .80	S/ 342,021. 58	S/ 358,301. 05	S/ 378,076. 85	S/ 402,66 9.60	S/ 403,81 0.11	S/ -
IGV	S/ -	S/ 30,814.3 6	S/ 34,725.9 5	S/ 37,065.9 6	S/ 39,741 .41	S/ 43,088. 07	S/ -
Impuesto a la renta	S/ -	S/ 19,072.7 5	S/ 25,387.7 7	S/ 33,310.0 9	S/ 40,087 .49	S/ 45,501. 40	S/ -
Flujo de caja económico	S/ - 252,162 .80	S/ 72,754.5 3	S/ 69,481.6 1	S/ 71,969.9 2	S/ 75,097 .37	S/ 111,66 2.63	S/ 307,15 0.27

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 69 detalla el flujo de caja económico que comprende la diferencia entre todos los ingresos que tiene la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C y los egresos durante los cinco años de operación proyectada en el mercado peruano.

## 6.11.2. Flujo de caja financiero

Tabla 70. Flujo de caja financiero.

FLUJO DE CAJA FINANCIERO							
Concepto	Año 0 (Inv.)	2021	2022	2023	2024	2025	Liquidación
<b>Flujo de caja económico</b>	S/ - 252,162. 80	S/ 72,754.53	S/ 69,481.61	S/ 71,969.9 2	S/ 75,097. 37	S/ 111,662 .63	S/ 307,15 0.27
Préstamo	S/ 152,162. 80	S/ 44,255.00	S/ 50,433.00	S/ 57,474.0 0	S/ -	S/ -	S/ -
Intereses	S/ -	S/ 17,391.00	S/ 11,213.00	S/ 4,172.00	S/ -	S/ -	S/ -
Escudo fiscal	S/ -	S/ 5,217.30	S/ 3,363.90	S/ 1,251.60	S/ -	S/ -	S/ -
<b>Flujo de caja financiero</b>	S/ - 100,000. 00	S/ 16,325.83	S/ 11,199.51	S/ 11,575.5 2	S/ 75,097. 37	S/ 111,662 .63	S/ 307,15 0.27

Fuente: Elaboración propia.

La tabla 70 detalla el flujo de caja financiero se incluyen todos los egresos comprendidos por el préstamo bancario realizado en el año de inversión y que tiene que ser pagado por la empresa durante los 36 meses siguientes.

## 6.12. Estado de Ganancias y Pérdida

El estado de ganancias y pérdidas o estado de resultados, refleja ordenadamente los resultados de la actividad económica de la empresa durante los cinco años de ejercicio en el mercado peruano.

Tabla 71. Estado de ganancias y pérdidas.

ESTADO DE RESULTADOS							
Concepto	Año 0 (Inv.)	2021	2022	2023	2024	2025	Liquidación
Ventas	S/ -	S/ 393,782.4 0	S/ 413,471.5 2	S/ 441,036. 29	S/ 472,53 8.88	S/ 511,91 7.12	S/ -

Costo de ventas	S/ -	S/ 207,252.5 0	S/ 217,615.1 2	S/ 232,122. 80	S/ 248,70 3.00	S/ 269,42 8.25	S/ -
<b>Utilidad bruta</b>	S/ -	S/ 186,529.9 0	S/ 195,856.4 0	S/ 208,913. 49	S/ 223,83 5.88	S/ 242,48 8.87	S/ -
Gastos administrativos	S/ -	S/ 55,531.50	S/ 55,762.90	S/ 56,001.1 2	S/ 56,246 .37	S/ 56,498. 86	S/ -
Gastos de ventas	S/ -	S/ 28,641.00	S/ 28,685.25	S/ 28,730.8 1	S/ 28,777 .70	S/ 28,825. 99	S/ -
Depreciaciones y amortizaciones	S/ -	S/ 2,922.00	S/ 2,922.00	S/ 2,922.00	S/ 2,922. 00	S/ 2,922.0 0	S/ -
<b>Utilidad operativa</b>	S/ -	S/ 99,435.40	S/ 108,486.2 5	S/ 121,259. 56	S/ 135,88 9.80	S/ 154,24 2.02	S/ -
Gastos financieros	S/ -	S/ 17,391.00	S/ 11,213.00	S/ 4,172.00	S/ -	S/ -	S/ -
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	S/ -	S/ 82,044.40	S/ 97,273.25	S/ 117,087. 56	S/ 135,88 9.80	S/ 154,24 2.02	S/ -
Impuesto a la renta	S/ -	S/ 24,613.32	S/ 29,181.97	S/ 35,126.2 7	S/ 40,766 .94	S/ 46,272. 61	S/ -
<b>Utilidad neta</b>	S/ -	S/ 57,431.08	S/ 68,091.27	S/ 81,961.2 9	S/ 95,122 .86	S/ 107,96 9.42	S/ -

*Fuente: Elaboración propia.*

En la tabla 71 detalla el este estado financiero, está constituido por la Utilidad Bruta, la cual es la diferencia de las ventas netas y el costo de venta del producto, se puede observar que el primer año fue de S/. 186,529.90 y el último año, tuvo un crecimiento por la mayor cantidad de ventas a S/. 242,488.87. Posteriormente, se tiene la utilidad operativa, que es el resultado que se obtiene de restar la utilidad bruta con los gastos operativos y depreciaciones de la empresa. Siguiendo con el esquema del cuadro de resultados, se tiene la utilidad antes de impuestos, que es la diferencia entre la utilidad operativa y los gastos financieros, que vienen a ser en el caso de PURIFIER IMPORT S.A.C. los intereses pagados a la entidad bancaria por el préstamo realizado en el año de inversión.

Finalmente, se tiene la utilidad neta que es la diferencia de la utilidad antes de impuestos y el impuesto a la renta que es el 30% año a año.

### 6.13. Evaluación de la Inversión

#### 6.13.1.- Evaluación Económica

Tabla 72. Tasa WACC

TASA WACC			
Concepto	Monto	Costo	Ponderación
Préstamo bancario	S/ 152,162.80	9.77%	5.90%
Capital social	S/ 100,000.00	22.55%	8.94%
Inversión	S/ 252,162.80		14.84%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 73. Indicadores de evaluación económica.

INDICADORES DE EVALUACIÓN ECONOMICA	
VAN(E)	S/. 144,408.84
TIR(E)	30%
B/C	1.04

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla N° 73, se tiene la evaluación económica de la empresa PURIFIER IMPORT S.A.C, se ha verificado que este proyecto es rentable, debido a que el flujo de efectivo económico cumple con las condiciones para que un proyecto pueda ser aceptado, por lo tanto, se tiene como resultado VANe es igual a S/ 144,408.84 soles, un TIRe de 30% y un B/C (Beneficio/costo) de 1.04.

Finalmente, esto significa que se cumple los requisitos para que un proyecto sea rentable:  $VAN > 0$ ,  $TIR > COK$  y el  $B/C > 1$ .

Tabla 74. Periodo de recuperación económica.

PERIODO DE RECUPERACIÓN ECONÓMICA		
Periodo	Flujo económico	Flujo acumulado
0	-S/ 252,162.80	
2021	S/ 72,754.53	S/ 72,754.53
2022	S/ 69,481.61	S/ 142,236.15
2023	S/ 71,969.92	S/ 214,206.07
2024	S/ 75,097.37	S/ 289,303.43
2025	S/ 111,662.63	S/ 400,966.06

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 74 se observa el periodo de recuperación económica, tomando en cuenta el costo ponderado de capital para actualizar los valores, la inversión se recuperará en el cuarto año de operación comercial.

### 6.13.2. Evaluación Financiera

Tabla 75. Indicadores de evaluación financiera.

INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA	
<b>VAN(E)</b>	S/. 91, 460.66
<b>TIR(E)</b>	41%
<b>B/C</b>	1.06

Fuente: Elaboración propia.

En la figura 75 detalla la evaluación financiera del proyecto, da como resultado un VAN de S/.91, 460.66 y un TIR de 41% que es mayor a la tasa de costo de la financiación, así como un beneficio costo mayor a 1. Indicadores que señalan que el proyecto es rentable.



Tabla 76. Periodos de recuperación financiera.

PERIODO DE RECUPERACIÓN FINANCIERA		
Periodo	Flujo Financiero	Flujo acumulado
0	-S/100,000.00	
2021	S/16,325.83	S/ 16,325.83
2022	S/11,199.51	S/ 27,525.35
2023	S/11,575.52	S/ 39,100.87
2024	S/75,097.37	S/ 114,198.23
2025	S/111,662.63	S/ 225,860.86

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 76 se observa el periodo de recuperación financiera, tomando en cuenta el costo de oportunidad del préstamo para actualizar los valores, la inversión se recuperará en el cuarto año de operación comercial.

### 6.13.3. Evaluación social

La empresa PURIFIER IMPORT S.A.C. busca que nuestros clientes del sector minería y construcción puedan ahorrar en los gastos de mantenimiento para incrementar la rentabilidad de su negocio. Esta es una oportunidad para que estas empresas puedan seguir creciendo y al mismo tiempo con los ahorros generados puedan invertir en responsabilidad social o mejorar la condición de trabajo de sus colaboradores.

### 6.13.4. Impacto ambiental

La empresa PURIFIER IMPORT S.A.C. tendrá un rol importante, en cuanto al cuidado medioambiental, ya que los kits de microfiltración que comercializará, ayudan a reducir el desgaste de los motores y sus sistemas de inyección de combustible, debido a que elimina la contaminación interna por partículas que originan el desgaste, que posteriormente se ve reflejado en un mayor consumo de combustible y emisión de gases contaminantes al medio ambiente, lo cual reduce la calidad del aire que respiramos y contribuye directamente con el calentamiento global a través del efecto invernadero.

Asimismo, al aislar los fluidos de la contaminación a través de su excelente capacidad de filtración, se puede extender a más del doble los intervalos de mantenimiento de la maquinaria y de esta manera reducir el consumo de los elementos e insumos necesarios para la conservación de la maquinaria pesada, en especial los aceites lubricantes y filtros, los cuales son hidrocarburos que no siempre son bien reciclados y pueden

terminar en vertientes de agua o filtraciones subterráneas al ser desechados de manera incorrecta. Recordar que una gota de aceite contamina veinticinco litros de agua.

#### 6.14.-Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo

El Costo de oportunidad (COK), es la tasa de retorno mínima atractiva o tasa a la que se le descuenta el flujo, esto sirve para tomar decisiones al momento de invertir, una vez que se tenga COK las empresas generan valor para el propietario, tomando en cuenta que los retornos de los proyectos de inversión tendrían que ser iguales o mayores. El COK tiene relación con el riesgo retorno que existe en el mercado, en este caso el retorno que se espera está en función a los rendimientos que tiene la empresa y considerando el riesgo, se tiene que es la variación que existe entre el retorno real y el esperado. Finalmente, existe un conjunto de posibilidades de inversión, luego el inversionista deberá comparar todas las posibilidades que tiene, en el cual mida el riesgo retorno de cada elección. El capital asset pricing model (CAPM), que significa modelo de fijación de precios de activos de capital, es un modelo de valoración de activos financieros, el cual sirve para determinar la tasa de retorno requerida para un activo que forma parte de una cartera de inversiones, de esta manera se podrán diversificar y reducir el riesgo.

Cálculo del beta por el método CAPM.

Tabla 77. Cálculo del Beta.

Cálculo del B	
Deuda (D)	60.3%
Aporte propio (E)	39.7%
D/E	152%
Tx	1.50%
Beta del sector	1.25
<b>Beta apalancado</b>	<b>3.12</b>

Fuente: Elaboración propia

Cálculo del COK por el método CAPM.

Tabla 78. Cálculo del KPROY.

Cálculo del KPROY	
<b>KPROY</b>	<b>22.55%</b>
Rf	2.11%
B	3.12
Rm-Rf	6.55%
Rp	0

Fuente: BCR del Perú

A continuación, se calcula el costo promedio ponderado de capital (CPPK): CPPK: (Deudas de terceros/Total de financiamiento) (Costos de la deuda) (1-tasa de impuesto) + (Capital propio/total de financiamiento) (costos de capital propio).

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

Tabla 79. Cálculo del CPPK.

Cálculo del CPPK	
Capital	39.70%
Deuda	60.30%
Cok	22.55%
Kd	13.96%
Tax Perú	1.50%
<b>CPPK</b>	<b>17.24%</b>

Fuente: Elaboración propia.

#### 6.15.-Cuadro de riesgo del tipo de cambio

El análisis de sensibilidad es aquel en el que se evalúa cómo el cambio en una variable genera un impacto sobre un punto específico de interés, siendo muy útil en la evaluación de alternativas para la toma de decisiones en una organización. Por ello, es importante crear varios escenarios con el objetivo de tener diferentes perspectivas con relación a las situaciones que se presenten. Para el caso de un incremento en el tipo de cambio, la empresa Kira Moda Canina S.AC utilizará el contrato FORWARD DE DIVISAS. De acuerdo a lo que indica el (Banco Cental de Reserva, 2016), una OPERACIÓN FORWARD de moneda extranjera es un acuerdo entre dos partes, por el cual dos agentes económicos se obligan a intercambiar, en una fecha futura establecida, un monto determinado de una moneda a cambio de otra, a un tipo de cambio futuro acordado y que refleja el diferencial de tasas. Esta operación no implica ningún desembolso hasta el vencimiento del contrato, momento en el cual se exigirá el intercambio de las monedas al tipo de cambio pactado. Tomando en cuenta lo indicado por el Banco Central de Reservas, el contrato Forward de divisas es importante dentro de un mercado cambiante relacionado al tipo de cambio, ya que considerando que la empresa Kira Moda Canina S.A.C se dedica a la importación de ropa para perros, el costo de la compra de este insumo en el lapso de un año podría variar y lo que se requiere es administrar los riesgos en los posibles efectos de la volatilidad del tipo de cambio.

A continuación, se presenta un análisis de sensibilidad teniendo al tipo de cambio en diferentes escenarios y como afecta la variación al VAN, TIR Y AL B/C.

Tabla 80. Análisis de sensibilidad de tipo de cambio.

<b>Tipo de cambio</b>	<b>VAN (E)</b>	<b>TIR (E)</b>	<b>B/C</b>	<b>VAN (F)</b>	<b>TIR (F)</b>	<b>B/C</b>
3.00	S/ 89,999.24	21%	1.03	S/ 56,053.46	24%	1.03
3.10	S/ 102,880.28	22%	1.04	S/ 72,709.88	26%	1.04
<b>3.30</b>	<b>S/ 128,740.45</b>	<b>24%</b>	<b>1.05</b>	<b>S/ 106,022.73</b>	<b>31%</b>	<b>1.06</b>
3.35	S/ 135,224.30	24%	1.05	S/ 114,350.94	32%	1.06
3.50	S/ 154,717.02	25%	1.06	S/ 139,335.58	36%	1.07

*Fuente: Elaboración propia.*

En la tabla 80 se puede observar que el tipo de cambio afecta directamente a los indicadores de evaluación económica y financiera del proyecto de inversión. Puede observarse que, a menor tipo de cambio, el B/C del proyecto disminuye directamente proporcional, al igual que el VAN y TIR de cada una de las evaluaciones, sin embargo, se puede apreciar que en todos los casos la afectación no genera pérdidas o datos que salgan en negativo.

## 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 7.1. Conclusiones

La empresa PURIFIER IMPORT S.A.C., es una empresa importadora de kits de microfiltración de aceite de China para la comercialización a empresas que cuenten con maquinaria pesada, orientada a empresas de construcción y minería.

De acuerdo al marco legal el Estado otorga ventajas tributarias y laborales que permiten reducir costos en el pago de las rentas anuales, y en el pago de los beneficios laborales de los trabajadores, ayudando a rentabilizar más el negocio.

PURIFIER IMPORT S.A.C. asegurara una adecuada distribución física internacional en todo el proceso logístico, el agente de aduana y el agente de carga, se toma en cuenta la importancia de trabajar todos los despachos con un solo operador logístico, con el objetivo de que ya conozcan todo el proceso, la operatividad y coordinación para embarcar la mercancía y realizar los trámites de desaduanaje de manera rápida y eficiente. Cabe señalar que la empresa decide tercerizar el proceso contable y delivery.

La empresa ha previsto utilizar el incoterm CIF 2010 dentro del contrato de compraventa, esto quiere decir que el vendedor se hará cargo del embalaje de los kits de microfiltración, el contrato con una aseguradora de la mercancía y el flete. La condición de pago será 50 % de adelanto y 50 % cuando llegue el producto a nuestro almacén y lo realizaremos mediante depósitos en las agencias de WENSTERN UNION. El régimen utilizado es Régimen de Importación para el Consumo bajo la modalidad de despacho anticipado.

El presente plan de negocio demuestra que es rentable y viable de acuerdo al análisis económico- financiero realizado, debido a que presenta un Valor Actual Neto (VAN-Económico) de S/144,408.84 soles y una Tasa Interna de Retorno (TIR-Económico) de 30% y un beneficio costo de 1.04.

Por otro lado, con lo que respecta al análisis financiero al Valor Actual Neto (VAN-Financiero) de S/ 91,460.66 soles y una Tasa Interna de Retorno (TIREconómico) de 41.00% y un beneficio costo de 1.06. Esto indica que la empresa puede incursionar en este negocio.

## **7.2. Recomendaciones**

Negociar las tarifas tanto con el agente de aduana una vez finalizado el contrato anual, con el objetivo de reducir costos de importación y generar una mayor ganancia. Asimismo, se debe tomar en cuenta revisar el cumplimiento total del procedimiento que abarca el régimen de importación para el consumo.

Negociar con el proveedor de China las tarifas de los productos y que nos ofrezca un mejor precio de flete y tiempo de entrega del producto.

Aprovechar el ingreso de un nuevo producto y el bajo precio de comercialización en Lima metropolitana y estudiar a detalle el mercado de Perú, de esta manera expandirnos a otras ciudades del Perú para cubrir las necesidades y así se podrá ampliar la diversificación de otros modelos de kits de microfiltración para maquinarias industriales.

Se recomienda monitorear de manera periódica los indicadores económicos y financieros de viabilidad de este proyecto, el mismo que brinda rentabilidad. Asimismo, se debe verificar los costos que se presenten en el periodo de cinco años para analizar la situación en la que se presente, ya que existen factores externos a la empresa que deben saber manejarse con estrategias que no impacte la estabilidad de toda la organización.

## 8. Referencias

Osterwalder & Pigneur (2010). Generación de modelos de negocio. Recuperado de <http://www.convergenciamultimedial.com/landau/documentos/bibliografia-2016/osterwalder.pdf>.

INEI (2010). Clasificación Industrial Internacional Uniforme. Recuperado de [https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf](https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf)

Fleitman J. (2000). *Negocios Exitosos*. México: Mc Graw Hill.

INDECOPI (2017). Registrar una marca. Recuperado de <https://www.gob.pe/332-registrar-una-marca>

SUNAT (2019). Regímenes Tributarios. Recuperado de <https://www.gob.pe/280-superintendencia-nacional-de-aduanas-y-de-administracion-tributaria-regimenes-tributarios>.

SUNAT (2019). ¿Cómo me inscribo en el RUC? (S.N.). Recuperado de <http://emprender.sunat.gob.pe/como-me-inscribo-en-el-ruc>.

SUNAT (2019). Regímenes Tributarios (S.N.). Recuperado de <https://www.gob.pe/280-superintendencia-nacional-de-aduanas-y-de-administracion-tributaria-regimenes-tributarios>.

Ministerio de Trabajo (2014). *El 1; 2: 3 de la formalización laboral. Derechos Laborales de los trabajadores*. Recuperado de [https://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/informacion/TRABAJADORES/DLT\\_formacion\\_laboral.pdf](https://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/informacion/TRABAJADORES/DLT_formacion_laboral.pdf)

Naresh A. Malhotra (2008): *Investigación de mercados Quinta Edición*. México: Pearson educación.

Bigné, J. E., Moliner, M. A., y Callarisa, L. J. (2000). “El Valor y la Fidelización de Clientes: Una Propuesta de Modelo Dinámico de Comportamiento”, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, Vol. 9, nº 3, págs. 65-78.

Kotler, P (2004): *Fundamentos de Marketing*. Edición. Bogotá: Ed. Pearson Educación. 885 P. 5

Porter, M. (1982). *Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México: Compañía Editorial Continental.

Moschini, S. (2012). *Claves del marketing digital*. Barcelona: La Vanguardia Ediciones.

Universidad de Sonora. (2016). *Universidad de Sonora*. Obtenido de Universidad de Sonora: [http://www.uson.mx/oferta\\_educativa/pe/licmercadotecnia.htm](http://www.uson.mx/oferta_educativa/pe/licmercadotecnia.htm)



## 9. ANEXOS

Anexo N° 01: Formato de declaración jurada para informar el desarrollo de actividades simultaneas y adicionales a la licencia de funcionamiento.



### NORMAS LEGALES

 <p><b>SAN JUAN DE MIRAFLORES MUNICIPALIDAD</b></p>	<p><b>FORMATO DE DECLARACIÓN JURADA PARA INFORMAR EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES SIMULTANEAS Y ADICIONALES A LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO</b></p> <p>(Ley N° 28976.- Ley Marco de Licencia de Funcionamiento y Modificatorias)</p>	<p>Versión: 01</p>	<p>N° de expediente:</p>
		<p>Fecha de recepción:</p>	

Con Licencia de Funcionamiento N° \_\_\_\_\_ otorgada con fecha \_\_\_\_\_ se autorizó el desarrollo de la actividad \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ identificado(a) con DNI/ \_\_\_\_\_  
*(Nombres y apellidos del titular o Razón Social)*  
 RUC N° \_\_\_\_\_.

**Declaro bajo juramento que:**

En mi calidad de titular/representante legal de la licencia de funcionamiento informo que:

- Se ha iniciado el desarrollo de la actividad simultánea y adicional de: \_\_\_\_\_.
- Completar sólo en caso de cesionario:  
 Esta actividad está siendo desarrollada por \_\_\_\_\_  
*(Nombres y apellidos o Razón Social del cesionario)*  
 identificado(a) con DNI/ RUC N° \_\_\_\_\_.
- La actividad a realizar está de acuerdo con lo establecido por el Ministerio de la Producción mediante Decreto Supremo N° .....-2017-PRODUCE y el suscrito garantiza, bajo responsabilidad, que no afecta las condiciones de seguridad del establecimiento.
- Tengo conocimiento que la presente Declaración Jurada está sujeta a la fiscalización posterior. En caso de haber proporcionado información que no corresponde a la verdad, se me aplicarán las sanciones administrativas y penales correspondientes, declarándose la nulidad o revocatoria de la licencia o autorización otorgada. Asimismo, brindaré las facilidades necesarias para las acciones de control de la autoridad municipal competente.

\_\_\_\_\_  
 Firma del titular/ representante legal  
 N° DNI: \_\_\_\_\_

1. Artículo 3° de la Ley N° 28976 Ley Marco de Licencia de Funcionamiento: No se requiere solicitar una modificación, ampliación o nueva licencia de funcionamiento, si una licencia de funcionamiento para cesionario, cuando el titular de una licencia de funcionamiento o un tercero cesionario, bajo responsabilidad de dicho titular, desarrolla alguna de las actividades simultaneas y adicionales que establece el Ministerio de la Producción, siempre que no se afecten las condiciones de seguridad del establecimiento. Para ello, basta que el titular de la licencia de funcionamiento presente previamente a la Municipalidad una declaración jurada informando que se desarrollará dicha actividad y garantizando que no se afectarán las condiciones de seguridad en el establecimiento. En caso un tercero cesionario vaya a desarrollar dicha actividad, el titular de la licencia de funcionamiento asume la responsabilidad respecto de las condiciones de seguridad en la totalidad del establecimiento y, sólo con fines informativos, incluye en su declaración jurada los datos generales del tercero cesionario y, de existir un contrato escrito, copia de dicho contrato.

Anexo N° 02: Formato de declaración jurada para licencia de funcionamiento



**NORMAS LEGALES**

 <p><b>SAN JUAN DE MIRAFLORES MUNICIPALIDAD</b></p>	<p><b>FORMATO DE DECLARACIÓN JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO</b></p> <p><i>LEY N° 28370 - Ley Marco de Licencia de Funcionamiento y Modificaciones</i></p>	Versión: 01	N° de expediente:
		Página: 1 de 2	Fecha de recepción:
		N° de recibo de pago:	

VER INSTRUCCIONES PARA EL LLENADO (Página 2)

I MODALIDAD DEL TRÁMITE QUE SOLICITA (marcar más de una alternativa si corresponde)		
<p><b>Licencia de funcionamiento</b></p> <p><input type="checkbox"/> Indeterminada      <input type="checkbox"/> Temporal</p> <p><input type="checkbox"/> Licencia de funcionamiento más autorización de anexo peatonario Tipo de anexo (especificar): .....</p> <p><input type="checkbox"/> Licencia para cesionario</p> <p><input type="checkbox"/> Licencias para mercados de abastos, galerías comerciales y centros comerciales</p>	<p><b>Cambios o modificaciones</b></p> <p><input type="checkbox"/> Modificación de área</p> <p><input type="checkbox"/> Cambio de denominación o nombre comercial de la persona jurídica (debe completarse secciones I, II y III) N° de licencia de funcionamiento: ..... Indicar nuevo denominación o nombre comercial: .....</p>	<p><b>Otros</b></p> <p><input type="checkbox"/> Cese de actividades (debe completarse secciones I, II y III) N° de licencia de funcionamiento: .....</p> <p><input type="checkbox"/> Transferencia de Licencia de Funcionamiento (debe completarse secciones I, II y III y adjuntar copia simple de contrato de transferencia) N° de licencia de funcionamiento: .....</p> <p><input type="checkbox"/> Otros (especificar): .....</p>

II DATOS DEL SOLICITANTE			
Apellidos y Nombres / Razón social			
N° DNI / N° C.E.	N° RUC	N° Teléfono	Correo electrónico
Dirección			
Av./Tr./Ca./Pje./Otras	N°/Int./Mo/Lt./Otras	Urb./ AA/HH./Otras	Distrito y Provincia

III DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO		
Apellidos y Nombres	N° DNI / N° C.E.	N° de partida electrónica y asiento de inscripción SJMMP (de corresponder)

IV DATOS DEL ESTABLECIMIENTO			
Nombre comercial			
Código CEU *	Giro/s *	Actividad	Zonificación
Dirección			
Av./Tr./Ca./Pje./Otras	N°/Int./Mo/Lt./Otras	Urb./ AA/HH./Otras	Provincia
Autorización Sectorial (de corresponder)			
Entidad que otorga autorización	Denominación de la autorización sectorial	Fecha de autorización	Número de autorización

Área total solicitada (m <sup>2</sup> )	Cropsas de abstracción									
	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 33%; height: 30px;"></td> <td style="width: 33%; height: 30px;"></td> <td style="width: 33%; height: 30px;"></td> </tr> <tr> <td style="width: 33%; height: 30px;"></td> <td style="width: 33%; height: 30px;"></td> <td style="width: 33%; height: 30px;"></td> </tr> <tr> <td style="width: 33%; height: 30px;"></td> <td style="width: 33%; height: 30px;"></td> <td style="width: 33%; height: 30px;"></td> </tr> </table>									

\* Esta información es llenada por el representante de la municipalidad.

Anexo 3. Formato de minuta S.A.C. sin directorio con aporte de bienes

**MODELO DE CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA – S.A.C.  
(CON APORTE EN BIENES NO DINERARIOS)**

**SEÑOR NOTARIO**

SÍRVASE USTED EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PÚBLICAS UNA DE CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA QUE OTORGAN:

- A. [NOMBRE DEL SOCIO 1], DE NACIONALIDAD: [NACIONALIDAD], OCUPACIÓN: [PROFESIÓN U OCUPACIÓN], CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD: [DOCUMENTO DE IDENTIDAD (DNI, CARNET EXTRANJERÍA, PASAPORTE)], ESTADO CIVIL: [ESTADO CIVIL (SOLTERO, CASADO, VIUDA, DIVORCIADO)], [NOMBRE DEL CÓNYUGE (DE SER CASADO)], [DOCUMENTO DE IDENTIDAD DEL CÓNYUGE (DNI, CARNET EXTRANJERÍA, PASAPORTE)].
- B. [NOMBRE DEL SOCIO 2], DE NACIONALIDAD: [NACIONALIDAD], OCUPACIÓN: [PROFESIÓN U OCUPACIÓN], CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD: [DOCUMENTO DE IDENTIDAD (DNI, CARNET EXTRANJERÍA, PASAPORTE)], ESTADO CIVIL: [ESTADO CIVIL (SOLTERO, CASADO, VIUDA, DIVORCIADO)], [NOMBRE DEL CÓNYUGE (DE SER CASADO)], [DOCUMENTO DE IDENTIDAD DEL CÓNYUGE (DNI, CARNET EXTRANJERÍA, PASAPORTE)].

(...)

- C. [NOMBRE DEL SOCIO N], DE NACIONALIDAD: [NACIONALIDAD], OCUPACIÓN: [PROFESIÓN U OCUPACIÓN], CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD: [DOCUMENTO DE IDENTIDAD (DNI, CARNET EXTRANJERÍA, PASAPORTE)], ESTADO CIVIL: [ESTADO CIVIL (SOLTERO, CASADO, VIUDA, DIVORCIADO)], [NOMBRE DEL CÓNYUGE (DE SER CASADO)], [DOCUMENTO DE IDENTIDAD DEL CÓNYUGE (DNI, CARNET EXTRANJERÍA, PASAPORTE)].

SEÑALANDO COMO DOMICILIO COMÚN PARA EFECTOS DE ESTE INSTRUMENTO EN [DOMICILIO], EN LOS TÉRMINOS SIGUIENTES:

**PRIMERO.-** POR EL PRESENTE PACTO SOCIAL, LOS OTORGANTES MANIFIESTAN SU LIBRE VOLUNTAD DE CONSTITUIR UNA SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA, BAJO LA DENOMINACIÓN DE [DENOMINACIÓN SOCIAL],

LA SOCIEDAD PUEDE UTILIZAR LA ABREVIATURA DE [ABREVIATURA.] S.A.C.

LOS PARTICIPANTES SE OBLIGAN A EFECTUAR LOS APORTES PARA LA FORMACIÓN DEL CAPITAL SOCIAL Y A FORMULAR EL CORRESPONDIENTE ESTATUTO.

**SEGUNDO.-** EL MONTO DEL CAPITAL SOCIAL ES DE S/. [MONTO S./] ((MONTO EN LETRAS Y 00/100 NUEVOS SOLES), DIVIDIDO EN [NUMERO DE ACCIONES] ACCIONES NOMINATIVAS DE UN NOMINAL DE S/. XX.00 CADA UNA, SUSCRITAS Y PAGADAS DE LA SIGUIENTE MANERA:

1. [NOMBRE DEL SOCIO 1], SUSCRIBE [NUMERO DE ACCIONES 1] ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA [MONTO DEL CAPITAL S/. QUE PAGA EL SOCIO 1] MEDIANTE APORTES EN BIENES NO DINERARIOS.
2. [NOMBRE DEL SOCIO 2], SUSCRIBE [NUMERO DE ACCIONES 2] ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA [MONTO DEL CAPITAL S/. QUE PAGA EL SOCIO 2] MEDIANTE APORTES EN BIENES NO DINERARIOS.  
(...)
3. [NOMBRE DEL SOCIO N], SUSCRIBE [NUMERO DE ACCIONES N] ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA [MONTO DEL CAPITAL S/. QUE PAGA EL SOCIO N] MEDIANTE APORTES EN BIENES NO DINERARIOS.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO

**TERCERO.**-EN CALIDAD DE INFORME DE VALORIZACIÓN, LOS OTORGANTES DECLARAN QUE LOS BIENES NO DINERARIOS APORTADOS A LA SOCIEDAD SON LOS QUE A CONTINUACIÓN SE DETALLA Y QUE EL CRITERIO ADOPTADO PARA LA VALORIZACIÓN, EN CADA CASO, ES EL QUE SE INDICA:

#### DESCRIPCIÓN DE LOS BIENES

DESCRIPCIÓN DE LOS BIENES	CRITERIO PARA VALORIZACIÓN	VALOR
<b>ASIGNADO</b>		
1.- [NOMBRE DEL SOCIO 1], APORTA:		
01 [DESCRIPCIÓN DEL BIEN APORTADO 1] VALOR/MERCADO		[VALOR DEL BIEN APORTADO].
02 [DESCRIPCIÓN DEL BIEN APORTADO 2] E.J. MARCA : LG, MODELO, APORTADO].	CPU, VALOR/MERCADO	[VALOR DEL BIEN
	<b>TOTAL:</b>	S/. [ SUMATORIA 1 VALOR BIENES APORTADO].

2.- [NOMBRE DEL SOCIO 2], APORTA:

01 [DESCRIPCION DEL BIEN APORTADO 2] EJ. MONITOR DE 17",  
MARCA : LG, MODELO, VALOR/MERCADO [VALOR DEL BIEN  
APORTADO].

02 [DESCRIPCION DEL BIEN APORTADO 2] EJ. MONITOR DE 17",  
MARCA : LG, MODELO, VALOR/MERCADO [VALOR DEL BIEN  
APORTADO].

**TOTAL:** S/. [SUMATORIA  
2 VALOR BIENES  
APORTADO].

VALOR TOTAL: **S/. <SUMATORIA TOTAL>**

LO QUE HACE UN TOTAL GENERAL DE S/. [MONTO S/.] ([MONTO EN LETRAS] Y  
00/100 NUEVOS SOLES), COMO APORTE EN BIENES NO DINERARIOS AL CAPITAL  
DE LA EMPRESA.

EL NUMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD Y DOMICILIO DE LOS APORTANTES,  
ES EL QUE SE CONSIGNA AL INICIO DE LA MINUTA Y LA SUSCRIPCIÓN SE  
EFECTÚA AL FINAL DE LA MINUTA

**CUARTO.-** LA SOCIEDAD SE REGISTRÁ POR EL ESTATUTO SIGUIENTE Y EN TODO  
LO NO PREVISTO POR ESTE, SE ESTARÁ+ A LO DISPUESTO POR LA LEY  
GENERAL DE SOCIEDADES -LEY 26887 - QUE EN ADELANTE SE LE DENOMINARA  
LA "LEY".

#### **ESTATUTO**

**ARTICULO 1.- DENOMINACIÓN-DURACIÓN-DOMICILIO:** LA SOCIEDAD SE  
DENOMINA: [DENOMINACIÓN SOCIAL] SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA".

LA SOCIEDAD PUEDE UTILIZAR LA ABREVIATURA DE [ABREVIATURA] S.A.C;

LA SOCIEDAD TIENE UNA DURACIÓN INDETERMINADA, INICIA SUS OPERACIONES EN LA FECHA DE ESTE PACTO Y ADQUIERE PERSONALIDAD JURÍDICA DESDE SU INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS. SU DOMICILIO ES EN [DOMICILIO], PROVINCIA DE [PROVINCIA] Y DEPARTAMENTO DE [DEPARTAMENTO], PUDIENDO ESTABLECER SUCURSALES U OFICINAS EN CUALQUIER LUGAR DEL PAÍS O EN EL EXTRANJERO.

**ARTICULO 2°.- OBJETO SOCIAL.-** LA SOCIEDAD TIENE POR OBJETO DEDICARSE A [OBJETO SOCIAL]. SE ENTIENDEN INCLUIDOS EN EL OBJETO SOCIAL LOS ACTOS RELACIONADOS CON EL MISMO QUE COADYUVEN A LA REALIZACIÓN DE SUS FINES. PARA CUMPLIR DICHO OBJETO, PODRÁ REALIZAR TODOS AQUELLOS ACTOS Y CONTRATOS QUE SEAN LÍCITOS, SIN RESTRICCIÓN ALGUNA.

**ARTICULO 3°.- CAPITAL SOCIAL:** EL MONTO DEL CAPITAL SOCIAL ES DE S/ [MONTO S./] ([MONTO EN LETRAS] Y 00/100 NUEVOS SOLES), REPRESENTADO POR [NÚMERO DE ACCIONES] ACCIONES NOMINATIVAS DE UN [NOMINAL DE S/ .00 CADA UNA

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO.

**ARTICULO 4°.-TRANSFERENCIA Y ADQUISICIÓN DE ACCIONES:** LOS OTORGANTES ACUERDAN SUPRIMIR EL DERECHO DE PREFERENCIA PARA LA ADQUISICIÓN DE ACCIONES, CONFORME A LO PREVISTO EN EL ÚLTIMO PÁRRAFO DEL ARTÍCULO 237° DE LA "LEY".

**ARTICULO 5°.- ÓRGANOS DE LA SOCIEDAD:** LA SOCIEDAD QUE SE CONSTITUYE TIENE LOS SIGUIENTES ÓRGANOS:

- A) LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS; Y
- B) LA GERENCIA.

LA SOCIEDAD NO TENDRÁ DIRECTORIO.

**ARTICULO 6°.-JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS:** LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS ES EL ÓRGANO SUPREMO DE LA SOCIEDAD. LOS ACCIONISTAS CONSTITUIDOS EN JUNTA GENERAL DEBIDAMENTE CONVOCADA, Y CON EL QUÓRUM CORRESPONDIENTE, DECIDEN POR LA MAYORÍA QUE ESTABLECE LA "LEY" LOS ASUNTOS PROPIOS DE SU COMPETENCIA. TODOS LOS ACCIONISTAS INCLUSO LOS DISIDENTES Y LOS QUE NO HUBIERAN PARTICIPADO EN LA REUNIÓN, ESTÁN SOMETIDOS A LOS ACUERDOS ADOPTADOS POR LA JUNTA GENERAL. LA CONVOCATORIA A JUNTA DE ACCIONISTAS SE SUJETA A LO DISPUESTO EN EL ART. 245° DE LA "LEY".

EL ACCIONISTA PODRÁ HACERSE REPRESENTAR EN LAS REUNIONES DE JUNTA GENERAL POR MEDIO DE OTRO ACCIONISTA, SU CÓNYUGE, O ASCENDIENTE O DESCENDIENTE EN PRIMER GRADO, PUDIENDO EXTENDERSE LA REPRESENTACIÓN A OTRAS PERSONAS.

**ARTICULO 7º.-JUNTAS NO PRESENCIALES:** LA CELEBRACIÓN DE JUNTAS NO PRESENCIALES SE SUJETA A LO DISPUESTO POR EL ARTICULO 246º DE LA "LEY".

**ARTICULO 8º.-LA GERENCIA:** NO HABIENDO DIRECTORIO, TODAS LAS FUNCIONES ESTABLECIDAS EN LA "LEY" PARA ESTE ÓRGANO SOCIETARIO SERÁN EJERCIDAS POR EL GERENTE GENERAL.

LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS PUEDE DESIGNAR UNO O MÁS GERENTES SUS FACULTADES REMOCIÓN Y RESPONSABILIDADES SE SUJETAN A LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 185º AL 197º DE LA "LEY".

EL GERENTE GENERAL ESTA FACULTADO PARA LA EJECUCIÓN DE TODO ACTO Y/O CONTRATO CORRESPONDIENTES AL OBJETO DE LA SOCIEDAD, PUDIENDO ASIMISMO REALIZAR LOS SIGUIENTES ACTOS:

A) DIRIGIR LAS OPERACIONES COMERCIALES Y ADMINISTRATIVAS.

B) REPRESENTAR A LA SOCIEDAD ANTE TODA CLASE DE AUTORIDADES. EN LO JUDICIAL GOZARA DE LAS FACULTADES GENERALES Y ESPECIALES, SEÑALADAS EN LOS ARTÍCULOS 74º, 75º, 77º Y 436º DEL CÓDIGO PROCESAL CIVIL. EN LO ADMINISTRATIVO GOZARÁ DE LA FACULTAD DE REPRESENTACIÓN PREVISTA EN EL ARTICULO 115º DE LA LEY N° 27444 Y DEMÁS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS. TENIENDO EN TODOS LOS CASOS FACULTAD DE DELEGACIÓN O SUSTITUCIÓN. ADEMÁS PODRÁ CONSTITUIR PERSONAS JURÍDICAS EN NOMBRE DE LA SOCIEDAD Y REPRESENTAR A LA SOCIEDAD ANTE LAS PERSONAS JURÍDICAS QUE CREA CONVENIENTE. ADEMÁS PODRÁ SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE, CONCILIACIONES EXTRAJUDICIALES Y DEMÁS MEDIOS ADECUADOS DE SOLUCIÓN DE CONFLICTO, PUDIENDO SUSCRIBIR LOS DOCUMENTOS QUE SEAN PERTINENTES.

C) ABRIR, TRANSFERIR, CERRAR Y ENCARGARSE DEL MOVIMIENTO DE TODO TIPO DE CUENTA BANCARIA; GIRAR, COBRAR, RENOVAR, ENDOSAR, DESCONTAR Y PROTESTAR, ACEPTAR Y RE-ACEPTAR CHEQUES, LETRAS DE CAMBIO, VALES, PAGARES, GIROS, CERTIFICADOS, CONOCIMIENTOS, PÓLIZAS, CARTAS FIANZAS Y CUALQUIER CLASE DE TÍTULOS VALORES, DOCUMENTOS MERCANTILES Y CIVILES, OTORGAR RECIBOS CANCELACIONES, SOBREGIRARSE EN CUENTA CORRIENTE CON GARANTÍA O SIN ELLA, SOLICITAR TODA CLASE DE PRESTAMOS CON GARANTÍA HIPOTECARIA, PRENDARIA Y DE CUALQUIER FORMA.

D) ADQUIRIR Y TRANSFERIR BAJO CUALQUIER TITULO; COMPRAR, VENDER, ARRENDAR, DONAR, DAR EN COMODATO, ADJUDICAR Y GRAVAR LOS BIENES DE LA SOCIEDAD SEAN MUEBLES O INMUEBLES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS YA SEAN PRIVADOS O PÚBLICOS. EN GENERAL PODRA CELEBRAR TODA CLASE DE CONTRATOS NOMINADOS E INNOMINADOS, INCLUSIVE LOS DE: LEASING O ARRENDAMIENTO FINANCIERO, LEASE BACK, FACTORING Y/O UNDERWRITING, CONSORCIO, ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN Y CUALQUIER OTRO CONTRATO DE COLABORACIÓN EMPRESARIAL VINCULADOS CON EL OBJETO SOCIAL. ADEMÁS PODRÁ SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE Y SUSCRIBIR LOS RESPECTIVOS CONVENIOS ARBITRALES.

E) SOLICITAR, ADQUIRIR, DISPONER, TRANSFERIR REGISTROS DE PATENTES, MARCAS, NOMBRES COMERCIALES, CONFORME A LEY SUSCRIBIENDO

CUALQUIER CLASE DE DOCUMENTOS VINCULADOS A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL O INTELECTUAL.

F) PARTICIPAR EN LICITACIONES, CONCURSOS PÚBLICOS Y/O ADJUDICACIONES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS, QUE CONLLEVE A LA REALIZACIÓN DEL OBJETO SOCIAL.

EL GERENTE GENERAL PODRÁ REALIZAR TODOS LOS ACTOS NECESARIOS PARA LA ADMINISTRACIÓN DE LA SOCIEDAD, SALVO LAS FACULTADES RESERVADAS A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.

**ARTICULO 9°.-MODIFICACION DEL ESTATUTO, AUMENTO Y REDUCCIÓN DEL CAPITAL:** LA MODIFICACIÓN DEL ESTATUTO, SE RIGE POR LOS ARTÍCULOS 198° Y 199° DE LA "LEY", ASÍ COMO EL AUMENTO Y REDUCCIÓN DEL CAPITAL SOCIAL, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 201° AL 206° Y 215° AL 220°, RESPECTIVAMENTE, DE LA "LEY".

**ARTICULO 10°.-ESTADOS FINANCIEROS Y APLICACIÓN DE UTILIDADES:** SE RIGE POR LO DISPUESTO EN LOS ARTÍCULOS 40°, 221° AL 233° DE LA "LEY".

**ARTICULO 11°.- DISOLUCIÓN, LIQUIDACIÓN Y EXTINCIÓN:** EN CUANTO A LA DISOLUCIÓN, LIQUIDACIÓN Y EXTINCIÓN DE LA SOCIEDAD, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 407°, 409°, 410°, 412°, 413° A 422° DE LA "LEY".

**QUINTO.-** QUEDA DESIGNADO COMO GERENTE GENERAL : [NOMBRE DEL GERENTE GENERAL] CON [DOCUMENTO DE IDENTIDAD (DNI, CARNET EXTRANJERÍA, PASAPORTE)], CON DOMICILIO EN: [DOMICILIO DEL GERENTE GENERAL], DISTRITO DE [DISTRITO DEL DOMICILIO DEL GERENTE GENERAL], PROVINCIA DE [PROVINCIA DOMICILIO DEL GERENTE GENERAL], DEPARTAMENTO DE [DEPARTAMENTO DEL DOMICILIO DEL GERENTE GENERAL].

ASI MISMO, SE DESIGNA COMO SUB GERENTE DE LA SOCIEDAD A [NOMBRE DEL SUB GERENTE], IDENTIFICADO CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD [TIPO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD], CON NUMERO: [NUMERO DEL DOCUMENTO DE IDENTIDAD] QUIEN TENDRÁ LAS SIGUIENTES FACULTADES:

- REEMPLAZAR AL GERENTE EN CASO DE AUSENCIA.
- INTERVENIR EN FORMA CONJUNTA CON EL GERENTE GENERAL, EN LOS CASOS PREVISTOS EN LOS INCISOS C, D, E Y F DEL ARTÍCULO 8° DEL ESTATUTO.

**CLAUSULA ADICIONAL.-<SI SOCIO TIENE CÓNYUGE>.-** DE CONFORMIDAD AL ARTÍCULO 315 DEL CÓDIGO CIVIL, INTERVIENE: [NOMBRE DEL CÓNYUGE (DE SER CASADO)], CÓNYUGE DE : [NOMBRE DEL PARTICIPANTE], AUTORIZANDO EXPRESAMENTE EL APOORTE EN BIENES NO DINERARIOS.

[CIUDAD], [FECHA FORMULARIO: DÍA, MES Y AÑO EN LETRAS]



### DECLARACIÓN JURADA DE RECEPCIÓN DE BIENES

POR EL PRESENTE DOCUMENTO, YO **[NOMBRE DEL GERENTE GENERAL]**, IDENTIFICADO CON D.N.I. N° **[NUMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD DEL GERENTE GENERAL]**, CON DOMICILIO EN **[DOMICILIO DEL GERENTE GENERAL]** PROVINCIA DE LIMA Y DEPARTAMENTO DE LIMA, EN MI CALIDAD DE GERENTE GENERAL DESIGNADO DE LA SOCIEDAD DENOMINADA "**[DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL]**S.A.C.", QUE SE CONSTITUYE, DECLARO BAJO JURAMENTO HABER RECIBIDO LOS BIENES NO DINERARIOS QUE APARECEN DETALLADOS Y VALORIZADOS EN LA CLAUSULA TERCERA DEL PACTO SOCIAL QUE ANTECEDE.

.....  
**[CIUDAD] [FECHA DD.JJ.: DIA, MES Y AÑO EN LETRAS]**