



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

**IMPORTACION DE SUBE ESCALERA ELÉCTRICA
DESDE AUSTRIA PARA SU COMERCIALIZACIÓN EN
EL SECTOR LOGÍSTICO DE LIMA METROPOLITANA**

**PRESENTADO POR
KATHERINE MELISSA BUJAICO LEON**

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

LIMA – PERÚ

2021



CC BY-NC-SA

Reconocimiento – No comercial – Compartir igual

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

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



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

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**IMPORTACION DE SUBE ESCALERA ELÉCTRICA DESDE AUSTRIA PARA
SU COMERCIALIZACIÓN EN EL SECTOR LOGÍSTICO DE LIMA
METROPOLITANA**

Presentado por:

Bachiller: Katherine Melissa Bujaico Leon.

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

Lima - Perú

2021

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico principalmente a Dios, porque siempre me guía y me da la fortaleza necesaria para seguir avanzando, a mi familia por su apoyo incondicional en mi realización personal y profesional, y a mi hijo José Andrés por ser quien me motiva a seguir adelante y siempre está a mi lado dándome fuerzas.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitir que desarrolle mi plan de negocio con perseverancia, a mis familiares que me ayudaron de una u otra manera. Así como a mis profesores de la Universidad San Martín de Porres quienes me asesoraron en todo momento para el desarrollo de mi proyecto de investigación brindándome soporte profesional necesario.

INDICE

• RESUMEN EJECUTIVO	15
I. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN	17
II. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	11
2.1. Nombre o razón social	11
2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU)	11
2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial	12
2.3.1. Ubicación:	12
2.3.2. Factibilidad municipal y sectorial:	14
2.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha	15
2.4.1. Misión	15
2.4.2. Visión	15
2.4.3. Valores de la empresa	15
2.4.4. Principios de la empresa	16
2.4.5. Objetivos de la empresa	17
2.4.5.1. Objetivo General	17
2.4.5.2. Objetivos específicos	17
2.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características.	18
2.6. Estructura Orgánica:	18
2.7. Cuadro de asignación de personal.	21
2.8. Forma Jurídica Empresarial	21

2.9.	Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI	22
2.10.	Requisitos y Trámites Municipales	23
2.11.	Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades	25
2.12.	Registro de Planillas Electrónica (PLAME):	26
2.13.	Régimen Laboral Especial y General Laboral:	27
2.14.	Modalidades de Contratos Laborales:	29
2.15.	Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas:	30
III.	PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL	32
3.1.	Identificación, descripción y justificación del producto a importar	32
3.1.1.	Clasificación arancelaria	34
3.1.2.	Ficha técnica comercial	35
3.1.3.	Ecuación de valor para el mercado nacional	38
3.1.4.	Determinación de la marca a usar	43
3.2.	Investigación de mercado objetivo	43
3.2.1.	Segmentación de mercado objetivo (macro y micro segmentación)	48
3.2.1.1.	Macro segmentación	49
3.2.1.2.	Micro segmentación	51
3.2.2.	Definición del perfil del consumidor	53
3.2.3.	Medición del mercado objetivo	55
3.3.	Análisis de oferta y demanda en el mercado	69

3.3.1.	Análisis de oferta	69
3.3.1.1.	Oferta Mundial	69
3.3.1.2.	Oferta Local	72
3.3.2.	Análisis y cálculo de la demanda	72
3.3.2.1.	Análisis de demanda proyectada	74
3.3.3.	Análisis de competitividad y benchmark	75
3.3.4.	Análisis de precio de importación (compra)	76
3.3.5.	Análisis y determinación de formas de distribución	77
3.3.6.	Análisis del entorno	77
3.3.6.1.	Macro ambiente	77
3.3.6.2.	Micro ambiente	78
3.4.	Estrategias de venta y distribución nacional	80
3.4.1.	Estrategias de segmentación	80
3.4.2.	Estrategias de posicionamiento	81
3.4.3.	Estrategias de ingreso al mercado	81
3.4.4.	Estrategias de distribución comercial	82
3.4.5.	Estrategias de branding	83
3.5.	Estrategias de promoción nacional	84
3.5.1.	Establecer los mecanismo y definir estrategias de promoción, incluida promoción de ventas	84
3.5.2.	Propuesta de valor	¡Error! Marcador no definido.

3.5.3.	Estrategias de marketing digital y uso del e-commerce	85
3.6.	Políticas de estrategias de precio	86
IV.	PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL	87
4.1.	Envases, empaques y embalajes	87
4.1.1.	Empaque y embalaje	87
4.2.	Diseño del rotulado y marcado	90
4.2.1.	Diseño del rotulado	90
4.2.2.	Diseño del marcado	91
4.3.	Unitarización y cubicaje de la carga	94
4.4.	Cadena de DFI de exportación/importación	97
4.4.1.	Determinación de requerimientos de insumo e infraestructura	98
4.5.	Seguro de las mercancías	104
V.	PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL	106
5.1.	Fijación de precios	106
5.1.1.	Costos y precio	107
5.1.2.	Cotización internacional	112
5.2.	Contrato de compra venta internacional (exportaciones / importaciones) y sus documentos	116
5.3.	Elección y aplicación del Incoterm	117
5.4.	Determinación del medio de pago y cobro	119
5.5.	Elección del régimen de exportación o de importación	121

5.6.	Gestión aduanera del comercio internacional	122
5.7.	Gestión de las operaciones de importación: Flujograma	123
5.8.	Gestión de las operaciones de producción del bien o servicio a ejecutar:	
	Flujo Grama.	125
VI.	PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	126
6.1.	Inversión Fija	126
6.1.1.	Activos tangibles	126
6.1.2.	Activos intangibles	127
6.2.	Capital de Trabajo	127
6.3.	Inversión Total	128
6.4.	Estructura de Inversión y Financiamiento	129
6.5.	Fuentes financieras y condiciones de crédito	129
6.6.	Presupuesto de costos	132
6.7.	Punto de Equilibrio	137
6.8.	Tributación de la exportación	129
6.9.	Presupuesto de ingresos	139
6.10.	Presupuesto de egresos	141
6.11.	Flujo de caja proyectado	141
6.11.1.	Flujo de caja Económico	141
6.11.2.	Flujo de caja Financiero	142
6.12.	Estado de Ganancias y Pérdida	144

6.13.	Evaluación de la Inversión	145
6.13.1.	Evaluación Económica	145
6.13.2.	Evaluación Financiera	146
6.13.3.	Evaluación social	147
6.13.4.	Impacto ambiental	147
6.14.	Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo	147
6.15.	Cuadro de riesgo del tipo de cambio	148
VII.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	149
7.1.	Conclusiones	149
7.2.	Recomendaciones.	150

INDICE TABLAS

Tabla N° 1: Distritos de Ubicación del Negocio	12
Tabla N° 2: Factores Determinantes para la Ubicación del Local	12
Tabla N° 3: Ley de MYPES	18
Tabla N° 4: Asignación de Personal	21
Tabla N° 5: Cantidad de accionistas / socios	22
Tabla N° 6: Aporte de capital de los socios de la empresa Lion Import S.A.C.	22
Tabla N° 7: Costos y Plazos para Obtener Licencia de Funcionamiento	23
Tabla N° 8: Obligaciones en las Micro y Pequeñas Empresas	28
Tabla N° 9: Modalidad de Contrato para el personal LION IMPORT S.A.C.	30
Tabla N° 10: Tratamiento Arancelario por Sub Partida Nacional	34
Tabla N° 11: Gravámenes Vigentes	35
Tabla N° 12: Principales países exportadores mundiales de la Partida Arancelaria	44
Tabla N° 13: Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Perú en miles de dólares	45
Tabla N° 14: Criterios de selección de mercado - Detalles.....	46
Tabla N° 15: Criterios de selección de mercado – Resultados	47
Tabla N° 16: Medianas y Grandes empresas de transporte de carga	51
Tabla N° 17: Densidad de empresas formales en el Perú 2018	55
Tabla N° 18: Cantidad de empresa por actividad del sector Servicios en el Perú 2018.....	56
Tabla N° 19: Densidad de empresas formales en el Perú 2018 para el sector Servicios	57

Tabla N° 20: Lima Metropolitana: Densidad Empresarial, según actividad económica, 2018.....	57
Tabla N° 21: Lima Metropolitana: Empresas por segmento empresarial, según actividad económica, 2018.....	58
Tabla N° 22: Determinación de la demanda.....	59
Tabla N° 23: Cálculo de la demanda.....	60
Tabla N° 24: Tabulación sobre la demanda de sube escalera eléctrica	63
Tabla N° 25:Exportaciones mundiales de la P.A 842890	70
Tabla N° 26: Exportaciones mundiales de la P.A 842890 Expresados en toneladas/unidades.....	71
Tabla N° 27: Principales empresas importadores peruanas de Partida 842890 ...	72
Tabla N° 28: Importaciones peruanas de la partida arancelaria 8428909000.....	73
Tabla N° 29: Importaciones peruanas de la partida arancelaria 8428909000 a nivel mundial – en toneladas	73
Tabla N° 30: Demanda de Perú del 2015 al 2019 de la P.A 84289090000	74
Tabla N° 31: Valores A, B y C.....	74
Tabla N° 32: Demanda proyectada del mercado de Sube Escaleras Eléctricas al 2025 de acuerdo a la fórmula polinomial.....	75
Tabla N° 33: Información Logística de las Cajas	87
Tabla N° 34: Medida de la pallets	89
Tabla N° 35: Paletización de las cajas de sube-escaleras eléctricas.....	94
Tabla N° 36: Paletización de los embarques.....	95
Tabla N° 37: Información de cada embarque	95
Tabla N° 38: Evaluación del Proveedor.....	98
Tabla N° 39: Criterios de evaluación de selección de proveedor.....	99

Tabla N° 40: Evaluación del medio de transporte.....	100
Tabla N° 41: Costos y tiempo de la cadena DFI de Lion Import S.A.C.	104
Tabla N° 42: Principales precios de venta de empresas que comercializan Sube escaleras eléctricas en el Perú 2020.....	107
Tabla N° 43: Total Costo Importación	108
Tabla N° 44: Costos Fijos Totales Anuales	110
Tabla N° 45: Gastos de Personal.....	110
Tabla N° 46: Costos Fijos Intangibles	111
Tabla N° 47: Total Costos Variables	111
Tabla N° 48: Costos Fijos Tangible	112
Tabla N° 49: Costos De Producción Unitario.....	112
Tabla N° 50: Tipo De Cambio Estimado.....	112
Tabla N° 51: Información del plan para elaboración de contrato compra venta internacional.....	116
Tabla N° 52: INFORMACION SWIFT	121
Tabla N° 53: Activos Tangibles	126
Tabla N° 54: Activos Intangibles	127
Tabla N° 55: Capital de Trabajo	128
Tabla N° 56: Inversión Total.....	128
Tabla N° 57: Estructura de financiamiento	129
Tabla N° 58: Tributos de Importación.....	129
Tabla N° 59: Créditos bancarios – Capital de trabajo para microempresas.....	130
Tabla N° 60: Fuentes Financieras y condiciones de crédito en base a una TEA 22%	130
Tabla N° 61: Flujo de Caja de Deuda.....	131

Tabla N° 62: Costo de Importación	133
Tabla N° 63: Presupuesto de costos de productos.....	134
Tabla N° 64: Presupuesto gastos de personal	134
Tabla N° 65: Presupuesto proyectado de gastos de personal al Año 5	135
Tabla N° 66: Presupuesto de gastos fijos.....	135
Tabla N° 67: Presupuesto proyectado de gastos fijos al Año 5	135
Tabla N° 68: Presupuesto proyectado de gastos administrativos.....	135
Tabla N° 69: Presupuesto proyectado de gastos de ventas	136
Tabla N° 70: Gastos de Ventas Proyectado	136
Tabla N° 71: Costos Fijos	137
Tabla N° 72: Costos Variables Proyectado	137
Tabla N° 73: Punto de equilibrio.....	138
Tabla N° 74: Cantidad de unidades proyectadas del 2021 al 2026	139
Tabla N° 75: Precio proyectadas del 2021 al 2026.....	139
Tabla N° 76: Presupuesto de Ventas	139
Tabla N° 77: Depreciación de activos fijos tangibles	139
Tabla N° 78: Depreciación de activos fijos intangibles	140
Tabla N° 79: Crédito fiscal	140
Tabla N° 80: Tasa de inflación del año 2021 al 2025	141
Tabla N° 81: Flujo de caja económico.....	142
Tabla N° 82: Flujo de caja financiero.....	142
Tabla N° 83: Estado de ganancias y pérdidas financiero	144
Tabla N° 84: Resultados Económicos	145
Tabla N° 85: Periodo de Recuperación Económica (Expresado en soles)	145
Tabla N° 86: Resultados Financieros	146

Tabla N° 87: Periodo de Recuperación Financiera (Expresado en soles)	146
Tabla N° 88: Determinación del COK.....	148

ÍNDICE FIGURAS

Figura N° 1: Modelo CANVAS.....	10
Figura N° 2: CIU de LION IMPORT PERU SAC.....	11
Figura N° 3: Ubicación del Local	13
Figura N° 4: Plano de Zonificación del Distrito San Miguel 2020	14
Figura N° 5: Valores de la Empresa LION IMPORT SAC.....	16
Figura N° 6: Principios de la Empresa LION IMPORT S.A.C.....	17
Figura N° 7: Estructura Orgánica de LION IMPORT SAC	19
Figura N° 8: Requisitos para el registro REMYPE	28
Figura N° 9: Partes del Sube Escaleras Eléctrica.....	32
Figura N° 10: Ficha Técnica Comercial de Sube Escalera Eléctrica.....	36
Figura N° 11: Capacidad de sube escalera eléctrica	37
Figura N° 12: Tipo de Sube Escaleras Eléctricas	38
Figura N° 13: Cadena de Valor de LION IMPORT S.A.C.	41
Figura N° 14: Lienzo de propuesta de valor de Sube Escaleras Eléctricas	42
Figura N° 15: Valores en el Comercio Internacional de Perú.....	44
Figura N° 16: Buyer persona.....	54
Figura N° 17: ¿Cuántos días a la semana trabaja la empresa?	64
Figura N° 18: ¿Qué tipo de equipo utiliza su empresa para subir carga por las escaleras?	64
Figura N° 19: ¿Sabes que existen sube escaleras eléctricas?	65
Figura N° 20: ¿Sabía de estos beneficios?	65
Figura N° 21: ¿Conociendo los beneficios de la sube escalera eléctrica estaría dispuesto a comprar este producto?	66

Figura N° 22: ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por una sube escalera eléctrica?	66
Figura N° 23: ¿Cuántas unidades estaría dispuesto a comprar?	67
Figura N° 24: ¿Cuál es la forma de pago que usted realiza para este tipo de producto?	67
Figura N° 25: ¿Por cuál de estos beneficios le daría prioridad?	68
Figura N° 26: ¿Le gustaría que realicemos una visita sin compromiso a su empresa para presentarle la sube escalera eléctrica?	68
Figura N °27: Oferta de Austria 2019	71
Figura N° 28: Fórmula Polinomial.....	75
Figura N° 29: Demanda proyectada del mercado de Sube Escaleras Eléctricas al 2025.....	75
Figura N° 30: Canal de Distribución de LION IMPORT S.A.C.	77
Figura N° 31: Matriz PEST LION IMPORT S.A.C.....	78
Figura N° 32: Estrategia de Segmentación según Porter	80
Figura N° 33: Modelo Ansoff	82
Figura N° 34: Dimensiones de la caja	88
Figura N° 35: Medidas de la paleta	89
Figura N° 36: Rótulo.....	92
Figura N° 37: Marcado de las cajas para los embarques de Lion Import S.A.C. ..	93
Figura N° 38: Pictogramas de Lion Import S.A.C.	93
Figura N° 39: Paletización.....	95
Figura N° 40: CONTENEDORIZACION FCL.....	96
Figura N° 41: Cadena de distribución física internacional de LION IMPORT SAC97	
Figura N° 42: Método de Fijación de Precios	107

Figura N° 43: Cotización Internacional	113
Figura N° 44: INCOTERM EXW	119
Figura N° 45: Comisión de Transferencia al Exterior	121
Figura N° 46: Flujograma de Importación de la Empresa	124
Figura N° 47: Flujograma de Importación de la Empresa	125

• RESUMEN EJECUTIVO

Lion Import S.A.C., surge de la idea de satisfacer la necesidad de las empresas que transportan cargas pesadas por escaleras, como son las empresas logísticas de transporte y almacenamiento, de mudanza de Lima metropolitana. Con nuestro sube escalera eléctrica facilitamos al 90% del transporte por escaleras, se utiliza menos esfuerzo, menos personal y menos tiempo en la llegada de los productos. También brinda mayor seguridad ya que va ajustado por una banda elástica hecha para ajustar la carga.

El presente plan de negocio tiene el propósito de importar y comercializar sube escalera eléctrica desde el mercado de Austria para el mercado nacional - sector empresarial logístico de Lima Metropolitana, en el cual a través de cada capítulo de este plan se evaluará la factibilidad y viabilidad de este. Para tales fines se realizó un análisis en el aspecto tributario, legal, laboral, ubicación, regímenes, objetivos, políticas, entre otros; que logran el funcionamiento del negocio

La empresa ha sido constituida jurídicamente como una SAC constituido por tres socios, de esta manera se podrá limitar la responsabilidad de los socios y a la vez es una de las modalidades más usada por las pequeñas empresas. El capital está constituido 45% por capital propio y 55% por un préstamo bancario.

Para iniciar el negocio de la importación de sube escaleras eléctricas, se está considerando utilizar el Régimen Laboral General, ya que somos una pequeña empresa, nuestros trabajadores serán contratados con todos los beneficios de ley, debido a que es una empresa que recién empieza, y cuenta con recursos limitados para su ejecución.

De acuerdo al estudio de mercado realizado; Austria es un importante proveedor de sube escaleras eléctricas, de muy alta calidad y patentada, hemos elegido este proveedor por el reconocimiento y calidad de sus productos. Decidimos iniciar este proyecto de importación debido a la gran cantidad de empresas que día a día sufren

al realizar el transporte de carga por escaleras, actualmente las empresas son más exigentes en la calidad de los productos que adquieren. Por ello, la empresa se ve en la necesidad de ofrecer un producto que cumpla con los estándares de calidad adecuados y cuente con todos los requisitos y certificados exigidos para su comercialización en Lima metropolitana.

La empresa en Austria trabaja con pago adelantado y a través de transferencia bancaria – SWIFT por su banco corresponsal, nosotros accedimos a su forma de pago ya que la empresa cuenta con 25 años de experiencia en el rubro y también porque nos da una mayor agilidad en el pago.

El transporte se realizó vía marítima y negociado con el incoterm EXW, debido a que nuestro operador logístico nos brinda un servicio integral incluyendo seguro Internacional debido al precio del producto.

Con respecto al análisis económico-financiero se observa que existe viabilidad en nuestro plan de negocio, debido a que el flujo de efectivo económico como el financiero cumple con las condiciones para que un proyecto pueda ser aceptado. En el caso de flujo de efectivo económico tenemos como resultado un VAN de S/ 679,630.40 soles, TIR de 47.31%, mientras en el flujo de efectivo Financiero el VAN es de S/ 874,462.46 soles y el TIR es de 72.39%. Por lo expuesto, ambos flujos son positivos y alentadores para poder incursionar en este tipo de negocio y mercado de destino.










I. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

La empresa LION IMPORT S.A.C. importa y comercializa sube escaleras eléctricas para el transporte de carga pesada por escaleras dirigida a empresas del sector logístico en Lima Metropolitana. Somos una empresa constituida jurídicamente como una S.A.C., quienes trabajamos con el Régimen Laboral Especial ya que somos una pequeña empresa, estamos en el distrito de San Miguel.

Nuestra razón social nos ayudara a identificar nuestra empresa dentro del mercado peruano, y es un claro sustento de la legalidad que tiene. Dicho nombre es empleado para aspectos legales, administrativos y jurídicos.

El presente plan de negocio está dividido en cinco etapas. La primera etapa está relacionada a la estructura general del negocio, organización y aspectos legales como la estructura orgánica, forma jurídica empresarial, regímenes laborales y tributarios. En la segunda etapa se el plan de marketing y las estrategias comerciales que posicionaran el producto. En la tercera etapa se verá la logística del proyecto, desde el envase, embalaje, rotulado y por otro lado se verán los operadores logísticos internacionales. La cuarta etapa está vinculada al comercio exterior, principalmente la gestión del despacho de aduanas y los procesos que se llevan a cabo para la nacionalización de la mercancía. La última etapa relacionada a la evaluación económica y financiera del negocio.

Figura N° 1: Modelo CANVAS

<p>Socios claves</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proveedor. - Operador Logístico. - SUNAT aduana Aérea. 	<p>Actividades claves</p> <ul style="list-style-type: none"> -Realizar una gestión efectiva de adquisición y compra de sube escaleras eléctricas (negociación con proveedor), y el proceso de importación hasta nuestro local. -Investigación del segmento de mercado a canalizar. - Visitas a posibles clientes, para introducir la necesidad de uso de nuestro producto. - Usar estrategias de difusión de marketing para hacernos más conocidos y así aumentar ventas. 	<p>Propuesta de valor</p> <p>Alta tecnología y calidad: Los sube escaleras están hechas de acero inoxidable y cuentan con tecnología europea patentada, además son eléctricas y cuentan con un sistema de freno automático.</p> <p>Conveniencia: Nuestro producto es de fácil uso y para un solo operario, el cual implica menos trabajadores y ahorro de tiempo y fuerza por servicio.</p> 	<p>Relación con el cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> - Captar clientes: Visitas técnicas a las empresas por parte de nuestro vendedor. - Mantener clientes: Servicio de atención al cliente a través de nuestro vendedor. - Asistencia post venta: A través de nuestro técnico electromecánico 	<p>Segmento de clientes</p> <p>Las medianas y grandes empresas del sector Logístico de Lima Metropolitana.</p> 
<p>Estructura de coste</p> <ul style="list-style-type: none"> - Costos de importación - Costos fijos. - Gastos administrativos. - Gastos financieros. - Gastos de personal - Costos Variables. - Gastos de ventas. 	<p>Fuentes de Ingreso</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ingreso por la venta directa de sube escaleras eléctricas. - ingreso por aportes de capital social. -Ingreso por endeudamiento con entidad financiera. 			
	<p>Recursos claves</p> <ul style="list-style-type: none"> -Profesionales expertos en comercio exterior y logística. - Experto en ventas de equipos de transporte. - Profesionales expertos en administración, finanzas y electromecánica. 		<p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> -Online: Página web, correo, redes sociales, guías empresariales virtuales del sector logístico. -Offline: Tarjetas de presentación, manual y guía del equipo. 	

II. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1. Nombre o razón social

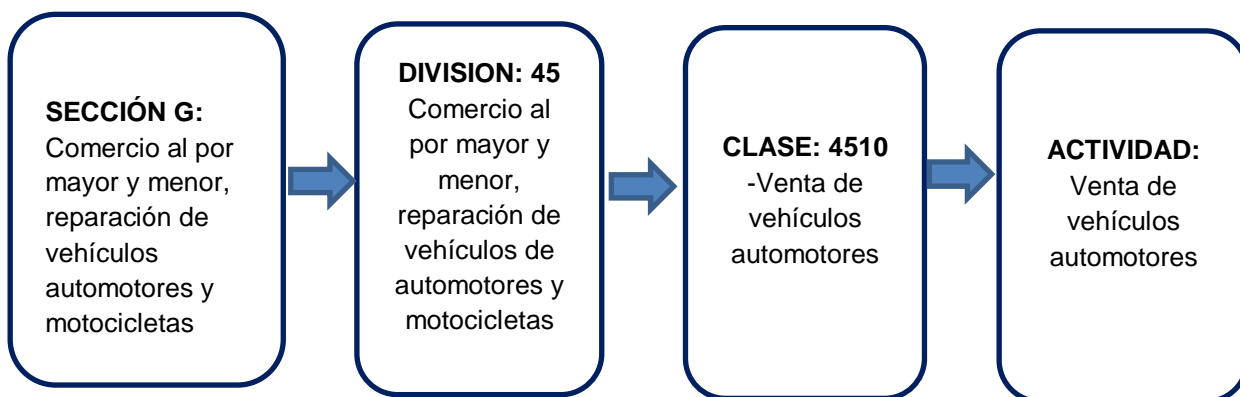
El nombre y razón social de la empresa será: **LION´S REVOLUTION S.A.C.**, se optó por elegir este nombre debido a que el producto es revolucionario en tecnología en nuestro país, y Lion porque es el apellido que representa a mi familia que es socia en la empresa. El nombre comercial del producto es Lifkart igual que la marca para un mejor posicionamiento en el mercado.

2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU)

“La CIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme) es una clasificación de actividades cuyo alcance abarca a todas las actividades económicas, las cuales se refieren tradicionalmente a las actividades productivas, es decir, aquellas que producen bienes y servicios”. (SUNAT, 2018).

De acuerdo con el sistema Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIU) y en la última revisión realizada por INDECOPI (Revisión 4), el código de la actividad económica es la siguiente: (INEI, 2010)

Figura N° 2: CIU de LION IMPORT PERU SAC



Fuente: (Instituto nacional de estadística e informática, 2010)

2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

2.3.1. Ubicación:

Para que la empresa LION IMPORT SAC. Inicie operaciones se deberá seleccionar su ubicación, para poder elegir la ubicación se deberá evaluar actores importantes como ubicación, seguridad, costo de alquiler, entre otros.

La selección adecuada del distrito se realizará a través del método de los factores ponderados para lo cual se evaluará 3 opciones de distritos en Lima.

Los posibles puntos de ubicación de nuestro local lo detallamos a continuación:

Tabla N° 1: Distritos de Ubicación del Negocio

OPCIONES	DISTRITOS
A	CALLAO
B	SAN MIGUEL
C	LURIN

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N° 2: Factores Determinantes para la Ubicación del Local

FACTORES	PESO	CALIFICACIÓN			PONDERACIÓN		
		A	B	C	A	B	C
CERCANIA AL CLIENTE	0.20	5	4	5	1	0.8	1
COSTO DE ALQUILER	0.30	3	4	3	0.9	1.2	0.9
CERCANIA AL PUERTO	0.15	5	4	2	0.75	0.6	0.3
CERCANIA A LOS SOCIOS	0.15	3	4	4	0.45	0.6	0.6
SEGURIDAD	0.20	3	4	4	0.6	0.8	0.8
TOTAL	1				3.7	4	3.6

Fuente: Elaboración Propia

Se ha considerado 5 factores de evaluación los cuales son proximidad al cliente, costo de alquiler del local, cercanía al puerto/aeropuerto, cercanía a los socios y seguridad.

Posteriormente a cada factor se le asignó un peso relativo de acuerdo al grado de importancia.

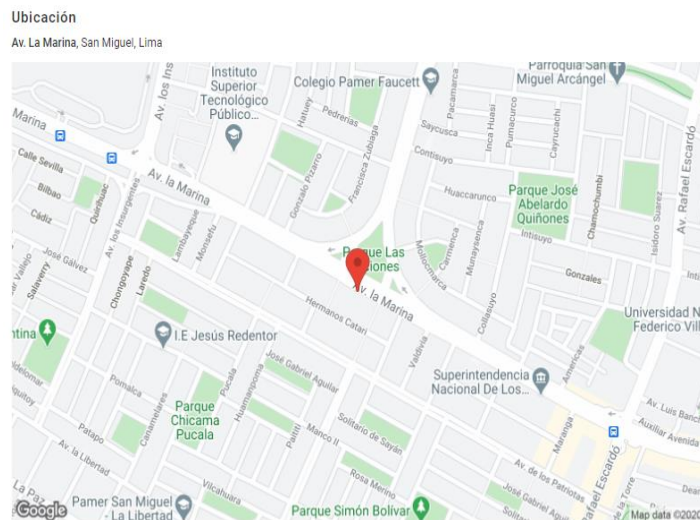
Cada distrito ha sido evaluado en una escala de calificación de 1 (muy malo) a 5 (muy bueno).

San Miguel ha obtenido el puntaje más alto de 4.

Entre las tres opciones restantes San Miguel es la de mayor puntaje por lo tanto se decide ubicar a la empresa en ese distrito.

La dirección fiscal de la empresa LION IMPORT SAC se ubicará en el distrito de San Miguel en el cruce Av. Faucett y Av. La Marina, donde se desarrollarán las actividades administrativas y de distribución. La elección del distrito que se tomó se debe al precio del alquiler, transporte y servicios que prestan un menor costo, comparado con otros.

Figura N° 3: Ubicación del Local



Fuente: GOOGLE MAPS 2020

2.3.2. Factibilidad municipal y sectorial:

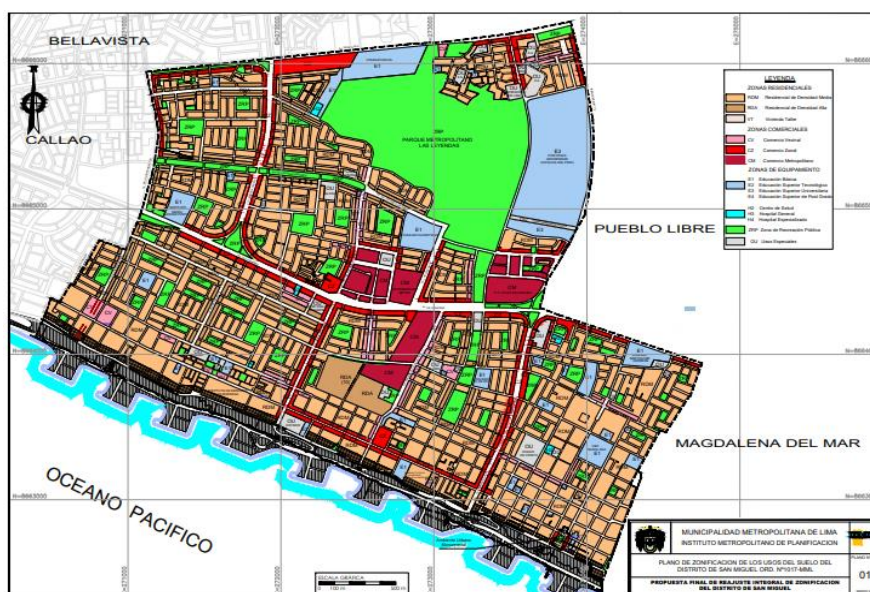
LION IMPORT SAC deberá solicitar la licencia de funcionamiento a la Municipalidad de San Miguel, para esto se necesita los siguientes requisitos generales: (Municipalidad de San Miguel, 2020)

- 1.- Formularia Único de trámite – FUT, debidamente llenado con los datos requeridos.
- 2.- Declaración Jurada de Observancia de Defensa Civil (Hasta 100m²)
- 3.- Vigencia de Poder del Representante legal.
- 4.- Pago de la tasa estipulada TUPA.

Este proceso tiene la siguiente base legal según la Municipalidad San Miguel.

- Ley N^a 28976 – Ley de Marco de Licencia de Funcionamiento
- ORDENANZA N^a 139-MDSM (12.09.2008)
- DECRETO SUPREMO N^o 066-2007-PCM
- El pago total para obtener la licencia de funcionamiento es 2.78% UIT y te lo entregan en un plazo máximo de 15 días.

Figura N° 4: Plano de Zonificación del Distrito San Miguel 2020



Fuente: Municipalidad De San Miguel

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

2.4.1. Misión

“Somos una empresa dedicada a la importación y comercialización de sube escaleras eléctricas con los más altos estándares de calidad, contribuyendo de esta manera con la mejora en el transporte de carga pesada por escalera a nuestros clientes.”

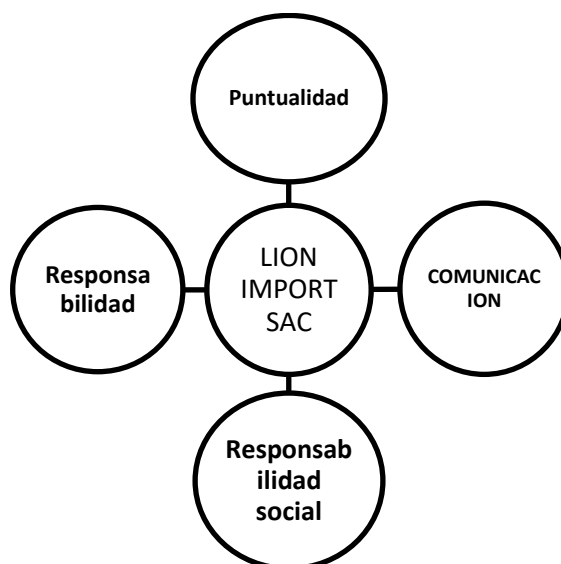
2.4.2. Visión

“Ser una empresa reconocida en la comercialización de sube escaleras eléctricas a nivel nacional para el año 2025 logrando reconocimiento por su calidad y tecnología”

2.4.3. Valores de la empresa

- **Puntualidad:** LION IMPORT S.A.C. considera que el tiempo es un recurso importante tanto como para la empresa y para sus clientes, por ello busca cumplir con todos los tiempos que se delimiten en el proceso, los procesos de ventas y así también en la entrega de los productos.
- **Responsabilidad Social:** LION IMPORT S.A.C. será responsable social y ambientalmente, al tomar decisiones de política de la empresa, al rendir sus cuentas, en la cadena de valor, normativa y con sus compromisos comerciales. Fomentaremos nuestro crecimiento económico dentro de un marco de sostenibilidad.
- **Responsabilidad:** Los trabajadores tienen que ser responsables con las tareas asignadas como equipo e individual para lograr las metas propuestas.
- **Comunicación:** Debe ser transversal, ya que es de gran importancia que tanto ejecutivos y empleados tengan la misma información para ir en un solo rumbo.

Figura N° 5: Valores de la Empresa LION IMPORT SAC



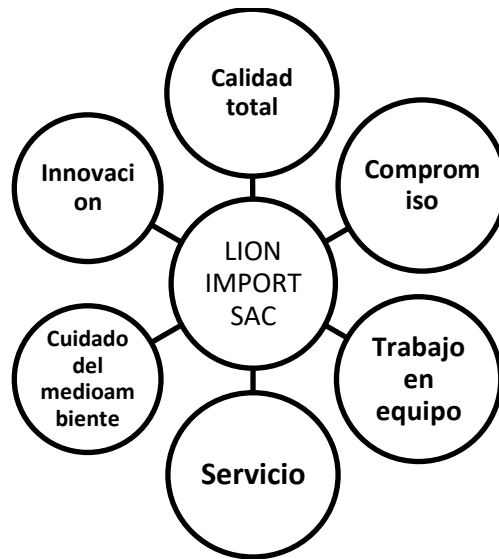
2.4.4. Principios de la empresa

Los principios de la empresa LION IMPORT SAC son:

- **Calidad total:** Perfeccionar nuestros procesos, a través de una mejora continua, para lograr eficacia, eficiencia y productividad buscando alcanzar la excelencia, en beneficio y satisfacción de nuestro personal y clientes.
- **Servicio:** Atenderemos a nuestros clientes en tres momentos: antes, durante y después de la compra, para así satisfacer sus expectativas.
- **Trabajo en equipo:** En nuestra empresa se trabaja con liderazgo, compromiso, responsabilidad, creatividad, voluntad y organización para alcanzar metas comunes dentro de la empresa.
- **Innovación:** Será un proceso continuo de mejoras en nuestros productos y servicio al cliente, también realizaremos innovaciones en nuestro modelo de negocio logrando redefinir la industria y generar propuestas de valor que ofrezcan soluciones completas a nuestros clientes.
- **Compromiso:** Nuestros trabajadores se comprometen a cumplir con la misión de la empresa, trabajando así de manera eficiente, y la empresa se compromete a ofrecer productos y un servicio de calidad, con el fin de no defraudarlo y así generar mayor confianza con el cliente.

- Cuidado del medio ambiente: Mantener en forma permanente la práctica de preservación y mejora del medio ambiente.

Figura N° 6: Principios de la Empresa LION IMPORT S.A.C.



2.4.5. Objetivos de la empresa

“Los objetivos de una empresa son los resultados, situaciones o estados que se pretenden alcanzar en un periodo de tiempo y a través del uso de sus recursos.” (Gestión.org, 2017)

2.4.5.1. Objetivo General

Lograr reconocimiento e identificación de la empresa, en gran parte del mercado de empresas de rubro logístico.

2.4.5.2. Objetivos específicos

- Contar con una cartera de clientes (empresas logísticas) variada.
- Incrementar el reconocimiento del producto y el servicio que ofrece la empresa.
- Realizar ventas al primer mes de haber constituido la empresa.
- Definir los mejores proveedores en relación a la variedad, precio y calidad de sus productos.

- Lograr un crecimiento del 10% en las ventas para el segundo año.

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

Actualmente, según la Ley 30056, indica que, para poder definir el tipo de empresa, este se podrá basar en el total de ventas anual, por tanto, las microempresas comprenderán las que tengan una venta anual de hasta 150 UIT, sin embargo, una pequeña empresa puede tener ventas anuales desde los 150 UIT hasta los 1,700 UIT, cabe recalcar que la UIT para este año 2021 es de S/4,400.00.

En tal caso LION IMPORT SAC, tomando en cuenta el volumen de venta que calculamos se tendrá durante los primeros años, podrá ser una pequeña empresa y contará en un inicio con 3 trabajadores a tiempo completo, pero a partir del segundo año se contratará a un personal más para cubrir las necesidades que tengamos. Cabe aclarar que se debe contratar un contador externo para que pueda llevar la contabilidad de toda la empresa.

Tabla N° 3: Ley de MYPES

	Ley MYPE D.S. N° 007-2008-TR		Ley N° 30056	
	Ventas Anuales	Trabajadores	Ventas Anuales	Trabajadores
Microempresa	Hasta 150 UIT	1 a 10	Hasta 150 Más de 150 UIT y hasta 1,700 UIT	No hay límites
Pequeña Empresa	Hasta 1,700 UIT	1 a 1000	Más de 1700 UIT y hasta 2,300 UIT	No hay límites
Mediana Empresa				No hay límites

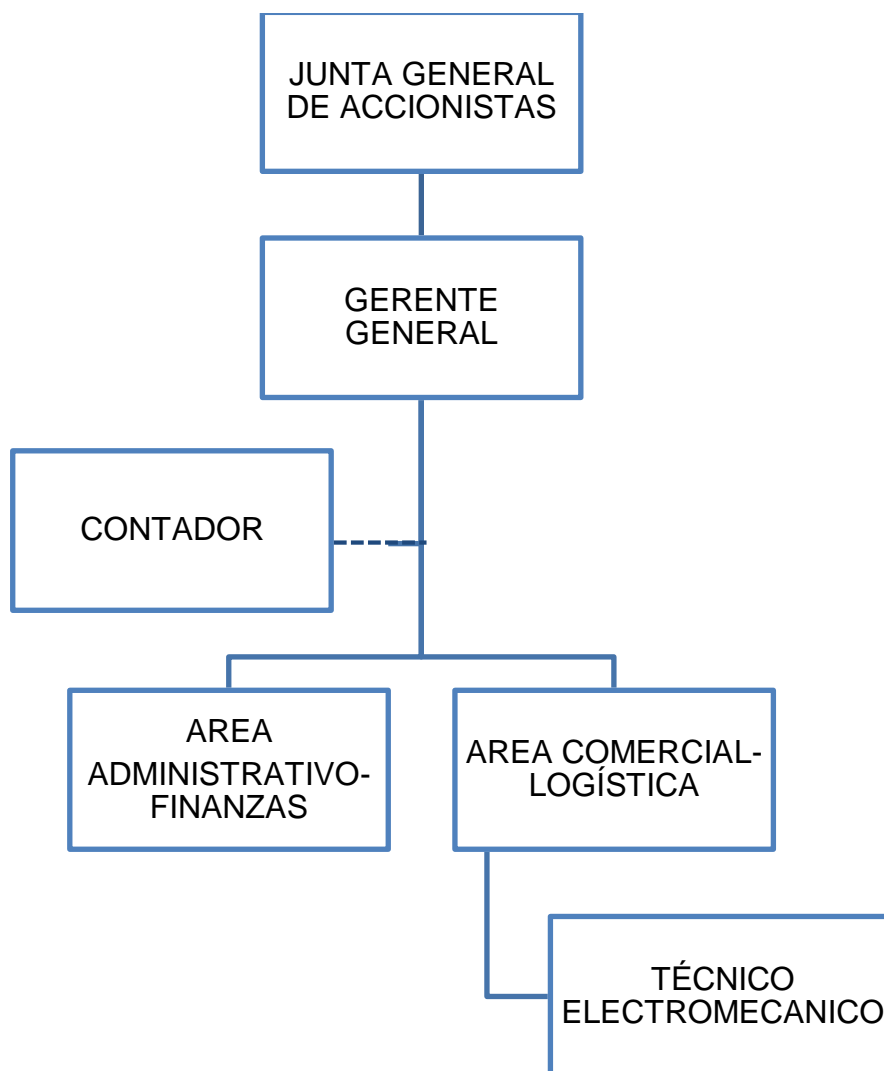
Fuente: SUNAT (2013)

2.6. Estructura Orgánica:

LION IMPORT SAC, al ser una empresa nueva, solo contará con área específicas e indispensables para su funcionamiento, sin embargo, con el paso del tiempo se incrementará el número de colaboradores. Los principales cargos que existirán son: el área de Gerencia, Administración y Finanzas, Comercial y Logística, Área Técnica y el área contable que lo llevará un contador externo, dichas áreas se consideran fundamentales para que la empresa pueda seguir con sus actividades y llegar a cumplir los objetivos planteados.

El tipo de estructura que adoptará nuestra empresa será de tipo funcional, ya que los cargos serán asignados de acuerdo a las funciones que se realicen, tal y como se aprecia en el siguiente gráfico.

Figura N° 7: Estructura Orgánica de LION IMPORT SAC



- **Junta General de Accionistas:**

Es el órgano máximo de la empresa y entre sus principales funciones esta la toma de decisiones en cuanto al aumento-disminución de capital, velar por la presentación y aprobación de los balances, cuentas anuales y otros documentos.

- **Gerente General:**

Es el representante legal de LION IMPORT SAC, y se encarga de dirigir y planificar estrategias que permitan el desarrollo de la empresa y cumplir con los objetivos ya planteados. La función como gerente es monitorear y supervisar de manera correcta todas las áreas de la empresa, con el fin de que lleve por camino correcto el proyecto de inversión. Asimismo, forma parte de la Junta de Accionistas de la empresa.

- **Contador:**

Se contará con un contador externo que pueda llevar la contabilidad de nuestra empresa, por lo que estará a cargo un registro de las compras, ventas y libros contables, declaración y pago de impuestos, elaboración de planillas. Cabe recalcar que esta persona trabajara de la mano con el Asistente de Administración y Finanzas.

- **Asistente de Administración y Finanzas:**

Esta persona estará encargada de supervisar y controlar los estados financieros de la empresa. Tener la agenda de la empresa al día con respecto a pagos y cobros.

Por otro lado, se encargará de elaborar los presupuestos destinados para la empresa y trabajará de la mano con el contador externo.

- **Asistente Comercial y Logística:**

Esta persona está encargada de gestionar las compras (importación) de nuestra empresa para poder desarrollar nuestro producto. Asimismo, se encargará de que el producto llegue a tiempo y en buenas condiciones a manos de nuestros clientes. Asimismo, realizará las tareas de comercio exterior, haciendo seguimientos de las cargas y trámites aduaneros y logísticos.

Por otro lado, se encargará de la promoción y venta de nuestros productos, así como visita y captación de nuevos potenciales clientes.

- **Técnico electromecánico:**

Esta persona supervisará la parte técnica del producto, y se hará responsable del mantenimiento preventivo y correctivo de las carretillas sube escaleras. Si hubiera alguna falla, él sería el encargado de solucionarlo.

2.7. Cuadro de asignación de personal.

Tabla N° 4: Asignación de Personal

TRABAJADOR	RETRIB. ECON. MENS	RETRIB. ECON. ANUAL	ESSALUD	SCTR	CTS	VACACIONES	GRATIFICACIONES	ANUAL	MENSUAL
Gerente general	1,500	18,000	1,620	0	1,500	750	3,000	24,870	2,073
Asistente Ad-Finanzas	1,200	14,400	1,296	0	1,200	600	2,400	19,896	1,658
Asistente Comercial-logístico	1,200	14,400	1,296	300	1,200	600	2,400	20,196	1,683
Tecnico electromecánico	1,200	14,400	1,296	300	1,200	600	2,400	20,196	1,683
Total	5,100	61,200	5,508	600	0				

Fuente: Elaboración Propia

Se detalla a continuación la cantidad de personas en cada puesto de trabajo y sus beneficios laborales de acuerdo a la ley considerando que LION IMPORT S.A.C. es una pequeña empresa.

2.8. Forma Jurídica Empresarial

La forma jurídica de LION IMPORT SAC, será como Sociedad Anónima Cerrada, el cual contará con un Gerente General quien es la persona que funda la empresa junto con dos socios que en este caso son familiares. Al inicio los 3 socios aportaran un capital para el inicio de las actividades de la empresa. Cabe indicar que una de las principales características de la SAC, es que puede tener desde 2 a 20 socios, y este puede trabajar sin directorio. En nuestro caso el Gerente cumplirá con las labores del directorio.

Las razones por las que se escogió dicha forma jurídica, es debido a que es una modalidad adecuada para negocios pequeños, y están regulados bajo la Ley General 26887. Asimismo, las entidades bancarias aprueban de manera más rápida los créditos para el negocio. Como es una empresa nueva se tiene pensado

en contar con un 45% del total de inversión, y obtener un financiamiento del 55% con el Interbank.

Tabla N° 5: Cantidad de accionistas / socios

Cantidad de Accionistas / Socios	Organización	Capital y acciones
Mínimo: 2	Se debe establecer: - Junta general de accionistas. - Gerencia. - Directorio. (Opcional)	Capital definido por aportes de cada socio se deben registrar las acciones en el Registro de Matrícula de Acciones
Máximo: 20		

Fuente: Superintendencia Nacional de los Registros Públicos

Tabla N° 6: Aporte de capital de los socios de la empresa Lion Import S.A.C.

Nombre del Accionista	Capital social	%
Primer Accionista	S/150 000	33.33%
Segundo Accionista	S/150 000	33.33%
Tercer Accionista	S/150 000	33.33%
Total Aporte	S/450,000	100.00%

Fuente: Elaboración Propia

2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

Según la página web de INDECOPI el registro de una marca no es un procedimiento obligatorio para iniciar las actividades comerciales, más bien es un acto voluntario cuya importancia principal es que dicho registro protegerá la marca frente a posibles copias o imitaciones, este registro convierte al titular en el dueño de la marca y es el único autorizado para emplearlo dentro de los próximos 10 años (plazo que dura la inscripción). Cabe mencionar que este registro solo es válido a nivel local y para que tenga validez en el exterior será necesario hacer el mismo registro de marca, pero en cada país donde se vaya a tener participación (INDECOPI) Para este proyecto no se contará con una marca propia por lo que el registro en INDECOPI no será necesario. Además, al comercializar un producto que ya cuenta con una marca registrada en la entidad competente de su país (Austria). El proveedor de LION IMPORT S.A.C. ha autorizado su

comercialización, vale decir que el proveedor solo comercializará sus productos en Perú vía LION IMPORT S.A.C.

2.10. Requisitos y Trámites Municipales

LION IMPORT S.A.C. realizara sus actividades en el distrito de San Miguel por ende es necesario tramitar las licencias que otorga la Municipalidad de San Miguel, a continuación, se detallan los requisitos que pueden ser verificados en la página web de la municipalidad:

1. Solicitud de Licencia de Funcionamiento, con carácter de declaración jurada, en la cual se consignará lo siguiente:
 - Número de RUC y DNI o carné de extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda.
 - DNI o carné de extranjería del representante legal en caso de personas jurídicas, u otros entes colectivos, o tratándose de personas naturales que actúen en representación.
2. Copia de la vigencia de poder del representante legal, en caso de personas jurídicas u otros entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada.
3. Declaración Jurada de observancia de condiciones de seguridad (hasta 100 m2) o ITSE de Detalle o Multidisciplinaria (más de 500 m2).
4. Pago de la tasa de acuerdo a lo especificado en el TUPA.

LOS COSTOS Y PLAZOS SON LOS SIGUIENTES:

De acuerdo al TUPA aprobado mediante Ordenanza N° 274-2014 y ratificado mediante Acuerdo de Concejo N° 2361/MML.

Tabla N° 7: Costos y Plazos para Obtener Licencia de Funcionamiento

EXPOST	Costo*	Plazo Máximo
Hasta 100 mt ²	39.5	10 Días Hábiles
EX - ANTE	Costo	Plazo Máximo
Más de 100 hasta 500 mt ²	242.6	10 Días Hábiles
Multidisciplinaria	Costo	Plazo Máximo

Mayor a 500 mt ²	36.7	10 Días Hábiles
-----------------------------	------	-----------------

*Costo en nuevos soles

Fuente: <http://www.munisanmiguel.gob.pe/> /licencias-de-funcionamiento/

Elaboración: Municipalidad distrital de San Miguel

Para el otorgamiento de la licencia de funcionamiento, la municipalidad evaluará los siguientes aspectos:

- Zonificación y compatibilidad de uso.
- Condiciones de Seguridad en Defensa Civil, cuando dicha evaluación constituya facultad de la municipalidad.

La licencia de funcionamiento se otorgará en el marco de un único procedimiento administrativo, con un plazo máximo para el otorgamiento de diez (10) días hábiles.

Tipos de Inspección

Para obtener la licencia de funcionamiento se requieren los siguientes tipos de inspección:

1. Establecimientos que requieran Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones Básica, Ex Post al otorgamiento de la licencia de funcionamiento, realizada por la municipalidad.

Aplicable para establecimientos con un área de hasta cien metros cuadrados (100 m²) y capacidad de almacenamiento no mayor del treinta por ciento (30%) del área total del local. En estos casos será necesaria la presentación de una Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad a que puede obtenerse de forma gratuita en el módulo de atención de la municipalidad o descargarlo desde la página web; debiendo realizarse la Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones Básica por la municipalidad, con posterioridad al otorgamiento de la licencia de funcionamiento, priorizando los establecimientos que representen un mayor riesgo de seguridad.

Se encuentran excluidas de este procedimiento: Las solicitudes de licencia de funcionamiento para el desarrollo de giros o establecimientos que requieran la obtención de un Certificado de Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones de Detalle o Multidisciplinaria.

Las solicitudes de licencia de funcionamiento que incluyan los giros de pub, licorería, discoteca, bar, casinos, juegos de azar, máquinas tragamonedas, ferreterías, o giros afines a los mismos; así como solicitudes que incluyan giros cuyo desarrollo implique el almacenamiento, uso o comercialización de productos tóxicos o altamente inflamables.

2. Establecimientos que requieran de Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones Básica Ex Ante al otorgamiento de la licencia de funcionamiento, en este caso la municipalidad aplica este procedimiento a establecimientos con un área mayor a los cien metros cuadrados (100 m²).
3. Establecimientos que requieren de Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones de Detalle o Multidisciplinaria expedida por el Instituto Nacional de Edificaciones (INDECI). Aplicable para establecimientos con un área mayor a los quinientos metros cuadrados (500 m²).

2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y

Modalidades

Para nuestra empresa, el representante legal tiene que presentar ante SUNAT los siguientes documentos:

- Original de su documento de identidad.
- Original de uno de los siguientes documentos: recibo de agua, telefonía fija, luz, televisión por cable cuya fecha de vencimiento de pago se encuentre comprendida en los últimos dos meses; o la última declaración jurada o autoevaluó del local donde funcionará el establecimiento.
- Original o copia simple del Testimonio de Escritura Pública de Constitución inscrita en los Registros Públicos.

Sin embargo, para el caso de que el trámite lo realice una persona que esté autorizado por el representante legal, se tendrá que presentar adicionalmente, su documento de identidad original y, una carta poder con firma legalizada notarialmente o autenticada por fedatario de la SUNAT y los siguientes formularios:

- Formulario N° 2119: Firmado por el representante legal.
- Formulario N° 2054: Solicitud de inscripción del Gerente General y los representantes legales de la sociedad, de acuerdo con lo establecido en su Estatuto.
- Formulario N° 2046: Siempre y cuando tuviera locales adicionales al domicilio fiscal.

En nuestro caso nos acogeremos al RMT (Régimen MYPE Tributario), el cual solicita ciertos requisitos para poder acogernos:

- Personas naturales o jurídicas con ingresos netos no deben superar los S/.1700 UIT.

Al acogernos al RER, tendremos los siguientes tipos de comprobantes de pago:

- Boleta de Venta
- Factura
- Ticket o cinta emitido por máquinas registradoras
- Guías de remisión (remitente y transportista)
- Notas de crédito y debito
- Liquidaciones de compra

Las ventajas y beneficios que te ofrece el régimen son:

- Montos a pagar de acuerdo a la ganancia obtenida.
- Tasas reducidas.
- Realizar cualquier tipo de actividad económica.
- Emitir todos los tipos de comprobantes de pago.
- Llevar libros contables en función de tus ingresos

Al momento de activar su RUC, solicite su código de usuario y clave de acceso (Clave SOL), la cual le permitirá realizar diversos trámites a través de Internet, tales como: pagar y presentar sus declaraciones, solicitar autorización de impresión de comprobantes de pago a través de imprentas conectadas a este sistema, entre otros. Ingrese aquí para descargar su solicitud de Clave SOL.

2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME):

Nuestra empresa contará con planilla electrónica, la cual se activará a través del sistema PLAME a la Planilla Mensual de Pagos, “segundo componente de la Planilla Electrónica, que comprende la información mensual de los ingresos de los

sujetos inscritos en el Registro de Información Laboral T-REGISTRO, así como de los Prestadores de Servicios que obtengan rentas de 4ta Categoría; los descuentos, los días laborados y no laborados, horas ordinarias y en sobretiempo del trabajador; así como información correspondiente a la base de cálculo y la determinación de los conceptos tributarios y no tributarios cuya recaudación le haya sido encargada a la SUNAT.” **SUNAT 2020**

La PLAME se elabora obligatoriamente a partir de la información consignada en el T-REGISTRO. Cabe precisar que la versión vigente es la 3.7, aprobada mediante Resolución de Superintendencia N° 025-2020/SUNAT, la cual es de uso obligatorio a partir del 01 de febrero de 2020 y debe utilizarse a partir del período enero 2021 en adelante.

2.13. Régimen Laboral Especial de la micro y pequeñas Empresas:

Con la Ley 28015, se crea el crea el Régimen Laboral Especial, el cual fomenta la formalización y el desarrollo de las MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESA, facilitándoles los derechos laborales y de seguridad social a los trabajadores y empleadores. Con este régimen laboral se puede contratar personal nuevo o incorporar en la planilla a aquellas personas que se encuentran laborando en la EMPRESA.

Los trabajadores contratados bajo el Régimen Laboral Especial del D.S. N° 003-97-TR (T.U.O Decreto Legislativo 728), que sean despedidos con la finalidad exclusiva de ser reemplazados por otros trabajadores dentro del régimen laboral especial, tendrán derecho al pago de una indemnización especial de 02 remuneraciones mensuales por cada año laborado.

Para que se puedan acoger al régimen laboral especial, es necesario que se presente un formulario ante el Ministerios de Trabajo o en las Direcciones Regionales de Trabajo de la región.

En nuestro caso el presente plan se acogerá al Régimen Laboral Especial, ya que se aplica a los trabajadores que se encuentran sujetos al régimen de actividad privada, que prestan servicios en la micro y pequeña empresa, así como los

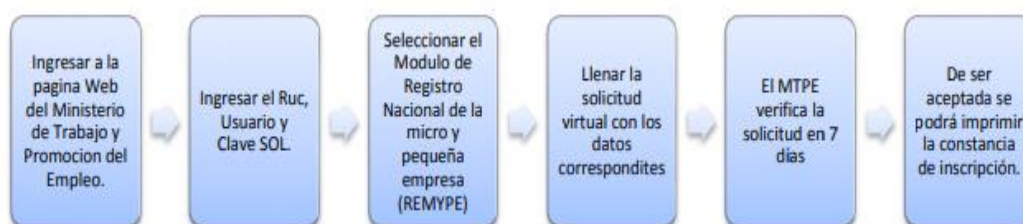
conductores y empleadores. A continuación, se apreciará los derechos que se deben de cumplir en la Micro y Pequeña empresa.

Tabla N° 8: Obligaciones en las Micro y Pequeñas Empresas

Micro Empresa	Pequeña Empresa
Remuneración Mínima Vital (RMV)	Remuneración Mínima Vital (RMV)
Jornada de trabajo de 8 horas	Jornada de trabajo de 8 horas
Descanso semanal y en días feriados	Descanso semanal y en días feriados
Remuneración por trabajo en sobretiempo	Remuneración por trabajo en sobretiempo
Descanso vacacional de 15 días calendarios	Descanso vacacional de 15 días calendarios
Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (Seguro Integral de Salud)	Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD
Cobertura Previsional	Cobertura Previsional
Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración)	Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración)
	Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR)
	Derecho a participar en las utilidades de la empresa
	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.
	Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.

Los requisitos para la Inscripción en el REMYPE:

Figura N° 8: Requisitos para el registro REMYPE



Fuente: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo

2.14. Modalidades de Contratos Laborales:

“El contrato laboral es un acuerdo entre dos partes, (empleador y el trabajador), por el cual una de ellas (el trabajador) se compromete a prestar sus servicios en forma personal y remunerada, la otra parte (el empleador), se obliga al pago de la remuneración correspondiente, que en virtud de un vínculo de subordinación goza de las facultades directrices, es decir, dispone el horario de trabajo, sanciona a los trabajadores, entre otras facultades.” **(Artículo 4º del Decreto Supremo N° 003-97-TR. - Ministerio de Trabajo)**

Los elementos esenciales de un Contrato de Trabajo son tres:

- La prestación del servicio. (No puede ser delegada a otra persona)
- El vínculo de subordinación (el empleador sanciona, dispone jornada, el empleador decide las sanciones, etc.).
- La remuneración (sueldo o pago, que recibe el trabajador por el trabajo realizado).

(Referencia: Artículo 5º, 6º y 9º del Decreto Supremo N° 003-97-TR.)

A continuación, los contratos sujetos a modalidad:

- A tiempo indeterminado
- Sujetos a modalidad: Estos pueden celebrarse cuando lo requiera las necesidades del mercado o mayor producción, o por naturaleza temporal, accidental de obra o servicio:
 - De naturaleza temporal:
 - Por inicio o apertura de una nueva actividad
 - Por necesidades del mercado
 - Por reconversión empresarial
 - De naturaleza accidental:
 - Ocasional
 - De suplencia
 - De emergencia

- De obra o servicio
 - Específico
 - Intermitente
 - De temporada
- Tiempo parcial
- Otros tipos de contrato

LION IMPORT S.A.C. adoptará el contrato sujeto a modalidad con naturaleza temporal por inicio de una nueva actividad. Los contratos tendrán una duración de 3 meses considerado como periodo de prueba, pudiendo ser renovados según el desempeño de los trabajadores.

Tabla N° 9: Modalidad de Contrato para el personal LION IMPORT S.A.C.

CARGO	MODELO DE CONTRATO
GERENTE GENERAL	Contrato a plazo Indefinido.
ASISTENTE ADMINISTRATIVO-FINANZAS	Contrato a plazo fijo por inicio de actividad.
ASISTENTE COMERCIAL-LOGISTICO	Contrato a plazo fijo por inicio de actividad.
TÉCNICO ELECTROMECAÁNICO	Contrato a plazo fijo por inicio de actividad.

Fuente: Elaboración Propia

2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas:

“El Contrato Comercial es un acuerdo legalmente vinculante entre las partes mediante el cual se obligan a realizar o a no realizar ciertas actividades. Los contratos pueden ser escritos o verbales y redactarse de manera formal o informal. Mayormente las empresas realizan sus contratos por escrito para dejar constancia de los términos del acuerdo. Los contratos pueden abarcar todos los aspectos comerciales como contrataciones, salarios, forma de pago, seguridad del empleado, locaciones, préstamos, etc.” (GET LEGAL, 2016)

Los principales contratos que la empresa realizará los primeros meses se activa la empresa son los siguientes:

- Contrato de compra internacional de mercadería, se realiza en el momento en que se realiza la compra de las carretillas sube escaleras eléctricas desde Austria.
- Contrato de colaboradores a plazo determinado, primero con una duración de tres meses a modo de prueba.
- Contrato de servicio logístico, con todos los agentes que involucran la actividad logística desde origen hasta el almacén de LION IMPORT S.A.C.
- Contrato por servicio de contabilidad, se realiza el contrato por prestación de servicios con el contador.
- Contrato de arrendamiento de local, contrato realizado por un año donde estipula el monto que se pagará mensual de renta y la garantía.

Los accionistas son responsables de las deudas sociales hasta por el monto de su aporte.

III. PLAN DE MARKETING

3.1. Identificación, descripción y justificación del producto a importar

Nuestro producto sube escaleras tiene un motor eléctrico, el cual lo vuelve una unidad elevadora, teniendo así 2 velocidades de subida y dos modalidades: continuo o escalón por escalón. Solo es manejada por un operario y es de fácil uso y su sistema de frenado al borde de escalón garantiza la máxima seguridad

Nuestro sube-escaleras eléctrica es ideal para empresas de transporte y logística; en el comercio y en la industria. Es perfecto para subir cargas pesadas por escaleras, los operarios de carga ya no sufrirán de dolores de espalda y articulaciones ya que con este equipo no serán sometidas a un gran esfuerzo físico, a la vez se disminuirán riesgo de accidentes en el transporte de la carga por escaleras.

Nuestro producto es nuevo en el mercado nacional, pero ya está patentado en Austria por la empresa SANO Transportgeraete GmbH con la marca LIFTKAR, nuestro producto cuenta con una cinta de seguridad para ajustar la carga al sube escaleras para que así se realice un traslado seguro por escaleras

Figura N° 9: Partes del Sube Escaleras Eléctrica





mecanismo elevador

ruedas principales

Características del Producto:

- Capacidad para cargas de hasta 360 kg.
- Diseñado para escalones de hasta 22 cm de altura.
- Posee dos modos de funcionamiento (escalón por escalón/continuo).
- Es de construcción modular.
- Tiene un robusto bastidor con perfiles de aluminio patentados por SANO.
- Tiene un innovador sistema de frenado al borde de escalón colocado en posición protegida.
- Tiene función de desconexión automática.
- Posee manillar ergonómico con revestimiento de goma antideslizante.
- Posee interruptor de encendido/apagado a ambos lados del manillar, para zurdos y diestros.
- Es unidad elevadora perfectamente compensada para un trabajo seguro por escaleras.
- Posee neumáticos a prueba de pinchazos.
- Tiene palas de aluminio de gran resistencia.
- Cuenta con una batería intercambiable de 24 V.

3.1.1. Clasificación arancelaria

Clasificación Arancelaria 8428.90.90.00 – Las demás

La empresa LION IMPORT S.A.C., importará sube escaleras eléctricas que permitirá cubrir las necesidades de las medianas y grandes empresas de sector logístico, para ello se ha verificado que al ser un producto importado debemos clasificarlo arancelariamente. En este caso la partida arancelaria que se utilizará en esta importación será 8428.90.90.00, ya que el producto es un aparato de elevación de carga y nuevo en el mercado.

Tabla N° 10: Tratamiento Arancelario por Sub Partida Nacional

TRATAMIENTO ARANCELARIO	
Sección: XVI	MAQUINAS Y APARATOS, MATERIAL ELECTRICO Y SUS PARTES; APARATOS DE GRABACION O REPRODUCCION DE SONIDO, APARATOS DE GRABACION O REPRODUCCION DE IMAGEN Y SONIDO EN TELEVISION
Capítulo: 84	Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; partes de estas máquinas o aparatos
Código	8428
Descripción	Las demás máquinas y aparatos de elevación, carga, descarga o manipulación (por ejemplo: ascensores, escaleras mecánicas, transportadores, teleféricos).
8428.90.90.00	Las demás

Fuente: SUNAT

A continuación, detallo la tabla sobre los conceptos tributarios que se deben pagar para importar las sube escaleras, los cuales son muy importantes ya que tendrán que ser incluidos como costo del producto.

Tabla N° 11: Gravámenes Vigentes

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

Fuente: SUNAT

3.1.2. Ficha técnica comercial

La ficha técnica es una herramienta en la cual se especifica las características técnicas de un producto, como su composición o modelos de manera que sea fácil de leer y entender. Este documento se utiliza como medio para brindar información sobre un producto que se va a comercializar.

Figura N° 10: Ficha Técnica Comercial de Sube Escalera Eléctrica


FICHA TÉCNICA	
PRODUCTO:	<i>SUBE – ESCALERA ELÉCTRICO</i>
MODELO:	<i>LIFTKAR HD 220 B FOLD</i>
DESCRIPCIÓN:	
<p><i>Sube Escalera eléctrico perfecto para el transporte y la elevación por escaleras de cargas hasta 220 Kg. 1 persona puede manejar y transportar fácilmente la carga sin ningún problema. Eleva cargas con movimientos suaves debido a las ruedas imponchable. La elevación es controlada eléctricamente y mediante un interruptor. Además, se puede ajustar la inclinación del manillar al centro de gravedad del objeto que se quiere transportar pudiendo manejar con soltura el sube escaleras. La batería está incluida y su cambio es rápido y sencillo. El sube escaleras motorizado es ideal para su uso en empresas de transporte y logística, comercio minorista, comercio e industria.</i></p>	
CARACTERÍSTICAS:	
CAPACIDAD DE CARGA:	<i>220 kg.</i>
PESO CON UNIDAD DE BATERÍA DE CAMBIO RÁPIDO:	<i>39 kg.</i>
PESO SIN UNIDAD DE BATERÍA DE CAMBIO RÁPIDO.	<i>35 kg.</i>
ALTURA MÁXIMA DEL ESCALÓN:	<i>210 mm</i>
AUTONOMÍA EN ESCALONES (dependiendo del eso transportado)	<i>Aprox. 220 escalones</i>
VELOCIDAD I:	<i>Aprox. 9 escalones por min.</i>
VELOCIDAD II:	<i>Aprox. 15 escalones por min.</i>
DIMENSIONES DE LA PALA:	<i>530 x 183 mm.</i>
VENTAJAS:	
<ul style="list-style-type: none"> - <i>Para cargas de hasta 220 kg.</i> - <i>Para escalones de hasta 22 cm.</i> - <i>Dos modos de funcionamiento (modo de un solo paso / modo continuo).</i> - <i>Construcción modular ligera.</i> - <i>Marco robusto con perfiles de aluminio patentados SANO.</i> - <i>Innovador sistema de frenado de borde escalonado integrado.</i> - <i>Modo de apagado automático.</i> - <i>Empuñaduras ergonómicas con revestimiento de goma antideslizante.</i> - <i>Interruptor ARRIBA / ABAJO en ambos lados para operadores zurdos y diestros.</i> - <i>Unidad trepadora perfectamente equilibrada para un funcionamiento seguro en escalones y escaleras.</i> - <i>Neumáticos a prueba de pinchazos.</i> - <i>Placa de aluminio de alta resistencia en la puntera.</i> - <i>Unidad de batería de cambio rápido de 24 V.</i> 	





Figura N° 11: Capacidad de sube escalera eléctrica

	UNIVERSAL	DOLLY	FOLD	FOLD DOLLY
N° de artículo (Capacidad: 220 kg)	060 703	060 720	060 715	060 719
N° de artículo (Capacidad: 330 kg)	060 701	060 706	060 705	060711
N° de artículo (Capacidad: 360 kg)	060 730	060 732	060 731	060 736
Peso con batería	38 kg	44 kg	39 kg	45 kg
Peso sin batería	34 kg	40 kg	35 kg	41 kg
Autonomía en escalones (dependiendo del peso transportado)	220 kg: aprox. 220 escalones / 330 kg: aprox. 120 escalones / 360 kg: aprox. 90 escalones			
Velocidad I	220 kg: aprox. 9 escalones / min., 330 kg: aprox. 6 escalones / min., 360 kg: aprox. 6 escalones / min.			
Velocidad II	220 kg: aprox. 15 escalones / min., 330 kg: aprox. 10 escalones / min., 360 kg: aprox. 10 escalones / min.			
Dimensiones de la pala	530 x 183 mm	530 x 183 mm	530 x 183 mm	530 x 183 mm



Fuente: SANO 2020

Figura N° 12: Tipo de Sube Escaleras Eléctricas

	HD Universal			Plegue HD			Carro HD			Carro plegable HD		
												
Descripción	plena potencia para cargas elevadas y pesadas			Ángulo de agarre ajustable: Ideal para mercancías compactas y pesadas			HD Universal con ruedas de apoyo plegables: para largas distancias			HD Fold con ruedas de apoyo plegables: para largas distancias		
Ejemplos de aplicación	recintos eléctricos, dispensadores de bebidas, máquinas de juego, grandes calderas, recipientes de calefacción solar, rollos pesados de linóleo,			fotocopiadoras, estufas de hierro fundido, calderas, baterías, motores de elevación, cajas fuertes			recintos eléctricos, dispensadores de bebidas, máquinas de juego, grandes calderas, recipientes de calefacción solar, rollos pesados de linóleo,			fotocopiadoras, estufas de hierro fundido, calderas, baterías, motores de elevación, cajas fuertes		
Capacidad de carga	220 kilogramos	330 kilogramos	360 kilogramos	220 kilogramos	330 kilogramos	360 kilogramos	220 kilogramos	330 kilogramos	360 kilogramos	220 kilogramos	330 kilogramos	360 kilogramos
Peso de la unidad base sin batería	35 kilogramos			36 kilogramos			42 kilogramos			43,5 kilogramos		
Peso de la batería	4 kilogramos			4 kilogramos			4 kilogramos			4 kilogramos		
Funciona en escaleras de caracol empinadas y estrechas	✓			✓			✓			✓		
Plegable	-			✓			-			✓		
Transporte arriba y abajo de escaleras	✓			✓			✓			✓		
Transporte en el nivel	✓			✓			✓			✓		
Autonomía (máx.)	220 pasos	120 pasos	90 pasos	220 pasos	120 pasos	90 pasos	220 pasos	120 pasos	90 pasos	220 pasos	120 pasos	90 pasos
Velocidad de ascenso (pasos / min)	hasta 15	hasta 10	hasta 10	hasta 15	hasta 10	hasta 10	hasta 15	hasta 10	hasta 10	hasta 15	hasta 10	hasta 10

3.1.3. Ecuación de valor para el mercado nacional

La ecuación de valor hace referencia a la cadena de valor, es una herramienta de gestión creada por Michel Porter, quien también dijo que para que una Estrategia sea sostenible, no basta con ofrecer una propuesta de valor brillante, necesitaremos, además, desarrollar la estrategia a través de un conjunto de actividades propias y diferenciales, perfectamente integradas entre sí.

PROCESOS GENERADORES DE VALOR:

I. ABASTECIMIENTO DE PRODUCTOS:

Actividades a realizar:

- Requerimiento de productos al exterior.
- Abrir carpeta por pedido de proveedor del exterior.
- Reservar contenedores.
- Realizar nota de pedido de proveedores en Excel de la mercadería a solicitar al exterior.
- Seguro de mercadería en tránsito.
- Envío de documentación a agente afianzado y trámites de desaduanización.
- Recepción de contenedores en bodega.
- Cálculo del costo dólar.
- Entrega de documentos por pagar.

II. ALMACENAMIENTO DE PRODUCTOS:

Actividades a realizar:

- Realizar espacio físico para el arribo de mercaderías.
- Desembarque de contenedores.
- Contabilización de bultos del contenedor según Bill of Lading.
- Revisión de mercaderías que viene en contenedor según factura.
- Codificación de los productos a vender.

III. EJECUCION DE VENTAS:

Actividades a realizar:

- Vendedor se desplaza hacia la empresa a visitar según cronograma.
- Atención personalizada a nuestros posibles clientes(empresas) mediante visitas programadas.

- Muestras sin compromiso de nuestros productos.
- Realizar la nota de pedido y contrato de la venta realizada para su facturación.
- Autorización de notas de pedidos de clientes.
- Digitar en el sistema notas de pedido para la emisión de facturas.
- Entrega de ejemplar (factura bodega) para el despacho de mercadería para los diferentes clientes.
- Despacho de pedido según cantidades y descripciones.
- Coordinación y emisión de facilidades de pago como crédito a 30, 60 o 90 días; o pago en cuotas.
- Realizar n/c si se encuentra alguna novedad en despacho.

IV. SERVICIO POSTVENTA:

Actividades a realizar:

- Gestión telefónica de cobranza.
- Recepción de cobranza a vendedores.
- Ingreso de Cobranza al sistema.
- Atención telefónica de clientes por novedades en facturación y despachos.
- Coordinación con transportista para el retiro de devoluciones y posteriormente registrarlas.
- Atención de problemas técnico con el producto.
- Servicio de mantenimiento del producto

PROCESOS DE SOPORTE:

1. Gestión administrativa

Dentro de la gestión administrativa de la empresa se realiza el planteamiento de objetivos y metas para después llevar a cabo un plan estratégico que permita el cumplimiento de estas, de igual manera se hace el presupuesto.

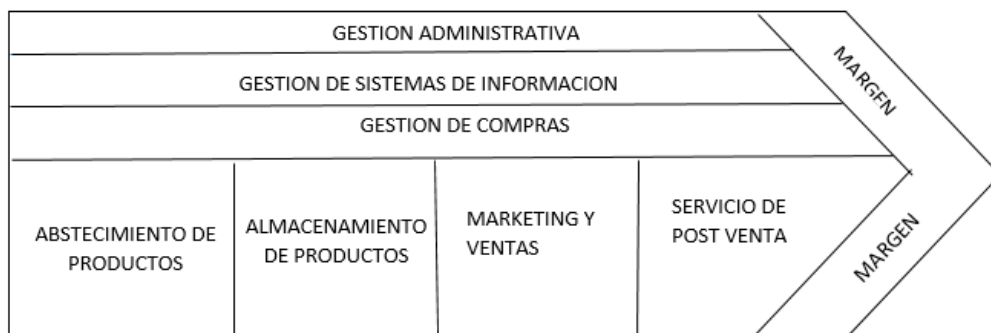
2. Gestión de sistemas de información

La empresa tiene su propio sistema de información que le permite realizar todas las actividades diarias. Este sistema también permite sacar reportes de ventas, clientes y productos, de acuerdo a la necesidad del momento.

3. Gestión de compras

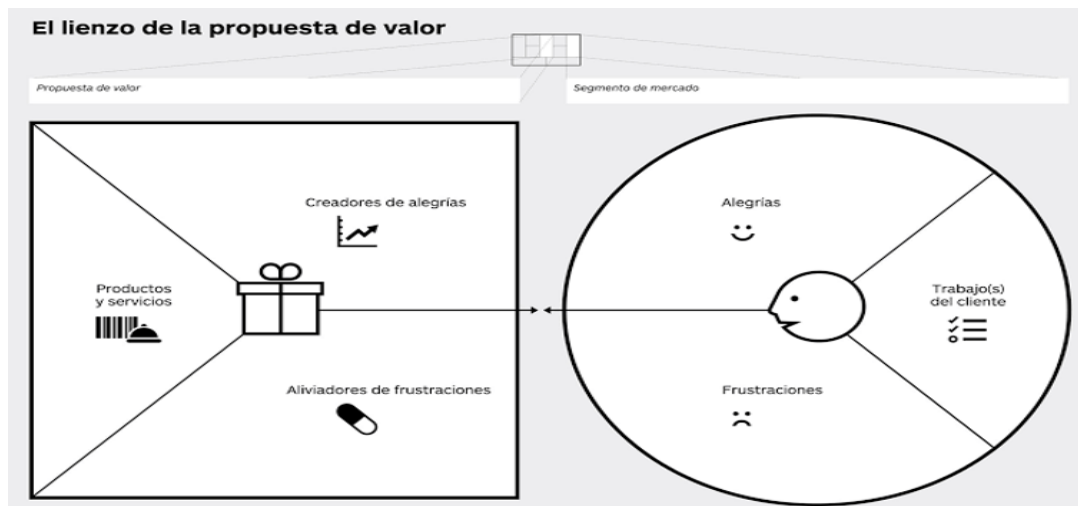
Para poder importar mercadería es esencial realizar un estudio del mercado, de presupuesto y de proveedores antes de realizar una orden de compra; todo esto con el objetivo de que la mercadería nueva rote durante todo el año.

Figura N° 13: Cadena de Valor de LION IMPORT S.A.C.



Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 14: Lienzo de propuesta de valor de Sube Escaleras Eléctricas



Trabajos del Cliente:

- Obtener productos de alta durabilidad y calidad.
- Obtener productos de fácil maniobrabilidad.
- Modernizar los procesos de traslado de carga.
- Cumplir con las metas impuestas al área logística.

Alegrías:

- Ahorro de tiempo en el proceso de carga de producto por las escaleras.
- Incrementar capacidad de atención de servicios.
- Reconocimiento por el cumplimiento de metas del área logística.
- Alta productividad en el personal del área logística.

Frustraciones:

- Dificultad de subir carga pesada por escaleras sin ayuda de maquinaria.
- Baja productividad del personal por sobre esfuerzo físico.
- Desconocimiento de alternativas de solución.
- Inversión elevada en la adquisición de posibles soluciones.

Creadores de Alegría:

- Eficiencia en el proceso de manipulación y traslado del producto por escaleras.
- Alta durabilidad y maniobrabilidad del equipo.
- Ventaja competitiva por la adquisición y uso de equipos innovadores.
- Nuevos equipos para incrementar los ingresos de la empresa.

Aliviadores de Frustraciones:

- Ofrecer equipo especializado en carga de productos.
- Minimización del sobre esfuerzo físico de los operarios.
- Facilidades de pago (créditos y/o cuotas).

3.1.4. Determinación de la marca a usar

La empresa LION IMPORT SAC no va a crear una marca para el producto, ya que se va a comercializar con la marca del proveedor, se tomó esa decisión debido al prestigio y reconocimiento que tiene la marca LIFKART en su rubro es superior a la de nuestra empresa.

SANO Transportgeraete GmbH registra una cuota de exportación del 92%, sus productos se exportan a más de 50 destinos junto con sus dos empresas filiales: SANO Deutschland GmbH y SANO UK powered stairclimbers Ltd, y su extensa red comercial.

3.2. Investigación de mercado objetivo

En este aspecto, para investigar nuestro mercado objetivo debemos considerar el análisis de nuestro producto en otros mercados de acuerdo a la partida arancelaria que se ha seleccionado para la importación del producto en este proyecto. Con toda la información que obtendremos de portales web como SUNAT, TRADEMAP, VERITRADE, SIICEX vamos a establecer un mercado objetivo.

Figura N° 15: Valores en el Comercio Internacional de Perú



Fuente: VERITRADE 2020

Tabla N° 12: Principales países exportadores mundiales de la Partida Arancelaria

Exportadores	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019
Alemania	1.679.380	1.741.801	2.061.877	2.449.036	2.556.909
China	767.967	754.545	859.144	1.034.644	1.229.647
Japón	584.144	616.594	733.026	913.331	884.180
Estados Unidos de América	935.044	837.627	667.644	828.400	796.032
Países Bajos	511.811	547.024	586.332	709.720	721.611
Italia	552.280	523.429	618.202	725.593	721.429
Francia	399.541	387.316	468.555	577.817	615.481
Corea	359.333	411.155	466.023	709.670	550.870
Canadá	441.149	447.270	473.962	528.321	535.565
Reino Unido	334.099	320.821	282.207	435.608	467.341
Bélgica	276.192	310.680	335.045	378.733	393.448
Luxemburgo	30.170	205.888	216.094	263.135	282.171
Suecia	266.722	251.395	281.561	296.167	274.731
Suiza	229.201	233.890	244.130	302.075	273.722
Finlandia	209.094	211.706	230.147	227.802	253.327
Rumania	132.708	167.834	219.738	274.059	248.304
Austria	202.908	199.470	228.320	243.457	232.458

Taipei Chino	120.564	115.962	135.232	192.416	213.745
Australia	31.161	44.783	42.253	39.497	75.623

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas [COMTRADE](#)

Como se puede observar en la Tabla 12, se ha utilizado como fuente de información TradeMap, el cual ha brindado datos sobre los principales países que exportan la partida arancelaria 8428.90.90.00, la cual corresponde a Los demás Máquinas y aparatos de elevación, carga, descarga o manipulación. Se pueden verificar los veinte principales países que exportan el producto; pero en este caso solo vamos a considerar Alemania, Austria e Italia como principales exportadores.

Tabla N° 13: Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Perú en miles de dólares

Exportadores	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019
China	1555	1851	2119	1787	3598
Estados Unidos de América	5283	7486	3583	3035	3582
México	1870	1337	1840	1505	2365
Australia	314	0	1142	44	1703
Italia	1518	893	1251	2102	1233
España	897	882	435	1464	1036
Argentina	41	367	66	68	977
Chile	0	49	2019	28	710
Polonia	0	0	0	226	515
Rumania	311	172	303	51	411
Francia	2098	270	900	428	360
Japón	37	34	18	117	355
Suecia	34	65	105	57	349
Alemania	175	965	1002	101	310
Países Bajos	111	20	20	59	230
Brasil	115	2069	67	112	211
Eslovaquia	6	0	90	114	137
Bélgica	356	49	88	0	136
Suiza	0	230	83	0	95
Canadá	623	25	19	73	59
India	24	55	0	158	55
Irlanda	0	0	0	0	48
Portugal	0	36	0	47	43

Panamá	0	0	0	0	43
Colombia	4	188	41	564	33
Reino Unido	14	64	396	21	27
República Checa	0	0	0	0	25
Nueva Zelandia	9	167	0	43	24
Finlandia	0	0	59	0	21
Singapur	0	0	0	0	13
Austria	0	6	0	7	5
Turquía	0	0	11	20	2

Producto: 8428909000 Máquinas y aparatos de elevación, carga, descarga o manipulación, n.c.o.p.: Las demás

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas [COMTRADE](#)

Analizando la Tabla 13, hemos recopilado información de los primeros países que proveen de la partida arancelaria 8428909000 a nuestro país, dentro de lo analizado se ha encontrado a China, EEUU y México como principales proveedores de la categoría de aparatos de elevación de carga, pero se ha decidido considerar a Italia, España y Austria como los principales países para realizar una evaluación de selección de mercado, ya que éstos países son los que venden nuestro producto. Ello nos servirá para validar si es factible permitir el acceso para la importación del producto.

Tabla N° 14: Criterios de selección de mercado - Detalles

N°	CRITERIOS	ESPAÑA	AUSTRIA	ITALIA	FUENTE
1	CRECIMIENTO DEL PIB	2	1.6	0.3	BANCO MUNDIAL
2	DEMANDA DE LA PARTIDA 2019 **	127.501	221.445	711.64	TRADE MAP
3	RIESGO PAIS				
	Situación económica interna	Regular	Regular	Desfavorable	CESCE
	Situación política	Muy estable	Muy estable	Estable	CESCE
	Situación Externa	Favorable	Favorable	Desfavorable	CESCE

4	BARRERAS ARANCELARIAS		0	0	0	SUNAT
5	PIB 2019*		1.394	0.446	2.001	BANCO MUNDIAL
6	PIB PER CAPITA 2019**		29.613	50.277	33,189	BANCO MUNDIAL
7	IDIOMA		Español	Alemán	Italiano	
8	ESTRATEGIA DE ENTRADA		Acuerdo comercial con Perú Unión Europea	Acuerdo comercial con Perú Unión Europea	Acuerdo comercial con Perú Unión Europea	SUNAT
9	TASA DE INFLACIÓN 2019		1.6	1.7	0.9	BANCO MUNDIAL
10	PRECIO PRODUCTO	DE	Bajo	Medio	Elevado	-
11	CALIDAD PRODUCTOS	DE	Regular	Muy bueno	Bueno	-

Fuente: Trademap – Banco Mundial - Cesce-SUNAT

* BILLONES US\$

** MILES US\$

En la Tabla 14, se ha colocado criterios que nos ayudaran a definir y elegir al país que nos proveerá de nuestro producto. Hemos identificado criterios relacionados a la política, economía y al comercio debido a que nos ayudará a tener más acceso a la elección, toda la información que se ha colocado en el cuadro ha sido proporcionado por referencias confiables como son: TradeMap, Siicex, Cesce y el Banco Mundial.

Tabla N° 15: Criterios de selección de mercado – Resultados

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

CRITERIOS	NIVEL DE IMPORTANCIA	ESPAÑA	PUNTAJE	AUSTRIA	PUNTAJE	ITALIA	PUNTAJE
-----------	-------------------------	--------	---------	---------	---------	--------	---------

CRECIMIENTO DEL PIB	9%	4	0.36	3	0.27	1	0.09
DEMANDA DE LA PARTIDA 2019 **	9%	2	0.18	3	0.27	4	0.36
RIESGO PAIS	12%	4	0.48	4	0.48	0	0
BARRERAS ARANCELARIAS	10%	4	0.4	4	0.4	4	0.4
PIB 2019*	10%	3	0.3	2	0.2	4	0.4
PIB PER CAPITA 2019**	10%	2	0.2	4	0.4	3	0.3
IDIOMA	5%	4	0.2	2	0.1	3	0.15
ESTRATEGIA DE ENTRADA	9%	4	0.36	4	0.36	4	0.36
TASA DE INFLACIÓN 2019	8%	2	0.16	1	0.08	4	0.32
CALIDAD DE PRODUCTOS	13%	3	0.39	5	0.65	4	0.52
PRECIO DE PRODUCTO	5%	4	0.2	3	0.15	2	0.1
TOTAL	100%	-	3.23	-	3.36	-	3

Fuente: Trademap – Banco Mundial - Cesce-SUNAT

* BILLONES US\$

** MILES US\$

Como se puede observar en la Tabla 15, según los criterios utilizados que son relevantes para seleccionar al país proveedor del producto, se ha seleccionado a Austria. Para ello se ha ponderado de acuerdo a los criterios que se colocan en el cuadro de 0; muy malo y 5; muy bueno.

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

La segmentación del mercado se define como “aquella parte del mercado definida por diversas variables específicas que permiten diferenciarla claramente de otros segmentos. A medida que se considera una mayor cantidad de variables para definir cualquier segmento de mercado, el tamaño del segmento se reduce y las características de este son más homogéneas”. (Farber).

Para el presente proyecto la segmentación de mercado tendrá el enfoque de macro y micro segmentación.

3.2.1.1. Macro segmentación

ECONOMIA

Entre el 2014 y el 2019, el crecimiento del PBI fue más lento, a una tasa promedio de 3.1 por ciento anual, en gran medida debido a la caída del precio internacional de las materias primas, entre ellas el cobre, el primer producto de exportación del país. Esto llevó a una reducción temporal de la inversión privada, una menor recaudación fiscal y una desaceleración del consumo. Dos factores atenuaron el impacto de este remezón externo sobre el PBI, el primero fue el prudente manejo de la política fiscal y segundo factor fue el incremento de la producción minera, a medida que los proyectos puestos en marcha en años anteriores maduraban, lo cual dio lugar a un aumento de las exportaciones y contrarrestó la desaceleración de la demanda interna.

De acuerdo a estudios del Banco Mundial, nuestro país se ha visto gravemente afectado por la pandemia del COVID-19, la cuarentena generalizada llevó a un descenso del PBI de 17.4 % durante el primer semestre del 2020. Los hogares peruanos experimentaron una de las mayores pérdidas de empleo e ingresos de toda América Latina. Las pérdidas de empleo y la aversión al riesgo afectarán el consumo en lo que queda del año, mientras que la incertidumbre seguirá entorpeciendo la recuperación de la inversión privada.

La inflación en el 2019 es de 1,69 % anual, mientras que la expectativa de inflación a fin de año sea de 1,57 %.

PRINCIPALES INDUSTRIAS

Según el Ministerio de Energía y Mina (MINEN, 2020), El subsector minero sigue siendo el principal generador de divisas al representar el 61% del comercio exterior peruano, que ha mostrado una importante recuperación en Julio 2020. Así, las exportaciones de cobre crecieron un 31% en junio, en comparación a

mayo; las de oro, un 86%; y las de zinc, un 136%. Al respecto, estos tres metales representan más del 50% de las exportaciones metálicas del país.

El sector comercio para agosto 2020 registró una disminución de 8,12%, respecto al mismo mes del año anterior, explicado por los menores niveles de comercialización alcanzados por el comercio al por mayor, comercio al por menor y comercio automotriz, esto se debe en respuesta a la suspensión de actividades por el Estado de Emergencia decretado a mediados de marzo 2020.

El Ministerio de Agricultura y Riego (Minagri) informo que pese a los impactos generados por la pandemia del coronavirus (COVID-19) la agricultura sigue creciendo. El sector agropecuario experimentó un aumento de 2,1% en el primer semestre (enero-junio) de este año en comparación a similar periodo de 2019, sustentado por la mayor producción de los subsectores agrícola (2,8%) y pecuario (0,7%).

POTENCIALIDAD DEL MERCADO:

Durante la Pandemia, La economía peruana ha mantenido cierta estabilidad frente al resto de países latinoamericanos, gracias a su política monetaria y fiscal. Sin embargo, la incertidumbre para el 2020 persiste ante la elección de nuevos congresistas.

Según el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), entre enero y octubre del presente año, la inversión pública superó los 22 561 millones de soles y registró un incremento de 1.5 %, respecto al mismo período del 2018. El crecimiento fue muy tenue, debido al cambio de autoridades en enero.

Según el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), La inversión privada mantuvo un mejor desempeño y aumentó 7.1 % en el tercer trimestre del año, el resultado se explica por la expansión de la inversión minera y no minera, a pesar de los conflictos registrados en proyectos como Tía María. Esta inversión ya suma cuatro trimestres consecutivos de aceleración y se estima que la tendencia continuará.

DEMOGRAFIA EMPRESARIAL:

Según Informe Técnico del INEI (2020), al 31 de marzo de 2020, el número de empresas activas registradas en el Directorio Central de Empresas y Establecimientos ascendió a 2 millones 765 mil 699 empresas, cifra mayor en 13,4% en comparación con similar periodo del año 2019.

Las actividades económicas que registraron una mayor variación neta de empresas, fueron comercio al por menor (9 mil 472), seguida por actividades de servicio de comidas y bebidas (3 mil 958), comercio al por mayor (3 mil 440), servicios prestados a empresas (3 mil 134), otros servicios (3 mil 113), explotación de minas y canteras (2 mil 112), construcción (1 mil 735) e industrias manufactureras (1 mil 343), entre las más representativas.

INGRESOS Y GASTOS

Según el Reporte Fiscal del MEF, al inicio del 2020, la posición fiscal estaba orientada a generar un impulso a la economía mediante una expansión importante del gasto público, principalmente, de la inversión pública. Así, entre enero y febrero, el gasto no financiero del gobierno general aumentó 11,2% real, debido a la fuerte expansión de la inversión pública, que se expandió 46,8%, el mayor registro histórico para dicho periodo.

Sin embargo, ante la propagación del COVID-19 en el territorio nacional se requirió de una respuesta sanitaria que implicó el cese de la mayor parte de actividades y reorientó las prioridades de política. Es así que la solvencia y prudencia fiscal del país, se ha puesto en marcha un Plan Económico sin precedentes frente al COVID-19, mediante el uso de herramientas tributarias y de gasto público.

3.2.1.2. Micro segmentación

Las medianas y grandes empresas del sector almacenamiento y empresas que realicen transporte de carga de Lima Metropolitana se encuentran detallado en el anexo 1.

Tabla N° 16: Medianas y Grandes empresas de transporte de carga

N°	EMPRESA	DISTRITO
-----------	----------------	-----------------

1	Flashcargo Group E.I.R.L.	SAN MIGUEL
2	Everest Cargo SAC	CALLAO
3	Inversiones Ansas Perú S.A.C.	SANTA ANITA
4	Transportes Mattos SAC	SAN LUIS
5	Corporación Logística R & R S.A.C.	ATE
6	Transporte Heber Espinoza Bedon a - Theb S.A.C.	COMAS
7	General Services Cor & Mar S.A.C.	PUENTE
8	Corporación Breximar S.A.C.	CALLAO
9	Congelado Superfish S.A.C.	CALLAO
10	Emb Transportes E.I.R.L.	CALLAO
11	Adiam Logint-Transporte & Logistica S.A.C.	LINCE
12	Comercio Perú Fénix E.I.R.L.	SURCO
13	P & M Courier Express S.A.C	CHORRILLOS
14	Aoutsort D & D S.A.C.	SURCO
15	A & O Logística S.A.C.	CALLAO
16	Transportes Y Comercialización Gamal E.I.R.L.	ATE
17	Negociaciones Vimer E.I.R.L.	SAN LUIS
18	Caresny's Solutions In Industrial & Mechanical Peru	COMAS
19	Gn7 Logística S.A.C	CHORRILLOS
20	Transportes Montano E.I.R.L.	SANTA ANITA
21	Ghc Logistics S.A.C.	CALLAO
22	Dinet S.A.	SAN BORJA
23	Comercial Servicios Zaldivar Mas E.I.R.L.	CALLAO
24	Scm Agenda Logística S.A.C.	SURCO
25	Ja Transporte & Servicio Internacional S.A.C.	SURCO
26	L & R Negocios Internacionales S.A.C.	CALLAO
27	J & N Group Install World S.A.C. - Install World S.A.C.	SANTA ANITA

28	Panagran Cargo S.A.C.	CALLAO
29	Empresa De Transportes Nuevo Milenio Rfc EIRL	LOS OLIVOS
30	Inter Traiding Logistic S.A.C.	LOS OLIVOS

Fuente: CCL, 2020

De acuerdo a como se puede verificar en la Tabla 16, se presenta a las empresas del Lima Metropolitana que realizan el transporte de carga quienes serán el segmento de mercado objetivo donde la empresa dedicará todos los esfuerzos e implementará estrategia de marketing para captar ventas con visitas técnicas. El total de las grandes y medianas empresas se encuentra detallado en la página de la Cámara de Comercio de Lima.

3.2.2. Definición del perfil del consumidor

a) Perfil del consumidor

En cuanto al perfil del consumidor nos vamos a dirigir principalmente a empresas de transporte y operadores que manejan cargas en general. Definimos estos como nuestro principal consumidor ya que nuestro producto es ventajoso para este sector, ya que facilita el trabajo y ayuda a transportar la carga de manera más rápida y eficiente. Además de poder manejar grandes volúmenes de manera sencilla.

Nuestro Buyer persona será los jefes del área logística de una empresa grande o mediana que realice la actividad de transporte y almacenamiento de carga, los cuales tienen la iniciativa de realizar mejoras y cambios con respecto a la empresa donde labora.

Figura N° 16: Buyer persona



❑ Carlos tiene 33 años y es soltero. Es licenciado en Administración de Negocios Internacionales y tiene un Máster en Supply Chain Management. Vive en Chorrillos y uno de sus hobbies son los juegos en línea, además es muy activo en el uso de redes sociales y herramientas digitales y utiliza el Internet para buscar información.

❑ Tiene a su cargo el área logística de GRUPO LOGISTIC SAC hace 5 años y tiene un ingreso bruto de 8000 soles mensuales.

❑ Siempre está en busca de innovaciones para su área y en la actualidad, su principal objetivo, es encontrar una alternativa eficiente, de uso práctico y fácil maniobrabilidad para resolver el problema de traslado y manipulación de la carga.

❑ El reto que tiene como líder logístico es el de mantener a su equipo motivado, logrando mejores resultados y obteniendo reconocimiento por el buen desempeño del trabajo en equipo.

Fuente: Elaboración Propia

b) Tendencias del consumo

La economía del Perú ha ido incrementando poco a poco a lo largo de todos estos años. El desarrollo de la industria en general, se ha impulsado por diversos factores como el dinamismo de la demanda, el mayor poder adquisitivo de la población, la expansión del sector retail, donde principalmente se ve en provincias, el aumento del crédito de consumo y el crecimiento de las exportaciones e importaciones; todo lo indicado nos muestra que existen mayores niveles de consumo en el Perú.

Asimismo, se sabe que se tiene una población que está conformada por personas en edad de trabajar, producir y consumir, en este aspecto podemos verificar que la clase media está creciendo.

Según ADEX, el consumidor peruano ha ido generando cambios en lo que corresponde a los hábitos de consumo, al tener mayores ingresos sus consumos son más sofisticados, tienen mayor calidad, le interesa la tecnología de punta como también está interesado en obtener productos o servicios de marcas (considerando joyas, ropa, perfumes, bebidas, vehículos, productos saludables y orgánicos. En este aspecto, se considera mucho el empaque que se presentan al momento de ofrecer un producto, para el peruano debe de ser llamativo, innovador y creativo.

3.2.3. Medición del mercado objetivo

Nuestro mercado objetivo será medianas y grandes empresas dedicadas al transporte y almacenamiento de carga, quienes requieren nuestro producto para facilitar el desplazamiento de cargas por escaleras.

Según las actividades económicas determinadas por el INEI, el sector servicios engloba una amplia gama de actividades, las cuales incluyen el transporte y almacenamiento, lo cual a su vez incluye a las empresas dedicadas a la mudanza y empresas que transportan cargas, por lo que nuestros clientes se encuentran en el sector servicios.

De acuerdo a lo establecido por el Ministerio de Producción, se define a las microempresas como aquellas unidades económicas con ventas anuales de hasta 150 UIT, en tanto que la pequeña empresa tiene ventas anuales mayores a 150 UIT, hasta 1700 UIT.

Según el volumen de ventas expresado en UIT, en la tabla 17 se observa que el 94,90% de las empresas formales (2'270 423) venden hasta 150 UIT; es decir son microempresas. Por otro lado, la pequeña empresa representa el 4,2% de las empresas formales (100 443), mientras la mediana y gran empresa representa solo el 0,6% (14 281) de las empresas formales del país, y las empresas de administración pública representa solo 0,3 % (7 886).

Tabla N° 17: Densidad de empresas formales en el Perú 2018

Estrato empresarial	N° de empresas	%
Microempresa	2270423	94.9

Pequeña Empresa	100443	4.2
Gran y Mediana Empresa	14281	0.6
Administración pública	7886	0.3
Total	2393033	100

Fuente: Perú Estructura Organizacional 2018, INEI 2019

La CIIU tiene por finalidad establecer una clasificación uniforme de las actividades económicas productivas, ofreciendo un conjunto de categorías de actividades que se usa para generar estadísticas y cuentas nacionales. Cada país, tiene una clasificación industrial propia según las características y el grado de desarrollo de la economía de cada país, tomando como base la estructura establecida de la CIIU oficializada por la ONU.

De acuerdo a las actividades de las empresas formales, se subdividen en el sector manufactura, comercio y servicios. Como se mencionó anteriormente, nuestro mercado objetivo se encuentra en la actividad de Transporte y almacenamiento dentro del sector servicios, ésta actividad corresponde al 13,2% (131 263) del total de empresas del sector antes mencionado, tal como se muestra en la tabla 18.

Tabla N° 18: Cantidad de empresa por actividad del sector Servicios en el Perú 2018

Actividades Incluidas en el Sector Servicios	N°	Porcentajes
Transporte y almacenamiento	131263	13.2
Actividades de alojamiento	25114	2.5
Actividades de servicio de comidas y bebidas	191428	19.3
Información y comunicaciones	54725	5.5
Servicios Profesionales, técnicos y de apoyo	233196	23.5
Otros servicios	222062	22.4
Actividades inmobiliarias	16126	1.6
Actividades de agencias de viaje y operadores	8707	0.9
Actividades de enseñanza	28756	2.9
Actividades de atención de la salud humana	27536	2.8
Actividades artísticas, entretenimiento y Salones de belleza	18818	1.9
Total	992776	100.0

Fuente: Perú Estructura Organizacional 2018, INEI 2019

En la tabla 19 se detalla la estructura del sector servicios. El 94,90% de las empresas formales del sector servicios (941 642) venden hasta 150 UIT; es decir son microempresas. Por otro lado, la pequeña empresa representa el 3,9% (38 799) de las empresas formales del sector, mientras la mediana y gran empresa representa solo el 0,4% (4 455), y las empresas de administración pública representa solo 0,7 % (7 438)

Tabla N° 19: Densidad de empresas formales en el Perú 2018 para el sector Servicios

Estrato empresarial	N° de empresas	%
Microempresa	941642	94,9
Pequeña Empresa	38799	3,9
Gran y Mediana Empresa	4455	0,4
Administración pública	7438	0,7
Total	992334	100

Fuente: Perú Estructura Organizacional 2018, INEI 2019

En la tabla 20 se detalla la estructura de Lima Metropolitana por actividad económica, el cual es la mayor densidad empresarial en el Perú. Podemos observar que el 5,1% de las empresas formales del sector transporte y almacenamiento representan 56131 empresas. Con esta cifra estamos segmentando más el mercado objetivo.

Tabla N° 20: Lima Metropolitana: Densidad Empresarial, según actividad económica, 2018

Área interdistrital	Total de empresas de empresas	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	4728	0,4
Explotación de minas y canteras	3312	0,3
Industrias manufactureras	101000	9,2
Electricidad, gas y agua	2743	0,2
Construcción	27575	2,5
Comercio y reparación de vehículos automotores y motocicletas	497145	44,9

Transporte y almacenamiento	56131	5,1
Actividades de Alojamiento	5600	0,5
Actividades de servicio de comidas y bebidas	69762	6,3
Información y comunicaciones	28902	2,6
Servicios Profesionales, técnicos y de apoyo empresarial	125075	11,3
Otros servicios	184880	16,7
Total	1106853	100

Fuente: INEI- Directorio Central de Empresas y Establecimientos 2018.

En la tabla 21 se detalla la estructura de Lima Metropolitana por actividad económica y por tamaño de empresa, específicamente el sector transporte y almacenamiento cuenta con 705 empresas grandes y medianas, esta cantidad es la que trabajaremos como mercado disponible.

Tabla N° 21: Lima Metropolitana: Empresas por segmento empresarial, según actividad económica, 2018

Área económica	Total	Segmento empresarial								
		Microempresa		Pequeña empresa		Gran y mediana empresa		Administración pública		
		Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	4728	0,4	3626	0,3	860	1,5	241	2,3	1	0,1
Explotación de minas y canteras	3312	0,3	2760	0,3	323	0,5	229	2,2	-	-
Industrias manufactureras	101000	9,2	92369	8,9	7108	12,0	1517	14,7	6	0,6
Electricidad, gas y agua	2743	0,2	2359	0,2	296	0,5	88	0,9	-	-
Construcción	27575	2,5	23067	2,3	3602	6,1	904	8,8	2	0,2
Comercio y reparación de vehículos automotores y motocicletas	497145	44,9	471600	45,5	21972	37,0	3570	34,6	3	0,3
Transporte y almacenamiento	56131	5,1	50635	4,9	4789	8,1	705	6,8	2	0,2
Actividades de Alojamiento	5600	0,5	5198	0,5	353	0,6	48	0,5	1	0,1
Actividades de servicio de comidas y bebidas	69762	6,3	67798	6,5	1808	3,0	155	1,5	1	0,1
Información y comunicaciones	28902	2,6	26880	2,6	1686	2,8	332	3,3	4	0,4
Servicios Profesionales, técnicos y de apoyo empresarial	125075	11,3	114602	11,1	9121	15,4	1313	12,7	39	3,7

Otros servicios	184880	16,7	175282	16,9	7408	12,5	1205	11,7	985	94,3
Total	1106853	100	1036176	100	59326	100	10307	100	1044	100

Fuente: INEI- Directorio Central de Empresas y Establecimientos 2018.

Considerando la información anterior se ha podido determinar la demanda potencial que se tendrá para la empresa, pues ya con la información del mercado disponible; se puede calcular la demanda potencial, tal como se detalla en la tabla 22. Se debe considerar el número de sube escaleras eléctricas que las medianas y grandes empresas que compran al año, este valor se calculó gracias al cuestionario realizado en las visitas, cuyos resultados se presentan en el siguiente punto, de donde se concluyó que las adquieren una vez al año aproximadamente.

Tabla N° 22: Determinación de la demanda

Descripción	Cantidad/Porcentaje
N° de empresas en Perú	2393033
% Cantidad de empresas de servicio	41,5
Cantidad de empresas de servicio	992776
% Porcentaje de empresas de transporte y almacenamiento	13,2
Cantidad de empresas de transporte y almacenamiento	131263
% Porcentaje de Empresas de transporte y almacenamiento que pertenecen al departamento Lima Metropolitana	42,8
Cantidad de Empresas de transporte y almacenamiento que pertenecen al departamento Lima Metropolitana	56131
% Porcentaje de gran y mediana empresa de transporte y almacenamiento que pertenecen al departamento Lima Metropolitana	1,26

Cantidad de grande y mediana empresa de transporte y almacenamiento que pertenecen al departamento Lima Metropolitana	705
Mercado disponible (n)	705
Cantidad de compra por año	1
Demanda potencial (Q)	705
Mercado efectivo %	75%
Mercado efectivo	528.75
Participación de mercado	45.5%
Ventas anuales	237.94

En la tabla 23 se presenta el cálculo de la demanda potencial, aplicando la fórmula de $Q = n * q$; donde Q es la demanda potencial, n es el mercado disponible y q es el número de préstamos al año. Siendo el resultado 238 unidades de ventas anuales.

Tabla N° 23: Cálculo de la demanda

Descripción	Cantidad
Mercado disponible (n)	705
Cantidad de compras por año	1
Demanda potencial (Q)	705
Mercado efectivo %	75%
Mercado efectivo	528.75
Participación de mercado	45.5%
Ventas anuales	237.94

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla 23, se determinó la demanda anual en el rubro del producto por empresa; donde q: es la cantidad de compras anuales. Teniendo en consideración el mercado disponible, se ha multiplicado por el nivel de compra per cápita de cada producto (n), obteniendo así la demanda potencial (Q). Luego de acuerdo a las encuestas el 75% afirmó estar dispuesto a comprar el producto determinando el mercado efectivo. De ese total la empresa ha tomado una cuota del mercado para el 2021, que será de acuerdo a la demanda que tenga el

producto, la capacidad de abastecimiento, la capacidad económica, la capacidad financiera y la capacidad de gestión. Por lo tanto, se ha calculado la demanda que va a comercializar la empresa en el primer año para el producto de 238 sube escaleras eléctricas.

CUESTIONARIO

Dentro de los objetivos de la investigación, el objetivo general es generar la máxima utilidad en base a la comercialización de sube escaleras eléctricas, para ello se ha considerado realizar una encuesta a los encargados o gerentes de empresas de rubro logístico, debido a que es nuestro mercado objetivo y necesitamos tener claro si nuestro producto tendrá una buena aceptación. Las empresas a las cual realizamos las encuestas son la medianas y grandes empresas que se encuentran en Lima Metropolitana. Los criterios de inclusión y exclusión son: empresas grandes y medianas de rubro logístico de Lima metropolitana. El cuestionario se realizó en base a una muestra de 120 empresas del rubro logístico; para sacar el muestreo de la población se ha utilizado el método cuantitativo ya que se trata de un problema de investigación. Para ello hemos identificado, tal como se muestra en la tabla anterior tenemos 705 empresas grandes y medianas del rubro transporte y almacenamiento de Lima, por lo cual solo tomaremos una muestra de 120 empresas. A continuación, se presenta el procedimiento de cómo se tomaron las encuestas:

Modelo de la encuesta:

Estimado(a):

A continuación, estamos presentando una encuesta, que nos permitirá conocer si nuestro producto, sube escaleras eléctricas, podría ser aceptado dentro de las empresas del rubro logístico en Lima metropolitana. El producto a ofrecer es sube escalera eléctrica, para ello se ha formulado 10 preguntas que tienen relación con el tema que estamos investigando, por lo que solicitamos de su apoyo para responder el cuestionario con la mayor objetividad posible. Asimismo, indicarles que la información que coloquen es confidencial y anónima. La encuesta dura de cinco a diez minutos aproximadamente.

Agradecemos de antemano su participación.

Datos de Identificación:

Nombre de la persona (Opcional): _____

Distrito: _____

Cargo que desempeña en la empresa

Preguntas:

1. ¿Cuántos días a la semana trabaja la empresa? *
 - a) 5 días a la semana
 - b) 6 días de la semana
 - c) 7 días de la semana

2. ¿Qué tipo de equipo utiliza su empresa para subir carga por las escaleras?
 - a) Carretilla:
 - b) Montacarga
 - c) Plataformas hidráulicas
 - d) Fuerza - hombre
 - e) Otro

3. ¿Sabes que existen sube escaleras eléctricas?
 - a) Sí
 - b) No

4. La sube escalera eléctrica puede transportar hasta 220 kg (o más dependiendo del modelo), tiene un motor eléctrico que ayuda a impulsar la carga, lo que facilita su operación disminuyendo los dolores de columna de los trabajadores. Además, sólo se necesita un operario para su manejo ¿Sabía de estos beneficios?
 - a) Sí
 - b) No

5. ¿Conociendo los beneficios de la sube escalera eléctrica estaría dispuesto a comprar este producto?
 - a) Sí
 - b) No

6. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por una sube escalera eléctrica?

- a) \$1500 - \$3500
- b) \$3500 - \$4500
- c) \$4500 - \$5500
- d) \$5500 - \$7000

7. ¿Cuántas unidades estaría dispuesto a comprar al año?

- a) de 1 a 3
- b) de 4 a 9
- c) de 10 a 15

8. ¿Cuál es la forma de pago que usted realiza para este tipo de producto?

- a) al contado
- b) 50% a la firma de contrato y 50% contra entrega
- c) crédito a 30 días
- d) crédito a 60 días

9. ¿Por cuál de estos beneficios le daría prioridad?

- a) Calidad
- b) Precio
- c) Medio Ambiente
- d) Mejora de salud de los trabajadores

10. ¿Le gustaría que realicemos una visita sin compromiso a su empresa para presentarle la sube escalera eléctrica?

- a) Sí
- b) No

A continuación, se presenta las respuestas en porcentaje de acuerdo a la muestra de 120 empresas.

Tabla N° 24: Tabulación sobre la demanda de sube escalera eléctrica

	ENCUESTA									
RESPUESTA	PREGUNTAS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
a	24	5	23	19	90	28	94	33	65	113
b	89	33	97	101	30	67	20	55	33	7
c	7	21				16	6	20	10	
d		49				9		12	12	
e		12								
TOTAL	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
RESPUESTA	PORCENTAJE DE ACEPTACIÓN									

a	20%	4%	19%	16%	75%	23%	78%	28%	54%	94%
b	74%	28%	81%	84%	25%	56%	17%	46%	28%	6%
c	6%	18%	0%	0%	0%	13%	5%	17%	8%	0%
d	0%	41%	0%	0%	0%	8%	0%	10%	10%	0%
e	0%	10%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

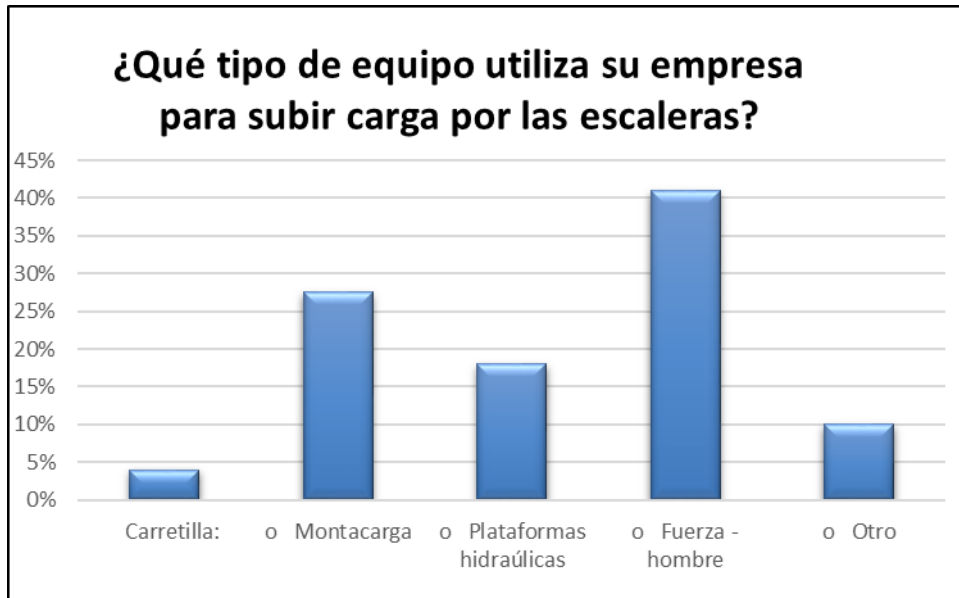
La tabla 24 muestra la tabulación sobre las respuestas que se obtuvo del cuestionario, el cual se realizó a 120 encargados de logística de empresas en Lima, los cuales son nuestro mercado potencial.

Figura N° 17: ¿Cuántos días a la semana trabaja la empresa?



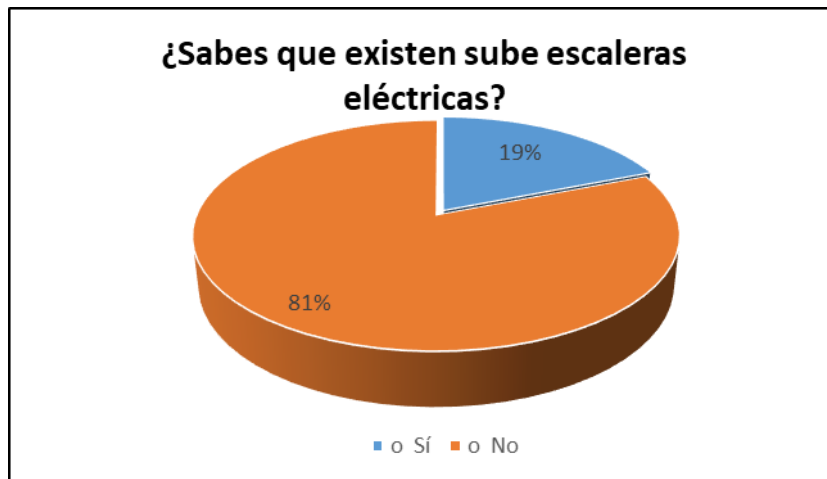
De la figura 17, se puede deducir que la gran mayoría de empresas, el 74% trabaja 6 días a la semana, por lo cual podemos realizar visitas y negociaciones en estos días.

Figura N° 18: ¿Qué tipo de equipo utiliza su empresa para subir carga por las escaleras?



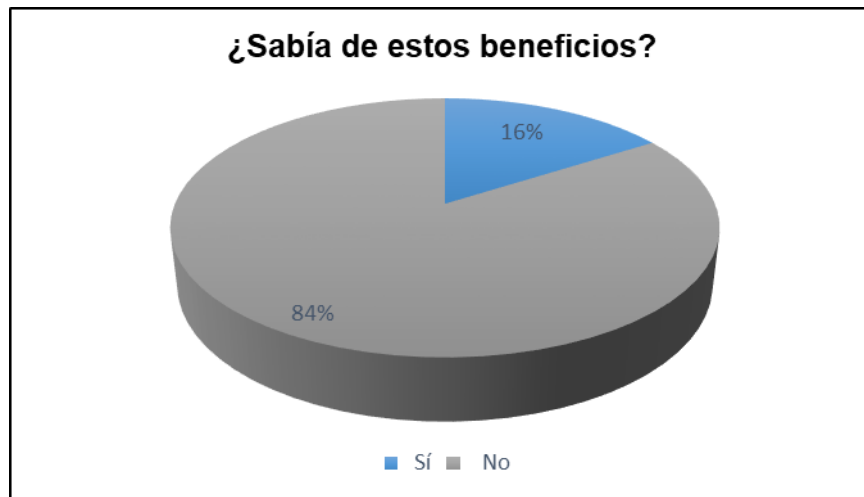
Como podemos observar en la figura 18, el 40% de empresas utilizan la fuerza hombre para subir cargas por escalera, causándole dolores musculares y de columna; y el restante de empresas utilizan montacargas, carretillas y plataformas, los cuales son equipos grandes y costosos.

Figura N° 19: ¿Sabes que existen sube escaleras eléctricas?



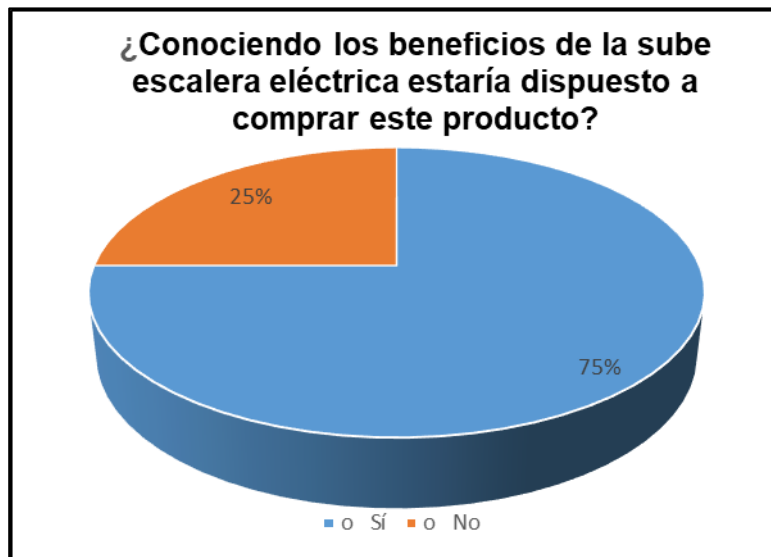
En la figura 19, observamos que el 81% no sabía que existen sube escaleras eléctricas, pero el 19% indica que, si sabía de su existencia, pero en otros países.

Figura N° 20: ¿Sabía de estos beneficios?



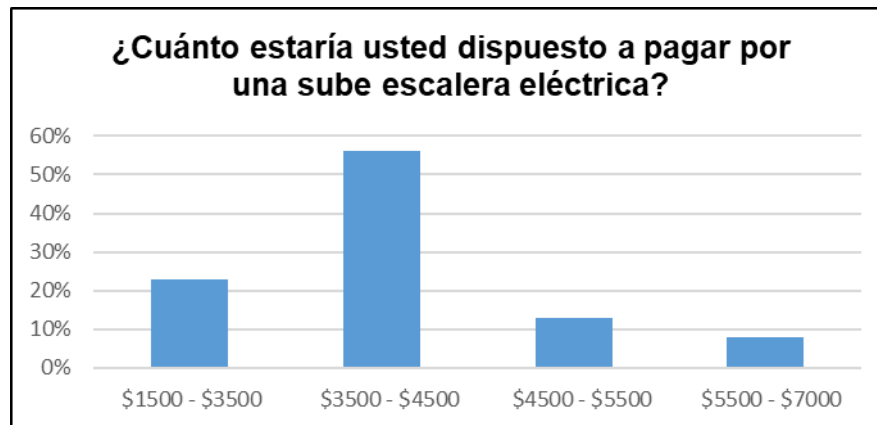
Dándole información sobre los beneficios de nuestros productos, en la figura 20 podemos observar que el 84% de las empresas no lo conocían, mientras que un 16% si conocía de sus beneficios.

Figura N° 21: ¿Conociendo los beneficios de la sube escalera eléctrica estaría dispuesto a comprar este producto?



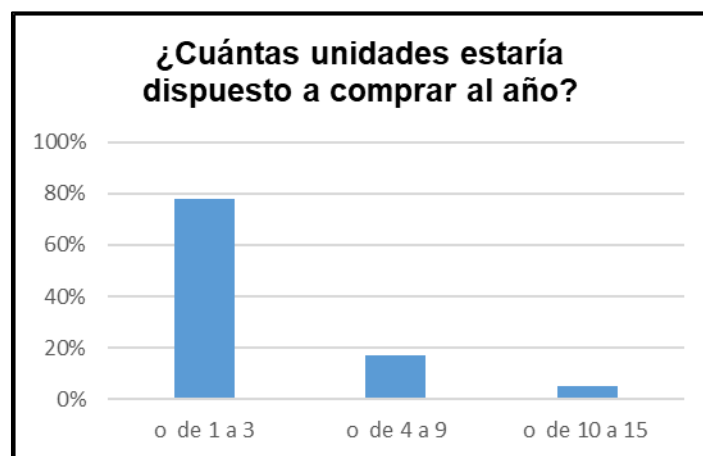
En la figura 21, podemos observar que el 75% de empresas está dispuesta a comprar los sube escaleras eléctricas, siendo este nuestro mercado efectivo, el 25% restante se tendría que trabajar más para poder hacer visitas y mostrarle el producto.

Figura N° 22: ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por una sube escalera eléctrica?



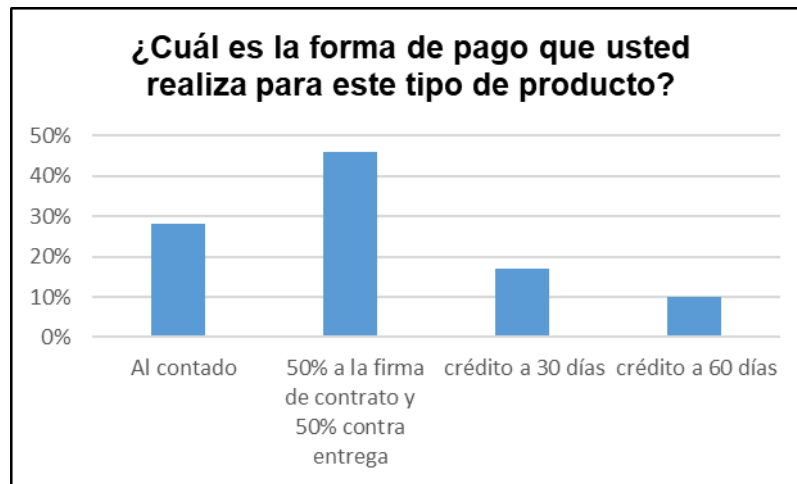
En la figura 22, podemos deducir que el 56% de empresas está dispuesta a pagar entre 3500 a 4500 solares por sube escalera eléctrica, mientras que el 23% está dispuesta a pagar entre 1500 a 3500 dólares, y un reducido 8% está dispuesto a pagar entre 5500 a 7000 dólares.

Figura N° 23: ¿Cuántas unidades estaría dispuesto a comprar?



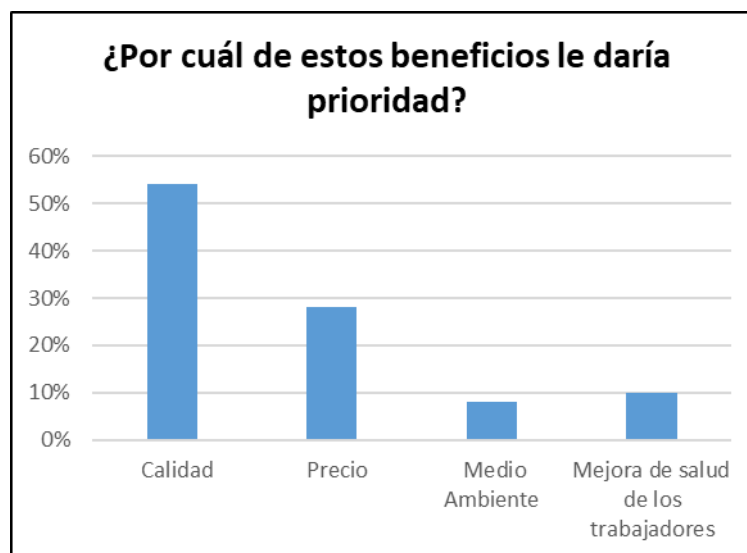
De la figura 23, observamos que el 78% de las empresas están dispuestas a comprar durante el primer año, entre 1 a 3 unidades, mientras que el 17% de empresas está dispuesta a comprar entre 4 a 9 unidades. Por otro lado, el 5% de empresas comprarían entre 10 a 15 unidades.

Figura N° 24: ¿Cuál es la forma de pago que usted realiza para este tipo de producto?



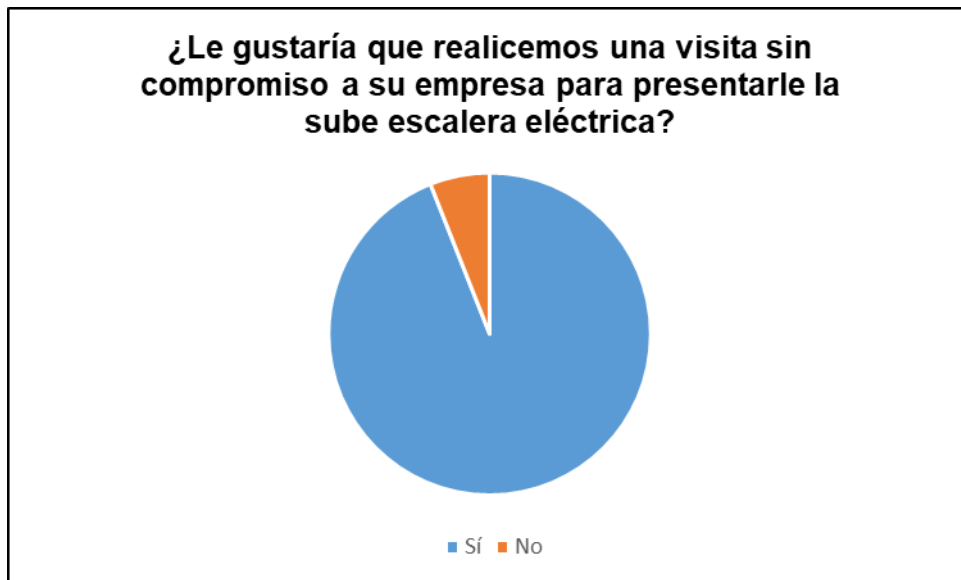
En la figura 24 observamos que la mayoría de empresas paga el 50% a la firma de contrato y 50% contra entrega; pero un 28% de empresas paga al contado. Por otro lado, también hay empresas que trabajan con forma de pago crédito, el 17% solicita crédito a 30 días y el 10% solicita crédito a 60 días.

Figura N° 25: ¿Por cuál de estos beneficios le daría prioridad?



Como se muestra en la figura 25, el 54% de las empresas dan prioridad a la calidad del producto, el 28% eligen un producto por el precio, un 8% elige un producto por el cuidado del medio ambiente y por último un 10% da prioridad a la mejora de salud de los trabajadores.

Figura N° 26: ¿Le gustaría que realicemos una visita sin compromiso a su empresa para presentarle la sube escalera eléctrica?



En la figura 26, el 94% de empresas nos permiten que realicemos visitas con el producto mientras que un 6% no nos permite visitas por motivos de confidencialidad.

3.3. Análisis de oferta y demanda en el mercado

3.3.1. Análisis de oferta

3.3.1.1. Oferta Mundial

Para la investigación realizada para el presente plan de negocios, se ha analizado diferentes aspectos que involucran a nuestro producto final como una oportunidad de negocio brindando beneficios que ayuden al cliente final.

Partiendo desde el punto que se está importando producto sube escaleras eléctricas debemos precisar que este producto tiene una gran oferta en el mercado internacional, debido a que tiene maneras diferentes de usarlo y ello contribuye a que pueda ser comercializado y exportado en diferentes países, en el siguiente cuadro, podemos observar quince (15) principales países que exportan este tipo de producto en valores desde el 2015 hasta el 2019, analizando la tabla 25 verificamos los cinco (5) primeros países como: Alemania, Italia, Francia, Suiza y Austria; podemos deducir en términos generales que desde el 2015 al 2019 las exportaciones han tenido una ligera alta. Se debe considerar que los valores obtenidos en la tabla 25 corresponden a la Partida Arancelaria 842890

que corresponde a Máquinas y aparatos de elevación, carga, descarga o manipulación: Las demás, por lo que, se ha verificado que los países indicados en la tabla ofrecen el producto sube escaleras eléctrico, por lo cual se ha descartado países como Alemania y Francia. Además, se considerado el costo, la calidad y la novedad de sus presentaciones, por lo que se ha seleccionado a Austria como el país que nos proveerá de este producto, tomando

Tabla N° 25:Exportaciones mundiales de la P.A 842890

Exportadores	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019
Alemania	1679380	1741801	2061877	2449036	2556909
Italia	552280	523429	618202	725593	721429
Francia	399541	387316	468555	577817	615481
Suiza	229201	233890	244130	302075	273722
Austria	202908	199470	228320	243457	232458
España	133689	123956	125591	117998	127250
Singapur	90584	62102	103798	111769	83060
República Checa	76003	81085	95667	126862	152386
Australia	31161	44783	42253	39497	75623
India	30101	34524	37329	76847	92609
Eslovenia	18980	13474	16477	27009	30905
Estonia	7085	13722	16977	14773	20484
Argentina	6448	8920	5548	23551	8250
Colombia	6212	9989	9621	4373	2387
Egipto	777	1250	556	943	1233

Fuente: Trade Map, 2020

La tabla 26 se muestra el valor en tonelada o unidades para la partida arancelaria de Máquinas y aparatos de elevación, carga, descarga o manipulación, n.c.o.p.: Las demás, donde se observa que el ligero crecimiento de Austria en el año 2019.

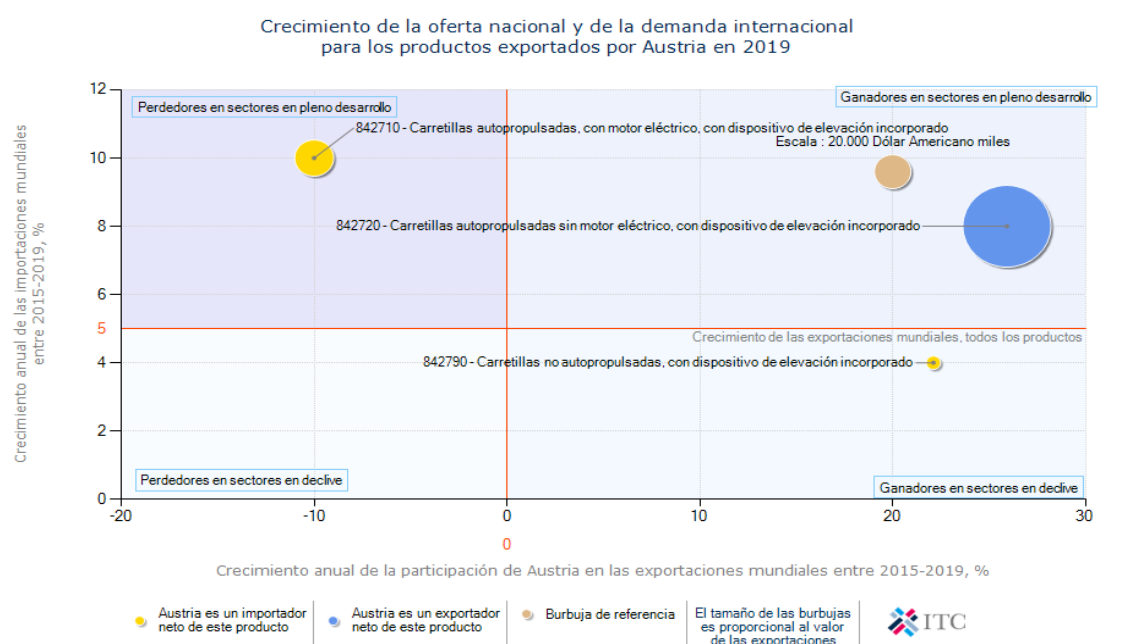
Tabla N° 26: Exportaciones mundiales de la P.A 842890 Expresados en toneladas/idades

Exportadores	2015	2016	2017	2018	2019
	Cantidad exportada	Cantidad exportada	Cantidad exportada	Cantidad exportada	Cantidad exportada
Alemania (a)	123980	123670	151319	170139	193191
Italia (a)	52526	45916	52413	56629	58501
Australia (b)	46537	40618	334678	119972	141635
Francia (a)	45725	49869	62717	75168	79193
Corea (a)	20108	20537	22660	33620	35223
Malasia (b)	19746	24773	5142	378198	15758
España (a)	13297	10888	No hay cantidades	11653	13111
Austria	13175	12192	13342	13309	14731
Suiza (a)	8310	8195	9632	11244	9445
Taipei Chino (a)	6904	5971	7109	8533	9848
Arabia Saudita (a)	5584	509	570	206	0
Portugal (a)	2135	2781	3044	2901	4207
Lituania (a)	2097	3580	3377	3425	3372
Nueva Zelanda (a)	1969	1886	2329	2201	1914
Viet Nam (a)	431	503	803	981	1017

a toneladas /b unidades

Fuente: Trade Map

Figura N °27: Oferta de Austria 2019



3.3.1.2. Oferta Local

Por otro lado, continuando con nuestro análisis de investigación de la oferta, ahora debemos precisar la oferta de nuestro producto final en el mercado de Lima Metropolitana, en este aspecto se ha concluido que este tipo de producto con la novedad que presenta no existe en el mercado limeño por lo que nuestra oferta será abarcada en primera instancia de acuerdo a lo analizado puntos anteriores, a las medianas y grandes empresas para darle el adicional a su producto y el cliente final quede satisfecho con ello.

Asimismo, se ha identificado que por lo mismo que no existe el producto en el mercado de Lima metropolitana no se ha verificado competencia directa de este producto. De acuerdo a como se puede ver en la tabla 27, estas son las empresas principales que importan maquinarias para transporte de carga para comercializarlos a nivel local y nacional.

Tabla N° 27: Principales empresas importadores peruanas de Partida 842890

Razón Social	Suma US\$	Participación
ALO GROUP PERU S.A.C.	10159558	12,5
UNIMAQ S.A.	8640130	10,6
TECHINT S.A.C.	3995934	4,9
OTROS	81549673	72

Fuente: (Veritrade,2020)

3.3.2. Análisis y cálculo de la demanda

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

Tabla N° 28: Importaciones peruanas de la partida arancelaria 8428909000

Exportadores	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019
China	1555	1855	2137	1806	3609
Estados Unidos de América	5283	7486	3627	3035	3582
México	1870	1337	1840	1505	2365
Australia	314	0	1142	44	1703
Italia	1518	893	1252	2102	1233
España	897	882	435	1587	1121
Francia	2098	270	900	428	360
Japón	37	34	18	117	355
Suecia	34	65	105	57	349
Alemania	175	965	1002	101	310
Panamá	0	0	0	0	43
Singapur	0	0	0	0	13
Austria	0	6	0	7	5
Turquía	0	0	11	20	2
Corea	611	5	0	5	0

Fuente: TradeMap

Por otro lado, en la Tabla 28 se observan las cantidades importaciones peruanas de la partida arancelaria en mención. Estas cantidades son compradas principalmente en toneladas y kilogramos; por lo que a nosotros como empresa nos resulta factible comprar desde Austria este producto, tomando en cuenta que se está iniciando como empresa y estamos haciendo un plan de negocios y tener en consideración la viabilidad de la misma.

Tabla N° 29: Importaciones peruanas de la partida arancelaria 8428909000 a nivel mundial – en toneladas

Exportadores	2015	2016	2017	2018	2019
	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas
China	351	434	626	556	817
Estados Unidos de América	704	1502	384	328	523
México	253	161	245	155	319

España	208	93	87	248	265
Italia	136	83	86	95	101
Rumania	48	28	38	6	72
Japón	6	4	6	16	70
Países Bajos	27	14	13	26	51
Francia	416	63	116	70	39
Eslovaquia	0		9	12	14
Bélgica	28	29	20		10
India	2	5		13	4
Colombia	1	70	14	92	2
Suecia	1	2	5	2	2
Reino Unido	0	4	77	1	2
Austria		0		0	0

Fuente: Trademap 2020

3.3.2.1. Análisis de demanda proyectada

En este punto vamos utilizar los datos de importaciones de la partida arancelaria 8428909000, para ello estamos considerando una proyección de 5 años, de esta manera sabremos la demanda que tendremos hasta el 2023. A continuación, presentamos la data antes señalada.

Tabla N° 30: Demanda de Perú del 2015 al 2019 de la P.A 84289090000

Años	2015	2016	2017	2018	2019
Máquinas y aparatos de elevación, carga, descarga o manipulación: Las demás	2390482	2542800	2705848	2939960	3240548

Fuente: Trademap 2020

Tabla N° 31: Valores A, B y C

A	26257,429
B	105712737,657
C	106402495441,7

Fuente: Elaboración propia

Figura N° 28: Fórmula Polinomial

$$Y = AX^2 + BX + C$$

$$Y = 26257,429X^2 + 105712737,657X + 106402495441,77$$

Fuente: Elaboración propia

Figura N° 29: Demanda proyectada del mercado de Sube Escaleras Eléctricas al 2025

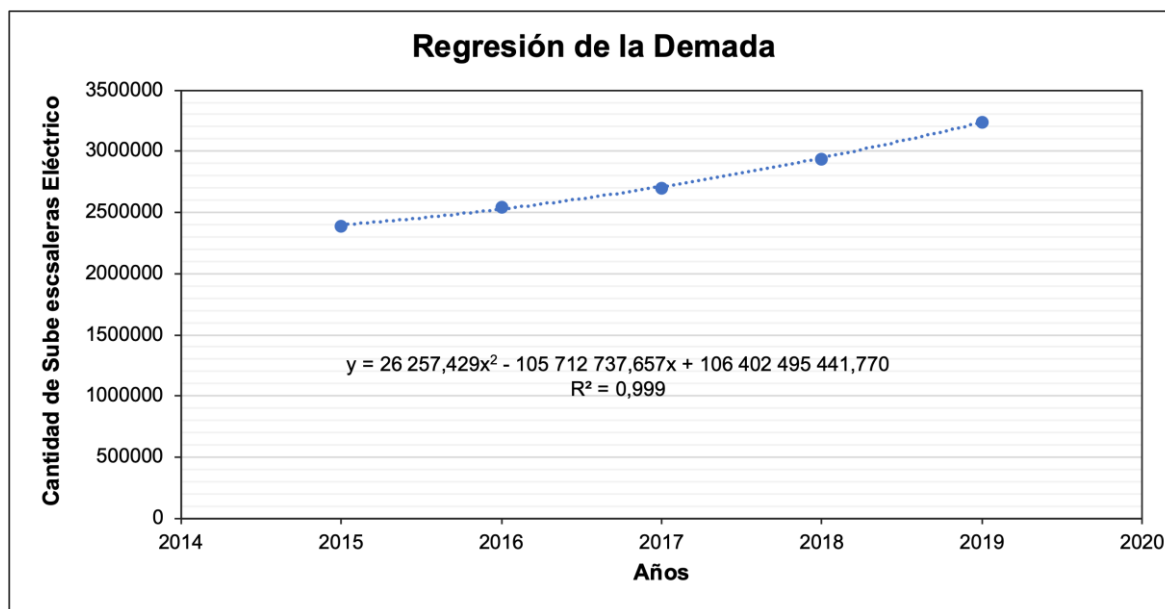


Tabla N° 32: Demanda proyectada del mercado de Sube Escaleras Eléctricas al 2025 de acuerdo a la fórmula polinomial

Años	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Proyectado	3237648	3578666	3972199	4418247	4916810	5467887	6071479
Crecimiento (%)	9,78	10,53	11,00	11,23	11,28	11,21	11,04

Fuente: Elaboración propia

3.3.3. Análisis de competitividad y benchmark

El benchmarking se define como “un proceso sistemático y continuo para evaluar los productos, servicios y procesos del trabajo de las organizaciones que son reconocidas como representantes de las mejores prácticas, con el propósito de realizar las mejoras organizacionales”. (Spendolini,M.)

A través del benchmarking la empresa realizara un análisis externo para conocer las nuevas tendencias y procesos que está realizando la competencia que lidera

el mercado, con la finalidad de mejorar y aplicarlas o mejorarlas internamente en la empresa.

En el análisis de la competencia internacional se ha podido analizar la presencia de empresas que también brindan productos como el de LIFTKAR, estas son; la empresa ZONZINI, MARIO CARRELI y la empresa AAT CARGO MASTER, las cuales comercializan productos similares a nivel mundial.

En la competencia nacional no tenemos competencias directas, pero si hay empresas líderes en el rubro como lo son UNIMAQ, ALO GROUP PERU, TECHINT; que importan grandes cantidades de maquinaria de transporte de carga.

3.3.4. Análisis de precio de importación (compra)

Para nuestro producto, hemos encontrado proveedores europeos, con el cual hemos negociado precios, garantía y calidad hasta que finalmente se estableció una política comercial de compra con el cual se logró optimizar el precio que nos oferta, esto según el volumen de compra por parte de la empresa. La principal intención de esta política, es poder incrementar las ventas locales y la participación dentro del mercado nacional.

Para ahorrar costos hemos acordado con el proveedor internacional, que el precio de venta debe estar amparado en una regla Incoterms, que en este caso será EXW; por lo que se debe calcular el costo de importación desde la entrega en fabrica del proveedor hasta la oficina de la empresa, teniendo como base el costo del producto ofrecido por el proveedor.

Para el cálculo del costo de importación, se deben considerar varios puntos importantes como: precio ofrecido por el proveedor, costos administrativos y logísticos, costo de transporte interno en origen y destino hasta el aeropuerto o puerto, costo de trámites de despacho desde origen, costo del flete aéreo o marítimo, costo de seguro de la carga, costos operativos o de nacionalización en almacén extra portuarios costos logísticos, costos de Aduanas, costo de flete interno en destino. Todos estos costos serán negociados con los diferentes

agentes que participan en el proceso hasta llegar al costo final puesto en nuestro almacén; costo al que se le debe agregar el margen de ganancia establecido.

3.3.5. Análisis y determinación de formas de distribución

Determinar la forma de distribución es muy importante ya que, si no lo defines bien, los costos de distribución del producto pueden ser más caro que el precio del producto en sí. Es por esto que vamos a tercerizar nuestra distribución con una empresa especializada en transporte de carga, el cual vamos a tener una relación contractual y costos ya predeterminados para cada lugar de entrega. Con ello aseguraremos que nuestro producto llegue en las mejores condiciones, en el tiempo exacto y al menor costo posible a nuestros clientes,

Es por ello que la empresa aplicara un canal indirecto pero exclusivo de distribución, es decir, que será la empresa tercerizara la distribución física de las sube escaleras eléctricas hasta las empresas de los clientes por una empresa de transporte contratado estratégicamente. El traslado será a través del medio de transporte terrestre, pues la distribución es a nivel local.

Es exclusivo porque al momento de entregar el producto, nuestro representante capacitará al encargado el uso del producto.

Figura N° 30: Canal de Distribución de LION IMPORT S.A.C.



3.3.6. Análisis del entorno

3.3.6.1. Macro ambiente

Para desarrollar un análisis del macro ambiente, se ha realizado un análisis PEST, el cual evalúa los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos. Esta herramienta es de gran utilidad para comprender el crecimiento o declive del mercado. Es una herramienta de medición de negocios.

Mediante la evaluación del macro ambiente se ha determinado que está estable y favorable, y LION IMPORT SAC haciendo uso a diferentes estrategias de ventas y sobre todo mucha inversión de publicidad se puede lograr una participación de mercado exitosa. A continuación, se presenta el cuadro matriz PEST, en la Figura 29 MATRIZ PEST.

Figura N° 31: Matriz PEST LION IMPORT S.A.C.



3.3.6.2. Micro ambiente

En este punto vamos a tomar en cuenta el análisis para nuestra empresa, para ellos se ha analizado las cinco fuerzas de Porter:

Poder de negociación de los Clientes:

Como indicamos anteriormente, en el mercado de Lima metropolitana no existen competidores que ofrezcan el producto que vamos a vender, por ello consideramos que en el tema de la negociación con nuestros clientes vamos a ofrecer lo mejor en calidad y precio, dado que es un producto es novedoso y muy beneficioso para las empresas que transportan carga.

Ésta fuerza es la más importante estrategia de negociación de mi empresa ya que tendremos que convencer a nuestro cliente en la visita que realizaremos, que necesitan nuestro producto, así mismo no queremos perder sino crear una cartera de clientes amplia para que nuestra empresa pueda hacerse conocida.

Poder de negociación de los Proveedores:

El poder de negociación con los proveedores también es importante, ya que en nuestra empresa el producto que vamos a importar solo nos pueden proveer ellos ya que trabajamos solo con su marca, por ende, negociaremos con nuestros proveedores, acerca del costo, calidad y cantidad; para ello tendremos ciertos criterios de análisis que nos ayudaran a identificar si nuestro proveedor principal es responsable y tiene compromiso con sus clientes. Asimismo, en caso nuestro proveedor principal nos falla en algún momento tenemos dos proveedores adicionales de acuerdo a la homologación realizada.

Amenaza de Competidores Potenciales:

En esta fuerza, analizando el mercado peruano existen empresas del rubro pero cuentan con maquinarias más grandes y complicadas, pero cuenta con variedad de productos por lo que realizan mucho movimiento comercial. Pero estos productos actualmente se están usando como sustituto. Nuestro sube escaleras eléctricas es un producto innovador y de alta tecnología, pero las empresas que no cuenten con buenos ingresos pueden optar por productos sustitutos.

Amenaza de Productos Sustitutos:

En este caso, se tiene otro tipo de equipos de transporte pero que necesitan más esfuerzo y complicación en su manipuleo. Las empresas dedicadas a este tipo de comercio son muchas y la mayoría abarcan a nivel nacional; por lo que si consideramos una amenaza potencial de producto sustituto para lo cual vamos a considerar ciertos criterios que ayuden a obtener una participación de mercado.

Rivalidad entre Competidores

El mercado peruano de maquinaria y equipos de transporte tiene un alto grado de rivalidad debido a que existen una concentración de empresas que ofrecen los mismos productos, y entre las cuales se observa una competencia de precios, y poder de negociación del vendedor. Mi producto en sí aún no tiene una participación completa en el mercado. Cabe mencionar que no existe una diferenciación clara entre los productos que se ofrecen en el mercado, el cual mi producto si lo tendrá.

Los competidores son todas las empresas que venden equipos de transporte logístico para carga en el Perú, de esa forma tenemos en el mercado las siguientes empresas importadoras: ALO GROUP PERU S.AC., UNIMAQ S.A. y TECHINT S.A.C.

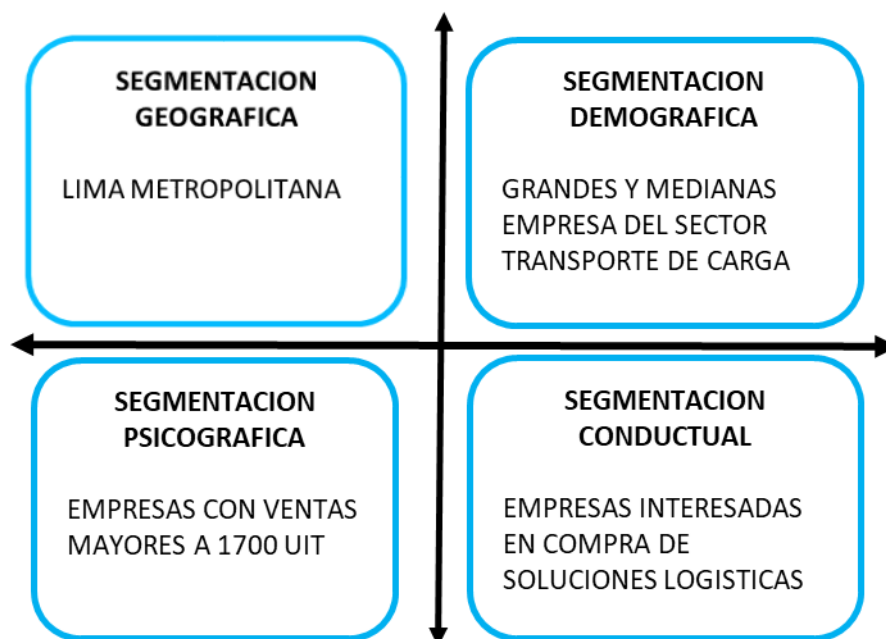
3.4. Estrategias de venta y distribución nacional

3.4.1. Estrategias de segmentación

Durante el proceso de segmentación se ha indicado que la venta de sube escaleras eléctricas estará orientada a las empresas de transporte de carga en Lima metropolitana.

Según este proceso, la estrategia de segmentación que aplicará LION IMPORT S.A.C es la estrategia concentrada pues se van a enfocar los recursos y esfuerzos de la organización solo para el segmento identificado, con el objetivo de satisfacer las necesidades de manera más específica. Además, como ya se hizo el análisis del segmento a donde se dirigirá la venta de sube escaleras electicas, se podrá atender de manera más adecuada logrando obtener una ventaja competitiva.

Figura N° 32: Estrategia de Segmentación según Porter



3.4.2. Estrategias de posicionamiento

El posicionamiento de marca se refiere a dónde se encuentra una marca en cuanto a cuota de mercado, ingresos o tamaño, que tanto estamos posicionados en la mente del consumidor, para ello hemos ideado dos estrategias que nos ayudaran a posicionarnos en la mente de nuestros consumidores.

- **Estrategia basada en función a calidad o precio:** Nuestro producto ingresara al mercado logístico como un producto de alta calidad ya que está hecho de aluminio, y cuenta con un sistema de frenado automático, interruptores de encendido y apagado el cual hace más cómoda el manejo para diestros y zurdos, su batería cuenta con certificado CE ya que es un requisito indispensable de la Unión Europea sobre Bajo Voltaje y sobre Compatibilidad Electromagnética.
- **Según los beneficios del producto:** Este producto es muy beneficioso a simple vista ya que nuestros clientes son empresas que transportan carga, beneficia tanto para el trabajador en su salud y al dueño en la parte económica y status que se le brinda a la empresa en sí.

3.4.3. Estrategias de ingreso al mercado

El modelo de Ansoff, es también conocida como matriz Producto/Mercado o Vector de crecimiento. Su objetivo principal es servir de guía a las empresas que buscan crecer. Ya sea en el mercado en el que actualmente participan o en otros mercados aún no explorados., este modelo nos ayudará a evaluar diferentes opciones y a elegir la que mejor se adapte a su situación y le dé el mejor retorno de la inversión potencial; esta matriz muestra cuatro opciones de crecimiento para las empresas al confrontar los productos/servicios existentes y los nuevos con los mercados existentes y los nuevos.

Según el modelo de Ansoff, se puede obtener una cuota de mercado ubicándose en uno de los cuadrantes de la matriz:

Figura N° 33: Modelo Ansoff



Fuente: Espinoza, R 2019

De acuerdo a la Figura N° 33, se puede destacar para nuestro producto se encuentra en el Cuadrante II:

Producto nuevo: Sube Escaleras Eléctrico.

Mercado Existente: Grandes y medianas de Lima metropolitana del sector servicios de actividad transporte de carga y almacenamiento.

Estrategia: Desarrollo de nuevos productos.

3.4.4. Estrategias de distribución comercial

En esta parte del plan debemos considerar la manera en cómo vamos a llegar a nuestros clientes (empresas logísticas), como entregaremos nuestros productos a nuestros clientes, por lo que hemos propuesto las siguientes estrategias:

- Ofrecer productos de alta tecnología, las cuales sirven como solución logística a nuestros clientes y a la vez se verán como una de las empresas más moderna del rubro ya que están a la vanguardia de la innovación tecnológica, ya que en nuestro país actualmente no se utiliza este producto en el rubro.
- Ofrecer productos de alta calidad ya que con ello podemos atraer a los clientes que nos ayudaran con la comercialización. Asimismo, ofreceremos asistencia técnica gratuita una vez al año. Contamos con un proceso de calidad verificado por la patente LIFKART. Para asegurar el control de

calidad realizaremos los controles respectivos en el proceso de importación.

- Realizar una correcta distribución de nuestros productos para que nuestros clientes se sientan en confianza y así lograr la fidelización, cumpliendo con los plazos de entrega establecidos.
- Brindar atención personalizada a nuestros clientes, brindándole así, dependiendo el prestigio de la empresa, facilidades de pago como créditos, pago en cuotas.
- Captar nuevos clientes brindando información sobre el producto a comercializar en visitas agendadas de presentación de producto, indicando los beneficios que tiene y la forma de uso.
- Optimizar los tiempos en atención a nuestros clientes, de esa manera evitar que esperen de 2 a 3 días para que se les entregue las cotizaciones. Atender los pedidos de acuerdo al orden de recepción de las órdenes de compra.
- Invertir y buscar información para innovar en nuevos productos que nuestros clientes puedan necesitar, ya que el mercado es muy cambiante y nuestra empresa se dedica a brindar soluciones logísticas.

3.4.5. Estrategias de branding

“Branding es la gestión inteligente, estratégica y creativa de todos aquellos elementos diferenciadores de la identidad de una marca (tangibles o intangibles) y que contribuyen a la construcción de una promesa y de una experiencia de marca distintiva, relevante, completa y sostenible en el tiempo”. AE BRAND, 2020

En nuestra empresa se usará la marca como un elemento diferenciador, capaz de crear valor, identidad y posicionamiento dentro del consumidor; esto con el único propósito de asegurar a largo plazo, una fuente de ingresos estable y segura.

Como se ha mencionado anteriormente, este plan de negocio no desarrollará una marca propia pues trabajaremos con la marca del mismo proveedor “LIFKART” esto debido a que el producto es patentado y tiene su marca registrada, y todas

las presentaciones de los productos que ofrece llevan un etiquetado y rotulado con la marca. Además, la marca ya es conocida en el mercado europeo, y se está internacionalizando ya en más de 50 países, dándole un valor más significativo para el proceso de compra local.

3.5. Estrategias de promoción nacional

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

Nuestra empresa dará a conocer los beneficios de nuestro producto al mercado al cual nos estamos dirigiendo, para ello se ha tomado en cuenta diversos mecanismos por los cuales nosotros daremos información todo acerca de nuestras sube escaleras eléctricas.

La estrategia de promoción es uno de los ejes más importantes dentro del plan de marketing pues se indica que representa un porcentaje significativo dentro del presupuesto anual de las empresas. Esta consideración implica que se convierta en una de las herramientas que se deben desarrollar de forma correcta, pues se relaciona directamente con un incremento de las ventas.

LION IMPORT SAC, desarrollará una página web informativa y dinámica para los clientes donde se mostrarán videos acerca de los beneficios del uso de nuestros sube escaleras eléctricas, así también como las nuevas tendencias de soluciones logísticas. Se busca promocionar la empresa también, mediante anuncios en revistas de especializadas como la revista GUIA LOGISTICA, y también manejar un catálogo de nuestros productos.

Ferias nacionales:

La asistencia a ferias es una clara estrategia de introducción al mercado objetivo, pues permite encontrar en un solo lugar la oferta y la demanda para un producto. Es en este tipo de eventos donde se pone a prueba las diversas herramientas de comunicación que tiene la empresa para presentar el producto ante un buen número de clientes, aplicando la promoción de ventas, las relaciones públicas y la venta personal durante el desarrollo de la feria. Debido a la pandemia estaremos

inscribiéndonos a ferias virtuales como a FERIA INTEREMPRESAS ALMACEN Y LOGISTICA.

Visitas comerciales:

Nuestra fortaleza estará en tener un plan de visitas comerciales con nuestros clientes, pues es la forma directa para presentar el producto en las grandes y medianas empresas. Nuestro vendedor ayudará a conocer las necesidades específicas que tiene cada empresa, lo que permitirá la elaboración de una oferta personalizada para cada uno que nos beneficie a ambos.

Las visitas comerciales estarán segmentadas geográficamente, de acuerdo a los distritos escogidos para la comercialización del producto; y se harán visitas semanales con la principal intención de encontrar nuevos clientes.

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

Creación página web

Nuestra empresa creará una página web asociada a nuestro proveedor austriaco, pues esta estrategia se ha convertido en uno de los medios tecnológicos y de comunicación preferidos por los clientes para encontrar información suficiente sobre la marca, características, beneficios y usos de producto en específico o simplemente para hacer compras online.

Nuestra página web contará con catálogos electrónicos, Vídeos tutoriales información de la marca y del reconocimiento que está teniendo, Secciones de contacto y Secciones de promociones, manuales de uso y seguridad, fichas técnicas por cada producto.

Google adwords

La empresa utilizará esta herramienta como parte de su estrategia de promoción, y con el uso de esta aplicación busca aumentar la cantidad de visitas a la página web y darse a conocer a una gran cantidad de personas. Cabe resaltar que lo hará primero a un nivel geográfico pequeño, esto con la finalidad de poder evaluar la repercusión de dichos anuncios en Google.

Además, esta herramienta ofrece varias formas de como anunciar, como los anuncios de búsqueda basados en texto, los anuncios de display gráficos, los anuncios de video de YouTube o los anuncios en aplicaciones móviles. La empresa empleará los anuncios de búsqueda pues son los que aparecen con los resultados de búsqueda de Google cuando los usuarios buscan por productos y servicios, este servicio cobra según el número de clic que realicen al anuncio para acceder a la página web. Nuestro filtro será transporte de carga.

3.6. Políticas de estrategias de precio

Para poder manejar una política de precios se debe tomar en cuenta una serie de requisitos que nos permitan optimizar los costos y poder llegar así a nuestros clientes con precios competitivos. Se debe considerar que este está en constante cambio, y dependerá de que tan buena sea la evaluación que realice la empresa para que pueda determinar el precio correcto para colocar en el mercado. Además se debe considerar que los consumidores durante su proceso de compra evalúan, desde el primer momento, el precio de un producto por lo que es importante establecer uno realmente competitivo o uno capaz de sustentar el porqué de su alto valor, que en nuestro caso sería la alta calidad e innovación que cuenta nuestro producto.

IV. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

4.1. Envases, empaques y embalajes

Dentro de la logística internacional, antes de gestionar cualquier envío internacional, es la preparación de la mercadería a transportar; es decir tener envase y embalaje que cuente con los requerimientos mínimos para que puedan ser transportados, en tal manera que el material quede protegido durante todo el tránsito en origen, en destino y sobre todo durante el tránsito internacional.

4.1.1. Empaque y embalaje

Para los negocios, su producto es lo más importante es por eso que se debe proteger de una manera correcta para que llegue en perfecto estado al consumidor. A demás dentro de las políticas de las empresas aseguradoras indica que la mercancía debe estar correctamente embalada para que en caso de rotura o golpes el seguro cubra los daños ocasionados.

En cuanto a nuestro embalaje se utilizará una caja de cartón, como forma para contener, proteger y conservar los productos durante las operaciones de transporte internacional. Las cajas de cartón que emplea el proveedor de la empresa para el acondicionamiento de los sube-escaleras eléctricos para su exportación son del tipo que se destinan para el embalaje de productos con niveles altos de resistencia y sobre todo para el transporte internacional.

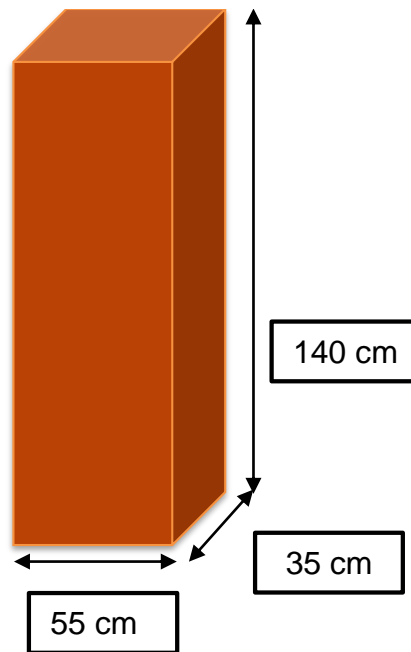
Tabla N° 33: Información Logística de las Cajas

	CAJA	
Medida de caja	55	Centímetros
Largo	55	Centímetros
Ancho	35	Centímetros
Alto	140	Centímetros

Número de sub-escaleras eléctricas por caja	1	Unidad
Peso neto por caja	7	Kilogramos
Peso caja y sub-escalera eléctrica	50	Kilogramos

Fuente: Elaboración propia

Figura N° 34: Dimensiones de la caja



El tipo de empaque requerido depende del producto que se envía, el método de envío y condiciones en el destino final.

Se ha considerado para la importación de sub-escaleras eléctricas que el empaque y el embalaje para traer nuestro producto cumplirá el mismo rol. El principal objetivo del empaque y embalaje es tener una mayor seguridad y obtener rapidez para lo que corresponde al momento de realizar el manipuleo de la carga, asimismo para conservar la mercancía y que llegue en buen estado.

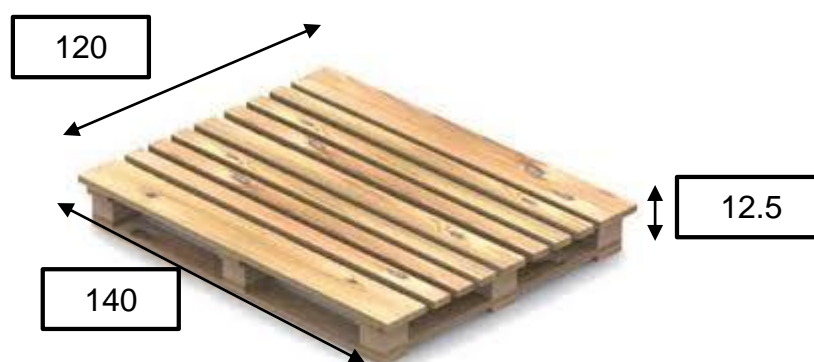
Cabe señalar, que usaremos pallets de madera para facilitar el manipuleo de la carga. Las dimensiones del pallets es estándar, cuyas medidas son 140 cm * 1.2 cm * 12.5 cm, teniendo un peso de 28 kg, y cuentan con una altura máxima de carga de 2.05 m.

Tabla N° 34: Medida de la pallets

Pallet	
Largo	140 cm
Ancho	120 cm
Alto	12.5 cm
Peso Neto Paleta	28 Kg

Fuente: Elaboración propia

Figura N° 35: Medidas de la paleta



Según (FAO, 2017), los pallets utilizados para el comercio internacional deben cumplir con la Norma Internacional para Medidas fitosanitarias 15 o la llamada NIMF15, la cual describe las medidas fitosanitarias que disminuyen el riesgo de introducción y/o dispersión de plagas cuarentenarias asociadas con la movilización en el comercio internacional de embalaje de madera fabricado de madera en bruto. El embalaje de madera regulado por esta norma incluye la madera de estiba.

En el Perú, SENASA es la entidad responsable de que los embalajes de madera cumplan con la norma internacional y nacional, cuyo objetivo es reducir el riesgo de introducción y propagación de plagas cuarentenarias. Además; es responsable de especificar los procedimientos fitosanitarios para el ingreso al país de mercancías con embalaje de madera.

Por ello y de acuerdo a lo expuesto líneas arriba, nosotros como empresa responsable y para cumplir con las normativas, nuestro proveedor comprará pallets que cumplen la norma NIMF15, debidamente acreditadas por la marca correspondiente y el certificado fitosanitario correspondiente.

4.2. Diseño del rotulado y marcado

El diseño del rotulado y marcado en el comercio internacional es otro punto importante que se debe considerar, puesto que una carga de exportación y de importación es manipulada por varios agentes a lo largo de la cadena logística, en nuestro caso se realizara transbordo, por lo que es necesario que dicha carga esté correctamente identificada y que a su vez contengan información sobre la forma correcta que debe manipularse, puesto que si esto no está claramente marcado en el bulto existe un enorme riesgo de que la carga pueda llegar dañada al lugar de destino, haciéndose muy difícil identificar en qué parte de la cadena se dañó y de quien fue la responsabilidad.

4.2.1. Diseño del rotulado

El etiquetado del producto a importar es uno de los aspectos importantes que debe tener en cuenta tanto los importadores como los exportadores, porque de acuerdo a las regularizaciones nacionales de aduana es obligatorio el cumplimiento de esta.

Es así que Lion Import S.A.C debe tener en cuenta dos tipos de rotulado, el rotulado con el que ingresa el producto importado al país nacional y el etiquetado con el que se comercializara a los clientes de Lima Metropolitana.

Etiquetado de importación

La empresa tiene que indicar cuál será el modelo de etiquetado que contara cada sube escalera eléctrica. Según Decreto Legislativo N° 1304, Ley de Rotulado de Productos Industriales indica que debe tener:

- Nombre o denominación del producto.
- País de fabricación.

- Si el producto es perecible debe indicar: la fecha de vencimiento, las condiciones de conservación (en idioma español) y las observaciones que corresponda (en idioma español).
- Condición del producto, en caso se trate de un producto defectuoso, usado, reconstruido o remanufacturado (en idioma español).
- Contenido neto del producto, expresado en unidades de masa o volumen, según corresponda, (en idioma español).
- En caso de que el producto, contenga algún insumo o materia prima que represente algún riesgo para el consumidor o usuario, debe ser declarado (en idioma español).
- Nombre y domicilio legal en el Perú del fabricante o importador o envasador o distribuidor responsable, según corresponda, así como su número de RUC (en idioma español).
- Advertencia del riesgo o peligro que pudiera derivarse de la naturaleza del producto, así como de su empleo, cuando éstos sean previsibles (en idioma español).
- El tratamiento de urgencia en caso de daño a la salud del usuario, cuando sea aplicable (en idioma español). SUNAT

Esta ley debe tenerse en cuenta ya que de constatar que la mercancía no tiene rotulado, procede a inmovilizarse y se emite el Acta correspondiente, para su reembarque por cuenta y riesgo del importador, de conformidad.

4.2.2. Diseño del marcado

Se refiere a la información que se coloca sobre el manejo y las advertencias que se deben tener al momento de manipular o transportar la carga. Para realizar las marcas de manipuleo se utilizan los conocidos pictogramas, que son símbolos pictóricos que son reconocidos a nivel internacional; estos símbolos fueron desarrollados por la norma ISO 780:1983 “como un conjunto de símbolos usados para el marcado de ítems por transportar (excepto mercancías peligrosas), para la aplicación del marcado se debe tener en cuenta la ISO 7000.

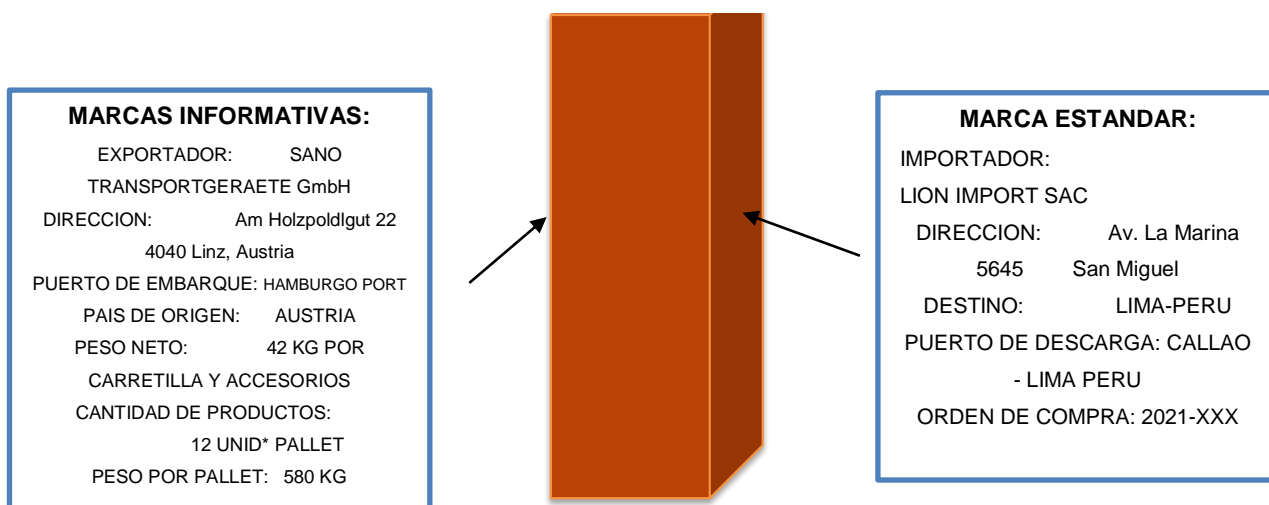
Para el presente proyecto, el proveedor utilizará símbolos de manipulación, que serán colocados tanto en las cajas como en las paletas de madera. El símbolo de protección contra la humedad supone un medio de protección para las cajas, que no son fabricados con materiales resistentes a la humedad como lo es el cartón; el símbolo de copa rota es por lo frágil ya que es un equipo eléctrico.

Las sube escaleras eléctricas se enviarán debidamente rotuladas para facilitar e identificar rápidamente las piezas que comprende la carga, también porque permite la localización y conteo de cantidades físicas en nuestros almacenes como en el del distribuido, la marca de las manos es para que los estibadores lo traten con cuidado y las flechas hacia arriba es para que los equipos no sean transportados al revés.

Figura N° 36: Rótulo

MARCA ESTANDAR:	
IMPORTADOR:	LION IMPORT SAC
DIRECCION:	Av. La Marina 5645 San Miguel
DESTINO:	LIMA-PERU
PUERTO DE DESCARGA:	CALLAO - LIMA PERU
ORDEN DE COMPRA:	2021-XXX
MARCAS INFORMATIVAS:	
EXPORTADOR:	SANO TRANSPORTGERAETE GmbH
DIRECCION:	Am Holzpoldlgut 22 4040 Linz, Austria
PUERTO DE EMBARQUE:	HAMBURGO PORT
PAIS DE ORIGEN:	AUSTRIA
PESO NETO:	42 KG POR CARRETILLA Y ACCESORIOS
CANTIDAD DE PRODUCTOS:	12 UNID*
	PALLET
PESO POR PALLET:	580 KG

Figura N° 37: Marcado de las cajas para los embarques de Lion Import S.A.C.



Marcas de manipuleo

Representan las instrucciones básicas o símbolos internacionales (pictogramas) acerca de la manipulación de los embalajes. Por medio del uso de pictogramas se pretende desarrollar indicaciones abreviadas que permitan identificar algunos detalles relativos a las mercancías a importar.

Figura N° 38: Pictogramas de Lion Import S.A.C.



4.3. Unitarización y cubicaje de la carga

Las formas de unitarización más conocidas son la paletización y la contenerización, formas que empleará la empresa dentro de su proceso logístico de importación.

Paletización

El proveedor de Lion Import S.A.C. utilizará pallets de madera para la unitarización de la carga, e indica que éstas pallets son del tipo estándar y cumplen con la norma internacional para medidas fitosanitarias NIMF N° 15. Se debe aclarar que esta norma consiste en una serie de directrices que reglamentan el embalaje de madera que es utilizado en el comercio internacional.

La paletización estará a cargo de nuestro proveedor, y está relacionada a la cantidad de mercadería que se comprará; en este caso se había indicado que el proveedor entrega por cada caja una sube-escalera eléctrica por lo que al tener una proyección de compra de 120 sube-escaleras por embarque, el proveedor utilizará un total de 10 paletas y colocará 12 cajas por paleta.

Tabla N° 35: Paletización de las cajas de sube-escaleras eléctricas

Pallet		
Largo	140	Centímetros
Ancho	120	Centímetros
Altura según el apilamiento de cajas	2.05	Centímetros
N° de unidades ancho de paleta	2	Unidades
N° de unidades por largo de paleta	6	Unidades
Niveles de caja	1	Niveles

Fuente: Elaboración propia

El nivel de apilamiento por cada paleta será de un nivel, por lo ancho serán 2 cajas y por lo largo serán 6 cajas, lo que hace un total de 12 cajas por paleta, lo que

hacen un total de 12 sube-escaleras eléctricas por cada paleta. El peso bruto por paleta será de 580 kg, esto incluye el peso de cada caja más el peso aproximado de la paleta.

Tabla N° 36: Paletización de los embarques

Total de caja por paleta	12	Cajas
Total de unidades por paleta	12	Unidades
Peso neto por paleta	420	Kilogramos
Peso bruto por paleta	580	Kilogramos

Fuente: Elaboración propia

Al contar con 10 paletas, el número total de cajas a importar por cada embarque es de 120 cajas, que representan 120 sube-escaleras eléctricas. El peso bruto por embarque sería 0.840 toneladas aproximadamente.

Figura N° 39: Paletización

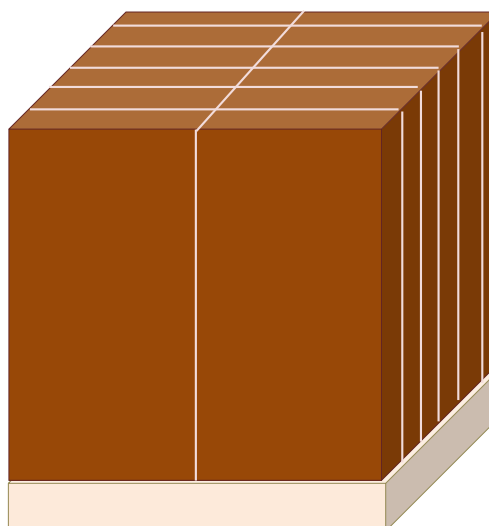


Tabla N° 37: Información de cada embarque

N° de paletas por importación	10	Paletas
N° de unidades por embarque importación	120	Unidades
N° de cajas por embarque importación	120	Cajas
Peso neto por embarque importación	4200	Kilogramos

Peso bruto por embarque importación	5800	Kilogramos
--	------	------------

Fuente: Elaboración propia

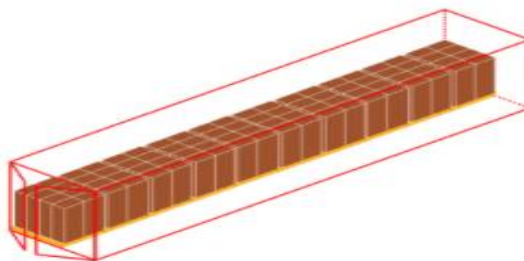
Además, para mantener estable la carga, el proveedor empleará un plástico para paletizar llamado “stretch film”, que es una película estirable de alta transparencia fabricada a base de polietileno de alta densidad. Este producto sujeta firmemente la carga, y al ser transparente no quita la visibilidad de los rotulados y marcados de la carga.

Contenerización

Para el presente plan se realiza a través de transporte vía marítima y se emplearán 10 pallets por importación, cuyo peso total es de 580 kg cada uno. Esto debido a las dimensiones de nuestras cajas que se unitarizarán 12 cajas en un pallet.

Nuestro tipo de consolidación empleado es el denominado FCL (IFull container load), que tiene como principal característica que la carga del contenedor pertenece a un solo consignatario. La empresa embarcará 10 pallets , las cuales se transportarán en 1 contenedor de 40 pies , debido a las dimensiones y la posición de las cajas, en el contenedor sobra espacio para mas carga ; por lo que se agrupará o consolidará con otras compatibles que tengan el mismo destino.

Figura N° 40: CONTENEDORIZACION FCL

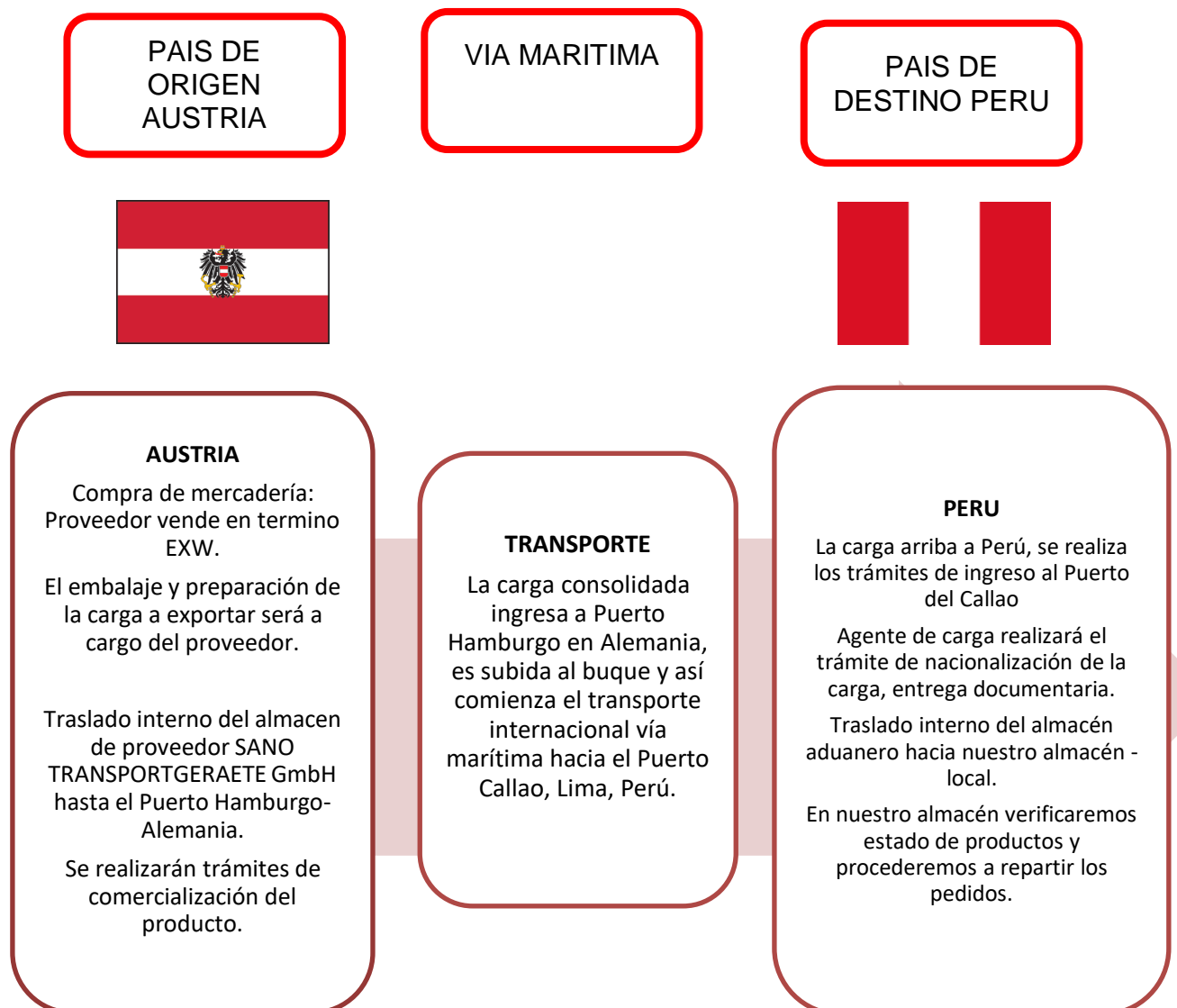


4.4. Cadena de DFI de exportación/importación

La cadena de distribución física internacional es el conjunto de operaciones necesarias para desplazar la carga desde un punto de origen a un punto de destino, aquí intervienen sujetos como importador, exportador, agentes de aduanas, e incluye transporte internacional e interno.

Por ello nuestro producto entrará a una cadena DFI, que partirá desde: Hamburgo Port- Alemania hasta el Puerto del Callao, Lima, Perú.

Figura N° 41: Cadena de distribución física internacional de LION IMPORT SAC



4.4.1. Determinación de requerimientos de insumo e infraestructura

DFI país de origen

Proveedor de LION IMPORT S.A.C.

El proveedor de LION IMPORT S.A.C será la empresa SANO TRANSPORTGERAETE GmbH ubicada en Linz- Austria. Esta empresa se dedica a la elaboración de diferentes tipos de productos a pedido.

- Selección del proveedor

Se seleccionó al proveedor SANO TRANSPORTGERAETE GmbH principalmente por ofrecer productos novedosos en cuanto a sube-escaleras eléctricas y por el precio, además de poder adaptarse a nuestros requerimientos en cuanto a modelos y calidad y por el reconocimiento que viene adquiriendo en el mercado internacional. Para el proceso de selección se evaluaron 3 empresas que ofrecen el mismo producto en el mercado internacional, los criterios considerados para dicha evaluación se detallan en la siguiente tabla.

Tabla N° 38: Evaluación del Proveedor

CRITERIOS	ZONZINI	MARIO CARRELI	SANO TRANSPORTGERAETE GmbH
TIPO DE PRODUCTO	CARRETILLAS SUBE ESCALERAS	CARRETILLAS SUBE ESCALERAS	CARRETILLAS SUBE ESCALERAS
VARIEDAD DE PRODUCTOS	POCO	POCO	VARIADO
ORIGEN	ITALIA	ITALIA	AUSTRIA
PRECIO	€7890 FOB	€ 4900 FOB	€3500 FOB
EXPERIENCIA	40 años	20 años	25años
TIEMPO DE ENTREGA	40 VIA MARITIMA	33 VIA MARITIMA	30 VIA MARITIMA
RECONOCIMIENTO	NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL		

Fuente: (ZONZINI, MARIO CARRELI, SANO ,2020)

Según los criterios evaluados, en la tabla 39 se observa que la empresa SANO TRANSPORTGERAETE GmbH obtuvo mayor puntaje en la tabla de ponderación pues tiene mayores ventajas que la otra empresa evaluada, tales como que cuenta con mayor diversidad de productos, la entrega de los pedidos es en periodo corto de tiempo, tiene un precio competitivo; ya que los otros proveedores tienen precios que casi duplican al precio de SANO TRANSPORTGERAETE GmbH.

Tabla N° 39: Criterios de evaluación de selección de proveedor

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

Criterios	Importancia	ZONZINI	Puntaje	MARIO CARRELI	Puntaje	SANO TRANSPORTGERAETE GmbH	Puntaje
Tipo de producto	9%	5	0.65	2	0.26	3	0.39
Variedad de productos	14%	3	0.48	3	0.48	4	0.64
Origen	9%	3	0.27	3	0.27	2	0.18
Precio	19%	1	0.19	2	0.38	3	0.57
Experiencia	9%	4	0.6	2	0.3	3	0.45
Tiempo de entrega	14%	4	0.56	3	0.42	4	0.56
Reconocimiento	9%	4	0.56	4	0.56	4	0.56
TOTAL	100%		3.31		2.67		3.35

Actividades que realizará el proveedor en origen:

Como parte de la cadena DFI y considerando que el contrato de compra está en términos FCA Lichtenberg, el proveedor debe realizar una serie de actividades en origen que van desde preparar la carga para su exportación, embalar y unitarizar la carga, y el transporte interno en Austria, nuestro agente de aduana se encargará de realizar el servicio logístico integral desde trámites de importación, seguro internacional, desaduanaje de los productos de Lion Import S.A.C. El transporte interno en Lima será a cargo de una empresa tercera.

- Preparar la Carga: El proveedor prepara la carga, con el empaque y embalaje adecuado para soportar el traslado tanto interno como en origen, en destino y el tránsito internacional.

- Unitarizado y Llenado: La unitarización la realiza mediante el uso de paleta de madera, estas paletas serán consolidadas en contenedores aéreos.
- Coordinación de embarque: Nuestro agente de aduana Iniciaré las coordinaciones de embarque con el agente de carga, solicitando la reserva en la salida disponible más próxima y según los tiempos que necesita para realizar el trámite de importación.
- Trámite de importación: El trámite de importación lo realiza nuestro agente de aduana bajo su responsabilidad, él es contratado por nuestra empresa.
- Traslado interno: Nuestro agente de aduana se encargará de todos los trámites del traslado interno de la carga, hasta el aeropuerto Jorge Chávez.

DFI de tránsito

El DFI de tránsito se refiere a las actividades o movimientos que sufrirá la carga, para que se movilice y/o traslade desde el punto de origen en el país de exportación hasta su llegada al punto de destino en el país del importador. Para el presente proyecto, los principales puntos a considerar son la elección del medio de transporte, la selección del agente de carga y el seguro internacional de la carga.

Elección del medio de transporte internacional

Para definir la estructura de la cadena de DFI de tránsito internacional, se debe hacer una evaluación sobre el medio de transporte que se empleará. Para realizar evaluación, se estarán analizando aspectos como el tiempo de tránsito, las facilidades de la aduana de origen para ambas vías, disponibilidad de salidas, el costo del flete y restricciones que podría tener la carga; en la siguiente tabla se observa las condiciones evaluadas y la ponderación que cada punto recibió para cada medio de transporte.

Tabla N° 40: Evaluación del medio de transporte

Criterios	Importancia	Marítimo	Puntaje	Aéreo	Puntaje
Costo de Flete	40%	Bajo	4 1.6	Alto	1 0.4
Tiempo de Tránsito	20%	20 Días	2 0.40	7 Días	4 0.80

Facilidades Aduana Origen	10%	Trámite Regular	5	0.50	Mayor Documentación Requerida	2	0.20
Disponibilidad De Salidas	10%	Semanales	3	0.30	Interdiarias	4	0.40
Restricción a la Carga	20%	Ninguna	4	0.80	Ninguna	4	0.80
Total	100%			3.60			2.6

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la tabla 40 el mejor medio de transporte será el marítimo, pues recibió una puntuación de 3.6, mientras que el aéreo es de 2.6.

Definido el medio de transporte, otro punto específico dentro de la cadena de distribución física que es importante indicar, es sobre la selección de un agente de carga o en este caso el agente de aduana que hemos contratado como servicio logístico integral, que será el encargado de realizar las coordinaciones de embarque con el proveedor en origen; pues como se indicó al ser término EXW, es el importador, quien asume la responsabilidad del traslado internacional y por ende de evaluar y designar la mejor alternativa para el flete internacional.

- El servicio incluye costo del flete, considerando el tipo de servicio que ofrece y el tiempo de tránsito, en este caso será un servicio de 20 días de tránsito. Además, es importante indicar que la frecuencia de salida es semanal; el agente posterior al embarque deberá emitir el documento de transporte (B/L).
- El agente dará las facilidades para el desaduanaje: Tras el arribo de la mercadería al Puerto del Callao, es el agente de aduanas quién brindará apoyo e información adecuada sobre el término de descarga del buque, el traslado al depósito, la emisión del volante y demás servicios que ayuden a agilizar el proceso.
- Otros costos: Estos costos están a cargo del agente de aduanas; costos como la emisión del B/L, el agenciamiento marítimo (vistos buenos), el THC y handling.

DFI país de destino

En cuanto a la cadena de la distribución física en destino, se deben especificar dos puntos importantes: el primero es relacionado a los documentos requeridos para el ingreso de la mercadería a territorio nacional, y el segundo se refiere al uso de un agente de aduana que será el encargado de actuar en representación de la empresa, ante la Aduana peruana.

Selección del agente de aduana

Un actor importante dentro de la cadena logística de importación, es el agente de aduana que es la persona que representará al importador ante la Aduana peruana y realizará los trámites de nacionalización para poder liberar la carga.

Para LION IMPORT SAC el Agente de aduana que se empleará es la Agencia FYRSA LOGISTIC, se ha escogido esta empresa por tres razones principales:

- Experiencia en el trámite aduanero.
- Relación comercial y conocimiento de la forma de trabajo.
- Servicio personalizado y rápida atención a los requerimientos.

Requisitos de acceso al mercado peruano

Para el ingreso de sube escaleras eléctricas, se considerarán los trámites previos que se deben realizar para poder ingresar. No existe una restricción específica para la importación de este tipo de productos, por lo que entre los documentos que sí se deben considerar está el certificado de origen y los documentos comerciales como la factura, packing list y documento de embarque.

Certificado de origen

El certificado de origen lo emite el exportador, este documento certifica, acredita y garantiza el origen de un producto; tiene como objetivo beneficiar al exportador sobre las preferencias o reducciones arancelarias que otorga el país importador, dentro del marco de los tratados o acuerdos comerciales internacionales que se firman entre ambos países.

Para determinar si la importación de sube escaleras eléctrico necesita o no de la presentación de certificado de origen, se ha tenido que verificar en la página web

de la SUNAT (Superintendencia nacional de aduanas y administración tributaria) si la partida arancelaria, está gravada con el pago de arancel y de estarlo, verificar si existe algún acuerdo que libere el pago. Según como se ha indicado en puntos anteriores, la sub partida arancelaria que se utilizará para nacionalizar la sube escalera eléctrica es 8428909000, la cual está gravada con Ad Valorem, siendo el porcentaje de aplicación de 0%.

Documentos comerciales

Además del certificado de origen, el proveedor debe entregar al cliente documentos que son importantes y exigibles para el trámite de nacionalización en Perú. Entre los principales documentos están, la factura comercial, el packing list y el conocimiento de embarque.

Documentos exigibles para una importación:

- Factura comercial lo emite el proveedor, donde se detallan las condiciones de venta de la mercadería; sirve como comprobante de venta.
- Packing list Documento donde se especifica los pesos, dimensiones y cantidad exacta de bultos, cajas o empaque que se están enviando.
- Documento de transporte Conocido también como conocimiento de embarque, es el documento que certifica la transferencia de la propiedad de una empresa a otra que en este caso es el Bill of Lading.

Se especifica y define a cada uno de los documentos, dos de los cuales los emite el proveedor: factura y packing list; mientras que el tercero, lo emite el transportista en coordinación tanto con el exportador como con el importador.

Costos y tiempo de la cadena de distribución física internacional de LION IMPORT S.A.C.

Según la evaluación realizada en los puntos anteriores sobre la cadena de distribución física internacional, en el siguiente cuadro se resume los aspectos considerados en cada etapa de la cadena DFI, tanto de origen, destino y el tránsito internacional; a cada punto se le ha asignado los costos y tiempos asociados a cada etapa. Se debe considerar que tanto el costo y los tiempos asociados.

Tabla N° 41: Costos y tiempo de la cadena DFI de Lion Import S.A.C.

Cadena DFI	Responsable	Actividad	Tiempo (días)
		Carga lista para embarque	1
		Unitarización y llenado	1
DFI país de origen	Proveedor	Coordinación de empaque	
		Trámite de exportación	1
		Traslado interno	
		Envío de documentos	
DFI tránsito		Tránsito internacional	20
		Seguro internacional	
DFI país de destino	Agente de carga	Arribo y descarga de buque	
		Traslado depósito temporal	1
	Agente de aduana	Agenciamiento de carga	
		Trámite documentario y otros	
		Agenciamiento de Aduana	1
		Transporte interno y devolución de contenedor	2
Agente de carga	Otros		
TOTAL COSTO / DÍAS			27

Fuente: Elaboración propia

4.5. Seguro de las mercancías

Debido al alto costo del producto que importaremos, contar con un seguro de transporte de mercancías es lo recomendable. La planificación y la ejecución de todas las actividades debe garantizar la preservación de la carga desde su recojo en Austria hasta su entrega en Lima.

Para cálculos de pago de impuestos existen un porcentaje en la tabla de SUNAT, el cual no cubre todos los siniestros posibles.

En nuestro caso importaremos con incoterm EXW 2020, por lo cual nosotros como compradores debemos contratar el seguro marítimo y hacer frente al pago de la prima de este seguro de cobertura de la pérdida o daño de la mercancía durante el transporte.

Existen tipos de póliza seguro que depende del tipo de embarques que se realizará, nosotros como realizaremos dos embarques al año y con transbordo nos conviene contratar una póliza abierta. Este tipo de seguro nos brinda nuestro operador logístico, el cual nos cobra una prima del 28% del valor de la mercancía.

Los riesgos comunes que cubren los seguros de transporte de mercancía son:

- Roturas o deterioros.
- Robo.
- Carga y descarga.
- Riesgos extraordinarios.

Aunque la mayoría de las pólizas permiten la contratación de coberturas adicionales para determinadas mercancías:

- Cláusulas inglesas: establece un valor concreto para las mercancías.
- Cláusula de protección de marca: si se produjera algún daño en la mercancía de una marca, no se puede comercializar y se debe indemnizar al fabricante por ello.
- Medios especiales de protección: se utilizan para mercancías frágiles como joyas, obras de arte o algunos productos tecnológicos.

V. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

5.1. Fijación de precios

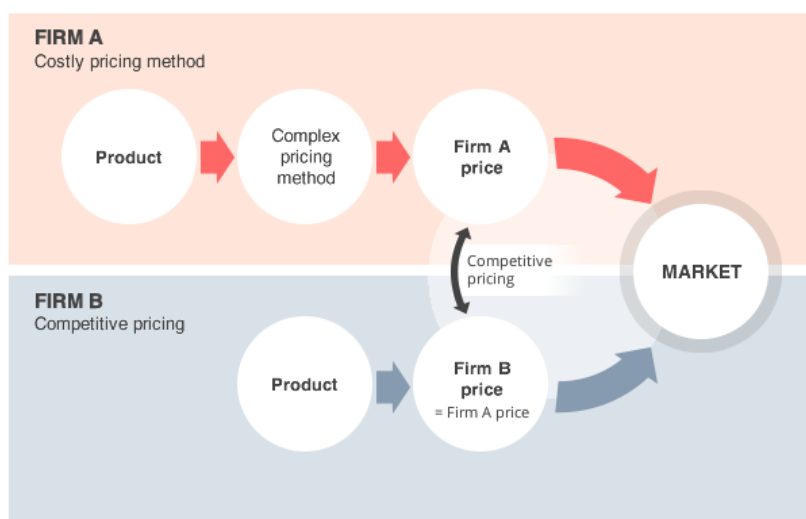
LION IMPORT PERU S.A.C. utilizará dos métodos para poder fijar su precio de venta al cliente final.

Nuestro primer método está basado en la competencia, este método funciona cuando hay otras empresas que venden el mismo producto, este criterio se ha tomado en cuenta debido a que debemos evaluar el precio promedio del mercado que tienen las empresas competidoras al momento de vender sus productos a Perú. También analizaremos los precios de venta considerando otro método basado en los costos, esto para poder calcular nuestro el margen de ganancia, y poder obtener un precio que sea acorde a la competencia.

Por lo tanto, se considerará ambos métodos, la de fijación de precio según competidores y según costos para que así la empresa pueda determinar un precio competitivo en el mercado, nuestros clientes pueden validar que el producto es de calidad y el precio a ofrecer está acorde a lo establecido.

Para la determinación del precio de venta se tomará en cuenta las principales empresas que ofertan productos idénticos o similares.

Figura N° 42: Método de Fijación de Precios



Fuente: LOKAD, 2020

5.1.1. Costos y precio

Según Trademap, 2020 “Las importaciones de Perú representan el 0,1% de las importaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las importaciones mundiales es 64.

Basado en la competencia: En el mercado peruano no existen empresas que venden el mismo producto, es por eso que nos vamos a basar de los precios de los proveedores internacionales del producto importado hasta Perú.

Tabla N° 42: Principales precios de venta de empresas que comercializan Sube escaleras eléctricas en el Perú 2020

AÑO	RAZON SOCIAL	PRECIO
2020	MARIO CARRELI	6500
2020	ZONZINI	7890
2020	TYMBIA	4800
2020	MERCADO LIBRE	3100

Fuente: Elaboración propia
Expresado en Dólares ,2020

- **Basado en costos:** Este método basado en costos nos ayudará a establecer el precio mínimo que se debe considerar para no generar pérdidas, y a la vez se puede trabajar con un precio adecuado con las ganancias que se decida entre los socios.

Para hallar el precio usando este método, se deben calcular los costos de producción (importación), de distribución y administración; y sobre esto se agrega un margen que corresponde a las utilidades que se van a generar por la venta del mismo. Al ser Lion Import S.A.C. una empresa importadora, el costo que se considerará como base es el costo de la compra del sube escaleras eléctrico en los términos negociados con el proveedor EWX Litchtenberg.

En la siguiente tabla se observa el cuadro de costo de importación hallado para cada embarque a realizar, tomando como referencia el costo de los productos en términos EXW Litchtenberg.

Como pueden observar, hemos realizado cálculos de los costos de todo el proceso de importación sube escaleras eléctricas desde Austria desde aeropuerto Linz hasta Lima, Perú; para esto ha sido necesario calcular en valor FOB y CIF.

Tabla N° 43: Total Costo Importación

VALOR EXW	291 416.40
GASTOS ORIGEN	1 495
VALOR FOB	292 911.40
FLETE INTERNACIONAL	1 420.60
SEGURO	962.28
VALOR EN ADUANA CIF	295 293.68
ADV(6%)LIBERADA	0.00
IGV(16%)	47 247.00
IPM(2%)	5 906.00
TDA	0.00
PERCEPCION(3.5%)	12 196.00
ANTIDUMPING	0.00
COSTO TRIBUTARIO	0.00
GASTOS TRIBUTARIOS Y DEMAS DERECHOS	65 349.00

GASTOS OPERATIVOS	30.00
AFORO- CANAL ROJO	30.00
GASTOS DE ALMACENAJE	550.00
VISTO BUENO	260.00
DEV. CONTENEDOR VACIO	183.00
TRANSPORTE INTERNO	145.00
COSTO OPERATIVO LOGISTICO	1 198.00
AGENTE DE ADUANA	875.34
COMISION BANCARIA SWIFT	24.00
COSTO DE GESTION OPERATIVO	899.34
COSTO OPERATIVO DE IMPORTACIONES	2 097.34
VALOR DE MERCANCIA IMPORTADA	295 293.68
COSTO DE COMPRA INTERNACIONAL	297 391.02
COSTOS DE GESTION DE LA ACTIVIDAD PRINCIPAL(prorrateo)	510.84
COSTO VARIABLE	297 901.86
COSTOS FIJOS DE ACTIVIDAD PRINCIPAL(prorrateo)	4 537.14
COSTO TOTAL DE IMPORTACIONES	302 439.00
COSTO UNITARIO POR SUBE ESCALERA ELECTRICA (120 unidades)	2 520.33
MARGEN DE GANANCIA	28%
VALOR DE VENTA	3500
IGV(18%)	630
PRECIO DE VENTA AL PUBLICO	\$4 130.00

Fuente: Elaboración propia

El costo de la transferencia bancaria al exterior debido llamada también transacción SWIFT se obtuvo del banco Interbank.

Debido a los cálculos realizados se fijó el siguiente precio de venta en Lima Metropolitana, el cual este afecto al IGV y con un margen del 28% de ganancia.

A continuación, se presenta los costos fijos y variables que incurrirán en nuestro plan de negocio.

En la siguiente tabla, podemos observar los costos fijos que la empresa incurrirá, estos costos son importes que nuestra empresa pagará independientemente de su nivel de ventas. Por lo cual la empresa produzca o no produzca debe asumir con estos pagos.

Los costos fijos pueden ser tangibles e intangibles, en nuestro negocio no contamos con maquinaria, pero si con muebles para oficina, el cual está incluido como costo tangible, los costos intangibles a considerar como son los gastos de personal y gastos administrativos haciendo un total de S/. 109,206.00 soles para el primer año.

Tabla N° 44: Costos Fijos Totales Anuales

Gastos de Personal	85.158.00
Gastos Administrativos	24,048.00
Costos Fijos Totales Anual	109,206.00
Costos Fijos Totales X Embarque	54,603.00

Fuente: Elaboración propia

En la siguiente tabla detallamos los gastos de personal en moneda nacional, dando así un monto anual S/ 85,158.00 soles, pero en la tabla general de costos figura un prorrateo por embarque.

Tabla N° 45: Gastos de Personal

TRABAJADOR	RETRIB. ECON. MENS	RETRIB. ECONO. ANUAL	ESSALUD	SCTR	CTS	GRATIF	VACACIONES	ANUAL	MENSUAL
Gerente general	1,500.00	18,000.00	1,620.00	0.00	1,500.00	3,000.00	750.00	24,870.00	2,073.00
Asistente Ad-Finanzas	1,200.00	14,400.00	1,296.00	0.00	1,200.00	2,400.00	600.00	19,896.00	1,658.00
Asistente Comercial-logístico	1,200.00	14,400.00	1,296.00	300.00	1,200.00	2,400.00	600.00	20,196.00	1,683.00
Tecnico electromecánico	1,200.00	14,400.00	1,296.00	300.00	1,200.00	2,400.00	600.00	20,196.00	1,683.00
Total	5,100.00	61,200.00	5,508.00	600.00	5,100.00	10,200.00	2,550.00	85,158.00	7,097.00

Fuente: Elaboración propia
Expresado en soles

Como indicaba anteriormente nuestro plan concurrirá en costos fijos intangibles como son alquiler de local, servicios generales y contables. Estos gastos se suman al gasto de personal, dando así el costo fijo total.

Tabla N° 46: Costos Fijos Intangibles

DETALLE	CANTIDAD	COSTO MENSUAL SIN IGV	COSTO ANUAL SIN IGV
Alquiler	12.00	1200.00	14,400.00
Servicios básicos	12.00	200.00	2,400.00
Servicios generales	12.00	200.00	2,400.00
Servicios contables	12.00	254.00	3,048.00
Internet móvil	12.00	150.00	1,800.00
Total		2,004.00	24,048.00

Fuente: Elaboración propia
Expresado en soles

Con respecto a los costos variables, en la tabla 46, presentamos los costos variables que incurriremos en nuestras cuatro importaciones que realizaremos al año, y está proyectado a un crecimiento del 10% al segundo año, siguiendo así los siguientes años importaciones constantes.

Tabla N° 47: Total Costos Variables

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo prod. Imp.	2,061,484.6 1	2,267,633.1 0	2,494,396.4 0	2,743,836.0 0	3,018,219.6 0
Publicidad	6,000.00	6,180.00	6,365.40	5,245.10	6,753.10
Pasaje visitas	4,800.00	4,944.00	5,092.32	3,825.90	5,402.40
Muestra	9,500.00				
Comisión aduana	3501.20	3606.20	3,714.40	3,825.85	3,940.60
Transporte distribución	24,000.00	24,000.00	24,720.00	25,461.60	26,225.40
Costo Variable	2,109,285.8	2,306,363.3	2,534,288.5	2,784,924.9	3,060,541.2
Total	1	0	2	2	0

Fuente: Elaboración propia
Expresado en soles

En la tabla 47, se detalla los costos fijos tangibles, los cuales abarcan todo lo que se necesita dentro de nuestra empresa para trabajar de manera adecuada.

Tabla N° 48: Costos Fijos Tangible

Equipos de Oficina	Costo unitario	Cantidad	Costo Total
Computadora	2,500.00	2.00	5,000.00
Impresora	708.00	1.00	708.00
Muebles (escritorio, sillas)	708.00	1.00	708.00
Otros(extintores, botiquin, uniforme)	188.00	1.00	188.00
TOTAL COSTOS S/.			6,604.80
TOTAL COSTOS \$			1,908.90

Fuente: Elaboración propia

A continuación, en la tabla 49 observamos los costos del producto más el embalaje, en cada embarque se trasladará 16 sube escaleras eléctricas vía aérea. Para determinar el costo unitario se utilizó el tipo de cambio de la tabla 51.

Tabla N° 49: Costos De Producción Unitario

PRECIO	PRODUCTO	EMBALAJE	total EXW
EURO	2000	7	€ 2,007.00
DÓLAR	2460	8.61	\$2,468.61
SOLES	8,511.6	29.79	S/8,541.39

Tabla N° 50: Tipo De Cambio Estimado

euro/dólar	dólares/soles	euro/soles
1.23	3.46	4.28

5.1.2. Cotización Internacional

Para una importación ya sea de cualquier producto, lo esencial es escoger un buen proveedor, para esto se pide cotizaciones a varias empresas en Europa para comparar y elegir el que más me convenga por precio, prestigio y calidad.

Esta cotización servirá para saber y tener un criterio del costo la sube escalera eléctrica a importar, ya que de acuerdo a ello como empresa se debe manejar de manera más adecuada los costos.

Una vez contactado al proveedor y de haber solicitado la cotización, se establece que la cotización deberá ser en Incoterm EXW 2020 y la forma de pago será mediante transferencia bancaria adelantado.

Finalmente, una vez aceptada la cotización con las condiciones acordadas entre el proveedor y nuestra empresa, se procederá a enviar la orden de compra, y documentación para poder realizar la importación sin ningún problema.

A continuación, se presenta un modelo de cotización que el proveedor envía en base a lo acordado:

Figura N° 43: Cotización Internacional

Invoice address:

XXX OPERADOR LOGISTICO S.A.C
 Melissa Bujaico L.
 Av. José Pardo XX
 MIRAFLORES
 PERU

Your Reference: inquiry by e-mail Your VAT reg.:
 Customer No.: 220545
 Fax:

Offer ANG2000321

Linz/Lichtenberg 19/10/2020 Page: 1

ARTICLENO	DESCRIPTION	QUANTIT	UNIT	PRICE	DISC.	AMOUNT
060715	LIFTKAR HD 220 B Fold powered stairclimber lifting capacity: 220 kg own weight: 35 kg with handle foldable heights: 1626 mm/1205 mm customs tariff number: 84289090 including standard accessories: 1 pc. battery charger BC 100-230 VAC incl. charging cable SAL 1 pc. battery unit BU-SAL 1 pc. strap SP-SAL 3,50 m (50 mm) EAN-Code: 912004777235 5	120	Pc.	2.000,00		240.000,00
120.302	instruction manual spanish with CE-declaration	120	Pc.			
SERIALNO	2020xxxx .					
960107	packing HD	120	Pc.	7,00		840,00
000.008	EXW Lichtenberg Incoterms 2020	1	Pc.			

DELIVERYTIME upon further agreement

The exporter of the products covered by this document (customs authorization no AT/500/064) declares that, except where otherwise clearly indicated, these products are of EUROPEAN COMMUNITY (EC) preferential origin.

date:

place: AUSTRIA-4040 Lichtenberg name: Elisabeth Bierma

statistic numbers:

LIFTKAR PT/PTR: 87139000

spare parts: 87142000

Intermediate total

€ 240.840,00

XXX OPERADOR LOGISTICO S.A.C Melissa Bujaico L.

Offer

ANG200032

San Miguel

1

Prices Incl. of VAT

ARTICLENO	DESCRIPTION	QUANTIT	PRICE	DISC.
UNIT			AMOUNT	

LIFTKAR SAL/MTK/HD: 84289090
spare parts: 84313900
(if other numbers are applied, they are indicated at each position)

tax number: 013/4230 / tax office no. 52 Finanzamt A-4041 Urfahr
EORI number certificate - Sano Transportgeraete Gmbh ATEOS1000001416

TERMS OF DELIVERY:
All tenders and contracts for the performance of deliveries by us are governed by our terms of delivery ORGALIME S 2012 General Conditions for the supply of mechanical, electrical and electronic products Brussels, März 2012
Any other conditions are herewith explicitly rejected by us.

For further information we are at your disposal and we are looking forward to your definite order.

Term of payment:	Net	€	240.840,00
payment in advance by bank remittance	VAT	€	
Total amount		€	240.840,00s

TC: 1.18

Fuente: SANO(2021)

5.2. Contrato de compra venta internacional (exportaciones / importaciones) y sus documentos

El contrato de compra venta internacional es un acuerdo de voluntades entre un vendedor y comprador que se encuentran domiciliados en diferentes países, a través de este documento se transfiere la propiedad de la mercancía a comercializar teniendo, como contraprestación el pago de un precio acordado, en este contrato figura las condiciones de transporte, seguro, entrega depende del incoterm acordado, forma de pago, cláusulas, penalidades.

Dentro de las negociaciones con nuestro proveedor, se establecieron condiciones del contrato, el cual toma en cuenta la cultura de negocios de nuestro proveedor austriaco, quien se caracteriza por ser una empresa seria y de mucho prestigio, valora la formalidad y puntualidad.

Tabla N° 51: Información del plan para elaboración de contrato compra venta internacional

Aspectos de la compra venta Internacional	Información del Plan de Negocios
Las partes	Exportador: Sano transportgereate Importador: Lion Import SAC
La vigencia del contrato	Aplica por cada embarque. Plazo máximo por 1 año
Mercancía	Sube escalera eléctrica
Cantidad	Total unidades:240
Embalaje	Cajas de cartón
Transporte	Marítimo
Fecha máxima de embarque	7 días después de haber aceptado el primer pago
Lugar de entrega	Lichtenberg, Austria
Incoterm	EXW Linz 2020
Gastos	A cuenta del importador

Transmisión de riesgos	Por parte del exportador la responsabilidad culmina con la entrega de mercancía al transportista
Seguro	Por cuenta del importador
Moneda de transacción	Dólares
Precio	EXW: \$,592,466.40 dólares
Forma de pago	100% adelantado
Medio de pago	TRANSFERENCIA INTERBANK
Documentación	Factura comercial, Packing list, B/L, cotización, certificado de origen, manual de seguridad
Lugar de fabricación	Austria
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).

En el Anexo N°1, se encuentra nuestro contrato de compra venta Internacional, el cual fue aceptado por ambas partes y se encuentra sujeta al reglamento de la Cámara de Comercio Internacional.

5.3. Elección y aplicación del Incoterm

La empresa Lion Import S.A.C ha decidido junto a su proveedor que las importaciones se realicen serán bajo el Incoterm FCA, esto quiere decir que la mercancía será entregada bajo responsabilidad del exportador hasta dejarlo donde el transportista, considerando el aeropuerto de embarque designado. Con respecto al riesgo de pérdida o daño a la mercancía, este se transmitirá cuando la mercancía se encuentre a bordo de carro del transportista y la empresa como importadora correrá con todos los costos desde ese momento en adelante.

La elección del incoterm es primordial para poder designar responsabilidades al exportador e importador, para que durante el proceso no existan controversias.

A continuación, detallare las características del incoterm a usar:

Obligaciones, costos y riesgos asumidos por el vendedor (empresa ABCD Transportgereate GmbH):

El vendedor tiene que notificar al comprador cuando las mercancías estén listas para recoger.

El vendedor tiene que entregar mercadería al transportista del comprador en su fábrica en Lichtenberg, su responsabilidad termina cuando carga la mercancía en el primer transporte designado por el comprador.

El vendedor pagará los costos hasta que los bienes hayan sido colocados en el lugar convenido.

El documento a entregarse es el del primer transportista hacia el vendedor, documento de transporte interno en Austria.

El despacho de exportación lo hace el vendedor

El vendedor nos tiene que proporcionar la factura comercial, lista de empaque y toda documentación adicional que se requiera para la importación.

Obligaciones, costos y riesgos asumidos por el comprador (empresa Lion Import SAC)

- El comprador realizará el pago de la mercancía por transferencia SWIFT.
- El comprador se encargará de contratar el transporte principal.
- Se tiene que brindar información suficiente al vendedor sobre el transportista.
- Las inspecciones de pre embarque serán a cargo del comprador.
- El despacho de importación, los costos y riesgos del tráfico internacional desde que la mercancía son recibidas por el transportista son a cargo del comprador.
- Se tiene que recibir y dar conformidad de los documentos y comprobantes.
- El incoterm a utilizar sería el EXW, 4040 INZ, LICHTENBERG, AUSTRIA INCOTERM 2020.

Figura N° 44: INCOTERM EXW



Fuente: COMERCIO y ADUANAS, 2019

5.4. Determinación del medio de pago y cobro

El elegir y utilizar un medio de pago dentro del comercio internacional es muy importante y existen muchos tipos, se debe elegir considerando tanto la seguridad y costo para que los importadores como exportadores no se perjudiquen.

Otros riesgos son enfocados en lo político/país y Comercial/comprador; de esta manera se llegó al acuerdo de realizar transferencia bancaria.

Los aspectos que consideramos fueron el prestigio de empresa del proveedor, y que nosotros somos una nueva empresa; el costo del medio de pago a elegir.

El medio de pago que escogerá la empresa Lion Import S.A.C, será la de Transferencia al exterior.

Nuestro proveedor trabaja con transferencia bancaria SWIFT a través de su banco Raiffeisenbank Gramastetten-Herzogsdorf , y nosotros trabajaremos con el banco Interbank.

Transferencias al exterior –SWIFT

Es un instrumento de pago simple y bajo costo, esta transferencia es transfronteriza y es articulada por la Society of Worldwide Interbank Financial

Telecommunication (SWIFT), consiste en enviar dinero que hace el comprador al vendedor, para ello el banco del comprador se pone en contacto con el banco del vendedor a través de medios interbancarios electrónicos, el cual también es denominado orden de pago simple.

El código SWIFT (Sociedad de Telecomunicaciones Financieras Interbancarias Mundiales) se creó para poder realizar transferencias internacionales de forma mucho más segura y rápida.

Para este proyecto utilizaremos el medio de pago transferencia bancaria al exterior por lo expuesto anteriormente. El pago es por adelantado, a continuación, detallo el proceso:

- a) Se establecerá un contrato de compra venta internacional entre nuestro proveedor(exportador) y nosotros (importadores).
- b) El importador (Lion Import S.A.C.) informa a su banco en este caso Interbank para que pueda realizar el pago del 100% de la mercancía a nuestro proveedor en Austria.
- c) El banco del importador emite la transferencia a favor del exportador.
- d) La entidad del exportador lo recepciona.
- e) Por último, el exportador embarca la mercadería con los documentos necesarios para poder realizar la importación.

Ventajas:

- Es el medio de pago con la más alta velocidad en entrega de fondos al exterior, puede tardar entre 30 minutos a 3 días como máximo.
- No tiene restricciones sobre el monto monetario del pago (el monto máximo lo establecen las autoridades legislativas de cada país por separado).
- SWIFT es muy popular en todo el mundo, por lo que el pago se puede enviar a cualquier lugar y el sistema garantiza la seguridad de la información enviada sobre transferencias de dinero.
- Las tarifas "SWIFT" son más económicas en comparación con los otros medios de pago, y no es necesario tener una cuenta bancaria.

Una vez elegido el medio de pago y elegido el banco con el cual se trabajará se puede comenzar a realizar las operaciones contando únicamente con el código de Swift y brindando los datos que detallo a continuación:

Tabla N° 52: INFORMACION SWIFT

BANCO BENEFICIARIO	Raiffeisenbank Herzogsdorf	Gramastetten-
BANCO CORRESPONSAL	UNICREDIT BANK AUSTRIA AG	
CUENTA CORRESPONSAL	AT88 3413 5000 0715V4669	
BANCO INTERMEDIARIO	INTERBANK	
CUENTA INTERMEDIARIA	SWIFT CODE: BINPPEPL 1238763237898	

En la siguiente figura se presenta información respecto a las comisiones respecto al banco elegido.

Figura N° 45: Comisión de Transferencia al Exterior

3. TRANSFERENCIAS DEL EXTERIOR							
3.1. Comisión por procesamiento							Al momento del procesamiento.
Ciente: Abono en cuenta corriente / ahorros (7)						US\$ 24.00	
No cliente: Pago en ventanilla (1)			0.25%	US\$ 25.00	US\$ 250.00		
3.2 Comisión por reparación							
Comisión cobrada por investigación y/o corrección de la transferencia (8)						US\$ 25.00	Al cierre de la investigación
3.3 Comisión devolución de fondos al exterior						US\$ 50.00	
3.4 Envío de mensajes swift						US\$ 25.00	

Fuente: INTERBANK(2020)

5.5. Elección del régimen de exportación o de importación

El régimen de Importación a elegir es importante ya que son procedimientos que permiten darle un destino aduanero a los productos, los regímenes se eligen dependiendo el tipo de exportación e importación que se realiza, si el producto va a retornar o no.

Estos regímenes se encuentran descritos en la Ley General de Aduanas para su revisión y correcta aplicación en el comercio internacional.

Por ser una empresa importadora, tenemos cuatro Regímenes Aduaneros, pero el régimen al cual destinamos nuestra mercancía es el de Régimen de Importación para el consumo (código 10) por ser productos que van a venderse de manera directa sin retorno, además este régimen permite el ingreso al territorio aduanero de las mercancías extranjeras para su consumo definitivo en el interior del Perú.

La importación para el consumo de mercancías restringidas y prohibidas se regula por el procedimiento específico “Control de Mercancías Restringidas y Prohibidas” INTA-PE.00.06. La relación referencial de mercancías restringidas o prohibidas puede ser consultada en el portal web de la SUNAT (www.sunat.gob.pe).

Los pasos para una importación definitiva son:

- Numeración de la declaración DAM, lo realiza el despachador de aduana.
- Pagar la deuda tributaria en los bancos autorizados, la fecha varia depende la modalidad de despacho se utilizará, y si es con o sin garantía.
- Revisar el canal de control que nos asignaron, si es canal rojo o naranja incurre en costos adicionales a los previstos.
- Presentación de documentos por parte del despachador de aduanas, si es canal naranja o rojo.
- Esperar conformidad de los documentos.
- Realizar reconocimiento físico si es canal rojo.
- Si todo está conforme, se obtiene el levante.
- Por último, se retira la mercancía.

5.6. Gestión aduanera del comercio internacional

De acuerdo a las sugerencias de mi despachador aduanero, y habiendo elegido el Régimen de importación para el consumo, nuestra modalidad de despacho será el anticipado; la cual nos permitirá solicitar la destinación aduanera desde un plazo máximo de treinta (30) días antes de la fecha de llegada de la mercancía.

REQUISITOS

- DAM numerada y cancelada antes del arribo de medio de transporte.

- Contar con la documentación requerida para el despacho (factura, documento de transporte, seguro).
- Certificado de origen, para la exoneración del Ad Valorem.

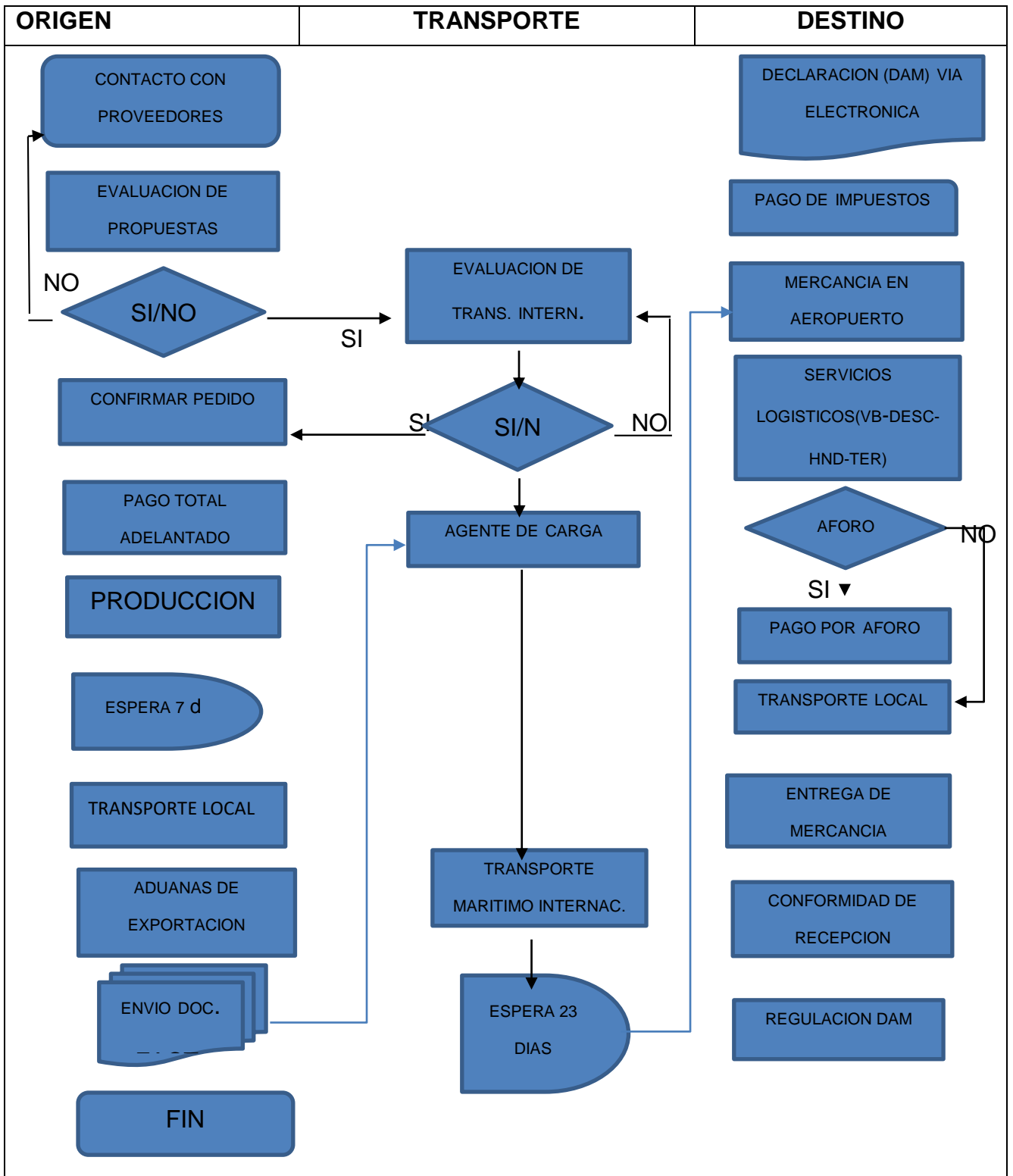
A continuación, los pasos a seguir en la gestión del despacho de aduana:

- El despachador de aduana solicita la destinación aduanera vía transmisión electrónica a la Aduana correspondiente, con la DUA antes de la llegada de la mercancía, transmite información adicional.
- El despachador de aduana cancela la deuda tributaria aduanera (DTA) consignados en la DAM formato C.
- Luego de la liquidación de los tributos, en el portal de la SUNAT se puede visualizar el canal de control asignado a la DUA.
- Las mercancías seleccionadas al canal verde, se trasladan al punto de llegada para su desconsolidación y posterior retiro.
- Luego se realiza la regulación del despacho anticipado, previa transmisión del Documento único de Información del Manifiesto (DUIM) en un plazo de 15 días hábiles siguientes a la fecha de término de la descarga.

5.7. Gestión de las operaciones de importación: Flujograma

Para presentar de manera detallada cada etapa de todo el proceso de importación desde del país de origen hasta llegar al almacén del importador, se usará un flujograma.

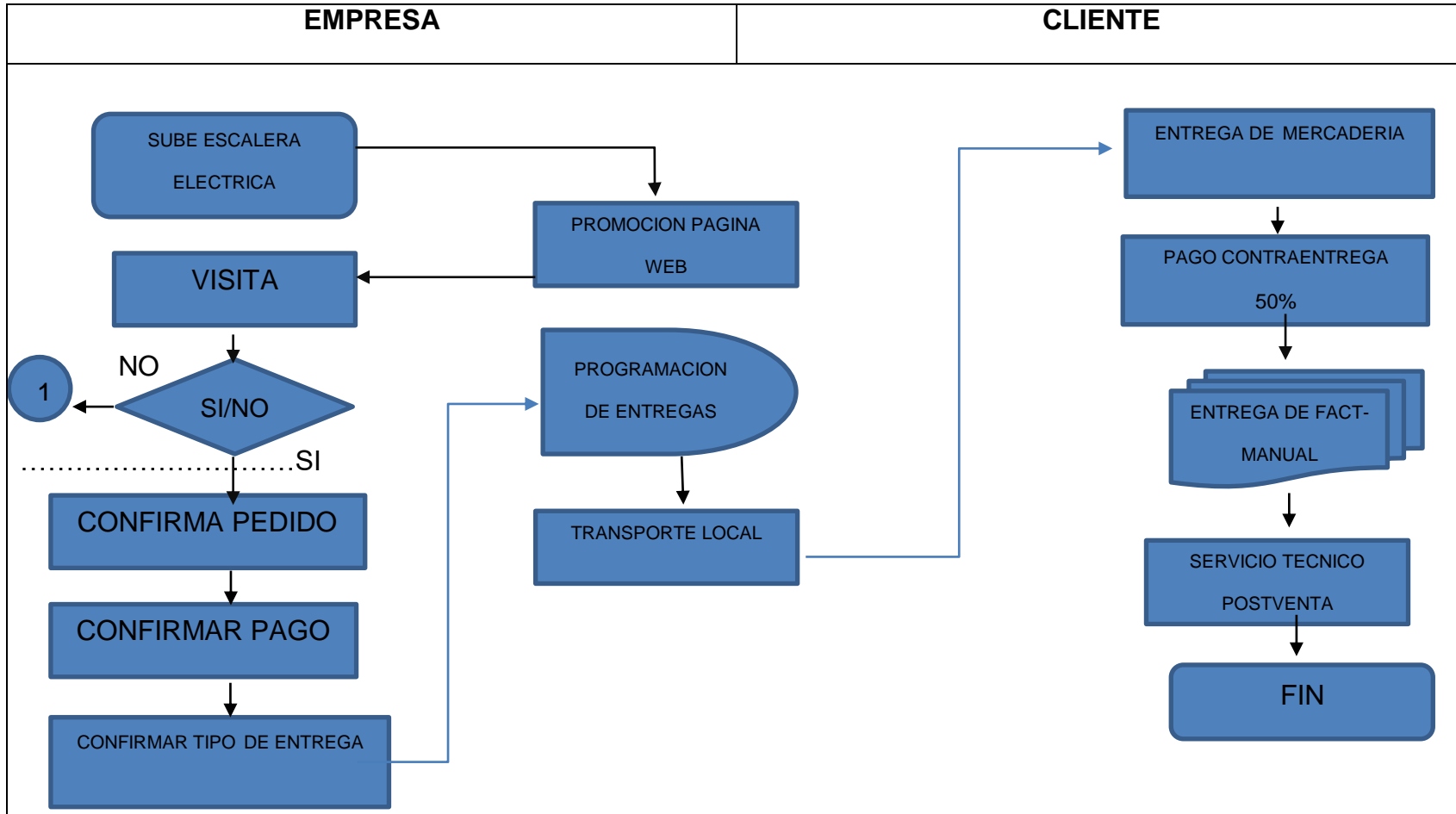
Figura N° 46: Flujoograma de Importación de la Empresa



Fuente: Elaboración Propia

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

Figura N° 47: Flujograma de Importación de la Empresa



VI. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

A continuación, detallaremos la información de nuestro plan como son nuestro capital de trabajo, inversión inicial por parte de los socios y por parte del banco, activos tangibles e intangibles, presupuesto de costo y gastos, nuestro estado de ganancias y pérdidas, el cual muestra las utilidades posibles.

Además, mediremos nuestros resultados con indicadores económicos y financieros, para así fundamentar la ejecución del proyecto.

6.1. Inversión Fija

6.1.1. Activos tangibles

Son los activos que compra la empresa para su beneficio económico y es de uso necesario para que la empresa pueda comenzar a funcionar.

Tabla N° 53: Activos Tangibles

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL
Computadora y sistemas	2	1,440.68	2,881.36
Impresora	1	600.00	600.00
Muebles escritorio y sillas	1	600.00	600.00
Extintores	1	30.00	30.00
Botiquín	1	50.00	50.00
Uniforme del personal	4	20.00	80.00
Total	-	-	4,241.36

Expresado en soles

Para nuestro negocio no es necesario mucho activo tangible ya que la principal función de la empresa es comercializar el sube escalera eléctrica.

En la Tabla 52, se detallan nuestros costos de los bienes tangibles, se está considerando cantidades de acuerdo al tamaño de nuestra empresa, por ello

tenemos los equipos de oficina, uniformes y otros que servirán a la empresa para iniciar sus actividades con normalidad y buen funcionamiento. Los costos de estos bienes tangibles nos dan un total de S/ 4,241.36 soles.

6.1.2. Activos intangibles

Los activos intangibles son muy valiosos para la empresa y carecen de valoración económica, estos activos que se encuentran dentro de la empresa y se caracterizan por carecer de valoración económica.

Tabla N° 54: Activos Intangibles

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL
Elaboración del Plan de Negocio	1	1,500.00	1,500.00
Constitución de la empresa	1	120.00	120.00
Licencia de funcionamiento	1	33.00	33.00
Inspección de defensa civil	1	69.00	69.00
Inscripción de planillas	4	31.00	124.00
Legalización de libros contables	1	30.00	30.00
Página web	1	500.00	500.00
Promoción y publicidad	1	2500.00	2500.00
Total	-	-	4,876.00

Expresado en soles

En la Tabla 54 detallamos los activos intangibles como son la elaboración del plan de negocio, constitución de la empresa, licencia de funcionamiento, defensa civil, inscripción de planillas, legalización de libros contables, el diseño de página web y publicidad, el cual nos dio un costo total de S/. 4,876.00 nuevos soles.

6.2. Capital de Trabajo

Es la capacidad que tiene la empresa para poder operar con normalidad, estos capitales deberán estar disponibles a corto plazo para cubrir los gastos o percances que se presenten dentro de la empresa.

Tabla N° 55: Capital de Trabajo

DESCRIPCIÓN	COSTO
Costo Unitario Producto	8402.51
Costo por importación (semestral)	1008300.74
Capital de Trabajo	1008300.74

Expresado en soles

En la Tabla 55, podemos observar que nuestro capital de trabajo, cubre nuestra primera importación. Para nuestra empresa, el capital de trabajo servirá para los primeros meses que comiencen las actividades, éste se usara cuando no haya para así poder cubrir los costos y gastos en los que incurre la empresa en tiempos difíciles.

6.3. Inversión Total

Es aquel dinero que se utilizará para dar inicio a las actividades de la empresa. Esta inversión se puede colocar con aporte propio o a través de un préstamo bancario, en nuestro caso nuestra empresa trabajara con aporte de 3 socios y préstamo bancario.

Tabla N° 56: Inversión Total

DETALLE	CANTIDAD
Inversión Fija Tangible	4,241.36
Inversión Fija Intangible	4,876.00
Capital de Trabajo	1008300.74
INVERSIÓN TOTAL	1017418.10

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 56, se puede observar el total de la inversión que se debe tener para que la empresa Lion Import S.A.C pueda operar de manera normal, en este aspecto, dentro de la inversión total se está considerando: Inversión tangible, Inversión intangible y el capital de trabajo, el cual tiene un total de S/ 1.017,418,10 soles.

6.4. Estructura de Inversión y Financiamiento

Tabla N° 57: Estructura de financiamiento

Fuente de financiamiento	Valor	Porcentaje
Aporte socios	450,000.00	44.23%
Préstamo/Deuda	567420.00	54.77%
Total	1017420.00	100%

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 57, se puede observar nuestra estructura de financiamiento, el cual está constituido por un aporte de capital propio de 44.23%, y el restante 55.77% será financiado con un préstamo por parte del banco Interbank. El aporte de 44.23% del plan de negocio es efectuado por 3 socios, cada uno con un aporte de 150,000.00 soles, que equivale un total de S/. 450,000.00.

Del banco Interbank nos estamos financiando la cantidad de S/. 567,420.00 soles a una tasa anual de 22%.

6.1. Tributación de la exportación

Tabla N° 58: Tributos de Importación

VALOR FOB	133,813.35
FLETE INTERNACIONAL	10,157.18
POLIZA DE SEGURO	1,211.00
VALOR EN ADUANA CIF	145,181.53
ADV(6%)LIBERADA	0.00
IGV(16%)	23,230.44
IPM(2%)	2,902.94
TDA	0.00
PERCEPCION(3.5%)	5,996.18
ANTIDUMPING	0.00
COSTO TRIBUTARIO	0.00
GASTOS TRIBUTARIOS Y DEMAS DERECHOS	32,129.56

Expresado en soles

La Tabla 58, se muestra los tributos a pagar por la importación de sube escalera eléctrica para nuestro plan de negocio, para ello se está considerando al ad valorem

0% ya que este producto se acoge al TLC PERU- UNION EUROPEO, impuesto general a las ventas 16%, el impuesto de promoción comercial 2%, y percepción anticipada 3,5% ya que primero se realizó la importación de una sube escalera eléctrica como muestra.

6.2. Fuentes financieras y condiciones de crédito

Tabla N° 59: Créditos bancarios – Capital de trabajo para microempresas

Tasa Anual (%)	INTERBANK	COMER- CIO	CREDITO	PICHIN- CHA	MI BANCO	SCOTIA- BANK	BBVA
Microempresas	25.45	-	23	30.79	-	17.77	5.07
Préstamos a cuota fija hasta 30 días	36.06	-	24.08	39.75	-	-	17.11
Préstamos a cuota fija de 31 a 90 días	14.67	-	15.18	-	55.55	13.5	-
Préstamos a cuota fija de 91 a 180 días	14.52	-	-	-	60.24	-	18.45
Préstamos a cuota fija de 181 a 360 días	22.00	-	-	-	54.44	-	28.27
Préstamos a cuota fija a más de 360 días	15.51	-	23.97	32.86	44.73	23	29.32

Fuente: Superintendencia de Banca y Seguros (Referencial noviembre 2019)

En las Tabla 59, se observa las tasas de algunos bancos que se ofrece a clientes que deseen una inversión de capital de trabajo para que así comience a marchar el negocio. Analizando esta tabla se tomó la opción de trabajar con el banco Interbank ya que nos ofrece una tasa de 22% de Tasa de Efectiva Anual. La entidad bancaria no nos otorga un financiamiento como empresa ya que no tenemos historial crediticio, es por eso que realizamos el préstamo a nombre de unos de los socios quien cuenta con historial crediticio, con esto podremos acceder a un préstamo como una estrategia para poder financiar la inversión que necesita la empresa.

Tabla N° 60: Fuentes Financieras y condiciones de crédito en base a una TEA 22%

PRÉSTAMO	
Monto	567,420.00
Cuotas	36.00
Tasa (TEM)	1.67%

Cuotas mensuales	21,102.04
TEA	22.00%

Expresado en soles

En la tabla 60 se puede observar las características del préstamo que tiene la empresa Lion Import S.A.C., el cual es de S/ 567,420.00 soles que se deben de pagar en 3 años, con un interés efectivo mensual del 1.67%, con un valor de la cuota es de S/. 21,102.04 soles.

En este caso se está financiando el 55.77% de la inversión total, con la finalidad de poder completar el monto que se necesita para empezar el negocio.

Según (Interbank ,2018) los requisitos para obtener un crédito personal son:

- Contar con una línea de Crédito Interbank.
- Copia de Documento de DNI.
- Copia de tus dos últimas boletas de pago.

Tabla N° 61: Flujo de Caja de Deuda

Numero Cuota	Valor de la Cuota	Intereses	Capital	Saldo	Acumulado	
					Capital	Intereses
				567,420.00		
1	21,102.04	9,481.00	11 621,04	555 798,96		
2	21,102.04	9 286,82	11 815,21	543 983,75		
3	21,102.04	9 089,40	12 012,63	531 971,12		
4	21,102.04	8 888,69	12 213,35	519 757,76		
5	21,102.04	8 684,61	12 417,42	507 340,34		
6	21,102.04	8 477,13	12 624,91	494 715,43		
7	21,102.04	8 266,18	12 835,86	481 879,58		
8	21,102.04	8 051,71	13 050,33	468 829,25		
9	21,102.04	7 833,65	13 268,39	455 560,86		
10	21,102.04	7 611,95	13 490,09	442 070,77		
11	21,102.04	7 386,54	13 715,49	428 355,28		
12	21,102.04	7 157,37	13 944,66	414 410,62	153,009.38	100,215.07
13	21,102.04	6 924,37	14 177,67	400 232,95		

14	21,102.04	6 687,48	14 414,56	385 818,39		
15	21,102.04	6 446,63	14 655,41	371 162,98		
16	21,102.04	6 201,75	14 900,29	356 262,69		
17	21,102.04	5 952,78	15 149,26	341 113,43		
18	21,102.04	5 699,65	15 402,39	325 711,05		
19	21,102.04	5 442,29	15 659,74	310 051,30		
20	21,102.04	5 180,64	15 921,40	294 129,90		
21	21,102.04	4 914,61	16 187,43	277 942,47		
22	21,102.04	4 644,13	16 457,91	261 484,56		
23	21,102.04	4 369,14	16 732,90	244 751,66		
24	21,102.04	4 089,55	17 012,49	227 739,17	186,671.45	66,553.01
25	21,102.04	3 805,29	17 296,75	210 442,41		
26	21,102.04	3 516,27	17 585,76	192 856,65		
27	21,102.04	3 222,43	17 879,60	174 977,05		
28	21,102.04	2 923,69	18 178,35	156 798,70		
29	21,102.04	2 619,94	18 482,09	138 316,60		
30	21,102.04	2 311,13	18 790,91	119 525,69		
31	21,102.04	1 997,15	19 104,89	100 420,80		
32	21,102.04	1 677,93	19 424,11	80 996,69		
33	21,102.04	1 353,37	19 748,67	61 248,03		
34	21,102.04	1 023,39	20 078,65	41 169,38		
35	21,102.04	687,90	20 414,14	20 755,24		
36	21,102.04	346,80	20 755,24	(0,00)	227,739.17	25,485.29
		192,253.36	567,420.00			

Expresado en soles

En la Tabla 61, mostramos el flujo caja de deuda del préstamo que hemos solicitado para nuestro plan de negocio, está constituida por el saldo deudor (567,420.00 soles), el cual corresponde al préstamo que se solicitará e ira disminuyendo mientras se vaya a amortizando la deuda mensualmente durante 3 años. El monto total a pagar es el monto prestado más los intereses ganados.

6.3. Presupuesto de costos

- **Costos Directos**

Dentro de los costos directos, se observan los costos que se encuentre relacionados directamente al producto que se va a comercializar.

En este caso los productos a comercializar en Lima Metropolitana son los sube escaleras eléctricas.

Tabla N° 62: Costo de Importación

VALOR EXW	291 416.40
GASTOS ORIGEN	1 495
VALOR FOB	292 911.40
FLETE INTERNACIONAL	1 420.60
SEGURO	962.28
VALOR EN ADUANA CIF	295 293.68
ADV(6%)LIBERADA	0.00
IGV(16%)	47 247.00
IPM(2%)	5 906.00
TDA	0.00
PERCEPCION(3.5%)	12 196.00
ANTIDUMPING	0.00
COSTO TRIBUTARIO	0.00
GASTOS TRIBUTARIOS Y DEMAS DERECHOS	65 349.00
GASTOS OPERATIVOS	30.00
AFORO- CANAL ROJO	30.00
GASTOS DE ALMACENAJE	550.00
VISTO BUENO	260.00
DEV. CONTENEDOR VACIO	183.00
TRANSPORTE INTERNO	145.00
COSTO OPERATIVO LOGISTICO	1 198.00
AGENTE DE ADUANA	875.34
COMISION BANCARIA SWIFT	24.00
COSTO DE GESTION OPERATIVO	899.34
COSTO OPERATIVO DE IMPORTACIONES	2 097.34

VALOR DE MERCANCIA IMPORTADA	295 293.68
COSTO DE COMPRA INTERNACIONAL	297 391.02
COSTOS DE GESTION DE LA ACTIVIDAD PRINCIPAL(prorrateo)	510.84
COSTO VARIABLE	297 901.86
COSTOS FIJOS DE ACTIVIDAD PRINCIPAL(prorrateo)	4 537.14
COSTO TOTAL DE IMPORTACION	302 439.00
COSTO UNITARIO POR SUBE ESCALERA ELECTRICA (120 unidades)	2 502.33

Expresado en dólares

En Tabla 62, se consideran todos los costos que se presentan al momento que la empresa LION IMPORT S.A.C. importa los sube escaleras eléctricas de Austria puerto de Hamburgo hasta el puerto del Callao, Perú. El cual se ha obtenido como resultado que el costo unitario por sube escalera eléctrica es US\$ 2520.00 dólares americanos.

Tabla N° 63: Presupuesto de costos de productos

Descripción	Costo	Cantidad	Costo de Importación	Costo Anual
Costo Unitario				
Producto Importado en soles	8,589.51	120.00	1,030,742.30	2,061,484.61
Total	8,589.51		1,030,742.30	2,061,484.61

En la Tabla 63, se puede observar los costos que involucran importar sube escaleras eléctricas. En total se ha cuantificado de manera anual en S/ 2,061,484.61 soles.

- **Costos Indirectos**

Tabla N° 64: Presupuesto gastos de personal

TRABAJADOR	RETRIB. ECON. MENS	RETRIB. ECON. ANUAL	ESSALUD	SCTR	CTS	GRATIF	VACACIONES	ANUAL	MENSUAL
Gerente general	1,500.00	18,000.00	1,620.00	0.00	1,500.00	3,000.00	750.00	24,870.00	2,073.00
Asistente Ad-Finanzas	1,200.00	14,400.00	1,296.00	0.00	1,200.00	2,400.00	600.00	19,896.00	1,658.00
Asistente Comercial-logístico	1,200.00	14,400.00	1,296.00	300.00	1,296.00	2,400.00	600.00	20,196.00	1,683.00
Tecnico electromecánico	1,200.00	14,400.00	1,296.00	300.00	1,296.00	2,400.00	600.00	20,196.00	1,683.00

Total	5,100.00	61,200.00	5,508.00	600.00	5,100.00	10,200.00	2,550.00	85,158.00	7,097.00
--------------	-----------------	------------------	-----------------	---------------	-----------------	------------------	-----------------	------------------	-----------------

Expresado en soles

Tabla N° 65: Presupuesto proyectado de gastos de personal al Año 5

Año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Personal	85,158.00	105,554.00	105,554.00	105,554.00	105,554.00

Expresado en soles

En la Tabla 65, se puede verificar la remuneración de cada trabajador, así como sus beneficios, de acuerdo al régimen laboral especial que nos hemos acogido, nuestros trabajadores obtendrán el beneficio del CTS, seguro, gratificaciones, ESSALUD y vacaciones de quince días, asimismo; generando así un costo anual de S/. 85,158.00 soles.

Tabla N° 66: Presupuesto de gastos fijos

DETALLE	CANTIDAD	COSTO MENSUAL SIN IG V	COSTO ANUAL SIN IG V
Alquiler	12.00	1200.00	14,400.00
Servicios básicos	12.00	200.00	2,400.00
Servicios generales	12.00	200.00	2,400.00
Servicios contables	12.00	254.00	3,048.00
Internet móvil	12.00	150.00	1,800.00
Total		2,004.00	24,048.00

Expresado en soles

Tabla N° 67: Presupuesto proyectado de gastos fijos al Año 5

Año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gatos Fijos	24,048.00	24,048.00	33,648.00	33,648.00	33,648.00

Expresado en soles

En las Tabla 66 y 67, se puede observar de los gastos fijos de la empresa, los cuales abarcan el pago de alquiler de local y los servicios como la luz, el agua, el internet y el teléfono; estos gastos se pagan de manera mensual.

Tabla N° 68: Presupuesto proyectado de gastos administrativos

Útiles de Oficina	Costo unitario	Cantidad	Costo mensual	Costo anual S/.
Hojas bond (millar)	10.00	1.00	10.00	50.00

Archivador	6.00	2.00	12.00	48.00
Lapiceros (cajas)	10.00	1.00	10.00	20.00
Lápices (cajas)	6.00	1.00	6.00	12.00
Perforador	6.00	1.00	6.00	6.00
Engrapador	7.00	1.00	7.00	7.00
Servicio contable	254.00	1.00	254.00	3,048.00
Suministros(agua, luz e internet)	350.00	1.00	350.00	3,500.00
TOTAL COSTOS ADMINISTRATIVOS S/.			655.00	7,860.00
TOTAL COSTOS ADMINISTRATIVOS \$			189.30	2,271.6

En Tabla 68, se observa todo el listado de los útiles de oficina que se usaran en la empresa, como son hojas, archivador, lapiceros, lápices, perforador, engrapadora. Asimismo, en este punto se está considerando el costo por un asesor contable, dando un costo total anual de S/. 7,860.00 soles.

Tabla N° 69: Presupuesto de gastos de ventas

Detalle	Gasto Anual
Asistente Comercial-logístico	20,196.00
Técnico electromecánico	20,196.00
Transporte de sube escaleras	24,000.00
Total	64,392.00

Expresado en soles

Tabla N° 70: Gastos de Ventas Proyectado

RECURSOS	Expresado en Soles por año				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(-) GASTOS DE VENTAS	64,392.0	64,392.0	65,112.0	65,853.6	66,617.4
	0	0	0	6	5

En Tabla 70, se observa el presupuesto de gastos de venta, los cuales son de mucha importancia ya que de ella depende aumentar ventas y obtener mayor

rentabilidad. Para ello la empresa considera importante tomar en cuenta la página web, publicidad en ferias, transporte para realizar las visitas, comisiones y Merchandising, Google Adwords.

6.4. Punto de Equilibrio

Tabla N° 71: Costos Fijos

DETALLE	COSTO ANUAL
Alquiler	14,400.00
Servicios básicos	2,400.00
Servicios generales	2,400.00
Servicios contables	3,048.00
Internet móvil	1800.00
Gerente general	24,870.00
Asistente Ad-Finanzas	19,896.00
Asistente Comercial-logístico	20,196.00
Técnico electromecánico	20,196.00
Costo Fijo Total	109,206.00

En la Tabla 71, se puede observar los costos fijos en el que va incurrir la empresa. Este costo se deberá pagar independientemente de si se vende o no. Estarán constituido por el gasto de personal, gastos de ventas, gastos administrativos y gastos indirectos. El costo fijo total es de S/ 109,206.00 soles para el primer año.

Tabla N° 72: Costos Variables Proyectado

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo producto importado	2,061,484.6 1	2,267,633.0 7	2,494,396.3 8	2,743,836.0 1	3,018,219.6 1
Publicidad	6,000.00	6,180.00	6,365.40	6,556.36	6753.05
Pasaje visitas	4,800.00	4,944.00	5,092.32	5,245.08	5,402.44
Muestra	9,500.00				
Comisión aduana	3,501.20	3,606.24	3,714.42	3,825.85	3,940.63
N° Sube escaleras	240	264	290	320	350
Costo Variable Total	2,109,285.8 1	2,305,363.3 0	2,533,258.5 2	2,783,864.0 2	3,059,448.4 6

En la tabla 72, presentamos los costos variables que incurriremos en nuestras cuatro importaciones que realizaremos al año, y está proyectado a un crecimiento

del 10% al segundo año, siguiendo así los siguientes años importaciones constantes.

Tabla N° 73: Punto de equilibrio

Descripción	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Punto de equilibrio (Cantidad)	191	206	222	241	264
Punto de equilibrio (Dinero)	2,318,707.00	2,501,518.00	2,697,346.00	2,923,066.00	3,198,650.00
N° Sube Escaleras Semestral	120	132	145	160	175
N° Sube Escaleras Anual	240	264	290	320	351

Expresado en soles

En Tabla 73, se verifica la estructura del precio como es el costo unitario, el precio de venta y el punto de equilibrio en dinero y en cantidad; para ello se calculará el punto de equilibrio por producto.

Fórmula de Punto de Equilibrio:

$$PE(Unid) = \frac{CF \times Q}{VT - CV}$$

$$Q = \frac{CF}{P - CVu}$$

Q= Cantidad en unidades

Pv= Precio de venta por unidad

VT= Venta total

CV= Costo variable total

Cvu= Costo variable por unidad

CF= Costo fijo total

Por lo tanto, el punto de equilibrio en cantidades que la empresa deberá comercializar es 191 unidades anuales; con ello la empresa no gana ni pierde y la venta adicional de una unidad que se realice, representará la ganancia para la empresa.

6.5. Presupuesto de ingresos

Tabla N° 74: Cantidad de unidades proyectadas del 2021 al 2026

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
N° Sube escaleras	240	264	290	320	351
Costo Variable Total	240	264	290	320	351

Tabla N° 75: Precio proyectadas del 2021 al 2026

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio Unitario	12,110.00	12,110.00	12,110.00	12,110.00	12,110.00

Tabla N° 76: Presupuesto de Ventas

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Valor de Ventas	2,906,400	3,197,040	3,516,744	3,868,418.4	4,255,260.24
Total	2,906,400	3,197,040	3,516,744	3,868,418.4	4,255,260.24

Como se muestra en la Tabla 76, las ventas en el lapso de cinco años se van incrementando, considerando que se tiene la tasa de crecimiento de 10%. Las ventas en el primer año rodean los S/ 2,906,400.00soles, para ello se comercializará 240 sube escaleras eléctricas durante el primer año, el precio de venta es igual a S/ 12,110.00soles.

- **Depreciación y Amortización:**

Tabla N° 77: Depreciación de activos fijos tangibles

Detalle	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS	4,081.36			3,481.36		
DEPRECIACION		756.27	756.27	756.27	756.27	756.27
VALOR RESIDUAL		3,325.08	2,568.81	1,812.54	1,056.27	300

Expresado en soles

Se muestra en la Tabla 77, la depreciación de los activos fijos tangibles, estos porcentajes son obtenidas de la página de la SUNAT, y varía dependiendo el tipo de tangible que tiene la empresa. Los cuales se van depreciando quedando un valor residual al final de los 5 años. De acuerdo a ello, las computadoras y la impresora

multifuncional se depreciarán en el cuarto año; pero los muebles, escritorios y sillas tiene una depreciación de diez años. Al tercer año se compra 2 computadoras debido al crecimiento de la empresa.

Tabla N° 78: Depreciación de activos fijos intangibles

Detalle	Valor	%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Elaboración del Plan de Negocio	1,500	20%	300	300	300	300	300
Constitución de la empresa	120	20%	24	24	24	24	24
Licencia de funcionamiento y defensa civil	132	20%	26.4	26.4	26.4	26.4	26.4
Página web	500	20%	100	100	100	100	100
Promoción y publicidad	2500	20%	500	500	500	500	500
TOTAL		100%	950.4	950.4	950.4	950.4	950.4

Expresado en soles

En la Tabla 78, se observa la amortización de los activos fijos intangibles, estos costos se amortizan en el transcurso de cinco años. Es decir, al término del quinto año los costos en elaboración del plan de Negocio, Constitución de la empresa, Licencia de funcionamiento y de defensa civil, creación de página web y gastos de promoción y publicidad ya estarían pagados al 100%.

Tabla N° 79: Crédito fiscal

Detalle	Años					
	0	1	2	3	4	5
IGV Compras	3,151.12	429,890.09	465,894.03	510,667.82	556,590.10	607,678.44
IGV Ventas	-	523,152.00	575,467.20	633,013.92	696,315.31	765,946.84
Resultado	3,151.12	- 90,110.79	-109,573.17	-122,346.10	-139,725.21	-158,268.4

Crédito Fiscal	3,151.12	- 86,959.67	-196,523.83	-122,346.10	-139,725.21	-158,268.4
PAGO IGV	-	-86,959.67	-196,532.83	122,346.10	-139,725.21	-158,268.4

Expresado en soles

En la Tabla 79, se puede observar el crédito fiscal, que es la diferencia del IGV de ventas menos el IGV de compras más el crédito fiscal del año anterior. El pago del IGV de compras se está considerando dentro de los egresos del flujo de caja económico.

Este crédito fiscal sirve como estrategia para reducir el pago de impuestos, Lion Import S.A.C, se proyecta en pagar el primer año S/. 86,959.67 soles, en el segundo año S/. 196,532.83 soles y así sucesivamente. Este cuadro nos demuestra que mientras más ventas y menos compras realiza la empresa, se paga más impuesto IGV ante la SUNAT.

6.6. Presupuesto de egresos

Nuestro plan está proyectado a cinco años, nuestros costos variables, materiales indirectos, gastos de personal, gastos fijos, gastos administrativos y gastos de ventas, la proyección estará en función del promedio de la tasa de inflación, así como en función al promedio de la tendencia de ventas, las 2 tasas que trabajamos son del 3%.

Tabla N° 80: Tasa de inflación del año 2021 al 2025

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inflación	3.30%	3.20%	3.10%	3.00%	2.80%

Fuente: BCR

Esta información se ha obtenido del Banco Central de Reserva, el cual estima una tasa de inflación del 3%, esta tasa nos ubica como un país económicamente estable.

6.7. Flujo de caja proyectado

6.7.1. Flujo de caja Económico

Tabla N° 81: Flujo de caja económico

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS		2906400.0	3197040.0	3516744.0	3868418.4	4255260.2
Ingresos operativos		2906400.0	3197040.0	3516744.0	3868418.4	4255260.2
Ingresos no operativos		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
COSTO Y GASTOS		2219648.1	2436121.5	2673616.8	2924222.3	3199806.7
Costos fijos		109206	129602	139202	139202	139202
Costos Variables		2109285.8	2305363.3	2533258.5	2783864.02	3059448.5
Depreciación		756.27	756.27	756.27	756.27	756.27
Amortización intangible		400.00	400.00	400.00	400.00	400.00
UTILIDAD OPERATIVA		686751.92	760918.4	843127.2	944196.1	1055453.5
Impuesto renta 29%		199158.06	220666.34	244506.89	273816.87	306081.52
UTILIDAD NETA		487593.86	540252.08	598620.32	670379.24	749371.99
Depreciación		756.27	756.27	756.27	756.27	756.27
Amortización intangible		400.00	400.00	400.00	400.00	400.00
Valor Residual						300.00
Inversiones	-1017418.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-1017418.10	488750.13	541408.35	596295.23	671535.51	750828.26
FCF ACUMULADO	-1017418.10	-528667.96	12740.39	609035.63	1280571.13	2031399.39

En la tabla 81, se puede observar que el flujo de caja económico está constituido por los ingresos operativos y egresos operativos, los cuales están proyectados en un plazo de 5 años.

6.7.2. Flujo de caja Financiero

Tabla N° 82: Flujo de caja financiero

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS		2906400.0	3197040.0	3516744.0	3868418.4	4255260.2
Ingresos operativos		2906400.0	3197040.0	3516744.0	3868418.4	4255260.2

Ingresos no operativos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
COSTO Y GASTOS	2319863.15	2502674.58	2699102.08	2924222.29	3199806.73
Costos fijos	109206	129602	139202	139202	139202
Costos Variables	2109285.8	2305363.3	2533258.5	2783864.02	3059448.5
Intereses	100215.07	66553.01	25485.29		
Depreciación	756.27	756.27	756.27	756.27	756.27
Amortización intangible	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00
UTILIDAD OPERATIVA	586536.85	694365.42	817641.92	944196.11	1055453.51
Impuesto renta 29%	170095.69	201365.97	237116.16	273816.87	306081.52
UTILIDAD NETA	416441.16	49299945	580525.77	670379.24	749371.99
Depreciación	756.27	756.27	756.27	756.27	756.27
Amortización intangible	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00
Valor Residual					300.00
Amortización	-153009.38	-186671.45	-227739.17		
Inversiones	-1017418.10	0.00	0.00	-3481.36	0.00
Prestamo	567420.00				
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-449998.10	264588.05	307484.27	350461.51	671535.51
FCF ACUMULADO	-449998.10	-185410.05	122074.22	472535.74	1144071.35

Expresado en soles

En la Tabla 82, mostramos nuestro flujo de caja financiero, el cual incluye la deuda del préstamo bancario y los egresos por los intereses de deuda, estos se pagan como gastos financieros. Para hallar el flujo de caja financiero, se debe restar la utilidad operativa al interés, de esta manera se obtiene la utilidad antes de impuesto, la cual reflejará menos por haber considerado al interés, por ello se produce el escudo fiscal por que se paga menos impuesto a la renta por los intereses del préstamo.

6.8. Estado de Ganancias y Pérdida

Tabla N° 83: Estado de ganancias y pérdidas financiero

RECURSOS	Expresado en Soles por año				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) Ventas Netas	2906400.0	3197040.0	3516744.0	3868418.4	4255260.2
(-) Costo De Ventas	2085285.81	2282363.30	2509568.52	2759463.32	3034315.74
Utilidad Bruta	821114.19	914676.70	1007175.48	1108955.08	1220944.50
(-) Gastos Administrativos	68814.00	68814.00	78414.00	68814.00	68814.00
(-) Gastos De Ventas	64392.00	63392.00	64082.00	64792.70	65524.72
(-) Depreciación	756.27	756.27	756.27	756.27	756.27
Utilidad Operativa	687151.92	781714.42	863923.21	964992.11	1076249.51
(+) Ingresos Financieros	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(+) Ingresos Varios	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(-) Gastos Financieros	100215.07	66553.01	25485.29	0.00	0.00
(-) Gastos Varios	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Utilidad Antes Impuesto	586936.85	715161.42	838437.92	964992.11	1076249.51
(-) Impuesto A La Renta	170095.69	201365.97	237116.16	273816.87	306081.52
Utilidad Neta	416841.16	513795.45	601321.77	691175.24	770167.99

Expresado en soles

En la Tabla 83, se presenta el estado de pérdidas y ganancias de la empresa expresado en soles, que inicia con el ingreso por ventas, que es el monto total de las ventas que se darán durante los próximos cinco años del cual se deduce el costo de venta, con esta sustracción obtenemos la utilidad bruta de S/ 821114.19 soles en el primer año, esto representa el monto restante para cubrir los costos operativos, financieros y fiscales.

Luego, se tiene los gastos operativos que engloban los gastos de ventas y los gastos administrativos, el cual está formado por gastos de personal, pago de alquiler de local y servicios, depreciación y amortización, estos se deducen de la utilidad bruta.

Asimismo, la utilidad operativa resultante de S/ 687151.92 soles representa la utilidad obtenida por vender el producto; este importe no considera los costos

financieros ni fiscales. Después la empresa obtuvo S/ 586936.85 de utilidad neta antes de impuestos.

Finalmente, se calculan los impuestos a la tasa fiscal y se deducen para determinar la utilidad neta después de impuesto. La utilidad neta después de impuesto de la empresa fue de S/ 416841.16 soles en el primer año.

6.9. Evaluación de la Inversión

6.9.1. Evaluación Económica

Tabla N° 84: Resultados Económicos

Indicadores	COK	VALOR
VANE	21.33%	682,584.15
TIRE		47.39%
PRIE		1.98
B/C Económico	21.33%	1.67

Expresado en soles y Porcentaje

En la Tabla 84, se tiene la evaluación económica de la empresa, según los indicadores obtenidos se ha verificado que este proyecto es rentable, esto debido a que el flujo de efectivo económico cumple con las condiciones para que un proyecto pueda ser aceptado, por lo tanto se tiene como resultado VANE igual a S/ 682,584.15 soles, un TIRE de 47.39% y un B/C (Beneficio/costo) de 1,67. Finalmente, esto significa que se cumple los requisitos para que un proyecto sea rentable: $VAN > 0$, $TIR > COK$ y el $B/C > 1$.

Tabla N° 85: Periodo de Recuperación Económica (Expresado en soles)

Vida Útil	Inversión	Flujos Efectivos	
	Total Inicial	Actualizado	Acumulado
0	-1,017,418.00		
1		488,750.00	-544,797.00
2		541,408.00	-20,713.00
3		596,399.00	557,197
4		671,639.00	1,208,686.00
5		750,932.00	1,938,592.00

En la Tabla 85, observamos el periodo de recuperación económica, los 2 primeros años se encuentran en negativo, pero a partir del tercer año recuperamos la inversión, esto ocurrirá en 23 meses.

6.9.2. Evaluación Financiera

Tabla N° 86: Resultados Financieros

Indicadores	WACC	VALOR
VANF	18.15%	877,580.44
TIRF		72.50%
PRIF		1.60
B/C Financiero	18.15%	2.95

En la Tabla 86, mostramos nuestro flujo de caja financiero, donde debe cumplir que el VANF < VANE y el TIRF > Tasa de interés que el banco ofrece, con ello se produce un escudo fiscal en beneficio del inversionista. De acuerdo a lo antes mencionado, la empresa tiene como resultado un VANF igual a S/ 877,580.44 soles, un TIRF de 72.50% y un B/C de 2.95, por lo cual se puede deducir que el proyecto es muy rentable. De acuerdo al análisis realizado en ambos casos, tanto flujo financiero como económico el proyecto es bueno, pero el flujo financiero presenta mejores indicadores.

Tabla N° 87: Periodo de Recuperación Financiera (Expresado en soles)

Vida Útil	Inversión	Flujos Efectivos	
	Total Inicial	Actualizado	Acumulado
0	-449,998.00		
1		264,588.00	-194,141.00
2		307,484.00	103,503.00
3		350,462.00	443,101.00
4		671,526.00	1,094,490.00
5		750,828.00	1,824,295.00

En la Tabla N° 87 el Periodo de Recuperación Financiera es de 1,824,29500 soles, esto actualizando los flujos financieros del futuro al presente y teniendo en cuenta el costo de oportunidad.

6.9.3. Evaluación social

Lion Import SAC importa sube escaleras eléctricas para ayudar y facilitar el trabajo a los operarios que manipulan equipos y carga pesada por escaleras, con nuestro producto ya no atentaran contra su salud por tanto esfuerzo de cargar día a día, a la vez también disminuimos los accidentes de trabajo dentro de estas empresas. Con este equipo lo que se desea es facilitar y modernizar el proceso de transporte de carga pesada por escaleras, y al mismo tiempo se logra disminuir el tiempo de entrega pudiéndose así realizar más repartos al día.

Para las empresas del rubro logístico les beneficiara ya que tendrán más personal para realizar otras labores como dar un buen trato al cliente final, ya que ahora en vez de subir un equipo entre 2,3 o 4 personas, ahora solo lo subirá un operario con la sube escalera eléctrica. Quedando así todos contentos tanto trabajadores como el cliente final y la empresa.

Nuestros sube escaleras eléctricas es un producto duradero y de bajo mantenimiento, tienen una vida útil promedio del 10 años. Al final de su vida útil deberá deshacerse de sus diferentes componentes de la forma reglamentaria. Nosotros nos hacemos cargo de la eliminación del aparato completo contra pago.

6.9.4. Impacto ambiental

LION IMPORT SAC., se dedica a la importación sube escaleras eléctricas para su comercialización en empresas de rubro logístico en la ciudad de Lima metropolitana. Nuestro producto se va a importar desde Austria, y no produce ni un daño al medio ambiente; por lo que se ha considerado que en este proyecto será aceptado por nuestro mercado objetivo.

6.10. Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo

El Costo de oportunidad (COK), es la tasa de retorno mínima atractiva que desea recuperar el inversor en este caso los socios. Esta sirve para tomar decisiones al momento de invertir, una vez que se tenga COK las empresas generan valor para el propietario, tomando en cuenta que los retornos de los proyectos de inversión tendrían que ser iguales o mayores.

El COK tiene relación con el riesgo retorno que existe en el mercado, en este caso el retorno que se espera está en función a los rendimientos que tiene la empresa y considerando el riesgo, se tiene que es la variación que existe entre el retorno real y el esperado.

Tabla N° 88: Determinación del COK

TREMA Inversionista 1	19%
Participación Inversionista 1	33.33%
TREMA Inversionista 2	20%
Participación Inversionista 2	33.33%
TREMA Inversionista 3	25.00%
Participación Inversionista 3	33.33%
COK	21.33%

Fuente: Elaboración Propia

6.11. Cuadro de riesgo del tipo de cambio

El análisis de sensibilidad es aquel en el que se evalúa cómo el cambio en una variable genera un impacto sobre un punto específico de interés, siendo muy útil en la evaluación de alternativas para la toma de decisiones en una organización. Por ello, es importante crear varios escenarios con el objetivo de tener diferentes perspectivas con relación a las situaciones que se presenten. Para el caso de un incremento en el tipo de cambio, la empresa LION IMPORT S.AC utilizará el contrato FORWARD DE DIVISAS. Que según el (Diario el Exportador,2020), consiste en un contrato compra venta de divisas a plazo que permite conocer de forma anticipada el precio de la moneda contratada con un importe determinado a una fecha futura fijada.

VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

De nuestra investigación de plan de negocio se concluyó que es un proyecto rentable y viable por las siguientes razones:

- Lion Import S.A.C, es una empresa importadora de sube escalera eléctrica desde Austria para su comercialización en Lima Metropolitana, teniendo como mercado objetivo el sector empresarial logístico. La empresa se ha acogido a la forma jurídica de la Sociedad Anónima Cerrada, sigla “S.A.C”, debido a que se acomoda más a las microempresas que recién inician sus actividades y cumple con los beneficios de ley hacia sus trabajadores, está constituida por 3 socios con un capital de 150,000.00 soles respectivamente y financiado por un préstamo bancario de 567,420.00 a un plazo de 3 años, con este aporte de dinero se completó la cantidad necesaria para poder iniciar con el negocio.
- Nuestro producto es nuevo en el mercado nacional, tiene una alta tecnología, es de fácil manipulación y esta patentada con la marca LIFKART, es de mucha necesidad para las empresas que transportan equipos o cargas pesada por escaleras, ya que disminuye el esfuerzo del operario y cantidad de trabajadores para empresa. Las baterías tienen alto rendimiento de duración gracias al sistema automático y a la vez cuenta con el símbolo CE que significa que cumple con los requisitos de seguridad e higiene de la directiva sobre Maquinas. Tiene una vida útil promedio de 10 años ya que es un producto duradero y de bajo mantenimiento. Al ser nuestro producto nuevo en el mercado nacional necesitamos realizar primero visitas a las empresas para enseñarles y crear la necesidad de comprarlo.

- Para este plan de negocio estamos proyectando un crecimiento anual del 10% debido a que el primer año recién el mercado nacional está conociendo el producto, ya para los próximos años los sube escaleras estarán posicionados y será más fácil la venta. Llegamos a esta conclusión debido a que cada día el Perú y países subdesarrollados se están modernizando. Este plan maneja precios que se incrementan anualmente con una tasa del 3% de inflación, ya que es la tasa estimada por el Banco Central de Reserva.
- Lion Import SAC contrata una agencia de aduanas el cual nos brinda un servicio logístico integral desde el transporte internacional hasta su llegada en puerto Jorge Chávez, cubierto por un seguro internacional, ésto con el objetivo de que ya conozcan todo el proceso, la operatividad y coordinación para embarcar la mercancía y realizar los trámites de desaduanaje de manera rápida y eficiente, evitando así retrasos.
- Esta importación es rentable y viable de acuerdo al análisis económico-financiero realizado, debido a que presenta un Valor Actual Neto (VAN-Económico) de S/ 682,584.15 soles y una Tasa Interna de Retorno (TIREconómico) de 47.39%. Por otro lado, con lo que respecta al análisis financiero al Valor Actual Neto (VAN-Financiero) de S/ 877,580.44 soles y una Tasa Interna de Retorno (TIR-Económico) de 72.50%.

7.2. Recomendaciones.

- A la empresa se recomienda importar mayor variedad de productos del mismo rubro, para así estar todos los años en la vanguardia y no perder la misión de la empresa. Seguidamente importar y comercializar accesorios para que los sube escaleras sean más cómodos hacia el comprador.
- Buscar nuevas agencias de aduanas y carga, o actualizar tarifas para así reducir costos de importación y generar una mayor ganancia. Para así poder tener un costo menor y poder disminuir el precio de venta sin perder la calidad del producto.

- Se recomienda monitorear de manera periódica los indicadores económicos y financieros de viabilidad de este proyecto, el mismo que brinda rentabilidad. Se debe actualizar los costos que se presenten en el periodo de cinco años para analizar la situación en la que se presente, ya que existen factores externos a la empresa que pueden causar cambios o inestabilidad económica al negocio. A la vez evaluar el flujo de caja anualmente bajo un modelo Punto de Equilibrio para así determinar las brechas y políticas de ajuste que se tuviera que realizar.
- Se recomienda aumentar el presupuesto de gastos de venta, para invertirlo en ferias especializadas, pagos de página web, google adwords, merchandising y LinkedIn empresarial. Esto con la finalidad de aumentar las ventas y lograr que la empresa sea cada año más rentable.
- Se recomienda aumentar el préstamo bancario para importar mayor cantidad de sube escaleras y así poder negociar el precio de la sube escalera eléctrica con el proveedor en Austria, a la vez solicitar la licencia de venta exclusiva de la marca en Perú.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Advange Austria (2020) Datos económicos. Guía de negocios de Austria. Recuperado de <https://www.advantageaustria.org/international/zentral/fresh-view.es.html>
Cita en el texto : (Advantage,2020)
- Aeropuerto Linz(2020). Flights & More. Recuperado de <http://www.linz-airport.com/en/cargo/general-information>
Cita en el texto : (Aeropuerto Linz,2020)
- Asociación Española de Empresas de Branding (2020) Think& Sell Branding. Recuperado de <https://thinkandsell.com/servicios/branding/>
Cita en el texto : (AEBRAND,2020)
- Banco Central de Reserva del Perú (BCRP). Reporte de Inflación Setiembre 2020 Panorama Actual y proyecciones macroeconómicas 2020-2021 (pp. 11-17) Recuperado de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2020/setiembre/reporte-de-inflacion-setiemibre-2020.pdf>
Cita en el texto : (BCRP,2020)
- BCRP (2020). Banco Central de Reserva del Perú. Reporte de Inflación Panorama actual y proyecciones macroeconómicas 2020- 2021. Proyección de Inflación. Recuperado de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2020/junio/reporte-de-inflacion-junio-2020-presentacion.pdf>
Cita en el texto : (BCRP,2020)
- Calderón, C.(2020) Contrato de compra venta internacional. Recuperado de <https://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/calidad/137f0d29-35d6-4ede-b74c-4e1e09b7f0e3.pdf>
Cita en el texto : (Calderón, C.,2020)
- CCL (2020) Cámara de Comercio de Lima. Directorio empresarial. Recuperado de <http://200.37.9.27/CCLDirectoriovirtual/>
Cita en el texto : (CCL,2020)

- Ceballos, A. (2019) FCA Incoterm 2020: definición y ejemplos. Comercio y Aduanas. Recuperado de <https://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms/incoterm/que-es-incoterm-fca/>
Cita en el texto : (Ceballos, A., 2020)
- CESCE (2020). Compañía Española de Seguros de Créditos a la Exportación (2020) Riesgo país: Diagnostico de riesgos políticos y comerciales. Recuperado de <https://www.cesce.es/riesgo-pais>
Cita en el texto : (CESCE,2020)
- Confederación Nacional de Instituciones Empresariales (2020).Por la estabilidad social, política y económica del Perú .Recuperado de <https://www.confiep.org.pe/noticias/por-la-estabilidad-social-politica-y-economica-del-peru/>
Cita en el texto : (CONFIEP,2020)
- Diario el exportador. (2020) ¿Cuándo utilizar los incoterms CPT y CIP en lugar de los incoterms CFR y CIF? Recuperado de <https://www.diariodelexportador.com/2017/12/cuanto-utilizar-los-incoterms-cpt-y-cip.html>
- Diario del exportador (2020) El riesgo de tipo de cambio y sus mecanismos de cobertura. Recuperado de <https://www.diariodelexportador.com/2018/05/el-riesgo-de-tipo-de-cambio-y-sus.html>
- Diario del Exportador (2020). Incoterm 2020:FCA. Recuperado de <https://www.diariodelexportador.com/2020/02/incoterms-2020-fca.html#!/tcmbck>
- Diario del exportador (2020) ¿Qué es la póliza de seguro de transporte internacional? Recuperado de <https://www.diariodelexportador.com/2017/04/que-es-la-poliza-de-seguro-de.html>
- DP World .SEREATES (2020). Calculadora de carga. Recuperado de <https://www.searates.com/es/reference/stuffing/>

- Espinoza, R. (2019) Estrategias de crecimiento de la Matriz de Ansoff. Recuperado de <https://robertoespinoza.es/2015/05/31/matriz-de-ansoff-estrategias-crecimiento>
Cita en el texto: (Espinoza, R, 2019)
- Gestión (2017). Objetivos de la empresa .Recuperado el 20 de Octubre del 2020 de INEI: Hay un 17% de empleo informal en el sector formal empresarial | ECONOMIA | GESTIÓN (gestion.pe)
- Gestiopolis (2020). El Costo de Oportunidad de Capital (COK) y el Valor Actual Neto (VAN). Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/oficios/2020/informe-oficios/i057-2020-7T0000.pdf>
- INDECOPI (2020). Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección Intelectual. Registro de Marcas y otros signos. Recuperado de <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>
- INEI (2010). Insitituto Nacional de Estadística e Informática. CIUU REV.4 Clasificación industrial internacional Uniforme. Recuperado de https://proyectos.inei.gob.pe/CIUU/frm_buscar_dCiuu_1.asp
- Intendencia Nacional de Técnica Aduanera (2008). Sistema Anticipado de despacho aduanero de importación definitiva. Recuperado de <http://www.aduanet.gob.pe/aduanas/informca/TR01SADA.htm>
- Interbank(2019) Crédito de préstamo personal. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/oficios/2020/informe-oficios/i057-2020-7T0000.pdf>
- Interbank.(2019). Transferencias al exterior SWIFT. Recuperado de [file:///C:/Users/TSL/Downloads/TAR-0110B%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/TSL/Downloads/TAR-0110B%20(1).pdf)
- Intertransit(2020). Logística y transporte Internacional Logistics Supply Chain International Transport. Tipo de contenedores aéreos. Recuperado de <http://www.intertrasit.com/wp-content/uploads/2015/05/TIPOS-DE-CONTENEDORES-AEREOS.pdf>

LOKAD(2020) Quantitative Supply Chain. Fijación de precios Recuperado de <https://www.lokad.com/>

Marco, E. (2009) SIICEX. Guía de Acondicionamiento y Embalaje.(pp.15-17) Recuperado el 17 de Noviembre del 2020 <https://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/3405193rad609A3.pdf>

Mario Carreli (2018).Stairclimbers. Recuperado de <https://www.mariocarrelli.com/en/stairclimbers/>

Mercado Libre (2020). Oruga Salva escaleras. Recuperado de <https://listado.mercadolibre.com.pe/oruga-salvaescaleras>

Ministerio de Trabajo (2010). Sistema normativo de Información. Recuperado de <https://www.rankia.pe/blog/mejores-opiniones-peru/4368295-tipos-empresas-peru>

Mi empresa propia (2020). Promulgan ley N°30056 que modifica la actual Ley Mype y otras normas para las micro y pequeñas empresas. Recuperado de <https://robertoespinoza.es/2015/05/31/matriz-de-ansoff-estrategias-crecimiento>

Municipalidad San Miguel (2020).Licencias de funcionamiento. Obtenido de <http://www.munisanmiguel.gob.pe//licencias-de-funcionamiento/>

Obs Business School (2020). Cinco estrategias para el posicionamiento de una marca. Recuperado de <https://obsbusiness.school/es/blog-investigacion/marketing-y-comunicacion/cinco-estrategias-para-el-posicionamiento-de-una-marca>

FAO (2017). Organización de las naciones Unidas para la alimentación y la Agricultura NIMF 15 Reglamentación del embalaje de madera utilizado en el comercio internacional. (p7). Recuperado de <http://www.fao.org/3/a-mb160s.pdf>

Porter,M. (1995). Cadena de valor. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/cadena-suministro/#pf1>

Cita en el texto : (Porter, 1995)

- Rankia (2019) Tipos de empresas en el Perú. Recuperado de <https://www.rankia.pe/blog/mejores-opiniones-peru/4368295-tipos-empresas-peru>
- Sano Transportgeraete GmbH (2020) Mundiales. Recuperado de <https://www.liftkar.es/mundial#>
- Sitramos(2020).Productos. Recuperado de <https://sitramos.es/producto/cargomaster-sube-escaleras-electrica-cc160/>
- SUNAT (2020). Características de la Micro y Pequeñas empresas. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/caracteristicas-microPequenaEmpresa.html>
- SUNAT (2020). Concepto PDT – PLAME. Recuperado de <https://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/pdt-plame>
- SUNAT (2020). Informe N° 057-2020-SUNAT/7T0000. Impuesto a la Renta-Depreciación. (p3) .Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/oficios/2020/informe-oficios/i057-2020-7T0000.pdf>
- SUNAT(2020).Orientación aduanera Importación. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/importacion/index.html>
- Sunat (2020). Tablas Anexas N°1: CIUU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme). Recuperado de <https://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/personas-menu/ruc-personas/inscripcion-al-ruc-personas/6745-03-tablas-anexas-ruc-personas>
- S&P Global Market Intelligence (2020) Trend report HS Code 84. Recuperado de <https://.panjiva.com/trendspotting/imports/HTS-Code/84/Nuclear%20reactors,%20boilers,%20machinery%20and%20mechanical%20appliances;%20parts%20thereof/861350>
Cita en el texto : (S&P Global Market Intelligence, 2020)

Trademap (2020). Lista de productos importados de Austria del código 842890Maquinas y aparatos de elevación, carga. Recuperado de https://www.trademap.org/Product_SelProductCountry.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c842890%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c1%7c%7c1%7c1%7c1%7c1

TransferWise (2020)Transferencias internacionales. Recuperado de <https://transferwise.com/>

Cita en el texto : (Tranfer, Wise,2020)

tymby Solutions (2020). SL.Handling & Warehouse equipment. Productos. Recuperado de <https://www.tymby.com/es/producto/2317-carro-subescaleras-170kg-electrico-subescaleras-m108010002-8427982307736>

Urquiaga, S. (2015). Medios de Pago en el Comercio Exterior. Peru Comex Consultores & Asociados. Recuperado de https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/154/Medios_pago_comercio_exterior_2015_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cita en el texto : (Urquiaga, S., 2015)

Vara-Horna, A. (2012). Universidad de San Martín de Porres. Recuperado de <http://www.administracion.usmp.edu.pe/investigacion/files/7-PASOS-PARAUNA-TESIS-EXITOSA-Desde-la-idea-inicial-hasta-la-sustentaci%C3%B3n.pdf>

Veritrade(2020). Comercio Exterior en los últimos 5 años. Recuperado de <https://www.veritradecorp.com/es/valores>

Cita en el texto : (VERITRADE, 2020)

Zonzini. Producto. Recuperado de <https://www.zonzini.es/sube-escaleras-para-mercancias/>

Cita en el texto : (Zonzini, 2020)

ANEXOS

**CONTRATO MODELO ITC PARA LA COMPRAVENTA COMERCIAL
INTERNACIONAL DE MERCADERÍAS**

PARTES:

Vendedor: ABCD Transportgereate GmbH

País de constitución y (de ser apropiado) número de registro mercantil

Austria- FN204150x

Domicilio (establecimiento del Vendedor, teléfono, fax, correo electrónico)

AM Holzpoldlgut 22 - 4040 Linz/Lichtenberg,Austria

Tel: 43(7239)50101

Fax: 43(7239)50101-14

office@abcd.at

Representada por (nombre y apellido, domicilio, cargo, título legal de representación)

Elizabeth Biomma

Cargo: Asistente Comercial

Domicilio: Austria 4040.

Comprador

Nombre (razón social)

Lion Import S.A.C.

Forma legal

Sociedad Anónima Cerrada

País de constitución y (de ser apropiado) número de registro mercantil

Perú.

Domicilio (establecimiento del Comprador, teléfono, fax, correo electrónico)

Av. La Marina 5664 San Miguel, Lima- Perú.

Tel: (01)964581734

ventas@xxx.com

Representada por (nombre y apellido, domicilio, cargo, título legal de representación)

Melissa Bujaico León

Av. José Pardo 123.

Asistente Comercial

En lo sucesivo denominadas como "las Partes"

Mercaderías

Sujeto a lo dispuesto en este contrato, el Vendedor entregará las "sube escaleras eléctricas" al Comprador.

Descripción de la mercancía:

Características:

- Dos interruptores de SUBIR / BAJAR situados a izquierda y derecha del manillar proporcionan un cómodo manejo.
- Idóneo tanto para diestros como para zurdos.
- Sistema de frenado que se activa automáticamente al encender el aparato. Esto garantiza que las ruedas principales se paren justo al llegar al borde del escalón.
- Cuenta con cubo de resbalamiento (engrasado) el aparato está protegido mecánicamente contra impactos sobre las ruedas de apoyo.
- Además cuenta con protección electrónica contra sobrecarga.
- Con dos velocidades y dos modos de operación (modo "escalón por escalón" y modo continuo) se adapta muy bien a sus preferencias personales.

Calidad de las Mercaderías (incluyendo unidades de medida)

- Cumple con todos los requisitos correspondientes de seguridad e higiene de la directiva sobre Máquinas 2006/42/CE.

Cantidad total 120 unidades por embarque

Pago por adelantado debido a prestigio de proveedor.

Empaquetado está a cargo del vendedor- exportador

Demás especificaciones

El periodo de garantía para el LIFTKAR es de 12 meses a partir de la fecha de compra (6 meses para la batería). La garantía cubre cualquier defecto de material o de fabricación.

Entrega

Serán de aplicación los Incoterms de la Cámara de Comercio Internacional (INCOTERM 2020)

Lugar de entrega : Lichtenberg, Austria

Fecha o periodo de entrega: 22 de Enero del 2020.

Transportista a cargo del importador, en este plan será la empresa XYZ SOLUCIONES LOGISTICAS

Precio

Precio total € 240840.00

Precio por unidad (de ser apropiado) €. 2007.00

Cantidad en números240

Cantidad en letrasdoscientos cuarenta

Divisaeuros

Método para determinar el precioBasado en costos

Condiciones de pago

Medios de pago.....transferencia bancaria SWIFT

Detalles de la cuenta bancaria del Vendedor

Bank: Raiffeisenbank Gramastetten-Herzogsdorf BIC: RZOOAT2L135

IBAN: AT88 3413 5000 0715 4669

Momento para el pagoAntes de entrega de mercancía.

Las Partes podrán convenir un método de pago similar a los supuestos mencionados a continuación, en cuyo caso se debe especificar el método convenido y proporcionar los detalles correspondientes:

Pago por anticipado [A la firma de contrato)

Pago por cobranza documentaria

Pago por medio de crédito documentario irrevocable

Pago respaldado por garantía bancaria

Otros medios de pago

Documentos

El Vendedor pondrá a disposición del Comprador (o presentará al banco especificado por el Comprador) la siguiente documentación (marcar los espacios correspondientes e indicar, según sea el caso, el número de copias a ser proporcionadas):

Factura comercial

Los siguientes documentos de transporte

Lista de empaque

Documentos de seguro

Certificado de origen

Certificado de inspección

Documentos de aduana

Otros documentos

Adicionalmente, el Vendedor pondrá a disposición del Comprador los documentos mencionados en los Incoterms emitidos por la CCI según lo convenido por las Partes en el Artículo 2 de este contrato.

Incumplimiento de la obligación del Comprador de pagar el precio en el momento pactado

Si el Comprador incumple con pagar el precio en el momento convenido, el Vendedor otorgará al Comprador un término adicional de tiempo igual a (especificar duración) para el cumplimiento de la obligación de pago. Si el Comprador incumple con la obligación de pago al finalizar el término adicional, el Vendedor podrá declarar el presente contrato resuelto de conformidad con el Artículo 10 de este contrato.

Si el Comprador incumple con su obligación de pagar el precio en el momento convenido, el Vendedor en todo caso tendrá derecho, sin limitar cualquier otro derecho que le pudiera corresponder, a cobrar intereses sobre el saldo insoluto (tanto antes o como después de cualquier fallo) a la tasa de 10 % anual.

Las Partes deben tomar en cuenta que en ciertos sistemas legales el pago de intereses es ilícito o sujeto a una tasa legal máxima o hay una disposición sobre intereses legales sobre pagos impuntuales.

Incumplimiento de la obligación del Vendedor de entregar las Mercaderías al momento pactado

Si el Vendedor incumple con su obligación de entregar las Mercaderías en el momento pactado, el Comprador otorgará al Vendedor un término adicional de 3 días para cumplir con la entrega. Si el Vendedor incumple en su obligación de entregar las Mercaderías al finalizar el término adicional, el Comprador podrá declarar el presente contrato resuelto de conformidad con el Artículo 10 de este contrato.

Falta de conformidad

El Comprador examinará las Mercaderías, o hará que sean examinadas dentro del periodo de tiempo más breve que sea posible de acuerdo a las circunstancias. El Comprador notificará al Vendedor en caso de cualquier falta de conformidad de las Mercaderías, especificando la naturaleza de la falta de conformidad, dentro de 3 días después que el Comprador haya

descubierto o debiera haber descubierto la falta de conformidad. En cualquier caso, el Comprador pierde el derecho de apoyarse en la falta de conformidad si omite notificar al Vendedor de la misma dentro de un periodo que no excederá de dos años a partir de la fecha en que las Mercaderías fueron entregadas físicamente a la parte Compradora.

En caso de que el Comprador haya enviado un aviso de falta de conformidad al Vendedor, el Comprador podrá a su discreción:

Requerirle al Vendedor que entregue cualquier cantidad faltante de las Mercaderías, sin gasto adicional para el Comprador;

Requerirle al Vendedor que reemplace las Mercaderías por mercaderías conformes, sin gasto adicional para el Comprador;

Requerirle al Vendedor que repare las Mercaderías, sin costo adicional para el Comprador;

Reducir el precio en la misma proporción que el valor de las Mercaderías efectivamente entregadas tuvieron al momento de la entrega respecto al valor que mercaderías conformes hubieran tenido en ese momento. El Comprador no podrá reducir el precio si el Vendedor reemplaza las Mercaderías con mercaderías conformes de acuerdo con el párrafo 8.2.2 y 8.2.3 de este Artículo o si el Comprador se rehúsa en aceptar tal cumplimiento para parte del Vendedor; Declarar el presente contrato resuelto de conformidad con el Artículo 10 de este contrato.

En cualquier caso, el Comprador tendrá derecho a demandar daños.

Transferencia de propiedad

El Vendedor deberá entregar al Comprador las Mercaderías especificados en el Artículo 1 de este contrato libre de cualquier derecho o pretensión de terceros. La propiedad de las Mercaderías no pasará al Comprador hasta en tanto el Vendedor haya recibido el pago completo del precio de las Mercaderías. Hasta que la propiedad de las Mercaderías pase al Comprador, la Compradora mantendrá las Mercaderías separados de las Mercaderías propiedad del Comprador y terceros y adecuadamente almacenados, protegidos, asegurados e identificados como propiedad del Vendedor”.

Resolución * del contrato

Hay incumplimiento de contrato cuando una de las partes no cumple con cualquiera de sus obligaciones derivadas de este contrato, incluyendo cumplimiento defectuoso, parcial o impuntual.

Existe un incumplimiento fundamental del contrato en el caso de que:

El cumplimiento estricto con la obligación que no se ha cumplido es esencial conforme a este contrato;

El incumplimiento priva sustancialmente a la parte agraviada de lo que razonablemente tenía derecho a esperar conforme al presente contrato.

Incumplimiento por pago impuntual. Entrega impuntual, falta de conformidad.

En caso de un incumplimiento de contrato de acuerdo con el párrafo 10.1 del presente Artículo, la parte agraviada, podrá, mediante aviso a la otra parte, fijar un plazo adicional de 3 días para el cumplimiento. Durante este periodo adicional la parte agraviada podrá suspender el cumplimiento de sus propias obligaciones recíprocas y podrá demandar daños, pero no podrá declarar resuelto

el presente contrato. Si la otra parte omite cumplir al finalizar el plazo adicional, la parte afectada podrá declarar resuelto el presente contrato.

En caso de un incumplimiento esencial de contrato conformidad al párrafo 10.2 del presente Artículo, la parte agraviada podrá declarar el presente contrato resuelto sin necesidad de otorgar un término adicional para que la otra parte cumpla.

Una declaración de resolución de este contrato surte efectos únicamente si es notificada a la otra parte.

Fuerza mayor – excusa por el incumplimiento

Se entenderá por “fuerza mayor”: guerra, emergencia, accidente, incendio, sismo, inundación, tormenta, huelga industrial o cualquier otro hecho o impedimento que la parte afectada pruebe que estuvo fuera de su control y que no pudo haber razonablemente previsto los hechos al momento de la celebración del presente contrato, o de evitar o superar los hechos, o de evitar o superar sus consecuencias.

No se considerará que la parte afectada por los hechos de fuerza mayor ha incumplido con las obligaciones contractuales afectadas por los hechos de fuerza mayor previstas en este contrato, ni será responsable ante la otra, por cualquier retraso en el cumplimiento o el incumplimiento de cualquiera de sus obligaciones en la medida en que la demora o incumplimiento se deban a hechos de fuerza mayor que hayan sido debidamente notificados a la otra parte de conformidad con el Artículo 11.3. El momento para el cumplimiento con esa obligación se aplazará, sujeto a lo previsto en el Artículo 11.4.

Si se presenta un hecho de fuerza mayor que afecte o tenga la posibilidad de afectar a las partes en el cumplimiento con cualquiera de sus obligaciones conforme a este contrato, la parte afectada notificará a la otra parte dentro de un plazo razonable sobre la naturaleza del hecho en cuestión y el efecto que tiene en su capacidad de cumplir.

Si cualquiera de las partes se ve impedida o retrasada en el cumplimiento de cualquiera de sus obligaciones asumidas en el presente contrato por causa de fuerza mayor por un periodo continuo superior a tres [especificar otra cantidad] meses, la otra parte tendrá derecho de terminar el contrato mediante aviso fehaciente dado a la otra Parte afectada por la fuerza mayor.

Cláusula de integración

El presente contrato describe la totalidad del acuerdo entre las Partes. Ninguna de las Partes ha celebrado el presente contrato fiándose en las declaraciones,

garantías o promesas de la otra parte que no se hayan expresado o referido en el presente contrato. El presente Artículo no excluye de responsabilidad derivada de declaraciones o garantías fraudulentas.

El presente contrato no podrá ser modificado salvo por acuerdo escrito de las Partes (que puede incluir correo electrónico).

Avisos

Cualquier aviso que se requiera conforme al presente contrato se hará por escrito a través de correo electrónico y podrá ser entregado dejándolo o enviándolo al domicilio de la otra parte que se especifica en el Artículo 13.2 siguiente, de manera que se asegure que se pueda probar la recepción del aviso.

Para efectos del Artículo 13.1, los detalles para las notificaciones son los siguientes, salvo que otros detalles hubieran sido debidamente notificados conforme a este Artículo.

Recepción de correos para notificar en máximo 1 día antes de la fecha citada.

Procedimiento de solución de controversias

Cualquier disputa, controversia o pretensión que surja o se relacione con el presente contrato, incluyendo su celebración, interpretación, cumplimiento, incumplimiento, terminación o invalidez será resuelto conforme al 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

Ley Aplicable y principios guía

Todas las cuestiones relativas al presente contrato que no estén expresamente resueltas por las disposiciones de este contrato serán regidas por la Convención de las Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de Mercaderías (Convención de Viena de 1980 sobre la Compraventa, en lo subsecuente CISG).

Las cuestiones no previstas por la CISG serán regidas por los Principios UNIDROIT sobre los Contratos Comerciales Internacionales (en lo subsecuente los Principios UNIDROIT), y en la medida en que tales cuestiones no fueran previstas por los Principios UNIDROIT, por referencia a La ley nacional aplicable en el país donde el Comprador tiene su establecimiento.

Este contrato será cumplido en un espíritu de buena fe y lealtad comercial.

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 23 Días del mes de enero 2021.

.....

.....

EL VENDEDOR

EL COMPRADOR

Señores :

Agencia de Aduana Asesoría en
Comercio Exterior

TSL OPERADOR LOGISTICO SAC

PROFORMA: 001/000321
BELLAVISTA 12/11/2020

Att : MELISSA BUJAICO

Despacho N°

Telef :

Referencia :

A.W.B-BL : Valido : 15/02/2021 F.O.B. 40,196.37
US\$:

Nave : Ruta AMS-BOG- FLETE US\$: 4235.60
: LIM

Regimen : IMPORTACION Tiempo de Transito 4-6 días SEGURO : 350.00
PARA EL CONSUMO : aprox CIF. US\$: 43,481.97
Aduana : AEREA DEL Cant. Cont. : CONSOL
CALLAO

Observaciones :

PARTIDA: SILLAS: 871390.00.00

LOS COSTOS SON APROXIMADOS, CUALQUIER GASTO ADICIONAL SERAN CARGADOS EN SU FACTURA.

LOS VALORES DE ESTA PROFORMA SON APROXIMADOS Y A VARIACION SEGÚN LOS COSTOS REALES DEL DESPACHO

SIRVASE DEPOSITAR EL TOTAL DEL IMPORTE EN CUALQUIERA DE NUESTRAS CUENTAS :



BCP SOLES Cta.Cte 192-1873240-
0-15 BCP DOLARES Cta. Cte. 192-
1862875-1-86

**** DERECHOS ADUANEROS ****

	<u>DOLARES</u>	<u>SOLES</u>
AD/VALOREM (0%)	0.00	0.00
I.G.V 6,957.00		25,045.20
I.P.M 870.00		6,465.60
PERCEPCION I.G.V. 1,796.00		27,154.80
DERECHOS ADUANEROS	US\$ 9,623.00 S/	34,642.8

SERVICIOS

	<u>DOLARES</u>	<u>SOLES</u>
COMISION DE AGENCIA	302.80	
GASTOS OPERATIVOS	30.00	
AFORO FISICO DE SALIR ROJO	30.00	
ALMACEN/TERMINAL APROX	200.00	
TRANSPORTE LOCAL- MIRAFLORES	45.00	
HANDLING	60.00	
FLETE AEREO	2935.60	
GASTOS EXW TOTAL	100.85	
SEGURO	350.00	

Contenido :
T. de Cambio : 3.60

P. Origen :AUSTRIA

Nombre : CAROL COTERA
Correo : comercial@xyz.com.pe
Móvil : 977302184

COMISION			
TOTAL DE SERVICIOS		1,117.85	0.00
I.G.V. 18 %		201.21	0.00
<hr/>			
TOTAL PROFORMA	US\$	4254.66	S/ 15316.78

CAL.ENRIQUE XXXXXO NRO. 123 URB. MI REFUGIO (FRENTE A PLAZA VEA DE LA COLONIAL) BELLAVISTA

Teléfono :