



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

**IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SCOOTER
ELÉCTRICOS DE CHINA PARA LIMA METROPOLITANA, 2019**



**PRESENTADO POR
HAROLD RENZO VELIZ DÁVILA**

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

LIMA – PERÚ

2020



CC BY-NC

Reconocimiento – No comercial

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

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



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

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SCOOTER ELECTRICOS DE
CHINA PARA LIMA METROPOLITANA ,2019

Presentado por:

Bachiller: Harold Veliz Dávila

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

Lima - Perú

2020

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO

1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

- 2.1. Nombre o razón social
- 2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU)
- 2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial
- 2.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha
 - 2.4.1. Filosofía de la empresa
 - 2.4.2. Misión
 - 2.4.3. Visión
 - 2.4.4. Valores
 - 2.4.5. Descripción general del producto
 - 2.4.6. Descripción de la modalidad de venta del producto
 - 2.4.7. Objetivos
- 2.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características.
- 2.6. Estructura Orgánica
- 2.7. Cuadro de asignación de personal.
- 2.8. Forma Jurídica Empresarial
- 2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI
 - 2.9.1. Registro del Nombre comercial de la compañía ante el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la protección de la Propiedad Intelectual
 - 2.9.2. Procedimientos administrativos para el registro del Nombre Comercial de la Compañía
- 2.10. Requisitos y Trámites Municipales
- 2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades
 - 2.11.1. Activación de la Calve SOL

- 2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).
- 2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.
- 2.14. Modalidades de Contratos Laborales.
- 2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.

3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

- 3.1. Identificación, descripción y justificación del producto a importa
 - 3.1.1. Clasificación arancelaria (en ambos países)
 - 3.1.2. Ficha técnica comercial
 - 3.1.3. Ecuación de valor para el mercado nacional
 - 3.1.4. Determinación de la marca a usar
- 3.2. Investigación de mercado objetivo
 - 3.2.1. Segmentación de mercado objetivo (macro y micro segmentación)
 - 3.2.2. Definición del perfil del consumidor
 - 3.2.3. Medición del mercado objetivo
- 3.3. Análisis de oferta y demanda en el mercado
 - 3.3.1. Análisis de oferta
 - 3.3.2. Análisis y cálculo de la demanda
 - 3.3.3. Análisis de competitividad y benchmark
 - 3.3.4. Análisis de precio de importación (compra)
 - 3.3.5. Análisis y determinación de formas de distribución
 - 3.3.6. Análisis del entorno
 - 3.3.6.1. Macro ambiente
 - 3.3.6.2. Micro ambiente
- 3.4. Estrategias de venta y distribución nacional
 - 3.4.1. Estrategias de segmentación
 - 3.4.2. Estrategias de posicionamiento

- 3.4.3. Estrategias de ingreso al mercado
- 3.4.4. Estrategias de distribución comercial
- 3.4.5. Estrategias de branding
- 3.5. Estrategias de promoción nacional
 - 3.5.1. Establecer los mecanismo y definir estrategias de promoción, incluida promoción de ventas
 - 3.5.2. Propuesta de valor
 - 3.5.3. Estrategas de marketing digital y uso del e-commerce
- 3.6. Políticas de estrategias de precio

4. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

- 4.1. Envases, empaques y embalajes
 - 4.1.1. Envase
- 4.2. Diseño del rotulado y marcado
 - 4.2.1. Diseño del rotulado
 - 4.2.2. Diseño del marcado
- 4.3. Unitarización y cubicaje de la carga
- 4.4. Cadena de DFI de exportación/importación
 - 4.4.1. Determinación de requerimiento de insumos e infraestructura
 - 4.4.2. Establecer cadenas de suministro
- 4.5. Seguro de las mercancías

5. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

- 5.1. Fijación de precios
 - 5.1.1. Costos y precio
 - 5.1.2. Cotización internacional
- 5.2. Contrato de compra venta internacional (exportaciones/importaciones) y sus documentos
- 5.3. Elección y aplicación del Incoterm

- 5.4.Determinación del medio de pago y cobro
- 5.5.Elección del régimen de exportación o de importación
- 5.6.Gestión aduanera del comercio internacional
- 5.7.Gestión de las operaciones de importación: Flujo grama

6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

- 6.1.Inversión Fija
 - 6.1.1. Activos tangibles
 - 6.1.2. Activos intangibles
- 6.2.Capital de Trabajo
- 6.3. Inversión Total
- 6.4.Estructura de Inversión y Financiamiento
- 6.5.Fuentes financieras y condiciones de crédito
- 6.6. Presupuesto de costos
 - 6.6.1. Costos Directos
 - 6.6.2. Costos Indirectos
- 6.7.Punto de Equilibrio
- 6.8.Tributación de la Importación
- 6.9.Presupuesto de ingresos
- 6.10. Presupuesto de egresos
- 6.11. Flujo de caja proyectado
- 6.12. Estado de Ganancias y Pérdida
- 6.13. Evaluación de la Inversión
 - 6.13.1. Evaluación Económica
 - 6.13.2. Evaluación Financiera
 - 6.13.3. Evaluación social
 - 6.13.4. Impacto ambiental

6.14. Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo

6.15. Cuadro de riesgo del tipo de cambio

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

REFERENCIAS

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas	
Tabla N° 2: Características de las MYPE.....	
Tabla N° 3: Estructura Orgánica Nominal.....	
Tabla N° 4: Costo total de Planilla.....	
Tabla N° 5: Costo para constituir la empresa	
Tabla N° 6: Totales por Registro de Nombre Comercial.....	
Tabla N° 7: Costos para la Obteniendo de la licencia de funcionamiento.....	
Tabla N° 8: Planilla electrónica.....	
Tabla N° 9: Régimen Especial vs. Régimen General.....	
Tabla N° 10: Sub partida nacional del scooter eléctrico.....	
Tabla N° 11: Medias impositivas.....	
Tabla N° 12: Liberación Aduanera.....	
Tabla N° 13: Ficha técnica comercial.....	
Tabla N° 14: Principales exportadores a nivel mundial de la P.A. 871160.....	
Tabla N° 15: Reporte de Importaciones por Subpartida Nacional/País de Origen 2018..	
Tabla N° 16: Criterios de selección de mercado	
Tabla N° 17: Criterios de selección de mercado a detalle	
Tabla N° 18: Población a Nivel Nacional	
Tabla N° 19: Población por Provincias	
Tabla N° 20: Comparativo de precios de la competencia	
Tabla N° 21: Densidad demográfica del Perú	
Tabla N° 22: Determinación de la demanda insatisfecha	
Tabla N° 23: Matriz FODA	

Tabla N° 24: Características de envase

Tabla N° 25: Unitarizacion de Scooter eléctrico

Tabla N° 26: Unitaricizacion de carga

Tabla N° 27: Proveedores de Scooter Eléctrico

Tabla N° 28: Ubicación de Trebol Importaciones S.A.C.

Tabla N° 29: Criterios para la elección de proveedores de producto

Tabla N° 30: Matriz de selección de proveedor de producto

Tabla N° 31: Criterios para la elección de proveedor de producto

Tabla N° 32: Matriz de selección de proveedor de agencia de carga

Tabla N ° 33: Criterios para la elección de proveedor de agencia de aduana

Tabla N° 34: Matriz de selección de proveedor de agencia de aduana

Tabla N° 35: Criterios para la elección de proveedor de agencia de transporte

Tabla N° 36: Matriz de selección de proveedor de agencia de carga

Tabla N° 37: Cotización internacional de importación

Tabla N° 38: Costo Unitario de importación en soles

Tabla N° 39: Precio de venta al consumidor en soles

Tabla N° 40: Activos tangibles

Tabla N° 41: Activos intangibles

Tabla N° 42: Capital de trabajo

Tabla N° 43: Inversión Total

Tabla N° 44: Estructura de Inversión y Financiamiento

Tabla N° 45: Estructura de Financiamiento

Tabla N° 46: Costos Directos

Tabla N° 47: Costo de compra de mercadería

Tabla N° 48: Costos Indirectos

Tabla N° 49: Presupuestos de gastos administrativos

Tabla N° 50: Presupuesto de gastos fijos

Tabla N° 51: Presupuesto de gasto de venta

Tabla N° 52: Presupuesto de costos fijos

Tabla N° 53: Punto de Equilibrio en unidades

Tabla N° 54: Presupuestos de ventas

Tabla N° 55: Presupuesto de cobranza

Tabla N° 56: Presupuesto de egreso

Tabla N° 57: Flujo de caja proyectado

Tabla N° 58: Estado de ganancia y perdidas

Tabla N° 59: Evaluación financiera

Tabla N° 60: Proyección TIR

Tabla N° 61: Tasa de descuento nominal

Tabla N° 62: Tasa de descuento real

Tabla N° 63: Tasa de descuento nominal

Tabla N° 64: Tasa de descuento real incluido riesgo unión

Tabla N° 65: Costos de oportunidad de capital

Tabla N° 66: Cuadro de riesgo del tipo de cambio

INDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Ubicación de oficina

Figura N° 2: Beneficios de la MYPE

Figura N° 3: Estructura Orgánica de la Compañía

Figura N° 4: Comparativo entre sociedades de capital

Figura N° 5: Tipos de Contratos Laborales

Figura N° 6: Contratos de Obra o de Servicios

Figura N° 7: Propuesta de valor de empresa

Figura N° 8: Logo Sooters eléctricos

Figura N° 9: Pagina Web de Greenline

Figura N° 10: Catalogo de Greenline

Figura N° 11: Pagina Web de Greenline

Figura N° 12: Fanpage de Greenline

Figura N° 13: Precios de los scooter Greenline

Figura N° 14: Compras online en Perú

Figura N° 15: Dimensiones de caja

Figura N° 16: Embalaje de scooter eléctrico

Figura N° 17: Marcado de embalaje

Figura N° 18: Marcado de embalaje

Figura N° 19: XXX

Figura N° 20: Cadena Distribución Física Internacional

Figura N° 21: Transferencia de la Responsabilidad

Figura N° 22: Modalidad de Pago

Figura N° 23: Importación para el consumo

Figura N° 24: Interés de préstamo de Azteca

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de negocio que consiste en la formación de una empresa importadora de Scooter eléctrico, los cuales serán comercializados y distribuidos en Lima metropolitana.

La empresa está enfocada a un público objetivo y son las personas que tengan tendencia al consumo de productos ecológicos, que contribuyen día a día a reducir la contaminación del medio ambiente, problema muy crítica en esta época.

El negocio tiene como razón social el nombre “TREBOL IMPORTACIONES S.A.C” y se ubica en el Jr. Rio Moche Mz. D Lote 28 Coop. Mariscal Luzuriaga – SJL, provincia y departamento de Lima, en esta zona se encontrara nuestro almacén que a la vez es de nuestra propiedad.

Para dar inicio a las operaciones de importación, comercialización y distribución, el total de la inversión inicial del proyecto de negocio está calculado en S/. XXX nuevos soles.

Con respecto a la propuesta de valor que ofrece “TREBOL IMPORTACIONES S.A.C”, está enfocada en ofrecer al cliente el estilo juvenil y atractivo de nuestras motos que van a permitir que vivan la experiencia a otro nivel y con una cuota de apoyo al medio ambiente.

La alineación de todos los aspectos del presente proyecto, dan como resultado una evaluación económica positiva, obteniendo un VAN de S/. XXX y un TIR de xx para un periodo de XX años.

Finalmente, con lo antes mencionado podemos determinar que la empresa “TREBOL IMPORTACIONES S.A.C” tendrá el éxito necesario al momento de poner en marcha el proyecto y aclaramos que el negocio será viable.

1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

El presente proyecto de importación tiene como objetivo, comercializar y distribuir los scooter eléctricos. Para cumplir con el objetivo planteado, se ha realizado, en cada capítulo, un análisis del mercado de transporte responsable ya que es al que vamos a ingresar.

Los capítulos trabajados son:

- Organización y aspectos legales
- Plan de Marketing Internacional
- Plan de Logística Internacional
- Plan de Comercio Internacional
- Plan Económico Financiero

La propuesta de valor que tiene la empresa es ofrecer al cliente el estilo juvenil y atractivo de nuestras motos que van a permitir que vivan la experiencia a otro nivel y con una cuota de apoyo al medio ambiente.

Se identificó el dinamismo y la competitividad del mercado, el cual está abastecido en su totalidad por empresas importadores y comercializadores con sus propias marcas que están ubicados en lugares estratégicos.

Finalmente, identificamos que el mercado objetivo al que apuntamos son las personas de entre XX-XX años que tengan interés en contribuir a la reducción de la contaminación del medio ambiente.

2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1.Nombre o razón social

El nombre de la empresa será TREBOL IMPORTACIONES S.A.C. Para este proceso primero hicimos la búsqueda del nombre en SUNARP, una vez nos indican que está disponible hacemos la reserva del nombre, de esta manera podemos ya iniciar los trámites con notaria para realizar la minuta una vez firmada por los socios ya

tendríamos constituida la empresa y podemos pasar a recoger la clave sol por la notaria.

- **Razón social:** TREBOL IMPORTACIONES S.A.C
- **Nombre comercial:** ELEGANZ

2.2.Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

A fin de poder determinar o clasificar la actividad económica principal de la Compañía descrita anteriormente, se debe realizar la revisión de la Clasificación Industria Internacional Uniforme (CIIU) el cual fue aprobado por primera vez en el año 1948 por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) y actualmente se ha adoptado la nueva revisión de la CIIU, la Revisión 4, la cual fue aprobada en enero del año 2010. Ahora bien, según INEI, uno de los principales criterios empleados para definir las divisiones y grupos de la CIIU es en relación a las características de las actividades de las unidades de producción que tienen un carácter estratégico para determinar el grado de analogía de la estructura de las unidades y ciertas relaciones dentro de una economía. Es así, que la CIIU comprende un sistema de notación alfanumérico que presenta jerárquicamente cuatro niveles de clasificación integrados entre sí (Sección, División, Grupo y Clase).

Siendo ello así, de la revisión de la CIIU Revisión 4 para la clasificación de la actividad principal de la Compañía: “importación, comercialización de scooter eléctricos”, se tiene que (ver Tabla 1).

Tabla N° 1 Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Todas las Actividades Económicas

Sección	División	Grupo	Clase
G	47	479	4799

Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	Comercio al por menor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas	Venta al por menor no realizada en comercios, puestos de venta o mercados	Otras actividades de venta al por menor no realizadas en comercios, puestos de venta o mercados
--	---	---	---

Adaptado de "Clasificación Industrial Internacional Uniforme" , por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), 2010
(https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf)

Como se puede observar, la actividad principal de la Compañía se encuentra en la Sección G, división N° 47, grupo N° 479 y tiene la clase o código N° 4799, el cual fue elegido debido a que esta división comprende la reventa (venta sin transformación) de productos, principalmente al público en general, para el consumo o uso personal o doméstico, por medio de la venta online y la entrega a domicilio o recojo en nuestras oficinas en caso el cliente no desee la entrega a domicilio.

2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

Las oficinas administrativas se encontrarán ubicadas en Jr. Rio Moche Mz. D Lote 28 Coop. Mariscal Luzuriaga – SJL , provincia y departamento de Lima, tal como se verifica en la figura 2.

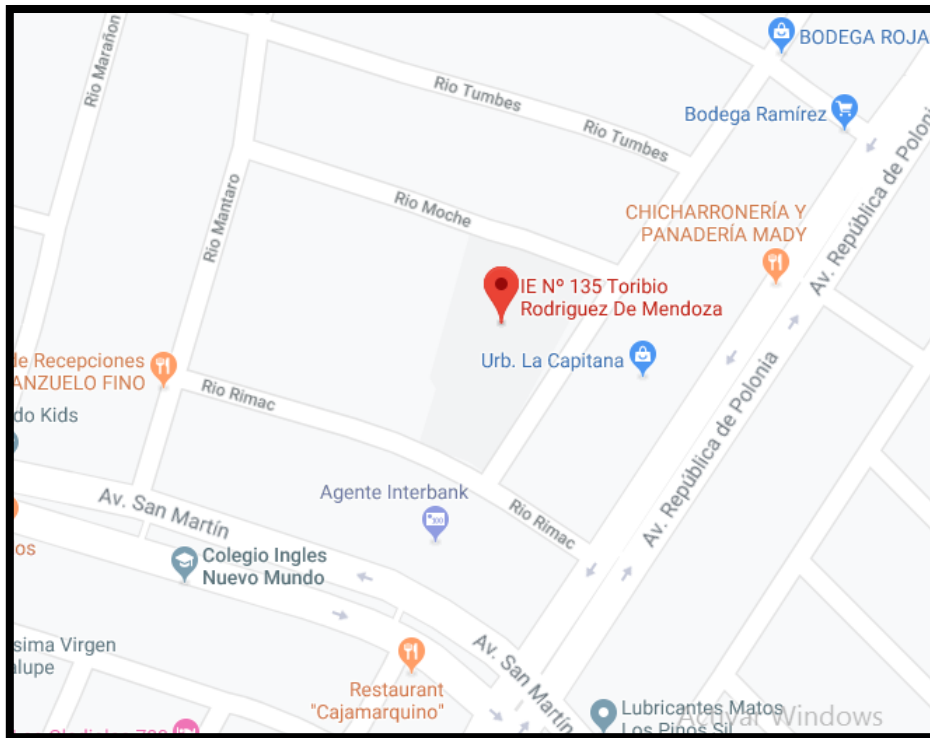


Figura N° 1. Ubicación de oficinas
Recuperado de : Google Maps (2019)

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

2.4.1. Filosofía de la empresa

La compañía nace con la fuerte decisión de apoyar a la preservación del medio ambiente y reducir la contaminación del mismo para que de esta manera podamos tener un crecimiento como país y de manera sostenible. Ya que nosotros somos conscientes que el mundo año tras año está sufriendo cambios tanto en el clima, la extinción de animales producto de la depredación su hábitat natural entre otras secuelas.

Por otro lado Lima, nuestra ciudad, actualmente está atravesando un caos debido al congestionamiento vehicular que genera malestar, estrés, mal humor a los limeños, también no nos permite llegar a tiempo a nuestros hogares. Por eso que entendiendo estas realidades estamos dando la opción de movilizarse evitando el tráfico y aportando nuestra cuota con el medio ambiente ya que como fundadores de la empresa nos sentimos agobiados por el congestionamiento actual y teniendo en cuenta que esta

necesidad es latente en el mercado limeño optamos por dar esa opción eco amigable a todos nuestros clientes.

2.4.2. Misión

La misión es brindar a los clientes un producto de calidad e innovador, que logre el grado máximo de satisfacción al adquirirlo, respaldado por un equipo humano preparado para ofrecer una atención eficiente y personalizada.

2.4.3. Visión

La visión de posicionarnos en el mercado y de que nuestros clientes se conviertan en nuestros socios estratégicos en el cuidado del medio ambiente.

2.4.4. Valores

La Compañía propiciará la mejor calidad para los scooters permitiendo un viaje seguro sin imperfecciones, de esta manera nuestros valores serán: Transparencia, honestidad, puntualidad, excelencia.

2.4.5. Descripción general del producto

La Compañía tiene un Plan de Negocios que implica la importación, comercialización, reparto y distribución de scooters eléctricos , ya que este tipo de bienes son demandados en un mercado objetivo que no encuentra una facilidad para evitar el congestionamiento vehicular y a un precio razonable.

En cuanto a la importación de los scooters eléctricos, cabe señalar que se ha verificado la importación de los mismos por China ya que tiene numerosas ventajas, como el bajo costo de fabricación, los diseños innovadores, precios accesibles, materiales de calidad, buena relación con los agentes que intervienen en la distribución física internacional, entre otros; y es por ello que se decidió contactar potenciales proveedores en dicho país.

2.4.6. Descripción de la modalidad de venta del producto

Para el presente Plan de Negocio, se ha visto introducir al mercado el producto, utilizando el método de la venta online, a través de las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat; con opción de entrega a domicilio, los fines de semana, y la otra de recojo en oficina, previa coordinación. En cuanto al medio de pago, será contraentrega, o si el cliente desea, podrá realizar una transferencia bancaria al momento de la entrega del producto.

2.4.7. Objetivos

Una vez presentada a la empresa y al producto a ser vendido, debemos indicar el propósito y los objetivos de la importación, comercialización de scooter eléctricos los cuales son los siguientes:

- Facilitar el transporte y dar una opción alternativa para ir a tu lugar de destino.
- Ser una empresa promotora de actividades cuyo fin sea cuidar el medio ambiente y generar conciencia.
- Brindar un producto seguro y que brinde eficiencia.
- Lograr el rápido posicionamiento en la mente de nuestros clientes, siendo una opción para reducir tiempos y costos.

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

Para comenzar, el artículo 4 del Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente (Ley MYPE), aprobado por el Decreto Supremo N° 007-2008-TR, define a la Micro y Pequeña Empresa (MYPE) como “la unidad económica constituida por una persona natural económica o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicio”.

Las MYPE deben reunir las siguientes características:

Tabla N° 2. Características de las MYPE

	MICRO	PEQUEÑA
VENTAS ANUALES	Hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT)	Hasta el monto máximo de 1 700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT)

Adaptado de "Características de las Micro y Pequeñas Empresas", por la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), 2008 (<http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/caracteristicas-microPequenaEmpresa.html/>)

Además, se debe mencionar que el Estado, a través de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), otorga varios beneficios para las MYPE, brindándoles facilidades para su creación y formalización, dando políticas que impulsan el emprendimiento y la mejora de estas organizaciones empresariales.

Beneficios generales

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

Figura 2. Beneficios de la MYPE

de “Portal de Servicios al Ciudadano y Empresas” por PCM, 2017. Recuperado de <http://www.pcm.gob.pe/etiqueta/portal-de-servicios-al-ciudadano-y-empresas/>

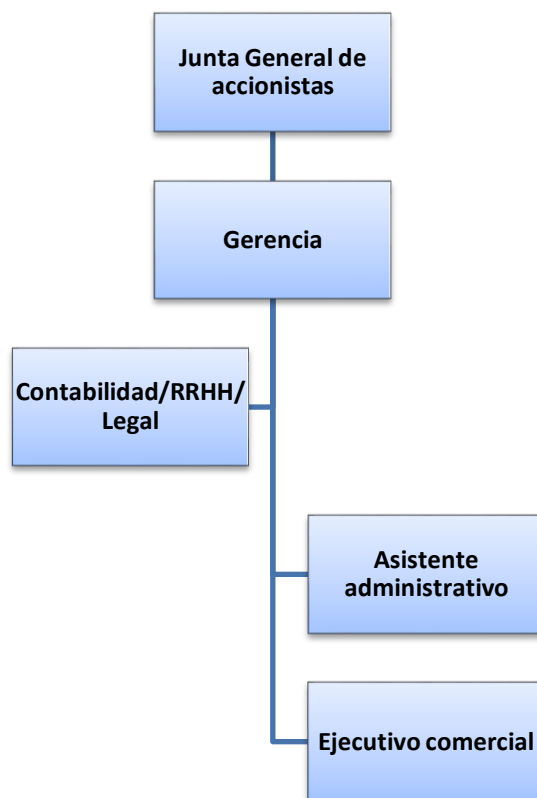
Bajo estas observaciones, descritas líneas arriba, la sociedad optará por adoptar el siguiente régimen: Microempresa, puesto que en las ventas proyectadas, para los próximos 3 años, los ingresos no superarán las 150 UIT (cálculo realizado con la UIT del año 2 019, S/ 4200), estimado entre S/ 140 mil y S/ 170 mil soles por año.

2.6.Estructura Orgánica

Con la denominación de sociedad seleccionada, Sociedad Anónima cerrada (S.A.C.), la organización tendrá los siguientes puestos (Ver figura 4):

- Junta General de Accionistas
- Gerente.
- Ejecutivo Comercial.
- Contabilidad / RRHH / Legal (servicios que será tercerizados).
- Repartidor / Inventario.

Figura N° 3. Estructura Orgánica de la Compañía



Fuente: Elaboración Propia

Una vez dicho esto, pasamos a detallar las principales funciones de cada área serán:

Junta General de Accionistas:

- Adoptar los estatutos de la sociedad y cualquier reforma que a ellos se introduzca.
- Examinar, aprobar, improbar y fenecer las cuentas y balances de fin de ejercicio.
- Decidir sobre la capitalización o distribución de utilidades.

Gerencia:

- Ejecutar todo acto y/o contrato correspondiente al objeto social de la Compañía.
- Dirigir las operaciones comerciales y administrativas.
- Representar a la sociedad ante toda clase de autoridades.
- Utilizar en la asignación y obtención de fondos herramientas de análisis, control y planeación, para que de esta manera, se realice la proyección de flujo de caja y se determine la liquidez que se requiera.

Ejecutivo Comercial:

- Analizar permanentemente el mercado, los servicios, a los clientes y la competencia.
- Coordinar con las áreas competentes, la mejor estrategia a fin de negociar con clientes.

- Realizar el seguimiento de avances y monitoreo de logros de los objetivos establecidos.

Asistente administrativo:

- -Encargarse de actualizar el stock, de acuerdo a la atención de pedidos.
- Realizar la acción de cobranza y de registro de los ingresos / egresos.
- Coordinar con el órgano de apoyo como lo es el contador y el área legal., organización documentaria y recepción de mensajes a gerencia.

Contabilidad / RRHH / Legal (OUTSOURCING):

- Llevar el total de la contabilidad de la empresa, declaraciones, pago de impuestos, Registros Contables (como por ejemplo: Registro de Compras, Registro de Ventas, Libro Diario Simplificado, Libro de Caja y Bancos, etc.), presentación de EEFF, entre otros.
- Llevar el total del área de recursos humanos, presentando planillas, impuestos, boletas de pago, vacaciones, AFP, entre otros.
- Encargarse de los aspectos legales de la Compañía, tal como, la preparación de diversos tipos de Contratos, realizar los trámites legales requeridos para la importación y comercialización de los productos, asesoría legal de diversos temas.
- Controlar el ingreso de toda la información contable / laboral / legal de la empresa a los sistemas operativos y contables.

2.7.Cuadro de asignación de personal.

La estructura orgánica nominal de la empresa, estará distribuido de la siguiente manera:

Tabla N° 3: Estructura Orgánica Nominal

Órgano	Unidades Administrativas
Dirección	Gerencia
Asesoría	Contabilidad / RRHH / Legal
Línea	Comercial
Apoyo	Asistente administrativo

Con los puestos establecidos, se puede realizar el cuadro de asignación de personal, considerando que todos los trabajadores estarán en planilla.

Tabla N° 4: Costo total de Planilla

Empleado	Sueldo	SIS	TOTAL
Gerente	1 500,00	15,00	1 515,00
Comercial	1 200,00	15,00	1 215,00
Asistente	1 200,00	15,00	1 215,00
TOTAL	3 900,00	45,00	3 945,00

El costo total de planilla mensual será de S/ 3 945,00 por los dos primeros años.

2.8. Forma Jurídica Empresarial

De la revisión de los tipos de sociedades de capital que existen en el Perú, los cuales están estipulados en la Ley General de Sociedades (LGS), aprobada por la Ley N° 26887, se ha decidido constituir la Compañía bajo la forma jurídica empresarial de SOCIEDAD ANONIMA CERRADA (SAC) que está contenida en los artículos 234° al 248° de la referida ley. Ahora bien, a fin de verificar las características que tiene una SAC, se ha realizado un cuadro comparativo entre las sociedades de capital que existen en nuestro país a la fecha de emitido el plan de negocio.

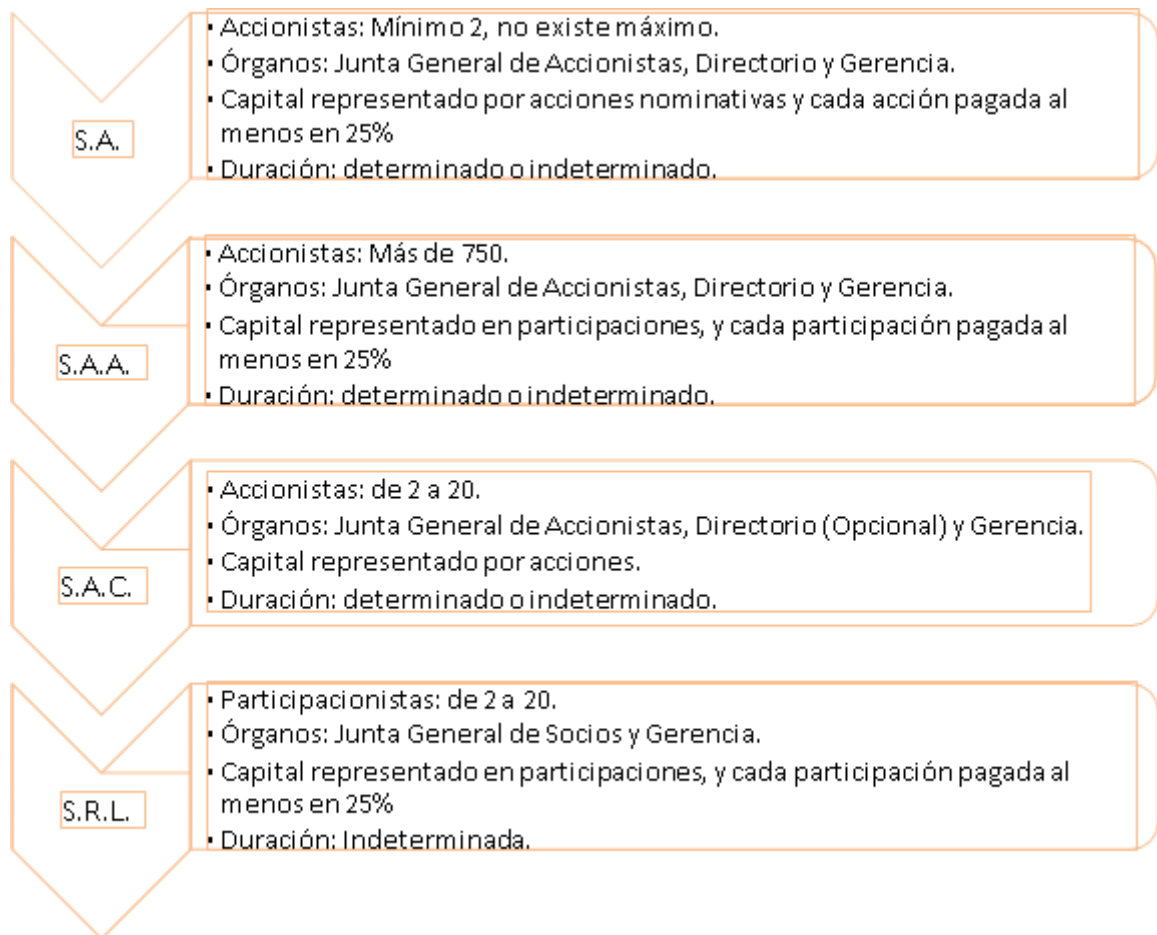


Figura N° 4: Comparativo entre sociedades de capital

de “Ley General de Sociedades, Ley 26887”, 1997. Recuperado de <http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/pe/pe061es.pdf>

A fin de constituir nuestra empresa optamos a seguir los siguientes pasos:

- Buscar y reservar el nombre de la empresa.

Los requisitos para buscar y reservar el nombre son: DNI o pasaporte vigente, decidir el tipo de empresa que va constituir, ahora puedes buscar el nombre de tu empresa entrando a este link y si ya tienes claro puedes llenar el formulario de solicitud de reserva del nombre

- Elaboración de la minuta

Los requisitos para elaborar la Minuta son: 2 copias del DNI de cada socio y cónyuges, 2 copias más la original de la búsqueda y reserva del nombre, archivo digital con el giro del negocio y la lista de los bienes para el capital, debe estar suscrita por un abogado.

➤ Abono del capital y los bienes

Los requisitos para realizar este proceso son: DNI o pasaporte vigentes y el Formato del Acto constitutivo.

Los pasos a seguir es: acércate a un banco de tu preferencia y solicita la apertura de una cuenta corriente que sirva para depositar el dinero de los socios. En nuestro caso el monto de capital es de S/. 126,000.00

Para finalizar realiza el inventario de los bienes y la cantidad de costos de los bienes que está incluyendo a la empresa

➤ Elaboración de la escritura pública

Los requisitos para este proceso son: DNI o pasaporte vigente, Formato de Acto Constitutivo, Depósito o voucher del abono al banco.

Acude a una notaría llevando los requisitos y solicita el servicio de la Elaboración de Escritura Pública para la constitución de la empresa.

En este proceso el notario revisa el Acto y eleva a Escritura Pública

La responsabilidad civil de los accionistas estará dada en cuanto ellos garanticen las deudas de la empresa a título personal o la empresa ocasione un daño a terceros.

➤ Inscripción en registros públicos

Este proceso es realizado por el notario. Cuando obtenga la Escritura Pública, es importante llevar a SUNARP para realizar la inscripción en los Registros Públicos (igual este procedimiento es realizado por la notaría)

- Inscripción al RUC para persona jurídica

Este proceso lo hace la notaria y tu pasas a recoger tu Clave sol en la misma notaria.

A fin de consolidar los costos para la constituir la empresa realizamos el siguiente cuadro:

Tabla N° 5. Costo para constituir la empresa

Etapa	Texto
Búsqueda de nombre	S/ 5,00
Reserva de nombre	S/ 20,00
Elaboración de la minuta y firma de escritura pública	S/ 350,00
Inscripción testimonio en registros públicos	S/ 250,00
TOTAL TASAS SOLES	S/ 620.00

2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

2.9.1. Registro del Nombre Comercial de la Compañía ante el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual

Según lo dispuesto por la Guía Informativa Acerca de Marcas y Patentes emitido por el Centro de Información y Documentación del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), “el nombre comercial es el signo que sirve para identificar a una persona natural o jurídica en el ejercicio de su actividad económica”.

2.9.2. Procedimientos administrativos para el registro del Nombre Comercial de la Compañía

Según el INDECOPI, a través de la información sobre formatos y solicitudes, detallados en su página web, para registrar el nombre comercial de la compañía “ELEGANZ”, es necesario que se cumpla con los siguientes requisitos:

- Llenar el formato N° F-MAR-05.
- Consignar el Número del RUC de la Compañía.
- Indicar los datos del Representante Legal de la Compañía y adjuntar la Vigencia de Poder correspondiente.
- Señalar el domicilio para el envío de las notificaciones en el Perú (incluyendo referencias).
- Si el signo es mixto, figurativo o tridimensional se deberá adjuntar su reproducción (tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores si se desea proteger los colores).
- De ser posible, se sugiere enviar una copia fiel del mismo logotipo al correo electrónico; logos-dsd@indecopi.gob.pe (formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles).
- Consignar las actividades económicas que se desean distinguir con el signo solicitado, así como la clase a la que pertenecen según la Clasificación Internacional de Niza. En nuestro caso, es aplicable la Clase 35 que está relacionada con la gestión de negocios comerciales y administración comercial.
- Adjuntar los medios probatorios que acrediten el uso efectivo en el mercado del nombre comercial cuyo registro se solicita, para cada una de las actividades a distinguir.
- Firma del Representante Legal de la Compañía.
- Adjuntar la constancia de pago de derecho de trámite, cuyo costo equivale al 13,21% de la UIT vigente al año 2019, esto es S/ 554,82, importe que deberá pagarse en la sucursal del Banco de la Nación ubicado en INDECOPI Sede Sur, Calle de la Prosa N° 104, Distrito de San Borja, o bien realizar el pago a través de una de las modalidades que dicha entidad ofrece.
- Por el registro de una clase adicional el costo es de S/ 553,14, importe que es equivalente al 13,17% de la UIT vigente al año 2019.

El plazo total de respuesta contado desde la presentación de la solicitud es de 180 días hábiles según lo dispuesto por el numeral 10 del TUPA del INDECOPI.

Tabla N° 7: Costos Totales por Registro de Nombre Comercial

Etapa	Texto
Búsqueda de Antecedentes y Evaluación de Registrabilidad	30,99
Expediente y Solicitud de Registro de Marca	554,82
TOTAL TASAS SOLES	585.81

Costos Totales por Registro de Nombre Comercial

Adaptado de “Guía Informativa acerca de Marcas y Patentes”, por el INDECOPI, 2017 (<https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>)

De lo expuesto previamente, se verifica que el registro del Nombre Comercial de la Compañía ante INDECOPI tiene un costo total de S/ 585.81.

2.10. Requisitos y Trámites Municipales

Según el artículo 3 de Ley N° 28976 y sus modificatorias (Ley Marco de Licencia de Funcionamiento), “la Licencia de funcionamiento es la autorización que otorgan las municipalidades para el desarrollo de actividades económicas en un establecimiento determinado, en favor del titular de las mismas”. Además, el artículo 4 de la referida norma, señala que “Están obligadas a obtener licencia de funcionamiento las personas naturales y jurídicas, que desarrollen, con o sin finalidad de lucro, actividades de comercio, industriales y/o de servicios de manera previa a la apertura, o instalación de establecimientos en los que se desarrollen tales actividades”.

En ese sentido, tomando en cuenta que el Distrito de San Juan de Lurigancho ha sido seleccionado para la ubicación del establecimiento; en primer lugar se debe comenzar a realizar las gestiones y trámites para la obtención de la licencia de funcionamiento, bajo los lineamientos establecidos por la Ley Marco de Licencia de Funcionamiento, incluyendo el Decreto Supremo N° 058-2014-PCM (Reglamento de Inspecciones Técnicas de Seguridad en Edificaciones).

Siendo ello así, de la lectura de la normativa señalada en los párrafos precedentes, se puede decir que para el otorgamiento de la licencia de funcionamiento, la

Municipalidad evaluará los siguientes aspectos: i) zonificación y compatibilidad de uso, y, ii) condiciones de seguridad en Defensa Civil; teniéndose como plazo máximo 15 días hábiles para dar a conocer al administrado el resultado de su evaluación, en donde también se especifique el plazo de vigencia de la licencia (caso contrario, según lo estipulado en el artículo 11 de la Ley Marco de Licencia de Funcionamiento, la duración de la licencia será de naturaleza indeterminada).

- Para la aprobación de la zonificación y compatibilidad de uso: se requiere que el Representante Legal de la Compañía o su apoderado (que se deberá presentar con una carta de poder con firma legalizada), llene el formulario de solicitud para la obtención de licencia de funcionamiento con carácter de declaración jurada (gratuito), la Vigencia de Poder del Representante Legal, la copia de su DNI , Ficha RUC (opcional), un documento con una autorización con un mínimo de 20 firmas de vecinos (detallando: nombre y apellidos, DNI, dirección y firma) y se deberá de pagar la tasa por los derechos de trámite, que dependen del área del local y el tiempo en que se realice (si es antes o después de colocar el negocio).

- Para el caso de establecimientos de 0,01 hasta 100 m², es requisito la presentación de la Declaración Jurada de las Condiciones de Seguridad y el pago de un derecho de trámite equivalente a S/ 200.00 (numeral 41 del Texto Único de Procedimientos Administrativos de la Municipalidad Distrital de San Juan de Lurigancho, aprobado por Ordenanza Municipal N° 103-2010-MDSL).

- Para la aprobación de las condiciones de seguridad en Defensa Civil: Según la normativa respectiva, con respecto a aquellos establecimientos con una área de hasta 100 m² y capacidad de almacenamiento no mayor del treinta por ciento (30%) del área total del local; será necesaria la presentación de una Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad, la cual estará sujeta a una Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil Básica por la municipalidad, con posterioridad al otorgamiento de la licencia de funcionamiento, de manera aleatoria.

- Entonces, por todo lo señalado en los párrafos precedentes, a continuación presentamos el detalle de los costos por el trámite para la obtención de la Licencia de Funcionamiento, los cuales suman un total de S/. 142.10 (lo cual fue corroborado con una visita a la oficina municipal del San Juan de Lurigancho):

Tabla N° 7: Costos para la Obtención de la Licencia de Funcionamiento

Requisito	Costo
Declaración Jurada	S/ -
Defensa Civil	S/ 41,84
Copia DNI	S/ 0,10
Ficha RUC	S/ -
Licencia	S/ 200,00
TOTAL	S/ 241,84

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

El RUC es un registro de 11 dígitos que contiene información del contribuyente (actividad económica, domicilio fiscal, etc.), que se encuentra a cargo de la SUNAT. Es necesario, la inscripción y activación del RUC para poder ejercer actividades.

Entonces, una vez dicho lo anterior, los requisitos para la inscripción y activación del RUC, se necesita que el representante legal de la compañía se acerque a alguno de los Centro de Servicios al Contribuyente, para que presente la siguiente documentación:

- Copia del DNI.
- Para sustentar el domicilio fiscal, se debe presentar uno de los siguientes documentos: recibo de agua, luz, telefonía o televisión por cable (con fecha de vencimiento dentro de los últimos meses) o de la última declaración jurada de predio o autovalúo, entre otros documentos autorizados por la SUNAT.
- Exhibir original y presentar la constancia de inscripción de la empresa emitida por la plataforma del SID.
- En el caso de la declaración de establecimientos anexos, deberá exhibir el original y presentar fotocopia de uno de los documentos que sustentan el domicilio del local anexo.
- Presentar los siguientes formularios firmados por el Representante Legal o la persona autorizada con carta poder con firma legalizada:

- Formulario N° 2119: solicitud de inscripción o comunicación de afectación de tributos.
- Formulario N° 2054: Representantes Legales.
- Formulario N° 2054 Anexo: domicilio de los Representantes Legales.
- Formulario N° 2046: establecimientos anexos.

Una vez activado el RUC, se deberá tener el último dígito, que según cronograma de la SUNAT, sirve para poder declarar y pagar sus obligaciones mensuales, a través de los siguientes medios:

- Formulario Virtual N° 621 - IGV - Renta Mensual;
- Formulario Virtual Simplificado N° 621 IGV - Renta Mensual;
- Declara Fácil: y
- PDT 621.

2.11.1. Activación de la Clave SOL

SUNAT Operaciones en Línea (SOL), es un sistema informático disponible en el portal web de la SUNAT que permite realizar operaciones, consultas y transacciones en línea entre el contribuyente y la SUNAT.

Para realizar operaciones en el Sistema SOL, se debe tramitar ante la SUNAT una Clave SOL. Dicho trámite se realiza en forma gratuita en cualquier Centro de Servicios al Contribuyente o dependencia a nivel nacional. Cabe mencionar que a través de dicho sistema, entre otros, se puede presentar y pagar las declaraciones elaboradas a través del PDT, obtener la Ficha RUC, etc. Asimismo se puede pagar deudas tributarias contenidos en documentos de cobranza. Además, para realizar pagos a través del mismo, se debe previamente suscribir un convenio de afiliación al servicio de pago de tributos mediante débito en cuenta de una entidad del Sistema Financiero, cargo a la cuenta de Deduciones del Banco de la Nación

2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).

La Planilla Mensual de Pagos, según la guía del nuevo PDT para elaborar su declaración y la Planilla Mensual de Pagos (PLAME), es un Registro Contable que brinda elementos que permite demostrar de manera transparente las relaciones laborales de la Compañía (la base de cálculo y la determinación de las rentas de cuarta y quinta categoría, descuentos, días laborados y no laborados, horas ordinarias y en sobretiempo, entre otros). Este documento es llevado a través de medios electrónicos, y es una obligación laboral formal que es presentada mensualmente a través del medio informático desarrollado por la SUNAT, en el que se encuentra registrada la información de los trabajadores en diversas modalidades formativas, pensionistas, personal tercerizado, derechohabientes, entre otros. Presenta las siguientes características:

- Sustituye a las planillas de pagos y remuneraciones que son llevadas en Libros.
- No requiere ser autorizada por la Autoridad Administrativa de Trabajo, se remite directamente a través del aplicativo informático descargado del portal de la SUNAT y el MTPE, hojas sueltas o microformas.
- Su llevado hace que se considere cumplida la obligación establecida en el artículo 48 de la Ley N° 28518, referida a la inscripción de los beneficiarios a las diferentes modalidades formativas mediante un libro especial y la autorización de este por el MTPE.
- De igual forma la PLAME contiene la siguiente información mensual, según la categoría del prestador:
 - Trabajador: las remuneraciones e ingresos devengados y/o pagados, así como datos de la jornada laboral, descuentos, tributos, aportes y contribuciones (Renta de Quinta Categoría y AFP).
 - Pensionista: tiene ingresos devengados y/o pagados, descuentos, tributos, aportes y contribuciones.
 - Prestador de servicio con rentas de cuarta categoría (Renta de Cuarta categoría): el monto pagado por el servicio, así como los datos del comprobante.
 - Personal en formación: el monto pagado de la subvención económica o estipendio.

- Personal de terceros: tiene como base de cálculo del aporte al Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR) a cargo del ESSALUD, la tasa y el aporte al SCTR contratado con EsSalud.

En el presente caso, se debe mencionar que la Compañía está obligada a enviar la Planilla Electrónica, puesto que tiene pensado en contar con 3 trabajadores a los cuales se les retribuirá la cantidad mensual de S/ 3 324,50 por la prestación de servicios, que serán organizados de la siguiente forma:

Tabla N° 8: Planilla electrónica

Empleado	Sueldo	SIS	TOTAL
Gerente	1 500,00	15,00	1 515,00
Comercial	1 200,00	15,00	1 515,00
Asist.Admin	1 200,00	15,00	1 215,00
TOTAL	3 900,00	45,00	4 245,00

Elaboración: Propia

2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.

A fin de demostrar, de la forma más transparente ante el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE) y la SUNAT, la relación laboral que mantiene la Compañía con sus trabajadores, su remuneración y demás beneficios, se debe cumplir con las siguientes obligaciones establecidas en la legislación laboral vigente.

Es por ello que en primer lugar, la Compañía debe realizar su inscripción en el Registro Nacional de MYPE, el cual permite que las Micro y Pequeñas Empresas, sean reconocidas como tales ante el MTPE, tomando en cuenta que cumple con las características de Micro Empresa: menos de 10 trabajadores. Para ello, se debe seguir los siguientes pasos:

- Ingresar a la página web del MTPE: www.mintra.gob.pe
- Acceder al enlace de REMYPE, ingresar con el número de RUC y Clave SOL.

- Confirmar los datos de la Compañía.
- Ingresar los datos de los trabajadores y su modalidad contractual.
- Imprimir la constancia.

Una vez registrada la Compañía como MYPE ante el MTPE, se debe escoger el régimen laboral en el cual se va a acoger la misma (Régimen Especial vs. El Régimen General). Es por ello, que en la tabla 16 se ha realizado un resumen de ambos, detallando sus principales características.

Tabla N° 9: Régimen Especial vs. Régimen General

Beneficios	Régimen Especial		Régimen General
	Micro	Pequeña	
Remuneración Mínima Vital	Si	Si	Si
Jornada Máxima de Trabajo	8 horas al día 48 horas a la semana	8 horas al día 48 horas a la semana	8 horas al día 48 horas a la semana
Refrigerio	45 min. Mínimo	45 min. Mínimo	45 min. Mínimo
Descanso Semanal Obligatorio	Mínimo 24 H. consecutivas cada semana. Feriado es remunerado	Mínimo 24 H. consecutivas cada semana. Feriado es remunerado	Mínimo 24 H. consecutivas cada semana. Feriado es remunerado
Licencia Pre y Post Natal	Pre-natal 45 días. Post-nata 45 días. 1 hora diaria de permiso hasta 1 año de edad del menor.	Pre-natal 45 días. Post-nata 45 días. 1 hora diaria de permiso hasta 1 año de edad del menor.	Pre-natal 45 días. Post-nata 45 días. 1 hora diaria de permiso hasta 1 año de edad del menor.
Licencia de Paternidad	4 días	4 días	4 días

Vacaciones Truncas	Si	Si	Si
Vacaciones	15 días remunerados	15 días remunerados	30 días remunerados
Jornada Nocturna (10pm-6am)	No aplica tasa de 35%	RMV + RMV*35%	RMV + RMV*35%
CTS	No	1/2 remuneración Mensual depositada en May. y Nov.	1 remuneración Mensual depositada en May. y Nov.
Gratificación	No	1/2 remuneración Mensual 2 veces por año	1 remuneración Mensual 2 veces por año
Seguro de Salud	SIS	ESSALUD 9%	ESSALUD 9%
Indemnización por Despido Arbitrario	10 Remuneraciones diarias 90 como máximo	20 Remuneraciones diarias 120 como máximo	Determinado: 1 1/2 por mes Indeterminado: 1 1/2 por año
Asignación Familiar	No	No	10% RMV

Elaboración: Propia

La Compañía, al ser considerada como una MYPE optará por el Régimen Laboral Especial, que tiene por “objetivo la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las Micro y Pequeñas Empresas para la ampliación del mercado interno y externo de éstas, en el marco del proceso de promoción del empleo, inclusión social y formalización de la economía, para el acceso progresivo al empleo en condiciones de dignidad y suficiencia”, como se indica en Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente.

2.1.Modalidades de Contratos Laborales.

El “Contrato Laboral” es un acuerdo privado que se realiza entre el empleador y el trabajador, en el que se detallan las condiciones en las que se promete realizar un

determinado trabajo y bajo la supervisión del empleador, a cambio de una retribución. El MTPE, a través del Compendio de Normas sobre la Legislación Laboral del Régimen Privado, detalla los tipos de Contratos Laborales:

- Contratos de duración indeterminada: no se fija un plazo de duración de la relación laboral y por su naturaleza se pueden contratar a través de este tipo de contratos a trabajadores que tengan que realizar una labor permanente en la Compañía.
- Contratos sujetos a modalidad: estos contratos tienen un plazo determinado, con cual necesariamente deben ser pactados por escrito.

A continuación, se presentan los principales tipos de contratos que existen en la legislación laboral peruana.

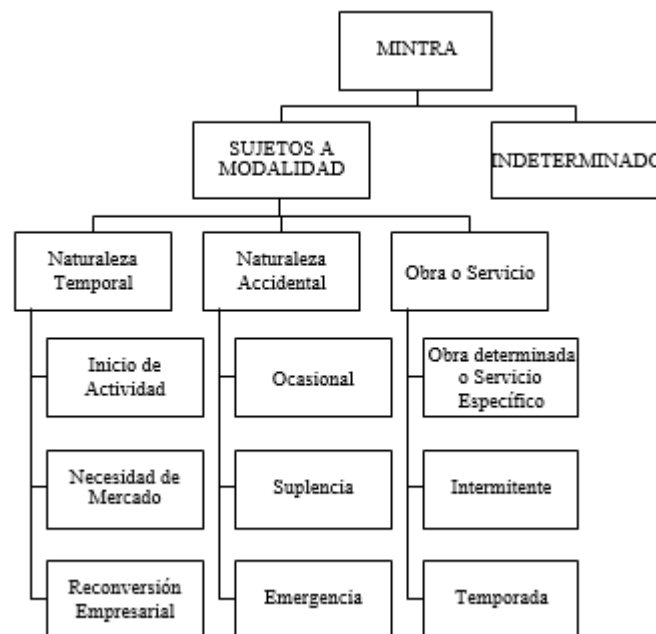


Figura N° 5: Tipos de Contratos Laborales

de “Compendio de Normas sobre la Legislación Laboral del Régimen Privado” por MTPE,2015. Recuperado de

http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/SNIL/compendio_normas/COMPENDIO_NORMAS

[_LABORALES_MINTRA_2013.pdf](#)

Obra	<ul style="list-style-type: none"> • Objeto previamente establecido y duración determinada.
Intermitente	<ul style="list-style-type: none"> • Cubrir las necesidades de las actividades, que son permanentes pero discontinuas. • Tiempo y beneficios sociales se
Temporada	<ul style="list-style-type: none"> • Atender necesidades propias del giro de la empresa, que se cumplen en determinadas épocas

Figura 6. Contratos de Obra o de Servicios

de “Compendio de Normas sobre la Legislación Laboral del Régimen Privado” por MTPE, 2015. Recuperado de http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/SNIL/compendio_normas/COMPENDIO_NORMAS_LABORALES_MINTRA_2013.pdf

Por consiguiente, de la observación de las diversas modalidades de contratos laborales y tomando en cuenta que es una MYPE (tiene ventas anuales menores 150 UIT); la Compañía optará por suscribir contratos con sus trabajadores bajo la modalidad de duración indeterminada, ya que permite, entre otras cosas, lo siguiente (según el portal www.empleo.com):

- “Genera estabilidad y confianza en el trabajador, ya que representa mayor compromiso con la Compañía
- Nos permite hacer que los trabajadores participen activamente en los distintos programas y políticas internas de la empresa.
- Facilita la adquisición de bienes y servicios a largo plazo.
- Otorga credibilidad a la organización y retiene el capital humano más valioso”.

2.2. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.

Una vez definido lo anterior, se deberá tomar en cuenta todos los efectos legales y comerciales que se generarán como parte del actuar de nuestra empresa; en vista de ello, a fin de determinar los contratos que puedan surgir de dichas relaciones y las responsabilidades que surgen a raíz de la suscripción de los mismos:

- **Contratos de Arrendamientos:** cuando hablamos de Contrato de Arrendamiento (según el portal Definición ABC), hacemos referencia a un tipo de contrato que se establece normalmente entre dos partes y que supone que la primera (el arrendador) le entrega algún elemento suyo (mueble o inmueble) a la segunda parte (el arrendatario), para que la utilice en su beneficio propio. Este contrato de arrendamiento supone que la segunda parte, el arrendatario, debe pagar por ese préstamo de manera periódica a lo largo del tiempo que se establezca de común acuerdo en el contrato.

Ahora bien, en nuestro caso, se utilizará este tipo de contratos para los siguientes alquileres:

- **Contrato de Arrendamiento de Oficinas Administrativas:** el cual se suscribirá entre el arrendador (Hugo Porras Montes) y el arrendatario (la Compañía), con una retribución mensual de S/. 800.00, sin incluir los servicios y costos por servicios públicos). Además, en el Contrato se estipulo que para la firma del mismo, es necesario el pago de dos meses de garantía y un mes de alquiler por adelantado.
- **Responsabilidad Civil de los Socios:** la asunción de responsabilidades y obligaciones provenientes, entre otros, de la suscripción de los contratos antes descritos, hace de que en caso de que se incumplan alguno de los términos acordados en los mismos, los socios integrantes de la Sociedad de Responsabilidad Limitada, no respondan con su patrimonio personal por dichas obligaciones, las cuales serán pagadas únicamente con el patrimonio social de la Compañía. De esta manera, los socios sólo podrán verse perjudicados hasta el límite de sus aportes al capital social (Actualidad Empresarial).

3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

3.1. Identificación, descripción y justificación del producto a importar

El plan de negocios es la importación de scooter eléctrico desde el mercado de China. La idea nace al descubrir que existe un mercado objetivo que no encuentra una facilidad para transportarse en las calles de Lima hoy por hoy. Es por ello, que buscando y contactándonos con potenciales proveedores en China, se decidió trabajar en ello, para evaluar la factibilidad del plan y presentar una alternativa atractiva e innovadora al público. Ahora, se pueden preguntar ¿Por qué el mercado de China? Nuestra respuesta se basa en la información proporcionada por la Cámara de Comercio Peruano China (CAPECHI), quienes señalan:

- Crecimiento económico sostenido (2do país en economía mundial)
- Produce Calidad y productividad
- Proyección, para el año 2045, de ser la primera potencia mundial.

Tenemos el beneficio de estar actualmente amparados en un acuerdo comercial internacional con China. La página web acuerdoscomerciales.pe nos indica al respecto los beneficios del TLC con China.

- ACCESO PREFERENCIAL PARA PRODUCTOS PERUANOS.

En las negociaciones, el Perú buscó que sus principales productos de exportación, así como los que poseen potencial exportador, se beneficien con un acceso preferente al mercado chino. En este sentido, se ha logrado que una amplia gama de productos peruanos (agrícolas, pesqueros, industriales) ingresen en condiciones preferenciales a dicho mercado.

El TLC ayuda a reducir la desviación de comercio generada por los acuerdos que ha firmado China con otros países competidores del Perú, pues al eliminarse los aranceles, los productos peruanos ingresan al mercado chino con en condiciones más competitivas.

- INTEGRACIÓN DE CADENAS PRODUCTIVAS

El acuerdo permite estrechar las relaciones comerciales con el principal proveedor mundial de insumos para la industria, lo cual posibilita el incremento de la eficiencia en la industria doméstica, permitiendo así que nos integremos en cadenas productivas con el Asia con la finalidad de vender en mercados de dicha región.

- INVERSIÓN

Dicho Tratado, sumado a la red de acuerdos con los que cuenta el Perú actualmente, nos coloca en una situación ventajosa con respecto a otros países, convirtiendo al Perú en un destino atractivo de inversiones.

Con este resultado, el Perú está logrando consolidar su imagen positiva en Asia, logro que contribuye sustancialmente con el objetivo de convertirse en el líder del Pacífico Sur y "centro de negocios" en América del Sur.

- COOPERACIÓN ADUANERA

Cabe mencionar que paralelamente al TLC, se negoció un "Acuerdo de Cooperación Aduanera" el cual permite que las Aduanas soliciten información sobre características tales como el valor u origen de una mercancía, que podrá ser utilizada en procesos administrativos y judiciales. Esto facilita las labores de investigación de casos donde se presuman delitos aduaneros, con lo cual se busca que los productos procedentes de China ingresen al país en condiciones que permitan un comercio justo.

3.1.1. Clasificación arancelaria (en ambos países)

La clasificación arancelaria de las mercancías de acuerdo al Arancel de Aduanas del 2017 (Ministerio de Economía y Finanzas, 2016) publicado mediante el D.S. N° 346-2016) son:

SECCIÓN:XVIIMATERIAL DE TRANSPORTE

CAPITULO:87 Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres; sus partes y accesorios

Tabla N° 10: Sub partida nacional del scooter eléctrico

Fuente: SUNAT

CODIGO	DESCRIPCION DE LA MERCADERIA
87.11	Motocicletas (incluidos los ciclomotores) y velocípedos equipados con motor auxiliar, con sidecar o sin él; sidecares.
8711.60.00.00	- Propulsados con motor eléctrico

Las medidas impositivas para los productos que se importarán son:

**Propulsados con motor eléctrico (SPN
8711.60.00.00**

Gravámenes Vigentes	Valor
Ad/Valorem	6%
Impuesto General a las Ventas	16% ⁱ
Impuesto de Promoción Municipal	2%

Tabla N° 11: Medias impositivas

Fuente: SUNAT

Una gran ventaja para la empresa “TREBOL IMPORTACIONES SAC.” es que todos los productos de origen de China se encuentran negociados en los Tratados de Libre Comercio, lo que permite verse beneficiadas con el beneficio de desgravación arancelaria:

BENEFICIOS DE DESGRAVACIÓN ARANCELARIA (TRATO DE PREFERENCIA INTERNACIONAL – TPI 805

El Perú cuenta con una amplia de red de Acuerdos Comerciales que generan

oportunidades para el desarrollo de nuestra oferta exportable, además de colocarnos como un país que se preocupa no solo de ofertar sus productos, sino que también se brindan las oportunidades al mercado interno permitiendo reducir los costos para los consumidores. A la fecha el Perú está orientado hacia el libre comercio, para lo cual ha venido negociando y firmando una serie de Tratados de Libre Comercio con diversos países. Esta firma de tratados ha favorecido a varias empresas originando una gran desgravación arancelaria.

La empresa “TREBOL IMPORTACIONES SAC.” no es ajeno a estos beneficios, por lo que ha realizado un estudio y planeamiento para acogerse a las desgravaciones arancelarias de todos los productos que importará, para lo cual nuestro proveedor deberá cumplir con los Requisitos de Origen:

- Mercancía originaria (Cumplir con los Criterios de Origen),
- Contar con Prueba de Origen (Certificado de Origen o Declaración de origen),
- Expedición Directa.

Los scooter eléctricos que se importarán del país de China, como se puede visualizar líneas abajo con el acogimiento al TPI, la base arancelaria (A/V) disminuye notablemente.

Propulsados con motor eléctrico (SPN 8711.60.00.00)

PAIS	CONVENIO INTERNACIONAL	P.NALIDAD	T.MARGEN	FECHA DE VIGENCIA	ARANCEL BASE/PREFERENCIAL	PORCENTAJE LIBERADO ADV	OBSERVACION
CHINA	805 - TRATADO DE LIBRE COMERCIO PERU - CHINA			01/01/2019-31/12/99	9%	100%	

Tabla N° 12: Liberación Aduanera

Fuente: SUNAT

3.1.2. Ficha técnica comercial


*Producto	Propulsados con motor eléctrico (SPN 8711.60.00.00)
Definición	Vehículo scooter tipo moto con motor eléctrico
Producto	Scooter eléctrico
Insumos	Batería acido, motor: 1000w, velocidad: 40 km/h
Uso	Transporte
País de origen	China
País de comercialización	Perú
Modelo	Varios colores
Distribución	Venta por internet
Imágenes referenciales	
Presentación	Viene armado
Empaque	Cada moto vendrá con caja de cartón

Tabla N° 13: Ficha técnica comercial

Fuente: Elaboración propia

3.1.3. Ecuación de valor para el mercado nacional

El mercado escogido por la empresa TREBOL IMPORTACIONES S.A.C. es el país de Perú, cuya comercialización y distribución se realizará a nivel Lima metropolitana. Si bien es cierto los productos irán dirigidos a los jóvenes y adultos, el mercado objetivo son las personas de edad aproximada de 20 años a más que trabajan; además, que sus

ingresos sean superiores a dos mil soles (S/. 2000.00). Las mercancías serán importadas de China. La definición correcta de “TREBOL IMPORTACIONES SAC.” de la Ecuación de Valor para el Mercado Nacional, nos permitirá “COMPETIR” con nuestros productos y “AFIANZAR” la “Marca Comercial” en el mercado elegido. Los atributos y beneficios de los productos que la empresa “TREBOL IMPORTACIONES SAC” ofrece a los consumidores son:

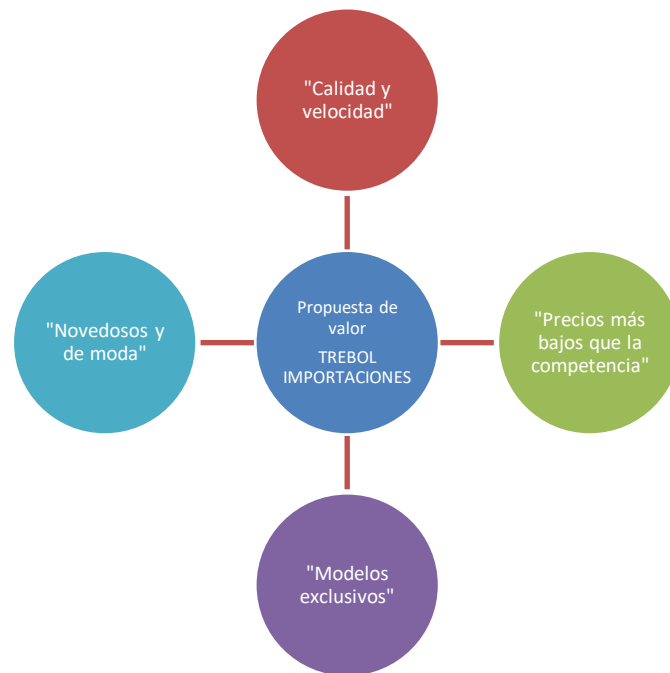


Figura 7: Propuesta de valor de la empresa

Fuente: Elaboración propia

3.1.4. Determinación de la marca a usar

La marca comercial de los productos a importarse para nuestros clientes finales será con nuestra marca “ELEGANZ” que será indicada a nuestro proveedor de manera que venga rotulada en el producto de forma de que tengamos impacto en la mente del consumidor y podamos ser reconocidos por ser una marca que vende productos de calidad, que no sufran desperfectos y digno de recomendar.

LOGO DE NUESTROS SCOOTER



Figura N° 8: Logo Scooters eléctricos

3.2. Investigación de mercado objetivo

A continuación, se procede a mostrar la investigación realizada por la empresa “TREBOL IMPORTACIONES SAC” en el mercado elegido.

En la investigación del mercado objetivo lo primero que se realiza en la búsqueda de proveedores que puedan abastecernos del producto propuesto en el presente plan, para conocer a los principales países exportadores durante los ultimo 5 años de la partida arancelaria 8711.60.00.00 se prepara la tabla 1 con información extraída de Trade Map. Tener en cuenta que la partida 8711.60.00.00 nace a partir de la revisión 2017 del arancel es por eso que tenemos data a partir del año 2017.

Tabla N° 14: Principales exportadores a nivel mundial de la P.A. 871160 (En miles de USD)

Exporters	Exported value in 2017	Exported value in 2018
World	3763986	6096254
China	1862880	2533775
Germany	516279	851144
Netherlands	311961	643488
Taipei, Chinese	233216	385951
Belgium	204567	236135
Austria	116744	196963
Czech Republic	82352	128361
Switzerland	63788	87807
Romania	59766	84372

France	47781	67584
Viet Nam	47384	106623
Spain	35445	43076
Bulgaria	34393	125506

Fuente: Trademap

Elaboración: Propia

Tabla N° 15: Reporte de Importaciones por Subpartida Nacional/País Origen 2018

Subpartida nacional: 8711.60.00.00-Propulsados con motor eléctricos

País de Origen	Valor FOB(Dólares)	Valor CIF(Dólares)	Peso neto(Kilos)	Peso bruto(Kilos)	Porcentaje CIF
CN-China	2,163,168.61	2,320,740.44	375,998.36	402,506.71	94.48
HR-Croatia	79,503.47	92,983.61	1,042.48	1,252.61	3.79
GB-United Kingdom	20,614.57	21,336.92	238.00	272.21	0.87
US-United States	14,968.25	16,173.47	232.49	235.95	0.66
VN-Vietnam	3,037.05	3,225.55	86.95	91.76	0.13
JP-Japan	1,500.00	1,530.91	66.05	69.01	0.06
DE-Germany	283.26	431.43	34.96	36.80	0.02
LOS DEMAS- LOS DEMAS	-	-	-	-	-
TOTAL-TOTAL	2,283,075.21	2,456,422.33	377,699.29	404,465.05	100.00

Fuente: Aduanet (2018)

En la tabla N°15 se puede observar que el principal país exportador de la partida comercial a nuestro país es China.

Se puede observar que los principales países exportadores de la partida 871160 dentro del periodo 2017 al 2018 son China, Alemania, Holanda siendo China el mayor exportador en todos los años y representando el 49.5% de las exportaciones del mundo en el año 2017 y 41.6% en el 2018.

Tabla N° 16: Criterios de selección de mercado

Indicador	China	Alemania	Países Bajos
PBI	12.24 Billones	3 677 billones	826.2 miles de millones
Crecimiento del PBI	6.90%	2.2%	3.2%
Demanda de la partida	402,506.10 kg	36.80kg	No figura en Sunat
Riesgo País	Economía - favorable	Economía favorable	- Economía favorable -
Ad Valorem	6%	6%	6%
Acuerdos comerciales	TLC CHINA	TLC PERU-UE	TLC PERU-UE
Transporte internacional	Medio	Medio	Medio
Precio FOB	\$450.00	549 euros	1199 euros
Negociación de exclusividad	100%	100%	80%
Idioma	Chino Mandarín- Inglés	Alemán	Holandés

Fuente: SUNAT-Trademap

Elaboración Propia

En la tabla N° 16 se pueden observar los indicadores elegidos para la selección del país en el cual se realizará la búsqueda de proveedores de scooter eléctrico, con esta información se procede a elaborar la tabla de selección a detalle otorgándole un nivel de importancia a cada criterio.

Tabla N° 17: Criterios de selección de mercado a detalle

Criterio	Peso			Paíse			
	Relativ o	Chin a	Puntaj e	Aleman a	Puntaj e	s Bajos	Puntaj e
PBI	0.05	4	0.2	4	0.2	4	0.2
Crecimiento del PBI	0.05	4	0.2	4	0.2	4	0.2
Demanda de la partida	0.05	4	0.2	4	0.2	3	0.15
Riesgo País	0.05	4	0.2	4	0.2	4	0.2

Ad Valorem	0.05	4	0.2	4	0.2	3	0.15
Acuerdos comerciales	0.05	5	0.25	5	0.25	3	0.15
Transporte internacional	0.2	3	0.6	4	0.8	4	0.8
Precio FOB	0.3	5	1.5	3	0.9	3	0.9
Negociación de exclusividad	0.15	4	0.6	3	0.45	3	0.45
Idioma	0.05	3	0.15	3	0.15	3	0.15
Total	1		4.1		3.55		3.35

Fuente: Banco Mundial/ Trademap/Sunat

Elaboración Propia

En la tabla N°17 se le da puntaje de 5 (muy bueno) y 0 (muy malo) luego del análisis se puede observar que China es un país muy conveniente para buscar proveedores de la partida arancelaria 8711.60.00.00, esto de acuerdo a los criterios empleados en el análisis. Alemania y Países Bajos también se presentan como una buena opción por lo que podrían considerarse como una segunda y tercera opción respectivamente.

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

MACROSEGMENTACION

Para realizar la selección de mercado objetivo, se empezará por analizar la segmentación geográfica del país y la población.

A continuación, en la tabla N°18 se muestra la población a nivel nacional.

TABLA N° 18: Población a Nivel Nacional

PERÚ	
Año	Población
2013	30 565 716
2014	30 973 354
2015	31 376 671
2016	31 773 839
2017	32 165 485

Fuente: (Banco Mundial, 2019)

En la tabla N° 18 se puede apreciar que la población de Perú ha ido en aumento anual con respecto al año anterior.

A continuación, en la tabla N°19 se muestra la población según las Provincias del Perú.

TABLA N° 19: Población por Provincias

PERÚ: PROVINCIAS CON MAYOR Y MENOR POBLACIÓN, 2015

Departamento	Provincia	Población
Provincias con mayor población		
Lima	Lima	8 890 792
Prov. Const. del Callao	Prov. Const. del Callao	1 013 935
Arequipa	Arequipa	969 284
La Libertad	Trujillo	957 010
Lambayeque	Chiclayo	857 405
Piura	Piura	765 601
Loreto	Maynas	551 383
Junín	Huancayo	503 139
Cusco	Cusco	450 095
Áncash	Santa	438 290
Cajamarca	Cajamarca	388 140
Ucayali	Coronel Portillo	377 875
Ica	Ica	362 693
Piura	Sullana	317 443
Tacna	Tacna	316 964
Huánuco	Huánuco	309 545
Lambayeque	Lambayeque	296 645
Puno	San Román	293 697
Ayacucho	Huamanga	277 224
Junín	Satipo	274 610
Puno	Puno	248 377
Lima	Cañete	233 151
Lima	Huaura	219 059
Ica	Chincha	217 683
Junín	Chanchamayo	204 035
Cajamarca	Jaén	199 000
Lima	Huaral	190 501
San Martín	San Martín	187 320
Cusco	La Convención	179 845
Apurímac	Andahuaylas	168 056
Áncash	Huaraz	166 625
Cajamarca	Chota	164 714
Tumbes	Tumbes	164 404

En la tabla N° 19 se puede apreciar que la población Lima representa la Provincia con mayor población a nivel nacional

MICRO SEGMENTACION:

El presente plan de negocio plantea dirigir el producto a los hombres que tengan interés en cuidar el medio ambiente y también sean personas ocupadas que deseen dirigirse de un lugar a otro.

Variables Demográficas:

- Edad: Entre 20 y 35 años
- Sexo: Masculino
- Ciclo de vida familiar: Jóvenes solteros
- Ingresos económicos: Entre S/. 2,000.00 a S/. 8,000.00 soles.
- Nivel Socioeconómico: B y C
- Ocupación: profesional y técnico, ejecutivos, hombres que trabajen en oficinas

Variables Geográficas:

- Ubicación: Sudamérica
- País: Perú
- Ciudad: Lima Metropolitana
- Tamaño de la ciudad de Lima: 2.672 km²
- Clima de Lima: Húmedo, caluroso en verano y frío en invierno.
- Beneficios deseados: calidad y servicio
- Tasa de uso: uso diario.
- Actitud hacia el producto: entusiasta, positivo, competitivo

Variable Psicográfica

- Estilo de vida: Hombres trabajadores, que sean rebeldes y que les gusta marcar estilo.
- Personalidad: De carácter fuerte y rudo. Que sea muy competitivo.

3.2.2. Definición del perfil del consumidor

Según los Los Estilos de Vida (EdV) LATIR en el Perú y en América Latina son seis. Dos son exclusivamente conformados por hombres: los Progresistas y los Formalistas pero también tenemos los Sofisticados y Austeros, según estos estilos de vida se van a poder entender al consumidor y poder cubrir sus necesidades.

De acuerdo a esta división podemos determinar que nuestro perfil de consumidor tiene algo de Sofisticado y Progresista, descartando el Austero. Pasamos a detallar lo antes mencionado, por un lado tenemos al Sofisticado que son educados, liberales y son innovadores en el consumo, también les gusta la imagen personal. De esta manera nuestro perfil es el consumidor será el que busca lo nuevo ya que nuestro producto si bien tiene

algunos años de estar en el mercado sigue siendo nuevo en gran parte de la población.

Por otro lado tenemos al progresista que busca lo mejor para su progreso personal, es competitivo y moderno, por poner un ejemplo son aquellos que salen de barrios de clase C, pero estudiaron y están ocupados en sus trabajo pero tratan de ahorrarse tiempo de tráfico y en este caso preferirían nuestras motos para movilizarse más rápido y pasar más tiempo con su familia.

3.2.3. Medición del mercado objetivo

Según el Censo del 2017, la población masculina del Perú totalizó 14 millones 450 mil 757.

El 48.8 % de ellos viven en Lima son de 4 millones 628 mil 877 personas.

De esa cifra el 60.98% es PEA, es decir, un 2 millones 822 mil 500.

Por otro lado el 25% de esta cifra trabajan actualmente 705 mil 625.

De esa cifra el 11% tienen un sueldo de más de 2000 soles, quiere decir 77 mil 618.

Y por último de esa cifra el 25% son del rango de edad 20-45, esto quiere decir 19 mil 404.

3.3. Análisis de oferta y demanda en el mercado

3.3.1. Análisis de oferta

El mercado de venta de scooter eléctrico se presenta como una opción relativamente nueva en el mercado es por eso que averiguamos la opinión de expertos en el rubro para que nos indiquen que expectativas podríamos tener del producto.

En el caso de Lima, el potencial para el mercado de scooters eléctricos es grande, teniendo en cuenta que solo el 30% de limeños entre los 18 y 30 años ha usado al menos una vez este tipo de transporte, según estudio de la consultora Flanqueo.

Es por ello que proyectó que este año el referido mercado llegaría a mover alrededor de S/20 millones.

“Este mercado crecerá siempre que mejore el conocimiento del servicio y de las reglas adecuadas de uso de un scooter”, señaló el gerente general de la consultora, Javier Quiñones.

¿Para que usan los limeños los scooters eléctricos? Según el estudio, el 47% lo usa para ir a pasear mientras un 28% para ir a trabajar. En cuanto a la frecuencia de uso, el 40% lo utiliza dos veces por semana, el 28% semanal, el 22% diario y el 10% tres veces por semana

“La distancia promedio recorrida es de 800 metros a un kilómetro en un 75%, mientras que un 15 % recorre más de un kilómetro de distancia por ocasión de uso”, dijo.

COMPETIDORES:

Entre los más grandes competidores tenemos los siguientes que pasaremos a detallar:

GREENLINE

Figura N° 9: Pagina web de Greenline

Fuente: Greenline



El porcentaje de venta es el 40% y los productos que más se asemejan al que pasaremos a vender es este:

CHOPPER, PRECIO: 3900 soles



Figura N° 10: Catalogo de Greenline

Fuente: Greenline

Tenemos a la empresa ECORIDER que ofrece productos parecidos a los nuestros.

ONE ECODRIVER, PRECIO: 4000 soles



Tabla N° 20: Comparativo de precios de la competencia

Variable	GREENLINE	ECODRIVER	ALENER
Precio	S/. 3,000.00	S/. 4,000.00	S/. 4,000.00
Variedad	SI	SI	SI
Color	Negro/Rojo	Negro	Negro
Presencia en internet	Si	Si	Si

Elaboración: Propia

3.3.2. Análisis y cálculo de la demanda

Se debe determinar la cantidad de hombres peruanos pues el producto ira dirigido a hombres peruanos, que tengan interés por movilizarse rápidamente y busquen la elegancia como también ser modernos.

Tabla N° 21: Densidad demográfica del Perú.

Genero	Cantidad	%
Mujeres	15,712,824	49.90
Hombres	15,775,801	50.10
Total	31,488,625	100.00

Fuente: INEI

Elaboración Propia

La tabla 16 se realiza el análisis de la población masculina en el Perú para ello se toman datos del INEI, de acuerdo a la información obtenido las hombres representan el 50.10% del total de la población peruana.

Tabla N° 22: Determinación de la demanda insatisfecha

Descripción	Cantidad
Población de hombres en el Perú	15,775,801.00
Vive en Lima	4,628,877.00
Económicamente Activo	2,822,500.00
Trabajan actualmente	705,625.00
Sueldo de S/ 2000 a mas	77,618.00
Edad entre 20-35 años	19,404.00
Mercado disponible	19,404.00
Compra de motos al año	1
Demanda potencial	19,404.00
%de hombres dispuestos a comprar	35%
Demanda insatisfecha	6,791.00
Participación de mercado	3.5%
Ventas anuales	237

Fuente: INEI

Elaboración Propia

3.3.3. Análisis de competitividad y benchmark

Para que nuestra empresa TREBOL IMPORTACIONES SAC sea de excelencia requerimos compararnos con la competencia para de esta manera saber las buenas prácticas y poder mejorarlas para estar a la altura de las circunstancias y ofrecer lo mejor a nuestro consumidor.

GREENLINE:

BUENA PRESENCIA ONLINE: Nuestra empresa TREBOL IMPORTACION S.A.C. podría tomar como ejemplo a la empresa GREENLINE para poder tomar sus buenas prácticas en el uso del internet para dar a conocer los beneficios de la empresa.

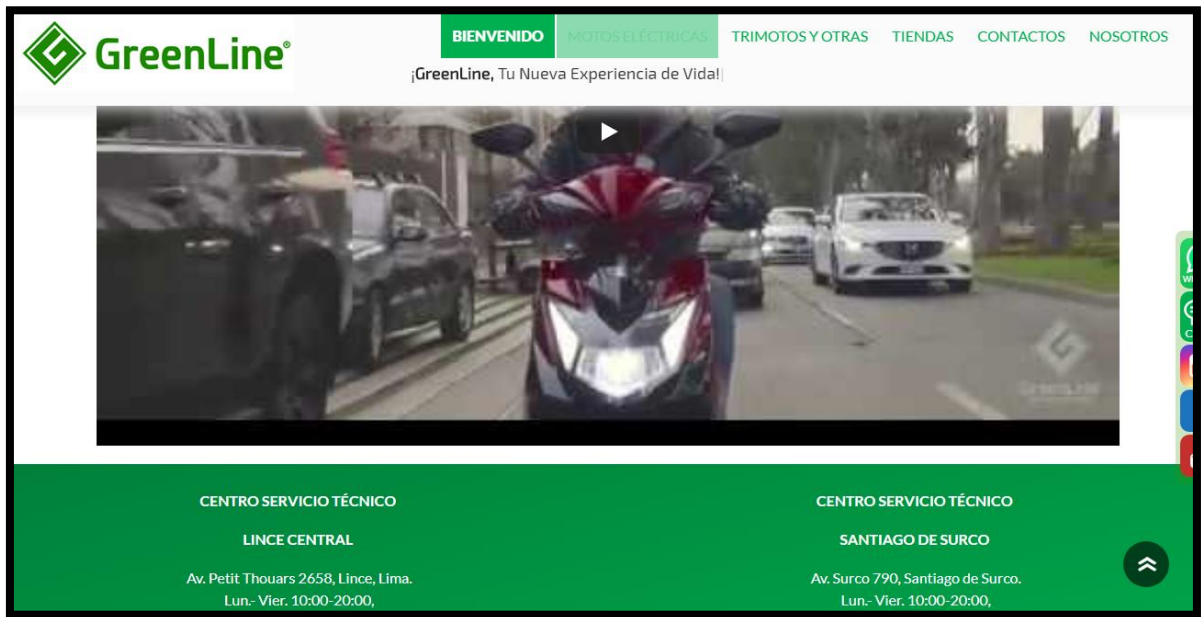


Figura N° 11: Pagina Web de Greenline

Fuente: Greenline

Están constantemente publicando fotos con descuentos o rebajas del precio normal induciendo a la compra a sus más de 40 000 seguidores en Facebook, nosotros somos conscientes de que si tomamos las buenas prácticas de esta empresa podemos obtener resultado y mejorar en las ventas de nuestra organización.

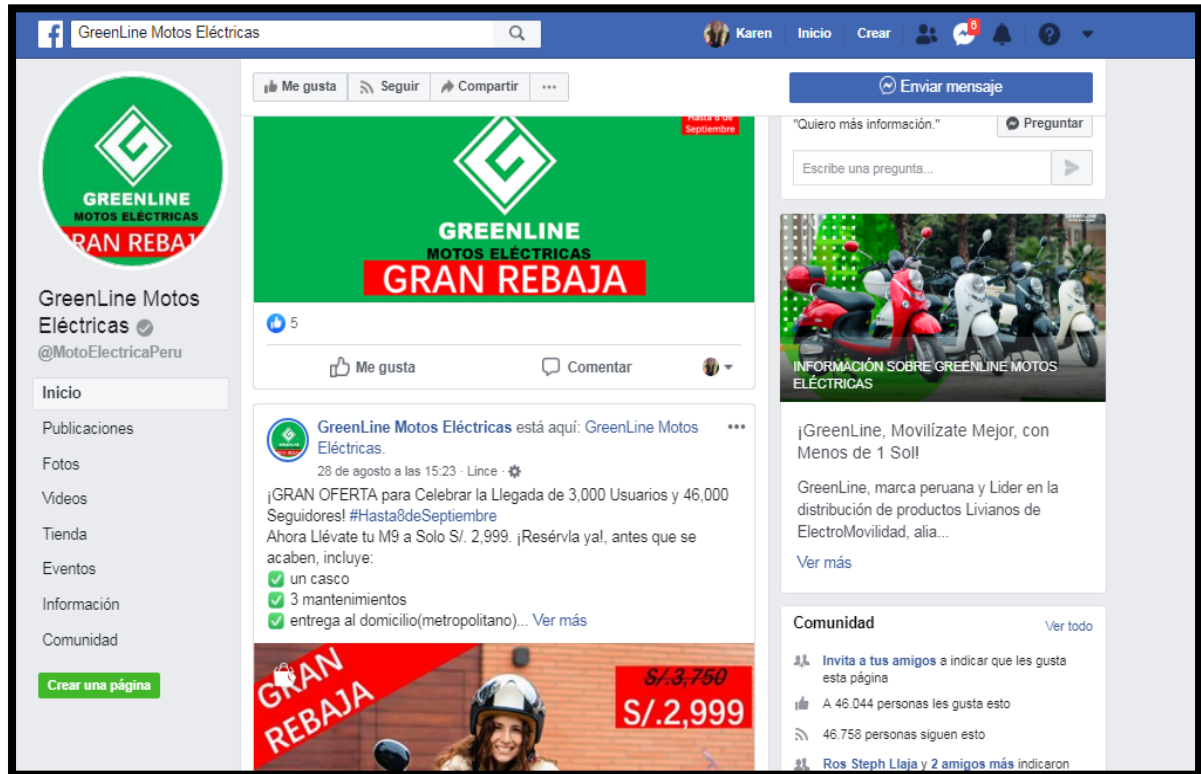


Figura N° 12: Fanpage de Greenline

Fuente: Facebook Greenline

PRECIOS:

Están constantemente publicando fotos con descuentos o rebajas del precio normal, de esta manera nosotros podríamos captar más clientes utilizando el factor de descuento.

3.3.4. Análisis de precio de importación (compra)

Una vez se tuvo el producto en mente y se investigó la necesidad del mercado cotizamos a diferentes proveedores pero nos quedamos con el siguiente proveedor cuyos precios de importación mostramos a continuación.





MODEL	PICTURE	PRICE/USD	CERTIFICATE	SPECIFICATIONS			UPGRADE
A1		\$305	CE	BATTERY	60V12A acid battery	Front light	60V12A lithium battery +\$35
		Carton box package	EN1594	MOTOR	1000W		1. App& lock alarm +\$10
		Steel frame package +\$10	MSDS	RANGE	40KM		2. Mirrors +\$5
		Colors: Many		SPEED	45KM/H		3. Rear light +\$8
							4. Pedal +\$5 5. Bluetooth 6. Rear suspension +\$15 7. Disc brake lock +\$3 8. Front bag +\$8 9. Rear bag +\$8 10. Disc brake lock +\$3 11. Front bag +\$8
A2		PRICE/USD	CERTIFICATE	SPECIFICATIONS			UPGRADE
		\$350	CE	BATTERY	60V12A acid battery	Front light, Front& rear suspension, Big seat with back	60V12A lithium battery +\$35
		Carton box package	EN1594	MOTOR	1000W		60V20A lithium battery+\$120
		Steel frame package +\$10	MSDS	RANGE	40KM		1. App& lock alarm +\$10
Colors: Many		SPEED	45KM/H	2. Mirrors +\$5			
							3. Rear light +\$8 4. Pedal +\$5 5. Bluetooth 6. Rear bag +\$8 7. Disc brake lock +\$3 8. Front bag +\$8
A3		PRICE/USD	CERTIFICATE	SPECIFICATIONS			UPGRADE
		\$350	CE	BATTERY	60V12A acid battery	Front light, Front& rear suspension, Rear seat with back	60V12A lithium battery +\$35
		Carton box package	EN1594	MOTOR	1000W		60V20A lithium battery+\$120
		Steel frame package +\$10	MSDS	RANGE	40KM		1. App& lock alarm +\$10
Colors: Many		SPEED	45KM/H	2. Mirrors +\$5			
							3. Rear light +\$8 4. Pedal +\$5 5. Bluetooth 6. Rear bag +\$8 7. Disc brake lock +\$3 8. Front bag +\$8
X2		PRICE/USD	CERTIFICATE	SPECIFICATIONS			UPGRADE
		\$400	CE	BATTERY	60V12A acid battery	H-fork, Big front light, Front suspension	60V12A lithium battery +\$35
		Steel frame package	EN1594	MOTOR	1000W		60V20A lithium battery+\$120
		Colors: Many	MSDS	RANGE	40KM		1. App& lock alarm +\$10
		SPEED	45KM/H	2. Mirrors +\$5			
							3. Disc brake lock +\$3 4. Rear light +\$8 5. Rear bag +\$8 6. Front bag +\$8

Figura N° 13: Precios de los scooter de Greenline

Fuente: Catalogo de Greenline

Siendo el modelo A2 de precio 350 usd el que cumplió con nuestros estándares de calidad y requerimientos.

3.3.5. Análisis y determinación de formas de distribución

Nuestra forma de distribución será venta online ya que nuestro público como es juvenil está más tiempo conectada a las redes sociales y están constantemente viendo nuevas oportunidades de compra relacionadas al transporte o siempre están comentando los problemas que origina el tráfico en nuestra ciudad.

Pensando en ello nuestra forma de distribuir será vía minorista y entrega inmediata o en nuestro almacén.

3.3.6. Análisis del entorno

3.3.6.1. Macro ambiente- pastel

- Sociales. –
 - Problemas climáticos que no permitan que la importación llegue a tiempo.

- Los limeños invierten entre 2 a 3 horas diarias movilizándose a su centro laboral debido al mayor tráfico.
 - Parque automotor se duplicó en 7 años con mototaxis y minivanos.
 - Los periodos de renovación de un auto son cada vez más cortas, el 60% de las personas quiere renovar un auto entre los tres o cuatro primeros años
 - Hasta el año 2017 existen 2 millones 200 mil motos en el país.
- Políticos. –
 - Disolución del congreso de la república por el presidente Martin Vizcarra
 - Riesgo de salida de capitales extranjero debido a la crisis política
 - Vigencia del TLC Perú-China y el aumento de de TLCs que se encuentran en negociación.
 - MTC(Ministerio de transportes y comunicaciones) prohíbe circulación de scooter eléctricos en veredas y limitan velocidad máxima.
- Económicas. –
 - La situación económica del país o del país de origen pues se podrían incrementar los precios de los proveedores o limitar la demanda de los consumidores.
 - El PBI peruano creció 3.99% en el 2018
 - Los analistas económicos disminuyeron de 3,5% a 3,2% su estimado de crecimiento del PBI peruano para este año.
 - SUNAT: Este 2019, se espera reducir más los tiempos de importación.
- Tecnológicas. –
 - Si en el Perú la tecnología permite tener productos de la misma o mejor calidad no valdría la pena seguir importando el producto. La creación de nuevas plataformas que faciliten la compra online haría que incrementen las ventas.
 - Incremento de apps para alquiler de scooter eléctricos
 - El 48.7% de la población de 06 y más años de edad tienen acceso a Internet.

3.3.6.2. Micro ambiente-

Tabla N° 23: Matriz FODA

FACTORES	FORTALEZAS	DEBILIDADES
I N T E R N O	<ul style="list-style-type: none"> • Ser una empresa socialmente responsable ya que nuestros productos son un medio para reducir la contaminación CO2. • Precios competitivos • Tener stock de acuerdo a lo que la demanda exija. • Ofrecer producto de calidad y garantía. • Cuenta con personal capacitado. 	<ul style="list-style-type: none"> • El tiempo para recargar la batería lleva más tiempo que abastecer de gasolina. • Falta de personal técnico para la reparación de los Scooter Eléctricos. • Falta de estudios de mercado. • El poco tiempo que tiene la empresa en el mercado • No contar con acciones destinadas a garantizar la satisfacción total.
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
E X T E R N O	<ul style="list-style-type: none"> • La moda de la “salud y deporte” da un impulso a las compras de Scooter Eléctricos. • Pico y placa. • Tecnología que avanza rápidamente en relación con la duración de las baterías. • Aumento de los precios de la gasolina y petróleo. • Apertura más ciclovías 	<ul style="list-style-type: none"> • La gran competencia de nuevos productores que pudieran sacar productos similares. • Todo lo relacionado a la eliminación de baterías y el daño ecológico que ello produce. • El que no haya avances en la tecnología de las baterías. • Aumento de los precios de electricidad. • Rápido crecimiento de número de competidores.

Elaboración: Propia

3.4.Estrategias de venta y distribución nacional

3.4.1. Estrategias de segmentación

Variables Demográficas:

- Edad: Entre 20 y 35 años
- Sexo: Masculino
- Ciclo de vida familiar: Jóvenes solteros
- Ingresos económicos: Entre S/. 2,000.00 a S/. 8,000.00 soles.
- Nivel Socioeconómico: B y C
- Ocupación: profesional y técnico, ejecutivos, hombres que trabajen en oficinas

Variables Geográficas:

- Ubicación: Sudamérica
- País: Perú
- Ciudad: Lima
- Tamaño de la ciudad de Lima: 2.672 km²
- Clima de Lima: Húmedo, caluroso en verano y frío en invierno. Variable conductual:
- Beneficios deseados: calidad y servicio
- Tasa de uso: uso diario.
- Actitud hacia el producto: entusiasta, positivo, competitivo

Variable Psicográfica

- Estilo de vida: Hombres trabajadores, que sean rebeldes y que les gusta marcar estilo.
- Personalidad: De carácter fuerte y rudo. Que sea muy competitivo.

Nuestro mercado

3.4.2. Estrategias de posicionamiento

“Se parte del cambio que la nueva generación necesita”

- ✓ Brindar un personal capacitado que acompañe en campo al cliente para explicar cómo funciona el Scooter Electrónico.
- ✓ Brindar servicios de entregas a domicilio.
- ✓ Brindaremos servicio técnico

3.4.3. Estrategias de ingreso al mercado

La estrategia de TREBOL IMPORTACIONES S.AC. Será la de diferenciarnos por ser una solución ecoamigable y de sustentabilidad ya que nuestros scooters son eléctricos y

de esta manera podemos aportar nuestro granito de arena a nuestro planeta.

El precio es otro factor importante ya que existe en el mercado productos similares a los nuestros y el precio nos ayudará a diferenciarnos ya que con un precio más bajo podemos ingresar al mercado y captar la atención de nuestro segmento de mercado.

3.4.4. Estrategias de distribución comercial

Nuestra estrategia será la de distribución directa, ya que de esta manera nos evitamos los intermediarios y la rentabilidad será mayor. Con esta modalidad haremos la venta al cliente final ya sea mediante redes sociales (Facebook, Instagram) y para las personas interesadas pueden ir a verlas en nuestro almacén para cerrar la venta ya que es de conocimiento que las ventas electrónicas están en progreso a nivel nacional pero todavía existe una desconfianza en relación al e-commerce, de esta manera se le da una facilidad al cliente final para que pueda ver en físico el producto.

3.4.5. Estrategias de branding

La estrategia de branding tiene como objetivo el de construir una marca para que de esta manera se pueda generar un impacto en la mente del consumidor. Para poder crear dicho impacto se tendrá que seguir los siguientes pasos:

- **Coherencia en todas las publicaciones:** Quiere decir que nuestras comunicaciones, nuestros textos, nuestras imágenes a propalar en nuestro fan page serán siempre enfocados en nuestro segmento de esta manera generamos confiabilidad y congruencia con nuestros valores de marca.
- **Comunicar ofertas y promociones:** Mediante nuestras publicaciones vamos a informar ya sea mediante redes sociales y Whatsapp a nuestra base de datos las promociones que tengamos ya que de esa manera es posible tener actualizados a nuestros clientes sobre los distintos modelos
- **Branding interno:** Tener a nuestro personal motivados y que conozcan el producto, sobre todo a nuestro ejecutivo de venta ya que ellos son nuestra cara ante el cliente final.

3.5. Estrategias de promoción Nacional

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

Los mecanismos de promoción nos van a permitir estar donde el cliente se encuentra, comunicar los valores de nuestra marca y ser atractivo a nuestros prospectos, para este fin vamos a utilizar las siguientes estrategias y mecanismos:

- **Infografía sobre los beneficios:** En esta época donde abundan la publicidad tenemos que agregar el mayor valor al cliente ya que el cliente está hostigado de muchas promociones y nosotros informaremos sobre beneficios ya sea para evitar el tráfico, y también sobre cuánto está cuidando el medio ambiente con el uso de los scooter eléctrico.
- **Publicidad mediante blogs especializados:** Ya que nuestros prospectos están interesados en opciones alternativas para evitar el congestionamiento vehicular vamos a publicitarnos en blogs sobre motos, o en algunos artículos periodísticos sobre el congestionamiento vehicular.
- **Marketing directo:** Mediante la publicidad que pagaremos en Facebook tendremos una base de datos, ya sea por correo electrónico y celulares para que nuestro ejecutivo de ventas se comunique con ellos a fin de cerrar las ventas.

3.5.2. Propuesta de valor

La propuesta de valor representa la ventaja competitiva que tiene nuestra marca a comparación de las demás y en nuestro caso será el estilo juvenil y atractivo de nuestras motos que van a permitir que vivan la experiencia a otro nivel y con una cuota de apoyo al medio ambiente.

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

Es un tema ya conocido que el e-commerce es una ventana hacia una nueva forma de hacer negocios ya que se puede conectar a compradores con vendedores sin necesidad de moverse, y según el gráfico líneas abajo muchas de estas se concretan vía Smartphone así que nuestros esfuerzos estarán canalizados en publicidad en este medio.

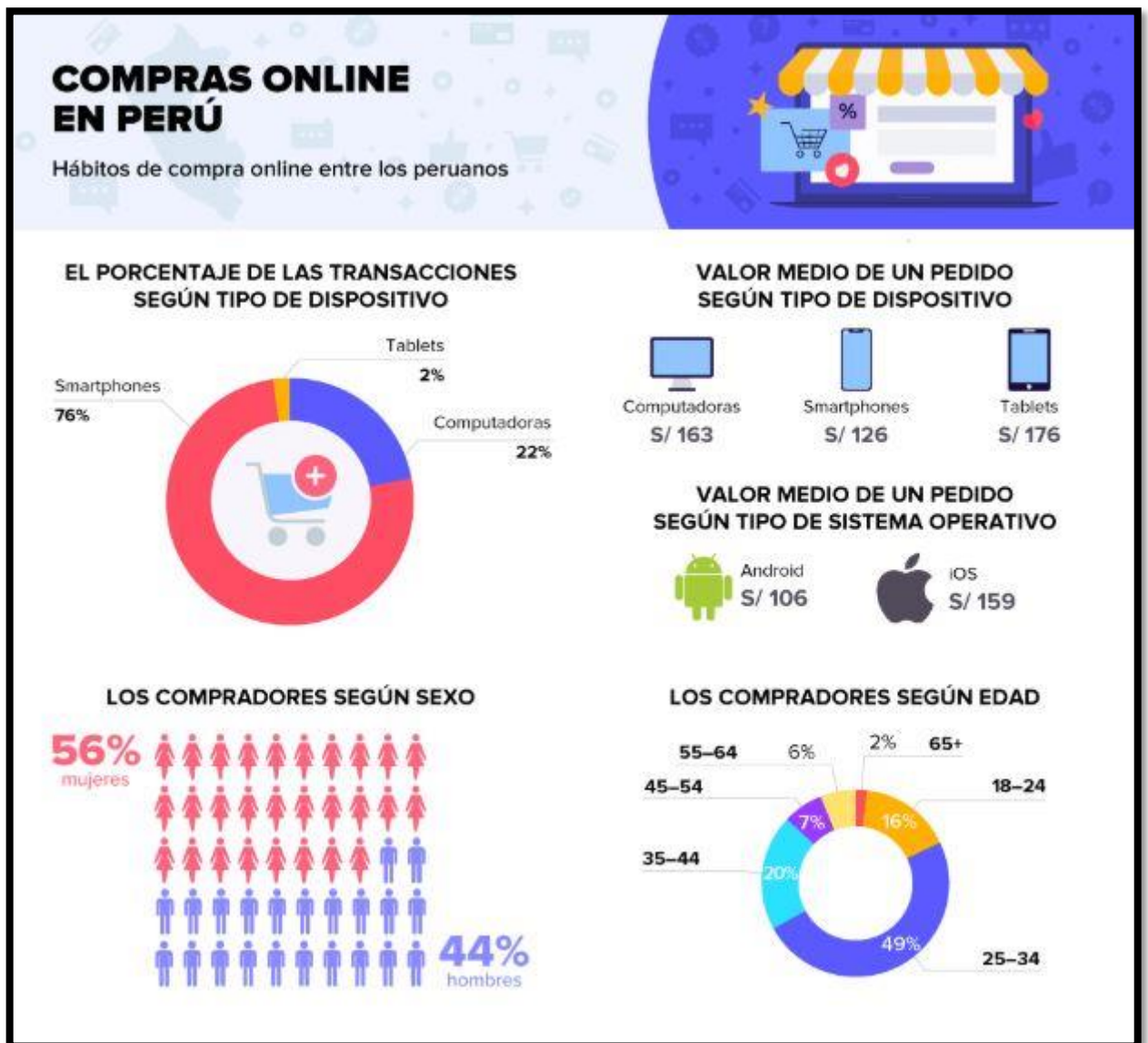


Figura 14: Compras online en Perú

Fuente: Picodi

Si bien las compras las hacen en mayor proporción de mujeres, los números están de aumento y sobre todo nuestro segmento es joven así que tenemos muchas posibilidades de cerrar ventas.

3.6. Políticas de estrategias de precio

La forma de pago será al contado ya que todavía no tenemos espalda financiera, implementaremos el pago con tarjeta de crédito. En nuestra tienda online colocaremos pasarela de pagos para que acepten cualquier tipo de tarjeta de débito o crédito, aceptaremos todas las tarjetas VISA, MASTERCARD para que de esa forma no haya ninguna objeción al momento de cerrar negocio con cliente final.

4. PLAN LOGÍSTICO INTERNACIONAL

4.1. Envases, paquetes y embalajes

4.1.1 Envase

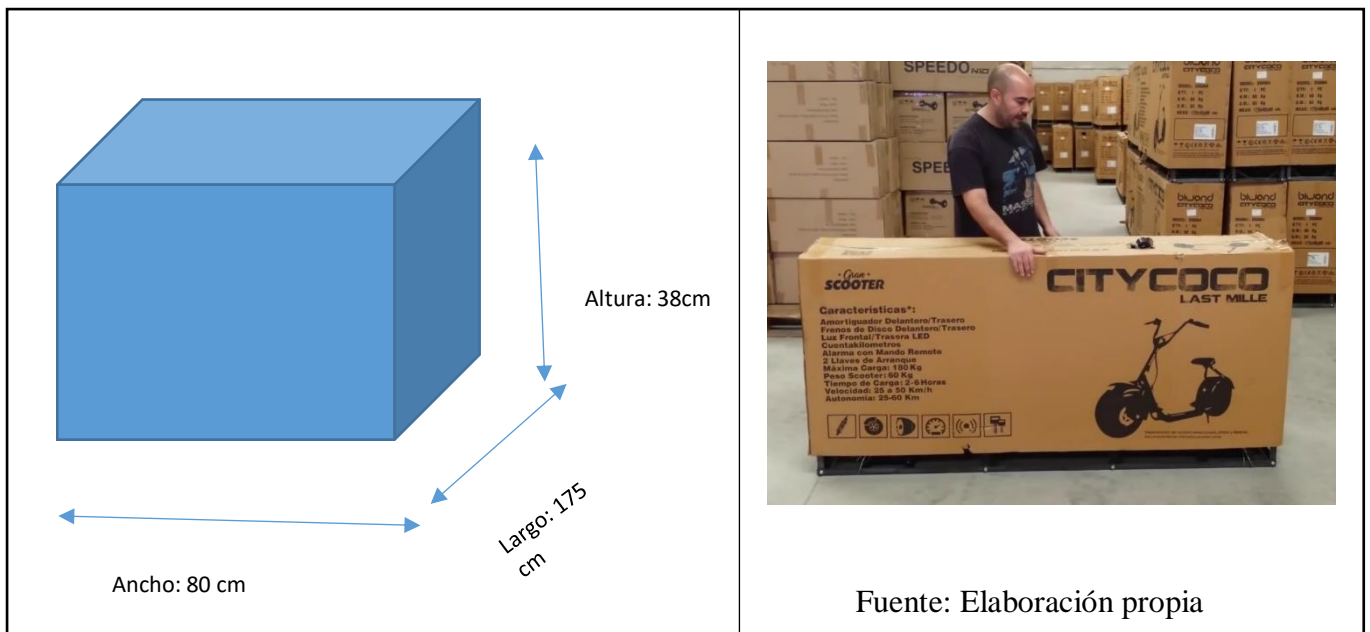
El envase será el recipiente que contenga el producto. Entre sus funciones están las de conservar y proteger el producto, facilitar el transporte y ayuda a distinguirlo de los demás.

El envasado de los scooter eléctrico debe ser producido en condiciones higiénicas que impidan la contaminación como también de la humedad ya que el embarque será vía marítima. A continuación tenemos las características del Envase.

Tabla N° 24: Características de envase

Características	
Embalaje	Caja de cartón corrugado
Medidas	Largo: 1750 mm ; Ancho: 800 mm ; Altura: 380 mm
Color	Marrón
Peso	3 kg
Contiene	1 moto por caja

Figura N° 15: Dimensiones de caja



Fuente: Elaboración propia



Figura N° 16: Embalaje de scooter eléctrico

Fuente: Google Imágenes

4.2. Diseño del rotulado y marcado

4.2.1. Diseño del marcado

En el embalaje se debe consignar:

- ✓ País de origen: China
- ✓ Datos del exportador : Wuxi Saichi Vehicle Industry Ltd.,Co
- ✓ Datos del importador: Trébol Importaciones S.A.C.

- ✓ Símbolos pictográficos
- ✓ Numeración de bultos y cantidades : G.W : 65 kg ; N.W : 62 Kg

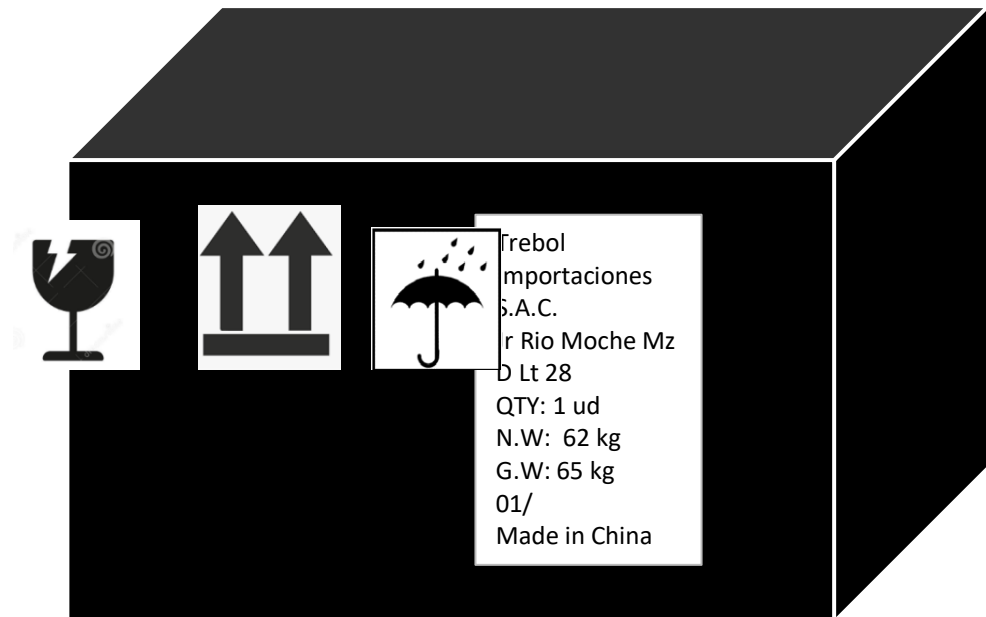


Figura N° 17: Marcado de embalaje

Elaboración: Propia



Figura 18: Marcado de embalaje

Fuente: Google Imagen

4.2.2. Diseño del rotulado

El rotulado del producto tiene por objetivo brindar al consumidor información sobre las características particulares del producto.

A continuación se muestra la información que contiene el embalaje:



Figura N° 19: Rotulado del embalaje

Elaboración: Propia

4.3. Unitarización y cubicaje de la carga

El proceso de unitarización consistirá en agrupar embalajes (cajas) en una unidad de transferencia de carga, con el fin exclusivo de facilitar su transporte, por lo que debe conservar su integridad durante el tiempo que dure su movilización.

Representación gráfica	Características
	Pallet de madera Medidas: 120x100x0.45cm



Unitarización
 Base: 1 scooter
 Total pallets por embarque: 36 pallets

Tabla N° 25: Unitarización de Scooter eléctrico

Fuente: Elaboración Propia

A continuación se muestra a detalle el cálculo de la unitarización de la carga óptima:

Tabla N° 26: Unitarización de carga

Unidades por contenedor			
	Caja 1	Caja 2	Redondeo
Largo	1750	5895	3
Alto	380	2292	6
Ancho	800	2340	2
TOTAL			36

Fuente: Elaboración Propia

Concluimos de esta manera que en un pallet americano entran 01 scooter eléctrico. De esta manera para completar las 36 unidades de scooter serán 36 pallets americanos.

4.4.Cadena de DFI de Importación

La cadena de distribución inicia con el inicio de la producción por parte de nuestro proveedor **Shenzhen YTD Industrial Co.,Ltd** previo pago del 30% del valor facturado, estaremos acogiéndonos al incoterm FOB ya que de esta manera los costos serán más eficientes ya que nuestro agente de carga cuenta con una mejor negociación para carga suelta. De otra forma si fuera CIF los gastos en destino serían el triple aproximadamente,

lo indicado fue una recomendación por parte de nuestro aliado estratégico en esta operación como nuestro proveedor **Multiaduanas Negocios Globales S.A.C.**

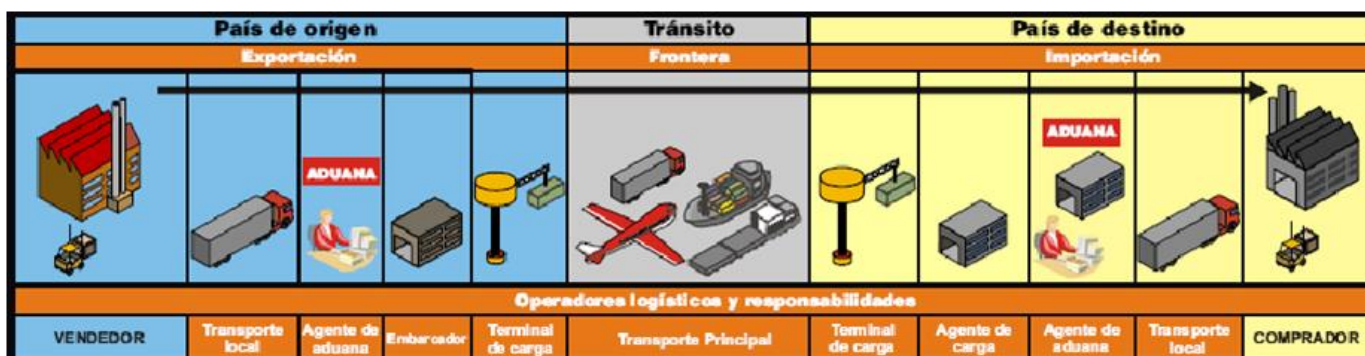
Luego de haber transcurrido unos 07 días a partir del primer pago ya tenemos la mercadería lista para embarcar en ese momento damos aviso a nuestro agente de carga **La Hanseática** que se contactará con nuestro proveedor a fin de coordinar el embarque de nuestra mercadería y darnos el itinerario de salidas, una vez planificado se embarca la mercadería ya consolidada con el tiempo de tránsito estimado de 30 días.

Ya contando con el aviso de llegada unos 5 días antes de llegar la mercadería avisamos a nuestro agente de aduana **Multiaduanas Negocios Globales S.A.C.** para que realice la declaración aduanera de mercancías y nos represente ante la entidad aduanera, aplicando técnicas de clasificación aduanera, valoración aduanera y liquidación aduanera, logra calcular nuestros impuestos a pagar a fin de cumplir con nuestras obligaciones tributarias.

Una vez efectuado el pago sabremos nuestro canal de control asignado, siendo VERDE levante autorizado, NARANJA revisión documentaria y ROJO: aforo físico (en este caso habría un sobre costo de 150 usd) .

Luego de cumplir las formalidades aduaneras correspondientes ya podemos disponer de nuestra mercadería, es ahí cuando contactamos a nuestro proveedor de transporte de carga **Tomic Reyes Zanabria E.I.R.L.** el cual en coordinación con nuestro agente de aduana **Multiaduanas Negocios Globales S.A.C.** planificarán la salida y entrega de guía de remisión de agencia para el siguiente envío hacia nuestro almacén en La Molina.

Figura N° 20: Cadena Distribución Física Internacional



4.4.1. Determinación de requerimiento de insumos e infraestructura

a) Del producto

Nuestra empresa Trebol Importaciones S.A.C. adquirirá los scooter eléctricos del proveedor Wuxi Saichi Vehicle Industry Ltd.,Co. , asimismo contratará los servicios de agencia de carga, aduana y transporte interno a nuestro almacén ubicada en Santa Anita, el cual será punto principal de nuestras importaciones que serán comercializadas vía internet.

Tabla N° 27: Proveedores de Scooter Eléctrico

Empresa	Función	Ubicación
Wuxi Saichi Vehicle Industry Ltd.,Co	Proveedor internacional	China, Shenzhen
Multiaduanas Negocios Globales S.A.C.	Agencia de aduana	Callao
EMP Logistics Peru	Agencia de carga	Callao
Tomic Reyes Zanabria E.I.R.L.	Transporte interno	Callao

Fuente: Elaboración propia

Nuestra empresa Trebol Importaciones S.A.C se encargará de importar localizadores de China por ser un país cuyos productos gozan de precios muy competitivos a nivel internacional, la sede está ubicado en Shenzhen, que es un puerto base cuyos precios de flete internacionales son competitivos y los tiempos de tránsitos son más cortos a comparación de los demás puertos de China.

Para embarcar la carga, necesitaremos una empresa consolidadora que en este caso será la empresa La Hanseática por ser una empresa de prestigio y con trayectoria, además de tener buenas tarifas para carga suelta de China.

Una vez arribada la carga, el trámite aduanero estará a cargo de nuestro aliado estratégico Multiaduanas Negocios Globales S.A.C. con RUC: 20602623344 y dirección fiscal AV. BOLIVIA NRO. 166 DPTO. 301 INT. B CERCADO DE LIMA LIMA - LIMA – LIMA quien además nos dará asesoría y consultoría en todo nuestro proceso de importación convirtiéndose en la mejor opción en el proceso aduanero.

Una vez culminado el proceso aduanero y ya contemos con el levante autorizado de SUNAT podemos proceder con el retiro de la mercadería y para eso tenemos como aliado estratégico a una empresa que nos transmite seguridad y los precios son atractivos además que maneja todas las rutas Lima-Callao ,lo que nos da flexibilidad para cualquier cambio imprevista, hablamos de la empresa Tomic Reyes Zanabria E.I.R.L. con RUC: 20600837673 y con dirección fiscal CAL.ESMERALDA NRO. 187 P.J. J.C. MARIATEGUI SECT SAN GABRIEL B (CDRA. 10 AV. JOSE CARLOS MARIATEGUI) LIMA - LIMA - VILLA MARIA DEL TRIUNFO.

B) De la infraestructura

Tabla N° 28: Ubicación de Trebol Importaciones S.A.C.

Localización de la empresa	
País	Perú
Departamento	Lima
Provincia	Santa Anita
Dirección	Calle Los Álamos 376

Fuente: Elaboración Propia

Nuestro almacén estará ubicado en el distrito de San Juan de Lurigancho ya que es céntrico y estratégico porque queda cerca de la línea uno del tren de Lima y es fácil de llegar por todos los conos. De todas maneras siendo tienda online nuestro canal de venta será a nivel Lima.

Las dimensiones serán de 80 m² habilitados de manera organizada ya que un espacio de 30 m² será habilitado para ser área administrativa donde se realizarán las llamadas y ventas y donde se guardarán los archivos de facturas y contratos que surgirán a lo largo de nuestro emprendimiento.

4.4.2. Establecer cadenas de suministro

La cadena de suministro está conformada por todos aquellos procesos y actividades que involucran a proveedores y clientes para que en conjunto colaboren en la producción y distribución de la mercancía en la calidad, cantidad y tiempo solicitados por el cliente, con la finalidad de satisfacer los niveles de servicios requeridos por él.

Tabla N° 29: Criterios para la elección de proveedor de producto

	Criterios	Proveedor 1	Proveedor 2	Proveedor 3
1	Precio	\$ 450 c/u	\$ 350.00 c/u	\$ 650.00 c/u
2	Ubicación	Shanghai	Shenzhen	Fuzhou
3	Tránsito	30 días	30 días	40 días
4	Certificaciones	1 certificación	3 certificaciones	S/C
5	Tiempo de producción	15 días	07 días	20 días

Proveedor 1: Gaoyao Nanan Xinyipin Hardware And Plastic Factory

Proveedor 2: Wuxi Saichi Vehicle Industry Ltd.,Co

Proveedor 3: Fuzhou Action Electronic Co., Ltd.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N° 30: Matriz de selección de proveedor de producto

	Criterios	Nivel de importancia	Proveedor 1 Puntaje	Proveedor 2 Puntaje	Proveedor 3 Puntaje	Puntaje		
1	Precio	0.30	4	1.2	5	1.5	3	0.9
2	Ubicación	0.20	5	1	5	1	2	0.4
3	Tránsito	0.15	3	0.45	3	0.45	2	0.3
4	Certificaciones	0.15	2	0.3	3	0.45	1	0.15
5	Tiempo de producción	0.20	3	0.6	4	0.8	2	0.4
TOTAL		1.00		3.55		4.20		2.15

Proveedor 1: Shenzhen Longood Electronics Co., Ltd.

Proveedor 2: Wuxi Saichi Vehicle Industry Ltd.,Co

Proveedor 3: Shenzhen Maobos Technology Co., Ltd.

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la matriz de selección (Véase Tabla N°7) y en base a los criterios de elección el Proveedor 2 : Wuxi Saichi Vehicle Industry Ltd.,Co empresa localizada en Shenzhen ,China y con muchos años de experiencia en el mercado y especialista en la fabricación scooter eléctrico , ideal para construir una relación comercial a largo plazo,

ya que son fabricantes nos da mejores condiciones para los tiempos de producción y flexibilidad ante cualquier cambio o modificación en el producto que quisiéramos hacer el futuro.

La empresa Wuxi Saichi Vehicle Industry Ltd.,Co., cumplirá la función de abastecernos de los localizadores con la calidad esperada y al precio justo.

Tabla N° 31: Criterios para la elección de proveedor de producto

Criterios	Proveedor 1	Proveedor 2	Proveedor 3
1 Precio	70 usd	120 usd	100 usd
2 Ubicación	Callao	San Miguel	Santa Anita
3 Años en el mercado	10	5	3
4 Atención al cliente	Bueno	Muy bueno	Deficiente
5 Puntualidad con los documentos	Muy bueno	Bueno	Muy bueno

Proveedor 1: La Hanseática

Proveedor 2: Top Cargo S.A.C.

Proveedor 3: Plus Cargo S.AC.

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 32: Matriz de selección de proveedor de agencia de carga

Criterios	Nivel de importancia	Proveedor 1	Puntaje	Proveedor 2	Puntaje	Proveedor 3	Puntaje
1 Precio	0.30	5	1.5	3	0.9	4	1.2
2 Ubicación	0.20	5	1	5	1	4	0.8
3 Años en el mercado	0.10	4	0.4	3	0.3	2	0.2
4 Atención al cliente	0.30	4	1.2	5	1.5	2	0.6
5 Puntualidad con los documentos	0.10	5	0.5	4	0.4	5	0.5
TOTAL	1.00		4.60		4.10		3.30

Proveedor 1: EMP Logistics Peru

Proveedor 2: Top Cargo S.A.C.

Proveedor 3: Plus Cargo S.AC.

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la matriz de selección (Véase Tabla N°8) la agencia de carga EMP Logistics Peru trabajará con nosotros lo que respecta a envíos internacionales ya que cuenta con 10 años de experiencia en el sector de carga asegurándonos la sostenibilidad de sus operaciones y el soporte para fletes en todos los puertos a nivel mundial.

Tabla N° 33: Criterios para la elección de proveedor de agencia de aduana

Criterios	Proveedor 1	Proveedor 2	Proveedor 3
1 Precio	180 usd	160 usd	140 usd
2 Ubicación	Callao	San Miguel	Santa Anita
3 Años en el mercado	10	5	2
4 Atención al cliente	Deficiente	Bueno	Muy bueno
5 Puntualidad con los documentos	Bueno	Deficiente	Muy bueno

Proveedor 1: Aduamerica S.A.

Proveedor 2: Interamerican Service Co.

Proveedor 3: Multiaduanas Negocios Globales S.A.C.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N° 34: Matriz de selección de proveedor de agencia de aduana

Criterios	Nivel de importancia	Proveedor 1	Puntaje	Proveedor 2	Puntaje	Proveedor 3	Puntaje
1 Precio	0.30	4	1.2	3	0.9	5	1.5
2 Ubicación	0.10	5	0.5	4	0.4	3	0.3
3 Años en el mercado	0.10	5	0.5	4	0.4	3	0.3
4 Atención al cliente	0.30	3	0.9	4	1.2	5	1.5
5 Puntualidad con los documentos	0.20	4	0.8	4	0.8	5	1

TOTAL

1.00

3.90

3.70

4.60

Proveedor 1: Aduamerica S.A.

Proveedor 2: Interamerican Service Co.

Proveedor 3: Multiaduanas Negocios Globales S.A.C.

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la matriz de selección (Véase Tabla N°10) llegamos a seleccionar el proveedor Multiaduanas Negocios Globales S.A.C. ya que cuentan con las mejores tarifas y sobre todo la atención al usuario que es uno de los criterios de mayor importancia para nuestra empresa ya que de ello depende conocer el status de la carga actualizada constantemente y tener el mejor soporte ante cualquier eventualidad.

Por otro lado la entrega de documentos debe ser oportuna ya que no podemos tener demoras nuestras declaraciones contables y nuestros sustentos de la declaración aduanera. La empresa Multiaduanas Negocios Globales S.A.C. si bien tiene pocos años de creación, tenemos un grado de afinidad con el fundador de la empresa y conocemos de su trabajo, de esta manera aseguramos que la carga está en las mejores manos.

Tabla N° 35: Criterios para la elección de proveedor de agencia de transporte

	Criterios	Proveedor 1	Proveedor 2	Proveedor 3
1	Precio	700soles+igv	650 soles+igv	600soles+igv
2	Ubicación	Callao	Callao	Callao
3	Años en el mercado	15	5	5
4	Atención al cliente	Muy bueno	Muy bueno	Bueno
5	Puntualidad con los documentos	Bueno	Muy bueno	Muy bueno

Proveedor 1: Jaime Chang tranportes E.I.R.L.

Proveedor 2: Transportes Rodriguez Ezeta E.I.R.L.

Proveedor 3: Tomic Reyes Zanabria E.I.R.L.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N° 36: Matriz de selección de proveedor de agencia de carga

Criterios	Nivel	de Proveedor	Puntaje	Proveedor	Puntaje	Proveedor	Puntaje
------------------	--------------	---------------------	----------------	------------------	----------------	------------------	----------------

		importancia			1	2	3	
1	Precio	0.30	3	0.9	4	1.2	5	1.5
2	Ubicación	0.10	5	0.5	5	0.5	5	0.5
3	Años en el mercado	0.10	5	0.5	4	0.4	4	0.4
4	Atención al cliente	0.30	5	1.5	4	1.2	4	1.2
	Puntualidad con los							
5	documentos	0.20	3	0.6	4	0.8	5	1
TOTAL		1.00		4.00		4.10		4.60

Proveedor 1: Jaime Chang tranportes E.I.R.L.

Proveedor 2: Transportes Rodriguez Ezeta E.I.R.L.

Proveedor 3: Tomic Reyes Zanabria E.I.R.L.

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la matriz de selección (Véase Tabla N°12) , seleccionamos a la empresa Tomic Reyes Zanabria E.I.R.L. con RUC 20600837673 y dirección fiscal CAL.ESMERALDA NRO. 187 P.J. J.C. MARIATEGUI SECT SAN GABRIEL B (CDRA. 10 AV. JOSE CARLOS MARIATEGUI) LIMA - LIMA - VILLA MARIA DEL TRIUNFO, que fue escogido mediante nuestros criterios de selección ,siendo los puntos más importantes el de atención al cliente y la puntualidad a la entrega de facturación.

4.5.Seguro de las mercancías

Es aquel contrato de seguros por medio del cual la aseguradora asume los riesgos de daños y pérdidas materiales imprevistas a los objetos transportados en caso de traslado por vía terrestre, aérea o marítima dentro del curso ordinario del tránsito de importación y exportación, para los riesgos que estén expresamente contratados, cabe señalar que este seguro no es obligatorio.

Al respecto, podemos calcular la prima de seguro con la información comercial que nos brinda la empresa aseguradora:

Deducible: 10%

D.Emisión: 3%

Prima neta: 0.75% x Suma Asegurada

FOB: 12,600.00 usd

Flete: 1850 usd

Calculamos primero la suma asegurada:

$$SA = 14450 + 10\%SA$$

$$0.90SA = 14450$$

$$SA = 16,055.56 \text{ USD}$$

Luego calculamos la prima neta

$$\text{Prima neta} = 0.75\% * 16,055.56$$

$$\text{Prima neta} = 120.42 \text{ usd}$$

Una vez contamos con la prima neta, calculamos el derecho de emisión y los impuestos locales para obtener la prima comercial:

$$\text{Derecho de emisión} = 3\% * \text{Prima neta}$$

$$\text{Derecho de emisión} = 3.61 \text{ usd}$$

$$\text{Valor de venta} = \text{Prima neta} + \text{Derecho de emisión}$$

$$\text{Valor de venta} = 124.03 \text{ usd}$$

$$\text{IGV} = 18\% * 124.03 \text{ usd}$$

$$\text{IGV} = 22.33 \text{ usd}$$

$$\text{Prima comercial} = \text{Valor de venta} + \text{IGV}$$

$$\text{Prima comercial} = 124.03 + 22.33 = 146.36 \text{ usd}$$

5. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

5.1.Fijación de precios

5.1.1. Costos y precio

Según los datos de la Tabla N°13 determinamos que los costos totales de importación son de 10,399.44 USD. Teniendo en cuenta los costos de importación, dividido en:

1. Costo CIF
2. Ad valorem (es cero)
3. Gastos DFI
4. Gastos administrativos y bancarios

Tener en cuenta que los impuestos de IGV, IPM, PERCEPCION (aduanas) y el IGV (local) son considerados crédito local y no son considerados un costo ya que al momento de vender nuestros productos y facturemos nuestra empresa podrá realizar el pago de las obligaciones tributarias que exige SUNAT.

Para conseguir estos costos debimos solicitar cotizaciones para encontrar la más óptima

en cuanto a precios de fábrica, es por eso que 16/04 recibimos la proforma de la empresa Shenghang International Co.,Ltd la cual fue aceptada por nuestra empresa.

Luego concretamos una reducción de tarifa por parte de nuestra agencia de carga ya que le explicamos nuestra visión a mediano y largo plazo. Ya que confiamos que nuestra empresa contará con una gran aceptación por parte de nuestros clientes y demandaremos sus servicios en los próximos meses.

5.1.2. Cotización internacional

Tabla N° 37: Cotización internacional de importación

	CARGA CONTENEDOR FOB SHENZHEN				
		Unidad	PU	total USD	Total Soles
	EXW				
	FOB(Valor del producto)	36.00	350.00	12,600.00	42,159.60
	Flete			1,850.00	6,190.10
	Seguro			120.42	402.93
	TOTAL LOGISTICA ORIGEN			1,970.42	6,593.03
	CIF			14,570.42	48,752.63
IMPUESTOS	A/V			-	-
	IGV 16%			2,331.27	7,800.42
	IPM 2%			291.41	975.05
	Percepción 3.5%			601.76	2,013.48
	TOTAL IMPUESTOS(Crédito fiscal)			3,224.43	10,788.96
SIN IGV	Visto Bueno			197.25	660.00
	Deposito temporal			380.00	1,271.48
	Agenciamiento			140.00	468.44
	Derecho de emisión Seguro			3.61	12.08
	Cuadrilla			50.00	167.30
	Gastos transferencia BCP			39.00	130.49
	Gastos Operativos			50.00	167.30
	Devolución de contenedor			192.50	644.11
	Flete interno			180.00	602.28
	TOTAL LOGISTICA DESTINO(sin igv)			1,232.36	4,123.48
	DDP DOLARES			19,027.21	63,665.06

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 1 se detallan los costos que se considerarán en la logística internacional, estos servirán para poder determinar los precios totales en el plan financiero. Los costos considerados para embarque FCL vía marítima, se considera la tarifa de temporada alta que son los meses cercanos a la navidad y campañas de día de la madre o padre

1. Costo CIF : 14,570.42 USD
2. Ad valorem (es cero)
3. Gastos DFI : 1,189.75 USD

4. Gastos administrativos y bancarios : 42.61 USD

TOTAL: 19,027.21 USD

Por otro lado una vez contando con los costos totales debemos calcular el costo unitario que sería de Dólares.

Tabla N° 38: Costo unitario de importación en soles

Costo total de importación	S/. 63,665.06
Total de productos	36.00
Costo unitario en Soles	S/. 1,768.47

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N° 39: Precio de venta al consumidor en soles

Costo total de importación	S/. 63,665.06
Total de productos	36.00
Costo unitario en Soles	S/. 1,768.47
Margen de ganancia 55% VV	S/. 972.66
Valor de venta	S/. 2,741.13
IGV	S/. 493.40
Precio de venta dolares	S/. 3,234.54

Fuente: Elaboración Propia

Según la Tabla N°39 cuando declaremos nuestros impuestos locales, tener en cuenta que pagaremos solo 6,136.74 soles en la importación que nos informará nuestro contador en el momento de realizar el PDT , es por eso que comentamos que los tributos no son costos.

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

CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte:, empresa constituida bajo las leyes de la República, debidamente representada por su, con Documento de Identidad N°, domiciliado en su Oficina principal ubicado en, a quien en adelante se denominará **EL VENDEDOR** y, de otra parte S.A., inscrito en la Partida

N° Del Registro de Personas Jurídicas de la Zona Registral N° , debidamente representado por su Gerente General don , identificado con DNI N° Y señalando domicilio el ubicado en Calle , N° , Urbanización , distrito de , provincia y departamento de , República del Perú, a quien en adelante se denominará **EL COMPRADOR**, que acuerdan en los siguientes términos:

GENERALIDADES

CLAUSULA PRIMERA:

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

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

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

- a) La Convención de las Naciones Unidas sobre la Compraventa Internacional de Productos (Convención de Viena de 1980, en adelante referida como CISG, por sus siglas en Ingles) y,
- b) En aquellas situaciones no cubiertas por la CISG, se tomará como referencia la ley del País donde el Vendedor tiene su lugar usual de negocios.

Cualquier referencia que se haga a términos del comercio (Como FOB, CIF, EXW, FCA, etc.) estará entendida en relación con los llamados Incoterms, publicados por la Cámara de Comercio Internacional.

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

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

CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

CLAUSULA SEGUNDA:

Es acordado por las Partes que **EL VENDEDOR** venderá los siguientes productos: , y **EL COMPRADOR** pagará el precio de dichos productos de conformidad con el artículo

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

PLAZO DE ENTREGA

CLAUSULA TERCERA:

EL VENDEDOR se compromete a realizar la entrega de periodo de días luego de recibidas las órdenes de compra debidamente firmadas por el comprador.

PRECIO

CLAUSULA CUARTA:

Las Partes acuerdan el precio de por el envío de los productos de conformidad con la carta oferta recibida por el comprador en (fecha).

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

El precio ofrecido con mayor frecuencia es sobre la base del Incoterms FOB (“Free on Board”) si el envío se hará por vía marítima, o FCA (“Free Carrier”, transportación principal sin pagar) si se hará con otra modalidad de transporte.

CONDICIONES DE PAGO

CLAUSULA QUINTA:

Las Partes han acordado que el pago del precio o de cualquier otra suma adecuada por **EL COMPRADOR** a **EL VENDEDOR** deberá realizarse por pago adelantado equivalente al CINCUENTA PORCIENTO (50 %) de la cantidad debitada precio al embarque de los productos, y el restante CINCUENTA PORCIENTO (50 %) después de 15 días de recibidos los productos por parte del comprador.

Las cantidades adeudadas serán acreditadas, salvo otra condición acordada, por medio de transferencia electrónica a la cuenta del Banco del Vendedor en su país de origen, y **EL**

COMPRADOR considerara haber cumplido con sus obligaciones de pago cuando las sumas adecuadas hayan sido recibidas por el Banco de **EL VENDEDOR** y este tenga acceso inmediato a dichos fondos.

INTERES EN CASO DE PAGO RETRASADO

CLAUSULA SEXTA:

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

RETENCION DE DOCUMENTOS

CLAUSULA SEPTIMA:

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

TERMINO CONTRACTUAL DE ENTREGA

CLAUSULA OCTAVA:

Las partes deberán incluir el tipo de INCOTERMS acordado.

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

Por ejemplo, si se opta por las condiciones de entrega en la fábrica, EXW, es conveniente aclarar que el costo y la responsabilidad de cargar la mercancía al vehículo, corresponde al comprador.

Hay que recordar que una operación adicional, involucra no solo costos, como el pago a cargadores, si no también conlleva un riesgo intrínseco en caso de daño de la mercadería durante el proceso de carga.

Aunque las condiciones de INCOTERMS son claras, es recomendable discutir y aclarar estos detalles, ya que puede haber desconocimiento de una de las partes.

RETRASO DE ENVIOS

CLAUSULA NOVENA:

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

INCONFORMIDAD CON LOS PRODUCTOS

CLAUSULA DECIMA:

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

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

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

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

a). Reemplazar los productos por productos sin daños, sin ningún costo adicional para el comprador; o.

b). Reintegrar a **EL COMPRADOR** el precio pagado por los productos sujetos a inconformidad.

COOPERACIÓN ENTRE LAS PARTES

CLAUSULA DECIMO PRIMERA:

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

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

CASO FORTUITO DE FUERZA MAYOR

CLAUSULA DECIMO SEGUNDA:

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

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

RESOLUCIÓN DE CONTROVERCIAS

CLAUSULA DECIMO TERCERA:

A menos que se estipule de otra forma por escrito, todas las disputas surgidas en conexión con el presente contrato deberá ser finalmente resueltas por la ley de y serán competencia exclusiva de la jurisdicción de las cortes de, a las cuales las partes por este medio nominan excepto que una parte deseara buscar un procedimiento arbitral en concordancia con las reglas de arbitraje de por uno o más árbitros nombrados de conformidad con dichas reglas.

ENCABEZADOS

CLAUSULA DECIMO CUARTA:

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

NOTIFICACIONES

CLAUSULA DECIMO QUINTA:

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

ACUERDO INTEGRAL

CLAUSULA DECIMO SEXTA:

Este acuerdo constituye el entendimiento integral entre las partes.
No deberá realizarse cambios o modificaciones de cualquiera de los términos de este contrato a menos que sea modificado por escrito y firmado por ambas Partes.

En señal de conformidad con todos los acuerdos pactados en el presente contrato, las partes suscriben este documento en la ciudad de, a los Días del mes de 2012.

.....

EL VENDEDOR

.....

EL COMPRADOR

5.3. Elección y aplicación del Incoterm

Para nuestra empresa TREBOL IMPORTACIONES SAC se escogió el incoterm FOB ya que nos permite trabajar con agencia de carga , cuyas tarifas están negociadas de mejor manera que si trajéramos con incoterm CIF , también porque obtenemos 30 días de almacenaje libre de nuestra carga una vez arribe al depósito temporal.

Para entrar en contexto Incoterm define al incoterm FOB:

El incoterm FOB, cuyas siglas responden al término inglés “Free on Board”, es exclusivo del transporte marítimo e indica que el vendedor debe poner la mercancía a disposición del comprador a bordo del medio de transporte elegido por el el último

Según lo antes mencionado las responsabilidades, riesgos y costos se transmiten de vendedor a comprador en el momento que la mercadería está a bordo del buque.

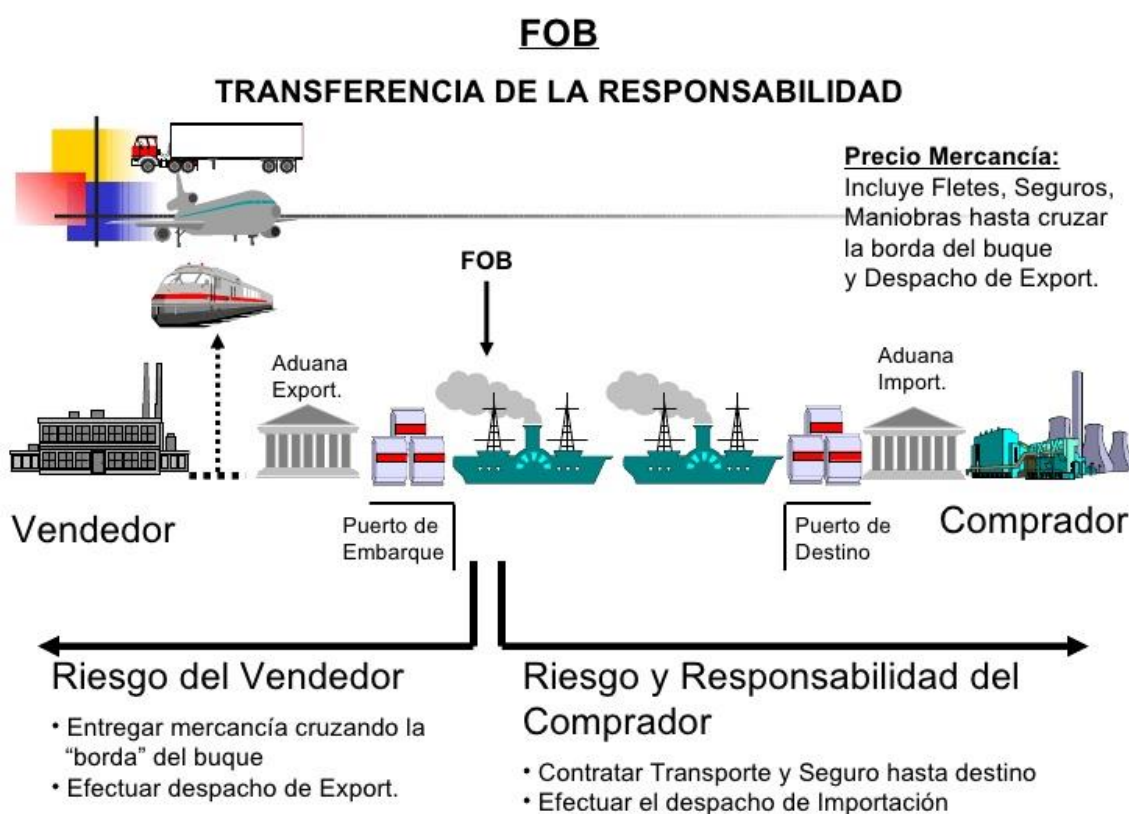


Figura N° 21: Transferencia de la Responsabilidad

Fuente: comercioyaduanas.com.mx

5.4.Determinación del medio de pago y cobro

En búsqueda del mejor acuerdo que nos beneficie en liquidez y sobretodo garantizar la seguridad en la cadena de suministros optamos por el medio de pago Adelantado con la modalidad de dos pagos: 30% por adelantado de modo que el fabricante comienza a producir en el lapos de 10 días después de realizado el primer pago y luego se paga el

70% antes del embarque de la carga.

Figura N° 22: Modalidad de pago

1. Delivery terms: FOB Shenzhen,China(sea shipment)
2. Payment terms: 30% deposit by T/T in advance,70% balance paid before shipment
3. Lead time: within 10 days after confirm order and payment received
4. Payment: by Alibaba trade assurance (VISA,TT)

El pago se puede realizar via T/T (transferencia) o también por la vía plataforma Alibaba tal como figura en la anterior imagen.

5.5.Elección del régimen de exportación o de importación

El régimen aduanero a elegir será el de Importación para el consumo ya que al importar nuestros productos lo comercializaremos dentro de nuestro país, en ese caso este régimen se amolda a nuestros requerimientos.

SUNAT nos dice lo siguiente:

La importación para el consumo es el régimen aduanero que permite el ingreso de mercancías al territorio aduanero para su consumo, luego del pago o garantía, según corresponda, de los derechos arancelarios y demás impuestos aplicables, así como el pago de los recargos y multas que pudieran haberse generado y del cumplimiento de las formalidades y otras obligaciones aduaneras

Esto nos obliga a pagar impuestos para poder conocer el canal de control y poder nacionalizar nuestras cargas, si en un futuro deseamos ganar más liquidez para nuestras cargas podemos solicitar una garantía previa la numeración para poder pagar nuestros impuestos al día 21 del próximo mes realizada la numeración, en ese caso tendríamos más liquidez.

5.6.Gestión aduanera del comercio internacional

5.7.Gestión de las operaciones de importación/exportación: Flujo grama

En el caso de nuestro régimen aduanero de importación para el consumo para nuestra carga suelta el proceso comienza cuando nuestra mercadería arriba al puerto del Callao, en ese caso se realiza una movilización de puerto a depósito temporal o almacén aduanero, se procede con la tarja a la carga.

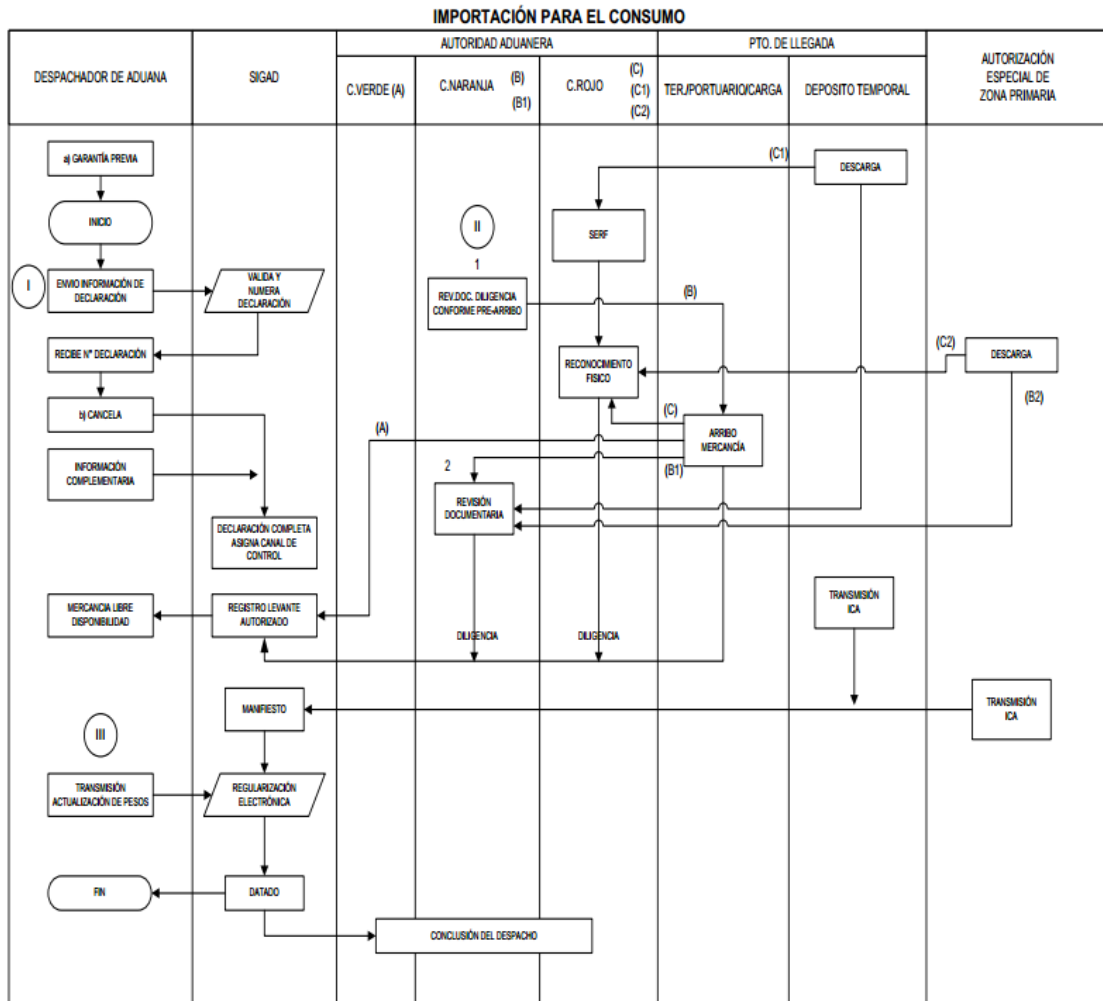
En ese momento ya estamos aptos para poder realizar la declaración aduanera de mercaderías consignando toda la información concerniente a nuestra mercadería, como supera los 2000 dólares valor FOB debemos contratar los servicios de una agencia de

aduana que será nuestro despachador de aduanas.

Una vez declarada la mercadería se nos generará una lista de tributos a pagar y una liquidación de cobranza para la percepción con un 10% ya que se trata de nuestra primera importación, podemos traer una carga de menor cuantía para en ese caso pagar un 10% de percepción y cuando llegue nuestra segunda importación (localizadores) paguemos el 3.5% que corresponde a importadores frecuentes.

Luego de pagado los impuestos tendremos un canal de control que puede ser: VERDE, NARANJA o ROJO, en ese caso dependiendo del canal de control se podrían generar sobrecostos (Canal Rojo un aproximado de 150 usd más para carga suelta).

Una vez que pasemos los canales de control ya podemos tener el Levante autorizado y podemos disponer de la mercadería, contactamos a nuestra empresa de transporte para poder retirar nuestra mercadería del depósito temporal o almacén aduanero para llevarlo a La Molina en nuestro almacén.



a) Garantía global o específica previa a la numeración de la declaración Art. 160 LGA.
 b) Deuda tributaria aduanera y recargos se cancelan en efectivo y/o cheque o mediante pago electrónico.

I. Numeración Declaración
 II. Canal de Control
 III. Regularización

Figura N° 23: Importación para el consumo

Fuente: <http://cinternacionaluni.blogspot.com>

6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

6.1. Inversión Fija

6.1.1. Activos tangibles

En la siguiente tabla se muestra que el gasto referente a los activos tangibles de la empresa TREBOL IMPORTACIONES S.AC. Asciede a S/. 6,430.00

N°	INVERSIONES	Valor venta	IGV	TOTAL USD
1)	Activos tangibles			S/. 6,430.00
1.1)	Equipos			S/. 4,140.00
1	Impresora Multifuncional	S/. 423.73	S/. 76.27	S/. 500.00
2	Laptop	S/. 2,881.36	S/. 518.64	S/. 3,400.00
2	Telefono	S/. 33.90	S/. 6.10	S/. 40.00
2	Ventiladoras	S/. 169.49	S/. 30.51	S/. 200.00
1.2)	Muebles y enseres			S/. 2,290.00
4	Escritorios	S/. 677.97	S/. 122.03	S/. 800.00
1	Botiquin	S/. 50.85	S/. 9.15	S/. 60.00
4	Sillas	S/. 203.39	S/. 36.61	S/. 240.00
2	Tachos	S/. 33.90	S/. 6.10	S/. 40.00
2	Armario	S/. 135.59	S/. 24.41	S/. 160.00
1	Friobar	S/. 254.24	S/. 45.76	S/. 300.00
1	Microondas	S/. 101.69	S/. 18.31	S/. 120.00
2	Extintidores	S/. 118.64	S/. 21.36	S/. 140.00
2	Luces de emergencia	S/. 305.08	S/. 54.92	S/. 360.00
1	Hervidor	S/. 59.32	S/. 10.68	S/. 70.00

Tabla N° 40: Activos tangibles

Fuente: Elaboración propia

6.1.2. Activos intangibles

En la tabla siguiente se detalla los activos intangibles de la empresa, tales como el, la constitución de la sociedad, la licencias y permisos de funcionamiento, el costo por garantía del local y la creación de la página web de la empresa TREBOL IMPORTACIONES S.AC.

2)	Intangibles			S/. 2,527.65
	Constitucion legal	S/. 338.98	S/. 61.02	S/. 400.00
	INDECI	S/. 35.46	S/. 6.38	S/. 41.84
	Licencias de funcionamiento	S/. 169.49	S/. 30.51	S/. 200.00
	Garantía de alquiler	S/. 800.00		S/. 800.00
	Registro de marca	S/. 496.45	S/. 89.36	S/. 585.81
	Diseño de la página web	S/. 423.73	S/. 76.27	S/. 500.00

Tabla N° 41: Activos intangibles

Fuente: Elaboración propia

6.2. Capital de Trabajo

En la tabla siguiente se muestra todos los costos de capital de trabajo en los que incurrirá la empresa TREBOL IMPORTACIONES S.AC.

3)	Capital de trabajo		S/. 205.93	S/. 140,880.09
3.1)	Gastos varios		S/. 83.90	S/. 550.00
	Útiles de oficina	S/. 254.24	S/. 45.76	S/. 300.00
	Útiles de limpieza	S/. 211.86	S/. 38.14	S/. 250.00
3.2)	Gastos de personal		S/. -	S/. 8,100.00
2	Gerente General	S/. 1,500.00		S/. 3,000.00
2	Asistente administrativo	S/. 1,200.00		S/. 2,400.00
2	Contador por honorarios	S/. 150.00		S/. 300.00
2	Ejecutivo comercial	S/. 1,200.00		S/. 2,400.00
3.3)	Servicios		S/. 122.03	S/. 2,700.00
2	Mantenimiento de local y limpieza	S/. 150.00		S/. 300.00
2	Alquiler de local	S/. 800.00		S/. 1,600.00
2	Servicios (Luz, agua, teléfono e internet)	S/. 677.97	S/. 122.03	S/. 800.00
3.4)	Gastos de venta		S/. -	S/. 2,200.00
2	Movilidad para ejecutivo de ventas	S/. 200.00		S/. 400.00
60	Publicidad por Redes Sociales	S/. 30.00		S/. 1,800.00
3.5)	Costo de importacion(2 embarques)			S/. 127,330.09

Tabla N° 42: Capital de trabajo

Fuente: Elaboración propia

6.3. Inversión Total

En la tabla siguiente, se muestra el total de inversión que realizará la empresa al iniciar el negocio, el cual asciende a S/.149,837.74 al tipo de cambio 3.346 soles.

INVERSIÓN MENSUAL	MONTO PEN	MONTO USD
Inversión Tangible	6,430.00	1,921.70
Total Activo Intangibles	2,527.65	755.42
Capital de Trabajo	140,880.09	42,104.03
Inversión Total	149,837.74	44,781.15

Tabla N° 43: Inversión Total

Fuente: Elaboración Propia

6.4. Estructura de Inversión y Financiamiento

En la siguiente tabla se detalla la estructura de inversión de la empresa TREBOL IMPORTACIONES S.AC en dólares americanos.

Inversión	Monto S/.	Financiamiento	Aporte propio
Inversión Fija	6,430.00	0	6,430.00
Inversión en Intangibles	2,527.65	0	2,527.65
Inversión en Capital de Trabajo	140,880.09	0	140,880.09
Inversión Total	149,837.74	0	149,837.74

Tabla N° 44: Estructura de Inversión y Financiamiento

Fuente: Elaboración propia

Del mismo modo, en la tabla siguiente se detalla la estructura de Financiamiento de la empresa TREBOL IMPORTACIONES S.AC., donde se muestra que el 100% de financiamiento en inversión de capital de trabajo es otorgado por los socios capitalistas del negocio y el financiamiento de la inversión tangible e intangible será por aporte propio.

Inversión	Monto	Financiamiento	Aporte propio
Inversión Tangibles	6,430.00	0%	100.00%
Inversión Intangible	2,527.65	0%	100.00%
Inversión en Capital de Trabajo	140,880.09	0%	100.00%
Inversión Total	149,837.74	0	149,837.74

Tabla N° 45: Estructura de Financiamiento

Fuente: Elaboración Propia

6.5. Fuentes financieras y condiciones de crédito

La empresa TREBOL IMPORTACIONES S.A.C. realizo esta inversión mediante el capital de dos socios, el cual incluye al gerente general cuyos ahorros de varios años de trabajo son recompensados con el negocio de importación de scooter eléctricos.

6.6. Presupuesto de costos

El presupuesto de costos estará dividido entre los costos directo y los costos indirectos, los cuales se presentan a continuación.

6.6.1. Costos Directos

CARGA CONTENEDOR FOB SHENZHEN		Unidad	PU	total USD	Total Soles
	EXW				
	FOB(Valor del producto)	36.00	350.00	12,600.00	42,159.60
	Flete			1,850.00	6,190.10
	Seguro			120.42	402.93
	TOTAL LOGISTICA ORIGEN			1,970.42	6,593.03
	CIF			14,570.42	48,752.63
IMPUESTOS	A/V			-	-
	IGV 16%			2,331.27	7,800.42
	IPM 2%			291.41	975.05
	Percepción 3.5%			601.76	2,013.48
	TOTAL IMPUESTOS(Crédito fiscal)			3,224.43	10,788.96
SIN IGV	Visto Bueno			197.25	660.00
	Deposito temporal			380.00	1,271.48
	Agenciamiento			140.00	468.44
	Derecho de emisión Seguro			3.61	12.08
	Cuadrilla			50.00	167.30
	Gastos transferencia BCP			39.00	130.49
	Gastos Operativos			50.00	167.30
	Devolución de contenedor			192.50	644.11
	Flete interno			180.00	602.28
	TOTAL LOGISTICA DESTINO(sin igv)			1,232.36	4,123.48
	DDP DOLARES			19,027.21	63,665.06

Tabla N° 46: Costos Directos

Fuente: Elaboración propia

Asimismo, en la tabla siguiente se muestra el costo de compra de la mercadería descargada en los almacenes de TREBOL IMPORTACIONES S.AC., teniendo en cuenta los costos tangibles, intangibles y el capital de trabajo en los que incurre el negocio de importación y comercialización. Para lo cual, se realizará un embarque cada dos meses, siendo el costo de cada producto S/1768.47

Costo total de importación	S/. 63,665.06
Total de productos	36.00
Costo unitario en dolares	S/. 1,768.47
Margen de ganancia 55% VV	S/. 972.66
Valor de venta	S/. 2,741.13
IGV	S/. 493.40
Precio de venta dolares	S/. 3,234.54

Tabla N° 47: Costo de compra de mercadería

Fuente: Elaboración propia

6.6.2. Costos Indirectos

En la tabla siguiente se detalla el presupuesto del gasto de personal.

CONCEPTO	SUELDO BRUTO	COSTO EMPRESA		TOTAL ANUAL	Sueldo percibido Mensual
		SIS	VACACIONES		
GERENTE GENERAL	S/. 1,500.00	S/. 15.00	S/. 750.00	S/. 18,930.00	S/. 1,500.00
ASISTENTE ADMINISTRATIVO	S/. 1,200.00	S/. 15.00	S/. 600.00	S/. 15,180.00	S/. 1,200.00
ASISTENTE DE VENTAS	S/. 1,200.00	S/. 15.00	S/. 600.00	S/. 15,180.00	S/. 1,200.00
				S/. 49,290.00	

Tabla N° 48: Costos Indirectos

Fuente: Elaboración propia

Del mismo modo, en la siguiente tabla se detalla el presupuesto de gastos administrativos tanto mensuales como anuales en las monedas soles.

	APLICA IGV	IGV	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TOTAL TRIMESTRAL	COSTO TOTAL ANUAL
ALQUILERES	S/. 800.00	S/. -	S/. 800.00	S/. 2,400.00	S/. 9,600.00
SERVICIOS PUBLICOS	S/. 338.98	S/. 61.02	S/. 400.00	S/. 1,200.00	S/. 4,800.00
SEGUROS	S/. 496.45	S/. 89.36	S/. 585.81	S/. 1,757.43	S/. 7,029.72
UTILES DE OFICINA	S/. 211.86	S/. 38.14	S/. 250.00	S/. 750.00	S/. 750.00
DEPRECIACION	S/. 134.08	S/. -	S/. 134.08	S/. 402.25	S/. 1,609.00
AMORTIZACION	S/. 99.92	S/. -	S/. 99.92	S/. 299.75	S/. 1,199.00
		S/. 188.51	S/. 2,269.81		S/. 24,987.72

Tabla N° 49: Presupuestos de gastos administración

Fuente: Elaboración Propia

Así también en la tabla siguiente, se detalla el presupuesto de gastos fijos que en este caso son los gastos de mantenimiento de local, costeados de manera mensual y anual tanto en soles.

	APLICA IGV	IGV	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TOTAL TRIMESTRAL	COSTO TOTAL ANUAL
MATENIMIENTO DEL LOCAL Y LIMPIEZA	S/. 350.00	S/. -	S/. 350.00	S/. 1,050.00	S/. 4,200.00
ARTICULOS DE LIMPIEZA	S/. 211.86	S/. 38.14	S/. 250.00	S/. 750.00	S/. 3,000.00
		S/. 38.14	S/. 600.00		S/. 7,200.00

Tabla N° 50: Presupuestos de gastos fijos

Fuente: Elaboración Propia

Del mismo modo, en la tabla siguiente se detallan los gastos de venta.

	APLICA IGV	IGV	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TOTAL TRIMESTRAL	COSTO TOTAL ANUAL
MOVILIDAD DE EJECUTIVO DE VENTAS	S/. 200.00		S/. 200.00	S/. 600.00	S/. 1,200.00
PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES	S/. 30.00		S/. 900.00	S/. 2,700.00	S/. 10,800.00
			S/. 1,100.00		S/. 12,000.00

Tabla N° 51: Presupuestos de gastos venta

Fuente: Elaboración Propia

Los presupuestos de costos detallados en las tablas anteriores son los que la empresa va a necesitar para poder funcionar mensualmente. Asimismo, se consideran los costos anuales, toda vez que solos se realizará un embarque al año.

Para lo cual es imprescindible tener en cuenta la depreciación de equipos, muebles y enseres, donde, el porcentaje de depreciación para los equipos es de 33.3% que corresponde a una depreciación aproximada de 3 años y para los muebles y enseres el 10%, que corresponde a una depreciación de 10 años, según de SUNAT.

En tal sentido, en la siguiente tabla se detallan los costos fijos mediante la suma del costo directo, nómina de trabajadores, alquiler de local y se considera también la depreciación y amortización de activos.

N°	INVERSIONES	Valor venta	IGV	TOTAL USD	Vida Util	Depreciación/Amortización anual S/.
1)	Activos tangibles		S/. 980.85	S/. 6,430.00		S/. 1,609.00
1.1)	Equipos		S/. 631.53	S/. 4,140.00		S/. 1,380.00
1	Impresora Multifuncional	S/. 423.73	S/. 76.27	S/. 500.00	3	S/. 166.67
2	Laptop	S/. 2,881.36	S/. 518.64	S/. 3,400.00	3	S/. 1,133.33
2	Telefono	S/. 33.90	S/. 6.10	S/. 40.00	3	S/. 13.33
2	Ventiladoras	S/. 169.49	S/. 30.51	S/. 200.00	3	S/. 66.67
1.2)	Muebles y enseres		S/. 349.32	S/. 2,290.00		S/. 229.00
4	Escritorios	S/. 677.97	S/. 122.03	S/. 800.00	10	S/. 80.00
1	Botiquin	S/. 50.85	S/. 9.15	S/. 60.00	10	S/. 6.00
4	Sillas	S/. 203.39	S/. 36.61	S/. 240.00	10	S/. 24.00
2	Tachos	S/. 33.90	S/. 6.10	S/. 40.00	10	S/. 4.00
2	Armario	S/. 135.59	S/. 24.41	S/. 160.00	10	S/. 16.00
1	Friobar	S/. 254.24	S/. 45.76	S/. 300.00	10	S/. 30.00
1	Microondas	S/. 101.69	S/. 18.31	S/. 120.00	10	S/. 12.00
2	Extinguidores	S/. 118.64	S/. 21.36	S/. 140.00	10	S/. 14.00
2	Luces de emergencia	S/. 305.08	S/. 54.92	S/. 360.00	10	S/. 36.00
1	Hervidor	S/. 59.32	S/. 10.68	S/. 70.00	10	S/. 7.00
2)	Intangibles		S/. 263.54	S/. 2,527.65		S/. 1,105.53
	Constitucion legal	S/. 338.98	S/. 61.02	S/. 400.00	10	S/. 40.00
	INDECI	S/. 35.46	S/. 6.38	S/. 41.84	5	S/. 8.37
	Licencias de funcionamiento	S/. 169.49	S/. 30.51	S/. 200.00	5	S/. 40.00
	Garantía de alquiler	S/. 800.00		S/. 800.00	1	S/. 800.00
	Registro de marca	S/. 496.45	S/. 89.36	S/. 585.81	5	S/. 117.16
	Diseño de la página web	S/. 423.73	S/. 76.27	S/. 500.00	5	S/. 100.00

Tabla N° 52: Presupuestos de costos fijos

Fuente: Elaboración Propia

6.7.Punto de Equilibrio

La determinación del punto de equilibrio es uno de los elementos centrales en cualquier tipo de negocio pues nos permite determinar el nivel de ventas necesario para cubrir los costos totales o, en otras palabras, el nivel de ingresos que cubre los costos fijos y los variables.

El punto de equilibrio sucede cuando: =
$$\frac{CF}{1 - \frac{CV}{Ventas}}$$

Dónde:

CF= Costo fijo: S/.53,252.02

CV=Costo Variable: S/.1,768.47

Ventas netas=S/.3,234.54

Punto de equilibrio en Soles en valor:

$$PQ = \frac{53,252.02}{1 - \frac{1,768.47}{3,234.54}} = \frac{53,252.02}{1 - 0.54675} = \frac{53,252.02}{0.45325} = 117,489.29 \text{ soles}$$

Punto de equilibrio en unidades

PRODUCTO	PRECIO UNITARIO	COSTO VARIABLE	MARGEN DE CONTRIBUCION UNITARIO	COSTO FIJO	PUNTO DE EQUILIBRIO
Scooter	S/. 3,234.54	S/. 1,768.47	S/. 1,466.07	S/. 53,252.02	36 UNIDADES

Tabla N° 53: Punto de equilibrio en unidades

Fuente: Elaboración Propia

6.8.Tributación de Importación

6.9.Presupuesto de ingresos

Al igual que el resto de presupuestos que puedes elaborar en una empresa, el presupuesto de ventas es un documento que ayuda a conocer la rentabilidad de una compañía y a conocer el volumen de ventas estimado. Es decir, da estimaciones de los niveles de ventas, (y por tanto de ingresos).

En este caso pronosticamos un incremento del precio de un 2% por año que producirá el incremento en los ingresos de acuerdo al cuadro líneas abajo.

Presupuesto de ventas (SIN IGV)

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
	AD	UNITARIO					
Scooter	18	S/. 2,741.13	S/. 592,084.08	S/. 603,925.76	S/. 616,004.28	S/. 628,324.36	S/. 640,890.85

Tabla N° 54: Presupuestos de ventas

Fuente: Elaboración Propia

Presupuesto de cobranza (INC IGV)

TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
S/. 698,659.21	S/. 712,632.40	S/. 726,885.05	S/. 741,422.75	S/. 756,251.20

Tabla N° 55: Presupuestos de cobranza

Fuente: Elaboración Propia

6.10. Presupuesto de egresos

El presupuesto de egresos nos ayudará a proyectarnos a largo plazo con las salidas de recursos de nuestra empresa. De esta manera podemos plantear futuros préstamos bancarios o tomar decisiones en relación a los mismos.

Concepto	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
COMPRA DE MERCADERIA	S/. 381,990.36	S/. 381,990.36	S/. 381,990.36	S/. 381,990.36	S/. 381,990.36
GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/. 24,894.25	S/. 24,894.25	S/. 4,800.00	S/. 4,800.00	S/. 4,800.00
SUELDOS PERCIBIDOS	S/. 49,290.00	S/. 49,290.00	S/. 49,290.00	S/. 49,290.00	S/. 49,290.00
GASTOS DE MANTENIMIENTO DE LOCAL	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00
GASTO DE VENTAS	S/. 12,000.00	S/. 12,000.00	S/. 12,000.00	S/. 12,000.00	S/. 12,000.00
COMPRA DE ACTIVO TANGIBLE	S/. 6,430.00	S/. 6,430.00	S/. 6,430.00	S/. 6,430.00	S/. 6,430.00
COMPRA DE ACTIVO INTANGIBLE	S/. 2,527.65	S/. 2,527.65	S/. 2,527.65	S/. 2,527.65	S/. 2,527.65
TOTAL	S/. 484,332.26	S/. 484,332.26	S/. 464,238.01	S/. 464,238.01	S/. 464,238.01

Tabla N° 56: Presupuesto de egreso

Fuente: Elaboración Propia

6.11. Flujo de caja proyectado

El flujo de caja proyectado es una herramienta que trae beneficios a los inversionistas ya que pueden contar con un instrumento confiable para determinar la salud financiera del negocio.

El flujo de caja proyectado permite visualizar los picos en los ingresos y los gastos; esto permite saber si habrá escases de dinero y tomar previsiones.

La proyección del flujo de caja permite saber si una empresa estará en condiciones de seguir con su plan de negocio.

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COBRANZAS	S/. -	S/. 698,659.21	S/. 712,632.40	S/. 726,885.05	S/. 741,422.75	S/. 756,251.20
COMPRA DE PRODUCTO		S/. 381,990.36	S/. 381,990.36	S/. 381,990.36	S/. 381,990.36	S/. 381,990.36
GASTOS VARIOS		S/. 6,600.00	S/. 6,600.00	S/. 6,600.00	S/. 6,600.00	S/. 6,600.00
SUELDOS Y SALARIOS PERCIBIDOS		S/. 49,290.00	S/. 49,290.00	S/. 49,290.00	S/. 49,290.00	S/. 49,290.00
INVERSIONES	S/. 149,837.74					
MANTENIMIENTO DE LOCAL		S/. 7,200.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00
GASTOS ADMINISTRATIVOS		S/. 24,894.25	S/. 24,894.25	S/. 24,894.25	S/. 24,894.25	S/. 24,894.25
GASTO DE VENTA		S/. 12,000.00	S/. 12,000.00	S/. 12,000.00	S/. 12,000.00	S/. 12,000.00
DEVOLUCION DEL IGV		S/. 33,661.43	S/. 35,792.93	S/. 37,967.06	S/. 40,184.68	S/. 42,446.65
PAGO DE IMPUESTO A LA RENTA		S/. 19,238.11	S/. 20,977.06	S/. 24,540.22	S/. 28,174.65	S/. 31,881.76
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	S/. -149,837.74	S/. 183,023.18	S/. 194,864.86	S/. 206,943.37	S/. 219,263.46	S/. 231,829.95

Tabla N° 57: Flujo de caja proyectado

Fuente: Elaboración Propia

6.12. Estado de Ganancias y Pérdida

Un estado de ganancias y pérdidas mide la actividad de una empresa a lo largo de un período, que suele ser un mes, un trimestre o un año. Este informe financiero puede tener diferentes nombres: estado de ganancias y pérdidas, estado de ingresos, estado de ingresos y gastos o, incluso, estado de operaciones. El estado de ganancias y pérdidas básicamente le indica los ingresos, los gastos, las ganancias y las pérdidas.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	S/. 698,659.21	S/. 712,632.40	S/. 726,885.05	S/. 741,422.75	S/. 756,251.20
COSTO DE VENTAS	S/. 381,990.36	S/. 381,990.36	S/. 381,990.36	S/. 381,990.36	S/. 381,990.36
UTILIDAD BRUTA	S/. 316,668.85	S/. 330,642.04	S/. 344,894.69	S/. 359,432.39	S/. 374,260.84
GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/. 24,894.25	S/. 24,894.25	S/. 24,894.25	S/. 24,894.25	S/. 24,894.25
GASTOS DE VENTA	S/. 12,000.00	S/. 12,000.00	S/. 12,000.00	S/. 12,000.00	S/. 12,000.00
GASTOS DE PERSONAL	S/. 49,290.00	S/. 49,290.00	S/. 49,290.00	S/. 49,290.00	S/. 49,290.00
GASTOS VARIOS	S/. 6,600.00	S/. 6,600.00	S/. 6,600.00	S/. 6,600.00	S/. 6,600.00
DEPRECIACION Y AMORTIZACION	S/. 2,714.53	S/. 2,714.53	S/. 2,714.53	S/. 2,714.53	S/. 2,714.53
GASTOS DE MANTENIMIENTO DE LOCA	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00
UTILIDAD OPERATIVA	S/. 213,970.07	S/. 244,457.79	S/. 258,710.44	S/. 273,248.14	S/. 288,076.59
INTERESES					
OTROS INGRESOS					
OTROS GASTOS					
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	S/. 213,970.07	S/. 244,457.79	S/. 258,710.44	S/. 273,248.14	S/. 288,076.59
IMPUESTO A LA RENTA	S/. 19,238.11	S/. 20,977.06	S/. 24,540.22	S/. 28,174.65	S/. 31,881.76
PARTICIPACION A LOS TRABAJADORES					
UTILIDAD NETA	S/. 194,731.96	S/. 223,480.73	S/. 234,170.21	S/. 245,073.49	S/. 256,194.83
RENTABILIDAD	0.278722387	0.313598889	0.322155771	0.330544872	0.338769485

Tabla N° 58: Estado de ganancia y perdidas

Fuente: Elaboración Propia

6.13. Evaluación de la Inversión

6.13.1. Evaluación Económica

En resumidas cuentas, el VAN es un indicador que podría considerarse que es a futuro. Esto es debido a que evalúa el resultado de cada uno de los proyectos en caso de que se vendiera y, para ello, emplea diferentes proyecciones en los flujos de gastos e ingresos. Este indicador no sólo mide la viabilidad, sino que ayuda a determinar el precio por el que se debería vender si se quiere obtener una rentabilidad de dicha transacción económica.

Para este caso utilizaremos los ingresos de acuerdo al presupuesto realizado y la inversión inicial.

VAN

6.13.2. Evaluación Financiera

		COK	11.18%
AÑO		VAN	670,060.82
0	S/. -167,484.40		
1	S/. 194,731.96		
2	S/. 223,480.73		
3	S/. 234,170.21		
4	S/. 245,073.49		
5	S/. 256,194.83		

Tabla N° 59: Evaluación financiera

Elaboración: Propia

TIR

La tasa interna de retorno (TIR) es un indicador financiero muy parecido al valor actual neto (VAN), pero a diferencia de este no es un indicador de valor sino de rentabilidad.

		COK	11.18%
AÑO		TIR	138%
0	\$ -149,837.74		
1	S/. 194,731.96		
2	S/. 223,480.73		
3	S/. 234,170.21		
4	S/. 245,073.49		
5	S/. 256,194.83		

Tabla N° 60: Proyección TIR

Elaboración: Propia

Siendo mayor que cero nuestro TIR podemos decir que nuestro proyecto tiene el respaldo financiero.

6.13.3. Evaluación social

Evaluación social es el proceso de identificación, medición, y valorización de los beneficios y costos de un proyecto, desde el punto de vista del bienestar social (desde

el punto de vista de todo el país).

Nuestro proyecto es de importación, en este caso no hay mucho impacto en el ámbito social pero podríamos decir que estamos dando trabajo a personal profesional, teniendo en cuenta nuestros gastos de Nómina de trabajadores de 98,580 soles al año.

6.13.4. Impacto ambiental

Nuestro proyecto por ser de comercialización de cargadores portátiles no afectaría ambientalmente siguiendo los criterios de a tener en cuenta:

Criterio de Protección ambiental:

- Protección de la Salud de las personas
- Protección de la calidad ambiental tanto aire, el agua, del suelo, como la incidencia que pueden producir el ruido y los residuos sólidos , líquidos y emisiones gaseosas y radioactivas
- Protección de los recursos naturales (Aguas, Suelo, Flora y Fauna)
- Protección de las áreas naturales protegidas
- Protección de los Ecosistemas
- Protección de los sistemas y estilos de vida de las comunidades
- Protección del Patrimonio arqueológico histórico

6.14. Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo

Para poder analizar si nuestra inversión es la mejor y la más rentable vamos a comparar nuestra rentabilidad comparado con otras opciones de inversión que en este caso escogimos los depósito a plazo fijo a 1 año.

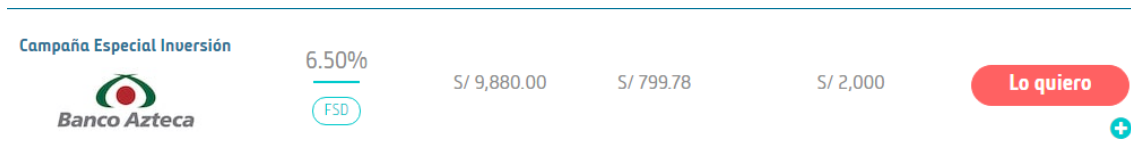


Figura N° 24: Interés de préstamo de azteca

Fuente: Comparabien.com.pe

Tasa de descuento nominal

Tabla N° 61: Tasa de descuento nominal

Fuente: Elaboración propia

B:Promedio de beta del sector	0.15
RF: Tasa de libre de riesgo (Plazo fijo)	6.50%
Rm: Rendimiento del mercado en Chin	6.70%

$$Ke=Rf+B*(Rm+Rf) = 6.73\%$$

Tasa de descuento real

Tabla N° 62: Tasa de descuento real

Fuente: Elaboración propia

Ke:costo de oportunidad	6.73%
Inflación:promedio de China	3%

$$Ke\ real=(Ke-inflacion)/(1+inflación)=3.62\%$$

Tasa de descuento real de Peru

Tabla N° 63: Tasa de descuento nominal

Fuente: Elaboración propia

Ke Real China:Tasa de descuento real de China	3.62%
Riesgo País China	1.18%

$$Tasa\ Real\ Perú=Ke\ real\ China + Riesgo\ País\ Perú= 4.8\%$$

Tasa de descuento real incluido riesgo unión

Tabla N° 64: Tasa de descuento real incluido riesgo unión

Fuente: Elaboración propia

Tasa Real de Perú	4.8%
Riesgo Región	1.38%

Tasa Real Perú incluido riesgo región= 6.18%

Costo de oportunidad de capital

Tabla N° 65: Costo de oportunidad de capital

Fuente: Elaboración propia

Tasa Real Perú incluido Latinoamérica	6.18%
Riesgo Sector	5%

COK=Tasa Real Perú incluido Latinoamérica +Riesgo sector= 11.18%

6.15. .-Cuadro de riesgo del tipo de cambio

El riesgo cambiario es la diferencia positiva o negativa que surge de las variaciones del tipo de cambio a lo largo del tiempo. Una empresa que realice operaciones en otra moneda se expone a los movimientos cambiarios, por tanto debe buscar compensarlos de manera estratégica.

Siempre que una empresa realice una transacción en moneda extranjera, ya sea por concepto de importación de insumos o productos, o la exportación de mercancías, con un periodo de espera entre el cobro y el pago, corre un riesgo de pérdida o ganancia que puede afectar a sus finanzas y su rentabilidad.

En nuestro caso notamos la diferencia en un posible variación de tipo de cambio que es de carácter negativo, es por eso que debemos tratar de utilizar la técnica de especulación para poder pronosticar el TC y realizar operaciones de compra venta de dólares en el momento indicado o en su defecto apertura una cuenta en dólares para no incurrir en riesgo, pero en ese caso tendríamos problemas de liquidez ya que dejamos de utilizar esa posible cuenta en otras operaciones en moneda nacional.

Producto	Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Scooter Eléctrico	Tipo de cambio	S/. 698,659.21	S/. 712,632.40	S/. 726,885.05	S/. 741,422.75	S/. 756,251.20
Total dólares Escenario Positivo	3.2	\$ 218,331.00	S/. 222,697.62	S/. 227,151.58	S/. 231,694.61	S/. 236,328.50
Total dólares Escenario Actual	3.346	\$ 208,804.31	\$ 212,980.39	\$ 217,240.00	\$ 221,584.80	\$ 226,016.50
Total dólares Escenario Negativo	3.5	\$ 199,616.92	\$ 203,609.26	\$ 207,681.44	\$ 211,835.07	\$ 216,071.77
Diferencia Escenario Positivo		\$ 9,526.70	\$ 9,717.23	\$ 9,911.58	\$ 10,109.81	\$ 10,312.00
Diferencia Escenario Negativo		\$ -9,187.39	\$ -9,371.14	\$ -9,558.56	\$ -9,749.73	\$ -9,944.73

Tabla N° 66: Cuadro de riesgo del tipo de cambio

Fuente: Elaboración Propia

CONCLUSIONES

Podemos concluir en este plan de negocio lo siguiente:

- Contamos con un gran margen de rentabilidad para el presente proyecto, por ende las probabilidades de marcar la diferencia son muy altas ya que la coyuntura nacional y las diferentes quejas con respecto a la congestión vehicular amerita un cambio radical en la forma de transportarnos.
- Si bien la competencia cercana nos lleva años en el rubro podemos reconocer que aplicando una gestión oportuna de marketing digital impulsando la concientización en el apoyo medioambiental y también el estilo de vida moderno podemos conseguir grandes resultados.
- Necesitamos estar a la expectativa del tipo de cambio ya que una disminución nos perjudica en nuestras cuentas por pagar.

RECOMENDACIONES

- Asociarnos con nuestra agencia de aduana, carga y empresa de transporte de modo que tengamos una alianza estratégica que nos redunde en reducción de costos y tiempos de importación.
- Conocer los gustos de cliente ya que de esta manera podemos conocer las tendencias en el mercado y podemos satisfacer las necesidades del nuestro cliente
- Invertir en marketing digital ya que esa será la nuestra estrategia, debemos segmentar bien a nuestro público por redes sociales.

Bibliografía

SUNAT. (2019). Obtenido de <http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>

SUNAT. (2019). *SUNAT*. Obtenido de <http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>

v, G. S. (2017). *Gran scooter*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=2k8hUUdXaKg&t=28s>

Inscripción al RUC. 2019. www.sunat.gob.pe (último acceso: 02 de 11 de 2019).

Régimen MYPE tributario. 2019. www.sunat.gob.pe (último acceso: 02 de 11 de 2019).

SUNAT. (Febrero de 2019). SUNAT. Obtenido de SUNAT:

<http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/regimen-mypetributario/6829-05-impuestos-a-pagar>

Kotler, Philip. «Fundamentos de marketing.» De Philip Kotler, 599. 2003.