



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

**IMPORTACIÓN DE VAJILLAS DE PORCELANA
DECORATIVAS DESDE EL PUERTO DE QINGDAO –
CHINA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LIMA
METROPOLITANA POR REDES SOCIALES Y TIENDA
FISICA**

**PRESENTADO POR
JEISON DAVID ARAPA SULCA**

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

LIMA – PERÚ

2020



CC BY-NC-SA

Reconocimiento – No comercial – Compartir igual

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

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



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

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
IMPORTACIÓN DE VAJILLAS DE PORCELANA DECORATIVAS
DESDE EL PUERTO DE QINGDAO - CHINA Y SU
COMERCIALIZACIÓN EN LIMA METROPOLITANA POR REDES
SOCIALES Y TIENDA FISICA.

PRESENTADO POR:

BACHILLER: ARAPA SULCA, JEISON DAVID

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

Lima-Perú

2020

DEDICATORIA

El presente plan de negocio está dedicado a mi querida familia, a mi madre Marina Sulca por su gran esfuerzo que pone a todas las cosas, por sus consejos, paciencia y el amor que siempre me ha brindado, mis sobrinas que son motivo para seguir adelante.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad de San Martín de Porres por haberme formado como un profesional de bien y de darme años maravillosos en sus aulas, en donde conocí excelentes maestros y grandes amigos.

INDICE

Contenido

| | |
|--|----|
| RESUMEN EJECUTIVO | 1 |
| 1.- ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN | 2 |
| 2.- ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES | 3 |
| 2.1. Nombre o razón social | 3 |
| 2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU) | 3 |
| 2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial | 4 |
| 2.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha | 6 |
| 2.4.1 Misión: | 6 |
| 2.4.2 Visión:..... | 6 |
| 2.4.3 Valores: | 6 |
| 2.4.4 Objetivos de la Empresa: | 6 |
| 2.4.5 Principios de la Empresa: | 7 |
| 2.4.6 Análisis Interno y Externo: FODA | 7 |
| 2.4.7 Políticas: | 8 |
| 2.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características..... | 9 |
| 2.6. Estructura Orgánica | 10 |
| 2.6.1 Funciones del personal: | 11 |
| 2.7. Cuadro de asignación de personal..... | 14 |
| 2.8. Forma Jurídica Empresarial..... | 15 |
| 2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI..... | 18 |
| 2.10. Requisitos y Trámites Municipales | 19 |
| 2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades 20 | |
| 2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME) | 21 |
| 2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral | 22 |
| 2.14. Modalidades de Contratos Laborales. | 23 |
| 2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas. | 24 |
| 3.- PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL..... | 26 |
| 3.1 Identificación, descripción y justificación del producto a importar | 26 |
| 3.1.1 Clasificación arancelaria (en ambos países)..... | 26 |

| | | |
|-------|--|----|
| 3.1.2 | Ficha técnica comercial..... | 27 |
| 3.1.3 | Ecuación de valor para el mercado nacional | 31 |
| 3.1.4 | Determinación de la marca a usar | 32 |
| 3.2 | Investigación de mercado objetivo..... | 33 |
| 3.2.1 | Segmentación de mercado objetivo (macro y microsegmentación) | 36 |
| 3.2.2 | Definición del perfil del consumidor..... | 40 |
| 3.2.3 | Medición del mercado objetivo..... | 41 |
| 3.3 | Análisis de oferta y demanda en el mercado..... | 43 |
| 3.3.1 | Análisis de oferta..... | 43 |
| 3.3.2 | Análisis y cálculo de la demanda..... | 45 |
| 3.3.3 | Análisis de competitividad y benchmark | 47 |
| 3.3.4 | Análisis de precio de importación (compra) | 48 |
| 3.3.5 | Análisis y determinación de formas de distribución | 50 |
| 3.3.6 | Análisis del entorno | 51 |
| 3.4 | Estrategias de venta y distribución nacional | 54 |
| 3.4.1 | Estrategias de segmentación | 54 |
| 3.4.2 | Estrategias de posicionamiento | 54 |
| 3.4.3 | Estrategias de ingreso al mercado | 55 |
| 3.4.4 | Estrategias de distribución comercial | 55 |
| 3.4.5 | Estrategias de branding | 56 |
| 3.5 | Estrategias de promoción nacional..... | 57 |
| 3.5.1 | Establecer los mecanismos y definir estrategias de promoción, incluida promoción de ventas | 57 |
| 3.5.2 | Propuesta de valor | 57 |
| 3.5.3 | Estrategias de marketing digital y uso del e-commerce | 58 |
| 3.6 | Políticas de estrategias de precio | 59 |
| 4. | PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL..... | 60 |
| 4.1 | Envases, empaques y embalajes..... | 60 |
| 4.1.1 | Envase y empaque | 60 |
| 4.1.2 | Embalaje..... | 62 |
| 4.2 | Diseño del rotulado y marcado..... | 63 |
| 4.2.1 | Diseño del rotulado..... | 63 |

| | | |
|--------|--|----|
| 4.2.2 | Diseño del mercado | 64 |
| 4.3. | Unitarización y cubicaje de la carga | 66 |
| 4.4. | Cadena de DFI de importación..... | 70 |
| 4.5. | Seguro de las mercancías..... | 71 |
| 5. | PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL | 73 |
| 5.1.- | Fijación de precios | 73 |
| 5.1.1 | Costos y precio | 73 |
| 5.1.2 | Cotización internacional..... | 77 |
| 5.2. | Contrato de compra venta internacional..... | 79 |
| 5.3 | Elección y aplicación del Incoterm..... | 81 |
| 5.4. | Determinación del medio de pago y cobro..... | 81 |
| 5.5. | Elección del régimen de importación | 82 |
| 5.6. | Gestión aduanera del comercio internacional..... | 83 |
| 5.7. | Gestión de las operaciones de importación: Flujo grama | 83 |
| 6. | PLAN ECONÓMICO FINANCIERO | 85 |
| 6.1. | Inversión Fija | 85 |
| 6.1.1. | Activos tangibles | 85 |
| 6.1.2. | Activos intangibles | 85 |
| 6.2. | Capital de Trabajo | 86 |
| 6.3. | Inversión Total | 88 |
| 6.4. | Estructura de Inversión y Financiamiento | 89 |
| 6.5. | Presupuesto de costos | 89 |
| 6.6. | Punto de Equilibrio..... | 91 |
| 6.7. | Tributación de la importación..... | 92 |
| 6.8. | Presupuesto de ingresos..... | 93 |
| 6.9. | Presupuesto de egresos..... | 94 |
| 6.10. | Flujo de caja proyectado..... | 95 |
| 6.10.1 | Flujo de caja económico..... | 95 |
| 6.10.2 | Flujo de caja financiero | 96 |
| 6.11. | Estado de Ganancias y Pérdida | 97 |
| 6.12. | Evaluación de la Inversión..... | 97 |

| | |
|--|-----|
| 6.13.1.- Evaluación Económica | 97 |
| 6.13.2. Evaluación Financiera..... | 98 |
| 6.13.3. Evaluación social | 99 |
| 6.13.4 Impacto ambiental..... | 99 |
| 6.14. Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo | 99 |
| 6.15. Cuadro de riesgo del tipo de cambio | 99 |
| 7. Conclusiones y recomendaciones | 101 |
| 7.1 Conclusiones | 101 |
| 7.2 Recomendaciones..... | 102 |
| ANEXO | 103 |
| ANEXO N° 01 | 103 |
| ANEXO N° 02 | 104 |
| ANEXO N° 03 | 105 |
| ANEXO N° 04 | 106 |
| ANEXO N° 05 | 107 |
| ANEXO N° 06 | 109 |
| ANEXO N° 07 | 112 |
| ANEXO N° 08 | 113 |
| ANEXO N° 09 | 114 |
| ANEXO N° 10 | 116 |
| REFERENCIAS..... | 118 |

INDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla N°01: Características de las MYPES..... | 10 |
| Tabla N°02: Asignación de personal de la empresa IMPORTACIONES DAS S.A.C. | 14 |
| Tabla N°03: Asignación de personal 4ta categoría. | 14 |
| Tabla N°04: Características de las formas jurídicas. | 15 |
| Tabla N°05: Estructura de aporte y acciones. – IMPORTACIONES DAS S.A.C..... | 16 |
| Tabla N°06: Tipos de Contrato..... | 23 |
| Tabla N°07: Clasificación Arancelaria de Vajillas de Porcelana en Perú. | 27 |
| Tabla N°08: Clasificación arancelaria de ambos países. | 27 |
| Tabla N°09: Ficha técnica comercial. | 27 |
| Tabla N°10: Principales países exportadores de vajillas de porcelana (en miles de USD). | 34 |
| Tabla N°11: Principales países proveedores del Perú en la P.A. 691110 (en miles de USD) | 34 |
| Tabla N°12: Criterios de selección de mercado. | 35 |
| Tabla N° 13: Principales países exportadores de la P.A. 691110 en los últimos 5 años (toneladas). | 43 |
| Tabla N° 14: Empresas exportadoras de la P.A. 691110..... | 44 |
| Tabla N°15: Demanda de Perú de la P.A. 6911100000 del 2015 al 2019. | 45 |
| Tabla N° 16: Método de mínimos cuadrados. | 45 |
| Tabla N° 17: Calculo de las variables a y b. | 46 |
| Tabla N° 18: Proyección de la demanda del producto de la P.A. 6911100000 para los años 2021 al 2025 | 46 |
| Tabla N° 19: Empresas competidoras. | 47 |
| Tabla N° 20: Detalle del producto - Linyi Sunny Ceramics Co., Limited..... | 48 |
| Tabla N° 21: Detalle del producto - Guangdong Hosen Two Eight Industrial Co., Ltd..... | 48 |
| Tabla N° 22: Detalle del producto - Shandong Al Maaly International Trading Co., Ltd. . | 49 |
| Tabla N° 23: Descripción de la empresa Linyi Sunny Ceramics Co., Limited | 50 |
| Tabla N° 24: Análisis del entorno macro ambiente. | 52 |
| Tabla N° 25: Análisis del entorno microambiente. | 53 |

| | |
|---|----|
| Tabla N° 26: Características del plato tendido N°8 y 9. | 62 |
| Tabla N° 27: Características del plato hondo N°8. | 62 |
| Tabla N° 28: Características de la taza N°14. | 62 |
| Tabla N° 29: Características de embalaje de las vajillas de porcelana..... | 63 |
| Tabla N° 30: Modelo de Rotulado..... | 64 |
| Tabla N° 31: Pictogramas para el transporte de las vajillas de porcelana. | 66 |
| Tabla N°32: Unitarización para los platos tendidos N°8. | 67 |
| Tabla N°33: Unitarización para los platos tendidos N°9. | 68 |
| Tabla N°34: Unitarización para los platos hondos N°8. | 69 |
| Tabla N°35: Unitarización para las tazas N°14. | 70 |
| Tabla N°36: Precio de las vajillas de porcelana de la competencia. | 73 |
| Tabla N°37: Detalle del producto, cantidad y precio expresado dólares americanos..... | 74 |
| Tabla N°38: Calculo de los tributos. | 74 |
| Tabla N°39: Gastos de importación. | 75 |
| Tabla N°40: Resumen del costo de importación..... | 75 |
| Tabla N°41: Fijación de precios..... | 76 |
| Tabla N°42: Precio de venta de las vajillas de porcelana..... | 77 |
| Tabla N°42: Contrato de compra venta internacional. | 79 |
| Tabla N°43: Activos tangibles..... | 85 |
| Tabla N°44: Activos intangible. | 86 |
| Tabla N°45: Capital de trabajo. | 87 |
| Tabla N° 46: Inversión total. | 88 |
| Tabla N°47: Estructura de la inversión..... | 89 |
| Tabla N°48: Presupuesto de costo del producto. | 89 |
| Tabla N°49: Presupuesto proyectado del gasto de personal..... | 90 |
| Tabla N°50: Presupuesto proyectado de los servicios públicos..... | 90 |
| Tabla N°51: Presupuesto proyectado de los gastos administrativos..... | 90 |
| Tabla N°52: Presupuesto proyectado de materiales indirectos. | 91 |
| Tabla N°53: Costo total del primer año. | 91 |
| Tabla N°54: Punto de equilibrio..... | 92 |
| Tabla N°55: Tributación de la importación – primera importación..... | 92 |

| | |
|--|-----|
| Tabla N°56: Tributación de la importación – segunda importación..... | 93 |
| Tabla N°57: Ingresos de importación..... | 93 |
| Tabla N°58: Ingresos por año..... | 94 |
| Tabla N°59: Tasa de inflación..... | 94 |
| Tabla N°60: Presupuesto proyectado de costos indirectos. | 95 |
| Tabla N°61: Flujo de caja económico (expresado en soles)..... | 96 |
| Tabla N°62: Flujo de caja financiero (expresado en soles). | 97 |
| Tabla N°63: Estado de ganancias y pérdidas. | 97 |
| Tabla N°64: Costo de capital propio (COK). | 98 |
| Tabla N°65: Resultados económicos..... | 98 |
| Tabla N°66: Resultados financieros. | 98 |
| Tabla N°67: Cuadro de tipo de cambio. | 100 |

INDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura N°01: Clasificación de la Actividad Económica – Codificación CIIU | 3 |
| Figura N°02: Plano de la ubicación de la empresa IMPORTACIONES DAS S.A.C. | 5 |
| Figura N°03: Distribución de la oficina..... | 5 |
| Figura N°04: Organigrama de IMPORTACIONES DAS S.A.C. | 10 |
| Figura N°05: Logotipo de la marca DECORATIVA HOME. | 19 |
| Figura N°06: Registro de planilla electrónica..... | 22 |
| Figura N°07: Cadena de Valor IMPORTACIONES DAS S.A.C. | 31 |
| Figura N°08: Logo de la marca. | 33 |
| Figura N°09: Zona comercial de la provincia de Huamanga. | 38 |
| Figura N°10: Fotografía con comerciante mayorista de vajillas de porcelana decorativa, Ayacucho – Huamanga..... | 39 |
| Figura N°11: Fotografía con comerciante mayorista de vajillas de porcelana decorativa, Ayacucho – Huamanga..... | 39 |
| Figura N°12: Población en el Perú por género y edad. | 42 |
| Figura N° 13: Población según departamentos. | 42 |
| Figura N° 14: Segmentación según criterios. | 54 |
| Figura N° 15: Distribución directa..... | 56 |
| Figura N° 16: Pagina web de la empresa. | 58 |
| Figura N° 17: Facebook de la empresa. | 59 |
| Figura N° 18: Empaque de los platos tendido y hondos..... | 61 |
| Figura N°19: Empaque de las tazas..... | 61 |
| Figura N° 20: Modelo de embalaje. | 63 |
| Figura N° 21: Modelo de marcado de la caja - plato tendido N°8. | 65 |
| Figura N° 22: Modelo de marcado de la caja - plato hondo N°8. | 65 |
| Figura N° 23: Modelo de marcado de la caja - taza 14 oz..... | 66 |
| Figura N°24: Características de un pallet americano..... | 67 |
| Figura N°25: Cadena de DFI. | 71 |
| Figura N° 26: Cotización para vajillas de porcelana decorativas. | 78 |
| Figura N° 27: Flujo de transferencia bancaria..... | 81 |
| Figura N° 28: Comisión por transferencia bancaria internacional..... | 82 |

| | |
|--|----|
| Figura N° 29: Flujograma de importación..... | 84 |
|--|----|

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocio contempla la importación de vajillas de porcelana decorativas desde China. Es un producto que cumple la función de trasladar, servir y permite ingerir alimentos, aunque es un material ancestral, en la actualidad las variedades de diseños se han reinventado mostrando rasgos modernos, innovadores y vanguardistas, los cuales hacen que sea una de las mejores opciones tanto para el hogar como para los restaurantes. Las vajillas de porcelana resultan ser productos más duraderos y resistentes, los diseños no se decoloran con el tiempo, es higiénico ya que no absorbe olores ni sabores y no acumula residuos que pueden ser perjudiciales para la salud, es resistente a altas temperaturas ya que no se quiebran ni deterioran, los modelos están elaborados para ahorrar espacios, se pueden apilar con facilidad sin correr el riesgo de desplomarse y ocupando el menor espacio en la cocina.

La empresa IMPORTACIONES DAS S.A.C., está orientada a la importación y comercialización de vajillas de porcelanas decorativas, dirigido a personas independientes, con familia, con o sin negocio y se pretende llegar a los clientes ubicados en Lima y provincia mediante las redes sociales y tienda física.

Para el proyecto sea considerado una inversión total de S/. 50, 000.00 y será financiado por aporte de los socios, la empresa tendrá el objetivo de hacer crecer dicha inversión y al largo plazo ampliar la cartera de productos con artículos para el hogar.

Para concluir el presente resumen, el proyecto es económica y financieramente atractivo y viable, con un VAN y TIR que demuestran la capacidad de generar utilidades, ya que demuestra la rentabilidad positiva, así mismo es social y ambientalmente responsable, pues no solo se busca tener beneficios económicos, sino que nos esforzamos por entregar un beneficio por el uso del producto, el cual es el cuidado de la salud y el bienestar.

1.- ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

IMPORTACIONES DAS S.A.C. es una empresa dedicada a la importación y comercialización de vajillas de porcelana, para lo cual tiene un local ubicado en una zona estratégica en el distrito de San Juan de Lurigancho, así mismo la empresa tiene una proyección de ser una empresa dedicada en la comercialización de diversos artículos del hogar. En la primera parte del presente plan se detalla la organización y aspectos legales, donde se establece la misión, visión y objetivos de la empresa, así mismo se detalla la elección de la razón social, el registro y diversos trámites para su constitución. La empresa ha determinado acogerse a la ley MYPE y los beneficios que este trae consigo.

La tercera parte corresponde al plan de marketing, donde se detalla el mercado meta y se realiza un estudio a nivel macro y micro segmentación, las características del producto y sus beneficios, la oferta y la demanda a nivel nacional e internacional, así mismo los planes de promoción, publicidad y marketing para ingresar al mercado. De acuerdo al análisis de mercado, el país de China es el principal proveedor de vajillas de porcelana, el cual es beneficioso para desarrollar el presente plan.

La cuarta parte presenta al plan de logística internacional, donde se va a definir las características y detalles físicos del producto, envases, embalajes y las rutas de transporte internacional.

En el plan de comercio internacional, se detalla las características básicas de las transacciones comerciales, el contrato de compra y venta internacional, la elección y aplicación del INCOTERM, se determina el medio de pago, la elección del régimen de importación, así mismo se encontrará información referente a la fijación de precios.

La última parte del presente plan de negocio, corresponde a la evaluación económica financiera, es en esta parte donde se aterriza el proyecto en cifras y se evalúa distintos puntos financieros los cuales permiten dar a conocer si el proyecto es rentable.

2.- ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

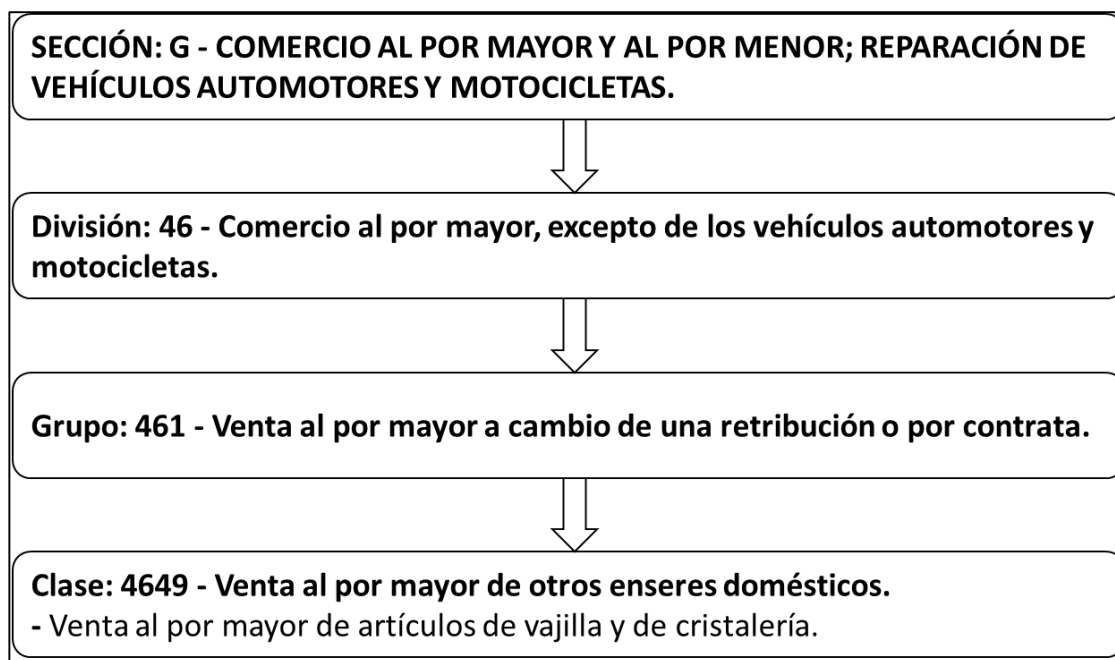
2.1. Nombre o razón social

Para el presente plan de negocio el nombre de la empresa es IMPORTACIONES DAS S.A.C. El nombre es elegido debido que nace como una iniciativa familiar, lleva “Importaciones” porque es la actividad principal del negocio, y lleva el complemento “DAS” porque se toma como referencia la primera letra del nombre David y el apellido Arapa Sulca. Se opta por elegir la “Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.)” como razón social, debido que es la más adecuada para la organización de la empresa.

2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

La actividad económica de la empresa IMPORTACIONES DAS S.A.C., es la importación y comercialización de vajillas de porcelana, de acuerdo con el sistema de clasificación internacional industrial uniforme (CIIU), el código de la actividad económica de la empresa es el siguiente:

Figura N°01: Clasificación de la Actividad Económica – Codificación CIIU



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)

2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

Según la evaluación de los factores internos relacionados con la selección de localización del proyecto, se determinó que la ubicación de la empresa IMPORTACIONES DAS S.A.C., será en el distrito de San Juan de Lurigancho, el motivo por el cual se eligió esta ubicación es debido que el local pertenece a los socios, de esa manera se omite el costo de alquiler, así mismo el local se encuentra cerca de la avenida principal la cual facilitaría el ingreso y salida de la mercancía. El local cuenta con una tienda de 25.38 mt² la cual será utilizado para la exhibición de la mercancía y la venta al público interesado, cuenta con un espacio de 13.5 mt² el cual será utilizado como oficina principal y centro de contacto con el cliente, también cuenta con un espacio de 27 mt² el cual será el almacén de la mercancía.

La Municipalidad de San Juan de Lurigancho indicó que para el presente negocio no es necesario el permiso sectorial ya que el rubro en el que se encuentra el negocio no lo amerita. En relación con la licencia de funcionamiento, esta es factible por el código de parámetro. La licencia provisional de funcionamiento sería entregada en 3 días hábiles luego de presentar la documentación requerida en la Municipalidad del distrito de San Juan de Lurigancho.

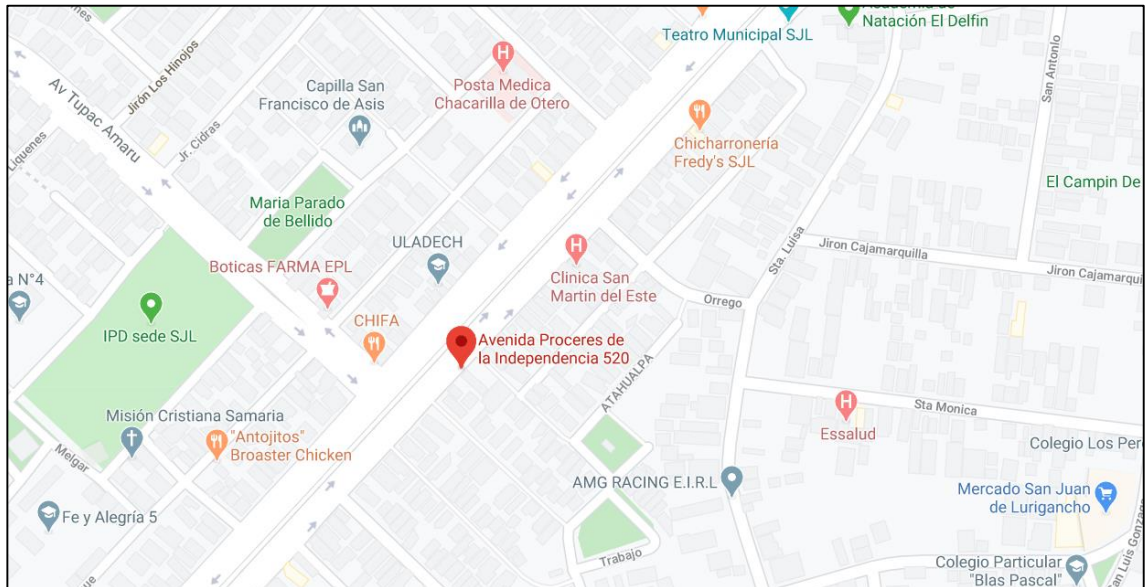
Ubicación:

Departamento: Lima.

Dirección: Avenida Próceres de la Independencia N° 520.

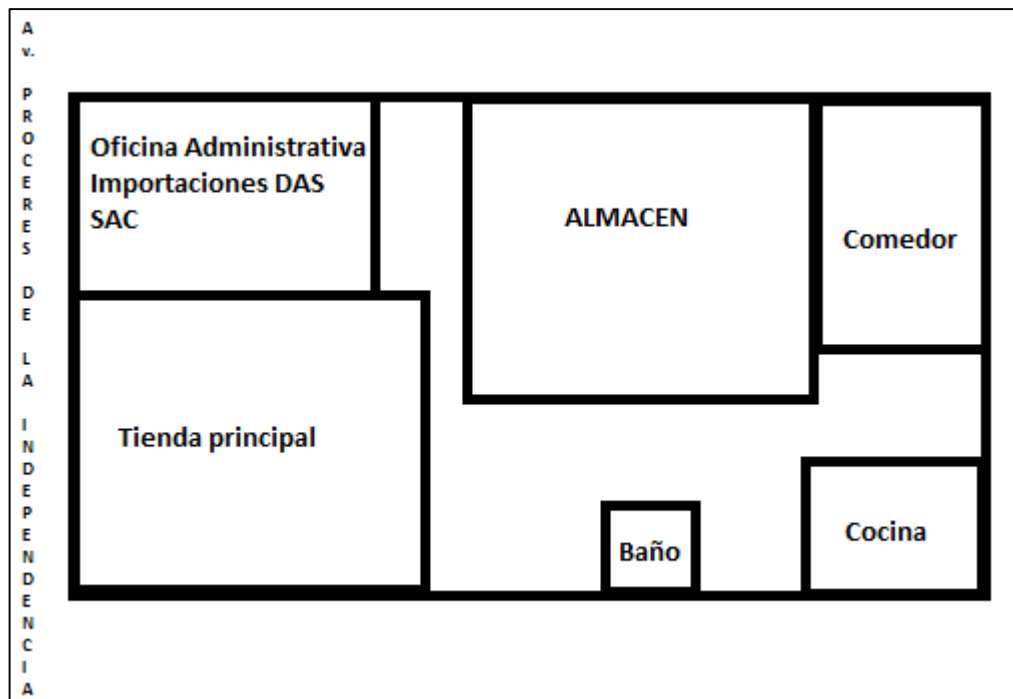
Distrito: San Juan de Lurigancho.

Figura N°02: Plano de la ubicación de la empresa IMPORTACIONES DAS S.A.C.



Fuente: Google Maps.

Figura N°03: Distribución de la oficina.



Fuente: Elaboración propia.

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

IMPORTACIONES DAS S.A.C., al ser una empresa formal cuenta una misión, visión, valores y objetivos, las cuales se detalla a continuación:

2.4.1 Misión:

Ser una empresa importadora y comercializadora de vajillas de porcelana que busca cubrir la necesidad de nuestros clientes, brindando una variedad de productos para el hogar y cocina, con alta calidad y el mejor precio del mercado nacional.

2.4.2 Visión:

Ser reconocidos como la empresa líder en comercialización de vajillas de porcelana a nivel nacional.

2.4.3 Valores:

- Responsabilidad: La empresa está comprometida a respetar las normas y leyes con los trabajadores, clientes y el medio ambiente.
- Pasión: La intención de querer lo que hacemos y luchar cada día por mejorar lo que ofrecemos.
- Trabajo en equipo: La empresa confía en el esfuerzo integrado de los trabajadores, la cual es clave para alcanzar el objetivo.

2.4.4 Objetivos de la Empresa:

Objetivo general:

- Ser la empresa líder en el sector dedicado a la importación y comercialización de vajillas de porcelana en Lima metropolitana.

Objetivo específico:

- Impulsar la imagen empresarial mediante las redes sociales.
- Ampliar el reconocimiento del servicio y el producto que ofrecemos.

- Ofrecer una atención personalizada a los clientes, la cual se tiene que dar antes, durante y después de la venta.
- Brindar a los clientes un portafolio amplio de productos.
- Alta capacidad de respuesta para fidelizar a los clientes.

2.4.5 Principios de la Empresa:

Los principios que considera la empresa como fundamentales para mantener un apropiado funcionamiento y desarrollo de las actividades son:

- Calidad en el servicio: Brindar un servicio personalizado el cual pueda satisfacer las expectativas de los clientes.
- Innovación: Buscar de manera continua nuevos diseños de vajillas de porcelana, así mismo mantener una investigación en las tendencias del producto.
- Transparencia: Se va a cumplir con los aspectos legales y tributarios de manera transparente ante los clientes y los entes supervisores.
- Responsabilidad social: Las actividades que realizará la empresa será con responsabilidad, sin perjudicar a la sociedad y el medio ambiente.

2.4.6 Análisis Interno y Externo: FODA

La empresa IMPORTACIONES DAS S.A.C., utiliza la matriz FODA para tener un análisis interno el cual permita identificar las fortalezas y debilidades de la empresa, de esta manera podemos conocer la situación en la que se encuentra, así mismo podemos tener un análisis externo el cual permite identificar las oportunidad y amenazas que presente el entorno o mercado.

Análisis Interno:

Fortalezas:

- Personal capacitado para las ventas.

- Personal comprometido con alcanzar el objetivo establecido.
- Conocimiento en el ámbito de la comercialización de vajillas de porcelana.
- Manejo de las redes sociales para dar a conocer nuestros productos.

Debilidades:

- Baja capacidad de inversión.
- Contar con una marca nueva y el bajo posicionamiento.
- Ingresos bajos al comenzar el negocio.

Análisis Externo:

Oportunidades:

- Variedad en la oferta de los proveedores (precios, diseños, tamaños).
- El mercado de vajillas de porcelana en nuestro país sigue aumentando.
- Amplio mercado para comercializar.
- Mejor poder adquisitivo de la población.

Amenazas:

- Restricción en la compra de vajillas de porcelana provenientes de China.
- Incremento del tipo de cambio del dólar.
- Mejor oferta de los competidores.

2.4.7 Políticas:

Las políticas de la empresa IMPORTACIONES DAS S.A.C., involucra a la directiva y a los trabajadores, donde se busca que todos se sientan identificados con los objetivos establecidos y así puedan lograr relacionar a sus objetivos personales.

- Puntualidad: Como principal característica de la empresa, demuestra que los trabajadores están comprometidos y dedicados en su labor.
- Capacitación al personal: Servirá para que el personal se encuentre preparado para afrontar desafíos en su puesto de trabajo. La capacitación comienza desde que el personal inicie a laborar, donde se le brinda la información y herramientas necesarias para que pueda desenvolverse en sus actividades, así mismo se realizarán capacitaciones constantes con el propósito de transmitir y reforzar los conocimientos.
- Retroalimentación: Se realizará reuniones periódicas con el personal para que puedan expresar o dar a conocer sus inquietudes, consultas y aportes, éstas permitirán mejorar nuestros procesos y el servicio que brindamos.
- Comunicación efectiva: La comunicación que predomina es de manera horizontal, de esta manera los trabajadores tendrán el respaldo y confianza de expresar y comunicarse dentro de las líneas del respeto y cordialidad.

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

La ley MYPE tiene como finalidad formalizar e impulsar el desarrollo de las micro y pequeñas empresas. El 02 de julio de 2013 el congreso de la republica promulgo la Ley N°30056 (ley de impulso al desarrollo productivo y crecimiento empresarial), donde se modifica diversas leyes con el objetivo promover el desarrollo productivo, crecimiento empresarial y la inversión. La principal modificación es quitar el número máximo de trabajadores, el cual era uno de los elementos principales para categorizar a las empresas, ahora se considera el volumen de ventas anuales de la empresa.

La empresa IMPORTACIONES DAS S.A.C., iniciará sus actividades bajo el régimen de microempresa, ya que las características del negocio cumplen con lo establecido en la ley N°30056. De acuerdo con la proyección anual de ventas, se considera que la empresa tendrá ventas inferiores a 150 unidades impositivas tributarias (UIT), en donde cada UIT equivale a S/4,300.00.

Tabla N°01: Características de las MYPES

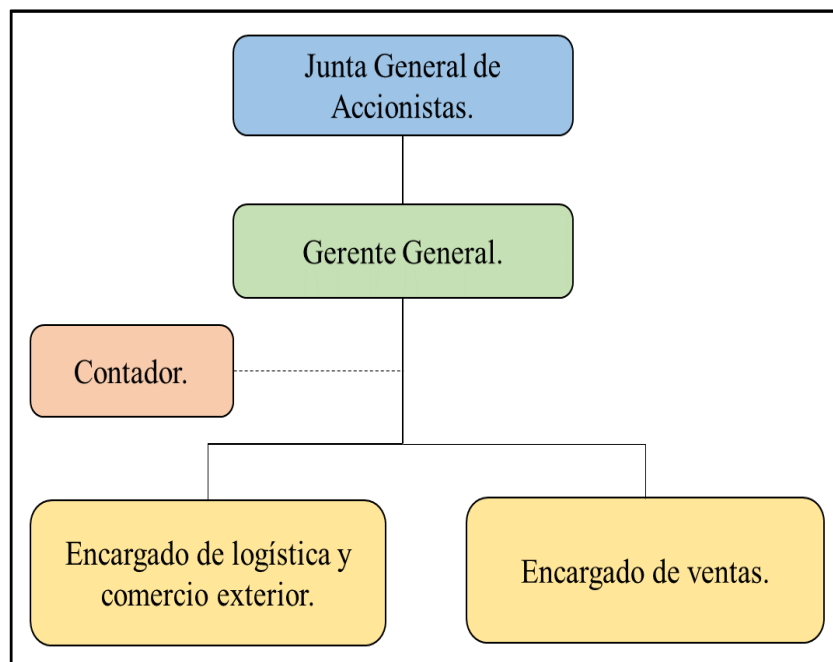
| | Ley MYPE D.S. N° 007-2008-TR | | Ley N° 30056 | |
|-----------------|------------------------------|--------------|------------------------------------|----------------|
| | Ventas Anuales | Trabajadores | Ventas anuales | Trabajadores |
| Microempresa | Hasta 150 UIT | 1 a 10 | Hasta 150 UIT | No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

Fuente: SUNAT

2.6. Estructura Orgánica

La empresa IMPORTACIONES DAS S.A.C., cuenta con una estructura organizacional basada en la jerarquización y la división de las funciones, donde se va a delimitar la responsabilidad de cada trabajador o colaborar ante sus actividades laborales, así mismo se establecerá las líneas de autoridad.

Figura N°04: Organigrama de IMPORTACIONES DAS S.A.C.



Fuente: Elaboración propia.

El organigrama que se detalla en la figura N° 04 es el que consideramos para el inicio de las actividades de la empresa, así mismo cabe destacar que con el transcurso

del tiempo, el organigrama podrá variar ya que la empresa ira creciendo y llegará a consolidarse en el mercado.

El equipo de trabajo estará conformado por los siguiente:

- Junta General de Accionistas.
- 01 Gerente General.
- 01 encargado de Logística y Comercio Exterior.
- 01 vendedor.
- 01 contador externo (pago por honorarios).

2.6.1 Funciones del personal:

a. Junta General de Accionistas, está integrado por dos socios.

Funciones:

- Tomar decisiones importantes.
- Aportar capital para el financiamiento de operaciones y crecimiento.
- Asignar objetivos al generante general.

b. Gerente General:

Funciones:

- Es el encargado de planificar, dirigir y organizar las actividades y procesos en la empresa.
- Motivar, supervisar y mediar al equipo de trabajo.
- Supervisar que el equipo de trabajo cumpla con las políticas y valores establecida por la empresa.
- Representar legalmente a la empresa.

- Planificar estrategias que apunten en la mejora continua.
- Elaborar nuevos proyectos o estrategias que contribuyan al crecimiento de la empresa.
- Tomar decisiones en situaciones especiales.
- Presentar al directorio información contable de la empresa.

Perfil:

- Titulado en administrativas o administración de negocios internacionales.
- Experiencia mínima de 2 años a cargo de personal.
- Estudios en contabilidad.
- Estudios en gestión de procesos administrativos.
- Competencias: Liderazgo, comunicación efectiva, orientación a resultados, visión de negocio.

c. Encargado de Logística y Comercio Exterior:

Funciones:

- Implementar el plan de logística y comercio internacional de la empresa.
- Responsable del proceso de importación.
- Responsable del almacenaje e inventariado.
- Búsqueda de proveedores.

Perfil:

- Titulado en administración de negocios internacionales o comercio exterior.

- Experiencia mínima de 1 años en el cargo o posición similar.
- Competencias: Comunicación efectiva, capacidad para negociar, orientación a resultados.

d. Vendedor:

Funciones:

- Establecer un vínculo entre el cliente y la empresa.
- Administrar su territorio de ventas.
- Garantizar la satisfacción del cliente.
- Ayudar y orientar a los clientes.
- Conocer las promociones, descuentos y ofertas.
- Generar ventas.

Perfil:

- Estudios técnicos o superiores.
- Experiencia mínima de 6 meses en atención al cliente.
- Competencias: Entusiasta, alegre, actitud positiva, capacidad de escucha, comunicación efectiva, paciencia y autonomía.

e. Contador:

Funciones:

- Gestionar la información financiera y registro contable de la empresa.

Perfil:

- Titulado en contabilidad.
- Experiencia mínima de 4 años.

- Competencias: Puntual, responsable y confiable.

2.7. Cuadro de asignación de personal.

En la empresa IMPORTACIONES DAS S.A.C., los trabajadores se encuentran bajo el Régimen Laboral Especial, en la siguiente tabla N°02 se muestra en detalle la asignación del personal.

Tabla N°02: Asignación de personal de la empresa IMPORTACIONES DAS S.A.C.

| Descripción | No. de empleados | Remuneración. | | Seguro Integral de Salud - SIS | | Total, anual |
|---|------------------|-----------------|------------------|--------------------------------|---------------|------------------|
| | | Mensual. | Anual. | Mensual. | Anual. | |
| Gerente General. | 1 | S/. 1,000.00 | S/. 12,000.00 | S/. 15.00 | S/. 180.00 | S/. 12,180.00 |
| Encargado de Logística y Comercio Exterior. | 1 | S/. 950.00 | S/. 11,400.00 | S/. 15.00 | S/. 180.00 | S/. 11,580.00 |
| Vendedor. | 1 | S/. 930.00 | S/. 11,160.00 | S/. 15.00 | S/. 180.00 | S/. 11,340.00 |
| Total | 3 | S/. 2,880.00 | S/. 34,560.00 | S/. 45.00 | S/. 540.00 | S/. 35,100.00 |

Fuente: Elaboración propia

El contador será externo a la empresa y su pago será a través de recibo por honorarios cada vez que se solicite su trabajo.

Tabla N°03: Asignación de personal 4ta categoría.

| Descripción | Sueldo mensual. | Sueldo anual. |
|-------------|-----------------|---------------|
| Contador | S/. 80.00 | S/. 960.00 |

Fuente: Elaboración propia.

2.8. Forma Jurídica Empresarial

Es primordial para nuestra empresa poder elegir la forma jurídica con la cual se constituirá y posteriormente iniciar con los trámites legales, en la tabla N° 04 se detalla las características representativas de las formas jurídicas.

Tabla N°04: Características de las formas jurídicas.

| Tipo de empresa. | No. de accionistas / socios. | Organización. | Capital y Acciones. |
|------------------|------------------------------|--|---|
| S.A.C. | Mínimo 2 y máximo 20. | <ul style="list-style-type: none"> _ Junta general de accionistas. _ Gerencia. _ Directorio. (Opcional) | <ul style="list-style-type: none"> _ Capital definido por aportes de cada socio. _ Se deben registrar las acciones en el Registro de Matrícula de Acciones. |
| S.A. | Mínimo 2 y máximo limitado. | <ul style="list-style-type: none"> _ Junta general de accionistas. _ Gerencia. _ Directorio. | <ul style="list-style-type: none"> _ Capital definido por aportes de cada socio. _ Se deben registrar las acciones en el Registro de Matrícula de Acciones. |
| S.R.L. | Mínimo 2 y máximo 20. | Normalmente empresas familiares pequeñas. | <ul style="list-style-type: none"> _ Capital definido por aportes de cada socio. _ Se debe inscribir en Registros Públicos. |
| E.I.R.L. | Máximo 1 | Una sola persona figura como Gerente General y socio. | Capital definido por aportes del único aportante. |
| S.A.A. | Mínimo 750 | <ul style="list-style-type: none"> _ Junta general de accionistas. | Más del 35% del capital pertenece a 175 o más accionistas. |

| | | | |
|--|--|------------------------------|--|
| | | _ Gerencia. _ Directorio. | |
|--|--|------------------------------|--|

Fuente: SUNAT.

Luego de la evaluación de las formas jurídicas, se considera que la empresa será constituida bajo la denominación de Sociedad Anónima Cerrada sin directorio. Se opta por esta denominación debido que las características se adecuan al tipo y tamaño de la empresa, así mismo favorece al régimen tributario por el cual se optara. Cabe señalar que la empresa tiene dos socios quienes se dividirán las acciones de acuerdo con el porcentaje que aportaron para el capital. El monto total estimado de la inversión comprende la adquisición de activo fijo tangible, activo fijo intangible y capital de trabajo, por lo que el monto asciende a S/50,000.00, siendo este monto equivalente a 50,000 acciones nominativas (S/1.00 = 1 acción nominativa). La procedencia del capital para la inversión del negocio será mediante recursos propios por el aporte de los dos socios, la cual se detalla en la tabla N° 05.

Tabla N°05: Estructura de aporte y acciones. – IMPORTACIONES DAS S.A.C.

| Nombre de socios. | Aporte. | Acciones nominativas. | Participación. |
|------------------------------|------------------|------------------------------|-----------------------|
| Jeison David Arapa Sulca | S/. 20,000.00 | 20000 | 40% |
| David Richard Arapa Muñoz | S/. 30,000.00 | 30000 | 60% |
| Total | S/. 50,000.00 | 50000 | 100% |

Fuente: Elaboración propia.

El procedimiento que se va a realizar para la constitución de la empresa bajo la forma jurídica de Sociedad Anónima Cerrada será la siguiente:

- a. Como primer paso se va a proceder con la búsqueda en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), con el fin de verificar que no exista ningún nombre igual o parecido al elegido por nosotros (IMPORTACIONES DAS), el precio de este trámite es de S/.5.00, y el resultado se entrega en un promedio de 20 a 30 minutos.
- b. Al no encontrarse ningún nombre igual, se procede a realizar la reserva del nombre por un plazo de 30 días, con el fin de que nadie pueda utilizar el nombre, el precio del trámite es de S/20.00. (véase el anexo N° 03)
- c. Se elabora el Acto Constitutivo (MINUTA), es el documento donde los miembros de una sociedad manifiestan su voluntad de constituir una empresa, así mismo se menciona la actividad económica y los bienes con los que se conformara la empresa. Este trámite es gratis si se realiza en un Centro de Desarrollo Empresarial (CDE) o en un Centro de Mejor Atención al Ciudadano (MAC), así mismo el registro en un notario tiene un precio aproximado de S/150.00. (anexo N° 05 y anexo N° 06)
- d. Se elabora la Escritura Pública, que es el documento que da fe de que el Acto Constitutivo (MINUTA) es legal. Este documento contiene una o más declaraciones de las personas involucradas, así mismo está firmado y sellado por el notario, y contiene la firma de todos los participantes de la sociedad. El trámite tiene un precio aproximado de S/200.00.
- e. Una vez obtenida la Escritura Pública es necesario llevarlo a SUNARP para realizar la inscripción de la empresa en Registros Públicos, este trámite normalmente lo realiza el notario y tiene un costo aproximado de S/100.00.
- f. El siguiente paso es la inscripción en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), el trámite se realiza en la SUNAT y es gratuito. Para el registro se debe presentar los siguientes requisitos:
 - ✓ Documento de identidad del representante legal.
 - ✓ Partida registral certificada por los Registros Públicos, no puede ser mayor a 30 días calendarios.
 - ✓ Cualquier documento privado o público donde se detalle la dirección del domicilio fiscal que se declaró.

- g. Se procede con la elección del régimen laboral que mejor se adapta el negocio, el cual es el Régimen MYPE Tributario (RMT).
- h. Para finalizar se procede con la solicitud de la clave SOL, el cual nos permite realizar operaciones, transacciones y consultas en línea con la SUNAT.

2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

Para el presente plan de negocio se tendrá que ir al Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), con el fin de registrar la marca, para ello es necesario realizar los siguientes pasos:

➤ Búsqueda de antecedentes y de evaluación.

- ✓ La búsqueda de antecedentes fonéticos y/o figurativos, tiene la finalidad de determinar si existe marcas idénticas o similares a nuestra propuesta, de esta manera se evita entrar en conflicto

➤ Solicitud de registro de marca:

- ✓ En esta se detalla los datos relativos de la marca, las cuales pueden ser palabras, números o combinadas (palabras y elementos gráficos). Luego se presenta en INDECOPI tres copias de la solicitud, el voucher de pago por el monto de s/ 534.99 y tres copias de la imagen de la marca. El trámite puede demorar hasta un máximo de 180 días desde la fecha que se registra.

➤ Publicación de la marca:

- ✓ La publicación será de manera oficial a través de la web “La Gaceta Electrónica de INDECOPI”, y durante 30 días será cualquier persona podrá oponerse al registro. El certificado de registro de marca tiene 10 años de vigencia en el territorio nacional.

Es fundamental que la empresa IMPORTACIONES DAS S.A.C. tenga una marca, la cual nos identifique y diferencie con respecto a las otras empresas del rubro. Se

optó por la marca “DECORATIVA HOME”, debido que nuestro rubro comercial está enfocado en atender las necesidades de los hogares, así mismo se proyecta que en el transcurso de los años nuestra empresa no solo va a vender vajillas de porcelana, también agregara a su repertorio otros artículos para el hogar como utensilios para cocina y comedor, artículos decorativos para la sala, artículos de cuidado de hogar, etc.

Figura N°05: Logotipo de la marca DECORATIVA HOME.



Fuente: Elaboración propia.

2.10. Requisitos y Trámites Municipales

La licencia de funcionamiento se solicitará en la Municipalidad de San Juan de Lurigancho, de esta manera se tendrá la autorización para realizar las actividades del negocio. Es importante señalar que el local no cuenta con más de 100mt², por lo que primero se solicitara la inspección técnica de Defensa Civil con la finalidad de cumplir con los requerimientos estipulados para el correcto funcionamiento del local, luego de presentar los requisitos (anexo N° 01) y cumplir con lo solicitado por la municipalidad, se nos concede la licencia. La licencia tiene un costo de s/105.90 y demorar en la emisión aproximadamente un mes, así mismo se puede solicitar una licencia de funcionamiento provisional (1 año como máximo), la cual

en un plazo no mayor a 7 días hábiles la Municipalidad de San Juan de Lurigancho nos otorga. Para solicitar la licencia de funcionamiento provisional se debe presentar el certificado de parámetros o los siguientes requisitos:

- a) Formato de solicitud
- b) Registro Único del Contribuyente (RUC).
- c) Certificado de Compatibilidad de Uso, donde se señale la conformidad o copia del cargo de la solicitud presentada ante la Municipalidad.
- d) Copia certificada notarial o legalizada por el fedatario de la Municipalidad del Testimonio de Constitución de la empresa.
- e) Declaración Jurada de ser microempresa o pequeña empresa.
- f) Recibo de pago por los derechos correspondientes.

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

Para la obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC), el representante legal de la empresa IMPORTACIONES DAS S.A.C., deberá ir al Centro de Servicios al Contribuyente (CSC) más cercano con los siguientes requisitos:

- DNI vigente del representante legal.
- Ficha o partida electrónica certificada por Registros Públicos, con una antigüedad no mayor a treinta (30) días calendario.
- Cualquier documento privado o público (recibo de agua, luz, teléfono fijo, teléfono celular, internet, gas natural) en el que conste la dirección del domicilio fiscal que se declara.

Una vez se procese el registro en la ficha CIR (Comprobante de Información Registrada), es importante solicitar la Clave Sol, para poder realizar diversas operaciones en línea como presentar y pagar sus declaraciones elaboradas con PDT,

modificar datos del RUC, dar de baja a comprobantes de pago, consultar y pagar valores pendientes de pago.

La empresa IMPORTACIONES DAS S.A.C., ha optado por elegir el Régimen MYPE Tributario (RMT) (Véase Anexo N° 07) ya que cumple con las características que se detallan a continuación:

- Los ingresos no deben superar las 1700 UIT (S/7,310,000.00).
- Domiciliado en el país.
- Realizar cualquier tipo de actividad económica.
- Llevar libros contables en función a los ingresos de la empresa.

El Régimen MYPE Tributario (RMT) permite emitir los siguientes tipos de comprobantes:

- Facturas.
- Boleta de venta.
- Liquidaciones de compra.
- Notas de crédito y débito.
- Guías de Remisión.
- Tickets emitidos por máquinas registradoras que dan derecho al crédito fiscal.

2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME)

La empresa IMPORTACIONES DAS S.A.C., contara con planilla electrónicas, con la finalidad de enviar correctamente la información de las obligaciones laborales a la SUNAT, mediante la Planilla Mensual de Pagos (PLAME), la cual comprende la información mensual de los ingresos de las personas o trabajadores que están inscritos en el Registro de Información Laboral (T-REGISTRO), así mismo comprenderá información de los prestadores de servicios que obtengan rentas de 4ta categoría, los días laborados y no laborados, los descuentos, las horas ordinarias y sobretiempo del trabajador.

Figura N°06: Registro de planilla electrónica.

| PLANILLA ELECTRÓNICA | DESCRIPCIÓN | DESCRIPCIÓN | MEDIO DE ACCESO |
|----------------------|---------------------------------|--|---|
| T – REGISTRO | Registro de Información Laboral | Es el Registro de Información Laboral de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación – modalidad formativa laboral y otros (practicantes), personal de terceros y derechohabientes. | A través de la Clave SOL, OPCIÓN MI RUC Y OTROS REGISTROS |
| PLAME | Planilla Mensual de Pagos | Comprende información laboral, de seguridad social y otros datos sobre el tipo de ingresos de los sujetos registrados, trabajadores y derechohabientes | Se descarga el programa en www.sunat.gob.pe , se elabora, genera archivo y envía en SUNAT Operaciones en Línea. |

Fuente: SUNAT.

2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral

El régimen laboral busca promover la formalización del empleo en el Perú, por lo que la empresa IMPORTACIONES DAS S.A.C., se acoge a la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa, Ley N° 30056 promulgada el 02 de julio del 2013 mediante el Decreto Supremo No. 007-2008-TR., donde el Régimen Laboral Especial brinda beneficios a los trabajadores y facilidad de a los empleadores. (anexo N° 08)

Para que la empresa IMPORTACIONES DAS S.A.C., pueda acogerse al régimen es necesario que cumpla con las siguientes características:

- Debe estar inscrito como microempresa.
- Los trabajadores deben figurar en la planilla de la empresa.
- Las ventas anuales no pueden ser mayores de 150 UIT.

La empresa IMPORTACIONES DAS S.A.C., no está obligado a brindar los siguientes beneficios:

- Asignación familiar.
- Gratificación por fiestas patrias y navidad.
- Compensación por Tiempo de Servicio (CTS)

2.14. Modalidades de Contratos Laborales.

El contrato laboral es un acuerdo entre el empleador y el empleado, en este contrato se detalla los derechos y obligaciones que ambos tienen, así mismo se detalla la remuneración o retribución que tendrá el empleado por los servicios que realiza en la empresa. En nuestro país existe 3 tipos de contratos, las cuales se detallan en la tabla N° 06.

Tabla N°06: Tipos de Contrato.

| Clase de Contrato | Modalidad |
|---------------------------------|--|
| Contrato a plazo indeterminado. | * Trabajador en planilla. |
| | * Tiene fecha de inicio. |
| | * No tiene fin o termino. |
| Contrato a plazo fijo. | Contrato de naturaleza temporal: |
| | * Contrato de inicio o lanzamiento de una nueva actividad. |
| | * Contrato por necesidades del mercado. |
| | * Contrato por reconversión empresarial. |
| | Contrato de naturaleza accidental: |
| | * Contrato ocasional. |
| | * Contrato de suplencia. |
| | * Contrato de emergencia. |
| | Contrato de obra o servicio específico: |
| | * Contrato específico. |

| | |
|-----------------------------|---|
| | * Contrato intermitente. |
| | * Contrato de temporada. |
| Contrato de tiempo parcial. | * El horario de trabajo no debe superar las 4 horas diarias. |
| | * No cuentan con beneficios, como CTS, vacaciones, indemnización por despido. |

Fuente: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

La empresa IMPORTACIONES DAS S.A.C., tendrá la obligación con sus trabajadores de hacer firmar el contrato desde el primer día de iniciada las labores, en donde el empleado se compromete a brindar un servicio o actividad remunerada de acuerdo con las cláusulas y especificaciones del contrato, así mismo el empleador se compromete a realizar el pago de remuneración respectiva por los servicios recibidos.

Para el presente plan de negocio, se iniciará con el contrato sujeto a modalidad de naturaleza temporal.

- Contratos de inicio o lanzamiento de una nueva actividad.

El contrato laboral está compuesto por lo siguiente:

- Prestación personal del servicio.
- Remuneración.
- Vinculo de subordinación.

2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.

Los contratos comerciales, son los acuerdos legales entre dos partes mediante el cual tienen obligaciones de realizar ciertas actividades, las cuales pueden ser escrito o verbales. En caso de la empresa IMPORTACIONES DAS S.A.C., se tendrá

contratos escritos con la finalidad de tener en evidencia los términos y condiciones del acuerdo. En la empresa IMPORTACIONES DAS S.A.C., se considera los siguientes contratos:

- Contrato individual de trabajo: Es el contrato que firmaran todos los trabajadores de la empresa.
- Contrato de prestación de servicios: Es el contrato que se tendrá que firmar con un contador, quien cumplirá la función de asesorar a la empresa en temas contables.

3.- PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

3.1 Identificación, descripción y justificación del producto a importar

Las vajillas de porcelana están compuestas por cuarzo, feldespato y caolín, las cuales se funde en altas temperaturas para conseguir una pasta moldeable que luego se transforma en bonitas vajillas. El producto tiene mayor durabilidad, fiabilidad y diversidad de diseños, por lo que tiene mayor aceptación por los hogares, restaurantes y hoteles. Las características de las vajillas de porcelana son las siguientes:

- Resistencia: las vajillas de porcelana son resistentes ante los golpes, ralladuras, y no se quiebran o fragmentan con facilidad, así mismo se conserva por mayor tiempo su aspecto y brillo original.
- Es higiénico: al ser un material vitrificado no absorbe olores ni sabores, así mismo no acumula residuos que puedan ser perjudiciales para la salud.
- Resiste altas temperaturas: son aptas para microondas y lava vajillas.
- Diseño: al ser un proceso de elaboración moldeable, da como resultado la creación de vajillas con diseños modernos y elegantes para todo tipo de ocasión.
- Funcionalidad: al ser apilables, las vajillas ahorran espacio en la alacena o estante, sin corren riesgo de quebrarse o romperse.

3.1.1 Clasificación arancelaria (en ambos países)

Con la clasificación arancelaria podemos identificar el código numérico del producto que vamos a importar, de esa manera se podrá conocer los tributos y aranceles, así mismo podemos conocer las restricciones o beneficios arancelarios que pueden aplicar. De acuerdo con la SUNAT es necesario conocer el nombre comercial, características, uso y aplicación del producto. La clasificación arancelaria del producto que vamos a importar se detalla en la siguiente tabla:

Tabla N°07: Clasificación Arancelaria de Vajillas de Porcelana en Perú.

| | |
|-------------------|---|
| SECCIÓN: XIII | MANUFACTURAS DE PIEDRA, YESO FRAGUABLE, CEMENTO, AMIANTO (ASBESTO), MICA O MATERIAS ANALOGAS; PRODUCTOS CERAMICOS; VIDRIO Y MANUFACTURAS DE VIDRIO |
| CAPITULO : 69 | Productos cerámicos |
| 69.11 | Vajilla y demás artículos de uso doméstico, higiene o tocador, de porcelana. |
| 6911.10.00 .00 | Artículos para el servicio de mesa o cocina |

Fuente: SUNAT.

La clasificación arancelaria tanto en el país de origen y en el país destino es la misma, la cual se detalla en la siguiente tabla:

Tabla N°08: Clasificación arancelaria de ambos países.

| | Partida Arancelaria | Descripción |
|-------|----------------------------|---|
| Perú | 6911.10.00.00 | Artículos para el servicio de mesa o cocina |
| China | 6911.10.11 | Tableware |

Fuente: China HS Code

3.1.2 Ficha técnica comercial

En la tabla N° 09 se detalla las características que tiene la vajilla de porcelana, la cual será importada por la empresa IMPORTACIONES DAS S.A.C.

Tabla N°09: Ficha técnica comercial.

| | |
|---------------------|---|
| Nombre del producto | Plato de cerámica porcelana personalizado – Dinner plate and soup plate |
|---------------------|---|

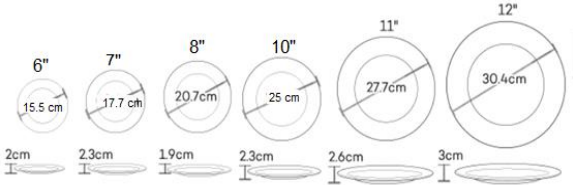







Plato cuenco de porcelana (hondo)



Taza de porcelana.



| | |
|-----------------|--|
| <p>Tamaño</p> | <p>Plato tendido:</p> <p>6", 7", 8", 10", 11", 12"</p>  <p>Plato cuenco (hondo):</p> <p>7", 8", 9"</p>  <p>Taza de porcelana:</p> <p>9 oz., 10 oz., 12 oz, 14 oz, 16oz</p>  |
| <p>Material</p> | <p>Cerámica de porcelana.</p> |

| | |
|----------------|--|
| | <p>Product Name : Flat plate Material: Hight Temperature Porcelain size: See the chart below for details range of application :</p>  <p>Sterilized Cupboard dishwasher oven microwave oven</p> |
| Diseño | Varios y personalizado. |
| El color | Requisitos del cliente/ cualquier etiqueta diseño. |
| Embalaje | <p>Brown box</p>   |
| Uso | Una casa, cocina, restaurante, hotel |
| País de origen | China |

Fuente: Linyi Sunny Ceramics Co., Limited

3.1.3 Ecuación de valor para el mercado nacional

La herramienta de gestión que aplicara la empresa IMPORTACIONES DAS S.A.C., es la “cadena de valor” desarrollada por el investigador Michael Porter, la cual nos permite realizar un análisis interno de la empresa, mediante la desagregación de las actividades principales y generadoras de valor.

Figura N°07: Cadena de Valor IMPORTACIONES DAS S.A.C.



Fuente: Cadena de valor Michael Porter.

De acuerdo con la figura N° 07 se detalla lo siguiente:

- a. Actividades Primarias.
 - Logística interna: es el transporte interno que comprende el transporte interno desde el depósito temporal hasta el almacén y tienda que están ubicados en el distrito de San Juan de Lurigancho.
 - Operaciones: comprende todas las actividades que se realizan para importar el producto, las cuales son la coordinación con los proveedores, los agentes de carga y aduanas.
 - Logística externa: es la distribución física del producto, el cual es entregado al cliente, ya sea cuándo el producto se entrega en nuestra tienda comercial o cuando se realiza envíos en Lima o provincia vía courier.

- Marketing y ventas: son las actividades que se va a realizar para dar a conocer nuestro producto e impulsar las ventas, ya sea por promociones y publicidad con el fin de atraer nuevos y clientes y fidelizarlos.
 - Servicios: es la etapa más importante del negocio, ya que podemos conocer las necesidades de los clientes, de esa manera la empresa podrá brindar un servicio personalizado que consiste en la preventa y posventa. En la preventa se brindará la información referente a nuestro producto, los medios de pago, promociones y medios de transporte para él envío a domicilio, mientras que en la posventa se buscara conocer la satisfacción que obtuvo con nuestro servicio, con el fin de crear un vínculo o fidelización.
- b. Actividades de apoyo.
- Infraestructura de la empresa: son todas las actividades que brindar el soporte a la empresa, éstas son la planificación, finanzas y contabilidad.
 - Gestión de Recursos Humanos: son las actividades que están relacionadas con la búsqueda, contratación, capacitación y motivación del personal.
 - Desarrollo tecnológico: son las actividades que se desarrolla para la investigación y búsqueda de nuevos proveedores, productos y nuevos mercados, los cuales son fundamentales para el crecimiento de la empresa.
 - Abastecimiento: es la actividad relacionada con las compras, para lo que se contara con más de un proveedor, con el fin de evitar percances.

3.1.4 Determinación de la marca a usar

La marca permite distinguir nuestro producto de la competencia, servir de garantía en la seguridad y calidad, es por eso que la empresa IMPORTACIONES DAS S.A.C. cuenta con la marca “Decorativa Home”. La marca elegida es fácil de pronunciar y recordar para nuestros clientes y hace referencia que en un solo lugar podrás encontrar artículos o menaje para el hogar, así mismo cuenta con el slogan “Decora tu casa y tu vida”, dando un mensaje que la decoración del hogar ayuda a crear espacios únicos y agradables para la persona y sus invitados. La empresa iniciará su actividad con la comercialización de vajillas de porcelana y tendrá un

proyecto a largo plazo el cual será incluir diversos artículos para el hogar a su cartera de productos.

El diseño del logo representa una casa en donde guarda un conjunto de accesorios para el hogar, así mismo se representa a tres personas los cuales simbolizan a una familia (madre, padre e hijo) quienes serán nuestros compradores. El color es el naranja ya que representa felicidad, atracción, creatividad y determinación.

Figura N°08: Logo de la marca.



Fuente: Elaboración propia.

3.2 Investigación de mercado objetivo

Para la investigación de mercado objetivo, el primer paso que debemos realizar es la búsqueda de proveedores, quienes puedan abastecernos del producto. Para conocer los principales países exportadores de vajillas de porcelana en los últimos 5 años se ha elaborado una tabla donde se detalla a los principales países exportadores.

Tabla N°10: Principales países exportadores de vajillas de porcelana (en miles de USD).

| Exportadores | Valor exportado en 2015 | Valor exportado en 2016 | Valor exportado en 2017 | Valor exportado en 2018 | Valor exportado en 2019 |
|-----------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Mundo | 8222334 | 6934516 | 7169011 | 7532179 | 8040242 |
| China | 6441258 | 5143912 | 5345158 | 5645568 | 6288118 |
| Alemania | 337433 | 332085 | 328187 | 340350 | 336325 |
| Francia | 91324 | 91396 | 93975 | 100542 | 106054 |
| Reino Unido | 123027 | 116486 | 115721 | 116754 | 104273 |
| Países Bajos | 64804 | 75922 | 74251 | 69139 | 94160 |
| Turquía | 61079 | 63917 | 76260 | 78340 | 81632 |
| Indonesia | 90884 | 92116 | 81492 | 74284 | 81031 |
| Tailandia | 88421 | 82409 | 83501 | 78734 | 79071 |
| Polonia | 58942 | 64420 | 69995 | 72752 | 71017 |
| República Checa | 70194 | 71862 | 77063 | 80112 | 70856 |
| Italia | 59743 | 58062 | 60520 | 69382 | 67179 |

Fuente: Trade Map

De acuerdo con la tabla N° 10, podemos observar que los principales países exportadores de la partida 691110 dentro del periodo 2015 al 2019 son China, Alemania, Francia, Reino Unido y Países Bajos, donde China es el país que registra mayor exportación en el año 2019, con una representación de 78% de las exportaciones del mundo en valor FOB en esta partida arancelaria.

Tabla N°11: Principales países proveedores del Perú en la P.A. 691110 (en miles de USD)

| Exportadores | Valor importado en 2015 | Valor importado en 2016 | Valor importado en 2017 | Valor importado en 2018 | Valor importado en 2019 |
|--------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Mundo | 20181 | 17678 | 15681 | 17081 | 20700 |
| China | 17005 | 12953 | 13385 | 14281 | 17557 |
| Colombia | 2144 | 1349 | 1389 | 1702 | 2131 |
| Alemania | 234 | 270 | 201 | 207 | 165 |
| Reino Unido | 220 | 136 | 166 | 186 | 144 |
| Indonesia | 38 | 168 | 68 | 55 | 94 |

| | | | | | |
|-----------|-----|------|-----|----|----|
| Tailandia | 37 | 36 | 24 | 53 | 90 |
| Turquía | 11 | 2292 | 10 | 86 | 89 |
| Francia | 126 | 96 | 97 | 65 | 84 |
| Portugal | 116 | 109 | 86 | 76 | 74 |
| Italia | 56 | 54 | 101 | 91 | 62 |

Fuente: Trade Map

De acuerdo con la tabla N° 11, se puede observar a los principales países que proveen al Perú del producto perteneciente a la partida arancelaria 691110, el primer país es China con una participación del 84% del valor FOB de las importaciones del Perú en el año 2019, seguido de Colombia con 10% y Alemania con 0.80% de participación.

Tabla N°12: Criterios de selección de mercado.

| Criterios | China | Colombia | Alemania |
|------------------------------------|---|---|---|
| PBI | 13.61 billones USD | 331 miles de millones USD | 3.948 billones USD |
| Crecimiento del PBI (% anual) | 6.5% | 2.5% | 1.527% |
| Cantidad exportada - Toneladas | 1953183.00 | 2595.00 | 38301.00 |
| Riesgo país (confianza) | Política: estable. Economía: favorable | Política: estable. Economía: favorable | Política: estable. Economía: favorable |
| Barreras Arancelarias (Ad Valoren) | 6% | 6% | 6% |
| Acuerdos comerciales | TLC Perú - China | Comunidad Andina de Naciones | Acuerdo Comercial Perú - Unión Europea |
| Idioma | Chino mandarín | Español | Alemán |

Fuente: Banco Mundial, SIICEX, Trade Map

De acuerdo con la tabla N° 12, se puede observar los indicadores de selección del país del cual se va a realizar la búsqueda de proveedores de vajillas de porcelana, para lo cual se tiene como prioridad al país China debido que tiene la mayor cantidad de exportación en la partida 691110, el TLC facilita el comercio, su economía es favorable ya que es la segunda economía del mundo.

3.2.1 Segmentación de mercado objetivo (macro y microsegmentación)

Para el proceso de investigación de mercado se ha tenido que iniciar desde una macro segmentación hasta una microsegmentación del mercado, donde se ha identificado y analizado las variables como la demanda y oferta del mercado, en relación con los artículos relacionados a las vajillas de porcelana.

a) Macro segmentación

➤ Demografía y sociedad

Según el censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) en el año 2017, la población en el Perú es de 31 millones 237 mil 385 habitantes, con una tasa de 10,7% respecto a la población del 2007. La población masculina representa el 49,2%, mientras que la población femenina representa el 50,8%, así mismo en el censo se detalla que hay mayor población en edad activa (15 a 64 años).

➤ PBI per cápita y distribución de la renta

De acuerdo con el Fondo Monetario Internacional (FMI), en el 2019 el Perú ha sido una de las economías con más crecimiento de la región, con un PBI per cápita equivalente a US \$ 6,941.24. El crecimiento económico ha contribuido a reducir la pobreza, el incremento de empleo que genera mayor ingreso familiar y la distribución de presupuesto en programas sociales.

➤ Características del mercado

Según el Instituto Peruano de Economía la clase media peruana ha crecido un 26.6% en los últimos diez años y está compuesta por los consumidores que ya cambiaron su proceso de compra, las expectativas frente a los productos, sus necesidades y la búsqueda de experiencias de marca. Desarrollar una marca y triunfar en el mercado depende de factores como conocer el cliente, crear estrategias digitales, desarrollar la imagen de la marca con diseños o fotografías temáticas.

➤ Oportunidad de negocio

El Perú en los últimos años ha conseguido un crecimiento económico estable, con un sistema financiero sólido, el menor riesgo país y reducción de la pobreza, por lo que origina que se incremente la clase media con mayor poder adquisitivo. El aumento de la clase media ha hecho que los sectores más beneficiados sean los alimentos ya sea en casa o restaurantes, moda, muebles y decoración, educación, turismo, transporte. Es por eso que el Perú ofrece grandes oportunidades tanto para empresas extranjeras como para empresas nacionales.

➤ **Canales de distribución**

En nuestro país los usuarios estamos expuestos a promociones, volantes y correos con mensajes que nos impulsan a adquirir los productos o servicios que ofrecen una empresa, es por eso que los consumidores eligen los canales de distribución para la entrega del producto ya sea de manera física, virtual o delivery.

b) Micro segmentación

El presente plan de negocio está enfocado en comercializar las vajillas de porcelana decorativa a los comerciantes mayoristas y minoristas ubicados en la ciudad de Lima y en los departamentos de la sierra centro – sur del país, teniendo como principal mercado la ciudad de Ayacucho.

Ayacucho:

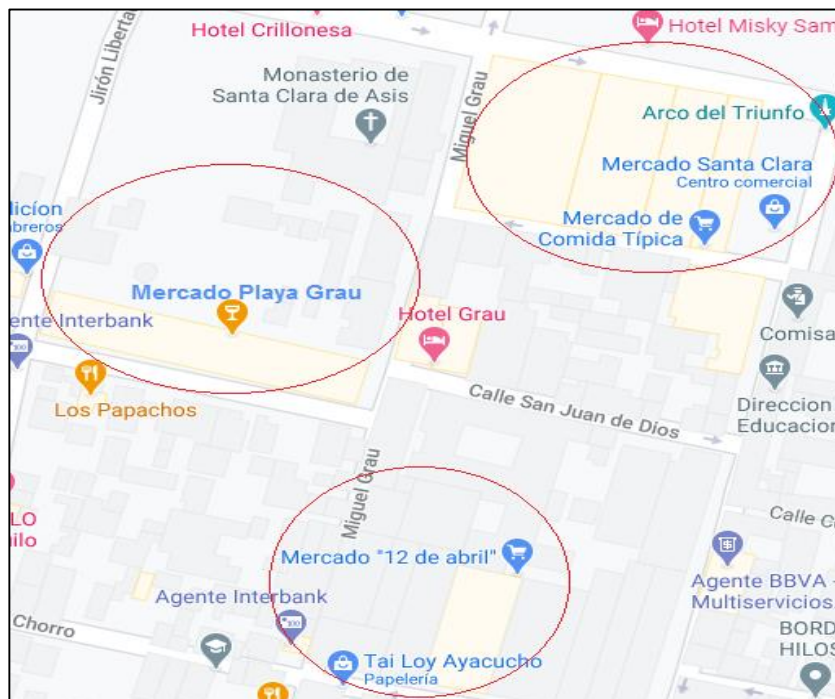
La ciudad de Ayacucho alberga una población menor de un millón de habitantes (2,2% del país) que contribuye con el 1,3% de la producción nacional. En los últimos cinco años, la economía de la región creció a un ritmo similar a la economía nacional; sin embargo, aún presenta índices de pobreza por mejorar.

La región es predominantemente minera y, en menor medida, agropecuaria, siendo 4º productor de oro, 1º productor de tuna; 2º productor de quinua y melocotón y 3º de arveja seca. Las principales minas en la región son Inmaculada, Pallancata y Ore Body 3 propiedad de Minera Ares.

Cabe destacar que la producción y las exportaciones de Ayacucho han crecido notablemente en los últimos años debido principalmente a la mayor producción de oro y plata. En 2018, la producción de oro y plata en las minas ayacuchanas alcanzaron valores récord.

El comercio en los últimos cinco años ha tenido un crecimiento favorable para la región, en especial en la provincia de Huamanga, debido que es el centro del comercio en la ciudad, donde acuden comerciantes de la provincia de Huanta, La Mar, Cangallo, Vilcas Huaman, Victor Fajardo, Huanca Sancos, entre otros, así mismo por los comerciantes de ciudades como Huancavelica, Apurimac y Junín en especial de la provincia de Huancayo. En la figura N°... se visualiza la zona comercial, la cual se extiende por 4 manzanas1.

Figura N°09: Zona comercial de la provincia de Huamanga.



Fuente: Google Maps.

Figura N°10: Fotografía con comerciante mayorista de vajillas de porcelana decorativa, Ayacucho – Huamanga.



Figura N°11: Fotografía con comerciante mayorista de vajillas de porcelana decorativa, Ayacucho – Huamanga.



Para la micro segmentación se ha considerado las siguientes variables:

i. Variable demográfica:

- Edad: personas de 22 años en adelante.
- Sexo: masculinos y femenino.
- Ingreso económico: mayores a S/950.00 nuevos soles mensuales.
- Ocupación: comerciantes mayoristas y minoristas.
- Nivel educativo: primaria, secundaria, superior.

ii. Variable Geográfica:

- País: Perú
- Ciudad: Lima, Huancayo, Ayacucho, Huancavelica y Apurímac.

iii. Variable Conductual:

- Beneficio deseado: calidad, puntualidad y buen servicio.
- Frecuencia: compradores intensivos o continuos.
- Actitud hacia el producto: interesado, positivo, entusiasta.

3.2.2 Definición del perfil del consumidor

Los consumidores de las vajillas de porcelana decorativas en nuestro país la conforman las personas con familia o solteros independientes que tienen la necesidad de adquirir el producto para su uso diario o para comercializar como son los minoristas o mayoristas. Nuestra empresa se va a enfocar en comercializar las vajillas de porcelana decorativas con los comerciantes minoristas y mayorista que se ubican en la ciudad de Lima y en las ciudades de la sierra centro – sur del país, en especial en la ciudad de Ayacucho.

Al contar con un local propio, la empresa podrá almacenar la mercancía y de esa manera se podrá preparar el envío a los clientes en provincia, así mismo contará con un espacio adecuado, el cual será utilizado como una tienda donde se pondrá en exhibición la mercancía y venta al público en general.

La empresa va a utilizar las redes sociales para llegar a más clientes, debido que en los últimos años el comercio electrónico ha sido fundamental para los consumidores, se ha visto que ahora la mayor parte de tiendas físicas ya cuentan

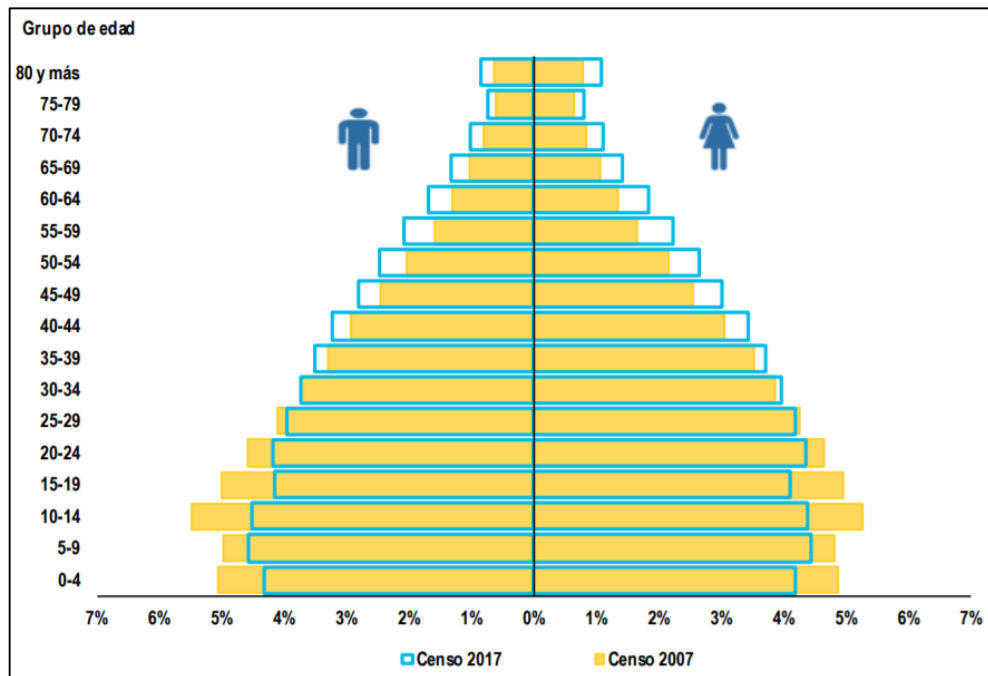
con una tienda online, facilitando a que el cliente pueda acceder desde cualquier dispositivo con internet, pueden elegir los productos, ver las características, realizar pagos online y todo el proceso desde la comodidad de su hogar y en cualquier momento, así mismo los consumidores pueden ver promociones, descuentos, novedades, información de la empresa, de tal manera que pueden dar a conocer las experiencias en la compra y calificar el servicio que les brindaron. Los beneficios que brinda el comercio electrónico será fundamental para poder brindar un mejor servicio a nuestros clientes ubicados en las ciudades de la sierra centro – sur del país, por lo que el cliente podrá contar con los siguientes:

- Entrega en el local comercial o domicilio elegido del comprador.
- Reducir costo de viaje y estadía a la capital para la compra de las vajillas de porcelana decorativa.
- Catálogo virtual de productos.
- Disponibilidad de comprar en cualquier momento.
- Seguridad en la compra.
- Atención personalizada en la pre venta y pos venta.

3.2.3 Medición del mercado objetivo

La medición del mercado objetivo tiene como objetivo conocer el tamaño del mercado a quienes va dirigido el producto que vamos a comercializar, para lo cual debemos tener en cuenta el perfil del consumidor y el tamaño del mercado objetivo. De acuerdo con el informe del INEI, se detalla que en el último censo se registró 31 millones 237 mil 385 habitantes, compuesto por un 49.2% de varones y 50.8% de mujeres, donde hay un incremento de la población en edad activa.

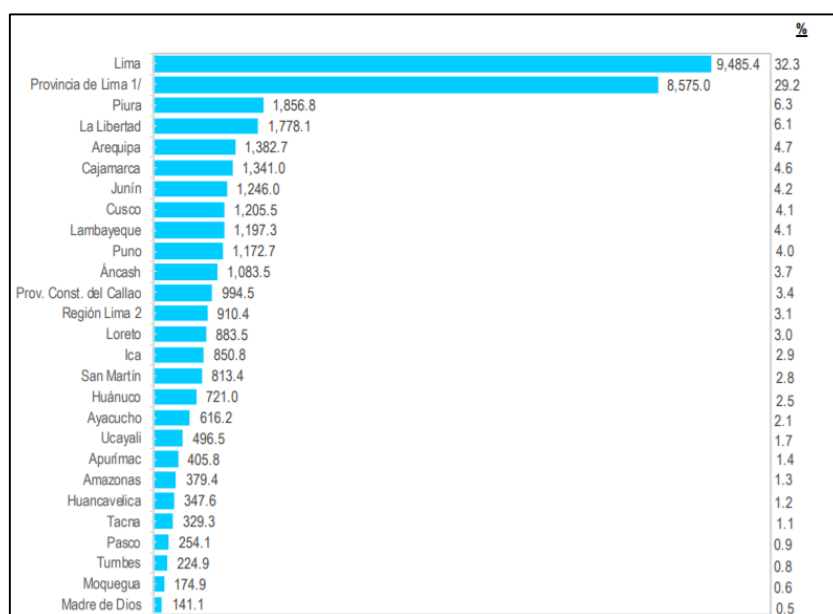
Figura N°12: Población en el Perú por género y edad.



Fuente: INEI.

De acuerdo con la figura N° 09, nuestro negocio está dirigido al rango de edad entre 25 a 49 años, debido que en este rango las personas suelen adquirir con mayor frecuencia las vajillas de porcelana, ya que forman su familia, se independizan, abren un negocio (restaurante) o se dedican a la venta al por menor y mayor. Así mismo para el plan de negocio es fundamental conocer la densidad demográfica de Lima y provincia, ya que uno de los proyectos de la empresa es poder llegar a los comerciantes y familias que se encuentran en Lima y en los departamentos de la sierra centro – sur del país, por lo que en el gráfico N° 10 se presenta la población peruana detallada por departamentos.

Figura N° 13: Población según departamentos.



Fuente: INEI.

De acuerdo con la figura N°10, la mayor cantidad de población se encuentra en Lima representada por el 32.3% del total de la población, seguido de Piura con 6.3% y La Libertad con 6.1%. IMPORTACIONES DAS S.A.C. se va a enfocar en el mercado de Lima y departamentos de la sierra centro – sur del país.

3.3 Análisis de oferta y demanda en el mercado

3.3.1 Análisis de oferta

Para realizar el análisis de la oferta a nivel mundial se ha tenido que evaluar a los principales países exportadores de la partida arancelaria 691110, en los últimos 5 años. En la siguiente tabla N° 12 se muestra los 10 principales países exportadores.

Tabla N° 13: Principales países exportadores de la P.A. 691110 en los últimos 5 años (toneladas).

| Exportadores | Cantidad exportada 2015 | Cantidad exportada 2016 | Cantidad exportada 2017 | Cantidad exportada 2018 | Cantidad exportada 2019 |
|--------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| China | 1835139 | 1759898 | 1885140 | 1909401 | 1953183 |

| | | | | | |
|---------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Estados Unidos de América | 2056944 | 2159659 | 1933401 | 1722949 | 1523857 |
| Alemania | 39240 | 39076 | 37317 | 37071 | 38301 |
| Países Bajos | 20037 | 20917 | 17579 | 18186 | 27280 |
| Turquía | 21708 | 23798 | 29836 | 28924 | 26638 |
| Malasia | 21909 | 18773 | 16825 | 29339 | 20279 |
| Polonia | 18142 | 18863 | 19455 | 18729 | 18486 |
| Rumania | 9800 | 12412 | 13280 | 13524 | 15187 |
| Tailandia | 16017 | 15721 | 15442 | 15382 | 14672 |
| Portugal | 11186 | 11532 | 12534 | 14426 | 12549 |

Fuente: Trade Map.

De acuerdo con la tabla N° 13, se puede visualizar que China es el principal exportador de la partida 691110 en el año 2019, seguido de Estados Unidos y Alemania.

Tabla N° 14: Empresas exportadoras de la P.A. 691110

| Empresa de China | Guangdong Hosen Two Eight Industrial Co., Ltd. | Henan Xingzihe Trading Co., Ltd. | Linyi Sunny Ceramics Co., Limited | Shandong Al Maaly International Trading Co., Ltd. |
|-------------------------|---|---|--|--|
| Tipo | Fabricante y comercializador | Fabricante | Fabricante y comercializador | Fabricante y comercializador |
| Año de fundación | 2007 | 2007 | 2009 | 2003 |
| Empleados | 11 - 80 | 51 - 100 | 50 - 100 | 51 - 100 |
| Certificación | SGS | ISO9001, LFGB | ISO9001, LFGB | SGS, LFGB |
| Ubicación | Guangdong, China | Henan, China | Shandong, China | Shandong, China |
| Especialidad | Vajilla de porcelana | Vajilla de cerámica | Vajilla de porcelana | Juegos de vajilla |

Fuente: Alibaba.

En China se concentra la mayor cantidad de empresas exportadoras del producto correspondiente a la partida arancelaria 691110, por lo que en la tabla N° 14, se detalla algunas empresas que exportan el producto a diversas partes del mundo, las

cuales son fabricantes del producto y cumplen con estándares de calidad internacional.

3.3.2 Análisis y cálculo de la demanda

Para realizar el cálculo de la demanda, primero se debe investigar el comportamiento de la compra de las vajillas de porcelana en los últimos 5 años, para lo cual se utiliza la subpartida nacional del producto, el cual es 691110000. En la siguiente tabla N° 15, se detalla la demanda en toneladas del año 2015 al 2019, y se puede visualizar que la demanda en el 2015 fue de 11,398 toneladas, teniendo una disminución para el año 2016 con 10,490 toneladas. A partir del año 2016 la demanda fue experimentando un incremento gradual y en el 2019 se registró una importación total de 16,577 toneladas.

Tabla N° 15: Demanda de Perú de la P.A. 6911100000 del 2015 al 2019.

| Años | Cantidad importada en 2015 | Cantidad importada en 2016 | Cantidad importada en 2017 | Cantidad importada en 2018 | Cantidad importada en 2019 |
|-----------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Toneladas | 11398 | 10490 | 10916 | 11843 | 16577 |

Fuente: Trade Map.

De acuerdo con la tabla N° 15, donde se detalla el incremento gradual de la demanda del producto correspondiente a la subpartida 6911100000, optamos por realizar la regresión lineal en el pronóstico de la demanda, y se utilizara el método de mínimos cuadrados para calcular la variable independiente “a” y la variable dependiente “b”, de tal manera que mediante la fórmula de la proyección lineal “ $Y = a + b x$ ”, se puede proyectar la demanda de los próximos 5 años. En la tabla N° 16 se detalla la aplicación del método de mínimos cuadrados y en la tabla se detalla el cálculo de las variables a y b.

Tabla N° 16: Método de mínimos cuadrados.

| X | X | Y | XY | X ² |
|------|---|-------|-------|----------------|
| 2015 | 1 | 11398 | 11398 | 1 |
| 2016 | 2 | 10490 | 20980 | 4 |
| 2017 | 3 | 10916 | 32748 | 9 |

| | | | | |
|-------|----|-------|--------|----|
| 2018 | 4 | 11843 | 47372 | 16 |
| 2019 | 5 | 16577 | 82885 | 25 |
| Total | 15 | 61224 | 195383 | 55 |

Fuente: Elaboración propia.

Formula de Regresión lineal:

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

Tabla N° 17: Calculo de las variables a y b.

| VARIABLE | CALCULO |
|----------|---------|
| B | 1171.1 |
| A | 8731.5 |

Fórmula para la proyección lineal:

$$Y = a + b x$$

Tabla N° 18: Proyección de la demanda del producto de la P.A. 6911100000 para los años 2021 al 2025

| 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|--------------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| 16929 | 18100 | 19271 | 20443 | 21614 |
| Tendencia de crecimiento del mercado | 6.92% | 6.47% | 6.08% | 5.73% |

Elaboración propia.

De acuerdo con la tabla N° 18, se puede visualizar la proyección de la demanda del producto correspondiente a la partida arancelaria 69111000, así mismo se observa que el crecimiento promedio es de 6.3% para los próximos cinco años, por lo que es favorable en la demanda del producto.

3.3.3 Análisis de competitividad y benchmark

En la ciudad de Lima metropolitana se encuentran la mayor parte de empresas importadoras y comercializadoras de vajillas de porcelana, donde el cercado de Lima es el distrito con mayor concentración, estas empresas cuentan con una gran variedad del producto, ventas al por mayor y menor, precios accesibles y cómodos, las empresas más reconocidas son Union Ychicawa S.A.C., y la empresa Import y Export Gold Sun S.A.C., también se encuentran empresas retail que ofrecen vajillas de porcelana, la diferencia está en el precio de venta y la cantidad, estas empresas son SODIMAC PERU S.A., HIPERMERCADOS TOTTUS S.A, y CENCOSUD RETAIL PERU S.A.

El mercado de las vajillas de porcelana es competitivo, sin embargo, la empresa IMPORTACIONES DAS S.A.C., observa una demanda insatisfecha y la cual es una oportunidad para captar a los clientes. Se utilizará un modelo de negocio diferente, el cual tendrá énfasis en las redes sociales y la posventa. En la tabla N° 19, se detalla información de los competidores.

Tabla N° 19: Empresas competidoras.

| Empresa | Tienda física | Página web | Redes Sociales | Marca | Precio |
|---------------------------------|---------------|------------|----------------|------------------|-------------------|
| UNION YCHICAWA S.A. | Si | Si | Si | Reconocido | Acorde al mercado |
| IMPORT Y EXPORT GOLD SUN S.A.C. | Si | No | No | Reconocido | Acorde al mercado |
| IMPORTACIONES JAABU S.A.C. | Si | No | No | No es reconocido | Acorde al mercado |
| KCS Distribuidores S.A.C. | Si | No | Si | No es reconocido | Acorde al mercado |

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con la tabla N° 19, se detallan a cuatro empresas, las cuales cuentan con un local físico, solo una tiene página web, dos cuentan con presencia en redes sociales y los precios de los productos están acordes al mercado. De las cuatro empresas se considera para el benchmarking a la empresa Union Ychicawa S.A.,





debido que tiene una similitud con el objetivo de la empresa la cual es llegar a ser una empresa líder en el rubro.

La empresa Union Ychicawa S.A., es una empresa con 49 años en el mercado dedicada a la importación y comercialización de menaje de cocina y hogar, así mismo tiene su propia marca “Ichimatsu” la cual cuenta con una importante cartera de clientes y con un portafolio variado en productos como vajillas de porcelana.

3.3.4 Análisis de precio de importación (compra)

Para realizar el análisis del precio de compra se revisó los catálogos de productos de tres proveedores, quienes son fabricantes y exportadores.




Tabla N° 20: Detalle del producto - Linyi Sunny Ceramics Co., Limited.

| Linyi Sunny Ceramics Co., Limited | | Mate rial | Dis eño | Logotip o | Cantidad mínima | Precio por unidad. |
|--|---|----------------------|--------------------|----------------------|----------------------------|-------------------------------|
| Plato tendido 8" |  | Porcelana | Varios | Personalizado | 1000 | \$0.20 |
| Plato tendido 9" |  | Porcelana | Varios | Personalizado | 1000 | \$0.22 |
| Plato hondo 8" |  | Porcelana | Varios | Personalizado | 1000 | \$0.20 |
| Taza 14 oz. |  | Porcelana | Varios | Personalizado | 1000 | \$0.24 |

Fuente: Elaboración propia.




Tabla N° 21: Detalle del producto - Guangdong Hosen Two Eight Industrial Co., Ltd.

| Guangdong Hosen Two Eight Industrial Co., Ltd. | Mate rial | Diseño | Logo tipo | Cantidad mínima | Precio por unidad. |
|---|----------------------|---------------|----------------------|----------------------------|-------------------------------|
|---|----------------------|---------------|----------------------|----------------------------|-------------------------------|

| Plato tendido 8" |  | Porcelana | Color blanco | Opcional | 1000 | \$0.66 |
|------------------|---|-----------|--------------|----------|------|--------|
| Plato hondo 8" |  | Porcelana | Color blanco | Opcional | 1000 | \$0.98 |
| Taza 16 oz. |  | Porcelana | Color blanco | Opcional | 1000 | \$0.95 |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 22: Detalle del producto - Shandong Al Maaly International Trading Co., Ltd.





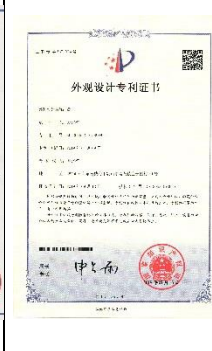

| Shandong Al Maaly International Trading Co., Ltd. | | Material | Diseño | Logotipo | Cantidad mínima | Precio por unidad. |
|---|---|-----------|--------|---------------|-----------------|--------------------|
| Plato tendido 8" |  | Porcelana | Varios | Personalizado | 1000 | \$0.24 |
| Plato tendido 9" | | Porcelana | Varios | Personalizado | 1000 | \$0.26 |
| Plato hondo 8" |  | Porcelana | Varios | Personalizado | 2000 | \$0.32 |
| Taza 9 oz. |  | Porcelana | Varios | Personalizado | 2000 | 0.21 |

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con las características de los tres proveedores, se ha seleccionado como proveedor final a la empresa **Linyi Sunny Ceramics Co., Limited**, debido que es una empresa fabricante y comercializadora, tiene variedad en dimensión del

producto, el precio y la cantidad mínima es atractivo, así mismo tiene una gran cantidad de diseños.

Tabla N° 23: Descripción de la empresa Linyi Sunny Ceramics Co., Limited

|  | | | | |
|---|---|---|--|---|
| <p>Es una empresa especializada en la fabricación y venta de diversos tipos de cerámica de alta calidad de uso diario. Tienen más de 10 años de experiencia en diseño y fabricación. Los productos exportan a Europa Occidental (25%), América del Sur (20%) y América del Norte (45%). La empresa cuenta con una gran reputación en el campo de la fabricación de vajillas de cerámica, los cuales son populares entre los clientes.</p> | | | | |
| Certificación | | Marca | Patente | |
| SGS | Bureau Veritas | Registro | Plato | Mug (taza) |
|  |  |  |  |  |

Fuente: Linyi Sunny Ceramics Co., Limited.

3.3.5 Análisis y determinación de formas de distribución

El análisis de la forma de distribución es la forma de hacer llegar nuestro producto al cliente, mediante esta actividad se realiza el traslado del producto desde nuestro local hasta el establecimiento de cliente final, cumpliendo con las condiciones pactadas. La distribución se realizará en Lima, así mismo la empresa IMPORTACIONES DAS S.A.C estará preparada para poder atender los pedidos en provincia, ya que el objetivo es poder crecer y expandirse a nivel nacional.

- Distribución en Lima: al contar con un local propio, el cliente tendrá una atención cálida y preferencial, donde podrá ver y elegir el producto que desea. Los clientes que visitan nuestras redes sociales y pagina web, serán asesorados para realizar la compra online y posteriormente se acordara el envío a su domicilio o local de trabajo.
- Distribución en provincia: Al contar con página web y redes sociales podremos llegar a los clientes que radican en provincia, los envíos se realizaran vía terrestre mediante courier (Olva Courier) o empresas de carga (Cruz del sur cargo y encomiendas, Turismo Libertadores carga) de acuerdo con lo acordado con el cliente.

3.3.6 Análisis del entorno

Realizar el análisis del entorno nos permite determinar la situación de la empresa en relación con factores que influyen en la capacidad de satisfacer a los clientes, para ello se realiza un análisis a nivel macro y microambiente.

3.3.6.1 Macro ambiente

El macro ambiente son factores externos que afecta en las decisiones comerciales de la empresa y el entorno, generalmente son de naturaleza incontrolable, estas fuerzas pueden generar oportunidades y amenazas.

Tabla N° 24: Análisis del entorno macro ambiente.

| | |
|-------------------------------------|---|
| <p>Factores políticos.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ La estabilidad política desde el 2018 no ha sido favorable para el Perú, debido que salió a la luz casos de corrupción como las coimas de Odebrecht, y se generó disolución del congreso, suspensión al presidente por parte del congreso, etc., son casos que genera incertidumbre a los inversionistas. |
| <p>Factores económicos</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Proyección del tipo de cambio según los análisis de FocusEconomics es que el 2020 cerrara con S/3.36. ✓ Impacto del covid-19 mantiene un pronóstico reservado el panorama económico. ✓ Perú ha sido una de las economías con más rápido crecimiento con respecto a otros países de la región. |
| <p>Factores tecnológicos</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ El crecimiento del comercio digital y el uso de las redes sociales, como una oportunidad para las empresas. ✓ El desarrollo de aplicativos que mejoran las actividades, como por ejemplo el inventariado, pagos, etc. |
| <p>Factores demográficos</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ De acuerdo con el censo del INEI, en el país hay mayor población en edad activa (15 a 64 años), por lo que existe una mayor demanda de productos. |

Fuente: Elaboración propia.

3.3.6.2 Microambiente

Los factores microambientes afectan a una empresa en particular y tiene un impacto directo en las operaciones comerciales, la empresa puede intentar controlar o influir en estos.

Tabla N° 25: Análisis del entorno microambiente.

| | |
|-------------|---|
| Proveedores | La variación o cambio que puede generarse en un País afecta de manera positiva o negativa el negocio de una empresa, ya sea en el precio final del producto, tiempo de entrega y calidad del producto. |
| Cliente | Conocer al cliente y saber los motivos que lo llevan a comprar o adquirir un producto, será importante para adecuar nuestra oferta. Las nuevas tendencias o necesidades de los consumidores, genera que se realicen cambios para poder satisfacerlos. |
| Competencia | Todas las empresas se enfrentan a una gran diversidad de competidores, así que la diferencia de cada una es la estrategia que aplican para atraer al cliente. |
| Empresa | Comprende los valores y actitudes que comparten los empleados, donde se enfatiza en el trabajo en equipo. Así mismo los cambios que se realiza en la empresa, se pueden reflejar en el negocio. |

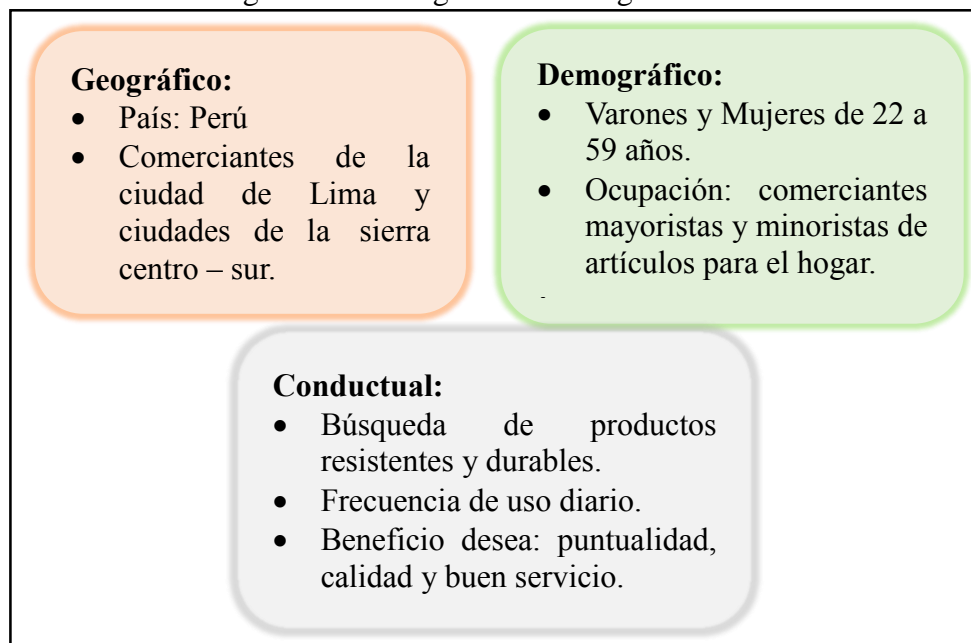
Fuente: Elaboración propia.

3.4 Estrategias de venta y distribución nacional

3.4.1 Estrategias de segmentación

La estrategia de segmentación inicial que utilizara la empresa es la concentrada, debido que nos presenta varios segmentos de mercado, por lo que la empresa IMPORTACIONES DAS S.A.C. se enfocara en un segmento donde se pueda obtener ventaja competitiva, así mismo se buscara atraer a los clientes potenciales mediante estrategias de marketing.

Figura N° 14: Segmentación según criterios.



Fuente: Elaboración propia.

3.4.2 Estrategias de posicionamiento

La empresa IMPORTACIONES DAS S.A.C., aplicara la estrategia de posicionamiento basada en un atributo. La porcelana es el principal atributo de nuestro producto, debido que es un material resistente a los golpes, ralladuras y no se quiebran con facilidad, tiene la particularidad de conserva la temperatura de los alimentos, así mismo resiste altas temperaturas como el microondas. Para la salud la porcelana ofrece higiene y seguridad ya que no absorbe olores ni sabores y no acumula residuos que puedan ser perjudiciales para la salud.

3.4.3 Estrategias de ingreso al mercado

La estrategia de ingreso al mercado que tiene IMPORTACIONES DAS S.A.C., es la experiencia y conocimiento en el rubro, así mismo al ser importadores y comercializadores se podrá realizar ventas al por mayor y menor, ofreciendo un servicio personalizado que abarca el antes y durante la venta donde el personal encargado tendrá que orientar los clientes, y después de la venta se realizara una retención para conocer la experiencia del cliente. La empresa también va a utilizar las redes sociales y la página web para poder dar a conocer el producto, brindar promociones y descuentos.

Para captar a los comerciantes mayoristas y minoristas ubicados en Lima y en los departamentos de la sierra centro – sur del país, se va a realizar la estrategia de visitas a los locales comerciales, con el fin de presentar a nuestra empresa, ofrecer los productos mediante un catálogo y dar a conocer las ventajas de trabajar con nuestra empresa, donde se va a destacar las redes sociales y pagina web, debido que el cliente podrá encontrar información de los productos que ofrecemos, promociones, descuentos, catalogo online y coordinar el envío del producto hasta su local o domicilio. Para los comerciantes ubicados en los departamentos de la sierra centro – sur del país, el servicio será favorable, debido que van a prescindir de los gastos de viaje y estadía en la ciudad de Lima. Con las visitas a los clientes se va a conseguir lo siguiente:

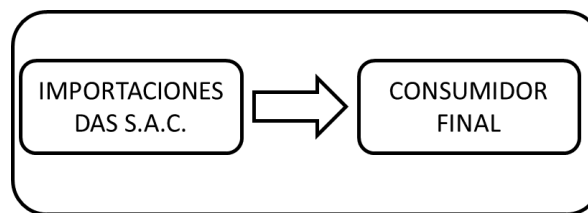
- Contacto directo del cliente con el vendedor.
- La visita va a permitir encontrar las necesidades que puede cubrir el producto.
- Se podrá fortalecer una autoridad como experto en relación al negocio.
- Se va a crear lazos de confianza necesarios para cerrar las negociaciones con éxito.

3.4.4 Estrategias de distribución comercial

IMPOTACIONES DAS S.A.C., empleará una distribución a través del canal directo, ya que se realizará la venta del producto al consumidor final, sin utilizar

intermediarios, de esta manera se mantiene el contacto personal con el cliente. Si el cliente queda satisfecho, la empresa sabe que está haciendo bien el trabajo, y si el cliente está inconforme, la empresa puede tomar medidas para mejorar y corregir. Para la empresa es importante manejar la información ya que de esa manera se puede resolver los inconvenientes de manera inmediata y mejorar los procesos.

Figura N° 15: Distribución directa.



Fuente: Elaboración propia.

3.4.5 Estrategias de branding

La estrategia del branding es la capacidad de presentarnos a los clientes de forma más atractiva y de esa manera captar su interés en nuestra marca. En el mercado actual hay varias empresas en el rubro, por lo que los clientes no compran en base a la calidad, si no en base a la percepción que tiene de ellos, por eso es fundamental la primera impresión que tiene el cliente de nuestra marca, para lo cual debemos tener la capacidad de impactar en el cliente, brindando contenido de valor, mayor interacción con las personas que nos siguen para posicionarnos en su mente como el más indicado. Para lograr una buena estrategia de branding exitosa IMPORTACIONES DAS S.A.C. dará a conocer lo siguiente:

- Dar a conocer quiénes somos.
- Dar a conocer que hacemos.
- Dar a conocer como lo hacemos.

3.5 Estrategias de promoción nacional

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

La promoción es una herramienta que tiene como objetivo específico poder informar, persuadir y recordar al cliente sobre nuestros productos. Al ser una empresa nueva en el mercado, se utilizará diversas herramientas para poder dar a conocer nuestra empresa y productos.

- **Publicidad:** se va a realizar en dos circunstancias, la primera es en la tienda física, donde se utilizará carteles o afiches para detallar las características, diseños y precio del producto, así mismo se va a entregar una tarjeta de presentación a los clientes. La segunda es vía redes sociales y pagina web, donde se va a colocar videos e imágenes que brinden información del producto, diseños y precios.
- **Promoción de ventas:** son los incentivos que tiene la finalidad de promover o motivar a los clientes a decidir la compra del producto, se va a realizar sorteos, obsequios, cupones, descuentos, concursos y regalos.
- **Venta personal:** es la venta directa que se mantendrá con el cliente, en algunos casos se tendrá que realizar reuniones de ventas o visitas a los comerciantes.
- **Marketing directo:** se va a realizar el envío de información de los productos mediante catálogos, mensajes por correo electrónico, para lo cual será importante la información que los clientes nos brindan al participar en los concursos o sorteos.

3.5.2 Propuesta de valor

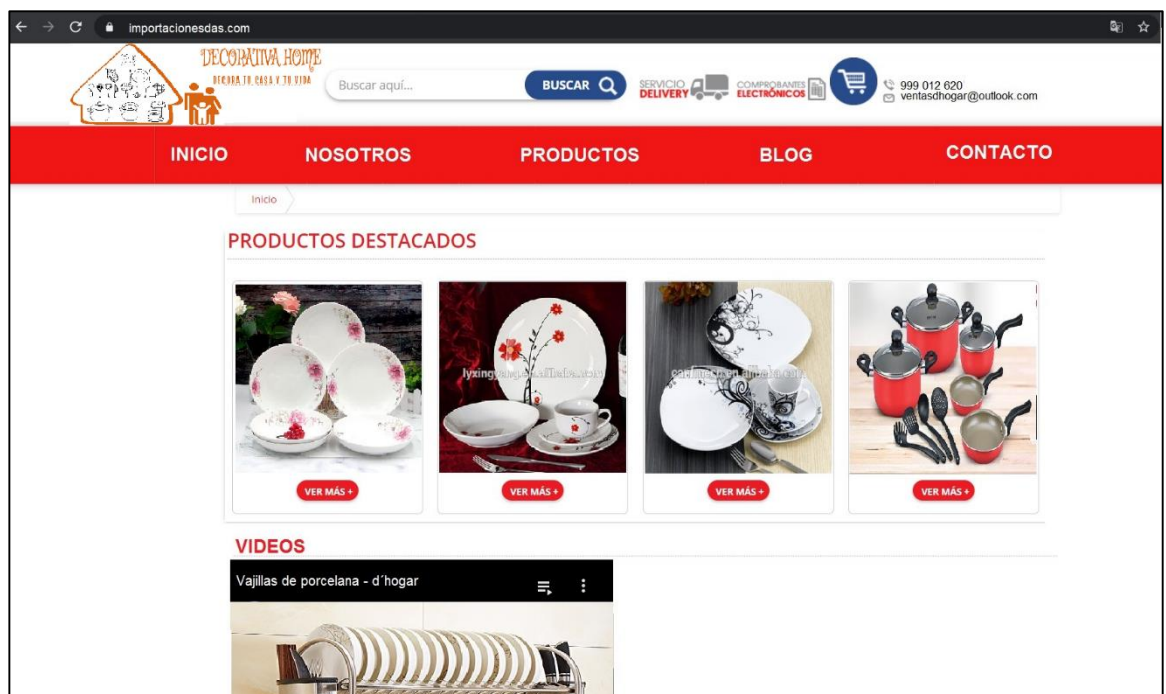
Se entiende como propuesta de valor a la diferencia de nuestro producto y servicio con respecto a la competencia, por lo que nuestra empresa se enfocara en captar la atención del cliente por medio de información con contenido de valor, interacción con el cliente para conocer la experiencia o satisfacción.

3.5.3 Estrategias de marketing digital y uso del e-commerce

El comercio electrónico en nuestro país tiene un crecimiento notable, según el informe de la Cámara Peruana de Comercio Electrónico (CAPECE), el comercio electrónico en el año 2019 creció un 31% en comparación al año anterior, el crecimiento se debe a que gran parte de personas prefieren ingresar a una computadora o celular y buscar el producto que desean, luego realizan el pago y coordinan el lugar de entrega. Es por ese motivo que nuestra empresa apuesta por este medio para ofertar nuestros productos. Para lograr una estrategia exitosa se considera lo siguiente:

- **Página web:** es la imagen principal de la empresa, en ella se detalla los objetivos, valores de la empresa, los productos a vender y los datos de contacto, por lo que deberá ser diseñado con imágenes, videos y ser de fácil acceso.

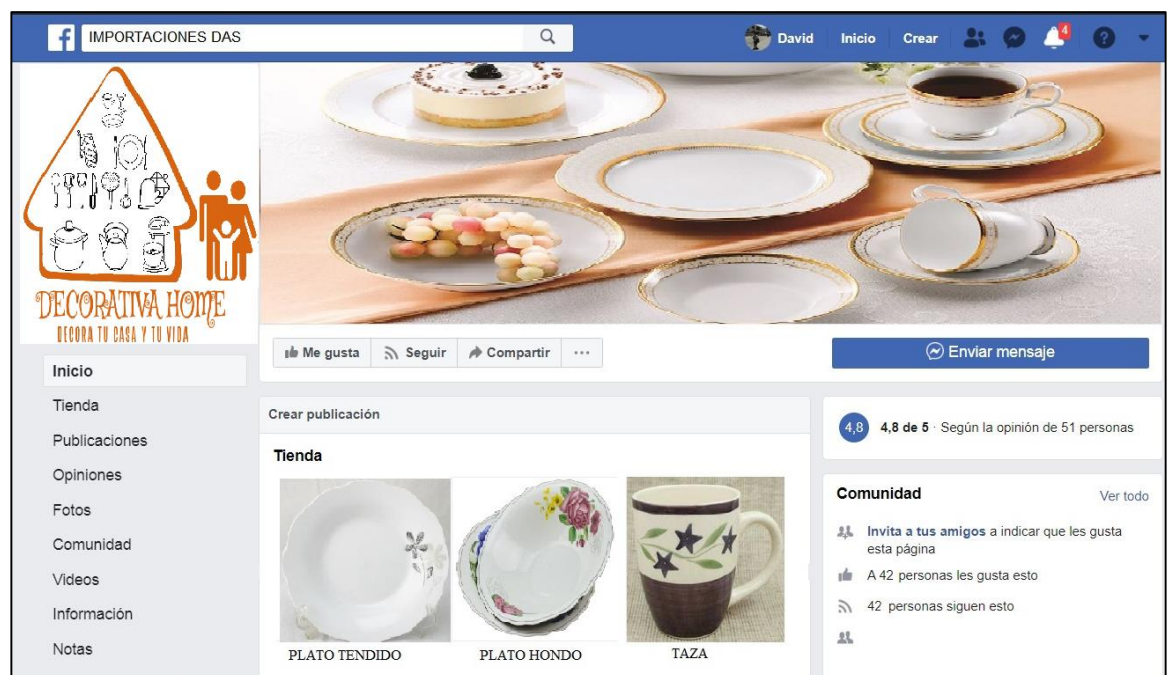
Figura N° 16: Pagina web de la empresa.



Fuente: Elaboración propia.

- Redes sociales: la red social más usada o popular en el Perú es Facebook, por lo que la empresa va a dirigir todo el esfuerzo en la plataforma, se tendrá que crear un perfil adecuado donde se publique constantemente los productos, ofertas y los datos de contacto.

Figura N° 17: Facebook de la empresa.



Fuente: Elaboración propia.

- Correo electrónico: servirá para enviar información de ofertas del producto, promociones, nuevos diseños, así mismo se va a compartir el catálogo de productos.

3.6 Políticas de estrategias de precio

La política de precio es el medio por el cual la empresa determina los precios al por mayor y menor de los productos. Nuestra empresa maneja precios acordes al mercado, y tendrá una variación de acuerdo con la cantidad que se adquiera y la distancia en caso de envíos a domicilio o local comercial.

4. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

4.1 Envases, empaques y embalajes

La importación de vajillas de porcelana de China será por vía marítima, debido que permite el transporte en grandes cantidades y a precios económicas, si se compara con otros medios de transporte.

4.1.1 Envase y empaque

El empaque es el envoltorio o el contenedor que tiene contacto directo con el producto, y sirve para proteger, conservar, transportar, almacenamiento y entregar del producto. Las vajillas de porcelana, en especial los platos tendidos y hondos son colocados en una caja de cartón de manera vertical y son separadas cada uno con cartón corrugado, en caso de las tazas son divididas por un cartón corrugado separador y son apiladas por docenas. Las cajas de cartón contendrán información importante para la correcta manipulación del producto.


Figura N° 18: Empaque de los platos tendido y hondos.



Figura N°19: Empaque de las tazas.




Tabla N° 26: Características del plato tendido N°8 y 9.

| | | |
|---|------------------|--------------------------------|
|  | Nombre | Plato decorativo de porcelana. |
| | Forma | Ronda. |
| | Tipo de plato | Plano / tendido. |
| | Tipo de diseño | Personalizado. |
| | Tipo de cerámica | Porcelana. |
| | Tamaño | 8" - 20.32 cm |
| | | 9" - 22.86 cm |


Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 27: Características del plato hondo N°8.

| | | |
|--|------------------|----------------|
|  | Nombre | Tazón de sopa. |
| | Forma | Ronda. |
| | Tipo de plato | Hondo / tazón. |
| | Tipo de diseño | Personalizado. |
| | Tipo de cerámica | Porcelana. |
| | Tamaño | 8" - 20.32 cm |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 28: Características de la taza N°14.

| | | |
|---|------------------|---------------------|
|  | Nombre | Taza. |
| | Forma | Cuenco. |
| | Tipo de plato | Hondo / tazón. |
| | Tipo de diseño | Personalizado. |
| | Tipo de cerámica | Porcelana. |
| | Tamaño | 14 oz. - 414.02 ml. |

Fuente: Elaboración propia.

4.1.2 Embalaje

En esta etapa las cajas de cartón son selladas con cinta adhesiva, posteriormente son apiladas y envueltas con stretch film y asegurados con zuncho plástico. El proceso de embalaje es realizado por el proveedor, por lo que es importante conocer y negociarlo para garantizar que nuestra mercancía o producto sea empacada

correctamente para el transporte internacional. En la tabla N°29 se detalla las dimensiones de la caja en donde están las vajillas de porcelana, el peso neto y peso bruto, que son esenciales para poder realizar la agrupación de la mercancía o unitarización.

Tabla N° 29: Características de embalaje de las vajillas de porcelana.

| Tamaño | Dimensión de la caja | Embalaje | GROSS WEIGHT | NET WEIGHT |
|-------------------|----------------------|----------------------|--------------|------------|
| Plato tendido N°8 | 47x35x24 cm | 6doz/ caja de cartón | 36.5 kg. | 35.2 kg. |
| Plato tendido N°9 | 42x34.5x24 cm | 4doz/ caja de cartón | 24.9 kg. | 24.72 kg. |
| Plato hondo N° 8 | 42x31x22 cm | 4doz/ caja de cartón | 20.8 kg. | 19.60 kg. |
| Taza N° 14 | 38.7x27.7x46 cm | 4doz/ caja de cartón | 17 kg. | 15.8 kg. |

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 20: Modelo de embalaje.



4.2 Diseño del rotulado y marcado

4.2.1 Diseño del rotulado

El rotulado de un producto es todo tipo de marbete o marca, la cual brinda información sobre las características particulares que posee el producto, la forma de manipulación, los componentes, conservación, propiedades, contenido y cualquier información que se considera de importancia.

De acuerdo con la guía informativa sobre rotulado del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad (INDECOPI), la información que se debe detallar el rotulado es la siguiente:

- Nombre o denominación del producto.
- País de fabricación.
- Contenido neto del producto, expresado en unidades de masa o volumen, según corresponda.
- 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° 30: Modelo de Rotulado.

| Artículo. | Plato tendido de porcelana N°8. |
|------------------------|--|
| País de fabricación. | China. |
| Material. | Porcelana – cerámica. |
| Nombre del importador. | IMPORTACIONES DAS S.A.C. |
| R.U.C. | 10477003198 |
| Peso. | 36.5 kgs. |
| Uso del producto. | Servicio de mesa. |

Fuente: Elaboración propia.

4.2.2 Diseño del marcado

Las cajas que contienen el producto usualmente consignan la siguiente información de marcado:

- País de origen: China.
- Datos del importador: IMPORTACIONES DAS S.A.C.

- Destino: País – Perú. / Puerto – Callao.
- Medidas de la caja: 47 x 35 x 24 cm.
- Símbolos pictográficos: Frágil / Hacia arriba / No rotar.
- Numeración de bultos: De acuerdo con la cantidad importada.

Figura N° 21: Modelo de marcado de la caja - plato tendido N°8.



Figura N° 22: Modelo de marcado de la caja - plato hondo N°8.



Figura N° 23: Modelo de marcado de la caja - taza 14 oz.



Para el producto a importar, es importante que detalle los siguientes pictogramas:

Tabla N° 31: Pictogramas para el transporte de las vajillas de porcelana.

| | | |
|--|---|---|
|  |  |  |
| <p align="center">No Rotar</p> | <p align="center">Frágil</p> | <p align="center">Hacia Arriba</p> |
| <p>Este símbolo se utiliza para indicar que por ningún motivo debe rotarse el embalaje durante su almacenamiento o transporte.</p> | <p>El contenido es muy delicado y debe tratarse con cuidado.</p> | <p>Indica que el embalaje debe mantenerse en posición horizontal.</p> |

Fuente: Elaboración propia.

4.3. Unitarización y cubicaje de la carga

La unitarización es el proceso por el cual se agrupan la mercancía embalada en una sola unidad de carga, con el fin de facilitar el transporte por lo que debe conservar su integridad en el tiempo que dure su movilización.

Para el presente trabajo se va a adquirir tres productos de porcelana (plato tendidos, plato hondo y taza), por lo que se va a realizar una simulación de la unitarización de un pallet, el proveedor utilizará paletas de madera del tipo americana, donde podrá agrupar la mercancía. Las dimensiones del pallet de tipo americana son las siguientes:

Figura N°24: Características de un pallet americano.

| | |
|-------------------|---|
| Pallet americano. |  |
| Largo | 120 cm |
| Ancho | 100 cm |
| Alto | 15 cm. |
| Certificación | NIMFS 15 |

Fuente: Elaboración propia.

El desarrollo de unitarización se va a realizar para cada producto, ya que las dimensiones de la caja y el peso no es igual en los tres productos. Primero se realiza el cálculo para los platos tendidos N°8 o de 8", donde la caja tiene una dimensión de 47 cm de largo, 35 cm de ancho y 24 cm de alto, con un peso de 36.5 kg., así mismo en una caja ingresan 72 unidades de platos tendidos (6 docenas), el pallet americano puede soportar aproximadamente 1 tonelada 500 kilos, por lo que el primer envío será por 36 cajas con un peso de 1314 kilogramos.

Tabla N°32: Unitarización para los platos tendidos N°8.

| Caja de platos tendidos N°8 | | |
|-----------------------------|------|------------|
| Largo | 47 | cm |
| Ancho | 35 | cm |
| Alto | 24 | cm |
| Peso neto | 35.2 | Kilogramos |
| Peso bruto | 36.5 | Kilogramos |
| Número de platos tendidos | 6 | docenas |
| Pallet americano | | |
| Largo | 120 | cm |

| | | |
|---|----------|---------------|
| Ancho | 100 | cm |
| Alto | 15 | cm |
| Número de cajas por largo | 3 | cajas |
| Número de cajas por ancho | 2 | cajas |
| Niveles de cajas | 6 | niveles |
| Número de pallet por importación | 1 | pallet |
| Número de cajas por pallet | 36 | cajas |
| Número de platos tendidos por pallet | 2592 | unidades |
| Peso bruto del producto por pallet | 1314 | kilogramos |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N°33: Unitarización para los platos tendidos N°9.

| Caja de platos tendidos N°9 | | |
|---|----------|---------------|
| Largo | 33 | cm |
| Ancho | 48 | cm |
| Alto | 24 | cm |
| Peso neto | 24.90 | Kilogramos |
| Peso bruto | 25.4 | Kilogramos |
| Número de platos tendidos | 4 | docenas |
| Pallet americano | | |
| Largo | 120 | cm |
| Ancho | 100 | cm |
| Alto | 15 | cm |
| Número de cajas por largo | 3 | cajas |
| Número de cajas por ancho | 2 | cajas |
| Niveles de cajas | 7 | niveles |
| Número de pallet por importación | 2 | pallet |
| Número de cajas por pallet | 42 | cajas |
| Número de platos tendidos por pallet | 2016 | unidades |
| Peso bruto del producto por pallet | 1079.4 | kilogramos |

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con la tabla N°33, para los platos tendidos N° 9 o de 9”, se calcula que en un pallet se podrán colocar 6 cajas, cada caja con 48 platos tendidos y serán apiladas en 6 niveles. El número de cajas por pallet serán 36 con un peso de 925.20 kilogramos.

Tabla N°34: Unitarización para los platos hondos N°8.

| Caja de platos hondo N°8 | | |
|---|----------|---------------|
| Largo | 42 | cm |
| Ancho | 31 | cm |
| Alto | 22 | cm |
| Peso neto | 19.6 | Kilogramos |
| Peso bruto | 20.8 | Kilogramos |
| Número de platos tendidos | 4 | docenas |
| Pallet americano | | |
| Largo | 120 | cm |
| Ancho | 100 | cm |
| Alto | 15 | cm |
| Número de cajas por largo | 2 | unidad |
| Número de cajas por ancho | 3 | unidad |
| Niveles de cajas | 7 | niveles |
| Número de pallet por importación | 2 | pallet |
| Número de cajas por pallet | 42 | cajas |
| Número de platos tendidos por pallet | 2016 | unidades |
| Peso bruto del producto por pallet | 873.6 | kilogramos |

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con la tabla N°34, para los platos hondos N° 8 o de 8”, se calcula que en un pallet se podrán colocar 6 cajas, cada caja con 48 platos hondos y serán apiladas en 6 niveles. El número de cajas por pallet serán 36 con un peso de 748.8 kilogramos.

Tabla N°35: Unitarización para las tazas N°14.

| Caja de tazas N°14 | | |
|---|----------|---------------|
| Largo | 38.7 | cm |
| Ancho | 27.7 | cm |
| Alto | 46 | cm |
| Peso neto | 15.8 | kilogramos |
| Peso bruto | 17 | kilogramos |
| Número de tazas | 4 | docenas |
| Pallet americano | | |
| Largo | 120 | cm |
| Ancho | 100 | cm |
| Alto | 15 | cm |
| Número de cajas por largo | 3 | unidad |
| Número de cajas por ancho | 3 | unidad |
| Niveles de cajas | 4 | niveles |
| Número de pallet por importación | 1 | pallet |
| Número de cajas por pallet | 36 | cajas |
| Número de platos tendidos por pallet | 1728 | unidades |
| Peso bruto del producto por pallet | 612 | kilogramos |

Fuente: Elaboración propia.

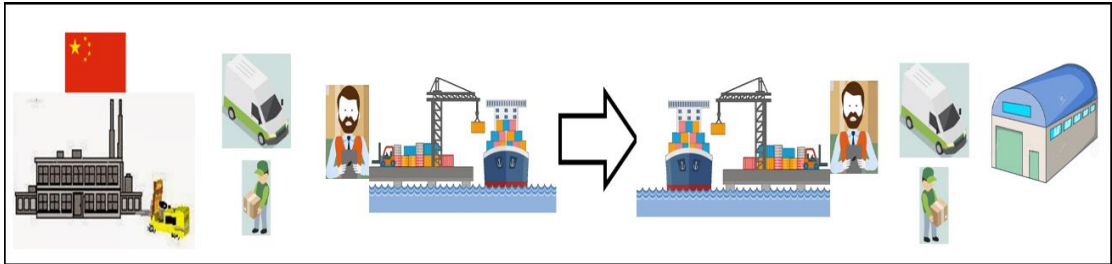
De acuerdo con la tabla N°35, para las tazas N° 14 o de 14oz., se calcula que en un pallet se podrán colocar 9 cajas, cada caja con 48 tazas y serán apiladas en 4 niveles. El número de cajas por pallet serán 36 con un peso de 612 kilogramos.

4.4. Cadena de DFI de importación

La Distribución Física Internacional (DFI), es el proceso logístico que se desarrolla en relación con un producto en el mercado internacional, su objetivo es reducir al máximo el tiempo, los costos y los riesgos que puedan generar durante el trayecto, teniendo en cuenta el punto de salida en origen y el punto de llegada en destino. Para el presente trabajo el Incoterm con el que se va a trabajar la importación es el FOB, debido que nos permite tener mayor control sobre el proceso de envío, los gastos en destino y tiempo de tránsito.

Para el transporte internacional se va a trabajar con una agencia de carga internacional, quien se va a encargar del manejo de la carga y los trámites necesarios para la importación.

Figura N°25: Cadena de DFI.



Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con la figura N° 22, para el traslado de la mercancía de China a Perú, es necesario cumplir los siguientes pasos:

- Proveedor de China, quien fabrica las vajillas de porcelana y se realiza la compra y venta a través de un pedido.
- Se transporta la mercancía desde la fábrica del proveedor hasta el depósito de la aduana.
- Se realiza los tramites de exportación ante la aduana y el embarque será en el puerto de Qingdao en China.
- El transporte se realiza por vía marítima por medio del incoterm FOB.
- Se va a desembarcar en el puerto del Callao, donde se va a realizar los trámites y la verificación de la mercancía.
- Se carga la mercancía al transporte elegido por el importador y es llevado a su local o almacén.

4.5. Seguro de las mercancías

El seguro de las mercancías es fundamental en el comercio internacional, ya que permite prevenir y minimizar los riesgos en el transporte internacional, operaciones de carga y descarga en el puerto de origen y destino. Se va a contratar un seguro de

póliza abierta, debido que la cubre la totalidad del recorrido en varios viajes, el seguro será contratado mediante el agente de carga con el que se va a trabajar.

5. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

5.1.- Fijación de precios

La fijación de precios consiste en determinar el precio al que se va a comercializar el producto, el cual debe estar al mismo nivel o ser similar al precio de la competencia. Para la fijación del precio de las vajillas de porcelana se va a determinar en base al costo unitario, costo variable y el margen de ganancia. Para fijar el precio, se ha visitado las tiendas y redes sociales de la competencia, por lo que se toma como referencia el precio de venta por docena.

Tabla N°36: Precio de las vajillas de porcelana de la competencia.

| | UNION YCHICAWA SA |
|-------------------|------------------------------|
| | Precio por 1 docena |
| Plato tendido N°8 | S/. 34.68 |
| Plato tendido N°9 | S/. 35.75 |
| Plato hondo N°8 | S/. 37.70 |
| Taza 14 oz | S/. 36.75 |

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N° 36, se muestra los precios por docena, que la competencia tiene para ofertar las vajillas de porcelana, estos precios servirán como referencia al momento de fijar nuestro precio de venta al cliente.

5.1.1 Costos y precio

Para determinar el costo total de importación, primeramente, se debe calcular el precio FOB de cada producto a importar, de acuerdo con el plan de negocio se va a importar cuatro tipos de vajilla de porcelana con un valor FOB total de \$2626.56, posteriormente se calcula el valor CIF que incluye el flete internacional y seguro a las mercancías.

Tabla N°37: Detalle del producto, cantidad y precio expresado dólares americanos.

| Modelo | Precio unitario FOB - Qingdao \$ | Cantidad (unidades) | Total, FOB Qingdao \$ |
|-------------------|-------------------------------------|------------------------|--------------------------|
| Plato tendido N°8 | \$0.20 | 2592 | 518.40 |
| Plato tendido N°9 | \$0.22 | 4032 | 887.04 |
| Plato hondo N°8 | \$0.20 | 4032 | 806.40 |
| Taza 14oz. | \$0.24 | 1728 | 414.72 |
| FOB | | | 2626.56 |
| Flete | | | 131.00 |
| Seguro | | | 80.00 |
| Valor CIF | | | 2837.56 |

Fuente: Elaboración propia.

Las obligaciones tributarias que se debe pagar son el IGV (16%) y el IPM (2%), así mismo el pago del Ad/valorem, el cual está exonerado para la importación de vajillas de porcelana. El monto que se paga por los tributos es equivalente a \$ 510.76 y por ser la primera importación se realiza un pago del 10% por percepción, la cual es equivalente a \$334.83.

Tabla N°38: Calculo de los tributos.

| Impuestos | |
|--|---------------|
| Arancel A/V | 0.00 |
| ISC | 0.00 |
| IGV | 454.01 |
| IPM | 56.75 |
| Total | 510.76 |
| Percepción del IGV 10% (primera importación) | 334.83 |

Fuente: Elaboración propia.

La actividad de importación aparte de generar pagos por tributos también genera gastos de importación o aduaneros, los cuales pueden ser la comisión de agente de aduana, descarga, visto bueno, transporte interno o local, entre otros, para determinar los precios aduaneros se solicitó una cotización a la empresa CROSSTAINER CARGO, quienes son especialistas en logística integral, carga internacional y agenciamiento de aduana.

Tabla N°39: Gastos de importación.

| Gastos de Importación | |
|-------------------------------|--------|
| Descarga | 65.00 |
| Emisión B/L | 25.00 |
| Trasporte local | 50.00 |
| Comisión de agente de aduanas | 120.00 |
| Almacenamiento | 250.00 |
| Visto Bueno | 180.00 |
| Gastos operativos | 30.00 |
| Gastos administrativos | 30.00 |
| Total, con IGV | 750.00 |
| Total, sin IGV | 635.59 |
| IGV | 114.41 |

Fuente: Elaboración propia.

El costo total de importación está compuesto por los impuestos, el valor CIF, gastos de importación, gastos administrativos y financieros.

Tabla N°40: Resumen del costo de importación.

| Resumen del costo de importación | |
|--|----------------|
| 1) Valor CIF | 2837.56 |
| 2) Impuestos | 0.00 |
| 3) Gastos de importación | 635.59 |
| 4) Gastos de administrativos y financieros | 80.00 |
| Costo Total importación | 3553.15 |

Fuente: Elaboración propia.

Para determinar el precio de venta por unidad, basado en el costo total de importación, se realiza el cálculo del costo unitario de importación por cada producto y se agrega el margen de ganancia, posteriormente se calcula el valor de venta y el precio de venta que incluye el IGV.

Tabla N°41: Fijación de precios.

| Modelo | Total FOB Qingdao (\$) | Seguro | Flete | CIF | Arancel a/v | Gastos de Importación | Gastos Adm. Y financieros | Costo Importación | Costo Unit. Importación | Margen | Valor Venta Unit. | Precio Venta Unit. | Crecimiento % | Ingreso por venta |
|--------------------|------------------------|--------|--------|----------|-------------|-----------------------|---------------------------|-------------------|-------------------------|--------|-------------------|--------------------|---------------|-------------------|
| plato tendido N° 8 | 518.40 | 15.79 | 47.96 | 582.15 | 0.00 | 125.45 | 15.79 | 723.38 | 0.28 | 60% | 0.70 | 0.82 | 39.54% | 2133.98 |
| plato tendido N° 9 | 887.04 | 27.02 | 33.37 | 947.43 | 0.00 | 214.65 | 27.02 | 1,189.10 | 0.29 | 59% | 0.72 | 0.85 | 34.05% | 3422.29 |
| Plato hondo N°8 | 806.40 | 24.56 | 27.33 | 858.29 | 0.00 | 195.14 | 24.56 | 1,077.99 | 0.27 | 64% | 0.74 | 0.88 | 33.68% | 3533.42 |
| Taza 14oz. | 414.72 | 12.63 | 22.34 | 449.69 | 0.00 | 100.36 | 12.63 | 562.68 | 0.33 | 56% | 0.74 | 0.87 | 35.68% | 1509.00 |
| | 2,626.56 | 80.00 | 131.00 | 2,837.56 | | 635.59 | 80.00 | 3,553.15 | | | | | | 10598.69 |

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N°41, se detalla el costo por unidad de importación y el margen de ganancia por cada producto, donde se tiene un margen de 38% primer producto, 37% por el segundo producto, 46% por el tercer producto y 33% por el cuarto producto. Así mismo se puede apreciar el precio de venta y el ingreso total por las vender todas las vajillas de porcelana. En la tabla N°42, se detalla el precio de venta de las vajillas de porcelana que la empresa IMPORTACIONES DAS S.A.C, tendrá para ofrecer a los clientes, el precio está expresado en moneda nacional y presentado con IGV, así mismo el precio es acorde al mercado nacional.

Tabla N°42: Precio de venta de las vajillas de porcelana.

| | IMPORTACIONES DAS S.A.C. |
|-------------------|-------------------------------------|
| | Precio por 1 docena |
| Plato tendido N°8 | S/. 34.58 |
| Plato tendido N°9 | S/. 35.65 |
| Plato hondo N°8 | S/. 37.12 |
| Taza 14 oz | S/. 36.68 |

Fuente: Elaboración propia.

5.1.2 Cotización internacional

La cotización de vajillas de porcelana decorativas se solicitó a los fabricantes ubicados en China, el medio para la búsqueda de proveedores fue por la plataforma de Alibaba y Made in China, así mismo se ha visitado la página web de cada proveedor con el fin de ver información de la empresa, medios de pago y el catálogo de productos, posteriormente se solcito una cotización de las vajillas de porcelana.

Figura N° 26: Cotización para vajillas de porcelana decorativas.

| LINYI SUNNY CERAMICS CO.,LTD | | | | | | |
|--|---------------------|-----------|-------------------|--|------------------|-----------|
| Quotation | | | | | | |
| Quote Number:202006 | | | | Quote Date:2020/6/16 | | |
| From:LINYI SUNNY CERAMICS CO.,LTD | | | | To: Jeison Arapa | | |
| Suplier:LINYI SUNNY CERAMICS CO.,LTD Company Email: HYC053@169.com Contacts: Shang guan de lai Telephone:13954418624 Wechat: 13954406127 QQ: 1332252986 Address: China | | | | Acceptor: Post Code: Contacts: Address: Telephone: Web: Email: jeasd93@gmail.com | | |
| PS: 1. The pattern of the product can be designed according to your requirements; 2. The product logo can be designed according to your requirements; | | | | | | |
| Product Sheet | | | | | | |
| Designs | DESP. | FOB PRICE | PACKING (SET/CTN) | QTY(PC) | CARTON SIZE (CM) | G.W (KGS) |
|  | round 8" flat plate | \$2.40 | 6doz/carton | 216 doz | 24*35*47 | 36.5 |
|  | round 9" flat plate | \$2.64 | 4doz/carton | 1728 doz | 24*48*33 | 25.4 |
|  | ceramic bowl 8" | \$2.40 | 4doz/carton | 1728 doz | 22*31*42 | 20.8 |
|  | ceramic mug 14 oz | \$2.88 | 4doz/carton | 1728 doz | 38.7*27.7*46 | 17 |
| | | | | | | |
| | | | | | | |

5.2. Contrato de compra venta internacional

Tabla N°42: Contrato de compra venta internacional.

| Aspectos de la Compraventa Internacional | Información del Plan de Negocios | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|---|--------------|----------------|--------------|------------|-----------|-------------|----------|----------|-----------|---------------|----------|-----------|-----------------|-------------|----------|-----------|-----------|-----------------|--------|----------|
| Las Partes | <p>Exportador: Linyi Sunny Ceramics Co., Limited Dirección: No. 1207-088, 100 Lingong Road, Linyi, Shandong, China Teléfono: 13954418624 Email: HYC053@169.com / sunshine@linyisuny.com</p> <p>Importador: IMPORTACIONES DAS S.A.C. Dirección: Av. Próceres de la Independencia N°520 – San Juan de Lurigancho – Lima Email: jeasd93@gmail.com</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| La Vigencia del contrato | Valido 20 días. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| La Mercancía | <p>Vajillas de porcelana decorativa.</p> <table border="1" data-bbox="528 1234 1331 1473"> <thead> <tr> <th>Descripción</th> <th>Tamaño de caja</th> <th>GROSS WEIGHT</th> <th>NET WEIGHT</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Plato N°8</td> <td>47x35x24 cm</td> <td>36.5 kg.</td> <td>35.2 kg.</td> </tr> <tr> <td>Plato N°9</td> <td>42x34.5x24 cm</td> <td>24.9 kg.</td> <td>24.72 kg.</td> </tr> <tr> <td>Plato hondo N°8</td> <td>42x31x22 cm</td> <td>20.8 kg.</td> <td>19.60 kg.</td> </tr> <tr> <td>Taza N°14</td> <td>38.7x27.7x46 cm</td> <td>17 kg.</td> <td>15.8 kg.</td> </tr> </tbody> </table> | Descripción | Tamaño de caja | GROSS WEIGHT | NET WEIGHT | Plato N°8 | 47x35x24 cm | 36.5 kg. | 35.2 kg. | Plato N°9 | 42x34.5x24 cm | 24.9 kg. | 24.72 kg. | Plato hondo N°8 | 42x31x22 cm | 20.8 kg. | 19.60 kg. | Taza N°14 | 38.7x27.7x46 cm | 17 kg. | 15.8 kg. |
| Descripción | Tamaño de caja | GROSS WEIGHT | NET WEIGHT | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Plato N°8 | 47x35x24 cm | 36.5 kg. | 35.2 kg. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Plato N°9 | 42x34.5x24 cm | 24.9 kg. | 24.72 kg. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Plato hondo N°8 | 42x31x22 cm | 20.8 kg. | 19.60 kg. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Taza N°14 | 38.7x27.7x46 cm | 17 kg. | 15.8 kg. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| La Cantidad | <ul style="list-style-type: none"> • Plato tendido 8” – 2592 unidades / 216 docenas. • Plato tendido 9” – 4032 unidades / 336 docenas. • Plato hondo 8” – 4032 unidades / 336 docenas. • Taza 14 oz – 1728 unidades / 144 docenas. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| El Embalaje | Caja de cartón, con la impresión del nombre de la empresa. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| El Transporte | Medio de transporte marítimo. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| La Fecha Máxima de Embarque | Entre 15- 20 días de haber realizado el segundo depósito del 70%. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | |
|--------------------------------------|--|
| Lugar de Entrega | La carga tiene que ser entregada en el puerto de QINGDAO - CHINA. |
| El Incoterm | FOB (Versión 2020) |
| Los Gastos | <ul style="list-style-type: none"> • Origen (aduana, transporte interno, gastos en origen) serán responsabilidad del vendedor - Linyi Sunny Ceramics Co., • Destino (aduana de importación, transporte terrestre, impuesto, seguro de la mercadería y gastos en destino) serán cubiertos por el comprador - IMPORTACIONES DAS S.A.C. |
| La Transmisión de los Riesgos | Por ser el incoterm FOB, el vendedor transfiere los riesgos de la carga a partir de la entrega de la mercancía a borde de la nave. A partir de ese momento la responsabilidad hasta la llegada de la carga al almacén es responsabilidad del comprador. |
| Seguro | La carga es asegurada y gestionado por parte del importador. |
| Moneda de Transacción | Dólares americanos (\$). |
| Precio | <ul style="list-style-type: none"> • Plato tendido 8" – \$ 0.20 por unidad. • Plato tendido 9" – \$ 0.22 por unidad. • Plato hondo 8" – \$ 0.20 por unidad. • Taza 14 oz – \$ 0.24 por unidad. |
| Forma de Pago | 30% inicio – 70% finalizando la fabricación y antes de ser embarcada la mercadería. |
| Medio de Pago | Transferencia Bancaria. |
| La Documentación | <ul style="list-style-type: none"> • Factura Comercial. • Packing list. • B/L. • Certificado de origen. |
| Lugar de Fabricación | No. 1207-088, 100 Lingong Road, Linyi, Shandong, China |
| Solución de controversias | Cámara de Comercio de Lima. |

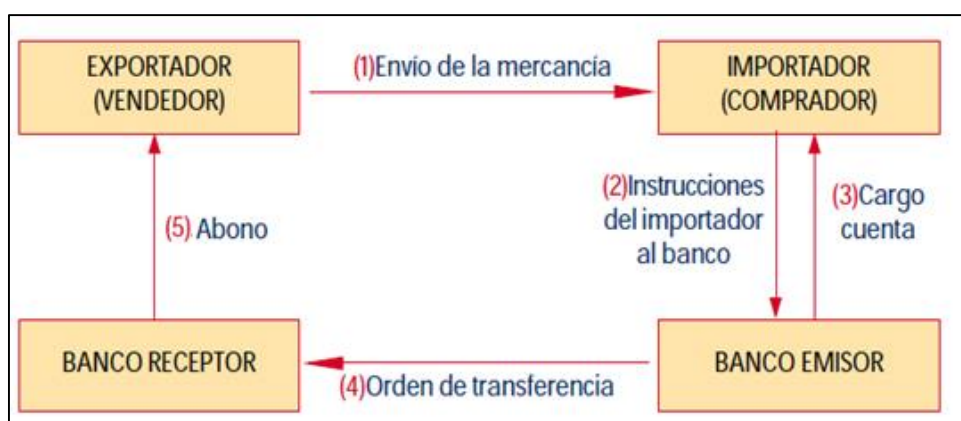
5.3 Elección y aplicación del Incoterm

Para el presente plan, se ha elegido trabajar en base al INCOTERM FOB (Free On Board), este término se va a detallar en el contrato de compra – venta internacional. Con el Incoterm FOB, el vendedor se compromete a entregar y transmite el riesgo cuando la mercancía se encuentra a bordo del buque en el puerto acordado, así mismo tiene el deber de enviar los documentos necesarios para realizar la nacionalización en el puerto de destino, estos documentos son la factura comercial, packing list y B/L. La empresa IMPORTACIONES DAS S.A.C., puede negociar el precio del flete y trabajar de manera integrada con un agente de carga internacional.

5.4. Determinación del medio de pago y cobro

Las condiciones de pago según el acuerdo con el proveedor y tomando en cuenta la política de pago detallada en la página web de Alibaba, se ha optado por realizar el pago por transferencia bancaria internacional, en donde se realizará un pago inicial del 30% del total facturado y el 70% restante antes de embarcar la mercancía.

Figura N° 27: Flujo de transferencia bancaria.



Fuente: Santander Trade Markets.

La transferencia bancaria internacional se realiza por medio del banco BCP, por lo que se deberá solicitar al proveedor los siguientes datos:

- Nombre / Razón Social.
- Dirección.
- Número de cuenta.
- Nombre del banco.
- Código del banco: SWIFT (código alfanumérico de 8 u 11 caracteres.)

- Ciudad / Estado.
- País.

Figura N° 28: Comisión por transferencia bancaria internacional.

| Categoría | Tasa | Mínimo | Máximo | Concepto | Vigencia | Detalle |
|---|--------|------------------------|-----------------------|---------------|------------|---------|
| 4 Transferencias al Exterior | | | | | | |
| 4.1 Ventanilla, Telectrédito y Financiamiento Electrónico de Compras (FEC). | | | | | | |
| 4.1.1 Hasta US\$ 10,000.00 | | | | | | |
| 4.1.1.1 Para las transferencias hasta US\$3,000.00 al BCI Chile | | \$ 10 [S/ 34.00] | | Por operación | 15/03/2014 | |
| 4.1.1.2 Hasta US\$ 3,000 | | \$ 29 [S/ 98.60] | | Por operación | 15/02/2018 | |
| 4.1.1.3 De US\$ 3,001 hasta US\$ 10,000 | | \$ 39 [S/ 132.60] | | Por operación | 15/02/2018 | |
| 4.1.2 Mayores a US\$ 10,000.00 | | | | | | |
| 4.1.2.1 De US\$ 10,001 hasta US\$ 25,000 | 0.25% | \$ 39 [S/ 132.60] | | Por operación | 15/02/2018 | |
| 4.1.2.2 Mayor a US\$ 25,000 | 0.125% | \$ 62.5 [S/ 212.50] | \$ 125 [S/ 425.00] | Por operación | 20/07/2001 | |
| 4.1.2.3 Swift | | \$ 11 [S/ 37.40] | | por mensaje | 15/02/2018 | |

Fuente: Banco de Crédito del Perú.

En la figura N°25, se detalla las comisiones y gastos que cobra el Banco de crédito del Perú por realizar una transferencia al exterior.

5.5. Elección del régimen de importación

El régimen elegido será importación para el consumo, el cual permite el ingreso de la mercancía al territorio aduanero para su consumo, luego del pago de impuestos y obligaciones aduaneras. Dentro del régimen se detalla 3 tipos de despacho:

- Despacho anticipado, se realiza la numeración de la Declaración Única de Aduanas (DUA) antes del arribo de la nave.
- Despacho urgente, se realiza la numeración de las mercancías 15 días antes que llegue el medio de transporte y hasta 7 días posteriores a la fecha del término de la descarga.
- Despacho diferido, tiene un plazo de 15 días calendario para realizar la numeración de la DUA, a partir del día siguiente del término de la carga.

5.6. Gestión aduanera del comercio internacional

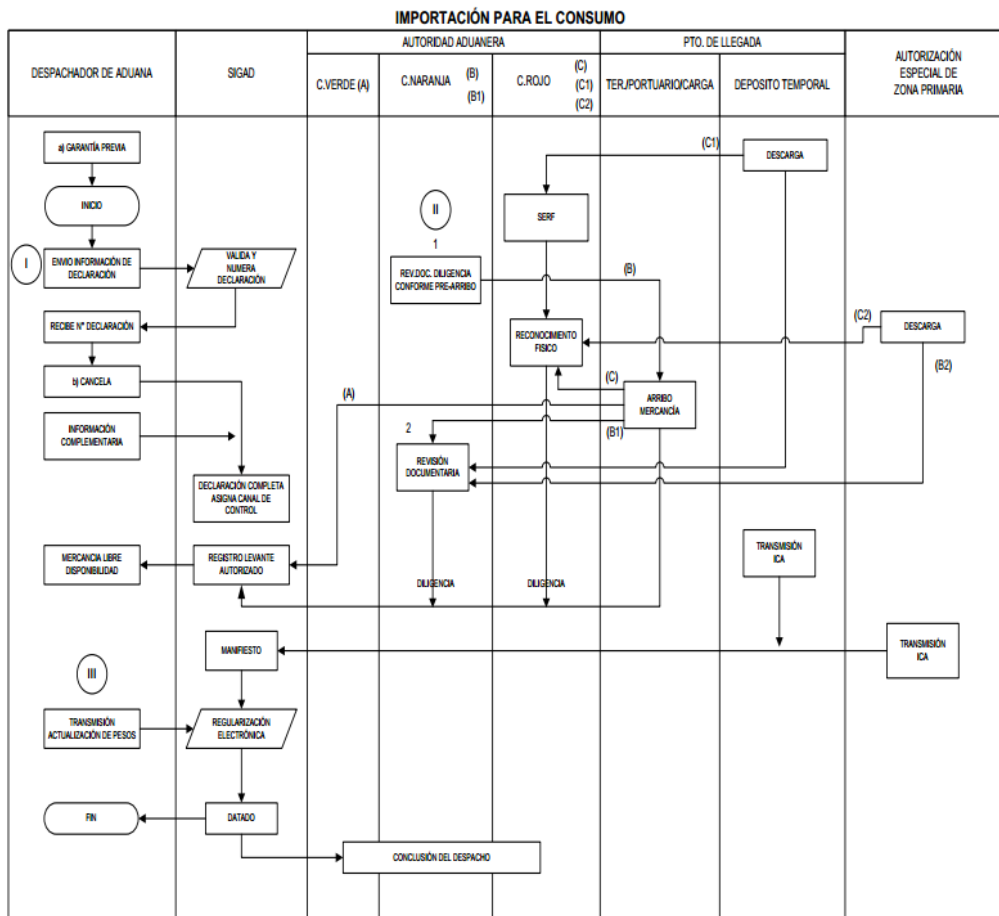
En el país de origen, el despacho aduanero será realizado por parte del proveedor, una vez que cuente con la orden de compra se procederá con los trámites aduaneros en el país de origen y de acuerdo con lo acordado se va a realizar la entrega de la mercancía en el puerto de Qingdao – China.

En el país de destino, IMPORTACIONES DAS S.A.C., juntamente con la agencia de carga internacional, realizarán el despacho anticipado, debido que brinda ventajas a nivel logística en la reducción de tiempo al otorgarse el levante en el puerto y a nivel financiero donde el levante de la mercancía es en 48 horas y diferir el pago de los tributos y recargos declarados hasta el vigésimo días (20) del mes siguiente a la fecha de la descarga de la mercancía que se ha declarado como despacho anticipado.

5.7. Gestión de las operaciones de importación: Flujo grama

El régimen al cual nos acogeremos será en el régimen de importación para el consumo, por lo que las operaciones de importación se detallan en la siguiente figura N°21.

Figura N° 29: Flujoograma de importación.



a) Garantía global o específica previa a la numeración de la declaración Art. 160 LGA.
 b) Deuda tributaria aduanera y recargos se cancelan en efectivo y/o cheque o mediante pago electrónico.
 I. Numeración Declaración
 II. Canal de Control
 III. Regularización

Fuente: SUNAT

6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

6.1. Inversión Fija

La inversión fija son todas las adquisiciones o compras que se va a realizar para constituir la empresa, estas se encuentran divididas en activos tangibles e intangibles. Para el presente plan de negocio los valores se consideran en la moneda local (soles), así mismo el ingreso por las ventas estará sujeto a la moneda local.

6.1.1. Activos tangibles

Es cualquier activo material de la empresa que se puede ver y tocar, así mismo proporciona beneficios económicos futuros y debe ser el resultado de una transacción previa (compra).

Tabla N°43: Activos tangibles.

| Descripción | Cantidad | Costo Unitario | Costo |
|--------------------------|----------|----------------|---------------------|
| Computadora | 2 | S/. 1,200.00 | S/. 2,400.00 |
| Impresora multifuncional | 1 | S/. 450.00 | S/. 450.00 |
| Caja registradora | 1 | S/. 194.50 | S/. 194.50 |
| Escritorio | 2 | S/. 229.00 | S/. 458.00 |
| Silla giratorio | 2 | S/. 99.00 | S/. 198.00 |
| Góndola doble cabecera | 1 | S/. 260.00 | S/. 260.00 |
| Góndola de pared | 2 | S/. 170.00 | S/. 340.00 |
| Total | | | S/. 4,300.50 |

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N° 43, se detallan los costos de los bienes tangibles que servirán a la empresa para iniciar sus actividades con un buen funcionamiento, así mismo los bienes tangibles se consideran de acuerdo al tamaño de la empresa. Los costos de estos bienes tangibles tienen un costo total de S/4,300.50.

6.1.2. Activos intangibles

El activo intangible de la empresa se caracteriza porque no tiene forma física, no es algo material, así mismo son recursos valiosos ya que pueden generar una gran ventaja competitiva.

Tabla N°44: Activos intangible.

| Datos de inversión | Inversión |
|----------------------------|---------------------|
| Diseño de página web | S/. 550.00 |
| Constitución de la empresa | S/. 475.00 |
| Licencias y permisos | S/. 105.90 |
| Registro de Marca | S/. 534.99 |
| Total | S/. 1,665.89 |

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N° 44, se consideran los activos intangibles como el diseño de página web, constitución de la empresa, licencia de funcionamiento y el registro de marca. Los activos intangibles serán los bienes que no se pueden ver, pero se encuentran en la empresa para que pueda funcionar con normalidad.

6.2. Capital de Trabajo

Son todos los recursos que la empresa requiere para poder iniciar su actividad económica, estos recursos cubren las necesidades de insumos, mano de obra, etc., y deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa.

Tabla N°45: Capital de trabajo.

| Concepto | Costo |
|--|----------------------|
| Capital de trabajo | S/. 15,796.93 |
| Valor de los productos en puerto - Callao | S/. 9,931.46 |
| plato tendido N° 8 | S/. 2,037.52 |
| plato tendido N° 9 | S/. 3,316.01 |
| Plato hondo N°8 | S/. 3,004.02 |
| Taza 14oz. | S/. 1,573.91 |
| Gastos de importación | S/. 2,224.58 |
| Descarga | S/. 227.50 |
| Emisión B/L | S/. 87.50 |
| Trasporte local | S/. 175.00 |
| Comisión de agente de aduanas | S/. 420.00 |
| Almacenamiento | S/. 875.00 |
| Visto Bueno | S/. 630.00 |
| Gastos operativos | S/. 105.00 |
| Gastos administrativos | S/. 105.00 |
| Gastos administrativos y financieros de importación | S/. 280.00 |
| Gastos de personal | S/. 2,880.00 |
| Gerente General. | S/. 1,000.00 |
| Encargado de Logística y Comercio Exterior | S/. 950.00 |
| Vendedor. | S/. 930.00 |
| Gastos servicios | S/. 218.99 |
| Teléfono e internet | S/. 93.99 |
| Luz | S/. 80.00 |
| Agua | S/. 45.00 |
| Gastos administrativos | S/. 207.00 |
| Hojas bond (caja de 10 paquetes) | S/. 90.00 |
| Lapiceros (caja 50 unid) | S/. 21.00 |
| Corrector (caja de 12 unid.) | S/. 16.00 |
| Asesor contable | S/. 80.00 |
| Artículos de limpieza | S/. 54.90 |
| Jabón líquido (caja de 12 unid.) | S/. 30.00 |
| Papel higiénico (40 unid) | S/. 24.90 |

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N° 45, se detalla los gastos de importación, los gastos administrativos y financieros de la importación, gastos de personal, gastos de servicios, gastos administrativos y el gasto que se realiza por la adquisición de las vajillas de porcelana. Para

nuestra empresa el capital de trabajo servirá para los primeros meses que inicie con la actividad económica.

6.3. Inversión Total

Es el dinero que se va a utilizar para dar inicio a la actividad económica de la empresa y por lo que se espera obtener una ganancia futura. La inversión puede ser colocado con aporte de los socios o mediante un préstamo, para el caso de nuestra empresa, la inversión será colocado por aporte de los socios.

Tabla N° 46: Inversión total.

| INVERSIONES | CANTIDAD | VALOR VENTA UNITARIO | VALOR DE VENTA TOTAL |
|----------------------------|----------|----------------------|----------------------|
| Activos tangibles | | | S/. 4,300.50 |
| Computadora | 2 | S/. 1,200.00 | S/. 2,400.00 |
| Impresora multifuncional | 1 | S/. 450.00 | S/. 450.00 |
| Caja registradora | 1 | S/. 194.50 | S/. 194.50 |
| Escritorio | 2 | S/. 229.00 | S/. 458.00 |
| Silla giratorio | 2 | S/. 99.00 | S/. 198.00 |
| Góndola doble cabecera | 1 | S/. 260.00 | S/. 260.00 |
| Góndola de pared | 2 | S/. 170.00 | S/. 340.00 |
| Activos Intangibles | | | S/. 1,665.89 |
| Diseño de página web | | | S/. 550.00 |
| Constitución de la empresa | | | S/. 475.00 |
| Licencias y permisos | | | S/. 105.90 |
| Registro de Marca | | | S/. 534.99 |
| Capital de trabajo | | | S/. 15,796.93 |
| INVERSION TOTAL | | | S/. 21,763.32 |

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N° 46, se detalla la inversión total que debe tener la empresa IMPORTACIONES DAS S.A.C., para que pueda operar de manera normal. Para el cálculo de la inversión se considera los activos tangibles, activos intangibles y el capital de trabajo, el cual tienen un sumatorio total de S/21,763.32.

6.4. Estructura de Inversión y Financiamiento

Tabla N°47: Estructura de la inversión.

| Concepto | Costo |
|----------------------|----------------------|
| Inversión tangible | S/. 4,300.50 |
| Inversión intangible | S/. 1,665.89 |
| Capital de trabajo | S/. 15,796.93 |
| Total | S/. 21,763.32 |

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N° 47 se detalla la estructura de la inversión, la cual abarca la inversión tangible, inversión intangible y el capital de trabajo, dando una sumatoria de S/21,763.32. Con respecto al financiamiento, no será necesario debido que la inversión total será cubierta por el capital de los socios.

6.5. Presupuesto de costos

➤ Costos Directo.

Se puede observar los costos que se encuentran relacionados al producto que se va a comercializar. Nuestra empresa comenzara su actividad económica comercializando vajillas de porcelana.

Tabla N°48: Presupuesto de costo del producto.

| CONCEPTO DE COSTEO | UNIDAD DE MEDIDA | CANTIDAD | COSTO UNITARIO X DOCENA | COSTO TOTAL POR IMPORTACION | COSTO ANUAL |
|--------------------|------------------|----------|-------------------------|-----------------------------|----------------------|
| PLATO TENDIDO N°8 | DOCENA | 216 | S/. 11.72 | S/. 2,531.84 | S/. 7,595.53 |
| PLATO TENDIDO N°9 | DOCENA | 336 | S/. 12.39 | S/. 4,161.85 | S/. 12,485.56 |
| PLATO HONDO N°8 | DOCENA | 336 | S/. 11.23 | S/. 3,772.97 | S/. 11,318.91 |
| TAZA 14 OZ. | DOCENA | 144 | S/. 13.68 | S/. 1,969.37 | S/. 5,908.11 |
| TOTAL | | | | | S/. 37,308.11 |

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N° 48, se puede observar los costos que involucran la compra de las vajillas de porcelana, la cual será importado desde China hasta el arribo a Perú y a la oficina administrativa.

➤ **Costos Indirectos.**

Son los gastos necesarios para la ejecución del negocio, la empresa IMPORTACIONES DAS S.A.C., considera al gasto de personal, gastos administrativos y los gastos de mantenimiento de local.

Tabla N°49: Presupuesto proyectado del gasto de personal.

| CONCEPTO | SUELDO BRUTO | SIS | TOTAL MENSUAL | SUELDO ANUAL |
|--|--------------|-----------|---------------|----------------------|
| Gerente General. | S/. 1,000.00 | S/. 15.00 | S/. 1,015.00 | S/. 12,180.00 |
| Encargado de Logística y Comercio Exterior | S/. 930.00 | S/. 15.00 | S/. 945.00 | S/. 11,340.00 |
| Vendedor. | S/. 930.00 | S/. 15.00 | S/. 945.00 | S/. 11,340.00 |
| TOTAL | | | | S/. 34,860.00 |

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N° 49, se observa la remuneración y los beneficios, que tendrá cada trabajador de acuerdo al régimen al cual nos acogemos. Así mismo se puede observar el total anual, el cual equivale a S/. 34,860.00

Tabla N°50: Presupuesto proyectado de los servicios públicos.

| CONCEPTO | COSTO TOTAL MENSUAL | COSTO TOTAL TRIMESTRAL | COSTO TOTAL ANUAL |
|--|---------------------|------------------------|---------------------|
| SERVICIOS PUBLICOS (AGUA, LUZ, TELEFONO, INTERNET) | S/. 218.99 | S/. 556.75 | S/. 2,627.88 |

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N° 50, se observa los gastos fijos, los cuales son el pago de los servicios como energía eléctrica, agua, teléfono e internet, estos gastos se deben pagar de forma mensual, así la empresa tenga ventas o no.

Tabla N°51: Presupuesto proyectado de los gastos administrativos.

| CONCEPTO | COSTO TOTAL MENSUAL | COSTO TOTAL TRIMESTRAL | COSTO TOTAL ANUAL |
|-------------------|---------------------|------------------------|---------------------|
| UTILES DE OFICINA | S/. 127.00 | | S/. 127.00 |
| ASESOR CONTABLE | S/. 80.00 | S/. 240.00 | S/. 960.00 |
| DEPRECIACION | | | S/. 860.10 |
| AMORTIZACIÓN | | | S/. 279.68 |
| TOTAL | | | S/. 2,226.78 |

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N° 51, se observa los gastos administrativos que incluyen los útiles de oficina, el pago por los servicios del asesor contable, la depreciación y amortización, los cuales suman un costo total anual de S/. 2,226.78

Tabla N°52: Presupuesto proyectado de materiales indirectos.

| CONCEPTO | APLICA IGV | COSTO MENSUAL | IGV | COSTO TOTAL MENSUAL | COSTO TOTAL TRIMESTRAL | COSTO TOTAL ANUAL |
|-----------------------|------------|---------------|----------|---------------------|------------------------|-------------------|
| ARTICULOS DE LIMPIEZA | Si | S/. 46.53 | S/. 8.37 | S/. 54.90 | | S/. 54.90 |

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N° 52, se observa los artículos de limpieza los cuales serán utilizados por los colaboradores de la empresa, dentro de los artículos de limpieza se considera papel higiénico y jabón líquido.

6.6. Punto de Equilibrio

Hace referencia al nivel de ventas que permite cubrir los costos variables y fijos de la empresa, eso quiere decir que el beneficio que obtenga la empresa es igual a cero, ya que no gana y no pierde. Para hallar el punto de equilibrio se considera el precio unitario por docena, los costos variables por docena, el margen de contribución y los costos fijos.

Tabla N°53: Costo total del primer año.

| COSTOS FIJOS | SOLES |
|---------------------------------|----------------------|
| GASTOS DE PERSONAL | S/. 34,860.00 |
| GASTOS DE SERVICIOS PUBLICOS | S/. 2,627.88 |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | S/. 2,226.78 |
| GASTOS DE MATERIALES INDIRECTOS | S/. 54.90 |
| TOTAL | S/. 39,769.56 |

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N° 53, se observa el costo total del primer año que va a tener la empresa, estos costos se deberán pagar independientemente de la actividad de ventas y estará conformada por los gastos de personal, servicios públicos, gastos administrativos y los gastos por materiales indirectos, los cuales suman un total de S/. 39,769.56.

Tabla N°54: Punto de equilibrio.

| Producto | Docenas esperadas de venta | Ponderación | Precio unitario x docena | Costo variable x docena | Margen de contribución unitario | Suma mc ponderad | Costo fijo | Punto de equilibrio total | Punto de equilibrio por producto / soles |
|-------------------|----------------------------|-------------|--------------------------|-------------------------|---------------------------------|------------------|---------------|---------------------------|--|
| PLATO TENDIDO N°8 | 648 | 0.21 | 29.30 | 11.72 | 17.58 | 18.50 | S/. 39,769.56 | 2112 | 450 / S/. 13,187.08 |
| PLATO TENDIDO N°9 | 1008 | 0.33 | 30.21 | 12.39 | 17.82 | | | | 700 / S/. 21,148.27 |
| PLATO HONDO N°8 | 1008 | 0.33 | 31.45 | 11.23 | 20.22 | | | | 700 / S/. 22,018.45 |
| TAZA 14 OZ. | 432 | 0.14 | 31.08 | 13.68 | 17.41 | | | | 300 / S/. 9,324.95 |

Fuente: Elaboración Propia.

En la tabla N° 54, se observa la estructura para hallar el punto de equilibrio para los cuatro productos, considerando el cálculo realizado la empresa deberá vender como mínimo 450 docenas del plato tendido N°8, 700 docenas del plato tendido N°9, 700 docenas del plato hondo N°8 y 300 docenas de la taza 14 oz.

6.7. Tributación de la importación

En la tabla N° 55, se muestra los tributos a pagar por la importación de vajillas de porcelana, el producto tiene un advaloren de 6%, sin embargo, se libera al 100% por el tratado de libre comercio con China, así mismo se considera dos opciones en la percepción, la primera es del 10% debido a que es la primera importación y la segunda es de 3.5% para dos o más importaciones.

Tabla N°55: Tributación de la importación – primera importación.

| Impuestos | |
|------------------------|----------------|
| Valor en aduana CIF | 2837.56 |
| Arancel A/V | 0.00 |
| ISC | 0.00 |
| IGV | 454.01 |
| IPM | 56.75 |
| Total | 510.76 |
| Percepción del IGV 10% | 334.83 |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N°56: Tributación de la importación – segunda importación.

| Impuestos | |
|-------------------------|----------------|
| Valor en aduana CIF | 2837.56 |
| Arancel A/V | 0.00 |
| ISC | 0.00 |
| IGV | 454.01 |
| IPM | 56.75 |
| Total | 510.76 |
| Percepción del IGV 3.5% | 117.19 |

Fuente: Elaboración propia.

6.8. Presupuesto de ingresos

En la tabla N° 57, se presente la proyección en 5 años de las ventas de IMPORTACIONES DAS S.A.C. Para calcular las ventas del primer año se multiplica el precio de venta de una docena de vajillas por la cantidad a importar en un año y se obtiene un total de S/. 94,574.56, para el año 2 se proyecta un crecimiento de 4% y se obtiene un total de S/. 99,303.29, para los años 3, 4 y 5 se proyecta un crecimiento de 5%, 6% y 7% respectivamente, así mismo se tiene un total de ventas para el año 3 de S/. 105,261.48, para el año 4 de S/. 112,629.79 y para el año 5 de S/. 121,64.17.

Tabla N°57: Ingresos de importación.

| PRODUCTO | CANTIDAD | PRECIO X DOCENA | TOTAL AÑO 1 | TOTAL AÑO 2 | TOTAL AÑO 3 | TOTAL AÑO 4 | TOTAL AÑO 5 |
|-------------------|----------|-----------------|----------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| PLATO TENDIDO N°8 | 648 | S/. 29.30 | S/. 18,988.83 | S/. 19,938.27 | S/. 21,134.56 | S/. 22,613.98 | S/. 24,423.10 |
| PLATO TENDIDO N°9 | 1008 | S/. 30.21 | S/. 30,452.59 | S/. 31,975.22 | S/. 33,893.74 | S/. 36,266.30 | S/. 39,167.60 |
| PLATO HONDO N°8 | 1008 | S/. 31.45 | S/. 31,705.62 | S/. 33,290.90 | S/. 35,288.35 | S/. 37,758.54 | S/. 40,779.22 |
| TAZA 14 OZ. | 432 | S/. 31.08 | S/. 13,427.52 | S/. 14,098.90 | S/. 14,944.83 | S/. 15,990.97 | S/. 17,270.24 |
| TOTAL | | | S/. 94,574.56 | S/. 99,303.29 | S/. 105,261.48 | S/. 112,629.79 | S/. 121,640.17 |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N°58: Ingresos por año.

| AÑOS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------|-----------|-----------|------------|------------|------------|
| | S/. | S/. | S/. | S/. | S/. |
| VENTAS | 94,574.56 | 98,357.54 | 103,668.85 | 109,888.98 | 117,581.21 |
| Tasa de crecimiento | 0% | 4% | 5% | 6% | 7% |

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N° 58, se presenta las ventas totales de los próximos 5 años y el porcentaje de crecimiento.

6.9. Presupuesto de egresos

Para proyectar los egresos se ha considerado los conceptos a pagar de forma regular, como son la compra del producto, gastos de importación, gastos administrativos, gastos de personal, etc. La proyección estará en función del promedio de la tasa de inflación, la cual nos permite tener un escenario más real. En la tabla N° 59 se observa la tasa de inflación promedio la cual es de 2.48%.

Tabla N°59: Tasa de inflación.

| TASA DE INFLACIÓN PERÚ | |
|------------------------|--------------|
| AÑOS | INFLACIÓN |
| 2015 | 3.23% |
| 2016 | 3.43% |
| 2017 | 1.37% |
| 2018 | 2.48% |
| 2019 | 1.90% |
| Promedio | 2.48% |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N°60: Presupuesto proyectado de costos indirectos.

| Concepto | Año 0 | TOTAL AÑO 1 | TOTAL AÑO 2 | TOTAL AÑO 3 | TOTAL AÑO 4 | TOTAL AÑO 5 |
|---|----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| MATERIA PRIMA- PROVEEDOR | | S/. 37,308.11 | S/. 38,324.38 | S/. 39,368.34 | S/. 40,440.73 | S/. 41,542.34 |
| GASTOS DE IMPORTACIÓN | | S/. 7,875.00 | S/. 7,875.00 | S/. 7,875.00 | S/. 7,875.00 | S/. 7,875.00 |
| SUELDOS PERCIBIDOS | | S/. 34,860.00 | S/. 35,809.59 | S/. 36,785.04 | S/. 37,787.06 | S/. 38,816.38 |
| SERVICIOS PUBLICOS (AGUA, LUZ, TELEFONO, INTERNET) | | S/. 2,627.88 | S/. 2,699.46 | S/. 2,773.00 | S/. 2,848.53 | S/. 2,926.13 |
| UTILES DE OFICINA | | S/. 127.00 | S/. 130.46 | S/. 134.01 | S/. 137.66 | S/. 141.41 |
| ASESOR CONTABLE | | S/. 960.00 | S/. 960.00 | S/. 960.00 | S/. 960.00 | S/. 960.00 |
| ARTICULOS DE LIMPIEZA | | S/. 54.90 | S/. 56.40 | S/. 57.93 | S/. 59.51 | S/. 61.13 |
| COMPRA DE ACTIVO TANGIBLE | S/.4300.5 | | | | | |
| COMPRA DE ACTIVO INTANGIBLE | S/.1665.8 9 | | | | | |

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N° 60, se puede observar los costos proyectados durante 5 años, donde se encuentran en función al promedio de la tasa de inflación.

6.10. Flujo de caja proyectado

Es una herramienta financiera que mide la liquidez de la empresa, así mismo es una estimación del dinero que se espera que ingrese y que salga del negocio, se puede ver cuánto dinero está pasando a través del negocio.

6.10.1 Flujo de caja económico

El flujo de caja económico nos muestra todos los ingresos y egreso sin considera el financiamiento, la empresa IMPORTACIONES DAS SAC para el año cero “0”, tiene un flujo de caja negativo, ya que en este año se realiza la inversión del proyecto.

Tabla N°61: Flujo de caja económico (expresado en soles).

| | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--|-----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| COBRANZAS | | S/. 111,597.98 | S/. 117,177.88 | S/. 124,208.55 | S/. 132,903.15 | S/. 143,535.40 |
| COMPRA DE MERCANCIA | -9,931.46 | S/. 27,376.65 | S/. 38,324.38 | S/. 39,368.34 | S/. 40,440.73 | S/. 41,542.34 |
| GASTOS DE IMPORTACIÓN | -2,504.58 | S/. 5,370.42 | S/. 7,875.00 | S/. 7,875.00 | S/. 7,875.00 | S/. 7,875.00 |
| SUELDOS PERCIBIDOS | -3,087.00 | S/. 31,773.00 | S/. 35,809.59 | S/. 36,785.04 | S/. 37,787.06 | S/. 38,816.38 |
| SERVICIOS PUBLICOS (AGUA, LUZ, TELEFONO, INTERNET) | -218.99 | S/. 2,408.89 | S/. 2,699.46 | S/. 2,773.00 | S/. 2,848.53 | S/. 2,926.13 |
| UTILES DE OFICINA | | S/. 127.00 | S/. 130.46 | S/. 134.01 | S/. 137.66 | S/. 141.41 |
| ASESOR CONTABLE | | S/. 960.00 | S/. 960.00 | S/. 960.00 | S/. 960.00 | S/. 960.00 |
| ARTICULOS DE LIMPIEZA | -54.90 | S/. 0.00 | S/. 56.40 | S/. 57.93 | S/. 59.51 | S/. 61.13 |
| PAGO IGV SUNAT | | S/. 13,393.35 | S/. 13,955.99 | S/. 17,140.76 | S/. 19,539.53 | S/. 16,815.12 |
| PAC IR | | S/. 781.45 | S/. 1,105.54 | S/. 1,126.30 | S/. 1,052.61 | S/. 1,216.40 |
| PAGO DEL IR ANUAL | | | S/. 1,240.86 | S/. 1,307.11 | S/. 1,812.37 | S/. 2,570.78 |
| FLUJO DE CAJA OPERACIONAL | -S/. 15,796.93 | S/. 29,407.22 | S/. 15,020.20 | S/. 16,681.06 | S/. 20,390.14 | S/. 30,610.71 |
| COMPRA DE ACTIVO TANGIBLE | S/. 4,300.50 | | | | | |
| COMPRA DE ACTIVO INTANGIBLE | S/. 1,665.89 | | | | | |
| FLUJO DE CAJA DE INVERSION | -S/. 5,966.39 | S/. 0.00 | S/. 0.00 | S/. 0.00 | S/. 0.00 | S/. 0.00 |
| FLUJO DE CAJA ECONOMICO | -S/. 21,763.32 | S/. 29,407.22 | S/. 15,020.20 | S/. 16,681.06 | S/. 20,390.14 | S/. 30,610.71 |

Fuente: Elaboración propia.

6.10.2 Flujo de caja financiero

En la tabla N° 65, se presenta el flujo de caja financiero el cual incluye en el año cero “0” el total de los gastos por poner en marcha el negocio, como la inversión es por aporte de los socios no se considera los préstamos bancarios y el pago de interés.

Tabla N°62: Flujo de caja financiero (expresado en soles).

| PERIODO | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---------------------------------|-------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| FLUJO DE CAJA FINANCIERO | -S/. 21,763.32 | S/. 29,407.22 | S/. 15,020.20 | S/. 16,681.06 | S/. 20,390.14 | S/. 30,610.71 |

Fuente: Elaboración propia.

6.11. Estado de Ganancias y Pérdida

Tabla N°63: Estado de ganancias y pérdidas.

| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| VENTAS | S/. 94,574.56 | S/. 99,303.29 | S/. 105,261.48 | S/. 112,629.79 | S/. 121,640.17 |
| COSTO DE VENTAS | S/. 37,308.11 | S/. 38,324.38 | S/. 39,368.34 | S/. 40,440.73 | S/. 41,542.34 |
| UTILIDAD BRUTA | S/. 57,266.45 | S/. 60,978.91 | S/. 65,893.15 | S/. 72,189.06 | S/. 80,097.83 |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | S/. 39,769.56 | S/. 40,755.84 | S/. 41,766.59 | S/. 42,802.40 | S/. 43,863.90 |
| UTILIDAD OPERATIVA | S/. 17,496.89 | S/. 20,223.06 | S/. 24,126.56 | S/. 29,386.66 | S/. 36,233.93 |
| UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES E IMPUESTOS | S/. 17,496.89 | S/. 20,223.06 | S/. 24,126.56 | S/. 29,386.66 | S/. 36,233.93 |
| IMPUESTO A LA RENTA | S/. 1,749.69 | S/. 2,022.31 | S/. 2,412.66 | S/. 2,938.67 | S/. 3,623.39 |
| UTILIDAD NETA | S/. 15,747.20 | S/. 18,200.76 | S/. 21,713.90 | S/. 26,447.99 | S/. 32,610.54 |
| RENTABILIDAD | 17% | 18% | 21% | 23% | 27% |

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N° 63, se presenta el estado de ganancias y pérdidas de la empresa, el cual inicia con el ingreso por las ventas en moneda nacional durante los próximos cinco años. La utilidad bruta para el primer año es de S/. 57,266.45, el cual representa el monto para cubrir los costos operativos, financieros y fiscales. Finalmente se calcula los impuestos y se deducen para determinar la utilidad neta. La utilidad neta para el primer año es S/. 15,747.20 y una rentabilidad de 17%.

6.12. Evaluación de la Inversión

6.13.1.- Evaluación Económica

Como primer paso para la evaluación económica, se ha realizado el cálculo del costo del capital propio (COK). Para ello se ha tomado como referencia la siguiente formula:

$$K_e = R_f + \beta (R_m - R_f) + R_p$$

Rf: es la tasa libre de riesgo, por lo que se toma en consideración el rendimiento de los bonos del tesoro público de Estados Unidos de Norteamérica, siendo el cálculo de 0.8%.

β : es la beta del sector, para este punto se toma en consideración el riesgo del sector, para el proyecto, es ventas al por menor en general con 1.03.

Rm: es la rentabilidad esperada del mercado, para el cálculo se toma en consideración la rentabilidad esperada del mercado peruano que se proyecta en 8.00%

Rp: es el riesgo país, el cual es un indicador sobre las posibilidades de un país emergente de no cumplir en los términos acordados con el pago de su deuda externa, el Perú reporta el riesgo más bajo de la región con 1.58%.

Con estos datos se puede calcular la tasa:

Tabla N°64: Costo de capital propio (COK).

| | |
|-----------------------------------|-------------|
| TASA LIBRE DE RIESGO | 0.8% |
| RENTABILIDAD PROMEDIO DEL MERCADO | 8.00% |
| BETA DEL MERCADO | 1.03 |
| TASA DE RIESGO PAIS | 1.58% |
| COK | 9.8% |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N°65: Resultados económicos.

| | |
|----------------------|----------------------|
| VAN ECONOMICO | S/. 57,649.70 |
| TIR ECONOMICO | 106% |

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N° 65, se observa la evaluación económica de la empresa y se puede verificar que el proyecto es rentable, ya que el flujo de efectivo económico cumple con las condiciones para que un proyecto pueda ser aceptado, por ende, se tiene como resultado el VANe igual a S/. 57,649.70, un TIRe de 106%. Finalmente, se cumple los requisitos para que un proyecto sea rentable: $VAN > 0$, $TIR > COK$.

6.13.2. Evaluación Financiera

Tabla N°66: Resultados financieros.

| | |
|-----------------------|----------------------|
| VAN FINANCIERO | S/. 57,649.70 |
| TIR FINANCIERO | 106% |

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N° 66, se puede observar que el VANf es S/. 57,649.70, y el TIRe de 106%, el cual es similar a los resultados económicos, ya que la empresa IMPORTACIONES DAS S.A.C., no opto por financiarse por préstamo bancario.

6.13.3. Evaluación social

Desde el punto de vista social, el proyecto es viable porque genera un impacto positivo en la economía y en la sociedad. Primeramente, se crea puestos de trabajo formales, ya que nuestra empresa cumplirá con colocar a los empleados en planilla con lo que va a contribuir al incremento de empleo formal y desarrollo de los empleados y sus familias. Así mismo se va a contribuir al presupuesto del Estado, con los impuestos que se pagaran.

6.13.4 Impacto ambiental

Desde el punto de vista ambiental de nuestra empresa no solo se enfoca en generar u obtener ganancias, también por la venta del producto se crea un beneficio para la salud y bienestar de los clientes, así mismo el producto no contamina el medio ambiente.

6.14. Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo

El costo de oportunidad (COK), es la tasa de retorno mínima atractiva, donde los interesados en invertir en un proyecto exigen como la mínima rentabilidad para su participación. El COK tiene relación con el riesgo de retorno que existe en el mercado, por lo que 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, donde el inversionista deberá comparar todas las posibilidades que tiene, donde va a tener que medir el riesgo retorno de cada elección.

6.15. Cuadro de riesgo del tipo de cambio

El análisis de sensibilidad permite determinar el impacto de la fluctuación del tipo de cambio en nuestro proyecto. El tipo de cambio es la variable más importante en el mundo del comercio internacional por su impacto en la balanza comercial. En la tabla N° 67 se observa el cuadro de tipo de cambio en donde se toma el tipo de cambio actual y la desviación estándar.

Tabla N°67: Cuadro de tipo de cambio.

| 3.41 | 3.50 | 3.59 |
|-------------------------|--------------------------------|-------------------------|
| TIPO DE CAMBIO MAS BAJO | TIPO DE CAMBIO ACTUAL ESPERADO | TIPO DE CAMBIO MAS ALTO |
| S/. 92,142.64 | S/. 94,574.56 | S/. 97,006.48 |
| S/. 15,059.35 | S/. 16,384.66 | S/. 17,709.97 |
| S/. 113,202.54 | S/. 121,680.74 | S/. 130,158.95 |
| S/. 113,202.54 | S/. 121,680.74 | S/. 130,158.95 |
| 266% | 287% | 308% |
| 266% | 287% | 308% |

Desviación estándar = 0.094

7. Conclusiones y recomendaciones

7.1 Conclusiones

- IMPORTACIONES DAS S.A.C., es una empresa importadora y comercializadora de vajillas de porcelana decorativas en Lima Metropolitana, este producto cuenta con beneficios importantes para las personas que la adquieran, ya que son resistentes, duraderos, conservan la temperatura de los alimentos, es higiénico y cuenta con una gran diversidad de modelos.
- El mercado objetivo para el proyecto es el mercado de Lima Metropolitana donde se va a comercializar las vajillas a las familias, personas independientes o con negocio, quienes podrán utilizar para el hogar, restaurante, hoteles y otras actividades. Los consumidores de las vajillas de porcelana decorativas en nuestro país la conforman las personas con estilos de vida moderno, conservador, progresista y formalista, quienes se encuentran en un rango de edad de 22 a 64 años. En la actualidad la comercialización del producto tiene un impacto importante ya que son muy pocos los hogares que no cuentan con las vajillas de porcelana.
- IMPORTACIONES DAS S.A.C., asegura una adecuada distribución física internacional en todo el proceso logístico, por lo que toma en cuenta la importancia de trabajar todos los despachos con un solo operador logístico, con el fin de que ya se maneje todo el proceso, la operatividad y coordinación para la embarcación de la mercancía y realizar los trámites de desaduanaje de manera rápida y eficiente.
- El mercado de China es muy competitivo y nos brinda una gran cantidad de fabricantes de vajillas de porcelana, así mismo se cuenta con la plataforma de ALIBABA la cual es una gran herramienta para los importadores, ya que ofrece garantías para realizar las transacciones comerciales de la mejor manera y llegar a buenos términos, entre estos beneficios se tiene la garantía de pago Trade Assurance. Así mismo la página de ALIBABA ofrece el contacto con los proveedores y fabricantes, donde se puede acordar los términos de compra.
- La inversión para iniciar el proyecto no es muy elevada, por lo que va a permitir a la empresa poder generar recursos propios para reinvertirlos y hacer crecer el negocio.
- El proyecto es viable de manera económica, financiera, social y ambiental, así mismo la empresa persigue el objetivo de brindar productos que cuiden la salud y puedan mantener el bienestar de los clientes.

7.2 Recomendaciones.

- IMPORTACIONES DAS SAC, deberá estar atento a los cambios de la legislación MYPE, para poder aprovechar al máximo sus beneficios.
- Incrementar la publicidad por redes sociales con el fin de llegar a clientes que se encuentran en provincia.
- Diversificar nuestra cartera de productos y enfocarnos en la venta de menajes para el hogar.
- Expandirse en provincia y captar a clientes potenciales, posteriormente convertirse en un distribuidor de vajillas de porcelana a nivel nacional.

ANEXO
ANEXO N° 01

En el presente anexo se detalla los requisitos que se debe presentar para la obtención de la licencia de funcionamiento, estos requisitos se presentan en la municipalidad de San Juan de Lurigancho.

Licencia Municipal de Funcionamiento (comercial y/o de servicios, a excepción de los giros establecidos en la Ley) Establecimiento con area de hasta 100m2 y capacidad de almacenamiento no mayor del 30% con el area total del local Ex post (Grupo1)

PROCEDIMIENTO 01

Area Responsable: SUB GERENCIA DE FORMALIZACION Y PROMOCION EMPRESARIAL

| | REQUISITOS | DERECHO DE PAGO S/. | FORMATO | CALIFICACIÓN |
|---|--|--------------------------------|----------------|---------------------|
| 1 | Solicitud con carácter de Declaración Jurada que incluya: - Número de RUC y DNI o Carné de Extranjería, tratándose de personas Jurídicas o naturales según corresponda - DNI o Carné de Extranjería del representante legal en caso de personas Jurídicas u otros entes colectivos o tratándose de personas naturales o jurídicas, según corresponda | | | 2 DIAS |
| 2 | Vigencia de poder del representante legal, en caso de personas naturales o jurídicas u otros entes colectivos, tratándose de representación de personas naturales, se requiere carta poder con firma legalizada | | | |
| 3 | Declaracion jurada de observancia de condiciones de seguridad | | | |
| 4 | Adicionalmente de ser el Caso, serán exigibles los siguientes requisitos: - Copia simple del título profesional en el caso de servicios relacionados con la salud - Copia simple de la autorización expedida por la DISA | | | |
| 5 | Derecho de tramite | S/. 105.90 | | |

ANEXO N° 02

En el presente anexo se detalla las características de la Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.)

SOCIEDAD ANONIMA CERRADA S.A.C.

CARACTERISTICAS

- ✓ El número de accionistas no puede ser menor de 2 y máximo 20 accionistas.
- ✓ Se impone el derecho de adquisición preferente por los socios, salvo que el estatuto disponga lo contrario.
- ✓ Se constituye por los fundadores al momento de otorgarse la escritura pública que contiene el pacto social y el estatuto.
- ✓ El Capital Social está representado por acciones nominativas y se conforma con los aportes (en bienes y/o en efectivo) de los socios, quienes no responden personalmente por las deudas sociales.
- ✓ Es una persona Jurídica de Derecho Privado de naturaleza mercantil cualquiera sea su objetivo.
- ✓ No puede inscribir sus acciones en el Registro Público del Mercado de Valores.
- ✓ Prevalece el elemento personal, dentro de un esquema de sociedad de capitales.
- ✓ Surge como relevo de la Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada – S.R.L.
- ✓ Es la alternativa perfecta para empresas familiares.

DENOMINACION

La empresa podrá optar cualquier denominación o razón social siempre con a indicación Sociedad Anónima Cerrada o las siglas S.A.C.

CAPITAL SOCIAL

El Capital Social está constituido por el aporte de los socios o accionistas. Está conformado por bienes no dinerarios (muebles, equipos y maquinarias), bienes dinerarios (efectivo) y bienes mixtos (dinerarios y no dinerarios). Estos bienes, que constituyen el patrimonio social de la empresa, deben ser susceptibles de valorarse económicamente y transferirse a la sociedad.

OBJETO SOCIAL

Puede desarrollar actividades de comercio, manufactura, servicios, extracción y otros.


ORGANOS DE LA EMPRESA

- ✓ **Junta General de Accionista**, Es el órgano supremo de la sociedad, está conformado por el total de accionistas. Su actividad se encuentra limitada por el estatuto. Cada acción da derecho a un voto.
- ✓ **Gerente General**, es la persona en quien recae la representación legal y de gestión de la sociedad. El Gerente convoca a la junta de accionistas.
- ✓ **Sub-Gerente**, remplaza al gerente en caso de su ausencia (no es obligatorio).
- ✓ **Directorio**, el nombramiento de un Directorio por la Junta es facultativo (no es obligatorio).

Fuente: SUNAT.

ANEXO N° 03

En el presente anexo se detalla la solicitud para la reserva de nombre de persona jurídica, el cual es el paso previo a la constitución de la empresa.

 **ANEXO 1: FORMULARIO**

SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA

SEÑOR REGISTRADOR DEL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS:

Yo, _____ identificado con:
DNI° CIP CE OTROS _____ N° _____
en mi calidad de (titular socio abogado notario representante) domiciliado en _____, distrito de _____, Provincia de _____, ante Ud. con el debido respeto me presento y digo:

SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA para:

Constitución Modificación de Estatuto

Podrá indicar hasta 03 nombres y de forma opcional sus correspondientes abreviaturas tratándose de denominaciones.¹
Sólo se concederá la reserva de un nombre (completo o abreviado) de forma excluyente.

| NOMBRE COMPLETO DE LA PERSONA JURÍDICA OBLIGATORIO | NOMBRE ABREVIADO DE LA PERSONA JURÍDICA OPCIONAL |
|---|---|
| 1. _____ _____ | 1. _____ _____ |
| 2. _____ _____ | 2. _____ _____ |
| 3. _____ _____ | 3. _____ _____ |

TIPO DE PERSONA JURÍDICA: (Marque una opción)

S.A ASOCIACIÓN S.R.L COMITÉ S. CIVIL
 S.A.C E.I.R.L COOPERATIVA OSB
 OTROS (precisar el tipo de persona jurídica) _____

NOMBRE (S) Y APELLIDOS DE TODOS LOS INTEGRANTES DE LA PERSONA JURÍDICA EN CONSTITUCIÓN O NOMBRE DE LA PERSONA JURÍDICA CONSTITUIDA EN CASO DE MODIFICACIÓN DE ESTATUTOS O NOMBRE DE LAS PERSONAS AUTORIZADAS PARA LA FORMALIZACIÓN (letra imprenta):

| | |
|-------|-------|
| _____ | _____ |
| _____ | _____ |
| _____ | _____ |

Lima, _____ de _____ del 20 __

Firma del Solicitante

Fuente: SUNARP

ANEXO N° 04


En el siguiente anexo se detalla los pasos que se deben realizar para la elaboración del Acto Constitutivo.

| Servicios : | Orientación : | Trámite : | Costo : | Requisitos : | Requiere Cita : |
|---|---------------|-----------|----------|---|-----------------|
| Elaboración de Minuta o Acto Constitutivo | No | Si | Gratuito | <p>1) Reserva de nombre de la Empresa tramitado en Registros Públicos (realizar el trámite de Constitución antes de 5 días de su vencimiento).</p> <p>Nota: Las personas que tengan sociedad conyugal (no pueden ser socios) y en el caso de llevar el nombre de ingenieros o arquitectos (uno de los socios debe ser titulado y colegiado).</p> <p>2) Presentar DNI de todos los intervinientes o copia de los DNI de las personas que no se encuentren físicamente (sin deuda en ONPE). Para extranjeros: carné de extranjería vigente o pasaporte con autorización para firmar contratos vigentes o permiso temporal de permanencia (PTP) vigente. Nota: En caso de ser casado (a) debe presentar 01 copia del DNI del cónyuge. En caso de tener separación de patrimonio o unión de hecho inscrita en SUNARP, presentar una copia literal el mismo, con una antigüedad no mayor a 15 días.</p> <p>3) Si los intervinientes tienen 70 años o más, deben traer certificado médico expedido por un neurólogo o psiquiatra de MINSA, ESSALUD o particular que señale: estar en pleno uso de sus facultades mentales. El certificado debe tener una antigüedad no mayor a 15 días. Si los socios o titular tienen alguna discapacidad deberán presentar una copia del DNI del Testigo a Ruego (Sujeto a evaluación de la notaría).</p> <p>4) El objeto social (actividad económica) debe ser detallado y presentado en: - USB o por Email (en Word, tamaño Arial 12 e interlineado 1.5) e Impreso (máximo 1 ½ cara).</p> <p>5) Aporte de Capital Social, valor mínimo S/ 500 y máximo S/ 30,000 (entre todos los socios) y pueden ser en:</p> <p>DINERO: Cuenta con distintas opciones de abono del capital: Opción 1: Debe traer el dinero en efectivo al momento de la elaboración del acto constitutivo, que se depositará a una cuenta del Banco de la Nación (cuenta transitoria sujeta a comisiones establecidas de acuerdo al tarifario del banco). Opción 2: Hacer el depósito del dinero en efectivo en el banco de su elección, el voucher tiene que indicar a nombre de la empresa. Opción 3: También puede firmar una declaración jurada en el cual declara sus aportes en efectivo (máximo 3 UIT).</p> <p>BIENES: Presentar una declaración jurada simple por cada socio, detallando la marca, modelo, serie y valor del bien. En caso de muebles (escritorio, etc.) indicar medidas, color, material y valor en un USB, correo electrónico (Excel) o impreso. Nota: NO se acepta vehículos, inmuebles, mercadería, intangibles, celulares, ni herramientas pequeñas como pinza, alicates, tijeras, entre otros. Si aporta bienes el (la) cónyuge también firmará la escritura pública.</p> <p>Modalidades empresariales a tramitar: E.I.R.L. – S.R.L. – S.A.C – S.A.</p> <p>Costos: Derechos Notariales y Registrales oscila entre S/ 218 a S/ 330. El pago es en efectivo o con tarjeta del Banco de la Nación.</p> <p>Es recomendable que para la elaboración del acto constitutivo, el interesado deba presentarse por lo menos 02 horas antes del cierre de atención del Centro MAC.</p> | No |

Fuente: Ministerio de la Producción.

ANEXO N° 05

En el presente anexo se detalla el formato de declaración jurada y fecha de solicitud de constitución de empresa.



PERÚ
Ministerio
de la Producción

Anexo 1 de Declaración Jurada

FICHA DE SOLICITUD DE CONSTITUCIÓN DE EMPRESAS/MODIFICACIÓN DE ESTATUTOS

Promotor: Fecha:

Estimado(a) Señor(a) Empresario(a): Sírvase llenar la siguiente información: N° de expediente: N° de registro:

I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA EN FORMACIÓN

1. Denominación o Razón Social de la Empresa (especificar si es SA, SAC, SRL o EIRL)
2. Nombre Abreviado de la Empresa (si lo tuviera)
3. Dirección o domicilio Legal de la empresa
Av. Jr. Calle, Pasaje, Prolongación, Malecón, N° o Mz Lote y Urbanización

| | | |
|----------|-----------|-----------------------|
| Distrito | Provincia | Departamento / Región |
|----------|-----------|-----------------------|

4. Teléfono
5. Celular
6. Correo Electrónico

II. INFORMACIÓN ESPECÍFICA DE LA EMPRESA EN FORMACIÓN

7. Descripción de la Actividad Económica

III. INFORMACIÓN DEL TITULAR O SOCIOS DE LA EMPRESA EN FORMACIÓN (Si el listado fuera mayor, adjuntar una hoja adicional como declaración jurada con firma del declarante)

1. Información del socio(a)

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---------|----------|-------------|---------------------------|
| Apellido Paterno | Apellido Materno | Nombres | DNI / CE | Fecha de Nacimiento | | | | |
| <input style="width: 100%;" type="text"/> | <input style="width: 100%;" type="text"/> | <input style="width: 100%;" type="text"/> | <input style="width: 100%;" type="text"/> | <input style="width: 100%;" type="text"/> | | | | |
| Sexo | Discapacitado | Nacionalidad | Estado Civil | Grado de Instrucción | | | | |
| M F | SI NO | <input style="width: 100%;" type="text"/> | <input style="width: 100%;" type="text"/> | <input style="width: 100%;" type="text"/> | | | | |
| Profesión/Ocupación | | | Total de aportes en efectivo (S/.) | Total de aportes en bienes (S/.) | | | | |
| <input style="width: 100%;" type="text"/> | | | <input style="width: 100%;" type="text"/> | <input style="width: 100%;" type="text"/> | | | | |
| Dirección o domicilio | | | Cargo | | | | | |
| <input style="width: 100%;" type="text"/> | | | <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center;">Gerente</td> <td style="width: 50%; text-align: center;">Director</td> </tr> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center;">Sub Gerente</td> <td style="width: 50%; text-align: center;">Presidente del Directorio</td> </tr> </table> | | Gerente | Director | Sub Gerente | Presidente del Directorio |
| Gerente | Director | | | | | | | |
| Sub Gerente | Presidente del Directorio | | | | | | | |
| Detalle de los bienes aportados (Si el listado fuera mayor, adjuntar en hoja adicional como declaración jurada con firma del declarante y según los siguientes datos) | | | | | | | | |
| Descripción | Marca | Modelo | Serie | Valor en S/. | | | | |
| <input style="width: 100%;" type="text"/> | <input style="width: 100%;" type="text"/> | <input style="width: 100%;" type="text"/> | <input style="width: 100%;" type="text"/> | <input style="width: 100%;" type="text"/> | | | | |
| <input style="width: 100%;" type="text"/> | <input style="width: 100%;" type="text"/> | <input style="width: 100%;" type="text"/> | <input style="width: 100%;" type="text"/> | <input style="width: 100%;" type="text"/> | | | | |
- Información del cónyuge

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Apellido Paterno | Apellido Materno | Nombres | DNI / CE | Fecha de Nacimiento |
| <input style="width: 100%;" type="text"/> | <input style="width: 100%;" type="text"/> | <input style="width: 100%;" type="text"/> | <input style="width: 100%;" type="text"/> | <input style="width: 100%;" type="text"/> |
| Sexo | Nacionalidad | Profesión/Ocupación | | |
| M F | <input style="width: 100%;" type="text"/> | <input style="width: 100%;" type="text"/> | | |

2. Información del socio(a)

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---------|----------|-------------|---------------------------|
| Apellido Paterno | Apellido Materno | Nombres | DNI / CE | Fecha de Nacimiento | | | | |
| <input style="width: 100%;" type="text"/> | <input style="width: 100%;" type="text"/> | <input style="width: 100%;" type="text"/> | <input style="width: 100%;" type="text"/> | <input style="width: 100%;" type="text"/> | | | | |
| Sexo | Discapacitado | Nacionalidad | Estado Civil | Grado de Instrucción | | | | |
| M F | SI NO | <input style="width: 100%;" type="text"/> | <input style="width: 100%;" type="text"/> | <input style="width: 100%;" type="text"/> | | | | |
| Profesión/Ocupación | | | Total de aportes en efectivo (S/.) | Total de aportes en bienes (S/.) | | | | |
| <input style="width: 100%;" type="text"/> | | | <input style="width: 100%;" type="text"/> | <input style="width: 100%;" type="text"/> | | | | |
| Dirección o domicilio | | | Cargo | | | | | |
| <input style="width: 100%;" type="text"/> | | | <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center;">Gerente</td> <td style="width: 50%; text-align: center;">Director</td> </tr> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center;">Sub Gerente</td> <td style="width: 50%; text-align: center;">Presidente del Directorio</td> </tr> </table> | | Gerente | Director | Sub Gerente | Presidente del Directorio |
| Gerente | Director | | | | | | | |
| Sub Gerente | Presidente del Directorio | | | | | | | |
| Detalle de los bienes aportados (Si el listado fuera mayor, adjuntar en hoja adicional como declaración jurada con firma del declarante y según los siguientes datos) | | | | | | | | |
| Descripción | Marca | Modelo | Serie | Valor en S/. | | | | |
| <input style="width: 100%;" type="text"/> | <input style="width: 100%;" type="text"/> | <input style="width: 100%;" type="text"/> | <input style="width: 100%;" type="text"/> | <input style="width: 100%;" type="text"/> | | | | |
| <input style="width: 100%;" type="text"/> | <input style="width: 100%;" type="text"/> | <input style="width: 100%;" type="text"/> | <input style="width: 100%;" type="text"/> | <input style="width: 100%;" type="text"/> | | | | |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|------------------|----|-----------------------|---------|--------------|--|----------------------|--|------------------------------------|---|
| 3. Información del socio(a) | | | | | | | | | | | |
| Apellido Paterno | | Apellido Materno | | | Nombres | | | DNI / CE | | Fecha de Nacimiento | |
| Sexo | | Discapacitado | | Nacionalidad | | Estado Civil | | Grado de Instrucción | | Profesión / Ocupación | |
| M | F | SI | NO | | | | | | | Total de aportes en efectivo (S/) | |
| Dirección o domicilio | | | | | | | | | | Total de aportes en bienes (S/) | |
| Dirección o domicilio | | | | | | | | | | Cargo | |
| | | | | | | | | | | Gerente | |
| | | | | | | | | | | Sub Gerente | |
| | | | | | | | | | | Director | |
| | | | | | | | | | | Presidente del Directorio | |
| Detalle de los bienes aportados (Si el listado fuera mayor, adjuntar en hoja adicional como declaración jurada con firma del declarante y según los siguientes datos) | | | | | | | | | | | |
| Descripción | | | | Marca | | Modelo | | Serie | | Valor en S/. | |
| | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| Información del cónyuge | | | | | | | | | | | |
| Apellido Paterno | | Apellido Materno | | | Nombres | | | DNI / CE | | Fecha de Nacimiento | |
| | | | | | | | | | | | |
| Sexo | | Nacionalidad | | Profesión / Ocupación | | DNI / CE | | Fecha de Nacimiento | | Sexo | |
| M | F | | | | | | | | | M | F |

DECLARACIÓN JURADA

Por el presente documento, yo identificado(a) con DNI/CE N°, con domicilio en distrito de provincia de departamento de con teléfono en mi calidad de socio/ asociado/ representante de la empresa/asociación denominada: declaro bajo juramento que la información consignada en el Anexo N° 1, obedece a la verdad de acuerdo al art. 56, incisos 1 y 4 de la Ley de Procedimiento Administrativo General - Ley N° 27444; y solicito se inicie el siguiente trámite (marcar con una "x"):

Constitución de sociedad (empresa) ()

Para lo cual adjunto los siguiente documentos:

| Requisitos Anexos | Marcar con "x" |
|--|----------------|
| 1 Reserva de preferencia registral (SUNARP) | |
| 2 Copia simple del DNI (vigente y actualizado) /carnet de extranjería del titular y los socios / asociados. En el caso de socios/asociados casados: copia simple del DNI/carnet de extranjería del cónyuge. | |
| 3 En caso ser necesario: - Copia simple del DNI/carnet de extranjería del testigo - Copia literal de separación de patrimonio | |
| 4 En el caso de poderes: copia de la partida electrónica (antigüedad máxima de 15 días) | |

Asimismo solicito que la minuta generada se remita a la Notaría

Por último, manifiesto que la información consignada en el presente documento se encuentra conforme a lo proporcionado por mi persona, siendo que todo error o modificación posterior es de mi responsabilidad, conforme al art. 56, incisos 1 y 4 de la Ley del Procedimiento Administrativo General - Ley N° 27444.

..... de del 20.....
(Ciudad)

(Nombre y Apellidos del socio/asociado/representante)

(Firma)

ANEXO N° 06

En el presente anexo se detalla un modelo de constitución de Sociedad Anónima Cerrada.

SEÑOR NOTARIO

SÍRVASE EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PÚBLICAS UNA CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANONIMA CERRADA, DE CONFORMIDAD CON EL ARTICULO 58 LITERAL I) DEL D. LEG. N° 1049, DECRETO LEGISLATIVO DEL NOTARIADO, CONCORDADO CON EL DECRETO SUPREMO N° 007-2008-TR – TUO DE LA LEY DE PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD, FORMALIZACION Y DESARROLLO DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA Y DEL ACCESO AL EMPLEO DECENTE, LEY MYPE, QUE OTORGAN:

- A. JEISON DAVID ARAPA SULCA DE NACIONALIDAD PERUANA, PROFESION ADMINISTRADOR CON D.N.I. 47700319, ESTADO CIVIL SOLTERO;
- B. DAVID RICHARD ARAPA MUÑOZ, DE NACIONALIDAD PERUANO, OCUPACION COMERCIANTE CON D.N.I. 28243933, ESTADO CIVIL SOLTERO,

SEÑALANDO DOMICILIO COMUN PARA EFECTOS DE ESTE INSTRUMENTO EN: AV PROCERES DE LA INDEPENDENCIA N° 522, DISTRITO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO, PROVINCIA DE LIMA Y DEPARTAMENTO DE LIMA.

EN LOS TERMINOS SIGUIENTES:

PRIMERO. - POR EL PRESENTE PACTO SOCIAL, LOS OTORGANTES MANIFIESTAN SU LIBRE VOLUNTAD DE CONSTITUIR UNA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA, BAJO LA DENOMINACION DE "IMPORTACIONES DAS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA", PUDIENDO UTILIZAR LA ABREVIATURA DE "IMPORTACIONES DAS S.A.C."; SE OBLIGAN A EFECTUAR LOS APORTES PARA LA FORMACION DEL CAPITAL SOCIAL Y A FORMULAR EL CORRESPONDIENTE ESTATUTO.

SEGUNDO. - EL MONTO DEL CAPITAL DE LA SOCIEDAD ES DE S/. 50,000.00 (CUARENTA MIL Y 00/100 NUEVOS SOLES) REPRESENTADO POR 40,000 ACCIONES NOMINATIVAS DE UN VALOR NOMINAL DE S/ 1.00 CADA UNA, SUSCRITAS Y PAGADAS DE LA SIGUIENTE MANERA:

1. JEISON DAVID ARAPA SULCA, SUSCRIBE 20,000 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/. 20,000.00 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.
2. DAVID RICHARD ARAPA MUÑOZ, SUSCRIBE 30,000 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/. 30,000.00 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO

TERCERO. - 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 DENOMINARÁ LA "LEY".

ESTATUTO

ARTICULO 1.- DENOMINACION-DURACION-DOMICILIO: LA SOCIEDAD SE DENOMINA: "IMPORTACIONES DAS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA" PUDIENDO USAR LA ABREVIATURA "IMPORTACIONES DAS S.A.C.".

TIENE UNA DURACION INDETERMINADA, INICIA SUS OPERACIONES EN LA FECHA DE ESTE PACTO Y ADQUIERE PERSONALIDAD JURIDICA DESDE SU INSCRIPCION EN EL REGISTRO DE PERSONAS JURIDICAS DE SU DOMICILIO ES LA PROVINCIA DE LIMA, DEPARTAMENTO DE LIMA PUDIENDO ESTABLECER SUCURSALES U OFICINAS EN CUALQUIER LUGAR DEL PAIS O EN EL EXTRANJERO.

ARTICULO 2.- OBJETO SOCIAL: LA SOCIEDAD TIENE POR OBJETO DEDICARSE A: SERVICIO DE COMERCIALIZACIÓN DE VAJILLAS DE PORCELANA. SE ENTIENDEN INCLUIDOS EN EL OBJETO SOCIAL LOS ACTOS RELACIONADOS CON EL MISMO QUE COADYUVEN A LA REALIZACION DE SUS FINES. PARA CUMPLIR DICHO OBJETO, PODRA REALIZAR TODOS AQUELLOS ACTOS Y CONTRATOS QUE SEAN LICITOS, SIN RESTRICCION ALGUNA.

ARTÍCULO 3.- CAPITAL SOCIAL: EL MONTO DEL CAPITAL DE LA SOCIEDAD ES DE S/. 40,000.00 (CUARENTA MIL Y 00/100 NUEVOS SOLES) REPRESENTADO POR 40,000 ACCIONES NOMINATIVAS DE UN VALOR NOMINAL DE S/1.00 CADA UNA.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO.

ARTICULO 4.- TRANSFERENCIA Y ADQUISICION DE ACCIONES: LOS OTORGANTES ACUERDAN SUPRIMIR EL DERECHO DE PREFERENCIA PARA LA ADQUISICION DE ACCIONES, CONFORME A LO PREVISTO EN EL ULTIMO PARRAFO DEL ARTICULO 237º DE LA "LEY".

ARTICULO 5.- ORGANOS 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 ORGANO SUPREMO DE LA SOCIEDAD. LOS ACCIONISTAS CONSTITUIDOS EN JUNTA GENERAL DEBIDAMENTE CONVOCADA, Y CON EL QUORUM CORRESPONDIENTE, DECIDEN POR LA MAYORIA QUE ESTABLECE LA "LEY" LOS ASUNTOS PROPIOS DE SU COMPETENCIA. TODOS LOS ACCIONISTAS INCLUSO LOS DISIDENTES Y LOS QUE NO HUBIERAN PARTICIPADO EN LA REUNION, ESTAN SOMETIDOS A LOS ACUERDOS ADOPTADOS POR LA JUNTA GENERAL.

LA CONVOCATORIA A JUNTA DE ACCIONISTAS SE SUJETA A LO DISPUESTO EN EL ART. 245º DE LA "LEY". EL ACCIONISTA PODRA HACERSE REPRESENTAR EN LAS REUNIONES DE JUNTA GENERAL POR MEDIO DE OTRO ACCIONISTA, SU CONYUGE, O ASCENDIENTE O DESCENDIENTE EN PRIMER GRADO, PUDIENDO EXTENDERSE LA REPRESENTACION A OTRAS PERSONAS.

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

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

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

EL GERENTE GENERAL ESTA FACULTADO PARA LA EJECUCION 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 SENALADAS EN LOS ARTICULOS 74, 75, 77 Y 436 DEL CODIGO PROCESAL CIVIL, ASI COMO LA FACULTAD DE REPRESENTACION PREVISTA EN EL ARTICULO 10 DE LA LEY 26636 Y DEMAS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS; TENIENDO EN TODOS LOS CASOS FACULTAD DE DELEGACION O SUSTITUCION. ADEMÁS, PODRA CELEBRAR CONCILIACION EXTRAJUDICIAL, PUDIENDO SUSCRIBIR EL ACTA CONCILIATORIA, GOZANDO DE LAS FACULTADES SENALADAS EN LAS DISPOSICIONES LEGALES QUE LO REGULAN. ADEMÁS PODRA CONSTITUIR Y REPRESENTAR A LAS ASOCIACIONES QUE CREA CONVENIENTE Y DEMAS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS.
 - C. ABRIR, TRANSFERIR, CERRAR Y ENCARGARSE DEL MOVIMIENTO DE TODO TIPO DE CUENTA BANCARIA; GIRAR, COBRAR, RENOVAR, ENDOSAR, DESCONTAR Y PROTESTAR, ACEPTAR Y REACEPTAR CHEQUES, LETRAS DE CAMBIO, PAGARES, CONOCIMIENTO DE EMBARQUE, CARTA DE PORTE, POLIZAS, CARTAS FIANZAS Y CUALQUIER CLASE DE TITULOS VALORES, DOCUMENTOS MERCANTILES Y CIVILES; OTORGAR RECIBOS CANCELACIONES, SOBREGIRARSE EN CUENTA CORRIENTE CON GARANTIA O SIN ELLA, SOLICITAR TODA CLASE DE PRESTAMOS CON GARANTIA HIPOTECARIA,
 - 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 PUBLICOS. EN GENERAL PODRA CONSTITUIR GARANTIA HIPOTECARIA, MOBILIARIA Y, DE CUALQUIER FORMA. PODRA CELEBRAR TODA CLASE DE CONTRATOS NOMINADOS E INNOMINADOS, INCLUSIVE LOS DE LEASING O ARRENDAMIENTO FINANCIERO, LEASE BACK, FACTORY Y/O UNDERWRITING, CONSORCIO, ASOCIACION EN PARTICIPACION Y CUALQUIER OTRO CONTRATO DE COLABORACION EMPRESARIAL, VINCULADOS CON EL OBJETO SOCIAL ADEMÁS PODRA SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE Y SUSCRIBIR LOS RESPECTIVOS CONVENIOS ARBITRALES.
 - E. SOLICITAR, ADQUIRIR, TRANSFERIR REGISTROS DE PATENTE, MARCAS, NOMBRES COMERCIALES CONFORME A LEY, SUSCRIBIENDO CUALQUIER CLASE DE DOCUMENTOS VINCULADOS A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL O INTELLECTUAL.
 - F. PARTICIPAR EN LICITACIONES, CONCURSOS PUBLICOS Y/O ADJUDICACIONES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS, QUE CONLLEVE A LA REALIZACION DEL OBJETO SOCIAL.
- EL GERENTE GENERAL PODRA REALIZAR TODOS LOS ACTOS NECESARIOS PARA LA ADMINISTRACION DE LA SOCIEDAD, SALVO LAS FACULTADES RESERVADAS A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.

ARTICULO 9.- MODIFICACION DEL ESTATUTO, AUMENTO Y REDUCCION DEL CAPITAL: LA MODIFICACION DEL PACTO SOCIAL, SE RIGE POR LOS ARTICULOS 198 Y 199 DE LA "LEY", ASI COMO EL AUMENTO Y REDUCCION DEL CAPITAL SOCIAL, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 201 AL 206 Y 215 AL 220, RESPECTIVAMENTE DE LA "LEY".

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

ARTICULO 11.- DISOLUCION, LIQUIDACION Y EXTINCION: EN CUANTO A LA DISOLUCION, LIQUIDACION Y EXTINCION DE LA SOCIEDAD, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 407, 409, 410, 412, 413 A 422 DE LA "LEY".

CUARTO. - QUEDA DESIGNADO COMO GERENTE GENERAL: JEISON DAVID ARAPA SULCA CON D.N.I. 47700319, CON DOMICILIO EN: AV. PROCERES DE LA INDEPENDENCIA N° 522, DISTRITO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO, PROVINCIA DE LIMA, DEPARTAMENTO DE LIMA.

CLAUSULA ADICIONAL I.- SE DESIGNA COMO SUB-GERENTE DE LA SOCIEDAD A LUIS HERALD ARAPA SULCA CON D.N.I. 47700317, CON DOMICILIO EN: AV. PROCERES DE LA INDEPENDENCIA N° 522, DISTRITO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO, PROVINCIA DE LIMA, DEPARTAMENTO DE LIMA, QUIEN TENDRA LAS SIGUIENTES FACULTADES:

- REEMPLAZAR AL GERENTE EN CASO DE AUSENCIA.
- INTERVENIR EN FORMA INDIVIDUAL O CONJUNTA CON EL GERENTE GENERAL, EN LOS CASOS PREVISTOS EN LOS INCISOS E, F, G Y H DEL ARTÍCULO 15 DEL ESTATUTO.

LIMA, DE DEL 2020

ANEXO N° 07

En el presente anexo se detalla las características del Régimen MYPE Tributario (RMT).

| | |
|---|---|
| Tipo de comprobante de pago | <ul style="list-style-type: none">- Factura.- Boleta de venta.- Ticket o cinta emitidos por máquinas registradoras.- Guía de remisión (transportista).- Notas de Débito.- Notas de Crédito. |
| Libros de contabilidad legalizados | <ul style="list-style-type: none">- Registro de ventas.- Registro de compras.- Libro diario de formato simplificado. |
| Tributos a los que estás afecto | <ul style="list-style-type: none">- Impuesto General a las Ventas (IGV) 18%.- Impuesto a la renta si los ingresos anuales del ejercicio no superan las 300 UIT se declaran y pagan el 1% de sus ingresos netos mensuales. Si en cualquier mes se superan las 300 UIT se declara y paga el 1.5% |
| Medios para la declaración y pago | A través de los Programas de Declaración Telemática (PDT): <ul style="list-style-type: none">- PDT IGV – Renta- PDT Otras retenciones- PDT Planilla Electrónica |

Fuente: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

ANEXO N° 08

En el presente anexo se detalla los beneficios para el empleador y empleados que se encuentran en el Régimen Laboral Especial de la microempresa.

| Para empleados: | Para empleador: |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">○ Tienen derecho a percibir una Remuneración Mínima Legal.○ Jornada Laboral de 8 horas.○ Tienen derecho a percibir remuneración por sobretiempo.○ Gozan de descanso semanal y en días feriados.○ Tienen derecho a 15 días de vacaciones.○ Tienen acceso al seguro de salud, tanto el asegurado como sus derechohabientes.○ El aportar a una Administradora Privada de Pensiones (AFP) o a la Oficina de Normalización Previsional (ONP), es opcional.○ Podrá suscribirse al Sistema de Pensiones Sociales (SPS). | <ul style="list-style-type: none">○ No hay obligación de realizar el pago por CTS.○ Los trabajadores sólo gozan de 15 días de vacaciones.○ No está obligada a pagar recarga del 35% por trabajo nocturno.○ No realiza pago de gratificaciones por Fiestas Patrias o Navidad.○ No hay obligación de pagar Asignación Familiar.○ No hay pago de utilidades.○ Tiene acceso al seguro de salud, tanto el asegurado como sus derechohabientes.○ Podrá optar por el Sistema Integral de Salud (SIS) por el cual solo realizará el pago mensual de 15 Nuevos Soles, ya que será subsidiado por el estado. |

Fuente: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

ANEXO N° 09

En el presente anexo se detalla un modelo de contrato temporal por inicio de actividades.

Conste por el presente documento el Contrato de Trabajo SUJETO A MODALIDAD, que bajo la denominación de CONTRATO TEMPORAL POR INICIO DE NUEVA ACTIVIDAD, celebramos por una parte, la Empresa IMPORTACIONES DAS S.A.C. con Registro Único de Contribuyente No, con domicilio en Av, Próceres de la Independencia N° 520 - San Juan de Lurigancho, a la que en adelante se le denominará LA EMPRESA, debidamente representada por su Gerente General Don (a) JEISON DAVID ARAPA SULCA identificado con D.N.I. No 47700319, con poder inscrito en el Registro Público de Lima en la Ficha No 01257896, y por otra parte Don LUIS HERALD ARAPA SULCA, identificado con D.N.I. No, de Estado Civil soltero, con domicilio real en a quien en adelante se le denominará EL TRABAJADOR, contrato que observando las formalidades legales, suscribimos en el ejercicio de nuestra libertad contractual, según las cláusulas y condiciones siguientes:

PRIMERA: La actividad económica principal de la EMPRESA, es la comercialización de vajillas de porcelana, por acuerdo de su directorio, debidamente inscrito en el Registro Público de los Registros Públicos de Lima. Ficha No acordó iniciar temporalmente y en forma experimental una nueva actividad empresarial consistente en prestar servicio de venta de vajillas de porcelana.

SEGUNDA: La EMPRESA necesita cubrir el puesto de jefe de logística para el local de la empresa IMPORTACIONES DAS S.A.C.

TERCERA: La EMPRESA, de conformidad con lo dispuesto por el Art. 57 de la Ley de Productividad y competitividad laboral, contrata los servicios del Sr. Luis Herald Arapa Sulca, para que ocupe el puesto de jefe de logística en Av. Próceres de la Independencia N° 520 - San Juan de Lurigancho de la ciudad de Lima.

CUARTA: El plazo de contrato es de 3 meses se inicia el 01 de junio y vence el 31 de agosto del 20... vencido el plazo, el contrato queda resuelto automáticamente, sin requerirse de aviso previo.

QUINTA: La Jornada Ordinaria de trabajo es de ocho horas de lunes a viernes siendo horario de trabajo de 9:00 a 17:45 horas.

SEXTA: El TRABAJADOR, percibirá una remuneración mensual de S/1000.00, la misma que será abonada puntualmente. En casos justificados se podrá adelantar hasta el 30% de la remuneración, son más trámite que la suscripción de un vale.

SEPTIMA: Este contrato está normado por la Ley de Productividad y Competitividad Laboral, aprobada por D.S.No.003-97-TR.

OCTAVA: El presente Contrato se suscribe por triplicado, obligándose el empleador a remitir una copia a la autoridad administrativa de trabajo para su conocimiento y registro.

Las partes debidamente enteradas del tenor del presente documento, en uso de sus facultades y derechos lo suscriben en la ciudad de lima a los 30 días del mes de mayo de 2016.

EL TRABAJADOR

LA EMPRESA

ANEXO N° 10

ENCUESTA PARA MEDIR EL GRADO DE ACEPTACIÓN DEL PÚBLICO CON LAS VAJILLAS DE PORCELANA DECORATIVAS

Señala con una (X) la opción elegida.

1. Sexo

- a. Hombre ()
- b. Mujer ()

2. ¿Qué edad tiene?

- a. 18 – 24 ()
- b. 25 – 39 ()
- c. 40 – 55 ()
- d. 56 a más ()

3. ¿En qué zona se ubica su domicilio?

- a. Lima centro ()
- b. Lima este ()
- c. Lima norte ()
- d. Lima sur ()
- e. Lima moderna ()
- f. Callao ()

4. ¿En algún momento ha comprado vajillas de porcelana decorativa?

- a. Si ()
- b. No ()

5. ¿Compraría vajillas de porcelana decorativa?

- a. Si ()
- b. No ()

6. ¿Realiza compras continuas de vajillas de porcelana decorativa?

- a. Si ()
- b. No ()

7. ¿Cuántas veces al año compraría vajillas de porcelana decorativa?

- a. 2 veces ()
- b. 3 veces ()
- c. 4 veces ()
- d. Más de 4 veces ()

8. ¿Conoce a algún comerciante de vajillas de porcelana decorativa?

- a. Si ()
- b. No ()

9. ¿Qué características debería cumplir un producto para satisfacer sus expectativas?

- a. Material resistente ()
- b. Modelo ()
- c. Precio ()

10. ¿Cómo le gustaría que le llegue información de los productos?

- a. Correo electrónico ()
- b. Redes sociales ()
- c. En tienda ()

11. ¿Qué redes sociales utiliza con mayor frecuencia?

- a. Facebook ()
- b. WhatsApp ()
- c. Instagram ()
- d. YouTube ()
- e. Twitter ()

REFERENCIAS

Diario Gestión. (2018). ¿Cómo registrar o constituir una empresa en el Perú?. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/empresas/constituir-empresa-peru-registrar-negocio-nombre-minuta-escritura-publica-nnda-nnlt-247939-noticia/?ref=gesr>

Gobierno del Perú. (2019). Registrar o constituir una empresa. Recuperado de <https://www.gob.pe/269-ministerio-de-la-produccion-registrar-o-constituir-una-empresa>

Gobierno del Perú. (2019). Buscar y reservar el nombre de una empresa. Recuperado de <https://www.gob.pe/271-registro-o-constitucion-de-empresa-busqueda-y-reserva-de-nombre>

Gobierno del Perú. (2019). Tipos de empresas (Razón Social o Denominación). Recuperado de <https://www.gob.pe/254-tipos-de-empresa-razon-social-o-denominacion-tipos-de-empresa-razon-social-o-denominacion>

INDECOPI. (2020). Registro de Marca y Otros Signos. Recuperado de <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>

SUNAT. (2019). Iniciando mi negocio. Recuperado de <https://emprender.sunat.gob.pe/que-beneficios-tengo>

SUNAT. (s.f.). RÉGIMEN LABORAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html>

SUNAT (s.f.). CARACTERÍSTICAS DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/caracteristicas-microPequenaEmpresa.html>

Gobierno del Perú. (2019). RÉGIMEN LABORAL ESPECIAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA. Recuperado de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/289278/Art%C3%ADculo_REMYPE_-_Enero_2019.pdf

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2018). DEL REGISTRO – REMYPE. Recuperado de <http://www2.trabajo.gob.pe/el-ministerio-2/sector-empleo/dir-gen-promocion-del-empleo/remype/sobre-el-registro-remype/>

SUNAT. (2018). NEGOCIO EN MARCHA. Recuperado de <https://emprender.sunat.gob.pe/que-libros-contables-debo-llevar>

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (s.f.). El 1,2,3 de la formalización laboral. Recuperado de https://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/informacion/TRABAJADORES/DLT_formacion_laboral.pdf

Diario Gestión. (2018). ¿Cuáles son los tipos de contrato laborales y sus beneficios?. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/management-empleo/son-tipos-contrato-laborales-beneficios-238789-noticia/?ref=gesr>

Diario El Peruano. (2020). INEI: La inflación en el país llegó a 0.41% en abril. Recuperado de <https://elperuano.pe/noticia-inei-inflacion-el-pais-llego-a-041-abril-95247.aspx>

Banco Mundial. (2020). Crecimiento del PIB (% anual). Recuperado de <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?locations=DE>

INEI. (2018). Perú: Crecimiento y distribución de la población, 2017. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1530/libro.pdf

Carrillo, R. (2017). Cuaderno de Documentación de Canales de Distribución del Perú. Recuperado de https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/ulima/4822/Carrillo_Ricardo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

INEI. (2017). Perú: Perfil Sociodemográfico, 2017. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1539/cap01.pdf

Arellano. (s.f.). Los seis Estilos de Vida. Recuperado de <https://www.arellano.pe/los-seis-estilos-de-vida/>

PerúRetail. (2019). E-commerce: Peruanos gastan hasta S/1,150 en productos para el hogar. Recuperado de <https://www.peru-retail.com/e-commerce-peruanos-gastan-en-productos-para-el-hogar/>

IPSOS. (2019). Perfiles Socioeconómicos de Lima. Recuperado de <https://www.ipsos.com/es-pe/perfiles-socioeconomicos-de-lima>

Banco Mundial. (2020). Perú Panorama general. Recuperado de <https://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview>

Fondo Monetario Internacional. (2020). Seis cosas sobre la economía de Perú en 2020. Recuperado de <https://www.imf.org/es/News/Articles/2020/01/14/NA011420-Six-Things-to-Know-About-Peru-Economy-in-2020>

Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f.). LOGISTICA Y DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL: CLAVE EN LAS OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR. Recuperado de <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/11675/100000048.pdf>

Santander – Trade Markets. (s.f.). COBROS Y PAGOS. Recuperado de <http://santandertrade.com/es/portal/banca/argentina/cobros-y-pagos>

SUNAT. (s.f.). DESPACHO ANTICIPADO EN EL REGIMEN DE IMPORTACIÓN PARA EL CONSUMO. Recuperado de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/capacitacion/2013-2-SUNAT-Despacho-Anticipado-de-Importacion.pdf>

Trade Map. (2020). Lista de exportadores para el producto 691110 Artículos para servicio de mesa o cocina, de porcelana. Recuperado de https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c691110%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1

World Energy Trade. (2020). ¿Cuáles son los principales puertos en China?. Recuperado de <https://www.worldenergytrade.com/logistica/puertos-y-aduanas/cuales-son-los-principales-puertos-en-china>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2020). Ayacucho, reporte de comercio – 2019. Recuperado de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/460071/RCR_Ayacucho_2019_ISem.pdf

Banco Central De Reserva Del Perú. (2020). Ayacucho: Síntesis de Actividad Económica – diciembre 2019. Recuperado de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Huancayo/2019/presentacion-ayacucho-12-2019.pdf>