



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

**IMPORTACION DE CARTERAS DE BIO CUERO DESDE
EL PUERTO DE XIAMEN – CHINA HACIA LIMA
METROPOLITANA POR COMERCIO ELECTRONICO**



**PRESENTADO POR
KAREN SHEYLA AGURTO MARTINEZ**

**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 DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**IMPORTACION DE CARTERAS DE BIO CUERO DESDE EL PUERTO DE
XIAMEN – CHINA HACIA LIMA METROPOLITANA POR COMERCIO
ELECTRONICO**

PRESENTADO POR:

BACHILLER KAREN SHEYLA AGURTO MARTINEZ

**PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO DE
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

LIMA – PERÚ

2020

DEDICATORIA

Dedicado a Dios, por ser el inspirador,
darme esa fuerza para continuar
en cada paso que doy y
cumplir uno de mis anhelos.

A mis padres,
por su amor, trabajo, sacrificio
en todos estos años,
gracias a ustedes he logrado llegar
hasta aquí y convertirme en
la persona que soy.

AGRADECIMIENTO

En estas líneas quiero agradecer a todas las personas que hicieron posible este plan de negocios y de alguna manera estuvieron conmigo en los momentos difíciles, alegres, y tristes. Estas sencillas palabras son para ustedes. A mis padres por todo su amor incondicional, comprensión, y apoyo, pero sobre todo gracias infinitas por la paciencia que me han tenido. No tengo palabras para agradecerles las incontables veces que me brindaron su apoyo en todas las decisiones que he tomado a lo largo de mi vida, unas buenas, otras malas. Gracias por darme la libertad de desenvolverme como persona.

A mi hermano por su paciencia durante el transcurso de todo el proceso, por compartir horas y horas de películas, series, por las peleas, los gritos y herir mi cuerpo de puro amor.

A mi tía Amparo y mamita Beni gracias por todo su apoyo incondicional en todo momento y consejos para la vida. A mi Papito Miguel desde el cielo me ilumina en cada momento de mi vida desde su ausencia.

No puedo dejar de agradecerte especialmente a ti Estiven, mi compañero de Universidad, y ahora de corazón y vida.

Y por supuesto a mi querida Universidad y a todas las autoridades, por permitirme concluir con una etapa de mi vida, gracias por la paciencia, orientación y guiarme en el desarrollo de este plan de investigación.

INDICE

AGRADECIMIENTO	3
INDICE	4
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	9
RESUMEN EJECUTIVO	11
1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN	12
2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	13
2.1. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL	13
2.2. ACTIVIDAD ECONÓMICA O CODIFICACIÓN INTERNACIONAL (CIU).....	13
2.3. UBICACIÓN Y FACTIBILIDAD MUNICIPAL Y SECTORIAL	13
2.4. OBJETIVOS DE LA EMPRESA, PRINCIPIO DE LA EMPRESA EN MARCHA	15
2.4.1. <i>Objetivo General</i>	15
2.4.2. <i>Objetivo Específico</i>	15
2.4.3. <i>Misión</i>	15
2.4.4. <i>Visión</i>	15
2.5. LEY DE MYPES, MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA, CARACTERÍSTICAS.....	15
2.6. ESTRUCTURA ORGÁNICA	16
2.7. CUADRO DE ASIGNACIÓN DE PERSONAL.	17
2.8. FORMA JURÍDICA EMPRESARIAL	18
2.9. REGISTRO DE MARCA Y PROCEDIMIENTO EN INDECOPI.....	18
2.10. REQUISITOS Y TRÁMITES MUNICIPALES	18
2.11. RÉGIMEN TRIBUTARIO PROCEDIMIENTO DESDE LA OBTENCIÓN DEL RUC Y MODALIDADES	19
2.12. REGISTRO DE PLANILLAS ELECTRÓNICA (PLAME).....	20
2.13. RÉGIMEN LABORAL ESPECIAL Y GENERAL LABORAL.	20
2.14. MODALIDADES DE CONTRATOS LABORALES.....	20
2.15. CONTRATOS COMERCIALES Y RESPONSABILIDAD CIVIL DE LOS ACCIONISTAS.	20
3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL	21
3.1. IDENTIFICACIÓN, DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL PRODUCTO A IMPORTAR	21
3.1.1. <i>Clasificación arancelaria (en ambos países)</i>	23
3.1.2. <i>Ficha técnica comercial</i>	23
3.1.3. <i>Ecuación de valor para el mercado nacional</i>	24
3.1.4. <i>Determinación de la marca a usar</i>	24
3.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO OBJETIVO.....	26
3.2.1. <i>Segmentación de mercado objetivo (macro y microsegmentación)</i>	26
3.2.1.1. Macro segmentación.....	26
3.2.1.2. Microsegmentación.....	27
3.2.1.2.1. Segmentación Geográfica:	27
3.2.1.2.2. Segmentación Demográfica	28
3.2.1.2.3. Segmentación Psicográfica	30

3.2.2.	<i>Definición del perfil del consumidor</i>	32
3.2.3.	<i>Medición del mercado objetivo</i>	33
3.3.	ANÁLISIS DE OFERTA Y DEMANDA EN EL MERCADO	34
3.3.1.	<i>Análisis de oferta</i>	34
3.3.3.	<i>Análisis de competitividad y benchmark</i>	37
3.3.4.	<i>Análisis de precio de importación (compra)</i>	38
3.3.5.	<i>Análisis y determinación de formas de distribución</i>	39
3.3.6.	<i>Análisis del entorno</i>	39
3.3.6.1.	Macro ambiente	39
3.3.6.1.1.	Político y Legal	39
3.3.6.1.2.	Económico	39
3.3.6.2.	Microambiente	40
3.3.6.2.1.	Político y Legal	40
3.3.6.2.2.	Económico	41
3.4.	ESTRATEGIAS DE VENTA Y DISTRIBUCIÓN NACIONAL	41
3.4.1.	<i>Estrategias de segmentación</i>	41
3.4.2.	<i>Estrategias de posicionamiento</i>	42
3.4.3.	<i>Estrategias de ingreso al mercado</i>	42
3.4.4.	<i>Estrategias de distribución comercial</i>	42
3.4.5.	<i>Estrategias de branding</i>	43
3.5.	ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN NACIONAL	43
3.5.1.	<i>Mecanismos y Definición estrategias de promoción, incluida promoción de ventas</i>	43
3.5.2.	<i>Propuesta de valor</i>	44
3.5.3.	<i>Estrategias de marketing digital y uso del e-commerce</i>	44
4.	PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL	44
4.1.	ENVASES, EMPAQUES Y EMBALAJES	44
4.1.1.	<i>Envases</i>	44
4.1.2.	<i>Empaque</i>	46
4.1.3.	<i>Embalaje</i>	47
4.2.	DISEÑO DEL ROTULADO Y MARCADO	47
4.2.1.	<i>Diseño del rotulado</i>	47
4.2.2.	<i>Diseño del marcado</i>	48
4.3.	UNITARIZACIÓN Y CUBICAJE DE LA CARGA	50
4.4.	CADENA DE DFI DE IMPORTACIÓN	50
4.5.	SEGURO DE LAS MERCANCÍAS	51
5.	PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL	51
5.1.	FIJACIÓN DE PRECIOS	51
5.1.1.	<i>Costos y precios</i>	51
5.1.2.	<i>Cotización internacional</i>	55
5.2.	CONTRATO DE COMPRA VENTA INTERNACIONAL DE IMPORTACIONES Y SUS DOCUMENTOS	56
5.3.	ELECCIÓN Y APLICACIÓN DEL INCOTERM	58
5.4.	DETERMINACIÓN DEL MEDIO DE PAGO Y COBRO	58
5.5.	ELECCIÓN DEL RÉGIMEN DE IMPORTACIÓN	59
5.6.	GESTIÓN ADUANERA DE COMERCIO INTERNACIONAL	59
5.7.	GESTIÓN DE LAS OPERACIONES DE IMPORTACIÓN	60

5.8.	GESTIÓN DE LAS OPERACIONES DE PRODUCCIÓN DEL BIEN O SERVICIO A EJECUTAR.....	61
6.	PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	62
6.1.	INVERSIÓN FIJA.....	62
6.1.1.	<i>Activos tangibles</i>	62
6.1.2.	<i>Activos intangibles</i>	62
6.2.	CAPITAL DE TRABAJO	62
6.3.	INVERSIÓN TOTAL	63
6.4.	ESTRUCTURA DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO.....	64
6.5.	FUENTES FINANCIERAS Y CONDICIONES DE CRÉDITO.....	64
6.6.	PRESUPUESTO DE COSTOS.....	65
6.7.	PUNTO DE EQUILIBRIO	66
6.8.	PRESUPUESTO DE INGRESOS	66
6.9.	PRESUPUESTO DE EGRESOS	67
6.10.	FLUJO DE CAJA PROYECTADO	68
6.11.	ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDA.....	69
6.12.	EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN	69
6.12.1.	<i>Evaluación Económica</i>	69
6.12.2.	<i>Evaluación Financiera</i>	69
6.12.3.	<i>Evaluación social</i>	69
6.12.4.	<i>Impacto ambiental</i>	69
6.13.	EVALUACIÓN DE COSTO OPORTUNIDAD DEL CAPITAL DE TRABAJO	70
6.14.	CUADRO DE RIESGO DEL TIPO DE CAMBIO.....	70
7.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	71
7.1.	CONCLUSIONES.....	71
7.2.	RECOMENDACIONES	71

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1: ACTIVIDAD PRINCIPAL DEL CÓDIGO CIU	13
TABLA N°2: DETERMINACIÓN DE LA UBICACIÓN.....	14
TABLA N°3: LEY MYPE	16
TABLA N°4: CUADRO DE PERSONAL	17
TABLA N°5: REMUNERACIONES SEGÚN RÉGIMEN LABORAL DE MICROEMPRESA	18
TABLA N°6: COSTOS POR REGISTRO DE MARCA	18
TABLA N°7: MODALIDAD DE CONTRATOS.....	20
TABLA N°8: CLASIFICACIÓN ARANCELARIA – PERU	23
TABLA N°9: FICHA TÉCNICA DE CARTERAS DE BIO CUERO	24
TABLA N°10: FICHA TÉCNICA DE CARTERAS BIODEGRADABLE.....	24
TABLA N°10: IMPORTACIONES PERUANAS DESDE CHINA (MILES DE US\$) DE ACUERDO CON LA PARTIDA 27	
TABLA N°11: PUBLICO OBJETIVO.....	33
TABLA N°12: PRINCIPALES 10 EXPORTADORES CON LA PARTIDA 4202220000.....	35
TABLA N°14: POBLACIÓN EN LOS ULTIMOS CINCO AÑOS.....	36
TABLA N°15: DEMANDA TOTAL DE PERSONAS EN LOS ULTIMOS CINCO AÑOS	36
TABLA N°16: CANTIDAD DEMANDADA EN LOS ULTIMOS CINCO AÑOS	36
TABLA N°17: CANTIDAD DEMANDADA EN SOLES EN LOS PROXIMOS CINCO AÑOS	37
TABLA N°18: PRINCIPALES PROVEEDORES	37
TABLA N° 19: LISTADO DE PROVEEDORES CON PRECIO FOB	38
TABLA N°20: CARACTERÍSTICAS DEL EMPAQUE PARA CARTERAS.....	46
TABLA N°21: ROTULADO	48
TABLA N°22: ROTULADO EN LA CAJA	49
TABLA N°23: CUBICAJE.....	50
TABLA N°24: COSTEO DE IMPORTACIÓN	52
TABLA N°25: ACTIVOS TANGIBLES.....	62
TABLA N°26: ACTIVOS INTANGIBLES	62
TABLA N°27: CAPITAL DE TRABAJO	63
TABLA N°28: INVERSION TOTAL	63
TABLA N°29: ESTRUCTURA DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO	64
TABLA N°30: CONDICIONES DE CRÉDITO.....	65

TABLA N°31: DEPRECIACION	65
TABLA N°32: AMORTIZACIÓN	65
TABLA N°33: PUNTO DE EQUILIBRIO	66
TABLA N°34: PRESUPUESTO DE VENTAS	67
TABLA N°35: PRESUPUESTO DE COBRANZA	67
TABLA N°36: PRESUPUESTO DE EGRESOS.....	68
TABLA N°37: FLUJO DE CAJA PROYECTADO	68
TABLA N°38: ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS	69
TABLA N°39: COK	70
TABLA N°40: WACC	70
TABLA N°41: CUADRO DE RIESGO DE TIPO DE CAMBIO	70

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA N°1: PLANO DE UBICACIÓN IMPORTACIONES KSAM	14
FIGURA N°2: ESTRUCTURA DE LA EMPRESA	16
FIGURA N°3: TRAMITES PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO EN LA MUNICIPALIDAD DE LIMA	19
FIGURA N°4: MODELOS DE MORRAL EN BIO CUERO	22
FIGURA N°5: MODELO DE MONEDERO EN BIO CUERO	22
FIGURA N°6: MODELO CARTERAS EN TYVEK	23
FIGURA N°7: LOGO DEL PROVEEDOR	25
FIGURA N°8: LOGO DE IMPORTACIONES KSAM	25
FIGURA N°9: PRESENTACION EN INSTAGRAM	25
FIGURA N°10: PRESENTACION DE LA EMPRESA EN REDES SOCIALES	26
FIGURA N°11: POBLACIÓN POR SEXO SEGÚN DEPARTAMENTOS 2019	28
FIGURA N°12: POBLACIÓN POR SEGMENTO DE EDAD EN LIMA METROPOLITANA	29
FIGURA N°13: POBLACIÓN POR SEGMENTO DE EDAD Y SEXO	30
FIGURA N°14: HABITANTES POR NIVEL SOCIOECONOMICO	31
FIGURA N°15: LUGAR DE USO DEL INTERNET POR PORCENTAJE	31
FIGURA N°16: ACTIVIDADES REALIZADAS POR INTERNET	32
FIGURA N°17: CUADRO DE MEDIDAS ADOPTADAS POR EL GOBIERNO PERUANO	33
FIGURA N°18: ENCUESTA	34
FIGURA N°19: POBLACIÓN Y HOGARES POR NIVEL SOCIOECONÓMICO	36
FIGURA N° 20: PBI PERUANO	40
FIGURA N° 21: ESTRATEGIA DE SEGMENTACIÓN CONCENTRADA	42
FIGURA N°22: DISTRIBUCIÓN COMERCIAL	43
FIGURA N°23: ENVASE DE CARTERAS	45
FIGURA N°24: BOLSA ADICIONAL PARA PROTECCIÓN	45
FIGURA N°25: BOLSAS DE SILICE	46
FIGURA N°26: CAJA DE CARTÓN CORRUGADO PARA CARTERAS	47
FIGURA N°27: EMBALAJE	47
FIGURA N° 28: MODELO DE ROTULADO	49
FIGURA N°29: PICTOGRAMAS	49
FIGURA N°30: COTIZACION DEL PROVEEDOR	55

FIGURA N°31: CONTRATO DE COMPRA VENTA INTERNACIONAL	56
FIGURA N°32: FLUJOGRAMA DEL REGIMEN ELEGIDO.....	60
FIGURA N°33: FLUJOGRAMA DE PRODUCCION	61

RESUMEN EJECUTIVO

La globalización ha traído consigo nuevas oportunidades, pero estas de la mano con nuevos retos, los mercados en todo el mundo se han vuelto más exigentes ante este escenario, es por ello, que los empresarios están apostando por modelos de negocio diferentes en donde el impacto social y ambiental son claves para el crecimiento y desarrollo de estas empresas.

El sector retail peruano no es ajeno a esta tendencia y la sostenibilidad ya forma parte de la agenda de la industria, porque se sabe que el país tiene un comercio electrónico en avance dado las necesidades de los hombre y mujeres.

La operación logística integral será realizada por el operador logístico EFRINSA quien dejará la mercancía libre a bordo en el puerto del callao. La importación se hará con el proveedor Xiamen Greenfield Co., Ltd. empresa ubicada en Xiamen, China que vende el tipo de producto a ofrecer y en la cual puedes comprar con tu propia marca.

La forma de pago será por transferencia interbancaria y la fijación de precios es por determinación de la demanda. Finalmente, se analiza los estados financieros, flujos de cajas, análisis de sensibilidad. Se demuestra que el proyecto es viable para su elaboración.

1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACION CON LOS CLIENTES	SEGMENTOS DE CLIENTES
SUNAT Bloggeros de Moda Youtubers Courier	Transporte multimodal Marketing Virtual Infraestructura TIC y software	Estética y diseño en el producto Tecnológico Variedad de colores Variedad de diseños Características del producto biodegradable Política de descuentos y ofertas por la compra online	Atención personalizada Brindar catálogo de modelos Ofertas Recomendaciones	Hombres y Mujeres con edades entre los 25 a 39 años en zonas urbanas Estudiantes y profesionales económicamente activas. Gran influencia en el cuidado del medio ambiente
	RECURSOS CLAVE		CANALES	
	Capital propio y de bancos Infraestructura Diseño web		Web Afiliados Tienda Física	
ESTRUCTURA DE COSTOS		FUENTE DE INGRESOS		
Costo de constitución de empresa y registro de marca INDECOPI Costo de alquiler y sueldo de personal Costo de página web		Transferencias Bancarias Márgenes por venta Aceptación de Visa Pago Efectivo		

2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1. Nombre o razón social

El siguiente plan de negocios se dedicará a la importación y comercialización de carteras por tienda online en Lima Metropolitana se opta por elegir a la siguiente razón social: Importaciones KSAM Sociedad de responsabilidad limitada y se registrará bajo la marca "KILLA" que significa Luz en quechua, contando con almacén, tienda comercial y online de nuestros productos.

2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

La actividad económica principal de la empresa por definición es: la venta al por menor de prendas de artículos de bio cuero, cuyo CIIU se detalla en la siguiente tabla:

TABLA N°1: ACTIVIDAD PRINCIPAL DEL CÓDIGO CIIU

	DESCRIPCION CIIU
SECCIÓN G	Comercio al por mayor y menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas,
DIVISIÓN 47	Comercio al por menor, excepto el comercio de vehículos automotores y motocicletas.
GRUPO 477	Venta al por menor de otros productos en comercios especializados.
CLASE 4773	Venta al por menor de otros productos nuevos en comercios especializados
CLASE 4791	Venta al por menor por correo y por Internet

Fuente: SUNAT

2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

IMPORTACIONES KSAM SRL para determinar la ubicación se realizó un comparativo de tres distritos son: Cercado de Lima, Jesús María y Magdalena del Mar donde hay venta de productos similares por lo que existe mayor afluencia de clientes potenciales, entre los cuales se consideró los siguientes criterios: facilidad de acceso, seguridad, proximidad de los clientes, costos del almacén.

TABLA N°2: DETERMINACIÓN DE LA UBICACIÓN

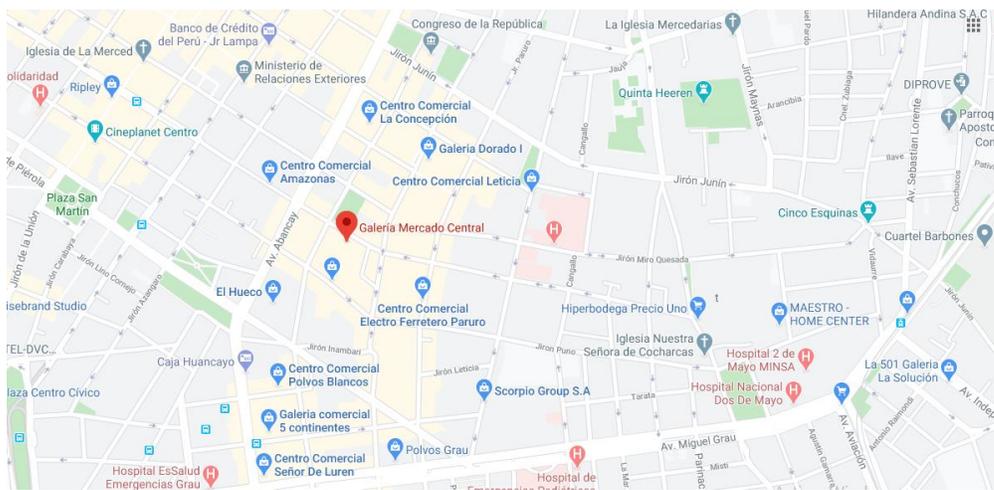
Factor	Peso	Jesús María		Cercado de Lima		Magdalena del Mar	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Facilidad de Acceso	0.25	3.00	0.75	3.00	0.75	2.00	0.50
Seguridad	0.25	2.00	0.50	2.00	0.50	1.00	0.25
Proximidad a los clientes	0.25	2.00	0.50	3.00	0.75	1.00	0.25
Costos del Almacén	0.25	3.00	0.75	3.00	0.75	3.00	0.75
Total	1.00		2.50		2.75		1.75

Fuente: Elaboración Propia

Calificación: Rango de 1 (Muy Malo) – 5 (Muy Bueno)

Como se puede observar en la tabla 2 se colocó un peso relativo a cada uno de los factores mencionados, y en función de calificación se pondero cada uno los locales potenciales. Se decide ubicar el negocio en el local del distrito de Lima. La ubicación del local comercial es Jr. Cuzco 640 – Lima debido que tuvo el mayor puntaje.

FIGURA N°1: PLANO DE UBICACIÓN IMPORTACIONES KSAM



Fuente: Google Maps

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

2.4.1. Objetivo General

Ser empresa líder en el rubro de accesorios a base de bio cuero, mediante la importación y comercialización en Lima Metropolitana.

2.4.2. Objetivo Específico

Los objetivos específicos son los siguientes:

Posicionar a la empresa en el rubro de accesorios de productos de bio cuero.

Potenciar la imagen a través de las redes sociales.

Ofrecer variedad de accesorios a base de bio cuero.

2.4.3. Misión

Somos una empresa que brinda productos de bio cuero a nuestros clientes con una variedad de carteras y accesorios, de la mejor calidad y a precios accesibles contribuyendo con el cuidado del medio ambiente.

2.4.4. Visión

Fortalecer nuestra empresa y marca en el mercado nacional en los próximos cinco años siendo reconocidos por nuestra variedad de productos de cuero eco amigables.

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

La empresa IMPORTACIONES KSAM SRL estará bajo el régimen de microempresa debido a las ventas anuales proyectadas hasta 150 UIT, considerando que es una empresa nueva, capacidades de los gastos y beneficios a los trabajadores.

TABLA N°3: LEY MYPE

TIPO DE EMPRESA	LEY MYPE N° 28015		LEY MYPYME N° 30056	
	VENTAS ANUALES	N° DE TRABAJADORES	VENTAS ANUALES	N° DE TRABAJADORES
MICROEMPRESA	HASTA 150 UIT	DE 1 A 10	HASTA 150 UIT	NO HAY LIMITES
PEQUEÑA EMPRESA	HASTA 1700 UIT	DE 1 A 100	MAS DE 150 UIT Y HASTA 1700 UIT	NO HAY LIMITES
MEDIANA EMPRESA	0	0	MAS DE 1700 UIT Y HASTA 2300 UIT	NO HAY LIMITES

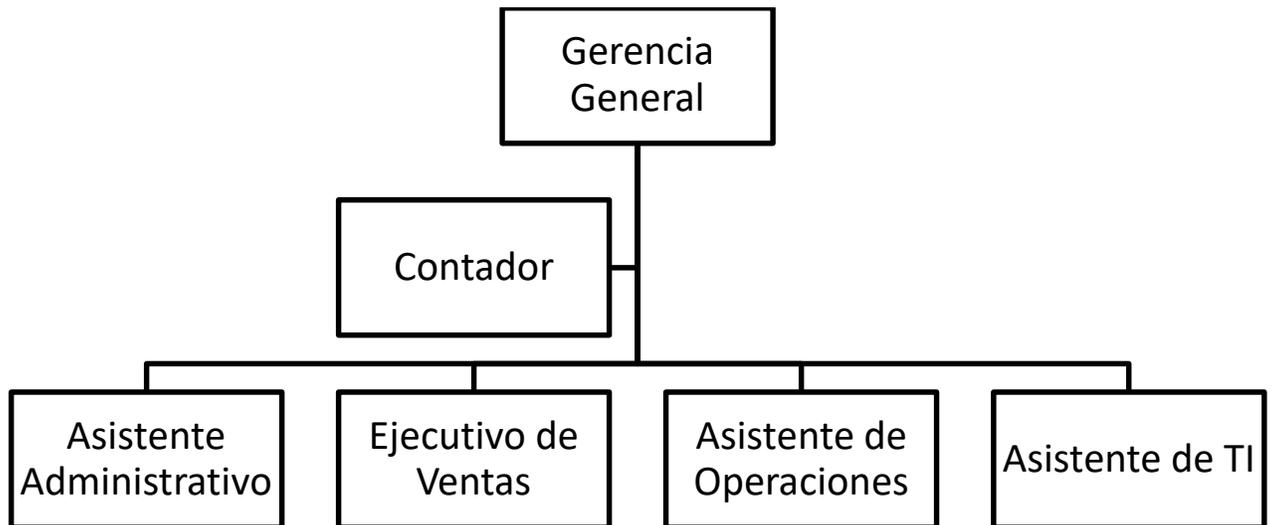
Fuente: SUNAT

De acuerdo con la proyección de venta por el periodo 2020, IMPORTACIONES KSAM SRL se considerará como MICROEMPRESA. Proyección de venta anual 2020: 500,000.00

2.6. Estructura Orgánica

La estructura de la empresa de la siguiente manera:

FIGURA N°2: ESTRUCTURA DE LA EMPRESA



Fuente: Elaboración Propia

2.7. Cuadro de asignación de personal.

La empresa estará conformada por 5 empleados y un contador que brindará sus servicios por recibos por honorarios.

TABLA N°4: CUADRO DE PERSONAL

CANTIDAD	PUESTO
1	Gerente General
1	Asistente Administrativo
1	Asistente de Operaciones
1	Asistente de TI
1	Ejecutivo de Ventas

Fuente: Elaboración Propia

Gerente General: Gestiona la mejora continua y el desarrollo de estrategias de la empresa.

Asistente Administrativo: Encargado de administrar, gestionar los pagos y cobranzas de la empresa.

Asistente de Operaciones: Realizar la revisión de la mercadería y despacho a los clientes.

Asistente de TI: Implementar el sistema de software, catálogo virtual, redes sociales y mantenimiento de los equipos de cómputo de la empresa.

Ejecutivo de ventas: Ofrece los productos, atender a los clientes, resolviendo sus dudas y asesorando sobre los productos que se encuentran en tienda física y virtual.

Contador: realiza los registros contables, planilla, estados financieros, y las declaraciones a SUNAT.

2.8. Forma Jurídica Empresarial

TABLA N°5: REMUNERACIONES SEGÚN RÉGIMEN LABORAL DE MICROEMPRESA

N°	CARGO	CANTIDAD	SUELDO BÁSICO	SIS	TOTAL ANUAL	VACACIONES	TOTAL GENERAL
1	Gerente General	1	S/2,500.00	S/180.00	S/32,160.00	S/1,250.00	S/33,410.00
2	Asistente Administrativo	1	S/1,000.00	S/180.00	S/14,160.00	S/500.00	S/14,660.00
3	Asistente de TI	1	S/1,000.00	S/180.00	S/14,160.00	S/500.00	S/14,660.00
4	Asistente de Operaciones	1	S/1,000.00	S/180.00	S/14,160.00	S/500.00	S/14,660.00
5	Ejecutivo de Ventas	1	S/1,000.00	S/180.00	S/14,160.00	S/500.00	S/14,660.00

Fuente: Elaboración Propia

2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

En el plan de negocios, los primeros dos años las carteras serán importadas de la marca ZIU JING, que es marca propia del proveedor.

Al tercer año al contar con cartera de clientes procederemos a registrar a INDECOPI nuestra marca "KILLA" cumpliendo con todos los lineamientos establecidos por el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual que son los siguientes:

TABLA N°6: COSTOS POR REGISTRO DE MARCA

Búsqueda Fonética	S/30.99
Búsqueda Figurativa	S/38.46
Registro de Marca	S/534.99

Fuente: Elaboración Propia

2.10. Requisitos y Trámites Municipales

En el siguiente plan de negocios se detalla los requisitos que solicita la Municipalidad de Lima para la obtención de la Licencia de Funcionamiento en la siguiente Figura N° 3:

FIGURA N°3: TRAMITES PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO EN LA MUNICIPALIDAD DE LIMA



MUNICIPALIDAD METROPOLITANA DE LIMA

REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DE LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

- 1) Presentar Formulario Gratuito de Solicitud Declaración Jurada, consignando número de RUC, documento de identidad del solicitante y/o representante y debidamente llenado.
Asimismo, se recomienda consignar el número de partida, asiento o ficha registral, sólo en caso de personas jurídicas u entes colectivos. (*)
- 2) Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad para Inspecciones Técnicas de Seguridad en Edificaciones Ex Post (establecimientos de 0 a 100m²) formulario gratuito; o Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones Básica Ex Ante (establecimientos con área mayor a 100m² hasta 500 m² y giros excepcionales); Certificado de Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones de Detalle (establecimientos con un área mayor a 500m² y giros excepcionales) o Inspección Técnica de Seguridad Multidisciplinaria según el giro, previo al inicio del trámite, según corresponda.

Adicionalmente, de ser el caso, serán exigibles los siguientes requisitos:

- Declaración Jurada de contar con Título Profesional o copia simple de éste, en el caso de servicios relacionados a la salud.
Se recomienda adjuntar Declaración Jurada de encontrarse habilitado por el Colegio Profesional correspondiente. (*)
- Informar en el formato solicitud Declaración Jurada sobre el número de estacionamientos de acuerdo a la norma vigente.
- Copia simple de la autorización sectorial contenida en el D.S. N° 006-2013 PCM o norma que la sustituya o reemplace.
- Copia simple de la autorización expedida por el Ministerio de Cultura a locales declarados Monumentos Históricos excepto en los casos en que el Ministerio de Cultura haya participado en las etapas de remodelación y monitoreo de ejecución de obras previas inmediatas a la solicitud de licencia del local.

➤ Verificado los requisitos señalados se procederá al pago de la Tasa correspondiente que incluye evaluación de zonificación, compatibilidad de uso e Inspecciones Técnicas de Seguridad en Edificaciones Básica Ex Post o Ex Ante.

TASA DE LICENCIA

GRUPO I	GRUPO II	GRUPO III	GRUPO IV
153.00	198.10	198.10	204.70

Más el pago que corresponda a Defensa Civil (de acuerdo al metraje)

TASAS DE DEFENSA CIVIL (POR INSPECCIÓN)

METRAJE	1ERA	2DA
HASTA 100m ²	45.60	30.40
DE 101-500m ²	155.80	83.60

(*) Obligatorio desde que entre en vigencia el D.L. 1271





DEPARTAMENTO DE AUTORIZACIÓN MUNICIPAL DE FUNCIONAMIENTO // consultas.damf@munlima.gob.pe
Dirección: Pasaje Santa Rosa N°172, Cercado de Lima – TELF: 632-1548 / 632-1550

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

Para obtener el RUC, la empresa IMPORTACIONES KSAM SRL al ser persona jurídica, solicitaran el DNI del representante legal y presentar una partida electrónica certificada por Registros Públicos no mayor a treinta días hábiles.

Tras obtener el RUC la empresa se acogerá al siguiente tipo de régimen:

Régimen Especial al Tipo de Renta conocido bajo las siglas RER, puesto los ingresos mensuales no superan los 150 UIT o con un valor de activos fijos no mayor a S/ 126 000 nuevos soles el impuesto a la renta mensual será de 1.5%.

2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).

La empresa contratara personal en planilla, que es dependiente de quinta categoría como el Gerente General, Ejecutivo de Ventas, Asistente Administrativo, Asistente de Operaciones, Asistente de TI.

Además, la empresa contratara al contador que prestara sus servicios profesionales como asesor externo, que es un profesional independiente de cuarta categoría.

2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.

El personal se contratará bajo el régimen especial para micro y pequeñas empresas de acuerdo con la SUNAT son los siguientes:

RUC vigente
Tener Usuario y clave SOL
Tener como mínimo un trabajador

La inscripción ser vía electrónica a través del MINTRA (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo) en la que se hará el registro de la empresa y trabajadores.

2.14. Modalidades de Contratos Laborales.

Al ser una nueva empresa el personal dependiente se registrará bajo la siguiente modalidad de contrato laboral:

TABLA N°7: MODALIDAD DE CONTRATOS

PUESTO	TIPO DE CONTRATO
Gerente General	A plazo indefinido
Asistente Administrativo	A plazo fijo por inicio de actividades
Asistente de TI	A plazo fijo por inicio de actividades
Asistente de Operaciones	A plazo fijo por inicio de actividades
Ejecutivo de Ventas	A plazo fijo por inicio de actividades
Contador	Recibo por honorarios

Fuente: MINTRA

2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.

En cuanto a los contratos comerciales, la empresa considera en el transcurso de sus actividades, contara con los siguientes contratos comerciales:

Contrato de constitución de sociedades: Suscripción de la minuta entre los tres (03) socios para la constitución de empresa. Cabe señalar; que la minuta es elaborado y firmado por un abogado.

Contrato de compra venta internacional: Suscrito entre la empresa (importador) y el vendedor (exportador chino). Señalando el precio, el plazo, el transporte, el seguro, trámites aduaneros, las obligaciones, el respectivo INCOTERM y al tercer año se firmará un contrato por usar nuestra marca por los productos comprados al proveedor.

Contrato por inicio de actividad: Suscrito entre la empresa con el nuevo personal dependiente contratado.

Contrato por servicios profesionales: Suscrito entre la empresa con el contador, en su calidad de asesor externo.

Contrato de Cuenta Corriente: Suscrito entre la empresa con el banco, para las transferencias bancarias de la empresa.

Contrato de préstamo bancario: Dentro de las proyecciones y el ritmo de crecimiento futuro de la empresa, se encuentra la solicitud de un préstamo bancario. En ese caso; se suscribiría el contrato de préstamo bancario, suscrito entre la empresa con cualquier entidad financiera.

3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

3.1. Identificación, descripción y justificación del producto a importar

IMPORTACIONES KSAM SRL se dedicará a la importación y comercialización de carteras eco amigables, este producto será importado desde China y tendrá distintas presentaciones y acabados de buena calidad, siendo modelos exclusivos y diferenciados de los productos ofertados en el mercado.

Es un producto novedoso y único en el mercado peruano puesto al ser de material bio cuero que es eco amigable, cuenta con cargador portátil y de calidad por lo cual cuidamos al medio ambiente al usar este producto ya que no sacrificaremos animales para su producción, nuestras carteras pueden ser utilizadas en cualquier ocasión, puesto es reversible por fuera es una cartera de bio cuero eco amigable de charol, escarchada, tyvek y por dentro es textil si tiene una reunión informal ese el mismo día, si es que desea utilizar para diario, le retira la correa y se puede utilizar como canguro incluye cubre cartera impermeable.

FIGURA N°4: MODELOS DE MORRAL EN BIO CUERO



Fuente: Proveedor

FIGURA N°5: MODELO DE MONEDERO EN BIO CUERO



Fuente: Proveedor

FIGURA N°6: MODELO CARTERAS EN TYVEK



Fuente: Proveedor

3.1.1. Clasificación arancelaria (en ambos países)

Según el portal SUNAT el producto se encuentra clasificado de la siguiente manera:

TABLA N°8: CLASIFICACIÓN ARANCELARIA – PERU

CLASIFICACION ARANCELARIA	
SECCION VIII	Pieles, cueros, peletería y manufacturas de estas materias; artículos de talabartería o guarnicionería; artículos de viaje, bolsos de mano (carteras) y continentes similares; manufacturas de tripa.
CAPITULO:42	Manufacturas de cuero; artículos de talabartería o guarnicionería; artículos de viaje, bolsos de mano (carteras) y continentes similares; manufacturas de tripa
4202	Baúles, maletas (valijas) y maletines, incluidos los de aseo y los porta documentos, portafolios (carteras de mano), cartapacios y continentes similares.
4202.22.00.00	Bolsos de mano (carteras), incluso con bandolera o sin asas con la superficie exterior de hojas de plástico o materia textil

Fuente: SUNAT

3.1.2. Ficha técnica comercial

Se detalla de lo que está compuesto el producto de la siguiente manera:

TABLA N°9: FICHA TÉCNICA DE CARTERAS DE BIO CUERO

GÉNERO:	UNISEX
MATERIAL:	70% CUERO SINTETICO + 30% TEXTIL
CARACTERISTICAS:	No necesita lavado, resistente a la lluvia
TAMAÑO:	20 cm x 11cm x 20 cm
PESO:	30 - 40 gr
DISEÑO:	Diseños personalizados
COLORES:	VARIADOS

Fuente: Proveedor

TABLA N°10: FICHA TÉCNICA DE CARTERAS BIODEGRADABLE

GÉNERO:	UNISEX
MATERIAL:	70% Tyvek + 30% Textil
CARACTERISTICAS:	No necesita lavado, resistente a la lluvia
TAMAÑO:	20 cm x 11cm x 20 cm
PESO:	30 - 40 gr
DISEÑO:	Diseños personalizados
COLORES:	VARIADOS

3.1.3. Ecuación de valor para el mercado nacional

El objetivo del producto es utilizar una cartera cuidando el medio ambiente y protegiendo a los animales puesto está fabricado de bio cuero y textil completamente distinto a lo que se encuentra en el mercado nacional siendo un producto de calidad.

Los productos tienen variedad de colores, contarán con diferentes modelos, ya sean entre clásicos, como tendencias actuales.

Los productos están elaborados en base a materiales de calidad que garantizan la durabilidad del producto en el tiempo.

3.1.4. Determinación de la marca a usar

En cuanto a la marca del producto, por el inicio de operaciones del presente plan de negocio, en un primer momento las carteras serán importadas de China, y comercializadas bajo la marca del proveedor denominada "ZIU JING". Al tercer año de comercialización y firmando acuerdos con la empresa proveedora, los productos serán comercializados bajo el nombre de "KILLA".

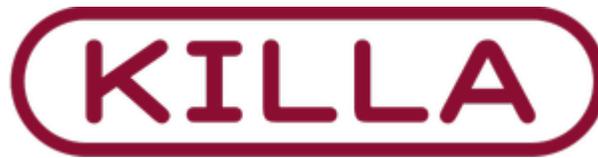
El logo de la marca de la empresa proveedora es la siguiente:

FIGURA N°7: LOGO DEL PROVEEDOR



Nuestra marca es alusivo a la luz que debemos de tener en estos tiempos por la pandemia que vivimos hoy en día y la traducción al quechua es KILLA.

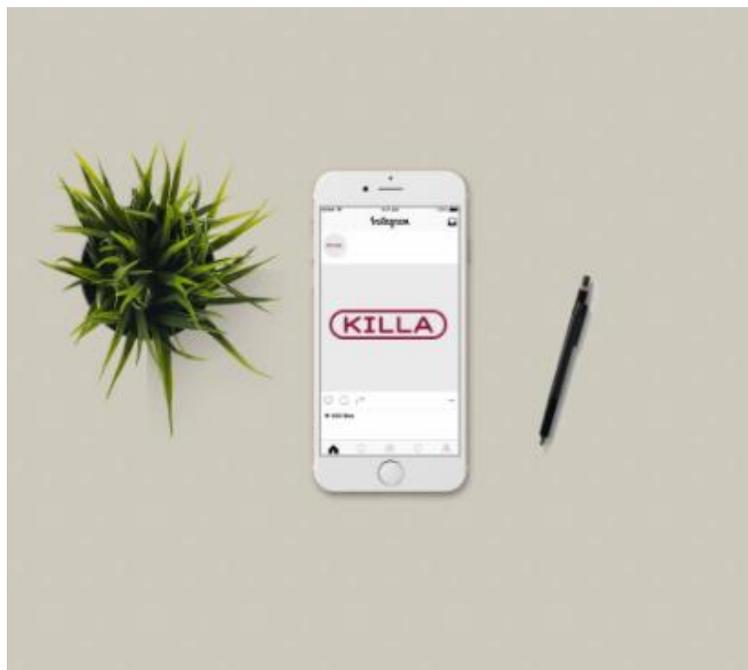
FIGURA N°8: LOGO DE IMPORTACIONES KSAM



Fuente: Elaboración Propia

Nuestros clientes podrán visualizar en nuestras redes sociales los productos que comercializamos e irán conociéndonos de la siguiente manera:

FIGURA N°9: PRESENTACION EN INSTAGRAM



Fuente: Elaboración Propia

FIGURA N°10: PRESENTACION DE LA EMPRESA EN REDES SOCIALES



Fuente: Elaboración Propia

3.2. Investigación de mercado objetivo

3.2.1. Segmentación de mercado objetivo (macro y microsegmentación)

En cuanto a la investigación de mercado lo estamos realizando desde una microsegmentación a una macro segmentación y nos permitirá analizar la demanda de los accesorios, estableciendo las carteras de bio cuero.

3.2.1.1. Macro segmentación

De acuerdo con las importaciones del Perú en la clasificación arancelaria del producto realizadas en los últimos cinco años se encontraba en ascenso, así como las exportaciones de China hacia el mundo en el cual detallaremos en la siguiente tabla N°10:

TABLA N°10: IMPORTACIONES PERUANAS DESDE CHINA (MILES DE US\$) DE ACUERDO CON LA PARTIDA

PARTIDA ARANCELARIA	DESCRIPCIÓN	IMPORTACIONES PERUANAS DE CHINA					IMPORTACIONES DE CHINA HACIA EL MUNDO				
		VALOR EN 2015	VALOR EN 2016	VALOR EN 2017	VALOR EN 2018	VALOR EN 2019	VALOR EN 2015	VALOR EN 2016	VALOR EN 2017	VALOR EN 2018	VALOR EN 2019
4202220000	Bolsos de mano (carteras), incluso con bandolera o sin asas con la superficie exterior de hojas de plástico o materia textil	30,222	27,613	34,290	40,469	37,007	232,058	254,957	302,899	473,268	694,739

Fuente: Trade Map

3.2.1.2. Microsegmentación

3.2.1.2.1. Segmentación Geográfica:

El departamento con mayor número de habitantes es Lima que asciende a 11 millones 591 mil 400 habitantes, con una participación del 35.6% en relación con el resto de los departamentos del Perú, los cuales 5 millones 828 mil habitantes son mujeres, como se demuestra en la Figura 11, la segmentación se enfoca hacia el departamento de Lima.

FIGURA N°11: POBLACIÓN POR SEXO SEGÚN DEPARTAMENTOS 2019

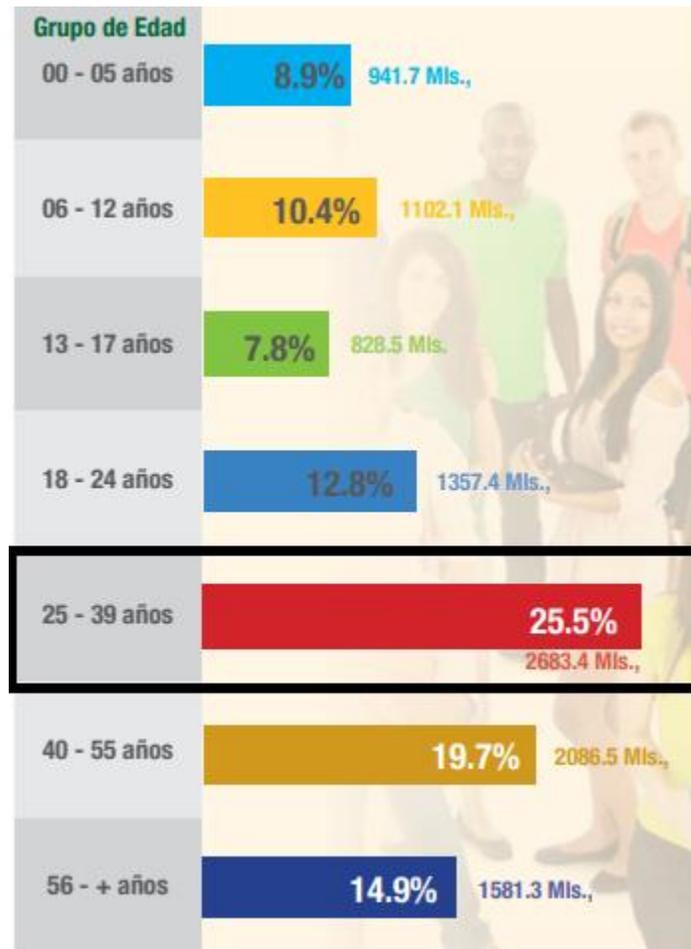
Perú 2019: Población por sexo según departamentos (En miles de personas)						
DEPARTAMENTO	Población		HOMBRES		MUJERES	
	Miles	%	Miles	%	Miles	%
Lima	11,591.4	35.6	5,763.4	35.4	5,828.0	35.8
Piura	2,053.9	6.2	1,033.3	6.4	1,020.6	6.2
La libertad	1,965.6	6.0	976.4	6.0	989.2	6.1
Arequipa	1,525.9	4.7	761.5	4.7	764.4	4.7
Cajamarca	1,480.9	4.6	738.2	4.5	742.7	4.6
Junin	1,378.9	4.2	685.7	4.2	693.2	4.3
Cusco	1,336.0	4.1	673.0	4.1	663.0	4.1
Lambayeque	1,321.7	4.1	652.0	4.0	669.7	4.1
Puno	1,296.5	4.0	650.6	4.0	645.9	4.0
Ancash	1,193.4	3.7	598.2	3.7	595.2	3.7
Loreto	980.2	3.0	499.8	3.1	480.4	3.0
Ica	940.4	2.9	472.3	2.9	468.1	2.9
San Martin	902.8	2.8	468.0	2.9	434.8	2.7
Huanuco	799.0	2.5	402.5	2.5	396.5	2.4
Ayacucho	680.8	2.1	342.3	2.1	338.5	2.1
Ucayali	552.0	1.7	283.1	1.7	268.9	1.7
Apurimac	447.7	1.4	225.5	1.4	222.2	1.4
Amazonas	419.3	1.3	214.7	1.3	204.6	1.3
Huancavelica	383.2	1.2	189.2	1.2	194.0	1.2
Tacna	364.7	1.1	184.6	1.1	180.1	1.1
Pasco	282.1	0.9	144.8	0.9	137.3	0.8
Tumbes	249.1	0.8	127.8	0.8	121.3	0.7
Moquegua	192.6	0.6	98.7	0.6	93.9	0.6
Madre de Dios	157.4	0.5	83.8	0.5	73.6	0.5
TOTAL	32,495.5	100.0	16,269.4	100.0	16,226.1	100.0

Fuente: CPI

3.2.1.2.2. Segmentación Demográfica

Lo más significativo en la segmentación demográfica son: Hogares con actividad en internet, lugar de uso de internet, edad, NSE, sexo, etc.

FIGURA N°12: POBLACIÓN POR SEGMENTO DE EDAD EN LIMA METROPOLITANA



FUENTE: I.N.E.I. Estimaciones y proyecciones de población en base al Censo 2017
ELABORACION: DEPARTAMENTO DE ESTADISTICA - C.P.I.

Fuente: CPI

En la siguiente figura se puede visualizar el porcentaje de mujeres y hombres al cual nos dirigiremos en específico al sexo femenino el cual el 25% son mujeres entre las edades de 25 a 39 años el cual son 1 millón 334 mil 60 mujeres a las que nos dirigimos en la siguiente figura N°13.

FIGURA N°13: POBLACIÓN POR SEGMENTO DE EDAD Y SEXO

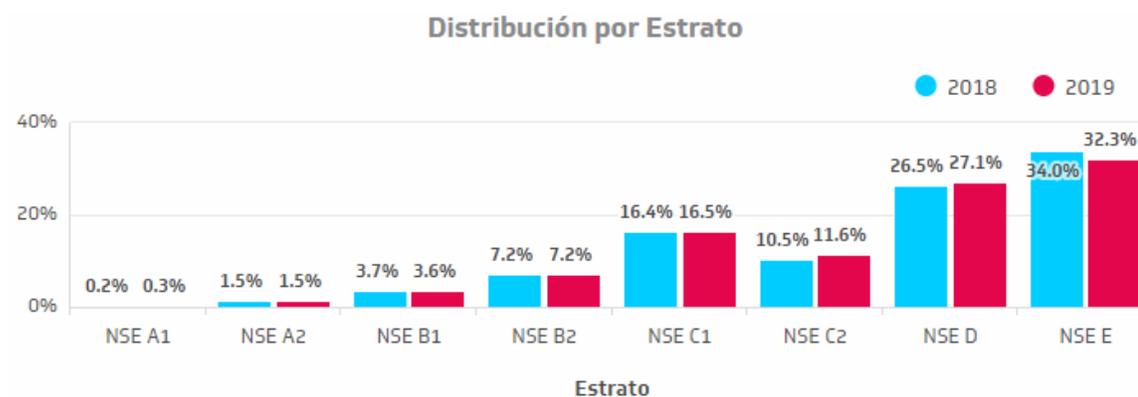
GRUPO DE EDAD	Total		HOMBRES		MUJERES	
	Miles	%	Miles	%	Miles	%
00 - 05 años	941.7	8.9	481.3	9.2	460.4	8.6
06 - 12 años	1,102.1	10.4	561.9	10.7	540.2	10.1
13 - 17 años	828.5	7.8	420.4	8.0	408.1	7.7
18 - 24 años	1,357.4	12.8	692.2	13.2	665.2	12.5
25 - 39 años	2,683.4	25.5	1,348.8	25.7	1,334.6	25.0
40 - 55 años	2,086.5	19.7	1,020.1	19.4	1,066.4	20.0
56 - + años	1,581.3	14.9	722.7	13.8	858.6	16.1
TOTAL	10,580.9	100.0	5,247.4	100.0	5,333.5	100.0

Fuente: CPI

3.2.1.2.3. Segmentación Psicográfica

El uso de internet es el principal comportamiento que caracteriza a una persona al realizar las compras por internet denota la conducta y características del cliente determinan la manera de comportarse a un cliente, nos muestra la siguiente figura N°14 y 15.

FIGURA N°14: HABITANTES POR NIVEL SOCIOECONOMICO



Fuente: APEIM

FIGURA N°15: LUGAR DE USO DEL INTERNET POR PORCENTAJE

Lugar de Uso	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E	Gran total
Acceso móvil a internet	38.2%	40.1%	46.0%	54.8%	52.4%	44.5%
El hogar	37.8%	39.7%	31.3%	7.7%	0.4%	31.0%
El trabajo	19.1%	13.5%	8.5%	4.8%	3.4%	10.6%
Una cabina pública	0.7%	1.0%	6.8%	24.3%	34.6%	7.2%
Un establecimiento educativo	2.4%	3.6%	4.1%	4.7%	5.5%	3.9%
En casa de otra persona	1.7%	2.0%	3.3%	3.4%	3.6%	2.7%
Otro	0.0%	0.0%	0.1%	0.2%	0.0%	0.1%
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: APEIM

FIGURA N°16: ACTIVIDADES REALIZADAS POR INTERNET

Actividades	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E	Gran total
Venta de productos	6.2%	5.6%	2.0%	0.9%	1.5%	2.8%
Transacciones con organizaciones públicas	23.7%	16.7%	7.4%	3.7%	2.5%	9.2%
Obtener información	76.7%	71.5%	52.1%	40.3%	35.8%	54.3%
Operaciones de banca electrónica	33.3%	18.4%	6.3%	1.7%	0.9%	9.1%
Educación	15.1%	12.3%	4.0%	2.0%	0.8%	5.8%
Comunicación (E-mail chat)	78.7%	72.6%	54.8%	42.2%	35.3%	56.3%
Comprar productos o servicios	31.0%	16.8%	5.5%	2.0%	1.9%	8.4%
Actividades de entretenimiento	74.7%	68.1%	51.1%	37.8%	30.9%	52.2%

Fuente: APEIM

3.2.2. Definición del perfil del consumidor

El perfil de nuestro consumidor son hombres y mujeres de Lima, con estilos de vida: Modernos y progresistas en el rango de 25 a 39 años que es el 25.5% de la población y nos enfocaremos en el nivel socioeconómico C, cuentan con el gusto por la moda o quieren usar una cartera exclusiva y cuidando el medio ambiente al mismo tiempo.

Dada la coyuntura de la presencia de la pandemia COVID-19 actualmente se detalla con fecha 7 de junio del 2020 las medidas adoptadas por el gobierno peruano tanto en exportación como importación de productos para la protección del ciudadano peruano teniendo como fuente en la siguiente figura N°17:

FIGURA N°17: CUADRO DE MEDIDAS ADOPTADAS POR EL GOBIERNO PERUANO

III. Resumen de las medidas comerciales adoptadas de COVID-19 (7 de junio de 2020)

Mostrando desde 1 hasta 286 de 286 entradas		<input type="radio"/> Medida en exportación <input checked="" type="radio"/> Medida en importación		Buscar: <input type="text"/>				
Pais promulgante	Tipo de medida	Productos afectados	Medida	Efecto sobre el comercio	Socios afectados	Estado de medida	Fecha de inicio	Fecha final
Perú	Requisitos de licencia o permiso para exportar	mascarillas, guantes y equipo de protección personal ⓘ	Implementación temporal de requisitos de autorización de exportación en mascarillas, guantes y equipo de protección personal.	Restringido	Todos los países	Activo	2020/04/16	Desconocido
Perú	Reducción arancelaria	productos farmacéuticos, equipo de protección personal	Eliminación temporal de aranceles de importación (del 11% y 6%) sobre productos farmacéuticos y equipos de protección personal.	Liberalizador	Todos los países	Activo	2020/03/23	Desconocido

Fuente: TradeMap

<https://www.macmap.org/covid19>

3.2.3. Medición del mercado objetivo

Para medir nuestro mercado objetivo lo estamos realizando de acuerdo con el segmento que nos estaremos dirigiendo que son mujeres y hombres de 25 a 39 años del nivel socioeconómico C de la ciudad de Lima.

TABLA N°11: PUBLICO OBJETIVO

GEOGRÁFICO	Lima Metropolitana
DEMOGRÁFICO	Hombres y Mujeres entre 25 a 39 años
SOCIO ECONÓMICO	C
PSICOGRÁFICO	Las carteras están dirigidas a mujeres que buscan proteger el medio ambiente utilizado en el producto como el bio cuero, de calidad, modelo exclusivo, incluyendo un cargador portátil y un cubre bolsos para utilizarlo al salir de casa para evitar lavarlo en cada salida.

Se realizó encuestas a 210 personas de la ciudad de Lima, se detalla en el siguiente cuadro:

FIGURA N°18: ENCUESTA

N° de Hogares Segmentados		210	
1. ¿Estaría dispuesto a adquirir accesorios de bio cuero?		%	Población
a.	Si	74.76%	157
b.	No	9.52%	20
c.	No lo sé	15.71%	33
2. ¿ De qué procedencia prefiere comprar los accesorios (carteras) que utiliza?		%	Población
a.	Nacional	14.76%	31
b.	Importado	61.43%	129
c.	Es indiferente, sea de buena calidad	23.81%	50
3. En su hogar, ¿Quién compra accesorios de bio cuero?		%	Población
a.	Adultos	25.24%	53
b.	Jovenes	18.10%	38
c.	Compro equitativamente	56.67%	119
4. ¿De qué tipo de material prefiere las carteras que utiliza?		%	Población
a.	Bio Cuero	45.24%	95
b.	Cuerina	31.90%	67
c.	Cuero	22.86%	48
5. Si hubiera una tienda online con servicio de delivery de accesorios de biocuero ¿Lo compraría?		%	Población
a.	Si	48.57%	102
b.	No	18.57%	39
c.	No lo sé	32.86%	69

Para dar un análisis se tomó en consideración las tiendas online dada la coyuntura del COVID - 19 y se ofrecerán accesorios de Bio Cuero con entrega a delivery con todos los protocolos de seguridad solicitados por el gobierno peruano, además teniendo en cuenta la pregunta 5 de la encuesta puesto la demanda mensual del mercado al que nos dirigimos es de 210 familias.

3.3. Análisis de oferta y demanda en el mercado

3.3.1. Análisis de oferta

El país con mayor exportación a nivel de acuerdo con la partida 4202220000 - Bolsos de mano (carteras), incluso con bandolera o sin asas con la superficie exterior de hojas de plástico o materia textil.

TABLA N°12: PRINCIPALES 10 EXPORTADORES CON LA PARTIDA 4202220000

Exportadores	Valor exportado en 2019 (miles de USD)	Unidad de cantidad	Participación Exp. Mundiales (%)
Mundo	\$ 13,655,720.00	No medida	
China	\$ 5,683,227.00	Toneladas	41.62%
Francia	\$ 1,962,316.00	Toneladas	14.37%
Italia	\$ 1,475,418.00	Toneladas	10.80%
Singapur	\$ 791,128.00	Unidades	5.79%
Hong Kong, China	\$ 454,988.00	Unidades	3.33%
Países Bajos	\$ 419,954.00	Toneladas	3.08%
Chile	\$ 355,765.00	Toneladas	2.61%
Vietnam	\$ 349,735.00	No medida	2.56%
Cambodia	\$ 328,236.00	Toneladas	2.40%
India	\$ 322,974.00	Unidades	2.37%
España	\$ 285,533.00	Toneladas	2.09%
Estados Unidos de América	\$ 178,240.00	Toneladas	1.31%
Alemania	\$ 175,299.00	Toneladas	1.28%
Myanmar	\$ 151,421.00	No medida	1.11%
Bélgica	\$ 126,648.00	Toneladas	0.93%
Indonesia	\$ 116,387.00	Toneladas	0.85%
Reino Unido	\$ 109,902.00	Unidades	0.80%
Polonia	\$ 80,351.00	Toneladas	0.59%
Suiza	\$ 69,157.00	Toneladas	0.51%
Portugal	\$ 65,005.00	Toneladas	0.48%
Corea del Sur	\$ 57,135.00	Toneladas	0.42%
Filipinas	\$ 34,054.00	Toneladas	0.25%
Tailandia	\$ 33,219.00	Unidades	0.24%
Bangladesh	\$ 29,628.00	No medida	0.22%

Fuente: Trademap

3.3.2. Análisis y cálculo de la demanda

TABLA N°14: POBLACIÓN EN LOS ULTIMOS CINCO AÑOS

Lima Metropolitana Población 25 a 39 años: Segmento C

AÑOS	POBLACION
2015	1,018,500
2016	1,027,878
2017	1,061,200
2018	1,081,000
2019	1,149,500

Fuente: CPI

TABLA N°15: DEMANDA TOTAL DE PERSONAS EN LOS ULTIMOS CINCO AÑOS

Lima Metropolitana Población 25 a 39 años: Segmento C

AÑOS	POBLACION	PERSONAS HAN COMPRADO CARTERAS DE BIO CUERO O SIMILARES (%)	DEMANDA TOTAL EN PERSONAS
2015	1,018,500	74.76%	761,431
2016	1,027,878	74.76%	768,442
2017	1,061,200	74.76%	793,353
2018	1,081,000	74.76%	808,156
2019	1,149,500	74.76%	859,366

Fuente: CPI

TABLA N°16: CANTIDAD DEMANDADA EN LOS ULTIMOS CINCO AÑOS

N° DE PERSONAS	761,431	768,442	793,353	808,156	859,366
PERSONAS DISPUESTAS A COMPRAR	74.76%	74.76%	74.76%	74.76%	74.76%
QD (N° DE PERSONAS)	569,246	574,487	593,111	604,177	642,462
CANTIDAD DEMANDADA (TOTAL N° DE COMPRAS)					
N° DE COMPRAS AL AÑO	3	3	3	3	3
QD (N° TOTAL DE COMPRAS ANUALES)	1,707,737	1,723,461	1,779,332	1,812,531	1,927,387
MONTO EN SOLES POR COMPRA	40	40	40	40	40
TOTAL DE COMPRAS ANUALES	68,309,462	68,938,432	71,173,295	72,501,255	77,095,461

TABLA N°17: CANTIDAD DEMANDADA EN SOLES EN LOS PROXIMOS CINCO AÑOS

AÑOS	CANTIDAD DEMANDADA EN SOLES
2015	68,309,462
2016	68,938,432
2017	71,173,295
2018	72,501,255
2019	77,095,461
2020	53,966,822
2021	59,363,505
2022	65,299,855
2023	75,094,833
2024	86,359,058

Fuente: CPI

3.3.3. Análisis de competitividad y benchmarking

En cuanto a la competitividad en la ciudad de Lima ofrecen productos similares, como distribuidores e importadores, y existe una diferencia en la segmentación y el tipo de material del producto final puesto el diseño es importante al ser un modelo exclusivo para cada cliente y todas queremos usar un producto de buena calidad. Finalmente, está el precio, puesto las mujeres compran su cartera de acuerdo con el precio y calidad del producto.

Nuestra competencia es Le Qara y Alda lo cual detallaremos en la siguiente tabla:

TABLA N°18: PRINCIPALES PROVEEDORES

EMPRESA	LE QARA	ALDA
TIPO DE EMPRESA	Productor Y Comercializador	Comercializador
PRODUCTO	Carteras Y Accesorios De Bio Cuero	Carteras Y Accesorios De Cuero
UBICACIÓN	Arequipa	Lima
TIENDA	Virtual	Física Y Virtual
PAGINA WEB Y REDES SOCIALES	Página Web, Facebook E Instagram	Página Web, Facebook E Instagram
MATERIAL DE LOS ARTÍCULOS	Bio Cuero	Cuero
N° DE TIENDAS	1	3

Fuente: Elaboración Propia

Actualmente existe barreras de entrada para regular el capital al momento que se ingresa al mercado y se tiene que conocer el rubro y el comportamiento de compra de los clientes.

Los proveedores son de China puesto se especializan en la producción del bio cuero y son los siguientes:

Zhejiang Jujiu Hub Co., Ltd.

Xiamen Greenfield Co., Ltd.

3.3.4. Análisis de precio de importación (compra)

TABLA N° 19: LISTADO DE PROVEEDORES CON PRECIO FOB

NOMBRE	Zhejiang Jujiu Hub Co., Ltd.	Xiamen Greenfield Co., Ltd
PRODUCTO	Carteras Biodegradables	Carteras Biodegradables
CANTIDAD MINIMA	7000 unidades	10000 unidades
COLORES	Varios	Azul, rojo, negro, verde
TAMAÑO	Alto: 17.5 cm Largo: 32 cm Ancho: 10.5 cm Peso: 0.470 kg	Alto: 18.5 cm Largo: 27 cm Ancho: 6.5 cm Peso: 0.350 kg
MATERIAL	Exterior: 100% Material bio cuero Interior: 100% Poliester	Exterior: 100% Material bio cuero Interior: 100% Poliester
PRECIO FOB	\$ 12.96	\$ 11.16
IMAGEN		
PAGO	50% Adelanto de Producción y 50% restante al embarque	40% Adelanto para producción 60 % restante al embarque
TIEMPO DE PRODUCCION	15 días	15 - 20 días
GARANTIA	Si	Si
SI	Zhejiang, China (Mainland)	Guangdong

Fuente: Elaboración Propia

El proveedor Seleccionado es Xiamen Greenfield Co., Ltd. Puesto nos brinda modelos exclusivos para nosotros a pesar de que debemos comprar mayor cantidad a diferencia del otro proveedor.

3.3.5. Análisis y determinación de formas de distribución

Importaciones KSAM S.R.L tendrá un local comercial en Jr. Cuzco 640 – Lima donde estarán exhibidos y distribuidos nuestros productos para su comercialización al cliente final. El personal contara con personal con experiencia al servicio al cliente y tomaremos todas las precauciones necesarias hacia al cliente como a nuestro colaborador dada la pandemia por el covid-19.

Nuestra distribución inicia desde la compra de las carteras al fabricante en China, posterior al embarque de la mercadería, llegada al puerto peruano, distribuida después de su nacionalización a nuestro almacén, y puesto en local comercial, realizamos la toma de fotos para publicación en redes y por último al cliente final que adquiere nuestro producto.

3.3.6. Análisis del entorno

3.3.6.1. Macro ambiente

Realizaremos un análisis del entorno por factores que detallaran la realidad de nuestro país del año 2019 y 2020 según reportes de APEIM del mes de mayo en 2020 ha habido disminución en los ingresos de los peruanos tal como detallamos en los siguientes factores:

3.3.6.1.1. Político y Legal

En 2019 se disolvió el congreso por lo que se tuvo que realizar elecciones para congresistas puesto se vio reflejada la corrupción y los favores políticos recibían los padres de la patria.

En marzo de 2020 se presenta el primer caso en Peru por la denominada covid 19 ya denominada Pandemia con orígenes en Wuhan, China, se tomaron precauciones por parte del ejecutivo, cerrando fronteras, declarando el país en estado de emergencia más de 90 días y emergencia sanitaria más de 120 días.

3.3.6.1.2. Económico

Mostraremos nuestro PBI de años anteriores y el primer trimestre del año.

FIGURA N°20: PBI PERUANO

PRODUCTO BRUTO INTERNO (Variaciones porcentuales anuales)					
	2017	2018	2019		2020
			I Trim	Año	I Trim
Agropecuario	2,8	7,8	4,9	3,2	2,9
Agrícola	2,5	9,6	4,7	2,6	3,4
Pecuario	2,8	5,8	5,2	4,1	2,4
Pesca	4,7	47,7	-25,9	-25,9	-15,3
Minería e hidrocarburos	3,4	-1,5	-0,5	0,0	-5,2
Minería metálica	4,5	-1,7	-2,1	-0,8	-6,3
Hidrocarburos	-2,4	0,0	9,5	4,6	0,2
Manufactura	-0,2	5,9	-1,0	-1,7	-8,6
De procesamiento de recursos primarios	1,6	12,9	-12,1	-8,8	-0,4
No primaria	-0,9	3,4	3,2	1,2	-12,4
Electricidad y agua	1,1	4,4	5,9	3,9	-2,1
Construcción	2,1	5,3	2,3	1,5	-13,0
Comercio	1,0	2,6	2,4	3,0	-6,2
Otros servicios 1/	3,3	4,4	4,0	3,8	-0,5
PBI	2,5	4,0	2,4	2,2	-3,4
Sectores primarios	3,0	3,6	-1,6	-1,3	-2,8
Sectores no primarios	2,3	4,1	3,6	3,2	-3,6

1/ Incluye derechos de importación y otros impuestos a los productos.

PRODUCTO BRUTO INTERNO POR TIPO DE GASTO (Variaciones porcentuales anuales)					
	2017	2018	2019		2020
			I Trim	Año	I Trim
I. Demanda Interna	1,5	4,2	1,6	2,3	-1,2
a. Consumo privado	2,6	3,8	3,2	3,0	-1,7
b. Consumo público	0,6	0,1	-3,6	2,1	6,5
c. Inversión bruta interna	-1,4	7,6	-1,0	0,5	-3,2
Inversión bruta fija	-0,2	4,7	1,3	2,9	-12,9
i. Privada	0,2	4,5	2,8	4,0	-16,8
ii. Pública	-1,8	5,6	-8,1	-1,4	15,7
II. Exportaciones 1/	7,4	2,4	3,0	0,8	-13,6
Menos:					
III. Importaciones 1/	3,9	3,2	-0,3	1,2	-6,4
IV. PBI	2,5	4,0	2,4	2,2	-3,4

1/ De bienes y servicios no financieros.

Fuente: BCRP

3.3.6.2. Microambiente

3.3.6.2.1. Político y Legal

Los aspectos legales para formar una empresa son los siguientes:

- Búsqueda y reserva de nombre
- Elaboración del Acto Constitutivo (Minuta)
- Abono de capital y bienes
- Elaboración de Escritura Pública
- Inscripción en Registros Públicos
- Inscripción al RUC para Persona Jurídica

- TLC Perú – China y los grandes volúmenes comerciales.

3.3.6.2.2. Económico

En 2020 nuestra economía se ha visto duramente perjudicado por la pandemia covid-19 y tenemos diferentes beneficios para reactivarla actualmente tenemos los datos que nos brinda el BCRP y son los siguientes:

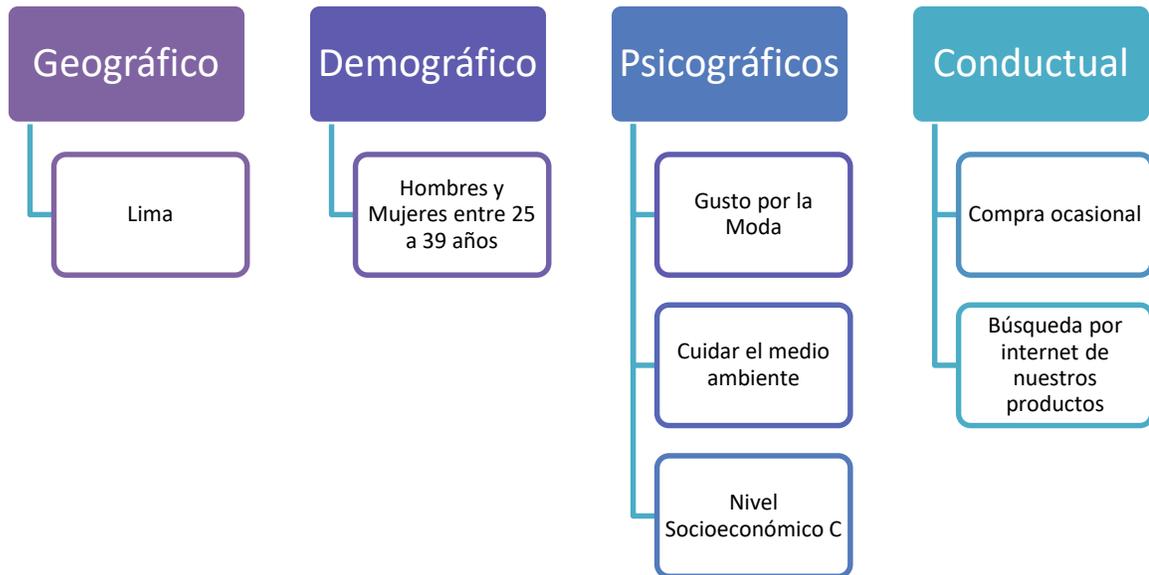
- El 70% de empresas que recibieron créditos de Reactiva Perú fueron Mypes
- FMI aprobó línea preventiva por US\$ 11 000 millones a Perú debido a sus sólidos fundamentos macroeconómicos
- BCRP toma medidas para proteger los fondos de los afiliados a las AFPs y evitar el aumento de las tasas de interés.

3.4. Estrategias de venta y distribución nacional

3.4.1. Estrategias de segmentación

La estrategia que utilizaremos es concentración puesto tenemos diferentes segmentos de mercado, aunque “KILLA” estará dirigida hacia un nicho de mercado donde obtendremos una ventaja competitiva y buscaremos atraer a potenciales clientes.

FIGURA N°21: ESTRATEGIA DE SEGMENTACIÓN CONCENTRADA



Fuente: Elaboración Propia

3.4.2. Estrategias de posicionamiento

KILLA aprovechará la estrategia de posicionamiento demostrada en el atributo del producto. El principal atributo de las carteras de bio cuero, es el material puesto es a base de cascara de piña, microorganismos de plátanos, lo cual estaremos siendo una empresa responsable con el medio ambiente.

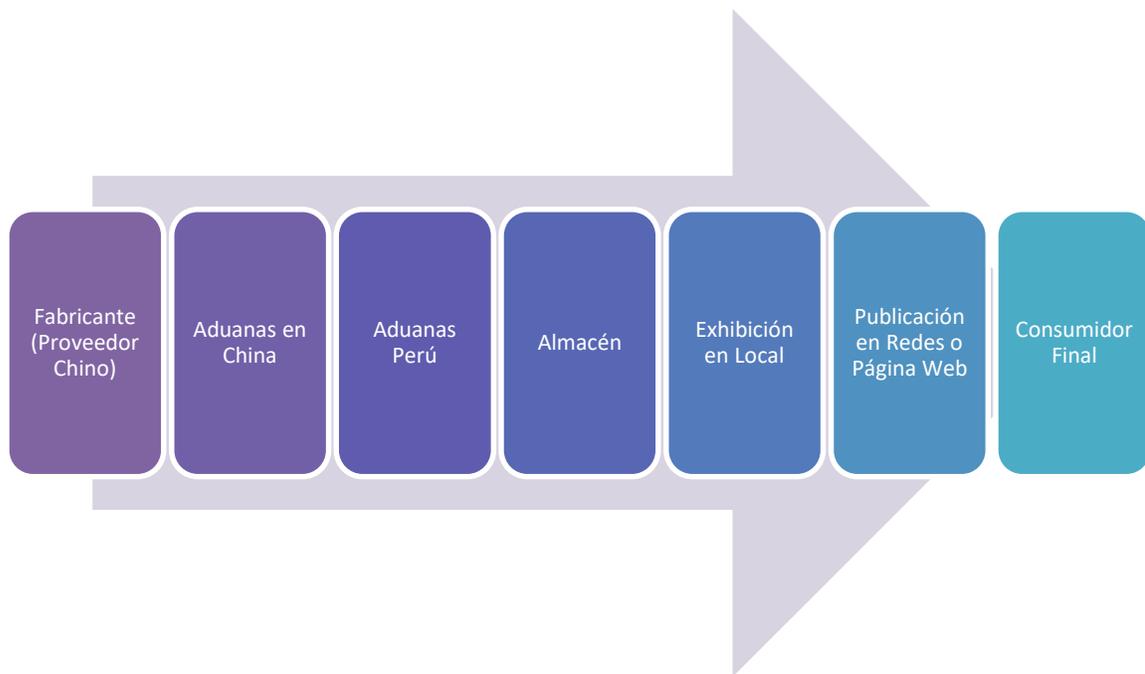
3.4.3. Estrategias de ingreso al mercado

La estrategia que manejaremos es la experiencia y conocimiento de nuestro rubro y el cuidado al medio ambiente, así mismo seremos importador y distribuidor de ventas al por menor y mayor puesto ofreceremos variedad de productos y seremos diferente en el rubro brindando promociones y entregando por delivery para fidelizar a nuestros clientes potenciales.

3.4.4. Estrategias de distribución comercial

De la siguiente manera realizaremos la distribución comercial de nuestros productos:

FIGURA N°22: DISTRIBUCIÓN COMERCIAL



Fuente: Elaboración Propia

3.4.5. Estrategias de branding

La empresa contará con la marca del proveedor Xiamen Greenfield Co., Ltd. Es decir, no tendremos nuestra marca propia al momento de ingresar al mercado, por ser una estrategia de IMPORTACIONES KSAM S.R.L.

La empresa se posicionará con la marca del proveedor puesto es reconocida a nivel mundial y en un par de años ingresaremos con marca propia puesto el cliente conocerá nuestro servicio y calidad del producto.

- Fortaleceremos la relación con el cliente
- Desarrollaremos un catálogo virtual en nuestra tienda online
- Página web, Facebook, Instagram
- Afianzar la empresa distribuidora e importadora

3.5. Estrategias de promoción nacional

3.5.1. Mecanismos y Definición estrategias de promoción, incluida promoción de ventas

KILLA determinará como estrategia de promoción los siguientes artículos:

Publicidad electrónica, página web. Facebook, you tube e Instagram, realizaremos sorteos, eventos, promociones, videos tutoriales de nuestros productos como utilizarlos y donde de acuerdo con la ocasión.

Invitaremos a personas públicas para promocionar la marca tanto en la tienda física como online, así como realizar meet and greet con nuestros clientes.

3.5.2. Propuesta de valor

La empresa se ha enfocado en proponer productos (carteras de bio cuero) con diferenciación de nuestra competencia dado que tenemos productos exclusivos y ofreceremos una variedad de modelos de carteras teniendo en cuenta también nuestro cuidado al medio ambiente y a los animales que no estarían siendo sacrificados por su piel puesto tiene la misma duración de una cartera de cuero de calidad.

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

Business to Business (B2B): entre “KILLA” y el proveedor “Xiamen Greenfield Co., Ltd.”, teniendo una alianza estratégica en distribuir los accesorios de bio cuero desde China a Peru, en cuanto a negociar y elegir nuestros productos.

Business to Consumer (B2C): al momento de ingresar al mercado peruano también lo haremos a la par a través de la página web y las redes sociales, correos electrónicos nos permitirá llegar al cliente final.

4. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

4.1. Envases, empaques y embalajes

La importación de las carteras de bio cuero de China será vía marítima es un costo económico a comparación de otro tipo de transporte.

Nuestras carteras de bio cuero vendrán cubierta con un papel de seda, y se realizaran cuatro importaciones al año será cada 3 meses por este motivo tomaremos de referencia la demanda proyectada por los primeros tres meses de inicio de operaciones en Lima Metropolitana el cual el primer lote a importar son 6300 carteras.

4.1.1. Envases

La cartera es de bio cuero, el envase primario será un papel de seda, una bolsa de notex para guardar la cartera, un protector de polietileno que cubrirá la cartera, no se dañe el producto de acuerdo con los lugares a visitar en el día que tenga y para su conservación le colocaremos una bolsa de silice para que la cartera de bio cuero no se dañe tanto en el transporte desde el exportador e importador como en la entrega al cliente final.

FIGURA N°23: ENVASE DE CARTERAS



FIGURA N°24: BOLSA ADICIONAL PARA PROTECCIÓN



FIGURA N°25: BOLSAS DE SILICE



4.1.2. Empaque

Las carteras estarán empaquetadas en cajas de cartón corrugado para un óptimo transporte y manipulación de la mercadería, y evitar alguna pérdida de los productos al momento de realizar control de inventario. Así mismo la medida de la caja va a ser la siguiente:

TABLA N°20: CARACTERÍSTICAS DEL EMPAQUE PARA CARTERAS

CARACTERÍSTICAS	
EMBALAJE	Caja de cartón corrugado doble
MEDIDAS	40 cm x 60 cm x 60 cm

Se importarán 6300 carteras las cuales estarán distribuidas en 126 cajas de las cuales tendrán un peso por caja de 15.00 kilos.

FIGURA N°26: CAJA DE CARTÓN CORRUGADO PARA CARTERAS



Fuente: Elaboración Propia

4.1.3. Embalaje

Las cajas de cartón corrugado las sellaremos con cinta adhesiva, stretch film y serán apiladas en dos y tres niveles.

FIGURA N°27: EMBALAJE



4.2. Diseño del rotulado y marcado

4.2.1. Diseño del rotulado

De acuerdo con la guía informativa acerca del rotulado de productos, elaborada por INDECOPI, la información que debe indicar el rotulado es la siguiente:

Nombre o denominación del producto.

País de fabricación.

Contenido neto del producto, expresado en unidades de masa o volumen.

En caso de que el producto, contenga algún insumo o materia prima que represente algún riesgo para el consumidor o usuario, debe ser declarado.

Nombre y domicilio legal en el Perú del fabricante o importador o envasador o distribuidor responsable, según corresponda, así como su número de Registro Único de Contribuyente (RUC).

Advertencia del riesgo o peligro que pudiera derivarse de la naturaleza del producto, así como de su empleo, cuando estos sean previsibles.

El tratamiento de urgencia en caso de daño a la salud del usuario, cuando sea aplicable”.

TABLA N°21: ROTULADO

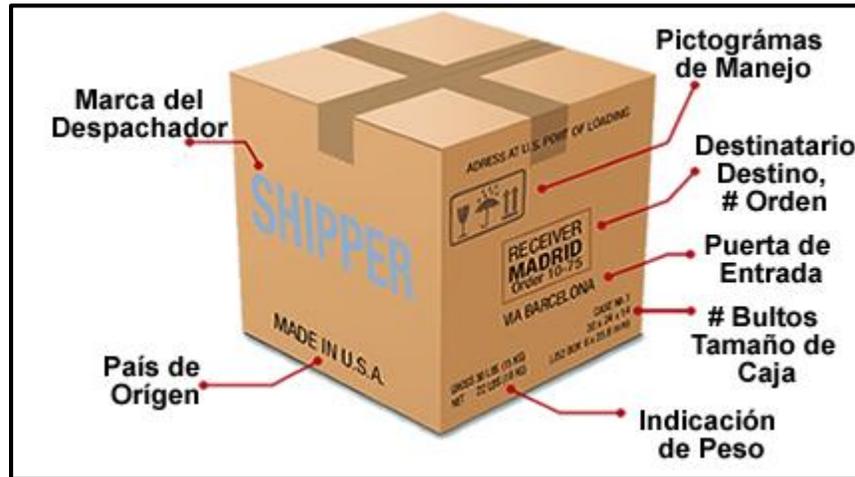
ARTICULO	Cartera de Bio Cuero
PAIS DE FABRICACION	China
MATERIAL	Bio Cuero
NOMBRE DEL IMPORTADOR	Importaciones KSAM S.A.C.
RUC	20546789321
PESO	150 gr.
USO DEL PRODUCTO	ACCESORIOS DE BIOCUERO

Fuente: Elaboración Propia

4.2.2. Diseño del marcado

Sirve para informar al consumidor sobre las características del producto y tomando como referencia la guía informativa elaborada por INDECOPI, las carteras de BIO CUERO tendrán el rotulado informativo en el cual se detallará la siguiente información: producto, componentes, uso del producto, indicará el origen del producto y la razón social de la empresa importadora y comercializadora del producto.

FIGURA N°28: MODELO DE ROTULADO



Fuente: MINCETUR

TABLA N°22: ROTULADO EN LA CAJA

DATOS DEL IMPORTADOR	Importaciones KSAM S.A.C.
PUERTO DESTINO	CALLAO – PERU
NOMBRE DEL PRODUCTO	Cartera de Bio Cuero
MARCA	ZIU JING
LUGAR DE FABRICACION	China
PUERTO	Xiamen
MATERIAL	70% Bio cuero + 30% Poliester
PESO NETO	14.80 KG
PESO BRUTO	15.00 KG
COLOR	VARIOS

FIGURA N°29: PICTOGRAMAS



Fuente: Diario del Exportador

4.3. Unitarización y cubicaje de la carga

La mercancía para importar será carga suelta, paletizada y tendremos 126 cajas con embalajes resistentes paletizados. Las dimensiones de la caja será la siguiente:

40cm x 60cm x 60cm y se paletizaran con las medidas de 1.20 mts x 1.00 mts.

TABLA N°23: CUBICAJE

CUBITAJE	UNIDAD	PESO UNITARIO X KG	PESO TOTAL X KG
Carteras	1	0.15	0.15
Paquete	100	0.15	15
Total Cajas de Carton (2400 carteras)	24	15	360

Fuente: Elaboración Propia

4.4. Cadena de DFI de importación

La cadena de distribución física internacional de importación de las carteras será de la siguiente manera:

EXPORTADOR: El proveedor Xiamen Greenfield Co., Ltd. se encuentra ubicado en la ciudad de Xiamen, distrito Huli, provincia Fujian en el país de China.

TRANSPORTE LOCAL (PAIS DE ORIGEN): La mercancía a importar que fueran las 126 cajas conteniendo las carteras de Bio Cuero serán transportadas desde la fábrica de la empresa Xiamen Greenfield Co., Ltd. hasta el puerto de Xiamen. En nuestro caso el proveedor asumirá el costo del transporte interior hasta el embarque en puerto.

AGENTE DE ADUANA: el proveedor asumirá todos los costos del agente de aduana en el país de origen, quien realizará los servicios de despacho aduanero, tramites y afines para exportación de la carga (carteras de bio cuero), nos enviará la factura comercial y certificado de origen.

MANIPULEO (PAIS DE ORIGEN): La empresa Xiamen Greenfield Co., Ltd. se encargará de pagar todos los gastos de manipulación con el operador logístico encargado de manipular nuestra carga en origen.

TERMINAL DE CARGA (PAIS DE ORIGEN): Nuestro proveedor asumirá todos los gastos en el Terminal de Carga del Puerto de Xiamen.

TRANSPORTE PRINCIPAL (TRÁNSITO): El transporte elegido por la primera importación será vía marítima.

4.5. Seguro de las mercancías

El tránsito de las carteras tomara un tiempo aproximado de 35 a 45 días desde el Puerto de Xiamen hasta el puerto del Callao, utilizaremos el Incoterm FOB y contrataremos la póliza abierta puesto tendremos una garantía abierta de acuerdo con el producto que estamos importando.

5. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

5.1. Fijación de precios

5.1.1. Costos y precios

- Costeo de Importación de la empresa Importaciones KSAM y el precio de venta dentro del mercado nacional en soles

TABLA N°24: COSTEO DE IMPORTACIÓN

Modelo	Peso Bruto (kg)	Precio Unit. FOB Xiamen (\$)	Cantidad (unidades)	Total FOB Xiamen (\$)
B80570	80	4.39	500	2,195.00
B80450	90	1.69	600	1,014.00
B80332	50	3.69	500	1,845.00
B80100	60	1.69	500	845.00
B80080	50	6.16	500	3,080.00
B8070-1	33	2.21	700	1,547.00
B80361	36	2.35	400	940.00
B80630	50	3.27	500	1,635.00
B80420	60	2.65	500	1,325.00
B80310	30	3.36	600	2,016.00
B80100-1	30	2.51	1,000.00	2,510.00
	569		FOB	18,952.00
			Flete	1,334.00
			Seguro	110.00
			CIF	20,396.00
Impuestos				
			Arancel a/v	1,223.76
			ISC	0.00
			IGV	3,459.16
			IPM	432.40
				5,115.32
			Percepcion del IGV	2,551.13
			Gastos de Importacion	999.30
			Gastos Bancarios BCP - Transferencia	58.38
			Costo Total Importacion	22,677.44

Modelo	Peso Bruto (kg)	Pesos %
B80570	80	11.58%
B80450	90	5.35%
B80332	50	9.74%
B80100	60	4.46%
B80080	50	16.25%
B8070-1	33	8.16%
B80361	36	4.96%
B80630	50	8.63%
B80420	60	6.99%
B80310	30	10.64%
B80100-1	30	13.24%
	569	100%

Gastos de Importacion:

Descarga	150.00
Visto Bueno	50.00
Almacenamiento	205.00
Transporte	91.00
Otros Gastos	300.00
Comision del agente de aduana	200.00
Total sin IG	996.00
Total con IG	1,175.28
IG	211.55

Arancel a utilizar:

Arancel Base o negociado	9%
Desgravacion	9%
Tasa Acuerdo Comercial	8.1900%
Arancel	6%

Tasa Percepcion:

Al ser primera importacion	10.00%
-----------------------------------	---------------

Detalle de la poliza de seguro:

Prima Neta	110.00
Derecho emision	3.30
Valor Venta	113.30
IG	20.39
Precio de Venta	133.69

Gastos Bancarios BCP - Transferencia:

Tasa	47.38
Mensaje Swift	11.00
Total	58.38

Expresado en dólares

Modelo	Total FOB Xiamen (\$)	Seguro	Flete	CIF	Arancel a/v	Gastos de Importación	Gastos Bancarios BCP - Transferencia	Costo Importación	Costo Unitario Importación	Porcentaje
B80570	2,195.00	12.74	187.56	2,395.30	143.72	115.74	6.76	2,661.51	5.32	0.93%
B80450	1,014.00	5.89	211.00	1,230.89	73.85	53.47	3.12	1,361.33	2.27	0.58%
B80332	1,845.00	10.71	117.22	1,972.93	118.38	97.28	5.68	2,194.27	4.39	0.70%
B80100	845.00	4.90	140.67	990.57	59.43	44.56	2.60	1,097.16	2.19	0.50%
B80080	3,080.00	17.88	117.22	3,215.10	192.91	162.40	9.49	3,579.90	7.16	1.00%
B8070-1	1,547.00	8.98	77.37	1,633.35	98.00	81.57	4.77	1,817.68	2.60	0.39%
B80361	940.00	5.46	84.40	1,029.86	61.79	49.56	2.90	1,144.11	2.86	0.51%
B80630	1,635.00	9.49	117.22	1,761.71	105.70	86.21	5.04	1,958.66	3.92	0.65%
B80420	1,325.00	7.69	140.67	1,473.36	88.40	69.86	4.08	1,635.71	3.27	0.62%
B80310	2,016.00	11.70	70.33	2,098.04	125.88	106.30	6.21	2,336.43	3.89	0.53%
B80100-1	2,510.00	14.57	70.33	2,594.90	155.69	132.35	7.73	2,890.68	2.89	0.38%
	18,952.00	110.00	1,334.00	20,396.00	1,223.76	999.30	58.38	22,677.44		100.00%

5.1.2. Cotización internacional

FIGURA N°30: COTIZACION DEL PROVEEDOR

PROFORMA INVOICE						
						Date: May 13, 2020
Pictures	Item Number	Collections	Colors	Price	Quantity	Amount
	B80570	Women handbag	Black/White, Black/Grey	\$ 4.39	500	\$ 2,195.00
	B80450	Women Purse	Brown	\$ 1.69	600	\$ 1,014.00
	B80332	Women handbag	Grey, Coffee, Black	\$ 3.69	500	\$ 1,845.00
	B80100	Women handbag	Black and Grey, Black and White, White and Green	\$ 1.69	500	\$ 845.00
	B80080	Women handbag	Khaki, Black, Green	\$ 6.16	500	\$ 3,080.00
	B8070-1	Women handbag	Coffee, Black, Blue	\$ 2.21	700	\$ 1,547.00
	B80361	Women handbag	Black, Blue, Khaki	\$ 2.35	400	\$ 940.00
	B80630	Men Handbag	Green, Blue, Khaki	\$ 3.27	500	\$ 1,635.00
	B80420	Women handbag	Grey, Khaki, Light Grey	\$ 2.65	500	\$ 1,325.00
	B80310	Unisex Handbag	Green, Khaki, Grey	\$ 3.36	600	\$ 2,016.00
	B80100-1	Cosmetic Bag	Gold, Green, Blue, Pink, Red	\$ 2.51	1000	\$ 2,510.00
TOTAL					6300	\$18,952.00

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

FIGURA N°31: CONTRATO DE COMPRA VENTA INTERNACIONAL

Aspectos de la Compraventa Internacional	Información del Plan de Negocios
<p>1. Las Partes</p>	<p>Exportador</p> <p>Xiamen Greenfield Co., Ltd.</p> <p>226-227 Edificio A No.88 Xinglong Road</p> <p>Huli Xiamen China 361006</p> <p>P. +0086 592.5683152</p> <p>Consignatario</p> <p>Importaciones KSAM SRL</p> <p>Jr. Cuzco 640 Lima Lima Perú</p> <p>Teléfono: 511 - 2346875</p>
<p>2. La Vigencia del contrato</p>	<p>Fecha inicio: 01 julio del 2020</p> <p>Fecha Termino: 31 diciembre del 2020</p>
<p>3. La Mercancía</p>	<p>Carteras de Bio Cuero</p> <p>GÉNERO: UNISEX</p> <p>MATERIAL: 70% CUERO SINTETICO + 30% TEXTIL</p> <p>CARACTERISTICAS: No necesita lavado, resistente a la lluvia</p> <p>TAMAÑO: 20 cm x 11cm x 20 cm</p> <p>PESO: 30 - 40 gr</p> <p>DISEÑO: Diseños personalizados</p>

	COLORES: VARIADOS																													
4. La Cantidad	Modelo	Cantidad (unidades)																												
	B80570	500																												
	B80450	600																												
	B80332	500																												
	B80100	500																												
	B80080	500																												
	B8070-1	700																												
	B80361	400																												
	B80630	500																												
	B80420	500																												
	B80310	600																												
B80100-1	1,000.00																													
5. El Envase	Bolsas de plástico polietileno con la marca del proveedor "ZIU JING"																													
6. El Embalaje	Cajas de cartón de doble cara 3 papeles																													
7. El Transporte	Medio de transporte marítimo																													
8. La Fecha Máxima de Embarque	1er pedido: 30 octubre 2020																													
9. Lugar de Entrega	Puerto Marítimo del Callao																													
10. El Incoterm	FOB (Versión 2020)																													
11. El Seguro	Mercadería asegurada																													
12. Los Gastos	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Distribucion de gastos:</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Verificacion de peso, calidad o medida</td> <td>VENDEDOR</td> </tr> <tr> <td>Envases y embalajes</td> <td>VENDEDOR</td> </tr> <tr> <td>Carga en los locales del vendedor</td> <td>VENDEDOR</td> </tr> <tr> <td>Transporte y seguro hasta el puerto de salida</td> <td>VENDEDOR</td> </tr> <tr> <td>Descarga en el puerto de salida</td> <td>VENDEDOR</td> </tr> <tr> <td>Retrasos en la carga</td> <td>VENDEDOR</td> </tr> <tr> <td>Carga en el punto de salida</td> <td>VENDEDOR</td> </tr> <tr> <td>Retrasos del buque</td> <td>COMPRADOR</td> </tr> <tr> <td>Transporte principal (maritimo)</td> <td>COMPRADOR</td> </tr> <tr> <td>Seguro de transporte principal</td> <td>COMPRADOR</td> </tr> <tr> <td>Descarga en el puerto de destino</td> <td>COMPRADOR</td> </tr> <tr> <td>Transporte y seguro hasta almacen del comprador</td> <td>COMPRADOR</td> </tr> <tr> <td>Descarga en los locales del comprador</td> <td>COMPRADOR</td> </tr> </tbody> </table>		Distribucion de gastos:		Verificacion de peso, calidad o medida	VENDEDOR	Envases y embalajes	VENDEDOR	Carga en los locales del vendedor	VENDEDOR	Transporte y seguro hasta el puerto de salida	VENDEDOR	Descarga en el puerto de salida	VENDEDOR	Retrasos en la carga	VENDEDOR	Carga en el punto de salida	VENDEDOR	Retrasos del buque	COMPRADOR	Transporte principal (maritimo)	COMPRADOR	Seguro de transporte principal	COMPRADOR	Descarga en el puerto de destino	COMPRADOR	Transporte y seguro hasta almacen del comprador	COMPRADOR	Descarga en los locales del comprador	COMPRADOR
Distribucion de gastos:																														
Verificacion de peso, calidad o medida	VENDEDOR																													
Envases y embalajes	VENDEDOR																													
Carga en los locales del vendedor	VENDEDOR																													
Transporte y seguro hasta el puerto de salida	VENDEDOR																													
Descarga en el puerto de salida	VENDEDOR																													
Retrasos en la carga	VENDEDOR																													
Carga en el punto de salida	VENDEDOR																													
Retrasos del buque	COMPRADOR																													
Transporte principal (maritimo)	COMPRADOR																													
Seguro de transporte principal	COMPRADOR																													
Descarga en el puerto de destino	COMPRADOR																													
Transporte y seguro hasta almacen del comprador	COMPRADOR																													
Descarga en los locales del comprador	COMPRADOR																													
13. La Transmisión de los Riesgos	El riesgo de pérdida o daño de la mercancía se transmitirá al comprador cuando las mercancías se encuentren a bordo del buque del puerto de embarque.																													

14. Moneda de Transacción	Dólares americanos		
15. Precio		Modelo	Precio Unit. FOB Xiamen (\$)
		B80570	4.39
		B80450	1.69
		B80332	3.69
		B80100	1.69
		B80080	6.16
		B8070-1	2.21
		B80361	2.35
		B80630	3.27
		B80420	2.65
	B80310	3.36	
	B80100-1	2.51	
16. Forma de Pago	100% adelantado (40% antes de la fabricación y el 60% restante cuando se encuentre a bordo del buque)		
17. Medio de Pago	Transferencia bancaria		
18. La Documentación	<ul style="list-style-type: none"> • Factura Comercial • Lista de Empaque • Póliza de Seguro • Conocimiento de Embarque • Certificado de origen 		
19. Lugar de Fabricación	China		
20. Solución de controversias	Arbitraje (Cámara de Comercio Internacional de Paris)		

5.3. Elección y aplicación del Incoterm

La elección del incoterm es realizada en la negociación entre proveedor y la empresa importadora "Importaciones KSAM SRL" así como la comparación de cotizaciones de los proveedores y agentes aduana a lo cual tomamos la elección de elegir el incoterm FOB puesto es nuestra primera importación y estamos eligiendo este incoterm ya que será a bordo del buque.

5.4. Determinación del medio de pago y cobro

- Se eligió el medio de pago transferencia Bancaria Internacional por medio del BCP

- El método de pago elegido es: al 40% antes de la fabricación y el 60% restante cuando se encuentre a bordo del buque puesto nos estamos rigiendo bajo el incoterm FOB.

5.5. Elección del régimen de importación

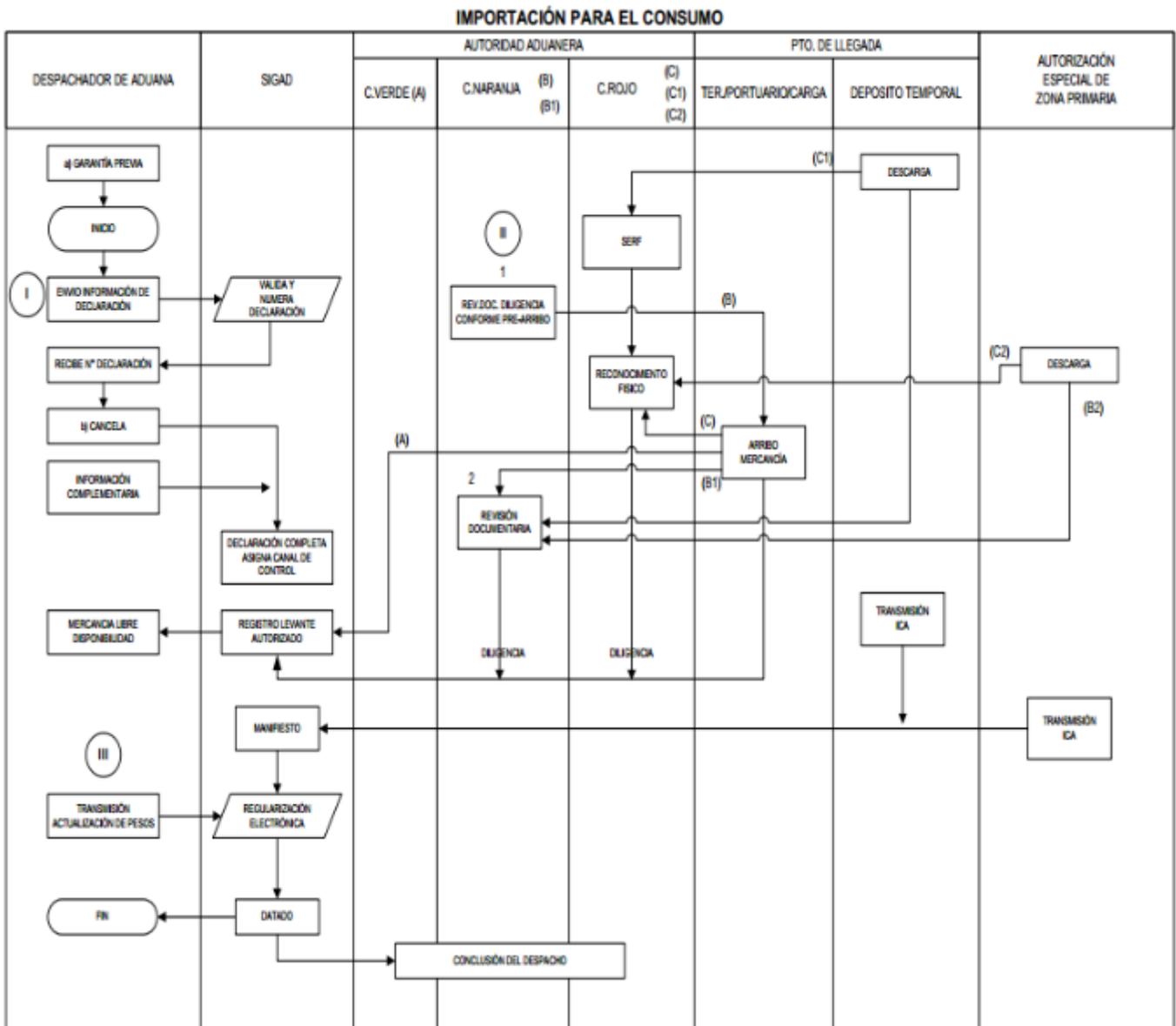
El Régimen Elegido para el plan de negocios es Importación para el Consumo

5.6. Gestión aduanera de comercio internacional

En el siguiente plan de negocio al elegirse el Régimen de Importación para el Consumo permite el ingreso de mercancías al territorio aduanero para su consumo y comercialización en el mercado nacional, luego del pago o garantía por despacho anticipado, según corresponda, de los derechos arancelarios y demás impuestos aplicables, así como el pago de los recargos, multas que hubiese del cumplimiento de las formalidades y otras obligaciones aduaneras.

5.7. Gestión de las operaciones de importación

FIGURA N°32: FLUJOGRAMA DEL REGIMEN ELEGIDO



Fuente: Aduanet

5.8. Gestión de las operaciones de producción del bien o servicio a ejecutar

FIGURA N°33: FLUJOGRAMA DE PRODUCCION



6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

6.1. Inversión Fija

Dentro de la inversión fija están los gastos en la instalación, local, almacén, pagina web, acondicionamiento de tienda u oficina, así como la inversión de los activos fijos e intangibles.

La inversión inicial es de S/ 137 364.04, los cuales son: préstamo Bancario S/. 22860 y el aporte personal de S/ 114 504.04. El préstamo bancario se ha financiado con el BCP del cual se tomó como referencia para el pago de las cuotas mensuales.

6.1.1. Activos tangibles

Dentro de los activos tangibles están el mobiliario para la tienda física, equipos tecnológicos, mobiliario para el almacén y el botiquín según detallaremos en la siguiente tabla:

TABLA N°25: ACTIVOS TANGIBLES

INVERSIONES	Cantidad	Valor venta unitario	Valor Total PEN	Vida Util	Depreciación/Amortización anual PEN
Activos tangibles	34.00		35,510.00		8,568.00
Computadoras	6	3,000.00	18,000.00	4	4,500.00
Impresora	1	590.00	590.00	5	118.00
Escritorios	5	700.00	3,500.00	5	700.00
Sillas	6	700.00	4,200.00	5	840.00
Anaqueles	5	900.00	4,500.00	5	900.00
Extintor	2	200.00	400.00	5	80.00
Botiquin	2	60.00	120.00	4	30.00
Muebles de exhibición	7	600.00	4,200.00	3	1,400.00

6.1.2. Activos intangibles

La empresa IMPORTACIONES KSAM cuenta con los siguientes activos intangibles:

TABLA N°26: ACTIVOS INTANGIBLES

INVERSIONES	Cantidad	Valor venta unitario	Valor Total PEN	Vida Util	Depreciación/Amortización anual PEN
Activos Intangibles			3,823.00		1,348.30
Elaboracion del proyecto	1	1,400.00	1,400.00	5	280.00
Constitucion legal	1	354.00	354.00	5	70.80
Licencias/Permisos	1	354.00	354.00	1	354.00
Registro de marca	1	535.00	535.00	10	53.50
Pagina Web	1	1,180.00	1,180.00	2	590.00

6.2. Capital de Trabajo

La empresa Importaciones KSAM cuenta con el siguiente capital de trabajo detallado en la tabla:

TABLA N°27: CAPITAL DE TRABAJO

INVERSIONES	Cantidad	Valor venta unitario	Valor Total PEN
Capital de trabajo	Mes		98,031.04
Gerente General	3	2,680.00	8,040.00
Asistente Administrativo	3	1,180.00	3,540.00
Asistente de TI	3	1,180.00	3,540.00
Ejecutivo de Ventas	3	1,180.00	3,540.00
Costo de la Importación	1	79,371.04	79,371.04

6.3. Inversión Total

La empresa Importaciones KSAM cuenta con la siguiente inversión total detallado en la siguiente tabla:

TABLA N°28: INVERSION TOTAL

INVERSIONES	Cantidad	Valor venta unitario	Valor Total PEN
Activos tangibles	34.00		35,510.00
Computadoras	6	3,000.00	18,000.00
Impresora	1	590.00	590.00
Escritorios	5	700.00	3,500.00
Sillas	6	700.00	4,200.00
Anaqueles	5	900.00	4,500.00
Extintor	2	200.00	400.00
Botiquin	2	60.00	120.00
Muebles de exhibición	7	600.00	4,200.00
Intangibles			3,823.00
Elaboracion del proyecto	1	1,400.00	1,400.00
Constitucion legal	1	354.00	354.00
Licencias/Permisos	1	354.00	354.00
Registro de marca	1	535.00	535.00
Pagina Web	1	1,180.00	1,180.00
Capital de trabajo	Mes		98,031.04
Gerente General	3	2,680.00	8,040.00
Asistente Administrativo	3	1,180.00	3,540.00
Asistente de TI	3	1,180.00	3,540.00
Ejecutivo de Ventas	3	1,180.00	3,540.00
Costo de la Importación	1	79,371.04	79,371.04
INVERSION TOTAL			137,364.04

Fuente: Elaboración Propia

6.4. Estructura de Inversión y Financiamiento

La empresa Importaciones KSAM cuenta con la siguiente estructura de inversión y financiamiento detallado en la tabla:

TABLA N°29: ESTRUCTURA DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

INVERSIONES	FINANCIACION	
	PROPIA	TERCEROS
Activos tangibles	31,310.00	4,200.00
Computadoras	18,000.00	
Impresora	590.00	
Escritorios	3,500.00	
Sillas		4,200.00
Anaqueles	4,500.00	
Extintor	400.00	
Botiquin	120.00	
Muebles de exhibición	4,200.00	
Intangibles	3,823.00	0.00
Elaboracion del proyecto	1,400.00	
Constitucion legal	354.00	
Licencias/Permisos	354.00	
Registro de marca	535.00	
Pagina Web	1,180.00	
Capital de trabajo	79,371.04	18,660.00
Gerente General		8,040.00
Asistente Administrativo		3,540.00
Asistente de TI		3,540.00
Ejecutivo de Ventas		3,540.00
Costo de la Importación	79,371.04	
INVERSION TOTAL	114,504.04	22,860.00

Fuente: Elaboración Propia

6.5. Fuentes financieras y condiciones de crédito

Importaciones KSAM ha requerido de prestamos bancarios y se detalla en la siguiente tabla:

TABLA N°30: CONDICIONES DE CRÉDITO

FINANCIAMIENTO CON TERCEROS

TIPO DE FINANCIAMIENTO	(LINEA DE CREDITO DE CAPITAL DE TRABAJO O PRESTAMO A LARGO PLAZO)
TASA DE INTERES ANUAL	20%
IMPORTE A FINANCIAR	22860.00
MESES DE GRACIA	2

MES	SALDO PENDIENTE	INTERES	CAPITAL	CUOTA MENSUAL
dic-20				
ene-21	25146.00	381.00	1905.00	2286.00
feb-21	22860.00	381.00	1905.00	2286.00
mar-21	20574.00	381.00	1905.00	2286.00
abr-21	18288.00	381.00	1905.00	2286.00
may-21	16002.00	381.00	1905.00	2286.00
jun-21	13716.00	381.00	1905.00	2286.00
jul-21	11430.00	381.00	1905.00	2286.00
ago-21	9144.00	381.00	1905.00	2286.00
sep-21	6858.00	381.00	1905.00	2286.00
oct-21	4572.00	381.00	1905.00	2286.00
nov-21	2286.00	381.00	1905.00	2286.00
dic-21	0.00	381.00	1905.00	2286.00

6.6. Presupuesto de costos

En la siguiente tabla se detallan las depreciaciones y amortizaciones:

TABLA N°31: DEPRECIACION

INVERSIONES	Cantidad	Valor venta unitario	Valor Total	Depreciación
Computadoras	6	3,000.00	18,000.00	4,500.00
Impresora	1	590.00	590.00	118.00
Escritorios	5	700.00	3500.00	700.00
Sillas	6	700.00	4200.00	840.00
Anaqueles	5	900.00	4500.00	900.00
Extintor	2	200.00	400.00	80.00
Botiquín	2	60.00	120.00	30.00
Muebles de exhibición	7	600.00	4,200.00	1,400.00
Total	34		35,510.00	8,568.00

Fuente: Elaboración Propia

TABLA N°32: AMORTIZACIÓN

INVERSIONES	Cantidad	Valor venta unitario	Valor Total	Amortización
Elaboración del proyecto	1	1400.00	1400.00	280.00
Constitución legal	1	354.00	354.00	70.80
Licencias/Permisos	1	354.00	354.00	354.00
Registro de marca	1	535.00	535.00	53.50
Página Web	1	1180.00	1180.00	590.00
Total	5		3,823.00	1,348.30

Fuente: Elaboración Propia

6.7. Punto de Equilibrio

El análisis para determinar el nivel óptimo de operaciones que deberá mantener la empresa, de esta manera pueda cubrir todos sus costos de funcionamiento detallados en la siguiente tabla:

TABLA N°33: PUNTO DE EQUILIBRIO

PARA VARIOS PRODUCTOS

PRODUCTO	UNIDADES ESPERADAS DE VENTA	PONDERACION	PRECIO UNITARIO	COSTO VARIABLE UNITARIO	MARGEN DE CONTRIBUCION UNITARIO	SUMA MC PONDERADO	COSTO FIJO	PUNTO DE EQUILIBRIO TOTAL	PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRODUCTO
B80570	465	0.08	41.40	18.63	22.77	15.36	77390	5037.81	381
B80450	588	0.10	17.65	7.94	9.71				482
B80332	481	0.08	34.13	15.36	18.77				394
B80100	495	0.08	17.07	7.68	9.39				406
B80080	490	0.08	55.69	25.06	30.63				401
B8070-1	686	0.11	20.20	9.09	11.11				562
B80361	392	0.06	22.25	10.01	12.24				321
B80630	485	0.08	30.47	13.71	16.76				397
B80420	500	0.08	25.44	11.45	13.99				410
B80310	597	0.10	30.29	13.63	16.66				489
B80100-1	970	0.16	22.48	10.12	12.37				795

6.8. Presupuesto de ingresos

Este es nuestro presupuesto de ventas sin IGV por los primeros cinco años:

TABLA N°34: PRESUPUESTO DE VENTAS

PRESUPUESTO DE VENTAS (SIN IGV)

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
B80570	500.00	41.40	19251.62	20949.08	24095.58	26372.65	32789.86
B80450	600.00	17.65	10376.36	11064.59	28318.51	32293.04	39745.28
B80332	500.00	34.13	16418.05	18397.77	23847.17	26372.65	33121.07
B80100	500.00	17.07	8448.17	9011.38	23598.76	25834.43	33121.07
B80080	500.00	55.69	27286.76	30015.44	23350.35	26372.65	33121.07
B8070-1	700.00	20.20	13854.78	12441.03	33038.27	33907.69	46369.49
B80361	400.00	22.25	8720.64	8809.63	17885.38	21528.69	26496.85
B80630	500.00	30.47	14777.02	15081.70	22356.72	26372.65	33121.07
B80420	500.00	25.44	12722.16	13994.37	23350.35	26372.65	33121.07
B80310	600.00	30.29	18081.35	17990.49	28318.51	30678.39	39745.28
B80100-1	1,000.00	22.48	21808.54	23247.45	47694.34	52207.08	65579.71
	6,300.00		171745.45	181002.92	295853.94	328312.58	416331.82

Este es nuestro presupuesto de ingresos de ventas incluido IGv por los primeros cinco años:

TABLA N°35: PRESUPUESTO DE COBRANZA

PRESUPUESTO DE COBRANZA (INC IGv SI FUERA EL CASO)

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
B80570	500.00	48.85	22716.91	24719.91	28432.78	31119.73	38692.03
B80450	600.00	20.82	12244.11	13056.21	33415.85	38105.79	46899.43
B80332	500.00	40.28	19373.30	21709.37	28139.66	31119.73	39082.86
B80100	500.00	20.14	9968.84	10633.43	27846.54	30484.63	39082.86
B80080	500.00	65.71	32198.38	35418.21	27553.42	31119.73	39082.86
B8070-1	700.00	23.83	16348.64	14680.41	38985.15	40011.08	54716.00
B80361	400.00	26.25	10290.36	10395.36	21104.74	25403.86	31266.29
B80630	500.00	35.95	17436.88	17796.41	26380.93	31119.73	39082.86
B80420	500.00	30.02	15012.15	16513.36	27553.42	31119.73	39082.86
B80310	600.00	35.74	21335.99	21228.77	33415.85	36200.50	46899.43
B80100-1	1,000.00	26.53	25734.08	27432.00	56279.32	61604.36	77384.06
	6,300.00		202659.63	213583.45	349107.65	387408.85	491271.55

6.9. Presupuesto de egresos

Se presenta el siguiente presupuesto de egresos de manera anual:

TABLA N°36: PRESUPUESTO DE EGRESOS

Concepto	Año 0	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
COMPRA DE MERCADERIA		71,386.00	78,524.60	85,663.20	92,801.80	114,217.60
GASTOS DE IMPORTACION		3,497.55	3,847.31	4,197.06	4,546.82	5,596.08
SERVICIOS PUBLICOS (AGUA, LUZ, TELEFONO)		4,248.00	4,248.00	4,248.00	4,248.00	4,248.00
SUELDOS PERCIBIDOS		77,390.00	77,390.00	77,390.00	77,390.00	77,390.00
ALQUILERES		9,600.00	9,600.00	9,600.00	9,600.00	9,600.00
COMPRA DE ACTIVO TANGIBLE		7,102.00	7,102.00	7,102.00	7,102.00	7,102.00
COMPRA DE ACTIVO INTANGIBLE		764.60	764.60	764.60	764.60	764.60
SEGUROS		300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
ETC		-	-	-	-	-
		174288.15	181776.505	189264.86	196753.215	219,218.28

6.10. Flujo de caja proyectado

Se muestra el flujo de caja proyectado en los siguientes cinco años, indicando lo que realmente ingresa y sale en efectivo.

TABLA N°37: FLUJO DE CAJA PROYECTADO

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COBRANZAS		202659.63	213583.45	349107.65	387408.85	491271.55
EGRESOS OPERACIONALES		174288.15	181776.505	189264.86	196753.215	219218.28
SUELDOS Y SALARIOS PERCIBIDOS		77390	77390	77390	77390	77390
GASTOS DE IMPORTACION						
GASTOS DE EXPORTACION						
PAGO DE SERVICIOS		4248.00	4248.00	4248.00	4248.00	4248.00
ALQUILERES		9600.00	9600.00	9600.00	9600.00	9600.00
PAGO A CUENTA DEL IR			26.79	0.00	0.00	0.00
PAGO IGV SUNAT			18773.29	-577.61	19862.02	40535.21
PAGO IR ANUAL		1690.66	1810.03	2958.54	3283.13	4163.32
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	0	28371.4762	31806.9421	159842.787	190655.635	272053.27
COMPRA DE ACTIVO TANGIBLE	35,510.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
COMPRA DE ACTIVO INTANGIBLE	18,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
COMPRA DE MATERIA PRIMA	137,364.04					
FLUJO DE CAJA DE INVERSION	-190,874.04	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-190,874.04	28,371.48	31,806.94	159,842.79	190,655.63	272,053.27
PRESTAMOS BANCARIOS		22,860.00				
DEVOLUCION DEL CAPITAL			22860.00			
PAGO DE INTERESES			4572.00			
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-190874.04	51,231.48	4374.94213	159842.787	190655.635	272053.27
VAN ECONOMICO		S/.255,210.23				
TIR ECONOMICO		41%				
VAN FINANCIERO		S/.253,489.38				
TIR FINANCIERO		41%				

6.11. Estado de Ganancias y Pérdida

El resultado del estado de ganancias y perdidas de los ingresos que se obtendrán en el ejercicio de las operaciones hasta el año 2025.

TABLA N°38: ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS		202659.63	213583.45	349107.65	387408.85	491271.55
COSTO DE VENTAS		79371.04	87308.144	87308.144	87308.144	87308.144
UTILIDAD BRUTA		123288.59	126275.30	261799.5028	300100.7056	403963.406
GASTOS ADMINISTRATIVOS		24446.3	24446.3	24446.3	24446.3	24446.3
GASTOS DE VENTA		14660	14660	14660	14660	14660
OTROS GASTOS OPERACIONALES						
UTILIDAD OPERATIVA		84182.28621	87169.00313	222693.2028	260994.4056	364857.106
INTERESES		4572.00				
OTROS GASTOS						
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES E IMPUESTOS		79610.28621	87169.00313	222693.2028	260994.4056	364857.106
IMPUESTO A LA RENTA	0	0.00	1717.45	1810.03	2958.54	3283.13
PARTICIPACION A LOS TRABAJADORES						
UTILIDAD NETA		79610.29	85451.55	220883.17	258035.87	361573.98
RENTABILIDAD	0	0.39	0.40	0.63	0.67	0.74

Fuente: Elaboración Propia

6.12. Evaluación de la Inversión

6.12.1. Evaluación Económica

El COK del plan de negocio es de del 8%, VAN de 255210.23 y un TIR de 41%, lo que determina que el plan de negocio proporcionara rentabilidad.

6.12.2. Evaluación Financiera

Se utilizará financiamiento externo por un año para iniciar el negocio.

6.12.3. Evaluación social

El plan de negocio se enfoca en el segmento de mercado de personas que tengan el cuidado de los animales y un buen producto. Se busca que Importaciones KSAM genere rentabilidad y a la vez permita satisfacer las necesidades de los clientes, desde un buen trato vía electrónica y un producto acorde a lo ofrecido.

6.12.4. Impacto ambiental

El presente plan de negocio se orienta a la importación de carteras de bio cuero y comercialización por tienda online en Lima Metropolitana por lo que nos enfocamos en que el producto sea de buena calidad y no afecte a la salud de nuestros clientes.

6.13. Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo

El plan de negocio se visualiza optimista teniendo en cuenta que:

Actualmente en plena pandemia el consumidor peruano está comprando vía online en su mayoría o trasladándose a las tiendas físicas de manera ordenada puesto ha habido una reducción del aforo físico y nuestro costo de oportunidad es el siguiente:

TABLA N°39: COK

FORMULACION COK

TASA LIBRE DE RIESGO	3.32%
RENTABILIDAD PROMEDIO DE	10%
BETA DEL MERCADO	0.67
TASA DE RIESGO PAIS	1.47%
COK	9.3%

TABLA N°40: WACC

*COK - Hallar con CAPM

COK (COSTO DE OPORTUNIDAD)	9%
TASA DE INTERES BANCARIA	20%
% APORTE PROPIO	83%
% TERCEROS	17%
WACC - TASA DE DESCUENTO	18.2%

6.14. Cuadro de riesgo del tipo de cambio

Actualmente en plena pandemia debido al incremento de las importaciones el tipo de cambio es muy volátil y en el siguiente cuadro se detalla:

TABLA N°41: CUADRO DE RIESGO DE TIPO DE CAMBIO

CUADRO DE RIESGO TIPO DE CAMBIO

	3.41	3.50	3.59
	TIPO DE CAMBIO MAS BAJO	TIPO DE CAMBIO ACTUAL ESPERADO	TIPO DE CAMBIO MAS ALTO
VENTAS	197448.38	202659.63	207870.87
UTILIDAD NETA	76695.00	79610.29	82525.57
VAN ECONOMICO	240531.67	255210.23	269888.79
VAN FINANCIERO	238324.88	253489.38	268653.89
TIR ECONOMICA	0.40	0.41	0.42
TIR FINANCIERA	0.40	0.41	0.42

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

En cuanto al aspecto legal, estar bajo el régimen MYPE, proporciona beneficios tributarios y laborales que permiten reducir costos, con el fin de que la empresa pueda establecerse económicamente en los próximos cinco años.

El presente plan de negocios ha identificado un nicho de mercado insatisfecho, por lo tanto, se ha encontrado la oportunidad de generar rentabilidad, con productos de precios atractivos en el mercado de China.

El plan logístico es determinante en cuanto al proveedor con el que se coordinará, debido a los precios de importación condiciones, material, costos de traslado internacional e incoterm que se utilizará en la transacción.

7.2. Recomendaciones.

Posterior a los cinco años se necesita reformular el negocio, dado que se requerirá la adaptación a las nuevas formas de promoción y a las exigencias del mercado.

Con estrategias electrónicas y sociales vividas por la pandemia covid-19 se buscará la fidelidad del cliente, por medio de mecanismos de control y monitoreo.

Enfatizaremos en las capacitaciones a los vendedores para no dejar de potenciar el recurso humano de la empresa.