



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

**IMPORTACIÓN DE TELA DE POLIPROPILENO PARA EL  
SECTOR DE CONFECCIÓN EN EL MERCADO  
PERUANO 2020 - 2021**

**PRESENTADO POR  
KAREN NOELIA BURGA VÁSQUEZ**

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

**LIMA – PERÚ  
2020**



**CC BY-NC**

**Reconocimiento – No comercial**

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

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



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

**IMPORTACIÓN DE TELA DE POLIPROPILENO PARA EL SECTOR DE  
CONFECCIÓN EN EL MERCADO PERUANO 2020 - 2021**

Presentado por:

**Bachiller: Karen Noelia Burga Vásquez**

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

**Lima - Perú**

**2020**

## **Dedicatoria**

Este trabajo es dedicado para mis angelitos en el cielo, mi abuelo: Papi Lolo y mi papito Carlos, quien a pesar que se encuentra en su viaje eterno anhela ver y disfrutar este momento, mi esfuerzo para ustedes... a mi mamá Amparo y hermana Carla, sin duda alguna me enseñaron lo importante que es realizar los estudios, en donde paso a paso he estado y disfrutado de su compañía... los amo con todo mi corazón.

## **Agradecimiento**

Eternamente agradecida con Dios, mi familia por su apoyo constante en este camino que elegí.

## ÍNDICE

<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	ix
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	xii
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	1
<b>CAPÍTULO I: ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN</b> .....	3
<b>CAPÍTULO II: ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES</b> .....	4
2.1. Nombre o razón social .....	4
2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU).....	4
2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial.....	5
2.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha.....	6
2.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características .....	7
2.6. Estructura Orgánica .....	8
2.7. Cuadro de Asignación de Personal.....	9
2.8. Forma Jurídica Empresarial .....	9
2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI .....	11
2.10. Requisitos y Trámites Municipales.....	13
2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades .....	15
2.12. Registro de Planillas Electrónicas (PLAME) .....	17
2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.....	18
2.14. Modalidades de Contratos Laborales .....	19
2.15. Contratos Comercial y Responsabilidad Civil de los Accionistas.....	19

<b>CAPÍTULO III: PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL .....</b>	<b>21</b>
3.1. Identificación, descripción y justificación del producto a importar .....	21
3.1.1. Clasificación arancelaria (en ambos países) .....	22
3.1.2. Ficha técnica comercial .....	23
3.1.3. Ecuación de valor para el mercado nacional .....	25
3.1.4. Determinación de la marca a usar .....	26
3.2. Investigación de mercado objetivo .....	27
3.2.1. Segmentación de mercado objetivo (macro y micro segmentación). 27	
3.2.2. Definición del perfil del consumidor .....	32
3.2.3. Medición del mercado objetivo .....	33
3.3. Análisis de oferta y demanda en el mercado .....	35
3.3.1. Análisis de oferta .....	35
3.3.2. Análisis y Cálculo de la demanda .....	35
3.3.3. Análisis de competitividad y benchmark .....	39
3.3.4. Análisis de precio de importación (compra) .....	40
3.3.5. Análisis y determinación de formas de distribución .....	42
3.3.6. Análisis del entorno .....	42
3.4. Estrategias de venta y distribución nacional .....	45
3.4.1. Estrategias de segmentación .....	45
3.4.2. Estrategias de posicionamiento .....	45
3.4.3. Estrategias de ingreso al mercado .....	46
3.4.4. Estrategias de distribución comercial .....	47

3.4.5. Estrategias de Branding .....	48
3.5. Estrategias de promoción nacional .....	48
3.5.1. Establecer los mecanismos y definir estrategias de promoción, incluida promoción de ventas .....	48
3.5.2. Propuesta de Valor .....	49
3.5.3. Estrategias de marketing digital y uso del e-commerce.....	50
3.6. Políticas de estrategias de precio .....	51
<b>CAPÍTULO IV: PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL.....</b>	<b>52</b>
4.1. Envases, Empaque y Embalaje .....	52
4.1.1. Envase.....	52
4.1.2. Empaque .....	53
4.1.3. Embalaje.....	53
4.2. Diseño del Rotulado y Marcado .....	54
4.2.1. Diseño del Rotulado .....	54
4.2.2. Diseño del Mercado.....	55
4.4. Cadena de DFI de importación .....	58
4.5. Seguro de las mercancías.....	65
<b>CAPÍTULO V: PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL.....</b>	<b>66</b>
5.1. Fijación de precios .....	66
5.1.1. Costos y precio .....	66
5.1.2. Cotización internacional.....	71
5.2. Contrato de compra venta internacional y sus documentos.....	72

5.3.	Elección y aplicación del Incoterm .....	74
5.4.	Determinación del medio de pago y cobro .....	75
5.5.	Elección del régimen de importación.....	77
5.6.	Gestión aduanera del comercio internacional .....	78
5.7.	Gestión de las operaciones de importación: Flujograma.....	79
<b>CAPÍTULO VI: PLAN ECONÓMICO FINANCIERO .....</b>		<b>80</b>
6.1.	Inversión Fija.....	80
6.1.1.	Activos Tangibles.....	80
6.1.2.	Activos Intangibles.....	81
6.2.	Capital de Trabajo .....	81
6.3.	Inversión Total.....	82
6.4.	Estructura de Inversión y Financiamiento .....	82
6.5.	Fuentes Financieras y condiciones de crédito .....	84
6.6.	Presupuesto de Costos .....	84
6.7.	Punto de Equilibrio .....	88
6.8.	Tributación de la importación .....	88
6.9.	Presupuesto de Ingresos .....	89
6.10.	Presupuesto de Egresos.....	91
6.11.	Flujo de Caja Proyectado.....	91
6.12.	Estado de Ganancias y Pérdidas.....	92
6.13.	Evaluación de la Inversión .....	93
6.13.1.	Evaluación Económica .....	93

6.13.2.	Evaluación Financiera .....	93
6.13.3.	Evaluación Social .....	94
6.13.4.	Impacto Ambiental.....	94
6.14.	Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo .....	94
6.15.	Cuadro de riesgo del tipo de cambio .....	95
<b>CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>		<b>96</b>
7.1.	Conclusiones.....	96
7.2.	Recomendaciones.....	97
<b>Bibliografía.....</b>		<b>98</b>
<b>ANEXOS .....</b>		<b>102</b>
	Anexo N° 1.....	102
	Anexo N°2.....	103
	Anexo N°3.....	104

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Codificación Internacional .....	5
Tabla 2: Cuadro de Asignación Personal .....	9
Tabla 3. Aporte de Socio - E.I.R.L.....	11
Tabla 4. Cuadro Comparativo de Beneficios MYPE .....	18
Tabla 5. Subpartida nacional de Tela de Polipropileno - Perú .....	23
Tabla 6. Ficha técnica comercial - POLITELA.....	24
Tabla 7. Potenciales clientes - Micro y Pequeña empresas de Confección Textil	31
Tabla 8: Buyer Persona – POLITELA.....	33
Tabla 10. Cantidades de los principales países exportadores para la partida 5603.12 (TM).....	35
Tabla 11. Principales países exportadores de la partida 5603.12 a Perú .....	36
Tabla 12. Demanda de Perú como país importador de la P.A 5603.12 .....	36
Tabla 13. Data histórica de Toneladas importadas de Perú 2015 - 2019.....	37
Tabla 14. Proyección de Demanda en los próximos 05 años - 2021-25 .....	38
Tabla 15. Tendencia del Crecimiento del Mercado para los años 2021 - 2025....	38
Tabla 16. Principales empresas importadoras de la partida 5603.12 – 2019.....	39
Tabla 17. Análisis de Benchmarking .....	40
Tabla 18. Detalle del Envase.....	52
Tabla 19. Paletización - POLITELA.....	56
Tabla 20. Contenedorización - POLITELA .....	57
Tabla 21. Evaluación de medio de transporte .....	61
Tabla 22. Evaluación de la Agencia de Carga.....	62
Tabla 23. Costos logísticos - Agente ADUANDINA.....	63

Tabla 24. Precio promedio de venta de empresas comercializadoras de tela no tejida – 2020.....	67
Tabla 25. Costo FOB por embarque .....	68
Tabla 26. Costo de Importación .....	68
Tabla 27. Costos Fijos – Proyección 2021 - 2025.....	69
Tabla 28. Costos Variables – Proyección 2021 - 2025.....	69
Tabla 29. Cantidad a importar en Kilogramos (Kg) .....	70
Tabla 30. Costos Operativos - Proyección 2021 - 2025 .....	70
Tabla 31. Precio de Venta – Proyección 2021 - 2025 .....	71
Tabla 33. Precio de Venta por Metro (en soles) .....	71
Tabla 34. Información del Contrato de Compraventa Internacional .....	73
Tabla 35. Activos Tangibles .....	80
Tabla 36. Activos Intangibles.....	81
Tabla 37. Capital de Trabajo .....	82
Tabla 38. Inversión Total.....	82
Tabla 39. Estructura de Inversión.....	82
Tabla 40. Amortización de deuda.....	83
Tabla 41. Detalle de Costos Fijos: Servicios .....	85
Tabla 42. Detalle de Costos Fijos: Gastos de Personal .....	85
Tabla 43. Costos Variables: Proyección 05 años .....	86
Tabla 44. Punto de Equilibrio .....	88
Tabla 45. Tributación de la importación .....	88
Tabla 46. Detalle de Ingresos.....	89
Tabla 47. Presupuesto de Ingresos.....	90
Tabla 48. Presupuesto de Egresos .....	91

Tabla 49. Flujo de Caja Económico.....	91
Tabla 50. Flujo de Caja Financiero.....	92
Tabla 51. Estado de Ganancias y Pérdidas .....	92
Tabla 52. Evaluación Económica .....	93
Tabla 53. Evaluación Financiera .....	93
Tabla 54. Determinación del COK.....	94
Tabla 55. Determinación de la WACC.....	94

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Ubicación de la empresa.....	6
Figura 2: Estructura Organizacional.....	8
Figura 3. Formas Jurídicas Empresariales.....	10
Figura 4. Etapas de Trámites de Registro de Marca – INDECOPI.....	13
Figura 5. Regímenes Tributarios - Personas Jurídicas.....	15
Figura 6. Tela de Polipropileno.....	22
Figura 7. Propuesta de Valor.....	25
Figura 8. Logo de POLITELA.....	26
Figura 9. Nro de Empresas por Segmento Empresarial - Lima Metropolitana 2017-18.....	28
Figura 10. Empresas por Área Distrital - Lima Metropolitana 2017-18.....	29
Figura 11. Empresas según Sector Económico - Lima Metropolitana 2018-201729	
Figura 12. Empresas según actividad económica - Lima Metropolitana 2017-1830	
Figura 13. Densidad empresarial del Sector Manufacturero del Perú.....	31
Figura 14. Línea de Tendencia Polinómica - 2015-19.....	37
Figura 15. Las 05 fuerzas de Porter.....	43
Figura 16. Estrategia de Posicionamiento – POLITELA.....	46
Figura 17. Matriz Ansoff – POLITELA.....	47
Figura 18. Modelo de negocios Canvas – POLITELA.....	49
Figura 19. Envase de la Tela de Polipropileno.....	52
Figura 20. Imagen del Embalaje.....	53
Figura 21. Diseño del rotulado – POLITELA.....	54
Figura 22. Marcado de Empaque.....	55
Figura 23. Ejemplificación - POLITELA.....	57

Figura 24. Imagen del proveedor – POLITELA .....	58
Figura 25. Flujo de DFI – POLITELA.....	59
Figura 26. Licencia de Exportación del Proveedor .....	60
Figura 27. Proforma del proveedor Pujiang Xintai Non-Woven Fabric Co., Ltd.	72
Figura 28. Comisión de Transferencia SWIFT .....	76
Figura 29. Flujograma de Operaciones de Importación .....	79

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocio tiene por finalidad evaluar la viabilidad de la implementación y ejecución de la empresa POLITELA E.I.R.L. que se dedica a la importación y comercialización de tela polipropileno, cuya propuesta de valor se basa en calidad y precio.

Para tener un resultado más óptimo de la realización del plan de negocio, se han considerado aspectos, como:

En el primer capítulo de organización y aspectos legales, donde se aborda que la empresa iniciará sus operaciones como una empresa individual de responsabilidad limitada (E.I.R.L) conformada por un solo socio, acogida al régimen mype tributario (RMT) este es un régimen aprobado por el Estado pues busca la formalización de las empresas.

En el segundo capítulo de estudio de mercado, se ha realizado un segmento de mercado en el cual se identificó que la mayoría de comerciantes y confeccionistas están ubicados en el distrito de La Victoria - Lima es por ello que se optó por ubicarnos en dicho lugar.

En el tercer capítulo sobre el estudio técnico, el producto a importar (tela polipropileno) será proveniente del país de China, analizando su oferta y demanda para ingresar al mercado nacional con el nombre de Politela.

En el cuarto capítulo de estudio de inversión y financiamiento, se identificó la inversión tangible, intangible y capital de trabajo, que asciende a S/. 138,049.72

Luego se definió que el capital propio del total de inversión sea del 50% y un financiamiento bancario del 50%, se optó solicitar el financiamiento con el Banco

BCP, el préstamo es de S/. 69,024.86 a un plazo de 36 meses/cuotas con una TEA del 14.02%.

En el quinto capítulo sobre el estudio de costos, ingresos y egresos; se ha determinado los presupuestos de los insumos como publicidad, viáticos, logística y agenciamiento y adquisición del producto a importar el pago al personal interno y externo.

En el sexto capítulo de la evaluación económica y financiera, se presenta al VAN, TIR, B/C y el periodo de recuperación, indicadores que determinan si el proyecto es viable y rentable.

El plan se finaliza presentando las conclusiones, recomendaciones, las fuentes bibliográficas y los respectivos anexos.

## **CAPÍTULO I: ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN**

POLITELA E.I.R.L es una empresa peruana dedicada a la importación de telas de polipropileno y a su vez, la comercialización de la misma para el sector de confección textil. La empresa tiene como forma jurídica E.I.R.L, dado que está conformado por un solo socio, el cual cumple función de gerente general.

La empresa estará localizada en el distrito de La Victoria en Lima, debido al apogeo de empresas dedicadas al rubro de confección en dicha zona. Así mismo, para el inicio de la actividad de la empresa, se optará por un régimen tributario y modalidad de contrato laboral para la relación empleado – empleador.

Seguido, se presenta el Plan de Marketing, el cual consta de investigación del producto a importar, investigación de mercado, determinación de la oferta y la demanda y las estrategias comerciales y de promoción.

Posteriormente, se expone el Plan de Logística Internacional, el cual detalla el procedimiento y requisitos para la importación del producto y la distribución de éste en el mercado de destino.

Luego, se muestra el Plan de Comercio Internacional, donde se detallan los costos a incurrir para la importación del producto y la fijación del precio en el mercado.

Por último, el Plan Económico Financiero, en esta parte del plan de negocio, se detalla y evalúa la viabilidad del proyecto a través de la presentación de los costos y gastos incurridos para la ejecución de la actividad de la empresa. También se dará a conocer las conclusiones y/o recomendaciones del proyecto.

## **CAPÍTULO II: ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES**

### **2.1. Nombre o razón social**

El nombre o razón social de la empresa será “IMPORTACIONES PP E.I.R.L.”. Está constituida por dos palabras: “IMPORTACIONES”, la cual refleja la actividad económica y razón de ser de la empresa. Por otro lado, “PP” es el diminutivo de polipropileno.

Estratégicamente, se ha considerado, englobar el diminutivo de PP “Polipropileno”, dado que con el tiempo se considera diversificar en líneas de productos en base a este material.

La denominación considerada incluye al régimen tributario escogido “E.I.R.L o Empresa Individual de Responsabilidad Limitada”

Así mismo, como nombre comercial se ha considerado: POLITELA E.I.R.L. Teniendo en cuenta que la razón de ser de la empresa, es representada por la importación y comercialización de telas de polipropileno.

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

La Clasificación Industrial Internacional Uniforme, comúnmente llamada CIIU, es una clasificación de actividades que tiene como alcance todas las actividades productivas, es decir, aquellas que producen bienes y servicios. (INEI, 2010).

Además, la CIIU tiene como finalidad, ofrecer un conjunto de categorías de actividades productivas a través de estadísticas diferenciadas. Con ello, se pretende, estudiar el comportamiento de las organizaciones económicas.

Tal es el caso, de la empresa presentada en el presente plan, el cual, tiene la importación de telas de polipropileno, como actividad económica principal, que tendrá como fin la comercialización para el sector de confección.

Según la Codificación Internacional (CIIU):

**Tabla 1: Codificación Internacional**

<b>CÓDIGO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<b>Rev. 4: 4641</b>	Venta al por mayor de productos textiles, prendas de vestir y calzado

Fuente: INEI, 2020.

***CIIU: 4641 – Venta al por mayor de productos textiles, prendas de vestir y calzado***

Esta clase comprende las siguientes actividades: Venta al por mayor de hilados. - Venta al por mayor de tejidos. - Venta al por mayor de ropa blanca, etcétera. - Venta al por mayor de artículos de mercería: agujas, hilo de coser, etcétera. - Venta al por mayor de prendas de vestir, incluidas prendas deportivas. - Venta al por mayor de accesorios de vestir, como guantes, corbatas y tirantes. - Venta al por mayor de calzado. - Venta al por mayor de artículos de piel. - Venta al por mayor de paraguas.

Teniendo en cuenta el giro de negocio, el correspondiente a la empresa constituida en este plan de negocios es el 4641. Dado que engloba la importación de materiales para la industria textil, en este caso, las telas de polipropileno.

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

La empresa contará con un punto físico para la venta y distribución. Por ello al momento de escoger la ubicación, se ha tenido en cuentas los lugares estratégicos de confección y se optó por escoger una tienda disponible en Centro Comercial El Rey de Gamarra, localizada en Jirón Antonio Bazo Nro.



Lograr el crecimiento y desarrollo empresarial a base de competencia leal y comercio sostenible.

Promover la regulación del uso de plástico mediante diversificación de productos.

#### **2.4.4. Principio de Empresa en Marcha**

La empresa mencionada en este plan de negocio, se proyecta a iniciar sus actividades a corto plazo, con la finalidad de mantener su curso con el paso del tiempo, que permita el incremento de utilidades y cubra los gastos y costos operativos.

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

Las MYPES, llamadas en el aspecto legal como Micro y Pequeña Empresa, son una unidad económica que puede ser constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, teniendo como objeto desarrollar actividades económicas tales como: extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (SUNAT, 2020)

Además, las MYPE deben ubicarse por categoría empresarial en función a su nivel de ventas anuales:

**MICRO EMPRESA:** Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT.

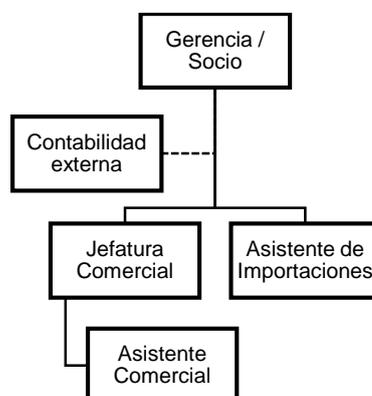
**PEQUEÑA EMPRESA:** Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 UIT

La ley MYPE cuenta con beneficios que promueven el desarrollo y la competitividad, los cuales son:

- Acceso al Financiamiento: COFIDE, Banco de la Nación y el Banco Agrario.
- Compras Estatales y acceso al mercado privado.
- Libre participación para fondos concursables de cofinanciamiento de proyectos y en contrataciones y adquisiciones del Estado.
- Facilidades para la participación de eventos y ferias a nivel regional, nacional e internacional.

## 2.6. Estructura Orgánica

Se tuvo en cuenta, para la elaboración del organigrama, las áreas estratégicas que permitan llevar a cabo la actividad principal de la empresa. Tal es el caso de la Jefatura Comercial acompañada del Asistente Comercial, dicha área tendrá a cargo la dirección y gestión de ventas y a su vez, lograr una mejor captación de clientes.



**Figura 2: Estructura Organizacional**

Fuente: Elaboración propia

Dada la forma jurídica empresarial de POLITELA E.I.R.L, se contará con 01 socio, el cual cumplirá la función de Gerente General.

Como parte de la organización, se cuenta con: Jefatura Comercial, Asistente Comercial y Asistente de Importaciones.

Por otro lado, se optará por prestar los servicios contables.

## 2.7. Cuadro de Asignación de Personal

La empresa se acogerá al régimen laboral especial, dado que se desea establecer los derechos laborales que corresponden a sus trabajadores.

Para lo cual, se tendrá en cuenta lo siguiente: Inscripción al Sistema de Integral de Salud (SIS).

**Tabla 2: Cuadro de Asignación Personal**

Descripción del Cargo	Cant	Rem. Básica	Total Rem	Vacac (1/5 sueldo)	SIS (4.5%)	SIS Anual	Rem Neta
Gerente General	1	S/ 1,500	S/ 18,000	S/ 750	67.5	S/ 810	S/ 19,560
Jefatura Comercial	1	S/ 1,100	S/ 13,200	S/ 550	49.5	S/ 594	S/ 14,344
Asistente Comercial	1	S/ 980	S/ 11,760	S/ 490	44.10	S/ 529.2	S/ 12,779.20
Asistente de Imp	1	S/ 1,000	S/ 12,000	S/ 500	45	S/ 540	S/ 13,040
T. Mensu P. Intern	3						S/ 59,723.20
Contador	1	S/400	S/ 1,600				S/ 1,600
T. Mensu P. Extern	1						S1,600
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>S/ 54,560</b>	<b>S/ 2,290</b>		<b>S/ 2,473.20</b>	<b>S/ 61,323.2</b>

Fuente: Elaboración Propia

## 2.8. Forma Jurídica Empresarial

Actualmente, se contempla diferentes modalidades empresariales, dependiendo si se desea organizar de manera individual: Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L) o si se desea organizar de forma colectiva o social: Sociedad de Responsabilidad Limitada, Sociedad Anónima Cerrada o Sociedad Anónima.

# Formas de Organización Empresarial

Formas colectivas o sociedades (Ley N°26887)

Forma Individual Ley N°21621

## S.R.L

- Mínimo 02 socios y máximo 20 socios.
- El capital está integrado por aportaciones.
- La responsabilidad está limitada a los aportes.

## S.A.C.

- Mínimo 02 y máximo 20 accionistas.
- El capital social está representado por acciones y se conforma con aportes.
- Ideal para empresas familiares.

## S.A.

- Mínimo 02 socios y no tiene máximo.
- Es una sociedad de capitales, representado por títulos valores negociables.
- Modalidad más tradicional y ordinaria.

## E.I.R.L

- Persona jurídica de derecho privado.
- Constituido por una sola persona.
- La responsabilidad está limitada a su patrimonio

### Figura 3. Formas Jurídicas Empresariales

Fuente: Elaboración Propia

La empresa POLITELA E.I.R.L se ajusta más a una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, debido a que solo cuenta con una persona como titular y solo responderá con el patrimonio de los aportes efectuados a la empresa.

Se ha escogido esta modalidad jurídica empresarial, dado que no vemos necesario contar con otra persona para iniciar las actividades de la organización. Además, tiene limitación de responsabilidad del titular, el denominado "patrimonio de afectación" que permite asumir los riesgos inherentes a toda actividad comercial, sin el temor de aventurar, y eventualmente perder, la totalidad del patrimonio como consecuencia del derecho de garantía general de los acreedores.

**Tabla 3. Aporte de Socio - E.I.R.L**

<b>Socio</b>	<b>Aporte</b>
<b>Karen Burga</b>	S/ 69,024.86 soles (sesenta y nueve mil veinticuatro y 86/100)

**Fuente: Elaboración Propia**

Para la formalización de la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, se tiene en cuenta los siguientes requisitos:

- Formato de solicitud de inscripción de título (formulario de distribución gratuita en las oficinas de la Sunarp) debidamente llenado y firmado por el presentante.
- Copia simple del Documento Nacional de Identidad (DNI) del presentante, con la constancia de haber sufragado en las últimas elecciones o haber solicitado la dispensa respectiva.
- Parte notarial de la escritura pública de constitución de empresa, expedida por el notario público (conteniendo el estatuto, el nombramiento del gerente y los documentos que acrediten el capital).
- Pago de derechos registrales.
- El plazo de calificación no superará las 24 horas.
- 

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

La identidad de una empresa está sintetizada en su marca, dado que es la imagen y la personalidad de toda organización, en ella se contemplan las palabras y/o imágenes que se dan a conocer a los clientes y al público. Por ello, es necesario registrar y proteger dicha marca a través del cumplimiento de una serie de requisitos estipulados por la autoridad competente, el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI).

Para registrar la marca, se tiene en cuenta que el proceso dura alrededor de cuatro meses. Una vez, registrada la marca, tendrá como vigencia 10 años, pasado este tiempo, se deberá tramitar una renovación.

Los requisitos para la creación de la marca son:

- a. Descargar el formato de solicitud de registro de marca del portal Web de INDECOPI.
- b. Presentar tres ejemplares de esta solicitud, uno de los cuales servirá de cargo. Se debe indicar los datos de identificación del solicitante, incluyendo su domicilio para que se le remitan las notificaciones.
- c. En caso de contar con un representante deberá adjuntar los poderes correspondientes.
- d. Presentar las cuatro partes de la marca que se va registrar. Los elementos gráficos, se deberá adjuntar en tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho y a colores.
- e. Determinar expresamente cuáles son los productos, servicios o actividades económicas que se desea registrar con la marca. INDECOPI utiliza la clasificación Niza para estos efectos. Descargar clasificación Niza.
- f. Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo es 556.71 nuevos soles. El costo de este trámite es equivalente al 14.46% de una Unidad Impositiva Tributaria (UIT).

Así mismo, se tiene en cuenta que hay etapas de trámite, es por ello tiempo prolongado de registro de marca, presentados a continuación.



**Figura 4. Etapas de Trámites de Registro de Marca – INDECOPI**

Fuente: Elaboración Propia

### 2.10. Requisitos y Trámites Municipales

Toda empresa, al inicio de sus actividades laborales en un determinado establecimiento, debe contar con la Licencia de Funcionamiento por parte de la Municipalidad que corresponde.

La empresa POLITELA E.I.R.L estará localizada en Jirón Antonio Bazo Nro. 747 en el distrito de La Victoria – Lima, por ello contará con la licencia de funcionamiento expedida por la Municipalidad de La Victoria, siendo necesario cumplir con los requisitos establecidos para la obtención de la misma.

Para ello, se registrará el siguiente ítem establecido por la Municipalidad:

**Licencia de Funcionamiento: establecimiento con un área de hasta 100 m<sup>2</sup> con ITSE Básica Ex Post**

- a. Formato de solicitud de Licencia de Funcionamiento con carácter de declaración jurada, que incluya:
- Número de RUC y DNI o carné de extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda
  - Número de DNI o carné de extranjería del representante legal en caso de personas jurídicas u otros entes colectivos, o tratándose de personas naturales que actúen mediante representación.
- b. Copia de vigencia de poder de representante legal en el caso de personas jurídicas u otros entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada.
- c. Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad.
- d. Indicación de número de comprobante de pago por derecho de trámite.

#### **Procedimiento para la obtención de la Licencia de Funcionamiento**

Se inicia mediante el llenado y presentación de un único formulario gratuito denominado Solicitud de Licencia de Funcionamiento con carácter de Declaración Jurada, dicho formulario es de libre reproducción y distribución gratuita. Luego, se efectúa la presentación del formulario en los Módulos de Atención al Contribuyente.

Cabe mencionar que el derecho de trámite incluye de manera conjunta la Licencia de Funcionamiento y el Certificado de ITSE, expedidos por la Municipalidad Distrital de la Victoria.

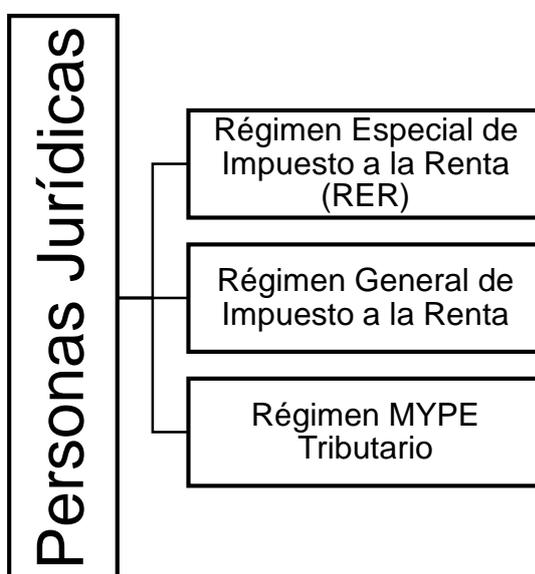
## 2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades

Dada la creación de la empresa y la elección de forma jurídica empresarial, se procede a evaluar y elegir el régimen tributario.

Según el Estado Peruano, los regímenes tributarios son las categorías bajo las cuales una Persona Natural o Persona Jurídica que posee o va a iniciar un negocio debe estar registrada en la SUNAT, dado que ésta establece la manera en la que se pagan los impuestos y los niveles de pagos de los mismos.

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

La empresa POLITELA E.I.R.L es una persona jurídica, por lo tanto, puede acogerse a uno de los siguientes regímenes.



**Figura 5. Regímenes Tributarios - Personas Jurídicas**  
Fuente: SUNAT - Elaboración Propia

Dado que la empresa POLITELA E.I.R.L va a iniciar sus actividades, se ha escogido acogerse al Régimen MYPE Tributario – RMT, dado que es un régimen que beneficia a las micro y pequeñas empresas, con el objetivo de promover el crecimiento a través de condiciones simples para la obligación tributaria. Sus ventajas más resaltantes son:

- Montos a pagar de acuerdo a la ganancia obtenida.
- Tasas reducidas.
- Posibilidad de suspender los pagos a cuenta.
- Emitir todos los tipos de comprobantes de pago autorizados por la SUNAT.
- Llevar únicamente: Registro de Venta, Registro de Compras y Libro Diario Formato Simplificado.

Para la obtención del RUC, se procederá a acudir al centro de servicios al contribuyente de SUNAT correspondiente al domicilio fiscal de la empresa y se realizará la inscripción en el registro único de contribuyente (RUC).

Se tiene en cuenta que para persona jurídica, se necesitan:

- DNI original del representante legal de la Persona Jurídica.
- Original y copia de la Ficha o partida electrónica certificada emitida por los Registros Públicos (SUNARP), con una antigüedad no mayor a treinta (30) días calendario.
- Según lo indicado por SUNAT, se puede utilizar cualquier documento privado o público en el que conste la dirección que necesites declarar como tu domicilio fiscal.
- Formulario 2119: Solicitud de inscripción o comunicación de afectación de tributos.

- Formulario 2054: Representantes Legales, Directores, Miembros Del Consejo Directivo
- Formulario 2054-Anexo: Domicilio de los Representantes Legales
- Carta poder con firma legalizada notarialmente o autenticada por fedatario de SUNAT, que lo autorice expresamente a realizar el trámite de inscripción de tu RUC.

Una vez obtenido el RUC, se procede a la inscripción del Régimen MYPE Tributario, a través del portal Web en la declaración mensual de IGV – Renta.

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

La Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, ha implementado el sistema de Planilla Electrónica, que cuenta con dos componentes: T-Registro y PLAME con la finalidad de permitir el correcto envío de la información de las obligaciones laborales de las organizaciones, así como facilitar el cumplimiento de las mismas.

Se requiere el uso de la Clave SOL para acceder al aplicativo T-Registro, así como enviar la declaración mensual de planilla PLAME y hacer los pagos correspondientes en caso de efectuarse por internet. También se requiere una configuración mínima para el funcionamiento de los aplicativos T-Registro y PDT PLAME. Se debe considerar también, la existencia de plazos para actualizar la información del T-Registro. Dado que, una vez que esté elaborada la planilla mensual de trabajadores a través de la PLAME, se deberá remitir a SUNAT, así como también el pago de los tributos correspondientes dentro del cronograma de obligaciones mensuales en relación al mes vencido y el último dígito del RUC de la empresa.

## 2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral

La empresa POLITELA E.I.R.L se acogerá al Régimen Laboral Especial, dada la constitución de la misma y por formar parte de la Ley de Promoción de MYPES a través de la Ley N°30056. Este régimen permite el cumplimiento de los derechos laborales del empleado y así mismo, promover la formalización y desarrollo de la actividad de la empresa.

Beneficios Laborales - MICROEMPRESA	Beneficios Laborales – PEQUEÑA EMPRESA
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Remuneración: No menor a la Remuneración Mínima Vital (RMV).</li> <li>- Jornada máxima de 08 horas diarias o 48 horas semanales.</li> <li>- Descanso semanal y en días feriados.</li> <li>- Remuneración por trabajo en sobretiempo.</li> <li>- Descanso vacacional 15 días calendarios.</li> <li>- Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración).</li> <li>- Cobertura de seguridad social en Salud a través del Seguro Integral de Salud - SIS (Incluye al titular del negocio, trabajadores y Derechohabientes).</li> <li>- Cobertura Previsional, incluye un Sistema de Pensiones Sociales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Remuneración: No menor a la Remuneración Mínima Vital (RMV).</li> <li>- Jornada máxima de 08 horas diarias o 48 horas semanales.</li> <li>- Descanso semanal y en días feriados.</li> <li>- Remuneración por trabajo en sobretiempo.</li> <li>- Descanso vacacional 15 días calendarios.</li> <li>- Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración).</li> <li>- Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD.</li> <li>- Cobertura Previsional.</li> <li>- Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR).</li> <li>- Derecho a percibir 2 gratificaciones al año de 1/2 sueldo (Fiestas Patrias y Navidad).</li> <li>- Derecho a participar en las utilidades de la empresa.</li> <li>- Derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración.</li> <li>- Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.</li> </ul>

**Tabla 4. Cuadro Comparativo de Beneficios MYPE**

Fuente: SUNAT – Elaboración Propia

## **2.14. Modalidades de Contratos Laborales**

El contrato de trabajo de la empresa, se estipulará en mutuo acuerdo de las dos partes: el empleador y el empleado, según el Texto Único Ordenado de la D.L N°728 – Ley de Productividad y Competitividad Laboral. Éste regula 3 modalidades de contratos laborales que pueden definirse según la vigencia de la misma: Contrato a Plazo Indeterminado, Contrato a Plazo Fijo y Contrato a Plazo Parcial.

La empresa POLITELA E.I.R.L descrita en el presenta plan, se acogerá al tipo de contrato a plazo fijo o determinado, dado que se espera que la relación de empleador – empleado sea por un determinado periodo.

## **2.15. Contratos Comercial y Responsabilidad Civil de los Accionistas**

Los contratos comerciales, en el ámbito jurídico comercial, son considerados como el acuerdo entre dos partes, el cual puede ser escrito o verbal, así mismo, se requiere necesario ya que se quiere dar a conocer los derechos y obligaciones exigibles por las partes.

La mayoría de organizaciones, opta por celebrar un contrato comercial escrito y formal para dejar en claro los términos del acuerdo y tiempo establecido.

En la ejecución de la actividad empresarial, tenemos los siguientes contratos más comunes:

- a. **Acta Constitutiva:** Contrato social de vital importancia para el negocio debido a que da a conocer la modalidad de constitución del mismo, los socios involucrados, los porcentajes de ganancia y sus obligaciones y derechos jurídicos.

- b. **Contrato de Alquiler/Arrendamiento:** Se celebra este contrato, cuando se procede a alquilar un establecimiento por determinado tiempo para la ejecución de actividades de la organización.
- c. **Contratos Individuales:** Contrato celebrado para delimitar las condiciones laborales de los trabajadores en la empresa.

## **CAPÍTULO III: PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL**

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

La empresa POLITELA iniciará sus actividades con el fin de importar y comercializar Tela de Polipropileno el sector de confección textil. El producto será proveniente de China, bajo especificaciones técnicas para la comercialización en el territorio nacional.

Así mismo, el producto ingresará el mercado local y nacional bajo el nombre de POLITELA.

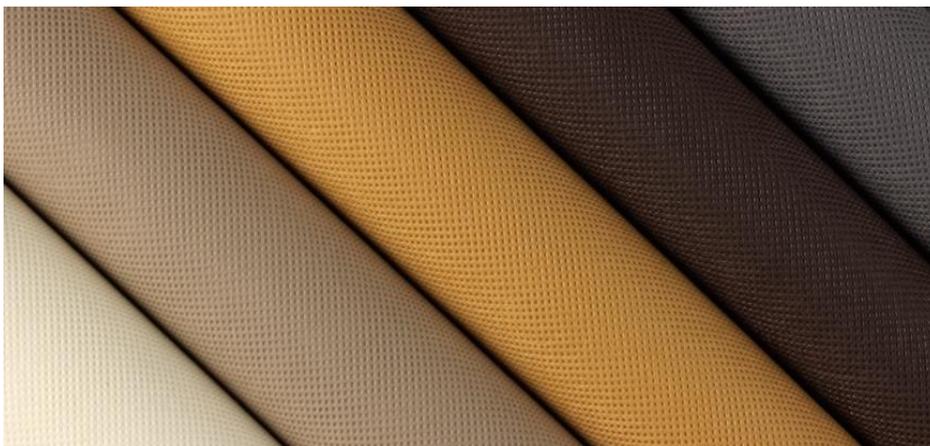
#### **Producto: Tela de Polipropileno – TEXPUN PP**

El texpun (PP) es un tejido no tejido, constituido por filamentos continuos de polipropileno 100% (PP), dispuestos al azar y soldados térmicamente por medio de un proceso de calandrado. Además el Texpun PP o Spunbond puede tener múltiples acabados: estampado, laminado, laminado impreso por flexografía, autoadhesivo. Además puede contar con las siguientes características, dependiendo del fin de uso:

- **HIDROFÍLICO:** El spunbonded polipropileno es normalmente hidrófobo, pero puede darse un tratamiento hidrófilo mediante el cual puede pasar el líquido a través de él. Generalmente se utiliza para la higiene, la agricultura y la limpieza.
- **UV:** Tratamiento que protege el tejido de los rayos UV. Para uso al aire libre. Generalmente se utiliza en agricultura, construcción y mueble jardín.
- **ANTIESTÁTICO:** El tratamiento antiestático ayuda a neutralizar la carga eléctrica en el tejido.

- ANTIBACTERIANO: Los tejidos con tratamiento antibacteriano protegen el tejido de bacterias y hongos.
- IGNÍFUGO: El tratamiento ignífugo retarda la inflamabilidad cuando el tejido se expone a las llamas. Se puede conseguir hasta el grado de inflamabilidad C-1. Se usa para muebles y textil-hogar, ropa de protección laboral, automoción, etc.
- ANTIÁCAROS: Los tejidos con tratamiento antibacteriano protegen el tejido de los ácaros del polvo.
- BAJO CALANDRADO: Spunbonded fabricado con bajo calandrado es adecuado para aplicaciones en las que se necesita un tacto suave del tejido.
- REFLECTANTE: Un concepto nuevo de tejido que absorbe la luz y luego la transmite cuando se pone en un lugar oscuro.

Sin embargo, dada que nuestro producto será para confección textil, se ha considerado, importar la tela de polipropileno antibacteriano.



**Figura 6. Tela de Polipropileno**

Fuente: Google, 2020

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

Es un proceso que se basa en la asignación de un código numérico a las mercancías y tiene como objetivo identificar dichas mercaderías que se

importan y exportan para calcular los impuestos, obligaciones y derechos. Esta clasificación internacional deriva del sistema armonizado, según (Organización Mundial de Aduanas, 2019), y tiene beneficios como:

- Facilitar el intercambio de información y comercial,
- Armonizar la descripción, clasificación y codificación de mercancías,
- Definir aranceles aduaneros,
- Recopilar estadísticas de comercio internacional,
- Establecer políticas comerciales, impuestos y reglas de origen.

En el arancel de aduanas vigente a la fecha, se busca y determina la partida arancelaria correspondiente al producto a importar.

**Tabla 5. Subpartida nacional de Tela de Polipropileno - Perú**

<b>Sección XI</b>	<b>MATERIAS TEXTILES Y SUS MANUFACTURAS</b>
<b>Capítulo 56</b>	Guata, fieltro y tela sin tejer; hilados especiales; cordeles, cuerdas y cordajes; artículos de cordelería
<b>5603</b>	Tela sin tejer, incluso impregnada, recubierta, revestida o estratificada.
<b>5603.12</b>	De peso superior a 25 g/m <sup>2</sup> pero inferior o igual a 70 g/m <sup>2</sup>
<b>S. Nacional.</b>	5603.12.90.00 - Las demás

Fuente: Arancel de Aduanas - Perú, 2017

Teniendo en cuenta que el producto es procedente de China, nos fijamos en el acuerdo comercial Perú – China y se identifica que la clasificación arancelaria entre estos dos países es similar, dado que los 06 primeros dígitos se conservan en el S.A.

### 3.1.2. Ficha técnica comercial

Según (Mondragon, 2020) la ficha técnica comercial es un documento que debe contener la identificación del producto, su información técnica, su información comercial y los aspectos arancelarios. La ficha técnica de la

tela de polipropileno de la empresa presentada en este plan de negocios es la siguiente.

<b>Nombre Comercial</b>	<b>Politela</b>
<b>Nombre Técnico</b>	Textun PP
<b>Partida Arancelaria</b>	5603.12.90.00
<b>Descripción Comercial</b>	Es un producto de composición 100% polipropileno al que conferimos los tratamientos necesarios para que cada tejido tenga su propio valor añadido.
<b>Descripción Técnica</b>	Es un tejido no tejido, constituido por filamentos continuos de polipropileno 100% (PP), dispuestos al azar y soldados térmicamente por medio de un proceso de calandrado o método Spunlaid termobonded. Además puede tener múltiples acabados: estampado, laminado, laminado impreso por flexografía, autoadhesivo.
<b>Almacenamiento</b>	Impermeable, Sostenible, Transpirable, Antibacteriano, Antiácaros, Bajo Calandrado, Reflectante.
<b>Presentación</b>	300-500 m
<b>Envase y Embalaje</b>	
<b>Aplicación</b>	<p>1.10gsm-40gsm: tela interlining, máscara facial, bata quirúrgica médica, sábana desechable, cubierta de Agricultura, tela de filtro, protector.</p> <p>2.40gsm-60gsm: sábana desechable, mantel, textil para el hogar, entretela para muebles, fundas</p> <p>GSM-GSM: bolsa de compras, bolsas de promoción, protección agrícola, alfombrilla de control de malezas, cubierta de jardinería</p>

**Tabla 6. Ficha técnica comercial - POLITELA**

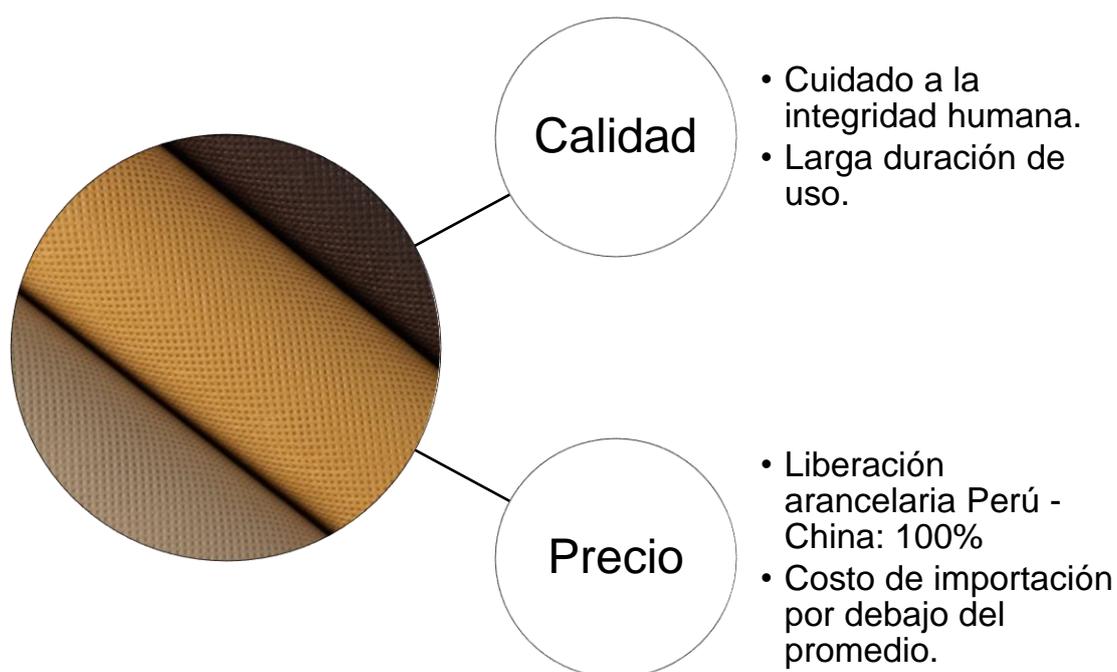
Fuente: Alibaba – 2020

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

La propuesta de valor de Importaciones PP E.I.R.L se orienta a dos características necesarias en todo producto: Calidad – Precio.

En cuanto a calidad, se puede apreciar bajo la ficha técnica comercial, que POLITELA es un producto que cuenta con características destacadas para el cuidado de nuestra integridad y de larga duración.

Por otro lado, el costo de importación será más bajo del promedio, dado que en base al Tratado de Libre Comercio Perú – China hay una liberación arancelaria de 100%, lo cual nos permite ofrecer un precio más bajo al de la competencia.



**Figura 7. Propuesta de Valor**  
Fuente: Elaboración Propia

### 3.1.4. Determinación de la marca a usar

Si bien el producto a importar, no contará con una identificación de marca por parte del proveedor, teniendo un punto a favor para la comercialización local y nacional. Por ello, la empresa Importaciones PP E.I.R.L, ha considerado la creación de su logo, para añadirlo como etiqueta en el producto.



**Figura 8. Logo de POLITELA**

Fuente: Elaboración propia

Si bien, el producto que adquirimos será en grandes cantidades pero la comercialización de la misma a veces no corresponde a la cantidad importada, por ello, se ha considerado añadir la marca "POLITELA" tanto como etiqueta como embalaje del producto.

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

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

Según (Kotler & Armstrong, 2018), el proceso de segmentación de mercados constituye un enfoque sistemática para guiar el proceso de tomar de decisiones en marketing. El cual se da a través de la división de un mercado heterogéneo en partes llamadas “segmentos”. Estos segmentos identificados son similares en su interior pero heterogéneos en relación a los demás segmentos con la finalidad de que se facilite el diseño de estrategias y programas de marketing más adecuados para dichos segmentos.

Mediante la segmentación de mercados se detecta y analiza las oportunidades que ofrece el mercado, por ello es necesario estudiar los dos segmentos más importantes:

#### **3.2.1.1. Macrosegmentación**

Es la división del mercado en grandes segmentos que poseen criterios similares. El proceso cuenta con una importancia estratégica para la empresa, dado que define el campo de actividad e identifica los factores clave a controlar para consolidarse en estos mercados objetivos.

La empresa Importaciones PP E.I.R.L ha escogido como mercado al territorio de Lima Metropolitana, por lo cual, se dará el respectivo análisis bajo variables de segmentación.

**a. Geográfico:** Situada en el desierto costero del Perú, desde el km. 50 de la Panamericana Norte hasta el km. 70 de la Panamericana Sur, que suman una extensión de 130 km de territorio.

**b. Demográfico:** Mypes de Lima Metropolitana.

**c. Psicográfico:** Dirigido a micro y pequeña empresa dedicados a la confección de ropa.

### 3.2.1.2. Microsegmentación

La microsegmentación es el proceso de tomar el sub-segmento escogido anteriormente y segmentarlo nuevamente, dado que se obtengan características más definidas, hasta detectar las condiciones particulares de cada consumidor. Además, la microsegmentación nos ayuda a definir los requerimientos de cada consumidor, describiendo a detalle su comportamiento frente a una marca, producto o empresa.

La empresa Importaciones PP E.I.R.L considera como mercado potencial: las micro y pequeña empresa del sector textil, esto se debe a la relación del producto a ofertar con el fin de obtención, dado que la tela de polipropileno estará destinada para el sector de confecciones textiles.

Segmento empresarial	2017	2018		Var % 2018/17
		Absoluto	Porcentaje	
Total	1 066 451	1 106 853	100,0	3,8
Microempresa	996 832	1 036 176	93,6	3,9
Pequeña empresa	58 542	59 326	5,4	1,3
Gran y mediana empresa	10 066	10 307	0,9	2,4
Administración pública	1 011	1 044	0,1	3,3

**Figura 9. N° de Empresas por Segmento Empresarial - Lima Metropolitana 2017-18**

Fuente: Perú: Estructura Empresarial – INEI

Según **Figura 9**, se logra identificar que el 93,6% de empresas son microempresas, mientras que un 5,4% son pequeña empresa,

constituyéndose así como el mayor segmento de producción y el mejor en generador de empleo.

Área interdistrital	Total		Segmento empresarial							
			Microempresa		Pequeña empresa		Gran y mediana empresa		Administración pública	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	1 106 853	100,0	1 036 176	100,0	59 326	100,0	10 307	100,0	1 044	100,0
Lima Norte	231 545	20,9	222 719	21,5	8 102	13,6	671	6,5	53	5,1
Lima Centro	425 680	38,5	386 048	37,3	32 225	54,3	6 708	65,1	699	66,9
Lima Este	225 118	20,3	212 421	20,5	10 903	18,4	1 657	16,1	137	13,1
Lima Sur	145 906	13,2	140 023	13,5	5 034	8,5	767	7,4	82	7,9
Provincia Constitucional del Callao	78 604	7,1	74 965	7,2	3 062	5,2	504	4,9	73	7,0

**Figura 10. Empresas por Área Distrital - Lima Metropolitana 2017-18**  
Fuente: Perú: Estructura Empresarial – INEI

Se observa en la **Figura 10**, que la mayor concentración de micro y pequeña empresa se da en Lima Centro, con un 37,3% para Microempresa y para Pequeña empresa con un 54,3%. Estos datos son de suma importancia para la empresa, dado que estaremos localizados en el distrito de La Victoria, lo cual nos permitirá un mejor contacto empresarial gracias al fácil acceso entre distritos de la misma área distrital.

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

**Figura 11. Empresas según Sector Económico - Lima Metropolitana 2018-2017**

Fuente: Perú: Estructura Empresarial – INEI

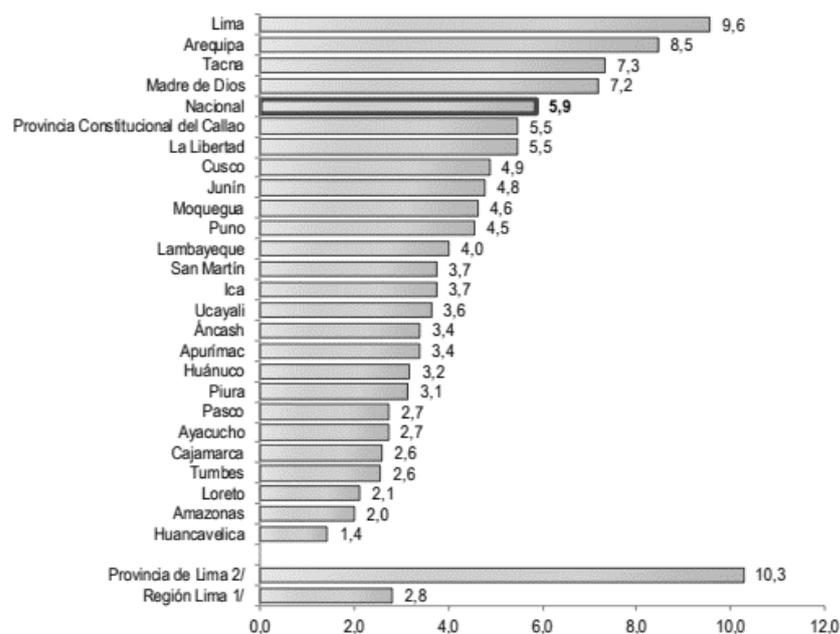
Dado que el producto ofertado está dirigido al sector manufacturero, podemos observar en la **Figura 11**, que el 8,9% es Microempresa mientras que 12% es pequeña empresa.

Actividad económica	2017	2018		Var % 2018/17
		Absoluto	Porcentaje	
<b>Total</b>	<b>98 503</b>	<b>101 000</b>	<b>100,0</b>	<b>2,5</b>
Industria de alimentos y bebidas	13 626	14 170	14,0	4,0
Industria textil y de cuero	35 036	35 739	35,4	2,0
Industria de madera y muebles	11 814	11 971	11,8	1,3
Industria de papel, imprenta y reproducción de grabaciones	12 701	12 739	12,6	0,3
Industria química	3 854	4 010	4,0	4,0
Fabricación de productos metálicos	15 122	15 620	15,5	3,3
Fabricación de productos minerales no metálicos	1 499	1 539	1,5	2,7
Industria metálicas básicas	755	768	0,8	1,7
Fabricación de otros productos manufactureros	4 096	4 444	4,4	8,5

**Figura 12. Empresas según actividad económica - Lima Metropolitana 2017-18**

Fuente: Perú: Estructura Empresarial – INEI

Según **Figura 12**, dentro del sector manufacturero, resalta la participación de la industria textil y de cuero con un 35,4% del total con 35,739 unidades de negocio.



**Figura 13. Densidad empresarial del Sector Manufacturero del Perú**

Fuente: Perú: Estructura Empresarial – INEI

Como se observa, en la **Figura 13**, la mayor densidad empresarial del sector manufacturero se registra en el departamento de Lima con un 9,6% a nivel nacional, lo cual demuestra que Lima tiene una mayor cobertura empresarial, dado que por cada 1,000 habitantes existen 10 empresas de la industria manufacturera.

Además se evaluó, los potenciales clientes dentro del distrito de La Victoria – Lima, para lo cual se tiene un mercado objetivo de 9 micro y pequeña empresas que adquirirían la tela de polipropileno.

**Tabla 7. Potenciales clientes - Micro y Pequeña empresas de Confección Textil**

Micro y Pequeñas empresas de Confección Textil	
Nombre	Dirección
<b>Textiles y confecciones yacila</b>	Galería Estilo, Jirón Mariscal Agustín Gamarra 949, La Victoria 15018
<b>Confecciones mathias</b>	Jirón Alexander Von Humboldt 1608, Lima 15018
<b>Confecciones Aarón</b>	Centro comercial Guizado, Jr. Huánuco 1450, La Victoria 15018

<b>Zeine confecciones</b>	stand 26, 5to piso, C.C. Guizado, Jr. Huánuco 1420, La Victoria
<b>JG confecciones</b>	Jr. Huánuco 1789, La Victoria 15018
<b>Confecciones reyes</b>	El Rey de Gamarra, B-225- Piso:2 Jiron Sebastian Barranca, 764 La Victoria, Cercado de Lima 15018
<b>Taller de confección peru</b>	Luis Giribaldi 580, La Victoria 15018
<b>Confecciones ropa industrial</b>	JR, San Cristóbal NRO. 1403, La Victoria
<b>Confecciones cugsa</b>	Calle Sebastián Barranca 1574, Cercado de Lima 15018

Fuente: Elaboración Propia

### 3.2.2. Definición del perfil del consumidor

Para definir el perfil del consumidor, se debe considerar las principales características de las microempresas y pequeñas empresas, dado que éstas son nuestro mercado objetivo.

Nuestro mercado objetiva se caracteriza por:

- Buscar vínculos para la diferenciación que permita ofrecer mejores experiencias a través del desarrollo de vínculos emocionales, dado que los consumidores finales han adquirido un conocimiento técnico y son conocedores del producto que desean obtener.
- Optar por la transformación digital con la finalidad de visualizar los productos que se desea obtener.
- Construir confianza en la relación con el cliente (fidelización) optando por un servicio de alto nivel, una relación personal con el cliente y la posibilidad de agregar valor.

Concretando, el perfil del consumidor, se encuentra dentro de los siguientes puntos de estudio:

- Segmento empresarial: Micro y pequeñas empresas.
- Sector Económico: Industria Manufacturera.

- Actividad Económica: Industria Textil y de cuero.
- Buscar vínculos de diferenciación.
- Optan por la transformación digital.
- Buscan la fidelización del cliente.
- Con la finalidad de conocer el perfil del consumidor, POLITELA ha desarrollado la herramienta Buyer Persona para describir y comprender a su cliente ideal.

**Tabla 8: Buyer Persona – POLITELA**

<b>BUYER PERSONA – POLITELA</b>	
<b>Información Personal</b>	
Nombre: Paulina Lopez	
Edad: 46 años	
Trabajo: Dueña de una microempresa del sector de confección textil.	
Factura al año 250,000 soles.	
<b>Hábitos</b>	
Visita diariamente las instalaciones de su taller de confección textil.	
Participa en campañas de confección.	
<b>Intereses</b>	
Adquirir tela en relación calidad – precio.	
Selecciona a sus proveedores de acorde al servicio, calidad de producto y precio.	
<b>Frustraciones</b>	
Adquirir tela a un precio alto.	
No generar utilidades en el taller.	
Rotación de personal.	

Fuente: Elaboración propia.

### 3.2.3. Medición del mercado objetivo

Para la realización del mercado objetivo, se tiene en cuenta los siguientes métodos:

#### a. Medición Genérica del Mercado

**Tabla 9. Consumo aparente por empresa**

<b>CONSUMO APARENTE</b>	
<b>Producción</b>	-
<b>Importación</b>	\$ 7,576.00
<b>Exportación</b>	\$ 3,237.00
<b>Consumo Aparente</b>	\$ 4,339.00
<b>Población</b>	35,739 emp.

<b>Consumo apar. por empresa</b>	<b>\$ 0.1214</b>
----------------------------------	------------------

Fuente: Trade map – ITC

En conclusión, se tiene que los clientes, micro y pequeñas empresas, estarán dispuestos a gastar en el año \$ 0.1214 por el producto o S/ 0.44 (Tipo de cambio referencial: 3.65)

**b. Método de Ratios Sucesivos ( $Q = n \cdot q \cdot p$ )**

Q: Demanda total del Mercado

n: Número de compradores en el mercado

q: Cantidad comprada por un comprador medio al año.

p: Precio de una unidad de medida (S/)

Para ello, se utilizará las siguientes variables:

- Total de Micro y pequeña empresa en Lima es de 1,095,502.
- Número de empresas del sector manufacturero: 105,477, corresponde al 9,63%
- Número de Micro y Pequeña empresa dedicados al sector Textil y de cuero: 35,739 empresas, representado por el 33,88%

Para ajustar más la demanda, se aplicaron a los resultados encuestas a las Mype en el sector textil y de cuero, el resultado de encuestas a la cantidad obtenida, considerando el siguiente orden: 92% tienen interés en la tela de polipropileno y sus características les parece importante para la protección en la ropa, 82% estaría dispuesto a adquirirlo y el 67% pagaría un buen acorde a la calidad de dicho producto.

**PÚBLICO OBJETIVO FINAL:**  $((35,739 \cdot 92\%) \cdot 82\%) \cdot 67\% = 18,064$  empresas.

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

#### 3.3.1. Análisis de oferta

##### Oferta Internacional

**Tabla 9. Cantidades de los principales países exportadores para la partida 5603.12 (TM)**

Exportadores	2015	2016	2017	2018	2019
	Cantidad exportada, Toneladas				
China	121983	143561	152103	164878	169035
Turquía	73264	85603	89706	115290	118462
Estados Unidos de América	93491	92395	97657	106443	94525
Italia	70757	69446	78193	74065	77203
Alemania	31206	33570	46282	54045	55086
Luxemburgo	27714	29212	29082	31147	29054
India	20537	23397	22324	25547	26227
España	11816	11660	17904	19501	19661
Francia	20577	23421	20172	20765	18739
Países Bajos	13613	15117	15787	14909	14674

Fuente: Trade map ITC, 2020

En cuanto al análisis de la oferta, en la **Tabla 9**, se muestra a los principales exportadores de la partida 5603.12, pero expresado en toneladas métricas en los últimos 5 años.

Los países de China y Turquía lideran como países exportadores para la partida antes mencionada observándose una tendencia positiva de crecimiento entre el 2015 – 2019.

#### 3.3.2. Análisis y Cálculo de la demanda

Se ha analizado la demanda de la tela de polipropileno en nuestro mercado objetivo: Lima Metropolitana, con la finalidad de medir los requerimientos del mercado y estrategias a utilizar para lograr la satisfacción del mercado, lo cual depende de la investigación de los diferentes indicadores

económicos, sociales y políticos, los cuales fueron analizados en la segmentación de mercado.

Se puede observar, a continuación los principales que exportan tela de polipropileno – P.A: 5603.12.90.00 a Perú.

**Tabla 10. Principales países exportadores de la partida 5603.12 a Perú**

Exportadores	2015	2016	2017	2018	2019
	Cantidad importada, Toneladas				
<b>China</b>	793	715	929	1033	1327
<b>Ecuador</b>	129	160	159	149	206
<b>Estados Unidos de América</b>	453	317	360	165	157
<b>Colombia</b>	627	384	287	295	142
<b>Brasil</b>	57	44	67	14	119

Fuente: Trade map ITC, 2020

Como se observa en la **Tabla 10**, China encabeza la lista de países exportadores a Perú del producto a ofertar con un crecimiento progresivo de toneladas métricas anuales.

### 3.3.2.1. Análisis de la Demanda Proyectada

Para analizar la demanda, se ha utilizado los datos de las importaciones de Perú de la partida arancelaria 5603.12.00.00, considerando la data histórica de los años 2015 – 2019. A continuación se presenta la demanda de dichos años.

**Tabla 11. Demanda de Perú como país importador de la P.A 5603.12**

Exportadores	2015	2016	2017	2018	2019
	Cantidad importada, Toneladas				
<b>Mundo</b>	3595	1822	1997	1852	2160

Fuente: Trade map ITC, 2020

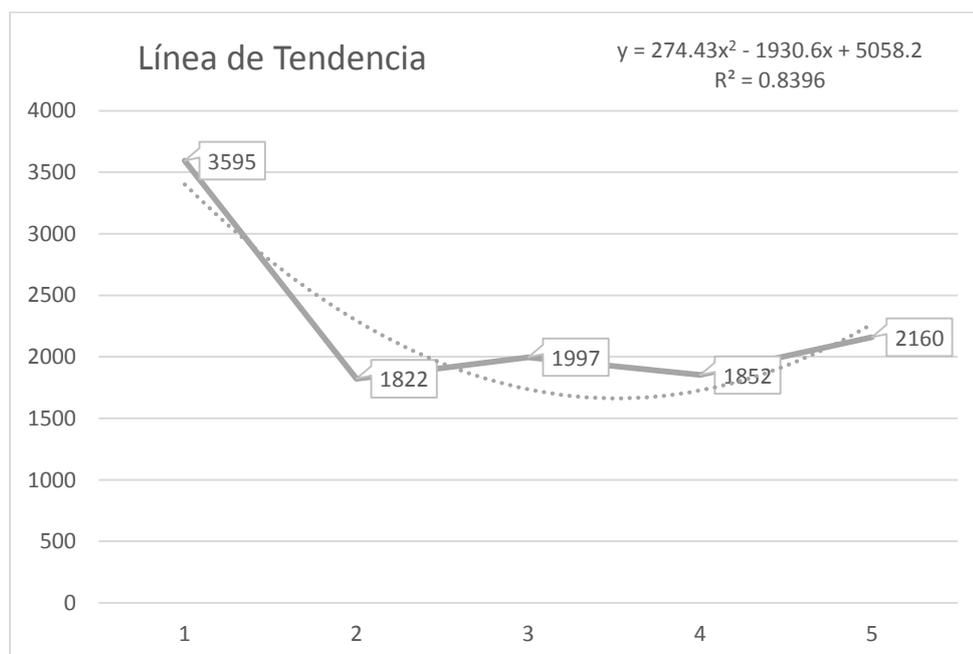
Según la **Tabla 11**, la data histórica de la demanda de los últimos 05 años en Perú es creciente, con una ligera pero no significativa caída en el año 2016 y 2018. Por ello la proyección que más se adecúa es la línea de tendencia polinómica.

**Tabla 12. Data histórica de Toneladas importadas de Perú 2015 - 2019**

AÑO	X	TM
2015	1	3595
2016	2	1822
2017	3	1997
2018	4	1852
2019	5	2160
<b>Total</b>		<b>11426</b>

Fuente: Trade map ITC, 2020

Dada el registro de los últimos 05 años en relación a la data de la partida 5603.12, se procede a realizar la línea de tendencia, la cual es polinómica, contando con R2: 0.8396 y su ecuación para hallar la proyección de los próximos 05 años es:  $274.43x^2 - 1930.6x + 5058.2$



**Figura 14. Línea de Tendencia Polinómica - 2015-19**  
 Elaboración: Propia

Una vez determinada la tendencia de la data histórica, se procede a determinar la proyección de los próximos 05 años: 2021 – 2025.

<b>AÑO</b>	<b>X</b>	<b><math>274.43x^2 - 1930.6x + 5058.2</math></b>
<b>2020</b>	6	3354.08
<b>2021</b>	7	4991.07
<b>2022</b>	8	7176.92
<b>2023</b>	9	9911.63
<b>2024</b>	10	13195.2
<b>2025</b>	11	17027.63
<b>Total</b>		38628.9

**Tabla 13. Proyección de Demanda en los próximos 05 años - 2021-25**

Elaboración: Propia

Según la proyección calculada en la **Tabla 13**, se observa la proyección de la demanda en los próximos 05 años, teniendo en cuenta el año 06 que corresponde al presente año; en lo que corresponde a los años 2021 – 2025 se observa una tendencia de crecimiento.

<b>AÑO</b>	<b>Demanda Proy</b>	<b>Tendencia del Crecimiento del Mercado</b>
<b>2020</b>	3354.08	
<b>2021</b>	4991.07	48.81%
<b>2022</b>	7176.92	43.80%
<b>2023</b>	9911.63	38.10%
<b>2024</b>	13195.2	33.13%
<b>2025</b>	17027.63	29.04%

**Tabla 14. Tendencia del Crecimiento del Mercado para los años 2021 - 2025**

Elaboración: Propia

Según la proyección calculada anteriormente, se determinó la tendencia del crecimiento del mercado, donde se observa en la **Tabla 14**, un crecimiento promedio anual del 38.58%, dicha información ayudará a la empresa a calcular la demanda que tendrá el mercado para los años siguientes.

### 3.3.3. Análisis de competitividad y benchmark

Según (Kearns, 2020) El benchmarking es “un proceso sistemático y continuo para evaluar los productos, servicios y procesos de trabajo de las organizaciones reconocidas como las mejores práctica, aquellos competidores más duros”.

En resumen, el benchmarking consiste en tomar como referencia a las mejores empresas y adaptar sus métodos, sus estrategias, dentro de la competencia leal. Por ejemplo, se puede optar por adaptar las mejores prácticas en atención y servicio al cliente como en la relación precio – calidad del producto a ofertar

En el presente plan de negocio, el análisis de Benchmarking se enfoca en el estudio de las 3 principales empresas que ofertan tela de polipropileno en el mercado nacional, en específico, en Lima Metropolitana. Estas empresas se han escogido según el valor FOB de importación y la cantidad de toneladas importadas en el año 2019.

**Tabla 15. Principales empresas importadoras de la partida 5603.12 – 2019**

<b>IMPORTADOR</b>	<b>VALOR FOB</b>	<b>PESO NETO</b>
<b>CORPORACION PRODESA S.A.</b>	\$2,677,506.97	637,142.20
<b>KIMBERLY-CLARK PERU S.R.L.</b>	\$902,446.27	231,858.29
<b>INSUMOS PERU S.A.C.</b>	\$320,261.10	142,666.29
<b>PRODUCTOS PARAISO DEL PERU S.A.C.</b>	\$237,229.66	142,628.37
<b>MULTI TOP S.A.C.</b>	\$209,099.61	141,279.44
<b>L &amp; M MANUFACTURAS MEDICAS S.A.C.</b>	\$292,369.88	109,906.03
<b>PRODUCTOS TISSUE DEL PERU S.A.C - PROTIS</b>	\$639,148.39	87,583.22
<b>BIOBOLSA E.I.R.L</b>	\$139,828.00	63,362.65
<b>SYNTHETIC INSUMOS S.A.C.</b>	\$92,350.48	55,353.56
<b>3M PERU S A</b>	\$263,007.88	53,908.65
<b>BIOTEX PERU S.A.C.</b>	\$110,159.29	51,586.53
<b>FIBRAS SINTETICAS S.A.C.</b>	\$80,719.97	49,502.30

Fuente: DATA SUNAT - 2019

El nivel de participación que actualmente tienen estas empresas en el mercado peruano es alto debido a los valores de importación observados en la **Tabla 15**. Por ello, en la **Tabla 16**, se observa el análisis de benchmarking realizado considerando cuatro variables importantes: calidad del producto, precio del producto, promoción y publicidad y su participación en el mercado.

**Tabla 16. Análisis de Benchmarking**

EMPRESA / CARACTERÍSTICAS	PESO	CORPORACION PRODESA S.A.		INSUMOS PERU S.A.C.		MULTI TOP S.A.C	
		Calific.	Pond.	Calific.	Pond.	Calific.	Pond.
<b>Calidad del Producto</b>	0.30	5	1.50	4	1.20	4	1.20
<b>Precio del Producto</b>	0.25	4	1.00	3	0.75	4	1.00
<b>Promoción y Publicidad</b>	0.15	5	0.75	4	0.60	3	0.45
<b>Participación en el mercado</b>	0.30	5	1.50	4	1.20	3	0.90
<b>Total</b>	1.00		4.75		3.75		3.55

Elaboración: Propia

Según el análisis presentado anteriormente, es la empresa peruana “Corporación Prodesa S.A.C”, la que tiene más variables positivas por imitar. Debido a sus productos ofertados dado que son considerados como uno de los que mejores en el mercado; además es la empresa con mayor participación dentro del mercado y que, gracias a la promoción y publicidad que tiene, permanece en el mercado. Por ello, consideramos a esta empresa como fuente de aprendizaje para Importaciones PP E.I.R.L para lograr una participación activa en el mercado limeño.

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

Tal como se mencionó, el proveedor del producto a ofertar es extranjero y está ubicado en China. Se ha considerado negociar precios con dicho proveedor hasta establecer una política comercial adecuada en relación al

nivel de compra de Importaciones PP S.A.C con la finalidad de brindar un precio competitivo en el mercado nacional. La finalidad de optar por esta política comercial, es incrementar a corto y mediano plazo las ventas en el territorio limeño y la participación dentro del mercado local/nacional.

Dado que el proveedor es extranjero, el precio de venta debe estar bajo los términos de INCOTERM, en este caso, será FOB Shanghai, se espera de que este precio esté en términos locales del país de origen, es decir que no incluya ningún costo por el traslado hasta Perú; para lo cual se deberá calcular el costo de importación desde el puerto de China, hasta nuestro almacén; teniendo como base el costo del producto ofrecido por el proveedor.

Para el cálculo del costo de importación, se va a considerar los siguientes costos: precio acordado con el proveedor, costo de traslado interno en origen, costo aduaneros en origen, costo del flete marítimo, costo de seguro de la carga, costos operativos o de nacionalización en almacén aduanero, costos logísticos, costos de Aduanas, costo de traslado interno en el país de destino. Todos estos costos serán previamente negociados con los diferentes agente participantes en el proceso de importación y en función a la suma de estos costos, se hará el costo final de importación es que se halla el costo final puesto en el almacén de Importaciones PP E.I.R.L

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

La distribución, es un punto importante dentro de la cadena de suministros en una empresa, dado que es el punto de conexión entre la organización y el usuario, dado que es un proceso donde se asegura que el producto a ofertar llegue en óptimas condiciones al lugar designado, en el menor tiempo posible y bajo un costo logístico igual o menor al del mercado.

Cabe mencionar que una buena forma de distribución asegura una fidelización del cliente hacia la marca generando mayor rentabilidad en un plazo determinado.

Importaciones PP E.I.R.L utilizará un canal de distribución directo; lo que quiere decir que será la misma empresa la que realice la distribución física y venta directa de la tela de polipropileno a nuestro mercado objetivo, es decir, a las micro y pequeñas empresas por medio de nuestra tienda física, sin intermediarios.

Además, se debe considerar que dado que se dará la venta en el territorio local/nacional, las distancias serán cortas y podrán realizarse vía terrestre.

### **3.3.6. Análisis del entorno**

Para realizar este análisis del entorno, se debe tener en cuenta las cinco fuerzas competitivas de Porter; con la finalidad de efectuar un análisis exhaustivo que brinde información de suma importancia en base a los factores que mueven el sector de confección textil y así determinar las estrategias y técnicas necesarias para para enfrentarlas.



**Figura 15. Las 05 fuerzas de Porter**  
Fuente: Ondho – Agencia de Marketing Online

A continuación, se muestra el análisis que realiza Importaciones PP E.I.R.L en relación a las 05 fuerzas de Porter.

#### **Poder de negociación de los clientes**

Dada la competencia dentro del sector manufacturero y de los valores importados en cuanto al producto ofertar por las empresas de la competencia local, se optará por colocar un precio competitivo que permita al cliente optar nuestro producto dada la relación de calidad – precio.

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

Actualmente, la lista de proveedores en el extranjero es extensa, por lo tanto, como empresa nos ha convenido la elección de la tela de polipropileno, dado que se obtiene con mayor facilidad en el país de origen: China.

### **Amenaza de productos sustitutos**

Los productos sustitutos en relación al producto a ofrecer serían aquellos que pertenecen a la misma línea de productos de la tela de polipropileno pero sin embargo, no mostraría las mismas cualidades dado que contienen diferentes parámetros para su producción y además dado que el producto a ofertar deberá contar con la cualidad de ser antibacteriano y dirigido al sector de confección textil, los productos sustitutos tendrían que igualar dichos beneficios para la ventaja dentro del mercado.

### **Rivalidad entre empresas**

El territorio nacional cuenta con un grado medio de rivalidad, debido a la importación de tela de polipropileno, sin embargo debido a este factor, es importante considerar diversas características que harán nuestro producto atractivo al mercado: precio competitivo, atención personalizada y promoción/publicidad.

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

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

El presente plan de negocio segmentará el mercado según los 04 criterios: geográfico, demográfico, psicográfico y conductual.

- Geográficos: Comercialización en el distrito de La Victoria – Lima.
- Demográfico: Micro y pequeña empresas del sector de confección textil y de cuero.
- Psicográficos: Empresas de confección textil con capacidad adquisitiva de materiales.
- Conductuales: Empresas de confección textil interesadas en las tendencias del mercado.

POLITELA aplicará la estrategia de segmentación concentrada dado que se enfoca en el uso máximo de recursos para el mercado objetivo con el fin de conocer a detalle los requerimientos del cliente y de esa manera, satisfacer las necesidades del mismo objetivo de satisfacer las necesidades de manera más específica.

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

Importaciones PP E.I.R.L, bajo la marca comercial POLITELA, aplicará una estrategia de posicionamiento en relación a una estrategia de diferenciación, donde se busca crear un conjunto único para los consumidores. A continuación, se muestra el detalle del proceso para determinar la técnica.



**Figura 16. Estrategia de Posicionamiento – POLITELA**

Fuente: Elaboración Propia

### 3.4.3. Estrategias de ingreso al mercado

Para la estrategia de ingreso al mercado, se considera la matriz desarrollada por Ansoff, donde muestra claramente la estrategia que se debe desarrollar en relación al mercado y el producto.

Esta herramienta establece cuatro estrategias que se pueden clasificar como estrategias de crecimiento por expansión, que incluye el crecimiento por penetración, por desarrollo de producto, por desarrollo de mercado y de estrategia por diversificación.

		PRODUCTO	
		ACTUAL	NUEVO
MERCADO	ACTUAL	Penetración en mercado (I)	Desarrollo de nuevos productos (II)
	NUEVO	Desarrollo de nuevos mercados (III)	Diversificación (IV)

**Figura 17. Matriz Ansoff – POLITELA**

Fuente: Elaboración Propia

Bajo la herramienta de Ansoff, POLITELA deberá aplicar una estrategia de desarrollo de producto, dado que se trata de un producto nuevo según tendencia del mercado actual. Sin embargo, esta estrategia estará en relación a un precio más accesible al de la competencia, pero ofreciendo la atención personalizada que espera el cliente, generando una ventaja competitiva frente a los demás proveedores.

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

Dado que nuestro mercado objetivo son las micro y pequeña empresas, el canal de distribución será directo. Por ello, POLITELA considera puntos importante para el traslado del producto: cantidades, volúmenes, distancia de traslado y costos de flete.

Sin embargo, se tiene en cuenta que estaremos en la zona de mayor concentración del sector de confección textil, por ello, la distribución comercial será rápida y eficiente.

Sin embargo, en caso de captar más clientes en zonas aledañas en Lima o en otras ciudades del país, se contratará a empresas de transporte de carga pesada con la finalidad de asegurar la entrega de los productos.

#### **3.4.5. Estrategias de Branding**

El branding es el proceso de crear imagen de marca, o dicho de otra forma, presentar un único mensaje sobre la empresa, sus productos o sus servicios.

Para POLITELA se usará la marca como un elemento diferenciador, capaz de crear valor, identidad y posicionamiento dentro del consumidor, el cual se podrá observar en el empaque de producto. Dado que la tela de polipropileno se compra y comercializa en rollos, las fundas que envolverán estos rollos tendrán un rotulado donde se muestre la imagen comercial, esto con la finalidad de asegurar a largo plazo, una fuente de ingresos estable y segura.

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

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

La promoción de ventas de POLITELA iniciará con la aplicación de un excelente tipo de promoción para este producto, puesto que al ser una empresa nueva en el mercado necesita enfocar sus actividades en la captación de clientes que estén interesados en el producto.

## Promoción en Precio

Se pretende realizar una reducción del precio del producto de manera temporal con el ánimo de crear el interés en los demandantes

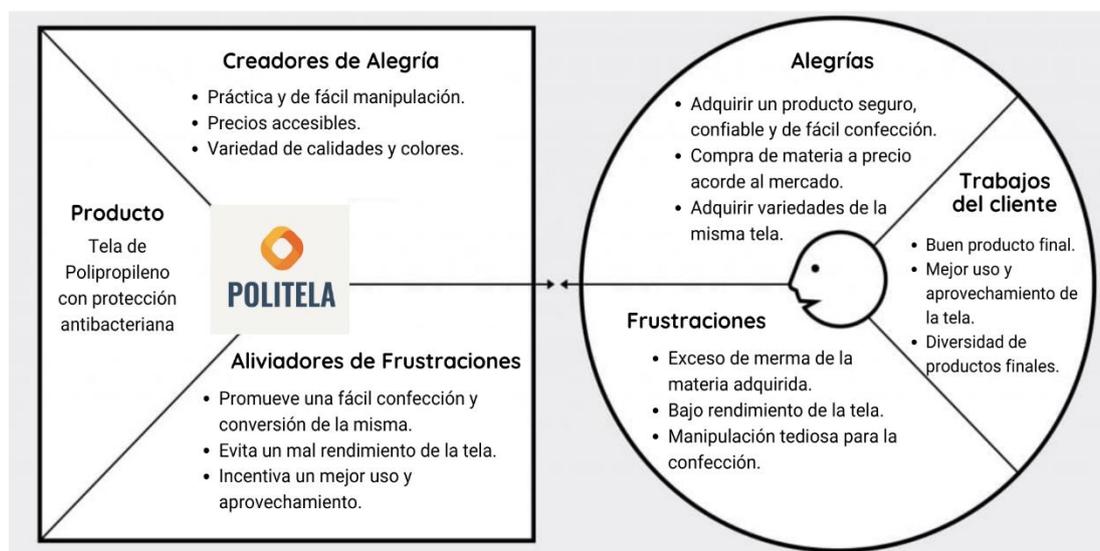
## Promoción en Servicio Post Venta

Se estima realizar un servicio diferenciado en relación a la competencia, a través un servicio óptimo, desde la cotización del producto hasta la entrega del mismo.

### 3.5.2. Propuesta de Valor

Para la propuesta de valor, POLITELA ha considerado el modelo canvas, herramienta para analizar y crear modelos de negocio de forma simplificada.

Esta herramienta se visualiza de manera global en un lienzo dividido en los principales aspectos que involucran al negocio y gira entorno a la propuesta de valor que se ofrece.



**Figura 18. Modelo de negocios Canvas – POLITELA**

Fuente: Elaboración Propia

Esta herramienta está compuesta por la propuesta de valor, mano izquierda de la figura y segmento del cliente, mano derecha de la figura.

**Propuesta de Valor:** Se describe la solución para el cliente.

- **Producto:** Tela de polipropileno con protección antibacteriana.
- **Creadores de Alegría:** Práctica y de fácil manipulación, precios accesibles y variedad de calidades y colores.
- **Aliviadores de Frustraciones:** Promueve una fácil confección y conversión de la misma, evita un mal rendimiento de la tela e incentiva un mejor uso y aprovechamiento.

**Perfil del cliente:** Describe el segmento de mercado objetivo y sus características.

- **Trabajos de Clientes:** Buen producto final, mejor uso y aprovechamiento de la tela y diversidad de productos finales.
- **Alegrías:** Adquirir un producto seguro, confiable y de fácil confección, compra de materia a precio acorde al mercado y adquirir variedades de la misma tela.
- **Frustraciones:** Exceso de merma de la materia adquirida, bajo rendimiento de la tela y manipulación tediosa para la confección.

Se puede observar que gracias a esta herramienta, se puede entender las interrelaciones entre los distintos elementos del modelo.

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

Las estrategias de marketing digital surgen a partir del contexto internacional de la influencia del avance tecnológico y las nuevas herramientas en las actividades cotidianas de las personas, es por ello, que

los negocios deben desarrollar estrategias de marketing digital que permita llegar a los clientes.

POLITELA ha considerado la creación de redes sociales con el fin de interactuar directamente con potenciales clientes y reducir costos de marketing.

### **Marketing de Contenidos / Redes Sociales**

POLITELA contará con un perfil de Facebook e Instagram, denominados Fan Page y se registrará contenido llamativo donde se le indique al cliente, la calidad del producto, la manipulación y el almacenamiento que este requiere. Es decir, se le brinde información relevante de forma gratuita con el objetivo de enfocarnos en el usuario y sus necesidades.

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

Esta política se enmarca de la planeación estratégica de una empresa, la cual es necesaria para el buen funcionamiento de la misma.

Se debe tener en cuenta que a la hora de fijar los fines, metas y objetivos de una empresa, se deben desarrollar y establecer políticas de precios. Normalmente se trata de políticas vinculadas directamente con la estrategia y la estructura de la empresa.

Por otro lado, la estrategia de precio supone un proceso de planificación global de los cambios por realizar en la política de precios y así generar planes operativos precios por implementar en el mercado.

En el caso de POLITELA, se pretende ingresar al mercado bajo precios promocionales temporales, el cual genere interés en el cliente.

## CAPÍTULO IV: PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

### 4.1. Envases, Empaque y Embalaje

El envase, empaque y embalaje tienen como función principal, garantizar la llegada del producto de forma segura a manos del cliente. Se debe tener en cuenta que el proveedor debe brindar un producto resguardado y seguro y ello implica, asegurarlo mediante una adecuada presentación.

#### 4.1.1. Envase

Es el recipiente que mantiene contacto directo con el producto, en función de proteger, preservar y presentar el contenido de este.



**Figura 19. Envase de la Tela de Polipropileno**

Fuente: Pujiang Xintai Non-Woven Fabric Co., Ltd. – 2020

**Tabla 17. Detalle del Envase**

<b>Material</b>	Plastic Film
<b>Capacidad</b>	01 rollo
<b>Gramaje</b>	30 gr/m <sup>2</sup>
<b>Medidas</b>	1 m x 50 m (ancho x largo)
<b>Peso</b>	1.5 Kg

Fuente: Pujiang Xintai Non-Woven Fabric Co., Ltd. – 2020

#### **4.1.2. Empaque**

Es la presentación comercial del producto con el fin de mantener la seguridad de este durante sus desplazamientos y brindando una imagen visual diferenciada que logre captar la atención del cliente.

Nuestro proveedor brindará el producto en doble forro de plastic film, tal cual se describe en el punto señalado anteriormente.

#### **4.1.3. Embalaje**

Son los materiales que preparan la carga para su traslado de forma más adecuada posible con el fin de proteger la carga y facilitar el manipuleo. El proveedor de tela de polipropileno brindará la carga debidamente paletizada y cubierta de stretch film.



**Figura 20. Imagen del Embalaje**

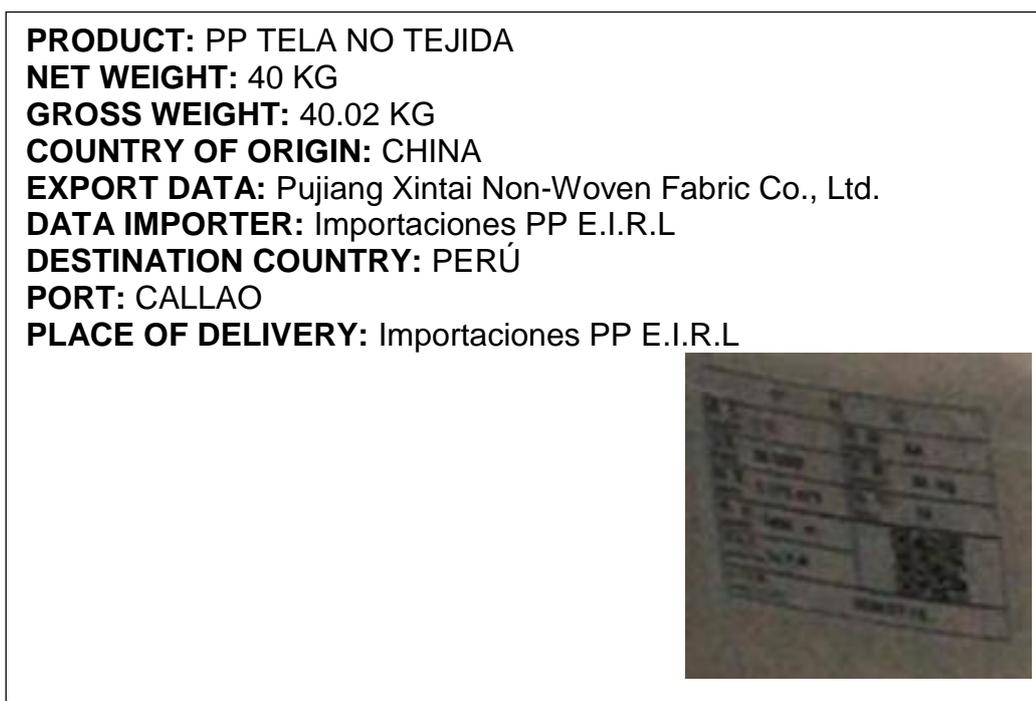
Fuente: Pujiang Xintai Non-Woven Fabric Co., Ltd. – 2020

## 4.2. Diseño del Rotulado y Marcado

El marcado y el rotulado son las piezas más importantes dentro de la distribución física internacional, dado que la identificación rápida y eficaz, además permite una pronta localización de éstas y acelera el proceso de constatar las unidades físicas con los documentos en el caso de inventarios o controles físicos.

### 4.2.1. Diseño del Rotulado

Se trata de aquella inscripción que se sitúa sobre un producto para indicar qué es, que contiene, hacia dónde se envía y para qué sirve.



**Figura 21. Diseño del rotulado – POLITELA**

Fuente: Elaboración Propia

El proveedor colocará el rotulado en 01 rollo por cada pallet, lo que ayudará a su identificación.

#### 4.2.2. Diseño del Mercado

Es la información adicional que: aparece en el empaque o embalaje como: País de origen, puerto de salida, puerto de entrada, peso bruto, peso neto, dimensiones de las cajas.

El proveedor de China, indicará en cada pallet, el marcado correcto para la manipulación de la mercancía. Los pictogramas a utilizar son:



a. Protéjase del calor: Durante el transporte y su estadía en almacén, deberá resguardarse del calor para preservar las propiedades de la tela de polipropileno.



b. Protéjase de la humedad: El embalaje deberá mantenerse en un ambiente seco, ya sea durante el traslado o en almacén.

Figura 22. Marcado de Empaque

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

La unitarización es el agrupamiento físico de la mercancía en unidades de carga, según (Diario del Exportador, 2019), se entiende que cada unidad de carga representa un módulo, el cual puede manipularse mecánicamente facilitando el proceso de distribución física. Este método incluye dos modalidades: paletización y contenedorización, los cuales proporcionan mejor rapidez y facilidad en el trabajo de operadores.

## Paletización

Consiste en colocar unidades de carga sobre una plataforma, generalmente parihuelas o pallets, construidas en función del requerimiento de cada empresa y los productos que ofrece.

Politela ha considerado llegar a un acuerdo con su proveedor para la paletización de la mercadería a importar, la cual incluirá los siguientes puntos:

**Tabla 18. Paletización - POLITELA**

PALETIZACIÓN		
ITEM	MEDIDA	UNIDAD DE MEDIDA
<b>Medidas (LxA)</b>	100 x 120 x 240	Centímetros
<b>Altura de Apilamiento</b>	240	Centímetros
<b>N° unidades x ancho</b>	2	Centímetros
<b>N° unidades x largo</b>	2	Unidades
<b>Niveles de Rollo</b>	14	Niveles
<b>Peso Neto</b>	84	Kilogramos
<b>Peso Bruto</b>	109	Kilogramos
<b>Capacidad</b>	1,500	Kilogramos

Fuente: Elaboración Propia

El proveedor de POLITELA, el cual tiene sus instalaciones en el país de China, realizará la paletización de la carga teniendo en cuenta que son 2 rollos por ancho y 2 rollos por largo, teniendo en cuenta que son 14 niveles para el apilamiento. Dado que la mercadería a importar son rollos, serán 56 rollos por la totalidad equivalente a 84 kilogramos sin incluir el peso del pallet.

## Contenedorización

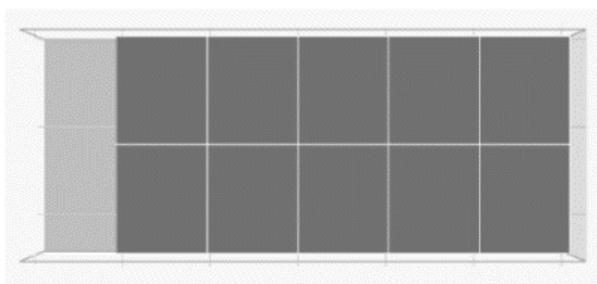
Luego de haberse realizado la paletización, se procede a utilizar el siguiente método de distribución física, el cual es la contenedorización, donde se utiliza una unidad de transporte de carga llamada contenedor. Este medio es el más seguro para la protección de las mercancías en el transporte internacional.

**Tabla 19. Contenedorización - POLITELA**

<b>Contenedorización</b>		
<b>ITEM</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>
<b>N° de Rollos</b>	616	Unidades
<b>N° de Pallets</b>	10	Unidades
<b>Medidas Externas</b>	6.05 x 2.43 x 2.59	Metros
<b>Medidas Internas</b>	5.89 x 2.35 x 2.38	Metros
<b>Capacidad</b>	28,080	Kilogramos
<b>Tara</b>	2,400	Kilogramos
<b>Peso Neto</b>	840	Kilogramos
<b>Peso Bruto</b>	3,324	Kilogramos

Fuente: Elaboración Propia

Como se observa en la tabla, la cantidad de rollos por importar en un contenedor es de 616 rollos, cada rollo equivalente a 1.5 kilogramos, haciendo un total 840 kilogramos como peso neto.



**Figura 23. Ejemplificación - POLITELA**

Fuente: Elaboración Propia

El proveedor ha considerado trasladar la mercadería en pallets industriales y se tiene en cuenta que son 10 pallets por contenedor, los cuales están simétricamente apilados y caben de manera exacta dentro de este.



**Figura 24. Imagen del proveedor – POLITELA**

Fuente: Pujiang Xintai Non-Woven Fabric Co., Ltd. – 2020

Nuestro proveedor, Pujiang Xintai Non-Woven Fabric Co., Ltd tiene experiencia exportando en diferentes mercado internacionales, por ello, nos indicó los detalles para la unitarización de la carga, tal como se puede apreciar en la **Figura 24**, nos muestra el apilamiento de los pallets industriales.

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

La distribución física internacional, según (Enriquez, Ricardo, 2019), involucra las actividades de control y administración de inventarios, envasado, almacenamiento en lugar de producción, transporte, almacenamiento de lugar de envío y entrega del producto al cliente final. En pocas palabras, es el proceso logístico que permite colocar un producto en el mercado internacional cumpliendo con los cláusulas y condiciones entre el vendedor y comprador.

La empresa presentada en este plan, indica que el DFI se efectuará desde la perspectiva del importador; donde se involucrará las gestiones necesarias para

el traslado internacional del producto a ofertar desde el almacén del proveedor en China hasta el almacén de POLITELA en Perú.



**Figura 25. Flujo de DFI – POLITELA**

Fuente: Elaboración Propia

Como se observa en la figura anterior, se tiene a dos actores principales: proveedor y comprador, los cuales celebrarán la compra venta internacional bajo el incoterm FOB, donde el proveedor entrega la mercancía a bordo del buque, designado por el importador, en el puerto de Shanghai; es en ese momento que se realiza la transferencia de riesgo a POLITELA, este último asume los costos de flete, seguro, gastos en destino, transporte interno y pago de aranceles.

#### **Proveedor: PUJIANG XINTAI NON-WOVEN FABRIC CO**

Empresa fabricante de Tela no tejida de polipropileno en la región de Zhejiang – China, fundada en el 2009 con ingresos anuales totales de USD 3'340,000 dólares americanos. Además cuenta con un equipo comercial de 3-5 trabajadores y con un registro de exportación Nro. 03395429.

Precio FOB x Kilogramo: USD 1.80 dólares americanos

**对外贸易经营者备案登记表**

统一社会信用代码: 913307266845368312  
进出口企业代码: \_\_\_\_\_

备案登记表编号: 03995429

经营者中文名称	浦江鑫泰无纺布有限公司		
经营者英文名称	PUJIANG XINTAI NON-WOVEN FABRIC CO., LTD.		
组织机构代码	_____	经营者类型 (由备案登记机关填写)	有限责任公司
住 所	浙江省浦江县郑宅镇工业功能分区工业大道南侧		
经营场所 (中文)	浙江省浦江县郑宅镇工业功能分区工业大道南侧		
经营场所 (英文)	South side of Industrial Avenue, industrial function zone, Zhengzhai Town, Pujiang County, Zhejiang Province		
联系电话	15355341286	联系传真	057984293688
邮政编码	322200	电子邮箱	305637693@qq.com
工商登记注册日期	2009-2-12	工商登记注册号	_____

依法办理工商登记的企业还须填写以下内容

企业法定代表人姓名	柳金财	有效证件号	330726196607072517
注册资金	伍佰万元	(折美元)	

依法办理工商登记的外国 (地区) 企业或个体工商户 (独资经营者) 还须填写以下内容

企业法定代表人 / 个体工商户负责人姓名	_____	有效证件号	_____
企业资产 / 个人财产	_____	(折美元)	

备注

\_\_\_\_\_

填表前请认真阅读背面的条款, 并由企业法定代表人或个体工商户负责人签字盖章




2020 年 03 月 31 日

**Figura 26. Licencia de Exportación del Proveedor**

Fuente: Pujiang Xintai Non-Woven Fabric Co., Ltd. – 2020

Considerando los términos FOB Shanghai, el proveedor deberá realizar una serie de procedimientos en China que va desde preparar la carga (unitarización), contenedorización, traslado interno en origen, trámite de exportación, coordinación de embarque con el agente de carga asignado y finalmente enviar los documentos de embarque a POLITELA.

### DFI – Tránsito Internacional

En este punto, se realizan las actividades que involucran el movimiento de la carga desde el punto de origen en el país del exportador hasta el punto de destino en el país del importador.

El presente plan de negocio considera esencial realizar la selección del medio de transporte y agencia de carga.

### a) Medio de Transporte

Se debe tener en cuenta que el medio de transporte debe ser ideal para el traslado de la mercancía, considerando sus características y su vida útil. En este ítem, se analizará diferentes criterios involucrados en el transporte como: costo de flete, tiempo de tránsito, restricciones de carga, frecuencia de salida y gestión de aduana.

**Tabla 20. Evaluación de medio de transporte**

Criterios	Calificación: Rango de 0 (Muy Malo) – 5 (Excelente)						
	Importancia	Vía Marítima	Puntaje	Vía Aérea	Puntaje		
Costo de Flete	35%	Bajo	5	1.75	Alto	1	0.35
Tiempo de Tránsito	15%	36 días	3	0.45	3 días	5	0.75
Restricciones de Carga	10%	Ninguna	4	0.40	Ninguna	4	0.40
Frecuencia de Salida	15%	Semanal	4	0.60	Diario	5	0.75
Gestión de Aduana	25%	Regular	4	1.00	Tediosa	2	0.50
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>		<b>20</b>	<b>4.20</b>		<b>17</b>	<b>2.75</b>

Fuente: Elaboración Propia

Dada la evaluación para la selección de medio de transporte, se tiene la vía marítima como la mejor, dado que recibió el puntaje de 4.20 por los bajos costos de flete, nula restricción de la carga y una gestión de aduana regular; por el contrario, la vía aérea recibió un puntaje de 2.75 debido a los costos elevados y una documentación de la carga más tediosa.

Una vez definido el medio de transporte, se toma en cuenta, al agente de carga como otro actor importante dentro del flujo de la distribución física internacional.

## b) Agencia de Carga

La selección del agente de carga genera valor dentro de la cadena del DFI, dado que este actor se encarga de gestionar el embarque con el proveedor en el país de origen, debido al término FOB, donde se especifica que el importador es quien asume la responsabilidad del traslado internacional de la mercancía, por lo tanto, se requiere evaluar y determinar la mejor opción para el agenciamiento de carga. Para ello se evaluarán diferentes criterios importantes, tales como, costo de servicios, años de experiencia, variedad de servicios, seguridad y atención al cliente.

Criterios	Calificación: Rango de 0 (Muy Malo) – 5 (Excelente)						
	Importancia	ADUANDIN A	Puntaje		PSGROUP	Puntaje	
<b>Costos de Servicio</b>	15%	Regular	3	0.45	Alto	1	0.15
<b>Tiempo de Experiencia</b>	25%	35 años	5	1.25	10 años	2	0.50
<b>Variedad de Servicios</b>	15%	Alta	5	0.75	Regular	3	0.45
<b>Seguridad</b>	25%	Alta	5	1.25	Regular	3	0.75
<b>Atención al cliente</b>	20%	Excelente	5	1.00	Muy buena	4	0.80
<b>TOTAL</b>	100%		2 3	4.7		1 3	2.65

**Tabla 21. Evaluación de la Agencia de Carga**

Fuente: Elaboración Propia

Dado el análisis, se puede observar que la agencia de carga ADUANDINA como el más calificado para el encargo de la gestión de importación, el cual brindará la información necesaria para el embarque, notificando su contacto con el proveedor, la reserva de la línea naviera, seguimiento del transporte internacional de la mercancía, arribo al puerto de destino, trámite de nacionalización de la mercancía y traslado interno hacia las instalaciones de POLITELA.

Una vez seleccionada la agencia de carga, se procedió a solicitar la cotización correspondiente a la mercancía a ofertar a la empresa ADUANDINA, obteniendo los siguientes costos:

**Tabla 22. Costos logísticos - Agente ADUANDINA**

Item	Costo USD (US\$)	Costo Soles (S/)
FOB	\$ 1,512.00	S/ 5,482.51
Flete	\$ 2,268.00	S/ 8,223.77
Seguro	\$ 130.95	S/ 474.82
<b>CIF</b>	<b>\$ 3,910.95</b>	<b>S/ 14,181.10</b>
<b>Derechos Arancelarios</b>		
IGV		S/ 14,182.00
IPM		S/ 284.00
<b>Total Derechos Arancelarios</b>		<b>S/ 14,466.00</b>
Gastos Operativos		S/ 280.00
Transporte		S/ 750.00
Servicio de Custo		S/ 300.00
Gastos Portuarios		S/ 3,000.00
<b>Sub-Total</b>		<b>S/ 13,028.61</b>
Comisión		S/ 2,748.80
<b>Base Imponible</b>		<b>S/ 15,777.41</b>
IGV		S/ 2,839.93
<b>Total</b>		<b>S/ 33,083.34</b>

Fuente: Cotización Nro. 01/394472 – ADUANDINA

### **DFI – País de Destino**

En relación al país de destino, se debe tener en cuenta dos puntos relevantes: requisitos para el ingreso de la mercancía y la selección del agente de aduanas, dado que será quien actúe en representación de POLITELA ante la aduana peruana.

#### **a) Requisitos de Ingreso de Mercancía**

El mercado peruano solicita la tramitación previa de documentos para el ingreso de la mercancía; en este caso, para la tela no tejida no existe restricción alguna para su importación, por ello se considerará los

documentos tradicionales en dicha gestión, tales como factura, packing list, certificado de origen y conocimiento de embarque.

- Factura Comercial: documento de carácter contable donde el vendedor como constancia de la venta realizada.
- Packing List: documento emitido por el exportador donde se detalla las características de la mercancía ayudando a completa la información de la factura.
- Certificado de Origen: documento que prueba el origen de la mercancía, así mismo, permite la acreditación de la misma en el país de destino.
- Conocimiento de Embarque: documento propio del transporte marítimo, también llamado, bill of lading, sirva como contrato de transporte de mercancía en un buque.

Se tiene en cuenta que los dos primeros documentos son emitidos por el proveedor, mientras que el certificado de origen lo emite la entidad competente en el país de origen y el conocimiento de embarque es emitido por la línea naviera.

## **b) Agente de Aduanas**

En el país de destino, otro actor importante de la cadena de DFI, es el agente de aduanas, dado que la representación de la empresa frente a la aduana peruana y es quien realizará los trámites de nacionalización de la mercancía. Para el presente plan, se ha optado por tomar el servicio integral de la Agencia ADUANDINA, quien realizara sus operaciones como agente de carga y agente de aduanas, dada la experiencia de dicha empresa en rubro

de comercio internacional, además cuenta con clientes reconocidos a nivel nacional, lo que genera confianza en su atención y servicio. En el punto de Agente de Carga, se puede visualizar los gastos correspondientes.

#### **4.5. Seguro de las mercancías**

El seguro de mercancías es el contrato que se establece con una empresa aseguradora; dicho contrato se denomina “póliza”, la cual indica que dicha aseguradora se compromete, mediante la percepción de una prima, a que si la mercancía que ha obtenido sufre algún siniestro o daño, dicha persona recibirá la cantidad de dinero acordada en dicho contrato por lo sucedido.

POLITELA ha considerado tomar una póliza capaz de cubrir la mercancía, desde que la mercancía esta “a bordo del buque” en puerto de origen, hasta su llegada a las instalaciones de la empresa importadora; con la finalidad de salvaguardar el traslado marítimo, operaciones de estiba y desestiba y traslado interno de la mercancía. El tipo de póliza de seguro que empleará es la de por viaje o a término, esto debido a que es la que más se adecua a las necesidades de la empresa.

En el presente plan, se ha decidido optar por la “póliza por viaje”, la cual cubre el trayecto desde el punto de origen hasta el punto de destino solamente en un solo viaje, incluyendo posibles transbordos o paralizaciones del medio de transporte.

## **CAPÍTULO V: PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL**

### **5.1. Fijación de precios**

El precio, según (Lerma, 2004) es el valor monetario que es cobrado por la adquisición de un bien o servicio sin importa la condición de pago o los valores de descuento. Por ello, como toda celebración de compraventa internacional, ambas partes establecen una relación comercial, donde una de ellas, el vendedor ofrece un producto o servicio y el comprador, lo adquiere pagando lo estipulado.

Importaciones PP E.I.R.L, llamado comercialmente POLITELA, ha considerado determinar el precio de venta del bien a ofertar bajo los siguientes métodos:

- Método basado en la competencia: se considerará el precio promedio del bien en el mercado teniendo en cuenta que la competencia con las demás empresas es directa.
- Método basado en los costos: permitirá determinar el costo unitario del producto y por ende, evaluar el margen de ganancia que nos permita estar acorde a la competencia.

Por ende, utilizando ambos métodos se pretende determinar un precio competitivo y acorde al mercado objetivo, de tal manera, que los clientes verifiquen que nuestro producto es de calidad y el precio acorde de ello.

El Incoterm a utilizar es FOB 2020 para determinar el precio de venta.

#### **5.1.1. Costos y precio**

En todo plan, es necesario que se lleve a cabo la determinación del costo unitario y el precio de venta del producto a ofertar; por ello, es necesario

evaluar el precio de venta promedio de las empresas que venden el mismo bien: tela no tejida de polipropileno.

Se logró revisar y analizar el mercado, teniendo como referencia 03 empresas del mismo sector, el cual se detalla a continuación.

**Tabla 23. Precio promedio de venta de empresas comercializadoras de tela no tejida – 2020**

<b>Razón Social</b>	<b>P. Venta Prom.</b>
<b>BIOBOLSA E.I.R.L. – RUC: 20600881036</b>	
	S/ 8.70/m <sup>2</sup>
Dirección: Cal. General Felipe Santiago S Nro. 140 . El Pino – San Luis – Lima	
<b>INSUMOS PERU S.A.C – RUC: 20432008101</b>	
	S/ 7.50/m <sup>2</sup>
Dirección: Jr. Juan Jose Mostajo Nro. 275 – Santa Catalina – La Victoria – Lima	
<b>G &amp; C COMERCIALIZADORA GEOSINTETICOS S.A.C – RUC: 20603433671</b>	
	S/ 8.30/m <sup>2</sup>
Dirección: Calle San Carlos 490 Mz B Lote 3 – ATE – Lima	

**Fuente:** Elaboración Propia

En la tabla anterior, se puede observar el precio promedio de tela no tejida de polipropileno de los principales competidores de POLITELA, dichos datos nos servirán como valores referenciales para determinar el margen de ganancia y por ende el precio de venta.

## Determinación de Precio

Teniendo los datos previos por parte del proveedor y del servicio de agenciamiento, se procede a terminar el precio.

**Tabla 24. Costo FOB por embarque**

ITEM	CANTIDAD	COSTO FOB UNIT	VALOR FOB
Tela no tejida de polipropileno	840 Kg	\$ 1.80/Kg	\$ 1,512.00

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla anterior, se determina el valor FOB brindado por el proveedor por embarque.

**Tabla 25. Costo de Importación**

<b>VALOR FOB</b>	<b>\$ 1,512.00</b>
<b>Flete</b>	<b>\$ 2,268.00</b>
<b>Seguro</b>	<b>\$ 130.95</b>
<b>VALOR CIF</b>	<b>\$ 3,910.95</b>
<b>ADV</b>	<b>\$ 0.00</b>
<b>IGV</b>	<b>\$ 3,911.20</b>
<b>IPM</b>	<b>\$78.32</b>
<b>Costo Tributario</b>	<b>\$ 3,989.52</b>
Transporte	\$ 206.84
Depósito temporal	\$ 82.74
Gastos Portuarios	\$ 827.36
<b>Costo Logístico</b>	<b>\$ 1,116.94</b>
Agenciamiento de Carga / Aduanas	\$ 77.22
<b>Costo de Gestión Operativa</b>	<b>\$ 77.22</b>
<b>Costo Operativo de Importaciones</b>	<b>\$ 5,106.46</b>
<b>Valor de Importación de Mercancía</b>	<b>\$ 3,910.95</b>
<b>COSTO DE COMPRA INTERNACIONAL</b>	<b>\$ 9,017.41</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tal como se aprecia en la tabla anterior, se ha calculado los costos de compra venta internacional, los cuales implicaría importar la tela no tejida de polipropileno desde puerto de Shanghái en China hasta el puerto del Callao en Perú, dando como resultado el valor de \$ 9,017.41 dólares americanos.

Dado el dato de costos de importación, se procede a determinar los costos que afectarán en el cálculo del precio de venta en el mercado nacional.

### a) Costos Fijos

**Tabla 26. Costos Fijos – Proyección 2021 - 2025**

<b>COSTOS FIJOS (S/)</b>					
<b>2021 – 2025</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
<b>Alquiler</b>	18000.00	18000.00	18000.00	18000.00	18000.00
<b>Servicios (luz e internet)</b>	1800.00	1800.00	1800.00	1800.00	1800.00
<b>Contador externo</b>	1600.00	1600.00	1600.00	1600.00	1600.00
<b>Telefonía Móvil</b>	610.17	610.17	610.17	610.17	610.17
<b>Gerente General</b>	19110.00	19110.00	19110.00	19110.00	19110.00
<b>Jefatura Comercial</b>	14014.00	14014.00	14014.00	14014.00	14014.00
<b>Asistente Comercial</b>	12485.20	12485.20	12485.20	12485.20	12485.20
<b>Asistente de Importaciones</b>	12740.00	12740.00	12740.00	12740.00	12740.00
	80359.37	80359.37	80359.37	80359.37	80359.37

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior, se aprecian los costos fijos, expresados en soles, son costos que asume la empresa para su funcionamiento, teniendo en cuenta que dicho detalle de costos se involucran indirectamente con la actividad de la empresa. Cabe mencionar que los importes mostrados se mantienen durante el periodo de 05 años.

### b) Costos Variables

**Tabla 27. Costos Variables – Proyección 2021 - 2025**

<b>COSTOS VARIABLES (S/)</b>					
<b>2021 – 2025</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
<b>Material e insumos de trabajo</b>	2832.00	2902.80	2975.37	3049.75	3126.00
<b>Publicidad</b>	900.29	922.80	945.87	969.52	993.75
<b>Viáticos</b>	1557.60	1596.54	1636.45	1677.36	1719.30
<b>Logística y Agenciamiento</b>	110299.54	115814.51	121605.24	129509.58	139870.35
<b>Adquisición de Tela</b>	38537.86	38537.86	42487.99	45249.71	48869.68
	154127.28	159774.51	169650.92	180455.92	194579.08

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la tabla anterior, la empresa IMPORTACIONES PP E.I.R.L debido al inicio de actividades, contará con costos variables

representado por 154,127.58 soles. Sin embargo se ha estimado los próximos cuatro años, pertenecientes a la proyección, un crecimiento porcentual en cantidad de importación, por ende, los costos variables se incrementarán acorde a dicha cantidad.

### c) Cantidad de Mercancía a Importar

**Tabla 28. Cantidad a importar en Kilogramos (Kg)**

CANTIDAD (Q)	2021 - 2025				
	DETALLE	2021	2022	2023	2024
Tela de polipropileno (KG)	5040.00	5292.00	5556.60	5917.78	6391.20
<b>CANTIDAD TOTAL</b>	<b>5040.00</b>	<b>5292.00</b>	<b>5556.60</b>	<b>5917.78</b>	<b>6391.20</b>

Fuente: Elaboración propia

En la tabla Cantidad a importar en Kilogramos (Kg), la cantidad a importar es de 5,040 kilogramos para el primer año. Para el segundo y tercer año se ha considerado importar 5% más de cantidad en kilogramos con respondiente a un año anterior. Dicho porcentaje se maneja en relación a la tendencia de crecimiento de importaciones de dicho producto en territorio nacional. Teniendo como base dicha información, en el cuarto año, se incrementaría un 6.5% y para el quinto año, último año del periodo, se incrementaría a un 8%.

### d) Costos Operativos

**Tabla 29. Costos Operativos - Proyección 2021 - 2025**

DETALLE	COSTO OPERATIVO (S) 2021 – 2025				
	2021	2022	2023	2024	2025
Costos Fijos (CF)	77094.96	77094.96	77094.96	77094.96	77094.96
Costos Variables (CV)	130616.34	135402.13	143771.96	152928.75	164897.52
Cantidad por Importar (Q)	5040.00	5292.00	5556.60	5917.78	6391.20
<b>Costo Operativo Unitario</b>	<b>41.21</b>	<b>40.15</b>	<b>39.75</b>	<b>38.87</b>	<b>37.86</b>

Fuente: Elaboración propia

En la tabla de Costos Operativos, se observa el cálculo para determinar el valor unitario de dicha mercancía, el cual es hallado debido a la sumas del costo fijo más el costo variable sobre la cantidad a importar.

#### e) Precio de Venta

**Tabla 30. Precio de Venta – Proyección 2021 - 2025**

<b>PRECIO DE VENTA (S/)</b>					
<b>2021 - 2025</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
<b>Costo Operativo Unitario</b>	41.21	40.15	39.75	38.87	37.86
<b>Margen de Ganancia</b>	10.98	12.05	13.26	14.27	15.16
<b>Valor de Venta Unitario</b>	52.20	52.20	53.00	53.14	53.03
<b>IGV (18%)</b>	9.40	9.40	9.54	9.56	9.54
<b>Precio de Venta Unitario</b>	61.59	61.60	62.55	62.70	62.57

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se realizó el cálculo del precio de venta donde primero se obtuvo el costo operativo unitario, dicho costo se multiplicó por el margen de ganancia considerado (26.65%) obteniendo así el valor de la venta, el cual se añade el 18% del IGV, dando como resultado el precio de venta por Kg para el primer año. Para años posteriores se está considerando un rango entre 3% - 4% de incremento en el margen de ganancia.

**Tabla 31. Precio de Venta por Metro (en soles)**

<b>P. Venta/Kg</b>	<b>Rollo en Kg</b>	<b>P.Venta x Rollo</b>	<b>P.Venta x Metro</b>
S/ 61.59	1.50 Kg	S/ 92.39	S/ 4.62

Fuente: Elaboración propia

Considerando que la unidad de medida de venta será el metro cuadrado (m<sup>2</sup>), se consideró efectuar el cálculo de precio de venta en dicha unidad, considerando que cada rollo equivalente a 20m<sup>2</sup>, se obtiene como resultado S/ 4.62/m<sup>2</sup>.

#### 5.1.2. Cotización internacional

Es el procedimiento, según (ICESI, 2007), mediante el cual, el proveedor detalla las características del bien ofertado en un documento al comprador en el exterior con el objetivo de presentar una oferta luego de un previo contacto comercial e interés de por medio.

En el presente plan, la cotización de la Tela no tejida de polipropileno ha sido solicitada mediante la plataforma virtual Alibaba al proveedor Pujiang Xintai Non-Woven Fabric Co., Ltd.

Para lo cual, dicha empresa nos envió su proforma del producto de nuestro interés.

**Pujiang Xintai Non-Woven Fabric Co., Ltd.**  
South Side Of Industrial Avenue, Industrial Function Zone, Zhengzhai  
Town, Pujiang County, Zhejiang Province, China  
Telephone: +86 – (0)755-83465042  
<https://pxintai.en.alibaba.com/>

#### PROFORMA INVOICE

Date: Nov 02, 2020	Payment Condition: TT
Port: Shangai Port, China	Destination: Callao Port, Peru
To: Importaciones PP E.I.R.L	Incoterm: FOB Shangai
Adress:	Delivery Date: Dec 18, 2020
	Port of Shipment: Shangai

THE UNDERSIGNED SELLER AND BUYER HAVE AGREED TO CONCLUDE THE FOLLOWING TRANSACTION ON TERMS AND CONDITIONS AS SPECIFIED BELOW:

MODEL	QUANTITY (KG)	UNIT PRICE	TOTAL AMOUNT
Spunbond polypropylene nonwoven fabric	840	FOB SHANGAI \$1.80	\$ 1,512

PACKING: STRETCH FILM & PALLET.

**Figura 27. Proforma del proveedor Pujiang Xintai Non-Woven Fabric Co., Ltd.**

Fuente: Pujiang Xintai Non-Woven Fabric Co., Ltd – 2020

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

Para la realización de transacciones comerciales internacionales se requiere celebrar un acuerdo mediante diferentes tipos de contratos, siendo el contrato de compraventa el más importante, pues gracia a él derivan los demás contratos.

Según (SIICEX, 2012), el contrato de compraventa internacional es una acción jurídica por el que dos partes, vendedor y comprador, de distintos países transan sobre mercaderías a cambio de un determinado precio.

Se tiene en claro que, en la etapa de negociación con el proveedor, se establecerá los términos y condiciones del contrato de compraventa internacional, para lo cual, se tomará el modelo brindado por el departamento de Facilitación de Exportaciones de SIICEX, mencionado anteriormente, dado que va acorde a la razón de ser de la empresa Importaciones PP E.I.R.L, la cual se caracteriza por ser una empresa formal que valora la responsabilidad, la puntualidad y el cumplimiento.

**Tabla 32. Información del Contrato de Compraventa Internacional**

<b>Aspectos de la Compraventa</b>	<b>Información del Plan</b>
Las Partes	Exportador: Pujiang Xintai Non-Woven Fabric Co., Ltd Importador: Importaciones PP E.I.R.L
La Vigencia del Contrato	Aplica por cada embarque.
La Mercancía	Tela no tejida de polipropileno.
La Cantidad	616 rollos equivalente a 840 Kg
El Empaque	Strech Film por cada rollo.
El Embalaje	Strech Film por cada pallet.
El Transporte	Vía Marítimo
La Fecha de Embarque	15 días después del primer pago.
Lugar de Entrega	Callao, Lima.
Incoterm	FOB Shanghái
Los Gastos	Por parte del importador
La Transmisión de los Riesgos	Exportador: Responsabilidad hasta que la mercancía esté abordo del buqu.
El Seguro	Por parte del importador
Moneda de Transacción	Dólares americanos (USD)
Precio	Precio FOB Unitario: USD 1.80/Kg Precio FOB Total: USD 1,512
Forma de Pago	50% anticipo / 50% fecha de embarque
La Documentación	Factura Comercial Packing List Certificado de Origen Certificado de Calidad Ficha técnica Bill of Lading

	Cotización
Lugar de Fabricación	China
Arbitraje	Todas las partes se someten a la decisión inapelable de un Tribunal Arbitral, en caso exista controversia o desacuerdo entre las partes que se derive de la interpretación o ejecución del presente acuerdo. (Convención de Viena).

Fuente: Elaboración propia

### 5.3. Elección y aplicación del Incoterm

La empresa IMPORTACIONES PP E.I.R.L ha considerado que todas las importaciones que efectúe serán bajo el Incoterm FOB, eso quiere decir que la mercancía a ofertar será entregada a bordo del buque bajo la responsabilidad de nuestro proveedor, considerando el puerto de embarque designado.

El conocimiento del INCOTERM en la compraventa internacional, según (DSV Global Transport and Logistics, 2020) permite determinar las responsabilidades de las partes interesadas, así mismo, facilita la gestión de la obtención del bien.

A continuación, se detalla las principales características del Incoterm FOB 2020:

- **Tipo de Transporte:** Solo transporte marítimo.
- **Lugar de Entrega:** A bordo del buque en el puerto designado por el comprador.
- **Documento de Entrega:** Conocimiento de Embarque (B/L)
- **Tipo de Carga:** Granales, grandes cargas y carga compleja.
- **Contratación del Transporte Principal:** Comprador
- **Contratación del Seguro de Transporte:** No existe obligación de las partes pero es aconsejable que el comprador lo contrate.

- **Transmisión de Riesgos del vendedor al comprador:** una vez que la mercancía se ha colocado en el buque.
- **Despacho de Exportación:** Vendedor
- **Despacho de Importación:** Comprador
- **Medio de Pago a utilizar:** Simple (transferencia, cheque, entre otros) y documentarios (carta de crédito, cobranza documentaria, entre otros).

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

Para determinar el medio de pago, se debe tener en cuenta que el medio de pago, según (ASBA, 2020) es todo instrumento que puede ser utilizado para la adquisición de bienes, servicios y/o cancelar cualquier tipo de obligación.

La determinación del medio de pago es determinada luego de establecerse la forma de pago; la cual, según (Ortega, 2013) está en función a la confianza que ambas partes puedan transmitir, el valor de la mercadería, tamaño de la empresa exportadora para poder otorgar créditos, seguridad de cobro, riesgo de país, entre otros.

Se tiene en consideración que en una transacción internacional es necesario que el vendedor asegure la cobranza de la venta de la mercancía así como también, el comprador se asegure de recibir la mercancía acordada.

#### **Transferencia al exterior – Código SWIFT**

Esta opción de medio de pago, según (Banco de Crédito del Perú, 2020), facilita el envío de fondos prácticamente a cualquier parte del mundo. Cabe mencionar que las transferencias al exterior se pueden realizar desde una cuenta bancaria a otra y son los bancos, las instituciones crediticias encargadas de realizar este tipo de operaciones internacionales. Así mismo, se tiene en cuenta que dichas

transferencias implican el cobro de una comisión, el cual es un porcentaje del importe en transferencia.

Para efectuar dicha transferencia internacional, se necesita los siguientes datos:

- Nombre completo del destinatario y su dirección
- Número de la cuenta de destino del dinero.
- Ciudad y país del banco de destino
- Código SWIFT del banco beneficiario
- Motivo del envío de los fondos
- Importe que se transferirá y divisa

Hoy en día, la situación tecnológica actual favorece la utilización de medios electrónicos que facilitan y ejecutan con gran rapidez las realizaciones de este tipo de operación, independientemente del punto geográfico de destino de cualquier transferencia. En este caso, la comisión por este medio, se refleja en la siguiente tabla.

Monto a transferir	Comisión fija
Hasta \$ 500	\$ 19
De \$ 500.01 hasta US\$ 15,000	\$ 29

**Figura 28. Comisión de Transferencia SWIFT**

Fuente: BCP – 2020

Además, cabe mencionar que para realizar dicha transferencia como persona jurídica, es necesario el llenado de la solicitud de transferencias al exterior (Ver anexo 2).

IMPORTACIONES PP E.I.R.L considera acogerse a dicho medio de pago, expresado anteriormente, dado que el proveedor ha aceptado la condición de pago de 50% anticipo / 50% en la fecha de embarque.

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

Los regímenes aduaneros son los métodos aplicables a las mercancías que se encuentran bajo la tenencia de la entidad aduanera y que según la naturaleza y el fin de la operación comercial, se clasifican en definitivo, temporal, suspensivo o de perfeccionamiento. En el Perú, (SUNAT, 2008) según Ley General de Aduanas bajo el D.S. N°1053 determina estos regímenes.

IMPORTACIONES PP E.I.R.L, comercialmente llamado POLITELA, por ser una empresa importadora, el régimen al cual se acogerá será: El régimen de importación para el consumo, el cual permite el ingreso de la mercancía al territorio aduanero para su uso o consumo luego del pago o garantía de las formalidades u otras obligaciones aduaneras.

Los documentos requeridos para la importación bajo este régimen son los siguientes:

- Envío de descripciones mínimas de la mercancía, formato B a la agencia de Aduana y Aviso de Llegada de la nave.
- Declaración Aduanera de Mercancías – DAM cancelada.
- Fotocopia auténtica del conocimiento de embarque, factura comercial y packing list.

- Fotocopia auténtica del documento de seguro de transporte internacional.

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

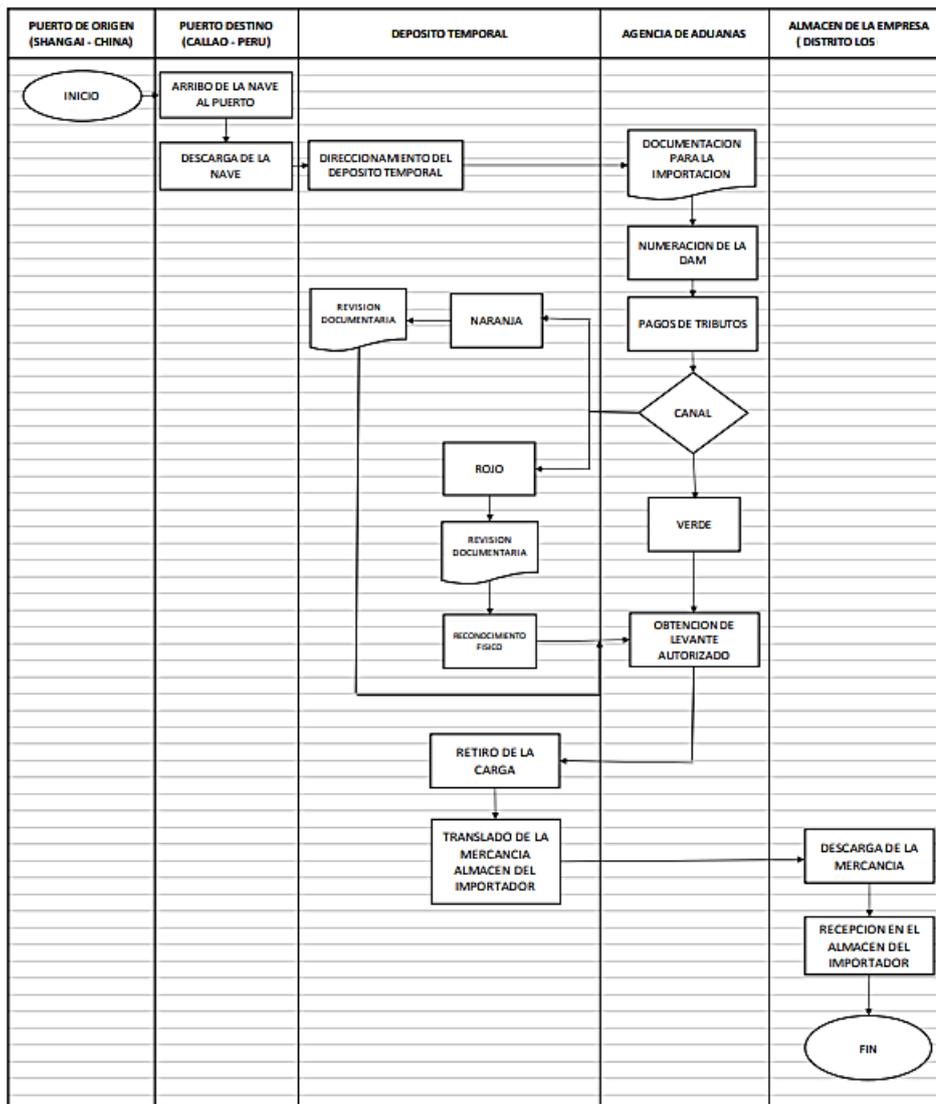
La gestión aduanera está bajo La Ley General de Aduanas, según lo indica (SUNAT, 2008), la cual contempla 03 tipos de despachos: despacho anticipado, despacho urgente, despacho diferido.

Importaciones PP E.I.R.L ha decidido optar la modalidad de Despacho Diferido, el cual se permite hasta 15 días calendario posterior a la fecha del término de la descarga de la mercancía.

A continuación, se detalla el procedimiento a seguir:

- Arribo de la Nave en el puerto de destino: Callao, Lima.
- Transmisión del manifiesto de carga.
- Direccionamiento al Depósito Temporal.
- Agenciamiento de Aduana a nombre de la empresa para realizar los pagos correspondientes.
- Numeración de mercancías (DAM)
- Pago de Impuestos: IGV, IPM, entre otros.
- Asignación de canal de control: Verde, Naranja o Rojo los cuales representan que no hay control de aduanas, control documentario, reconocimiento físico de la carga según corresponda.
- Facturación en el depósito temporal.
- Retiro de la mercancía y traslado al almacén de IMPORTACIONES PP E.I.R.L.

## 5.7. Gestión de las operaciones de importación: Flujograma



**Figura 29. Flujograma de Operaciones de Importación**  
Fuente: Elaboración Propia

## CAPÍTULO VI: PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

### 6.1. Inversión Fija

#### 6.1.1. Activos Tangibles

**Tabla 33. Activos Tangibles**

DETALLE	CANTIDA D	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL
Computadora	1	1271.19	1271.19	1500	13500
Impresora	1	508.47	508.47	600	600
Escritorio + Sillas	1	296.61	296.61	350	350
Paquete de Hojas Bond	9	7.63	68.64	9	81
Archivador	12	4.24	50.85	5	60
Lapicero	10	0.85	8.47	1	10
Perforador	3	4.66	13.98	5.5	16.5
Engrapador	3	8.90	26.69	10.5	31.5
			<b>2,245</b>		<b>14,649</b>
DETALLE	CANTIDA D	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL
Escoba	1	5.93	5.93	7	7
Recogedor	1	5.93	5.93	7	7
Trapeador	1	8.47	8.47	10	10
Desinfectante	12	12.71	152.54	15	180
Papel Higiénico	12	9.32	111.86	11	132
			<b>284.75</b>		<b>336.00</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN FIJA TANGIBLE</b>			<b>2,529.6 6</b>		<b>14,985.0 0</b>

Fuente: Elaboración Propia

## 6.1.2. Activos Intangibles

**Tabla 34. Activos Intangibles**

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL
Elaboración del Plan de Negocio	1	1000	1500	1180	1180
			<b>1,500.00</b>		<b>1,180.00</b>
<b>CONSTITUCIÓN</b>					
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL
Constitución de la empresa	1	1200	1200	1416	1416
Licencia de funcionamiento	1	500	500	590	590
Inspección de defensa civil	1	320	320	378	378
Inscripción de planillas	1	50	50	59	59
Legalización de libros contables	2	18	36	21	42
			<b>2,106</b>		<b>2,485</b>
<b>REGISTROS</b>					
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL
Registro de marca ante indecopi	1	535	535	631	631
			<b>535</b>		<b>631</b>
<b>PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD</b>					
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL
Promoción y publicidad	1	763	763	900	900
			<b>763</b>		<b>900</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE</b>			<b>4,903.71</b>		<b>5,196.38</b>

Fuente: Elaboración Propia.

## 6.2. Capital de Trabajo

El capital de trabajo del presente plan está compuesto por los materiales e insumos de trabajo, publicidad, viáticos, logística y agenciamiento y adquisición del producto a importar.

**Tabla 35. Capital de Trabajo**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO SIN IGV</b>	<b>V. TOTAL</b>
<b>Capital de trabajo</b>	1	130616	130616
			<b>130,616</b>
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>			<b>130,616.34</b>

Fuente: Elaboración Propia

### 6.3. Inversión Total

La inversión total está conformada por los activos tangibles, intangibles y el capital de trabajo mencionados anteriormente.

**Tabla 36. Inversión Total**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>Activo Tangible</b>	2,529.66
<b>Activo Intangible</b>	4,903.71
<b>Capital de Trabajo</b>	130,616.34
<b>TOTAL GENERAL</b>	138,049.72

Fuente: Elaboración Propia

### 6.4. Estructura de Inversión y Financiamiento

El presenta plan ha considerado distribuir el financiamiento de la siguiente manera:

- 50% de Inversión Propia
- 50% de Financiamiento

**Tabla 37. Estructura de Inversión**

<b>DETALLE</b>	<b>PORCENTAJE (%)</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>Inversión Propia</b>	50%	69,024.86
<b>Financiamiento</b>	50%	69,024.86
<b>TOTAL GENERAL</b>	100%	138,049.72

Fuente: Elaboración Propia

El financiamiento, se dará con el Banco de Crédito del Perú, dicha entidad está registrada en SBS. El monto por solicitar será de S/ 69,024.86 soles con

una tasa de 14.02% a un plazo de 03 años mediante 36 cuotas mensuales que ascienden al valor de S/ 2,332.12.

**Tabla 38. Amortización de deuda**

Numero cuota	Valor de la Cuota	Intereses	Capital	Saldo
				69,025
1	2,332.12	758.83	1,573.29	67,451.57
2	2,332.12	741.54	1,590.58	65,860.99
3	2,332.12	724.05	1,608.07	64,252.92
4	2,332.12	706.37	1,625.75	62,627.17
5	2,332.12	688.50	1,643.62	60,983.55
6	2,332.12	670.43	1,661.69	59,321.86
7	2,332.12	652.16	1,679.96	57,641.90
8	2,332.12	633.69	1,698.43	55,943.48
9	2,332.12	615.02	1,717.10	54,226.38
10	2,332.12	596.14	1,735.98	52,490.40
11	2,332.12	577.06	1,755.06	50,735.34
12	2,332.12	557.77	1,774.36	48,960.99
13	2,332.12	538.26	1,793.86	47,167.12
14	2,332.12	518.54	1,813.58	45,353.54
15	2,332.12	498.60	1,833.52	43,520.02
16	2,332.12	478.44	1,853.68	41,666.34
17	2,332.12	458.06	1,874.06	39,792.29
18	2,332.12	437.46	1,894.66	37,897.63
19	2,332.12	416.63	1,915.49	35,982.14
20	2,332.12	395.57	1,936.55	34,045.59
21	2,332.12	374.28	1,957.84	32,087.76
22	2,332.12	352.76	1,979.36	30,108.40
23	2,332.12	331.00	2,001.12	28,107.28
24	2,332.12	309.00	2,023.12	26,084.16
25	2,332.12	286.76	2,045.36	24,038.80
26	2,332.12	264.27	2,067.85	21,970.95
27	2,332.12	241.54	2,090.58	19,880.37
28	2,332.12	218.56	2,113.56	17,766.81
29	2,332.12	195.32	2,136.80	15,630.01
30	2,332.12	171.83	2,160.29	13,469.72
31	2,332.12	148.08	2,184.04	11,285.68
32	2,332.12	124.07	2,208.05	9,077.63
33	2,332.12	99.80	2,232.32	6,845.30
34	2,332.12	75.25	2,256.87	4,588.44
35	2,332.12	50.44	2,281.68	2,306.76
36	2,332.12	25.36	2,306.76	(0.00)
	83,956.34	14,931.49	69,024.86	

Fuente: Elaboración Propia

## **6.5. Fuentes Financieras y condiciones de crédito**

La selección de la fuente de financiamiento se dio gracias al conocimiento de la tasa de interés anual de las entidades bancarias en la data registrada por la SBS y de acuerdo a las facilidades y a la tasa de interés baja, se decidió optar por el préstamo al Banco de Crédito del Perú (BCP), el cual ofrece a MYPES, montos desde S/ 15,000 soles hasta 1'200,00 soles máximo.

Dicha entidad bancaria cuenta con la siguiente normativa:

- Copia del documento de identidad de los solicitantes.
- Última declaración jurada anual solo para los clientes que se encuentren en el Régimen General.
- Copia de último recibo de servicios (luz, agua) del domicilio del solicitante o titular de la empresa (vigencia de 60 días).
- Licencia de funcionamiento para negocios dedicados al expendio y comercialización de combustible y los dedicados a elaborar o comercializar medicamentos y productos o insumos alimenticios y centros educativos.
- Adicional a la firma de contrato de préstamos o mutuo, firma de pagaré a la vista como respaldo de tus obligaciones. Para el caso de personas jurídicas, el representante legal de la empresa debe acreditar poderes para préstamos o mutuos o créditos en general.

## **6.6. Presupuesto de Costos**

Los costos forman parte esencial dentro de la gestión de poner en marcha una empresa, por ello se pretende detallar los importes de los costos tanto fijos como variables.

## a. Costos Fijos

**Tabla 39. Detalle de Costos Fijos: Servicios**

DETALLE	CANTIDAD	COSTO MENSUAL SIN IGV	COSTO ANUAL SIN IGV	COSTO MENSUAL CON IGV	COSTO ANUAL SIN IGV
Alquiler	12	1,271	15,254	1,500	18,000
Servicios básicos (luz e internet)	12	127	1,525	150	1,800
Contador externo	4	339	1,356	400	1,600
Telefonía Móvil	12	51	610	60	720
		<b>1,788</b>	<b>18,746</b>		

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 40. Detalle de Costos Fijos: Gastos de Personal**

TRABAJADOR	RETRIB. B. ECON. MENS	AÑO 1						ANUAL
		RETRIB. ECON. ANUAL	SIS (2%)	GRATIFICACIÓN	CARGA FAMILIAR	CTS	VACACIONES	
Gerente General	1,500	18,000	360.00	-	-	-	750	19,110
Jefatura Comercial	1,100	13,200	264.00	-	-	-	550	14,014
Asistente Comercial	980	11,760	235.20	-	-	-	490	12,485
Asistente de Importaciones	1,000	12,000	240.00	-	-	-	500	12,740
								<b>58,349</b>

Fuente: Elaboración Propia





## 6.7. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio será mostrado en valores monetarios dado que se está considerando el criterio de  $IT = CT$ .

**Tabla 42. Punto de Equilibrio**

	AÑOS				
	1	2	3	4	5
<b>Punto de equilibrio en soles</b>	<b>215,633</b>	<b>217,606</b>	<b>222,768</b>	<b>230,024</b>	<b>241,992</b>

Fuente: Elaboración Propia

## 6.8. Tributación de la importación

Como toda importación regulada bajo la Ley General de Aduanas y comercialización en el territorio nacional, se afectará al IMPUESTO GENERAL DE LAS VENTAS.

**Tabla 43. Tributación de la importación**

	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
<b>IGV Compras</b>	14,787.84	4,181.17	4,201.34	4,222.02	4,243.22	4,264.94
<b>IGV Ventas</b>	-	47,355.84	49,723.63	52,209.81	55,603.45	60,051.73
<b>Resultado</b>	<b>14,787.84</b>	<b>(28,386.83)</b>	<b>(45,522.29)</b>	<b>(47,987.79)</b>	<b>(51,360.24)</b>	<b>(55,786.79)</b>
<b>Crédito Fiscal</b>	<b>14,787.84</b>	<b>(13,598.99)</b>	<b>(59,121.28)</b>	<b>(47,987.79)</b>	<b>(51,360.24)</b>	<b>(55,786.79)</b>
<b>PAGO IGV</b>	-	-	<b>(59,121.28)</b>	<b>(47,987.79)</b>	<b>(51,360.24)</b>	<b>(55,786.79)</b>

Fuente: Elaboración Propia



INGRESOS OPERATIVOS		MESES DEL AÑO 4												TOTAL
DETALLE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
Precio Tela de Polipropileno	52.20	-	52.20	-	52.20	-	52.20	-	52.20	-	52.20	-		
Cantidad (Kg)	986.30	-	986.30	-	986.30	-	986.30	-	986.30	-	986.30	-		
<b>Total Ingresos producto 1</b>	<b>51,484.68</b>	-	<b>51,484.68</b>	-	<b>51,484.68</b>	-	<b>51,484.68</b>	-	<b>51,484.68</b>	-	<b>51,484.68</b>	-	<b>308,908.06</b>	
<b>Total de ingresos proyectados</b>	51,484.68	-	51,484.68	-	51,484.68	-	51,484.68	-	51,484.68	-	51,484.68	-	308,908.06	
Crecimiento	8%													
INGRESOS OPERATIVOS		MESES DEL AÑO 5												TOTAL
DETALLE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
Precio Tela de Polipropileno	52.20	-	52.20	-	52.20	-	52.20	-	52.20	-	52.20	-		
Cantidad (Kg)	1,065.20	-	1,065.20	-	1,065.20	-	1,065.20	-	1,065.20	-	1,065.20	-		
<b>Total Ingresos producto 1</b>	<b>55,603.45</b>	-	<b>55,603.45</b>	-	<b>55,603.45</b>	-	<b>55,603.45</b>	-	<b>55,603.45</b>	-	<b>55,603.45</b>	-	<b>333,620.71</b>	
<b>Total de ingresos proyectados</b>	55,603.45	-	55,603.45	-	55,603.45	-	55,603.45	-	55,603.45	-	55,603.45	-	333,620.71	

Fuente: Elaboración Propia

Cada ingreso proyectado en la tabla anterior, da como resultado el acumulado para cada año de proyección. Por ello, a continuación se muestra la tabla principal de presupuesto de ingresos.

**Tabla 45. Presupuesto de Ingresos**

CONCEPTO	AÑOS				
	0	1	2	3	4
<b>INGRESOS</b>	263,088	276,242	290,055	308,908	333,621
<b>Ingresos operativos</b>	263,088	276,242	290,055	308,908	333,621

Fuente: Elaboración Propia

## 6.10. Presupuesto de Egresos

Los egresos del presenta plan están compuestos por los costos fijos, como servicios y gastos de personal; costos variables, como publicidad, viáticos, logística, agenciamiento, entre otros; depreciación de los activos tangibles y amortización de los activos intangibles.

**Tabla 46. Presupuesto de Egresos**

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
<b>COSTO Y GASTOS</b>		208,427	213,212	221,582	230,739	242,708
Costos fijos		77,095	77,095	77,095	77,095	77,095
Costos Variables		130,616	135,402	143,772	152,929	164,898
Depreciación		415	415	415	415	415
Amortización intangible		300	300	300	300	300

Fuente: Elaboración Propia

## 6.11. Flujo de Caja Proyectado

**Tabla 47. Flujo de Caja Económico**

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS</b>		263,088	276,242	290,055	308,908	333,621
Ingresos operativos		263,088	276,242	290,055	308,908	333,621
Ingresos no operativos		-	-	-	-	-
<b>COSTO Y GASTOS</b>		208,427	213,212	221,582	230,739	242,708
Costos fijos		77,095	77,095	77,095	77,095	77,095
Costos Variables		130,616	135,402	143,772	152,929	164,898
Depreciación		415	415	415	415	415
Amortización intangible		300	300	300	300	300
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>		<b>54,661</b>	<b>63,030</b>	<b>68,472</b>	<b>78,169</b>	<b>90,913</b>
Impuesto renta		3,946	4,144	4,351	4,634	5,004
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>50,715</b>	<b>58,886</b>	<b>64,122</b>	<b>73,535</b>	<b>85,909</b>
Depreciación		415	415	415	415	415
Amortización intangible		300	300	300	300	300
Valor Residual						-
Inversiones	(138,050)	-	-	-	-	-
<b>FLUJO DE CAJA ECONOMICO</b>	<b>(138,050)</b>	<b>51,430</b>	<b>59,602</b>	<b>64,837</b>	<b>74,251</b>	<b>86,624</b>
<b>FCE ACUMULADO</b>	<b>(138,050)</b>	<b>(86,619)</b>	<b>(27,018)</b>	<b>37,819</b>	<b>112,070</b>	<b>198,694</b>

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 48. Flujo de Caja Financiero**

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS</b>		263,088	276,242	290,055	308,908	333,621
Ingresos operativos		263,088	276,242	290,055	308,908	333,621
Ingresos no operativos		-	-	-	-	-
<b>COSTO Y GASTOS</b>		216,348	218,321	223,483	230,739	242,708
Costos fijos		77,095	77,095	77,095	77,095	77,095
Costos Variables		130,616	135,402	143,772	152,929	164,898
Intereses		7,922	5,109	1,901		
Depreciación		415	415	415	415	415
Amortización intangible		300	300	300	300	300
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>		<b>46,740</b>	<b>57,921</b>	<b>66,571</b>	<b>78,169</b>	<b>90,913</b>
Impuesto renta		3,946	4,144	4,351	4,634	5,004
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>42,794</b>	<b>53,778</b>	<b>62,220</b>	<b>73,535</b>	<b>85,909</b>
Depreciación		415	415	415	415	415
Amortización intangible		300	300	300	300	300
Valor Residual						-
Amortización		(20,064)	(22,877)	(26,084)		
Inversiones	(138,050)	-	-	-	-	-
Préstamo	69,025					
<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	<b>(69,025)</b>	<b>23,445</b>	<b>31,616</b>	<b>36,851</b>	<b>74,251</b>	<b>86,624</b>
<b>FCF ACUMULADO</b>	<b>(69,025)</b>	<b>(45,580)</b>	<b>(13,964)</b>	<b>22,888</b>	<b>97,138</b>	<b>183,762</b>

Fuente: Elaboración Propia

## 6.12. Estado de Ganancias y Pérdidas

**Tabla 49. Estado de Ganancias y Pérdidas**

RECURSOS	Expresado en Soles por año				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>(+) VENTAS NETAS</b>	310,443.84	325,966.03	342,264.33	364,511.52	393,672.44
<b>(-) COSTO DE VENTAS</b>	97,194.18	101,960.89	106,963.61	113,759.91	122,640.37
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	213,249.66	224,005.14	235,300.72	250,751.60	271,032.06
<b>(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	77,094.96	77,094.96	77,094.96	77,094.96	77,094.96
<b>(-) GASTOS DE VENTAS</b>	762.96	782.03	801.58	821.62	842.17
<b>(-) DEPRECIACIÓN</b>	415.25	415.25	415.25	415.25	415.25
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	134,976.48	145,712.89	156,988.92	172,419.76	192,679.68
<b>(+) INGRESOS FINANCIEROS</b>	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>(+) INGRESOS VARIOS</b>	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>(-) GASTOS FINANCIEROS</b>	7,921.58	5,108.62	1,901.29		
<b>(-) GASTOS VARIOS</b>	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	127,054.90	140,604.27	155,087.63	172,419.76	192,679.68
<b>(-) IMPUESTO A LA RENTA</b>	35,575.37	39,369.20	43,424.54	48,277.53	53,950.31
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>91,479.53</b>	<b>101,235.07</b>	<b>111,663.09</b>	<b>124,142.23</b>	<b>138,729.37</b>

Fuente: Elaboración Propia

## 6.13. Evaluación de la Inversión

### 6.13.1. Evaluación Económica

**Tabla 50. Evaluación Económica**

	<b>COK</b>	<b>VALOR</b>
<b>VANE</b>	12.25%	S/ 96,289.06
<b>TIRE</b>		35.29%
<b>PRIE</b>		2.42
<b>B/C Económico</b>		S/. 2.44

Fuente: Elaboración Propia

Los ratios económicos como el VANE y TIRE indican que el plan de negocios es viable dado que cuenta con los valores de S/ 96,289.06 y 35.29% respectivamente. Además el periodo de recuperación está dentro del rango de aceptación de una empresa que iniciará sus actividades. Por otro lado el costo beneficio económico es de 2.44 soles.

### 6.13.2. Evaluación Financiera

**Tabla 51. Evaluación Financiera**

	<b>WACC</b>	<b>VALOR</b>
<b>VANF</b>	13.0%	S/ 94,381.55
<b>TIRF</b>		48.22%
<b>PRIF</b>		2.38
<b>B/C Financiero</b>		S/. 3.66

Fuente: Elaboración Propia

Los ratios financieros, así como los económicos, indican de igual manera lo mencionado anteriormente, dado que el VANF y TIRF cuenta con los valores de S/ 94,381.55 y 48.22% respectivamente lo que muestra la viabilidad del plan de negocios. Además el periodo de recuperación está dentro del rango de aceptación de una empresa que iniciará sus actividades (2 años). Por otro lado el costo beneficio económico es de 3.66 soles.

### 6.13.3. Evaluación Social

La empresa POLITELA, gracias a la oportunidad de negocio dado por la coyuntura, promueve el cuidado y protección de la integridad de las personas, gracias a los diversos beneficios propios de la tela de polipropileno, los cuales sirven como barrera protectora de bacterias en la piel.

### 6.13.4. Impacto Ambiental

En el contexto ambiental, POLITELA busca promover la reutilización de las telas de polipropileno, las cuales son lavables para ser utilizadas en múltiples usos según la conveniencia del cliente, con ello, se pretende limitar el consumo excesivo de agregados de plásticos.

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

**Tabla 52. Determinación del COK**

<b>TREMA Inversionista 1</b>	<b>13%</b>
<b>Participación Inversionista 1</b>	30.00%
<b>TREMA Inversionista 2</b>	15%
<b>Participación Inversionista 2</b>	35.00%
<b>TREMA Inversionista 3</b>	20.00%
<b>Participación Inversionista 3</b>	35.00%
<b>COK</b>	<b>12.2500%</b>

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 53. Determinación de la WACC**

<b>Costo del patrimonio (COK)</b>	<b>13%</b>
<b>Participación del patrimonio</b>	50.00%
<b>Costo Financiamiento</b>	14%
<b>Participación de terceros</b>	50.00%
<b>Impuesto a la renta</b>	6.71%
<b>WACC</b>	<b>13.04%</b>

Fuente: Elaboración Propia

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

El riesgo de tipo de cambio será previamente negociado con una entidad bancaria bajo el contrato forward, el cual permite pactar el precio de la divisa pactado para operaciones realizadas en el presente pero con liquidación futura y refleja la esperanza que el mercado tiene sobre el tipo de cambio corriente.

## **CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **7.1. Conclusiones**

POLITELA, como plan de negocios presentado en este documento, ha considerado las siguientes conclusiones:

- En el marco legal el Estado permite obtener ventajas tributarias y laborales lo cual hace reducir costos en diversos pagos como son: el pago de las rentas anuales, el pago de los beneficios laborales de los trabajadores, con la finalidad de rentabilizar el negocio.
- La ubicación del local de la empresa se encuentra en un lugar estratégico otorgando mayor demanda y oferta para el mercado nacional, esta se encuentra en el distrito de La Victoria – Lima. Habiendo realizado un estudio de mercado se puede garantizar que con la afluencia de público se obtendrá clientes potenciales.
- La empresa utilizó como estrategia de marketing digital la creación de redes sociales, de esa manera los costos de marketing se verán reducidos con el fin que los clientes potenciales tengan la información relevante a su disposición.
- Para importar la tela polipropileno se ha tenido en cuenta la calidad y precio, por ello se ha seleccionado el proveedor proveniente de la China, en este país se tiene un Tratado de Libre Comercio el cual nos favorece en la realización de diversas negociaciones.
- El presente plan de negocio es viable económica y financieramente considerando que se tuvo una TIRE de 35.29% y una VANE que asciende a S/ 96,289.0, un coeficiente B/C de 2.44 y un COKK e

12,25%; así mismo se tuvo una TIRF de 48.22% y una VANF que asciende a S/ 94,381.55 y un coeficiente B/C 3.66; y así mismo el punto de equilibrio del año 01 es de S/ 215,633, teniendo la empresa como ventas proyectadas S/ 263,088, todos estos indicadores garantizan la sostenibilidad del presente plan.

## **7.2. Recomendaciones**

En referencia al plan de negocio, se recomienda:

- Efectuar promociones y publicidad por redes sociales, dado que se desea captar clientes vía online, dado que hay más usuarios activos que captan información valiosa y tienen poder adquisitivo.
- Aprovechar los incentivos monetarios dados por las entidades bancarias gracias a la promoción impulsada por el gobierno para las MYPES.
- Evaluar los tiempos de espera de la llegada de la mercadería del proveedor pues debido a los retrasos por la situación actual es necesario estar al tanto de la llegada de la nave.
- Valorar los comportamientos de la demanda actual ya que se debe tener en cuenta los cambios repentinos en el comportamiento del consumidor ante la actual coyuntura que se está atravesando a nivel mundial.

## Bibliografía

- ADUANAS. (2018). *Determinación del Valor* . Obtenido de <http://www.aduanet.gob.pe/aduanas/formatos/DUAB8.htm>
- Alvarez Isla, M. (Agosto de 2013). *Declaración Aduanera de Mercancías (DAM)*. Obtenido de Actualidad Empresarial N°285: [http://aempresarial.com/servicios/revista/285\\_10\\_DPOSLNHTBJZDEUGYLIVKJNNNASSUVRMYGBRROYLPHLTMGAKRJF.pdf](http://aempresarial.com/servicios/revista/285_10_DPOSLNHTBJZDEUGYLIVKJNNNASSUVRMYGBRROYLPHLTMGAKRJF.pdf)
- ASBA. (2020). *Medios de Pago*. Obtenido de <https://www.asba-supervision.org/PEF/medios-de-pago/medios-de-pago.shtml>
- Banco de Crédito del Perú. (2020). *Transferencias al exterior*. Obtenido de <https://www.viabcp.com/empresas/comercio-exterior/pagos-internacionales/transferencias-del-exterior>
- Camara de Lima . (2018). *Certificados de Origen* . Obtenido de <http://m.camaralima.org.pe/principal/categoria/certificados-de-origen/43/c-43>
- Casas, W., & Poveda, J. (s.f.). *La era de la Microsegmentación* . Recuperado el 2018, de Universidad Libre: [https://repository.unilivre.edu.co/bitstream/handle/10901/11275/WILLIAN%20CASAS\\_JENIFER%20POVEDA%20ARTICULO%20DE%20REVISI%C3%93N.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://repository.unilivre.edu.co/bitstream/handle/10901/11275/WILLIAN%20CASAS_JENIFER%20POVEDA%20ARTICULO%20DE%20REVISI%C3%93N.pdf?sequence=2&isAllowed=y)
- CHILE 3D. (29 de Abril de 2018). Chile, 10 años después. *Chile3D 2018 - GfK*, 88. Obtenido de [https://www.gfk.com/fileadmin/user\\_upload/country\\_one\\_pager/CL/Edicion\\_Especial\\_CHILE3D\\_2018.pdf](https://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/country_one_pager/CL/Edicion_Especial_CHILE3D_2018.pdf)
- Diario del Exportador. (2018). *El seguro de mercancía en el Transporte Internacional*. Obtenido de <https://www.diariodelexportador.com/2017/04/el-seguro-de-transporte-de-mercancia-en.html>
- Diario del Exportador. (2019). *La unitarización de la carga: La paletización y la contenedorización*. Obtenido de <https://www.diariodelexportador.com/2017/11/la-unitarizacion-de-la-carga-la.html>
- DSV Global Transport and Logistics. (2020). *Tipos de Incoterms: 2020*. Obtenido de <https://www.es.dsv.com/About-DSV/informacion-transporte-logistica/tipos-de-incoterms-2020>
- Enriquez, Ricardo. (2019). *Distribución física internacional*. Obtenido de <https://taemperuconsulting.com/distribucion-fisica->

internacional/#:~:text=%20Distribuci%C3%B3n%20f%C3%ADsica%20int  
ernacional%20%201%201.Costo%20de,4%204.Transporte%20local%0A  
Domestic%0Acarriage-  
%20Inlandfreight%0AHasta...%205%2010.Transbordo%20More%20

ESCI International Business. (s.f.). Factura Comercial. *Comercio Exterior*, págs.  
[http://www.comercio-exterior.es/es/action-diccionario.diccionario+idioma-  
223+l-F+p-858+pag-](http://www.comercio-exterior.es/es/action-diccionario.diccionario+idioma-223+l-F+p-858+pag-)  
[/Diccionario+de+comercio+exterior/factura+comercial.htm](http://Diccionario+de+comercio+exterior/factura+comercial.htm).

Estado Peruano. (2018). *Registrar o constituir una empresa*. Obtenido de  
Comercio, Negocio y Emprendimiento: [https://www.gob.pe/269-registrar-  
o-constituir-una-empresa](https://www.gob.pe/269-registrar-o-constituir-una-empresa)

Gobierno del Perú. (2020). *Obtener la Clasificación Arancelaria de Mercancías*.  
Obtenido de [https://www.gob.pe/6996-obtener-la-clasificacion-  
arancelaria-de-mercancias](https://www.gob.pe/6996-obtener-la-clasificacion-arancelaria-de-mercancias)

ICESI. (19 de 01 de 2007). *Cotización Internacional*. Obtenido de  
[https://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2007/01/19/cotizacion-  
internacional/](https://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2007/01/19/cotizacion-internacional/)

INE. (diciembre de 2017). *CENSO*. Obtenido de  
[http://www.ine.cl/prensa/detalle-prensa/2017/12/22/primeros-resultados-  
definitivos-del-censo-2017-un-total-de-17.574.003-personas-fueron-  
efectivamente-censadas](http://www.ine.cl/prensa/detalle-prensa/2017/12/22/primeros-resultados-definitivos-del-censo-2017-un-total-de-17.574.003-personas-fueron-efectivamente-censadas)

INE. (2018). *Instituto Nacional de Estadísticas Chile*. Obtenido de  
<http://www.ine.cl/estadisticas/demograficas-y-vitales>

INEI. (Enero de 2010). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme*. Obtenido  
de  
[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/E  
st/Lib0883/Libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf)

Kearns, D. (2020). *Benchmarking*. Obtenido de  
[https://debitoor.es/glosario/definicion-de-  
benchmarking#:~:text=Seg%C3%BAn%20la%20definici%C3%B3n%20d  
e%20David%20T.%20Kearns%2C%20Director,como%20las%20mejores  
%20pr%C3%A1ctica%2C%20aquellos%20competidores%20m%C3%A1  
s%20duros%22](https://debitoor.es/glosario/definicion-de-benchmarking#:~:text=Seg%C3%BAn%20la%20definici%C3%B3n%20de%20David%20T.%20Kearns%2C%20Director,como%20las%20mejores%20pr%C3%A1ctica%2C%20aquellos%20competidores%20m%C3%A1s%20duros%22).

Kotler & Armstrong. (2018). *Fundamentos del Marketing*. México D.F: Pearson.

Lerma, A. (2004). *Mercadotecnia: El producto, el precio y sus estrategias*.  
México: Gasco Sicco.

MacMap. (2018). *MacMap*. Obtenido de <http://www.macmap.org>

- Manual de Logística de Paletización*. (Noviembre de 2003). Obtenido de Recomendaciones GS1 para la Logística de Paletización : [http://www.gs1cr.org/wp-content/uploads/2016/04/manual\\_logistica.pdf](http://www.gs1cr.org/wp-content/uploads/2016/04/manual_logistica.pdf)
- MAPEX. (23 de Febrero de 2018). *Rutas Marítimas*. Obtenido de Perú - Chile: <http://www.mapex.pe/rutasmaritimas/itinerario?prutamaestra=null,4,5>
- Mondragón, V. (2016). *Diario Del Exportador*. Obtenido de Transporte Marítimo: características, ventajas y desventajas: <https://www.diariodelexportador.com/2016/07/transporte-maritimo-caracteristicas.html>
- Mondragon, V. (2020). *La ficha técnica: Definición, contenido y modelos*. Obtenido de <https://www.diariodelexportador.com/2018/05/la-ficha-tecnica-definicion-contenido-y.html#:~:text=La%20ficha%20t%C3%A9cnica%20es,a%20nivel%20comercial%20y%20log%C3%ADstico.&text=Informaci%C3%B3n%20t%C3%A9cnica%3A%20Composici%C3%B3n%20caracter%C3%ADstica>
- Organización Mundial de Aduanas. (07 de marzo de 2019). *¿QUÉ ES LA CLASIFICACIÓN ARANCELARIA?* Obtenido de <https://blog.onecore.mx/que-es-clasificacion-arancelaria>
- Ortega, A. (2013). *Contratación Internacional: Manuales Prácticos*. Madrid: ICEX España Exportación e Inversiones.
- Philippe Brown, D. G. (1992). *A Quantified Model for Facility Site Selection-Application to a Multiplant Location Problem*. Obtenido de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/05695557208974822>
- PLANCAMERAL. (Enero de 2012). *Principales documentos Importación y Exportación* . Obtenido de Documentos Comerciales: [http://www.plancameral.org/camaras\\_internacional-portlet/file/3e4b60c2-e764-4e05-90fa-433efca4e5b2](http://www.plancameral.org/camaras_internacional-portlet/file/3e4b60c2-e764-4e05-90fa-433efca4e5b2)
- Santander. (Agosto de 2018). *Santander TradePortal*. Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/flujos-import-export?ipartner=218#resultats>
- SIICEX. (Diciembre de 2012). *Modelos de Contratos Internacionales*. Obtenido de <https://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/897436882rad7EA5D.pdf>
- SIICEX. (2016). *Manual de documentos de exportación*. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/770566482rad79695.pdf>

SUNAT. (27 de 06 de 2008). *Ley General de Aduanas*. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/normasadua/gja-03.htm>

SUNAT. (2018). Recuperado el 26 de Agosto de 2017, de <http://www.sunat.gob.pe/exportafacil/pasos/paso1.pdf>

SUNAT. (2020). *MYPES*. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/define-microPequenaEmpresa.html>

# ANEXOS

## Anexo N° 1.

### Cotización de Agencia de Aduanas - ADUANDINA



ADUANDINA AGENCIA DE AD. S.A.C.  
CL. HERMANOS CATARI 323 - SAN MIGUEL -  
R.U.C. 20101369464 \*\* P R E S U P U E S T O \*\*

PROFORMA : 001/0394472 No.Refer.: 118-10-2020-003262  
Fch.Dcto. : 13/11/2020 Hora : 15:43:15  
Señores : IMPORTACIONES PP E.I.R.L  
Dirección : JR. ANTONIO BAZO N.747 - GAMARRA - LA VICTORIA - LIMA  
R. U. C. : 20806578652 3 Teléfonos : +51 989 267 408

=====

Nave	: MAPOCHO	F.O.B. \$	: 1,512.000
F.Llegada:	23/12/2020	Flete \$	: 2,268.000
No.Poliza:	118--10----	Seguro \$	: 130.955
A.W.B-B/L:	7025-0464-011.015	C.I.F. \$	: 3,910.955
Kls.Bruto:	3,324.000	T.C.	: 3.626
Bultos	: 616.00		
Resumen	: TEXTUN POLIPROPILENO		
Referencia:	EMBARQUE 15120-2 PUJIANG XINTAI NON-WOVEN FABRIC CO.		

-----

I.G.V	14,182.00	GASTOS OPERATIVOS	280.00 S
I.P.M.	284.00		
		TRANSPORTE	750.00 S
		SERVICIO DE CUSTO	300.00 S
		GASTOS PORTUARIOS	3,000.00 S

-----

Derechos	S/	14,466.00
----------	----	-----------

-----

Sub-Total	S/	13,028.61
Comisión	S/	2,748.80
Base ImponibleS/		15,777.41
-----		-----
ESTA PROFORMA ESTA SUJETA A VARIACION SEGUN COSTOS REALES DEL DESPACHO	I.G.V.	S/ 2,839.93
	T O T A L	S/ 33,083.34

-----

TREINTA Y TRES MIL OCHENTA Y TRES y 34/100 SOLES.

=====

## Anexo N°2

### Solicitud de Transferencias al Exterior – Persona Jurídica



#### Solicitud de Transferencias al Exterior - Persona Jurídica

Datos del Cliente Ordenante	
N° carta	<input type="text"/>
Nombre del Funcionario de Negocios	<input type="text"/>
RUC / DNI	<input type="text"/>
R. Social / Nombre	<input type="text"/>
Autorizamos el envío de conformidad de la operación a nuestro <input type="text"/>	
correo electrónico (max. 35 caracteres)	
Si el Banco requiere de mayor información puede contactarse con <input type="text"/>	
(nombre y apellido)	
al	<input type="text"/>
(cód.ciudad)	(teléfono)
Fecha	<input type="text"/>
(dd / mm / aaaa)	
Dirección: <input type="text"/>	
Con cargo a nuestra cuenta dineraria autorizamos al BCP a realizar la siguiente transferencia:	
<b>Monto</b>	En números: <input type="text"/>
	En letras: <input type="text"/>
<b>Moneda:</b> <input type="text"/>	
Tipo de cambio pactado: <input type="text"/>	
<b>Cuenta de cargo:</b>	<input type="checkbox"/> Moneda Nacional <input type="checkbox"/> Moneda Extranjera N° <input type="text"/>
Datos del Beneficiario	
R. Social / Nombre: <input type="text"/>	
Dirección: <input type="text"/>	
(Incluir ciudad y país obligatoriamente)	
<input type="checkbox"/> Cuenta	<input type="checkbox"/> IBAN <input type="checkbox"/> CLABE N°: <input type="text"/>
(Europa/Otros) (México)	
Detalle del pago (en caso el cliente lo requiera): <input type="text"/>	
¿Asume los gastos OUR del banco corresponsal? (indicar SI o NO) :	
<input type="text"/>	
Banco de Destino (donde el beneficiario mantiene cuenta)	
Nombre:	<input type="text"/>
	País: <input type="text"/>
Ciudad:	<input type="text"/>
Tipo de código:	<input type="text" value="SWIFT"/>
Código:	<input type="text"/>
Dirección: <input type="text"/>	
Banco Intermediario (opcional)	
Nombre:	<input type="text"/>
	País: <input type="text"/>
Ciudad:	<input type="text"/>
Tipo de código:	<input type="text" value="ABA"/>
Código:	<input type="text"/>
Dirección: <input type="text"/>	
N° de cuenta de banco destino en banco intermediario: <input type="text"/>	
Declaración y Firmas	
Autorizamos al Banco de Crédito BCP cargar en la cuenta indicada el importe a transferir más sus gastos y comisiones. Entendemos que los bancos del exterior deducen sus respectivas comisiones de los importes remitidos. Si el pago no llegara a realizarse por causas ajenas al Banco, la comisión y gastos cobrados no serán reembolsados. Declaro que la presente transferencia está relacionada a una transacción legítima, cuyo sustento está a disposición del Banco y/o de las autoridades respectivas.	
Firma y sello del representante autorizado	Firma y sello del representante autorizado
Firma y sello autorizados por el Banco	Firma y sello del recibidor

## **Anexo N°3**

### **Solicitud de Transferencias al Exterior – Persona Jurídica**

#### **CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL**

Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte PUJIANG XINTAI NON-WOVEN FABRIC CO., LTD, empresa constituida bajo las leyes de China, debidamente representada por su gerente general Elsa Chen, con Documento de Identidad N°65004204, domiciliado en calle Jinhua, Zhejiang, China (Mainland) ZIP CODE. 322205, a quien en adelante se denominará **EL VENDEDOR** y, de otra parte IMPORTACIONES PP E.I.R.L, inscrito con RUC N°20806578652, debidamente representado por su Gerente General Karen Noelia Burga Vásquez, identificado con DNI N°70302378 y señalando domicilio Mz A Lote 24 Urb. La Florida, Chiclayo, Perú a quien en adelante se denominará **EL COMPRADOR**, que acuerdan en los siguientes términos:

#### **GENERALIDADES**

##### **PRIMERA CLAÚSULA:**

1.1. Las presentes Condiciones Generales se acuerdan en la medida de ser aplicadas conjuntamente como parte de un Contrato de Compraventa Internacional entre las dos partes aquí nominadas. En caso de discrepancia entre las presentes Condiciones Generales y cualquier otra condición Específica que se acuerde por las partes en el futuro, prevalecerán las condiciones específicas.

1.2. Cualquier situación en relación con este contrato que no haya sido expresa o implícitamente acordada en su contenido, deberá ser gobernada por: a) La Convención de las Naciones Unidas sobre la Compraventa Internacional de Productos (Convención de Viena de 1980, en adelante referida como CISG, por sus siglas en Ingles) y, b) En aquellas situaciones no cubiertas por la CISG, se tomará como referencia la ley del País donde el Vendedor tiene su lugar usual de negocios.

1.3. Cualquier referencia que se haga a términos del comercio FOB Barcelona estará entendida en relación con los llamados Incoterms, publicados por la Cámara de Comercio Internacional.

1.4. Cualquier referencia que se haga a la publicación de la Cámara de Comercio Internacional, se entenderá como hecha a su versión actual al momento de la conclusión del contrato.

1.5. Ninguna modificación hecha a este contrato se considerará válida sin el acuerdo por escrito entre las Partes.

#### **CARACTERÍSTICAS DEL BIEN**

##### **SEGUNDA CLAÚSULA:**

2.1. Es acordado por las Partes que **EL VENDEDOR** venderá el siguiente producto: **Tela no tejida de polipropileno**, y **EL COMPRADOR** pagará el precio de dichos productos de conformidad con lo acordado.

2.2. También es acordado que cualquier información relativa a los productos descritos anteriormente referente al uso, peso, dimensiones, ilustraciones, no tendrán efectos como parte del contrato a menos que esté debidamente mencionado en el contrato.

### **PLAZO DE ENTREGA**

#### **TERCERA CLAÚSULA:**

**EL VENDEDOR** se compromete a realizar la entrega de periodo de 15 días luego de recibidas las órdenes de compra debidamente firmadas por el comprador y habiendo efectuado el primer pago.

### **PRECIO**

#### **CUARTA CLAÚSULA**

Las partes acuerdan el precio de USD 1.80/Kg con un valor FOB de 1,512.00, por el envío de los productos de conformidad con la cotización enviada al comprador, la cual tiene vigencia de 30 días desde la emisión. A menos que se mencione de otra forma por escrito, los precios no incluyen impuestos, aranceles, costos de transporte o cualquier otro impuesto. El precio ofrecido es sobre la base del Incoterm FOB Shanghai (“Free on board”) por vía marítima.

### **CONDICIONES DE PAGO**

#### **QUINTA CLAÚSULA**

Las partes han acordado que el pago del precio o de cualquier otra suma adecuada por **EL COMPRADOR** a **EI VENDEDOR** deberá realizarse por pago adelantado equivalente 50% al inicio, 50% en la fecha embarque. Las cantidades adeudadas serán acreditadas, salvo otra condición acordada, por medio de transferencia electrónica a la cuenta del Banco del Vendedor en su país de origen, y **EL COMPRADOR** considerará haber cumplido con sus obligaciones de pago cuando las sumas adecuadas hayan sido recibidas por el Banco de **EL VENDEDOR** y este tenga acceso inmediato a dichos fondos.

### **INTERES EN PAGO RETRASADO**

#### **SEXTA CLAÚSULA**

Si una de las partes no paga las sumas de dinero en la fecha acordada, la otra parte tendrá derecho a intereses sobre la suma por el tiempo que debió ocurrir el pago y el tiempo en que efectivamente se pague, equivalente al UNO POR

CIENTO (1%) por cada día de retraso, hasta un máximo por cargo de retraso de QUINCE PORCIENTO (15%) del total de este contrato.

## **RETENCIÓN DE DOCUMENTOS**

### **SEPTIMA CLAÚSULA**

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

## **TÉRMINO CONTRACTUAL DE ENTREGA**

### **OCTAVA CLAÚSULA**

Las partes deberán incluir el tipo de INCOTERMS acordado: FOB. Señalando con detalle algunos aspectos que se deba dejar claro, o que decida enfatizar. Aunque las condiciones de INCOTERMS son claras, es recomendable discutir y aclarar estos detalles, ya que puede haber desconocimiento de una de las partes.

## **RETRASO DE ENVÍO**

### **NOVENA CLAÚSULA**

**EL COMPRADOR** tendrá derecho a reclamar a **EL VENDEDOR** el pago de daños equivalente al 0,5 % del precio de los productos por cada semana de retraso, a menos que se comuniquen 125 las causas de fuerza mayor por parte del **EL VENDEDOR** a **EL COMPRADOR**.

## **INCONFORMIDAD CON EL BIEN**

### **DECIMA CLAÚSULA**

**EL COMPRADOR** examinará los productos tan pronto como le sea posible luego de llegados a su destino y deberá notificar por escrito a **EL VENDEDOR** cualquier inconformidad con los productos dentro de 15 días desde la fecha en que **EL COMPRADOR** descubra dicha inconformidad y deberá probar a **EL VENDEDOR** que dicha inconformidad con los productos es la sola responsabilidad de **EL VENDEDOR**. En cualquier caso, **EL COMPRADOR** no recibirá ninguna compensación por dicha inconformidad, si falla en comunicar al **EL VENDEDOR** dicha situación dentro de los 45 días contados desde el día de llegada de los productos al destino acordado. Los productos se recibirán de conformidad con el Contrato a pesar de discrepancias menores que sean usuales en el comercio del producto en particular.

Si dicha inconformidades notificada por **EL COMPRADOR**, **EL VENDEDOR** deberá tener las siguientes opciones: a). Reemplazar los productos por productos sin daños, sin ningún menores que sean usuales en el comercio del

producto en particular. Si dicha inconformidad costo adicional para el comparador; o. b). Reintegrar a **EL COMPRADOR** el precio pagado por los productos sujetos a inconformidad

## **COOPERACIÓN ENTRE LAS PARTES**

### **DÉCIMO PRIMERA CLAÚSULA**

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

## **RESOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS**

### **DÉCIMO SEGUNDA CLAÚSULA**

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

El arbitraje será de derecho y se sujetará a las normas de procedimiento establecidas por el Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Lima. Cualquier divergencia derivada o relacionada con el presente contrato se resolverá definitivamente con el Reglamento de Conciliación y Arbitraje de la 81 Cámara de Comercio Internacional por uno o más árbitros nombrados conforme a este Reglamento. Toda cuestión relacionada con el presente contrato que no esté expresa o tácitamente establecida por las disposiciones de este Contrato se regirá por los principios legales generales reconocidos en comercio internacional, con exclusión de las leyes nacionales.

## **NOTIFICACIONES**

### **DÉCIMO TERCERA CLAÚSULA**

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

otra dirección que la parte haya, de igual forma, designado por escrito a la otra parte.

### **ACUERDO INTEGRAL**

#### **DÉCIMO CUARTA CLAÚSULA**

Este acuerdo constituye el entendimiento integral entre las partes. No deberá realizarse cambios o modificaciones de cualquiera de los términos de este contrato a menos que sea modificado por escrito y firmado por ambas partes. En señal de conformidad con todos los acuerdos pactados en el presente contrato, las partes suscriben este documento en la ciudad de Lima, a los 14 Días del mes de Septiembre del 2018.

---

**EL VENDEDOR**

---

**EL COMPRADOR**