



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

“Plan de negocios para la importación de planchas de acero de China para la empresa FCG  
Proysema EIRL.”

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciado en Negocios Internacionales

**AUTORES**

Br. Gálvez Dávila, Kevin Alberto (ORCID: 0000-0002-2064-0975)

Br. Gonzales Orozco, Rolando Junior (ORCID: 0000-0003-1034-1549)

**ASESORES:**

Dr. Echeverría Jara, José Foción (ORCID: 0000-0001-6750-0032)

Mgtr. Carrión Mezones, Jean Michell (ORCID: 0000-0003-3237-9468)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Marketing y Comercio Internacional

**CHICLAYO – PERÚ**

**2020**

## **DEDICATORIA**

Principalmente a Dios, porque me lleno de fuerzas para poder llegar a mi meta, porque jamás me abandonó cuando más lo necesité y siempre respondió a mis oraciones. A mi madre María Edelia Dávila Torres, quien fue mi motor y mi principal maestra y que siempre creyó en mí. A cada uno de mis familiares que desde muy pequeño confiaron en mí y me apoyaron, a mis abuelos y tíos que ya no se encuentran en este mundo, pero que fueron piezas importantes en mi educación y formación como persona y estudiante.

**Kevin**

A Dios por siempre estar a mi lado, a mis padres, que siempre estuvieron conmigo en los momentos difíciles y siempre me apoyaron y motivaron para poder lograr mis objetivos y metas.

**Rolando**

## **AGRADECIMIENTO**

Gracias a Dios por permitir este logro tan anhelado, por no abandonarnos y darnos fuerzas y sabiduría, a nuestros padres quienes contribuyeron económica y emocionalmente en nuestro crecimiento y desarrollo profesional., además agradecer a nuestro asesor y metodólogo por la ayuda brindada y a casa persona que contribuyó en nuestra formación. Gracias infinitas a nuestros padres por el apoyo y el ánimo brindado en cada momento para no desistir y por el contrario llenarnos de fuerza y perseverancia. A cada uno de nuestros docentes quienes fueron fuentes de conocimiento para nosotros y también amigos con valores y ética para con nosotros.

No ha sido sencillo el camino que hemos recorrido hasta ahora, pero gracias a sus aportes, amor, esfuerzo, bondad y apoyo hemos podido lograr nuestra meta. Les agradezco y hago presente mis gran amor que tengo por ustedes familia.

## **PÁGINA DEL JURADO**

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Kevin Alberto Gálvez Dávila.....  
estudiante de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales... de la  
Universidad César Vallejo, identificado con DNI N° 71986987..., con el trabajo  
de investigación titulada, Plan de negocios para la importación de.....  
planchas de acero de China para la empresa Proysema EIRL.....

### Declaro bajo juramento que:

- 1) El trabajo de investigación es mi autoría propia.
- 2) Se ha respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes utilizadas. Por lo tanto, el trabajo de investigación no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) El trabajo de investigación no ha sido auto plagiado; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por lo tanto los resultados que se presentan en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otro), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normalidad vigente de la Universidad César Vallejo.

Chiclayo ...23...de Octubre.....,2020

Nombres y apellidos Kevin Alberto Gálvez Dávila  
DNI 71986987  
Firma 

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

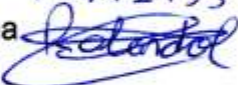
Yo, Rolando Junior Gonzales Orozco .....  
estudiante de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la  
Universidad César Vallejo, identificado con DNI N° 74772453, con el trabajo  
de investigación titulada, Plan de negocios para la importación de .....  
planchas de acero de China para la empresa Proysema EIRL .....

### Declaro bajo juramento que:

- 1) El trabajo de investigación es mi autoría propia.
- 2) Se ha respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes utilizadas. Por lo tanto, el trabajo de investigación no ha sido plagiado ni total ni parcialmente.
- 3) El trabajo de investigación no ha sido auto plagiado; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por lo tanto los resultados que se presentan en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otro), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normalidad vigente de la Universidad César Vallejo.

Chiclayo ...23... de Octubre....., 2020

Nombres y apellidos Rolando Junior Gonzales Orozco  
DNI 74772453  
Firma 

# Índice

|  |      |
|--|------|
| DEDICATORIA .....  | ii   |
| AGRADECIMIENTO .....   | iii  |
| PÁGINA DEL JURADO.....   | iv   |
| DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD .....   | v    |
| ÍNDICE .....   | vii  |
| ÍNDICE DE TABLAS .....   | viii |
| ÍNDICE DE FIGURAS .....  | viii |
| RESUMEN .....  | x    |
| ABSTRACT .....   | xi   |
| I. INTRODUCCIÓN .....  | 1    |
| II. MÉTODO .....   | 19   |
| 2.1 Diseño de Investigación.....   | 19   |
| 2.2 Variables, Operacionalización .....  | 20   |
| 2.3 Población y muestra.....   | 24   |
| 2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad   | 25   |
| 2.5 Procedimiento .....  | 26   |
| 2.6 Métodos de análisis de datos .....   | 27   |
| 2.7 Aspectos éticos .....  | 27   |
| III. RESULTADOS .....  | 29   |
| 3.1 Diagnóstico de la situación actual de la empresa FCG PROYSEMA EIRL<br>sobre la adquisición y venta de planchas de acero en la ciudad de Pisco..... | 29   |
| 3.2 Descripción del mercado internacional de proveedores de plancha de acero<br>para la empresa FCG PROSEYMA EIRL.....                                 | 32   |
| 3.3 Analisis el proceso de importación de planchas de acero de China para la<br>empresa FCG PROSEYMA EIRL.....   | 38   |
| 3.4 Diseño un plan de negocios para importación de planchas de acero de<br>China para la empresa PROYSEMA EIRL .....                                   | 42   |
| IV. DISCUSIÓN.....   | 77   |
| V. CONCLUSIONES.....   | 80   |
| VI. RECOMENDACIONES .....  | 82   |
| REFERENCIAS .....  | 84   |
| ANEXOS.....  | 90   |

## ÍNDICE DE TABLAS:

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1: Estructura de un Plan de Negocios .....   | 11 |
| Tabla 2: Variable independiente: Plan de Negocios .....  | 21 |
| Tabla 3: Variable Dependiente: Importación .....   | 22 |
| <i>Tabla 4: Entrevista a especialistas sobre mercado internacional de planchas de</i><br><i>acero</i> .....                    | 32 |
| <i>Tabla 5: Los 10 principales exportadores de planchas de acero</i> .....   | 34 |
| <i>Tabla 6: Principales exportadores de planchas de acero y su valor exportado</i>   | 35 |
| <i>Tabla 7: Indicadores de los 10 primeros países importadores de planchas de acero</i><br>.....                               | 36 |
| <i>Tabla 8: Los 10 primeros países importadores y su valor importado.</i> .....  | 37 |
| <i>Tabla 9: Entrevista realizada a especialistas y conocedores sobre el proceso de</i><br><i>importación</i> .....             | 38 |
| <i>Tabla 10: Entrevista a especialistas sobre plan de negocios</i> .....   | 42 |
| Tabla 11: Estructura de un Plan de Negocios .....  | 45 |
| <i>Tabla 12: Competidores actuales y potenciales</i> .....   | 49 |
| <i>Tabla 13: Producción nacional de planchas de acero</i> .....  | 49 |
| <i>Tabla 14: Proveedores para un producto importado por Perú</i> .....   | 50 |
| <i>Tabla 15: Estado de Ganancias y Pérdidas 2018, FCG PROYSEMA EIRL</i> .....  | 51 |
| Tabla 16: Responsables de las diferentes áreas de la empresa .....   | 52 |
| Tabla 17: <i>Producción de acero por empresas</i> .....  | 53 |
| Tabla 18: <i>Importaciones peruanas de acero</i> .....   | 54 |
| Tabla 19: <i>Principales países exportadores de planchas de acero según la partida</i><br><i>arancelaria: 7219120000</i> ..... | 54 |
| Tabla 20: <i>Indicadores para la elección del proveedor internacional</i> .....  | 55 |
| Tabla 21: <i>Análisis FODA de la empresa FCG PROYSEMA EIRL</i> .....   | 56 |
| Tabla 22: <i>Ficha Técnica de Planchas de Acero</i> .....  | 57 |
| Tabla 23: Costo de Materia Prima .....   | 64 |
| Tabla 24: <i>Impuestos de Importación</i> .....  | 65 |
| Tabla 25: Costo Total de Importación .....   | 65 |
| Tabla 26: Costo por 1 kilogramo de plancha de acero .....  | 66 |
| Tabla 27: Mano de Obra Directa .....   | 66 |
| Tabla 28: Llenado Contenedor de 40 pies .....  | 67 |
| Tabla 29: <i>Llenado Contenedor de 40 Pies</i> .....   | 67 |
| Tabla 30: <i>Total de Planchas por Contenedor de 40 pies</i> .....   | 67 |
| Tabla 31: <i>Llenado Contenedor de 20 pies</i> .....   | 68 |
| Tabla 32: <i>Llenado Contenedor de 20 pies</i> .....   | 68 |
| Tabla 33: <i>Total de planchas por contenedor de 20 pies</i> .....   | 69 |
| Tabla 34: <i>Gasto de Ventas</i> .....   | 69 |
| Tabla 35: <i>Gastos Administrativos</i> .....  | 70 |
| Tabla 36: <i>Otros Gastos Administrativos</i> .....  | 70 |



|   |    |
|---|----|
| Tabla 37: <i>Requerimientos de Suministro</i> .....               | 71 |
| Tabla 38: <i>Total Gastos Administrativos</i> .....               | 71 |
| Tabla 39: <i>Proyección de Materia Prima</i> .....                | 72 |
| Tabla 40: <i>Fijación del Precio</i> .....                        | 72 |
| Tabla 41: <i>Proyección de Ventas</i> .....                       | 73 |
| Tabla 42: <i>Flujo de Caja Proyectado</i> .....                   | 74 |
| Tabla 43: <i>Estado de Ganancias y Pérdidas</i> .....             | 75 |
| Tabla 44: <i>Parámetros para ver viabilidad del negocio</i> ..... | 76 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|   |    |
|---|----|
| Figura 1: Resultado de la entrevista aplicada al Gerente de la empresa FCG<br>PROYSEMA EIRL. .... | 29 |
| Figura 2: Información de cuantos trabajadores y prestadores de servicio cuentan.                  | 31 |
| <i>Figura 3: Entrevista aplicada a un trabajador de la empresa</i> .....                          | 31 |
| Figura 4: <i>Ficha RUC de la empresa FCG PROYSEMA EIR</i> .....                                   | 47 |
| Figura 5: <i>Ubicación de la empresa FCG PROYSEMA EIRL</i> . ....                                 | 48 |
| Figura 6: Organigrama de la empresa.....  | 52 |
| Figura 7: Redes sociales de la empresa FCG Proysema EIRL .....                                    | 62 |
| Figura 8: <i>Nuevo organigrama de la empresa FCG PROYSEMA EIRL</i> .....                          | 63 |

## RESUMEN

La presente investigación que lleva por título “Plan de negocios para importación de planchas de acero de China para la empresa FCG PROYSEMA EIRL”. El cual tuvo como objetivo implementar un plan negocios para la importación de planchas de acero de China, puesto que se ve la necesidad de la empresa de generar una mayor utilidad y además evitar los problemas de abastecimiento. El diseño utilizado fue pre experimental y el tipo de la investigación refiere a aplicativo- cuantitativo ya que busca hacer una pequeña manipulación en una de las variables, por otro lado la muestra estuvo conformada por tres especialistas del tema, el gerente de la empresa y un trabajador de la misma, gracias a ello fue que se pudo recopilar la información para el desarrollo de la investigación. Para la obtención de resultados se utilizó la guía de entrevista y el análisis documental, en donde se pudo corroborar que China es el principal exportador de planchas de acero y que sus costos (valor FOB por Kg. S/. 6.97) están por debajo de los ofrecidos en el mercado nacional (S/. 14.50 x Kg). Finalmente se concluyó que el plan de negocios para la importación de planchas de acero es viable y rentable debido a que sus indicadores financieros están muy sobre la media, teniendo un TIR de 221% y un VAN de S/. 220,808.29, dejando a la empresa en mejores condiciones y con una mayor utilidad.

**Palabras Clave:** Importación, exportador, plan de negocios, lanchas de acero.

## ABSTRACT

This research is entitled "Business plan for the import of steel plates from China for the company FCG PROYSEMA EIRL". Which was aimed at implementing a business plan for the importation of steel plans from China, since it sees the need of the company to generate greater utility and also avoid supply problems. The design used was pre-experimental and the type of research related to a quantitative application and that seeks to make a small modification in one of the variables, on the other hand the sample was made up of three specialists of the subject, the manager of the company and a worker of it, thanks to that, he was able to gather the information for the development of the research. To obtain results, look for the interview guide and the documentary analysis, where it was possible to confirm that China is the main exporter of steel plates and that its costs (FOB value per Kg. S /. 6.97) are below those offered in the national market (S /. 14.50 x Kg). Finally, it was concluded that the business plan for the importation of steel plates is viable and profitable due to their financial indicators being very much on the media, having an IRR of 221% and a NPV of S /. 220,808.29, leaving the company in better conditions and with greater utility.

**Keywords:** Business plan, exporter, import, steel lates.

## I. INTRODUCCIÓN

La importación es una actividad basada en la compra y venta de bienes o servicios de un país con otro país. Realizado por muchas empresas con la finalidad de reducir costos en materia prima, o también mejorar sus precios con productos terminados en comparación con la producción nacional, que en algunos casos los precios de determinados productos pueden ser más elevados que los productos traídos de otros países. Realizar esta actividad genera una mayor utilidad en las empresas. Por lo cual la importación de materias primas se vuelve primordial en cuanto a ahorro de inversión y maximización de utilidades.

Un plan se utiliza como una guía para la empresa, la cual le permitirá cumplir con los objetivos propuestos, valiéndose de del cumplimiento de las actividades que realiza la empresa. Además que se tiene una estructura pautada a seguir y respetar para poder llegar hasta donde propone la empresa, trabajando de manera articulada con cada área existente en la misma.

Esto permite enfocar la realidad de la empresa la cual actualmente trabaja con materia prima nacional, la falta de conocimiento acerca del comercio exterior genera que ellos pierdan muchas posibilidades de hacer crecer su negocio y expandir su mercado. Esto genera pérdidas, puesto que el costo por la adquisición de planchas de acero en el mercado nacional le resulta elevado, además de no contar siempre con la metería prima a tiempo o no contar con las cantidades requeridas por lo cual muchas veces su producción se ve afecta a un precio alto, lo cual genera que sus clientes no estén a gusto.

Según Alacero (2018). Adicionalmente, se pronostica un incremento del consumo mundial de 3,9% y de 6,0% en China.

Es así que se observa que ya existen muchos países en el mundo que tienen como proveedor a China, y al ir aumentando la lista de clientes, el consumo mundial de acero en China crece, y por ende también su producción. Lo que genera que su alta producción otorgue precios de ventas más módicos, lo que vuelve a China un mercado atractivo para la adquisición de acero.

(Diario Portafolio, 2018). A finales de agosto, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, ratificó las medidas antidumping a las importaciones de perfiles de hierro o acero, aleados o sin alear, en L y en U, simplemente laminados o extruidos en caliente, originarias de China. Sin embargo, el acero chino a bajo costo le habría encontrado la ‘comba al palo’, haciendo una triangulación, al enviar la tubería por Ecuador, para comercializarla hacia Colombia como contrabando, a través de la frontera entre ambas naciones.

Esta noticia hace mención a la problemática que sufrió Ecuador a causa de la importación de acero, puesto que el costo de importación de acero es muy inferior al costo de su producción nacional, generando desesperación por una supuesta competencia desleal. Esto no hace más que reafirmar que China es la mejor opción cuando de trabajar con acero se trata, por lo cual la importación de perfiles de acero para su transformación es un producto final es necesaria para mejorar los beneficios y utilidades de la empresa.

Debido a la "competencia desleal" generada por la importación a precios dumping de perfiles desde China. Sin embargo, anotó que la competencia desleal generada por la importación a precios dumping de perfiles desde China, ha ocasionado que nuestra planta de producción ubicada en Arequipa no esté en condiciones de competir en la actual coyuntura económica. (Diario Gestión, 2016).

Se manifestó el hecho del ingreso de acero, en grandes cantidades, procedente de China, esto debido al bajo costo con el que es comercializado el acero. Lo cual termina perjudicando a la industria nacional, pero por otro lado beneficia al empresario dedicado a este rubro. Además, todo tipo de importación que afecte a la producción nacional debe pagar el dumping, para no afectar la producción nacional. Sin embargo, si el ente regulador no está cobrando el dumping por la importación de acero, no existe problema para su importación y ahorro de costos.

Los principales países de origen de las importaciones peruanas de manufacturas de acero fueron: China (38%), EEUU (14%) y España (9%) (Mincetur, 2018)

Si bien se sabe que Perú es un país que también produce acero, Mincetur refleja que para manufacturas de acero existe una gran cantidad de importación proveniente principalmente de China, lo cual se puede interpretar que en el mercado asiático existe una mayor producción de esta materia prima, lo cual lo lleva a ser un gran proveedor para varios destinos y mientras la globalización se siga expandiendo y el asesoramiento a pequeños empresarios siga creciendo, China seguirá aumentando sus exportaciones, ya que apunta a seguir siendo el principal y más atractivo mercado para el acero.

Las empresas del sector metalúrgico afrontan retos para poder permanecer en un mercado tan competitivo como el que se está viendo en la actualidad, por ello es que las empresas buscan ser eficientes y eficaces dentro de este mercado tan globalizado la cual su principal meta es perdurar en el tiempo y sobre todo minimizar sus costos pues esos son a los que apuntan las empresas sin que esto logre dañar la calidad del producto del cliente, por ello las proveedores están abocados a la importación de productos, porque como se sabe que es un gran apoyo para las la empresas, la cual pueden conseguir a un menor precio los productos las cuales ellos están utilizando y así darles una reutilización dentro del mercado que se desempeñan.

En la cual manifiesta la importancia del acero, como producto indispensable en el desarrollo industrial de las naciones, ha hecho que su demanda crezca continuamente, volviendo racional al mercado del acero. Trata de formar una relación entre el precio del acero y su demanda; es por eso que las empresas a diario solicitan bastante de la actividad del sector metalúrgico, aborda como cualquier otra actividad industrial, con la necesidad de obtener las materias primas necesarias para comenzar a fabricar el que será su producto terminable. (Espinoza, 2011, p.1)

En el país las empresas manufactureras de comercialización y transformación de acero, brindan un amplio abanico de productos que, incorporados a una máquina-herramienta (para tornos, piñones, planchas de acero, vigas, entre otras), complementan las diferentes funciones en los procesos industrializados de los sectores metalúrgicos. Las empresas, independientemente de su tamaño y su estructura, sin importar el sector de donde procede como manufactureras y comercializadoras, debido a la limitación de ventas por el costo fluctuante del acero , por esta razón temen incursionar en un tema poco

explorado y eso genera una constante a equivocarse, más aun cuando va arriesgar la rentabilidad de su propia empresa, debido a que debe tener en cuenta cuánto se debe invertir inicialmente y cuánto tiempo tardará en recuperar su inversión; esto le generara una incertidumbre a ciertas empresas manufactureras que se muestran reticentes a importar, por ello es que las empresas tienen un límite de producción, comercialización y transformación de productos de aceros. De esta manera está fortaleciendo a las manufactureras de nuestra competencia que se han ido adaptándose a los cambios vertiginosos, dado que el entorno del mercado cada día va exigiendo más pidiendo nuevos estándares la cual eso le va permitir a la compañía tener una mayor capacidad de eficiencia.

La dependencia de las empresas proveedoras, tiene como una de sus ventajas más importantes es que crea una sana competencia en el mercado globalizado, lo que permite tener mejores propuestas en cuanto a tiempo de entrega, costos y calidad; dentro de sus desventajas he encontrado problemas, por ejemplo cuando un proveedor subcontrata los servicios de un tercero para realizar trabajos, este al incumplir conlleva problemas al proveedor y este a su vez con el cliente, siendo este proceso difíciles de gestionar, ya que como clientes no se tiene inferencia sobre el proveedor subcontratado. Consecuentemente al fallar este, frente al cliente, el que da la cara es el responsable de la empresa, lo cual le generaría un inconveniente con aquella, así restringiéndolo en su comercialización del acero y sus derivados( piñones, rolas, entre otros), al llegar a pactar un acuerdo con el cliente, no concretándose reflejaría una desventaja la cual generaría una ruptura y una imagen poco confiable, por ende habría una insatisfacción y la pérdida de clientes, llegando a generar inapropiadas estrategias, por ello la incapacidad de producción y el déficit de proveedores inadecuados genera que haya una mala distribución y por consiguiente genere problemas en las empresas.

La problemática de la empresa FCG PROYSEMA E.I.R.L es que existe un desconocimiento sobre importación del producto de planchas de acero y el mayor temor de la empresa es no poder abarcar con la cantidad necesaria de productos, para abastecer a sus clientes, ya que depende de otros proveedores que le distribuyen planchas de acero, puesto que los ya mencionados no cumplían con la fecha pactada y pues esto le generaba incumplimiento con la entrega del producto y un disgusto en los clientes, por otro lado se

ve que el costo de la materia prima en el mercado local resulta ser elevado. Por ello es hacer que la empresa FCG Proysema E.I.R.L no solo se dedique a la importación sino también pueda comercializar dentro del territorio, de esta manera podrá expandirse en el sector metalúrgico.

Por otra parte en trabajos previos comenzaremos por autores internacionales, locales y culminaremos por nacionales.

Según Cabezas (2015) en *Plan De Negocios Para La Importación De Planchas De acero Inoxidable Desde Los Principales Productores Del Mundo: México, Brasil, Taiwán Y La India; Para Una Empresa Procesadora De Acero En El País, 2015.*

Se puede apreciar el siguiente plan de negocios, trabajado para una empresa procesadora de acero, cuyo objetivo fue realizar un estudio de mercado que permita a la empresa determinar la demanda insatisfecha que existe en el mercado ecuatoriano con respecto a planchas de acero inoxidable. El método de la investigación fue no experimental, ya que no se ha manipulado las variables, debido a que ya existían. Como conclusión en el mercado hay pocas empresas que comercializan el producto, y lo hacen únicamente bajo pedido sin contar un stock permanente de planchas y demás derivados del acero inoxidable (p.5).

El autor menciona que realizar un estudio de mercado le va permitir a la empresa analizar cuales son los países para poder importar o exportar, pero son pocas las compañías que se atreven a realizarla debido a que tienen miedo arriesgar porque algunas no cuentan con el capital suficiente u otras por el miedo de perder su dinero, es por ello que a toda empresa que está incursionando en un mercado globalizado se le sugiere hacer un estudio debido que eso le permitirá analizar y poder tomar decisiones. Además que realizar un estudio minucioso ha de permitir que la empresa sepa exactamente a donde debe llegar y a quienes apuntar.



Según torres y Triviño (2015), en la tesis *El análisis del impacto comercial de las barreras no arancelarias para las importaciones de perfiles de acero*.

A continuación se observa las barreras no arancelarias existentes para el ingreso de acero en los diferentes países, por lo cual tiene como objetivo Identificar el impacto comercial que ha ocasionado en la balanza comercial esta barrera no arancelaria aplicada a las importaciones de perfiles de acero en el Ecuador. Se examinó las consecuencias que han originado las barreras no arancelarias sobre las importaciones de perfiles en el sector de construcción. Podemos concluir que esta barrera no arancelaria funcionó en primera instancia para disminuir las importaciones de este material y protegiendo la industria, no se tuvo los resultados esperados por el gobierno, realizando cambio de barrera no arancelaria hacia barreras arancelarias que tiene que ver con los incrementos de impuestos a las importaciones (p.7).

El autor concluye que la información de esta barrera arancelaria es importante ya que permite nacionalizar el producto y es de suma importancia contar con certificados de lo contrario incrementaría los presupuestos de la mercancía, Las barreras no arancelarias son leyes o regulaciones emitidas por el gobierno de un país que bloquean el ingreso o importación de ciertas mercancías a un país determinado sin elevar sus impuestos. La diferencia entre las barreras arancelarias y las no arancelarias, es que estas utilizan ordenamientos y estrategias diferentes a los impuestos para dificultar su importación. Sin embargo el pago de dumping se acerca más a ser una solución, pero aun así la importación del acero continua siendo atractivo.

Según Mansimov (2017) *En su investigación Business Plan*

Refiere que la tesis se centra en el plan de negocios para la nueva compañía establecida llamada Crecimiento Laboratorio. La compañía tiene como objetivo desarrollar su nuevo producto, para lo cual el plan d negocios verificará el plan de la compañía y ayudará a desarrollar y lograr sus objetivos a corto y largo plazo. Se obtuvo como resultado que la tesis cubrirá lo teórico así como el conocimiento práctico de los preparativos del plan de negocios para el mercado de contenido.

Se rescata que el plan de negocios sirve para ayudar a cumplir metas de un negocio o empresa a corto y largo plazo, además que la realización de este plan esta direccionado para un nuevo producto lo que significa que con el plan se evaluará su viabilidad y rentabilidad. Así mismo el plan de negocios se convierte en una herramienta útil, que tiene como finalidad encaminar de manera correcta a las empresas para que lleguen al cumplimiento de sus objetivos sin el miedo de no haber previsto algún suceso. Es por ello que dentro de este plan se realiza desplazadamente el estudio de cada parte que será de utilidad para tener éxito al aplicarlo.

Según López (2015) *En su investigación Impacto que tuvo en la recaudación tributaria, el incremento de los aranceles en importación de perfiles de acero durante el periodo 2010-2013.*

Sostiene al respecto una fuerte impresión en la recaudación tributaria a causa del aumento de los aranceles para el acero, lo cual deja como objetivo reducir su nivel de importaciones de perfiles de acero. La metodología que se utilizó fueron las encuestas, así como el instrumento al personal correspondiente de organizaciones dedicadas a la comercialización y/o manufactura del bien. Al igual que la fijación de los aranceles, el Estado tiene la facultad para autorizar la imposición de diferentes cargas para los contribuyentes y ciudadanía en general, a través del organismo de control pertinente que es el Servicio de Rentas Internas (SRI), finalmente tiene la función de regular, controlar y dirigir la actividad tributaria en todo el territorio nacional (p.37).

El autor hace mención que las recaudaciones tributarias le va permitir al estado recaudar impuesto por cada mercancía ingresada al país, las barreras arancelarias son impuestos denominados derechos arancelarios aplicados al comercio exterior el cual limita las importaciones de ciertas mercancías, esta se puede dar por diversos motivos, tales como para obtener el equilibrio en su balanza comercial o proteger la producción nacional de su país. Por otro lado el aumento del arancel, el cual tiene solo un fin; disminuir la importación de acero, también generaría que las empresas dedicadas a la producción de productos que involucre acero se vean afectadas no solo en tema de costos, sino también de logística, puesto que no podrían surgir problemas de abastecimiento al no contar con la cantidad necesaria solo en el mercado local y a alto precio.

Según Espinoza (2011) en *Las Importaciones De Acero (Planchas, Vigas Y Ángulos) En El Ecuador: Análisis Y Perspectivas Periodo 2000 – 2009*.

El autor habla sobre lo que serán las importaciones dentro de un periodo de nueve años y lo que se espera de ello, por lo cual tiene como objetivo hacer que la demanda de importación de acero aumente paulatinamente en el mercado metal metálico. El método de investigación fue recolección de datos de observación reestructurada. Podemos concluir que la elasticidad precio de la demanda nos permite medir la sensibilidad en la demanda de un producto, ante la variación de su precio (p.4).

El autor trata de decir que para generar una demanda de acero, se debe realizar una estudio meticuloso en los rubros que requieren este material, además ver el tipo de acero demandado por las empresas, cual es la calidad que está exigiendo el mercado, ya que eso va permitir observar con que clase y tipo de acero se está demandando y cuál es la variación del precio que están vendiendo las empresas. Se puede observar que la adquisición de acero, a través de la importación tiende a crecer y a tener una tendencia ascendente con respecto a su consumo y producción.

Según Ordoñez (2011) el *Mejoramiento En La Distribución De Perfiles De Acero En La Empresa Laminadora Industrial S.A.*

Con el objetivo mejorar la distribución de perfiles de acero de la empresa Laminadora. El método que se realizó fue una recolección de datos a través de las encuestas. Finalmente se pudo comprobar que el cliente está satisfecho con el servicio brindado (p.8).

Para que haya una mejor distribución y procesamiento del acero, es importante saber cuáles son los procesos necesarios para distribuir el material, cuales son los tiempos los cuales trabaja, ver el lugar, los almacenes y por las distancias las cuales van estar involucrados para la importación y la comercialización del acero. Además que la distribución de los perfiles dependerá del uso y fin que se le dará a cada uno de ellos, por ende debe existir una distribución eficiente.

Según Orellana & Vera bachilleres (2014) el *Análisis Del Sistema De Distribución De Una Compañía Manufacturera Y Comercializadora De Aceros*.

Hacen mención la distribución y comercialización del acero en lo cual han llegado a tomar como objetivo. Ampliar la cuota de mercado, evitando pérdidas innecesarias de ventas. El método de esta investigación fue empírico aplicando encuestas para así recolectar datos e información. Como conclusión se puede decir que el proyecto es rentable, ya que tiene una utilidad muy positiva y además que el TIR y el VAN son positivos (p.2).

Los autores realizaron un estudio, en donde demuestra que las compañías de metal-metálico las cuales se dedican a la elaboración del acero, procesamiento, transformación de productos derivados del acero tienden a mejorar sus ventas a través de una distribución más eficiente y una organización de manera eficaz les permita tener un sistema de distribución altamente competitivo.

Canelo E, Corrales L y Mendoza E. (2015), *Valorización de la corporación Aceros Arequipa S.A. para el 2015*

El objetivo del presente trabajo es realizar la valorización de la Corporación Aceros Arequipa S.A. (en adelante Aceros Arequipa) para el año 2015. Para la valorización se ha procedido a utilizar el método de flujos de caja descontados (DFC por sus siglas en inglés), con un horizonte de 10 años. Como resultado del estudio se obtuvo que la empresa debería estar valorada para el escenario base en S/. 0,65 (S/. 0,67 para la acción común y S/. 0,52 para la acción de inversión) por acción

Lo mencionado por el autor acerca de la valoración de la corporación Aceros Arequipa, está relacionado con la intervención del mercado Chino en el mercado nacional, puesto que ello ha sido un factor de quiebre para que las utilidades de la empresa Aceros Arequipa, en cierta forma, se vean afectada, ya que sus ventas en cierta forma han disminuido, por otro lado, si bien aún mantienen relación con sus clientes pues la demanda de muchos de ellos no es la misma, puesto que ahora pueden importar el acero generando de esta manera ahorro para sus empresas.

Es importante destacar que en teorías relacionadas al tema se mencionó plan de negocios, del mismo modo autores sobre el tema de importación, para poder referenciar el objeto de estudio.

Weinberger, K. (2009). El plan de negocios es un documento, escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es el resultado de un proceso de planeación. Este plan de negocios sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos. (p.33)

Gonzales (2009), define al plan de negocios como la herramienta vital en la que se pone en práctica las múltiples ideas de negocios que hemos planificado; esto sirve de brújula para alcanzar nuestros objetivos. (p.12)

Considera vital el plan de negocios para guiarnos y seguir un camino correcto y exacto en la búsqueda del cumplimiento de los objetivos de la empresa. Además da a entender que si no tenemos el plan de negocios, no llegaremos a ninguna parte, puesto que ni siquiera nos habremos trazado un objetivo y menos aún tendremos conocimiento del producto o mercado con el que queremos trabajar, es por ello que la elaboración del plan de negocios ha de ser la principal herramienta para poder surgir dentro del mundo de los negocios.

Viniegra (2011), menciona al plan de negocio como la planeación de una empresa o negocio en su conjunto, considerando cada una de sus partes o áreas esenciales y la interacción de cada una de éstas con las demás. (p.22)

Para Viniegra el plan de negocios funcionará y cumplirá su deber siempre y cuando se tenga en cuenta cada área de la empresa y la comunicación fluida con las mismas. Cada área debe trabajar de manera conjunta con las otras, para saber si están en sintonía y si se está logrando el cumplimiento de los objetivos trazados.

Wienberger, K. (2009) El plan de negocios es una herramienta de comunicación escrita que tiene esencialmente dos funciones: una que se puede llamar administrativa o interna y otra que es conocida como financiera o externa. (p. 34)

Según el autor un plan de negocios a nivel interno funciona como una guía para las operaciones que realizará la empresa, permite identificar fortalezas y debilidades que existentes en la empresa. Por otro lado el nivel externo en un plan de negocios es utilizado para informar a posibles inversionistas acerca de la rentabilidad de la empresa y un pronto retorno de su inversión, además también busca posibles clientes y proveedores.

La estructura del plan de negocio según Weinberger, como observaremos en la tabla 1, para una empresa en marcha, se compone por: descripción de la empresa, descripción de la competencia, planeamiento estratégico, estrategias de marketing, análisis de la infraestructura, modelo financiero, evaluación financiera, conclusiones y recomendaciones. Lo que se busca con esta estructura es identificar el FODA de la empresa, evaluar la parte financiera, entre otras.

*Tabla 1: Estructura de un Plan de Negocios*

| <b>PLAN DE NEGOCIOS PARA EMPRESA EN MARCHA</b>  |
|---|
| <b>Resumen Ejecutivo</b>  |
| Descripción de la empresa   |
| Historia de la empresa  |
| Análisis de la industria  |
| Productos y servicios ofrecidos   |
| Estados financieros   |
| Equipo gerencial  |
| <b>Descripción de la competencia, de la posición competitiva y del mercado objetivo</b> |
| <b>Planeamiento estratégico</b>   |
| Análisis FODA   |
| Estrategias de crecimiento y expansión  |
| Alianzas estratégicas   |
| <b>Estrategias de marketing y ventas</b>  |
| <b>Análisis de la infraestructura</b>   |
| <b>Rediseño de estructura y cambios en la gestión de la empresa</b>                     |
| <b>Modelo financiero</b>  |

---

**Evaluación financiera**

---

**Conclusiones y recomendaciones**

---

**Anexos**

---

**Fuente:** Plan de Negocios, Karen Weinberger Villarán (2009)

**Elaboración:** Propia

Para esta investigación se especifica la importación como la entrada de bienes y servicios obtenidos en el mercado exterior, bien sea para una venta inmediata o para la reelaboración para el consumo dentro del territorio.

Para la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), la importación 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 hubieren y del cumplimiento de las formalidades y otras obligaciones aduaneras (Sunat, 2013).

La importación es una estrategia de mercados internacionales que poco a poco se busca ampliar, pero sin duda alguna es una parte importante que le permite a cualquier país aproximarse a los avances tecnológicos de otros países. Por otro lado, la importación permite el desarrollo de pequeños empresarios, tanto a aquellos que venden productos finales como a los que importan materia prima destinadas a la producción.

Por otro lado, Lee (2015) sostiene al respecto que la importación es la necesidad de un país que tiene de otro, es aquí donde el comercio internacional nace, que es una transacción entre las distintas naciones, lo cual el uno vende un bien que sale de su país (exportador) y el otro adquiere dichos bienes(importa). (p.9).

Por otro lado se lee que la importación son dos o más países que necesitan entre ellos las cuales cooperan para satisfacer sus necesidades, pues ahí es donde el comercio llega para tomar fuerza en las naciones, es por ello que es un país sin comercio no es nada porque siempre se van a necesitar entre sí. Tras la globalización, el traspaso de fronteras, el comercio internacional tuvo su auge, puesto que la importación se volvió una gran

oportunidad para obtener productos y materias que en un país no habían o en tal caso eran escasos.

Somos Empresa (2014), El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) señala:

La importación tiene como principal objetivo brindar a los peruanos alternativas de abastecimiento que sean distintas de las que ya puede encontrar en el mercado local. De esta forma, el consumidor peruano podrá acceder a diferentes opciones en precios, calidad y cantidad. Además, la importación fomenta la libre competencia y vuelve más exigentes a los compradores, lo cual impulsa a los productores locales a buscar la eficiencia, modernización y competitividad de su producción (p.34).

Las importaciones tiene como finalidad proveer a las compañía que puedan abastecerse de mercancías de cualquier mercado internacional, la cual el comprador puede acceder a precios muy fluctuantes, verificar una diversidad cuales son las calidades del producto, cuanto es la cantidad que puede enviar dicho proveedor, es por eso que importar es muy importante ya que permite una competencia sana y tanto en fabricantes locales como internacionales.

Al respecto, Gonzales (2007) tiene como objetivo que la importación definitiva es el régimen aduanero que permite el ingreso de mercancías extranjeras al territorio nacional para su libre disponibilidad luego de la nacionalización, es decir, después del pago de los derechos correspondientes y del cumplimiento de las debidas formalidades (p.25).

Este autor ve más allá de los límites porque al hablar de una importación definitiva dice que se puede importar mercancía extranjera pero sola por un determinado tiempo para el servicio que tengan que prestar (como el really Dakar, maquinarias, etc.), pues después de haber cumplido la función tiene que regresar al país de origen.

Los regímenes de importación son los siguientes, admisión temporal para perfeccionamiento activo, régimen aduanero que permite el ingreso al territorio aduanero



de ciertas mercancías extranjeras con la suspensión del pago de los derechos arancelarios y demás impuestos aplicables a la importación para el consumo y recargos de corresponder, con el fin de ser exportadas dentro de un plazo determinado, luego de haber sido sometidas a una operación de perfeccionamiento, bajo la forma de productos compensadores. (Sunat, 2013)

Importación para el consumo, 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.

Documentos de Importación, Gonzales (2012) define que para poder despachar o tramitar una operación o régimen aduanero, por ejemplo para tramitar una importación o exportación es requisito obligatorio presentar una serie de documentos aduaneros ante la administración aduanera tanto del país de origen como de destino, los cuales van a requerir de una serie de documentos que a continuación se detallan, asimismo, se hará referencia de quien es la persona o entidad encargada de emitirlos. (Pág. 45)

Se hace mención de la importancia de poder presentar una serie de documentos tanto del país de origen como del país de llegada, con la finalidad de controlar y saber qué es lo que se está comercializando, documento de transporte, documento de embarque, lista de empaque o packing list, donde se detallan las mercancías que ya están siendo embarcadas, bill of lading o también se le conoce como documento de embarque, este es el documento que sirve como prueba de la mercancía que va por vía marítima, guía área, como su nombre lo dice sirve para envíos solamente aéreos. Y factura comercial / Comercial invoice.

Para realizar una correcta importación de mercancías es de suma importancia tomar en cuenta los puntos dado por Gonzales, ya que así garantizaría una correcta importación de los materiales que requiriéramos (p.50).

Los impuestos forman parte de una triada de ingresos que tienen el estado para su presupuesto público los cuales son las contribuciones, las tasas y el más importante de

ellos los tributos. Los impuestos tienen carácter de obligatorio, ya que los afectos a este pueden ser coaccionados por el gobierno para que hagan el respectivo pago a este último, el pago del impuesto no conlleva a una retribución directa del gobierno hacia sus obligados. Al no haber una retribución directa por este pago los contribuyentes tienen menos incentivos en pagarlo respecto a los otros tributos (Urrunaga, Hiraoka, & Risso, 2014)

La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, de acuerdo con el artículo 5 del ROF (Aprobado por Resolución de Superintendencia N° 122-2014/SUNAT y modificatorias) y específicamente para la Intendencia de Aduana Aérea y Postal (Mediante Res. de Sup. N° 070-2016/SUNAT, publicada el 03-03-2016, se modificó la estructura interna de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal.).

Con la finalidad de poder tener una dirección tributaria eficiente, eficaz y estable se dio la Ley Marco del Sistema Tributario Nacional (Decreto Legislativo N° 771), vigente a partir del 1 de enero de 1994. Se señala en ley cuales son los tributos en vigencia y los que son acreedores tributarios: Gobierno Central, los Gobiernos Locales y entidad específicas con fines determinados. En aplicación del Decreto Supremo 061-2002-PCM, publicado el 12 de julio del 2002, se dispone la fusión por absorción de la Superintendencia Nacional de Aduanas (SUNAD) por la Superintendencia Nacional de Tributos Internos (SUNAT), pasando la SUNAT a ser el ente administrador de tributos internos y derechos arancelarios del Gobierno Central. El 22 de diciembre de 2011 se publicó la Ley N° 29816 de Fortalecimiento de la SUNAT, estableciéndose la sustitución de la denominación de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria-SUNAT por Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT

Entre los impuestos que dirige superintendencia de Aduana Aérea y Postal tenemos los siguientes:

AD- Valorem, es el impuesto a las importaciones AD-Valorem (ADV), son las obligaciones de pago que se aplican al valor según incoterms de la mercancía que ingresa a territorio aduanero, estas están específicas en el arancel de aduanas de SUNAT.

Impuesto general de las ventas (IGV), aplicable en las transacciones de ventas e importaciones de los bienes, también cuando se prestan diversos servicios de tipo comercial, también en contratos de construcción y en la primera venta de inmuebles.

Impuesto a la Promoción Municipal, aplicable en las transacciones de ventas e importaciones de los bienes, también cuando se prestan diversos servicios de tipo comercial, también en contratos de construcción y en la primera venta de inmuebles.

Según Vatglobal (2019). Cuando las mercancías se importan a un país con un régimen de IVA, el IVA de importación se cobra como un porcentaje del valor de las mercancías importadas. Además del IVA, también se pagarán derechos de aduana, según el tipo de mercancía

Por lo tanto al realizar un importación se tendrá que tomar en cuenta a qué tipo de impuestos está sujeto, dependiendo de la mercadería y del país de destino puede que tal o tales productos estén exonerados al pago de algunos impuestos.

Costo de importación, Gavelán (2016) define el costo de importación como un elemento formado por el precio único de compra y los gastos realizados para poner el material importado en el almacén de la empresa importadora. Los gastos adicionales están conformados por todos aquellos gastos directos e indirectos que atribuyen al producto, es decir todos los gastos de aduana como flete, seguro, derechos e impuestos, etc., con excepción a los gastos financieros ya que están ajenos a la operación de compra-venta internacional de la mercancía a importar (p.5).

Para calcular los costos de transacción apropiado es de manera inevitable tomar la estadística los derechos e gravámenes de importación el flete internacional, el seguro del almacenamiento, el coste portuarios, el costo de transportar la mercancía, los egresos financieros, por ende son todos los procesos de importación. Estos pueden ser costos que incurren directamente en el costo final del producto.

El costo de importación se calcula en función del valor comercial. El valor en aduana es el valor total de todos los artículos en su envío y determina cuánto arancel de importación debe pagar el destinatario del paquete. (Highbrow, 2019)

Determinan que el costo de importación se calcula desde el valor de la compra al exportador, lo que significa que desde que el vendedor internacional fija el precio de venta y el comprador nacional realiza el pago ya se genera un costo importación.

Luego de presentar el marco teórico se define el problema mediante el planteamiento de la siguiente interrogante: ¿De qué manera un plan de negocios ayudará a la importación de planchas de acero de china para la empresa FCG PROYSEMA EIRL?

Continuando con el desarrollo de la investigación se presenta la justificación. Ackoff y Miller (1967 y 2002, respectivamente, citados por Hernández, Fernández y Baptista, 2002) indican que para justificar la realización de una investigación, se tienen que cumplir cualquiera de los siguientes criterios: conveniencia, relevancia social, implicaciones prácticas, valor teórico y utilidad metodológica.

Para Criollo, A. (2012) La justificación en la investigación responde al porqué, del trabajo en estudio y la utilidad o importancia de su realización. Toda investigación está orientada a resolver o a solucionar algún problema. También puede ser que se va a estudiar un fenómeno o una realidad que necesite ser estudiada; por consiguiente, es necesario justificar, o exponer, los motivos que merecen que se haga la investigación.

Según los mencionados, dentro del trabajo de investigación es de crucial importancia exponer porque es necesaria la realización de la investigación, viendo porqué es conveniente el estudio de dicho fenómeno.

Justificación Teórica, Esta investigación se realizó con el propósito de contribuir con la importación de planchas de acero, cuyos resultados de esta investigación se sistematizaron en el diseño de un plan de negocios, para la optimización en su producción, ya que se está demostrando que brinda un servicio de calidad, fiabilidad y eficiencia empresarial.

Justificación Práctica, Esta investigación se llevó a cabo porque existía la necesidad de desarrollar un plan de negocios de planchas de acero, para determinar un mejor sistema operativo en el sector manufacturero, para la reducción de sus costos de distribución, dando la posibilidad de importar para incrementar su utilidad y competitividad, mediante una mejor utilización de los recursos. Además, generó un aumento de las utilidades y una mayor cobertura en el mercado a través de sus productos.

Justificación Metodológica, La elaboración para cada uno de los pasos para recolección de los datos, las herramientas y los métodos que se utilizaron para la obtención de resultados. Una vez que se demostró su validez y confiabilidad se podrán utilizar para otras investigaciones o trabajos académicos relacionados al tema estudiado. Así mismo se puede aplicar dichos instrumentos a situaciones o realidades similares generando un instrumento útil para este ámbito.

Después de contar con el planteamiento del problema y las justificaciones del caso se llega a la siguiente hipótesis; La realización de un plan de negocios ayudará a la importación de planchas de acero de China en la empresa FCG PROYSEMA E.I.R.L

Para las metas que se quieren cumplir de acuerdo al trabajo de investigación realizado se plantearon los siguientes objetivos:

Objetivo general: Implementar un plan de negocios para la importación de planchas de acero de China en la empresa FCG PROYSEMA E.I.R.L ; como Objetivos Específicos se tuvo los siguientes, a) Diagnosticar la situación actual de la empresa FCG PROYSEMA E.I.R.L sobre la adquisición y venta de planchas de acero en la ciudad de Pisco, b) Describir el mercado internacional de proveedores de plancha de acero para la empresa FCG PROYSEMA E.I.R.L, c) Analizar el proceso de importación de planchas de acero de China para la empresa FCG PROYSEMA E.I.R.L y d) Diseñar un plan de negocios para importación de planchas de acero de China para la empresa FCG PROYSEMA E.I.R.L.

## II. MÉTODO

### 2.1 Diseño de Investigación

El diseño de investigación que se trabajó es pre experimental y aplicada cuantitativa, Según Arnau (1995) define el diseño de investigación como un plan estructurado de acción que, en función de unos objetivos básicos, está orientado a la obtención de información o datos relevantes a los problemas planteados (p. 27). El autor hace referencia a un plan, haciendo ver que el diseño se asemeja al mismo, y a través de ello buscará obtener información que ayude en la resolución del problema dado en la investigación. Por otro lado Kerlinger (2002) señala que en su mayoría se llama diseño de investigación al plan y al esquema de un estudio realizado. Es el plan y estructura de una investigación concebidas para obtener respuestas a las preguntas de un estudio. (p. 83).

Altuve y Rivas (1998) menciona que el diseño de una investigación, "... es una estrategia general que adopta el investigador como forma de abordar un problema determinado, que permite identificar los pasos que deben seguir para efectuar su estudio" (p. 231). El autor relaciona el diseño de investigación como guía a seguir para la resolución del problema a investigar.

Según Sabino (1992) su objeto es proporcionar un modelo de verificación que permita contrastar hechos con teorías, y su forma es la de una estrategia o plan general que determina las operaciones necesarias para hacerla. (p.91), es por ello que se puede entender que el diseño de la investigación refiere a la manera de cómo se darán las respuestas a las preguntas formuladas en la investigación.

El tipo de investigación utilizado fue aplicada

Según Murillo (2008). La investigación aplicada recibe el nombre de "investigación práctica o empírica", que se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos adquiridos, a la vez que se adquieren otros, después de implementar y sistematizar la práctica basada en investigación.

Murillo da a entender que la utilización de los conocimientos adquiridos en la práctica se refleja en una investigación aplicada.

Hernández, Fernández y Baptista (2004), indican que investigar con un enfoque cuantitativo es confiar en la análisis estadístico y medición numérica para poder establecer patrones de la forma como se comporta la población.

El enfoque cuantitativo es un proceso deductivo, cada etapa conduce de forma lógica a la que viene, sirve para comprobar, explicar o predecir un determinado hecho. Es una muy buena opción para producir conocimiento objetivo, definido, muy particularizado y comprobable.

- Aplicativa cuantitativa
- Pre experimental

## **2.2 Variables, Operacionalización**

Hernández, Fernández y Baptista (2004), la variable de investigación es una característica que puede modificarse y esta modificación puede ser medida u observada.

Para Sabino (1992) una variable es cualquier característica o cualidad de la realidad que es susceptible de asumir diferentes valores. Lo que significa que una variable varía, y hace referencia a las características por mencionar a las propiedades del objeto, pero nunca al objeto en sí.

Las variables son características observables, susceptibles de adoptar distintos valores o ser expresados en varias categorías. (Correa & Alvarado, 2014).

Para Doupovec (2010), la operacionalización de variables es un proceso que se inicia con la definición de las variables en función de factores estrictamente medibles a los que se les llama indicadores. De este se extrae que la operacionalización de variables funciona en relación a los indicadores.

Tabla 2: Variable independiente: Plan de Negocios

| VA<br>RIABLES                                     | DEFINICIÓN<br>CONCEPTUAL   | DEFINICIÓN<br>OPERACIONAL  | DIMENSIÓN<br>ES                              | INDICADOR   | ÍTEMS                                      | INTR<br>UMENTO            |
|---|--|--|--|---|--|---------------------------|
| Variable<br>independiente: Plan<br>de<br>Negocios | Wienberger,<br>K. (2009) El plan de<br>negocios es una<br>herramienta de<br>comunicación escrita<br>que tiene<br>esencialmente dos<br>funciones: una que se<br>puede llamar<br>administrativa o<br>interna y otra que es<br>conocida como<br>financiera o externa. | Documento redactado<br>de manera transparente y<br>precisa, el cual viene a ser el<br>resultado de un proceso de<br>planeación, en la cual se<br>describirá a la empresa, para<br>posteriormente realizar un<br>análisis de entorno y estudio<br>de mercado, un análisis de la<br>industria, posterior a eso se<br>efectuará un planeamiento<br>estratégico junto a un<br>análisis de la infraestructura,<br>finalmente se hará un<br>modelo y evaluación<br>financiera. | Descripción<br>de la Empresa                 | Historia de la empresa                            | Entrevista<br>al Gerente de la<br>empresa. | Guía de<br>Entrevi<br>sta |
|   |  |  |  | Situación económica y financiera<br>de la empresa |  |                           |
|   |  |  |  | Descripción y características del<br>producto     |  |                           |
|   |  |  | Análisis del entorno y<br>estudio de mercado | Estudio de mercado de China                       | Análisis<br>documentario                   | Análisis de<br>contenido  |
|   |  |  | Análisis de la<br>industria                  | Empresas importadoras de planchas<br>de acero     | Análisis<br>documentario                   | Análisis<br>de contenido  |
|   |  |  |  | Proveedores de planchas de acero                  |  |                           |
|   |  |  | Planeamiento<br>estratégico                  | Fortalezas y Oportunidades                        | Entrevista<br>a expertos                   | Guía de<br>entrevista     |
|   |  |  |  | Debilidades y Amenazas                            |  |                           |
|   |  |  | Estrategias de<br>Marketing y Ventas         | Producto  | Entrevista<br>al Gerente                   | Guía de<br>entrevista     |
|   |  |  |  | Plaza   |  |                           |
| Precio  |  |  |  |   |  |                           |



|  |  |  |   |                    |                       |                       |
|--|--|--|---|--------------------|-----------------------|-----------------------|
|  |  |  |   | Promoción          |                       |                       |
|  |  |  | Análisis de la infraestructura            | Localización       | Entrevista al Gerente | Guía de entrevista    |
|  |  |  |   | Tamaño de planta   | Entrevista al Gerente | Guía de entrevista    |
|  |  |  | Modelo financiero y evaluación financiera | Análisis de costos | Análisis documentario | Análisis de contenido |
|  |  |  |   | VAN                |                       |                       |
|  |  |  |   | TIR                |                       |                       |

*Tabla 3: Variable Dependiente: Importación*

| <b>VARIABLES</b>                  | <b>DEFINICIÓN CONCEPTUAL</b>   | <b>DEFINICIÓN OPERACIONAL</b> | <b>DIMENSIONES</b>         | <b>INDICADOR</b>            | <b>ÍTEMS</b>          | <b>INSTRUMENTO</b> |
|-----------------------------------|--|-------------------------------|----------------------------|-----------------------------|-----------------------|--------------------|
| Variable dependiente: Importación | Lee (2011) sostiene al respecto: Que la importación es la necesidad de un país que tiene de otro, es aquí donde el comercio internacional nace, que es |                               | Modalidades de Importación | Importación para el consumo | Entrevista a expertos | Guía de Entrevista |
|                                   |  |                               | Documentos                 | Documentos de transporte    | Entrevista a          | Guía de            |

|   |  |                          |  |                          |                                     |
|---|--|--------------------------|--|--------------------------|-------------------------------------|
| una transacción entre las distintas naciones, lo cual el uno vende bien que sale de su país (exportador) y el otro adquiere dichos bienes(importa). |  | de Importación           | Lista de empaque o embalaje              | expertos                 | entrevista                          |
|   |  |                          | Factura comercial /<br>Comercial invocie |                          |                                     |
|   |  | Impuesto y<br>Tributos   | Ad Valorem                               | Entrevista a<br>expertos | Guía de<br>entrevista a<br>expertos |
|   |  |                          | IGV, IPM, Percepción                     |                          |                                     |
|   |  | Costos de<br>Importación | Nacionales                               | Entrevista a<br>expertos | Guía de<br>entrevista a<br>expertos |
|   |  |                          | Internacionales                          |                          |                                     |

## 2.3 Población y muestra

### **Población**

Según Hernández R. (2014) Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones.

Para esta población la muestra que se utilizó fue no probabilística puesto que la elección de los trabajadores fue por conveniencia, se entiende por esto que no dependió de la probabilidad, sino de las características de la población (Hernández, Fernández y Baptista, pág. 30)

La población estuvo conformada por:

Primera Población: Gerencia y trabajadores de la empresa.

Segunda Población: Especialistas y expertos conocedores del tema.

Tercera Población: Documentos otorgados por la empresa y archivos sacados de internet.

### **Muestreo**

No probabilística, por conveniencia

### **Muestra 1**

Criterios inclusión y exclusión

- Personas que tengan una antigüedad mayor a 1 año en la empresa.
- Personas que conozcan el mercado del acero en la empresa.
- Personas que trabajen en conjunto con el gerente.

La primera muestra será conformada por el Gerente de empresa, Félix Cano Gonzales y al trabajador Sergio Cano Sampen del área de producción y comercialización.

### **Muestra 2**

Criterios inclusión y exclusión

- Personas que conozcan de importación.
- Personas que se dediquen a importar.
- Personas conocedoras sobre cómo llevar a cabo un plan de negocios

La segunda muestra está conformada por 2 expertos en Plan de negocios y 3 expertos en importación:

- MBA. Francisco Cuneo Fernandez
- MBA. Jhean Karlos Nuñez Horna
- MBA. Cesar Rosero Salazar
- MBA. Joel Altamirano Fernandez
- Lic. Lenin Barboza Guevara

### **Muestra 3**

Criterios inclusión y exclusión

- Documentos que acrediten la situación de la empresa
- Documentos de mercados proveedores de planchas de acero

La tercera muestra está conformada por estado el estado de ganancias y pérdidas del 2018 de la empresa, base de datos de Trade Map y Sunat.

## **2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

De acuerdo con Andrade, (2005) señala: Son varios los elementos indispensables para realizar un trabajo de campo de investigación. Estos elementos pueden variar de acuerdo con las circunstancias, tipo de investigación y magnitud del estudio. Por lo general se emplean: cuestionarios, encuestas y entrevistas programadas. (pág. 69)

Es por eso que los métodos y técnicas de los cuales nos hemos valido en la investigación fueron los siguientes:

Las técnicas que se utilizarán para la recolección de datos de la presente investigación fueron el análisis documental, el cual nos ayudará a conseguir información acerca de las importaciones de acero y otros puntos relacionados al tema. Por otro lado también se hizo uso como técnica a la entrevista, según Bernal, A. (2010). Técnica orientada a establecer contacto directo con las personas que se consideren fuente de información. (Pag.194). De esta manera pudimos recolectar información clara y precisa sobre nuestras variables plan de negocios e importación.

Los instrumentos de recolección de datos que utilizamos fueron la guía de entrevista, para Salas, E. (2000).se debe buscar que el sujeto investigado tenga un ambiente en donde se sienta tal como está previsto de antemano. (Pag.273), por otro lado se utilizará el análisis documental. El instrumento guía de entrevista se aplicaron al Gerente de la empresa PROYSEMA EIRL a quién se le planteó 6 preguntas de tipo abiertas, por otro lado también se aplicaron 6 preguntas de tipo abiertas a los especialistas o conocedores del tema. Finalmente se emplearon 4 preguntas de tipo abiertas a 2 trabajadores de la empresa PROYSEMA EIRL.

Por otro lado la guía de análisis documental fue utilizada para obtener información referida a los indicadores que están dentro de la dimensión análisis económico/financiero.

## **2.5 Procedimiento**

Para poder aplicar nuestros instrumentos recurrimos a los expertos en los temas que refieren el proyecto, para cual fuimos en busca del MBA. Jhean Karlos Nuñez Horna, a quien le aplicamos una guía de entrevista, realizando preguntas referidas al plan de negocios, posteriormente buscamos al MBA. Francisco Cuneo Fernández, encargado de la EP. De Negocios Internacionales en la Universidad Cesar Vallejo, a quien también se le aplicó la guía de entrevista referida al plan de negocios.

Días después se puso en práctica el análisis de contenido rescatando información referida a los principales mercados proveedores e plancha de acero, para lo cual sirvió mucho la información obtenida de SUNAT y Trade Map. Continuando con la obtención de resultados, entrevistamos a 2 expertos más, los cuales nos brindaron información sobre el plan de negocios y sobre la importación de planchas de acero, estos expertos son; el Lic. Lenin Barboza Guevara, el MBA. Cesar Rosero, y el MBA. Joel Altamirano, de quienes obtuvimos muy buena información la cual se acercaba mucho a los datos obtenidos a través del análisis de contenido.

## 2.6 Métodos de análisis de datos

Para esto hubieron muchas reuniones, búsqueda de información constante y cálculos realizados en Excel, cuya herramienta también sirvió para la elaboración de cuadros.

Los métodos de análisis de datos las cuales se desarrollaron en el presente trabajo de investigación son los siguientes:

Los gráficos, se hicieron de manera personal y otros datos externos las cuales fueron fuentes confiables, y se les otorga derechos propios tales como gráficos lineales y tablas.

## 2.7 Aspectos éticos

Conforme con los fundamentos determinados por la universidad y la naturaleza de la investigación, los aspectos éticos a tener en cuenta en la presente investigación son los siguientes:

**Empleo de fuentes de consulta:** Se trabajó con el manejo de fichas bibliográficas las cuales deben contar con los datos completos, entender y discernir entre la aportación que los autores, con los que trabajamos, nos brindan con nuestras ideas o comentarios, se comprendieron los textos más no se realizaron cambios algunos.

**Precisión en los objetivos de la investigación:** Se tienen que conocer los objetivos desde el inicio y saber cómo llegar a ellos, por otro lado los objetivos no deben ser maniobrados para conveniencia personal, sino ser plasmados tal y como están.

**Nitidez de los datos obtenidos:** En el vigente informe se analizaron con mucho cuidado las interpretaciones personales para no confundirlas con los sucesos en el momento dado, así también se mencionó tal y como sucedieron los hechos.

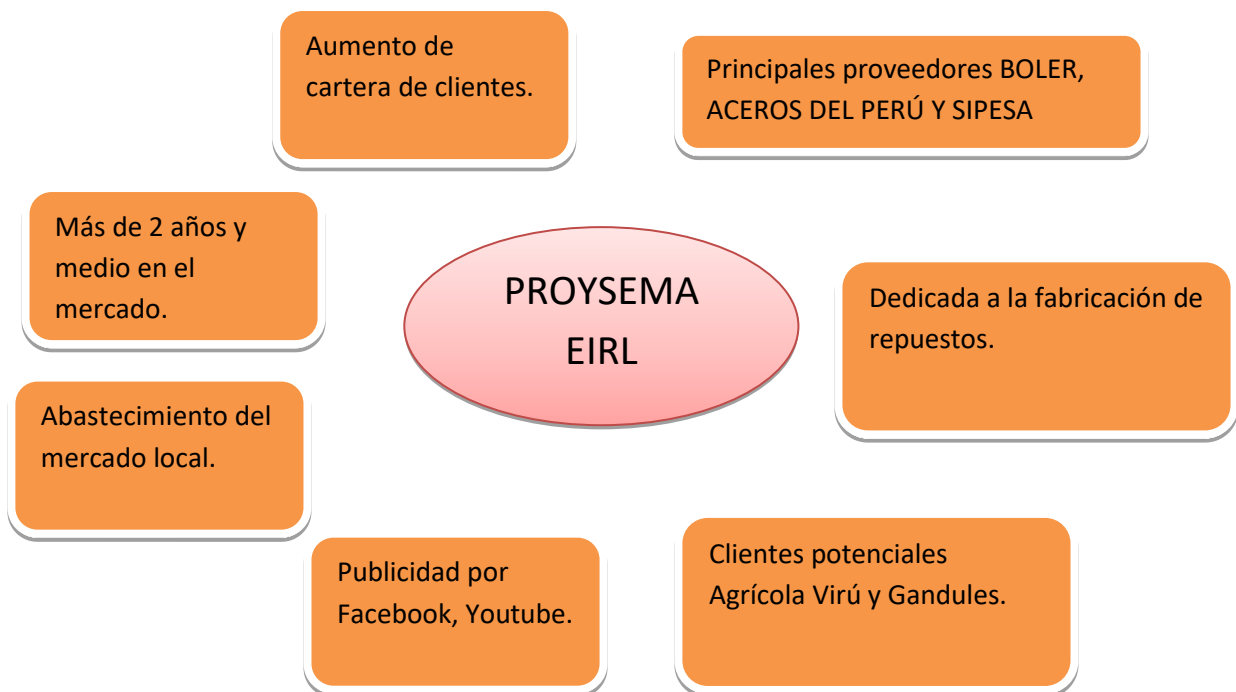
**Confidencialidad:** Al recibir información que se traspasó al trabajo presente, se respetó el anonimato de algunas personas, que así lo desearon, por otro lado se evitó divulgar la información o datos obtenidos a otras personas ajenas al trabajo de investigación.

**Fondo del desarrollo del tema:** Se presentó la necesidad de continuar con una búsqueda avanzada y actualizada además de conocer diferentes puntos de vista con respecto al tema de investigación.

### III. RESULTADOS

#### 3.1 Diagnóstico de la situación actual de la empresa FCG PROYSEMA EIRL sobre la adquisición y venta de planchas de acero en la ciudad de Pisco.

Figura 1: Resultado de la entrevista aplicada al Gerente de la empresa FCG PROYSEMA EIRL.



**Elaboración:** Propia

En la entrevista realizada al Gerente de la empresa PROYSEMA EIRL, se obtuvo como información, gracias a la primera pregunta en la cual se pide describir a la empresa y sus metas a corto y largo plazo, a la cual el gerente respondió que la empresa lleva ya más de 2 años y medio en el mercado, además se encuentran en el régimen general y que además cuenta con las posibilidades de ampliar su mercado a corto plazo puesto que su cartera de clientes va en aumento y cada vez los pedidos u órdenes de trabajo van variando según lo que solicite el cliente. Al preguntarle por los medios o mecanismos que utiliza para difundir datos generales de la empresa, dio a saber que la empresa se da a conocer a través de publicidad mediante Facebook, google, YouTube, likenid, entregando tarjetas de presentación, con cartas de presentación de la empresa física y virtual, además que para



ellos brindar un servicio rápido, en la fecha acordada y en opimas condiciones es su mejor carta de presentación.

Por otro lado se le quiso conocer quiénes son sus principales proveedores y las cantidades en monto volumen que compra de materia prima, por lo cual solo se informó que la empresa se provee actualmente del mercado nacional, dentro de los cuales tiene como proveedores a Boler, Aceros del Perú y Sipesa, de las cuales obtiene un acero especial, acero utilizado para la industria conservera y son muy resistentes para la corrosión. Seguido se le consultó por quiénes eran sus principales clientes y las cantidades que vende, a esto se tuvo como respuesta que la empresa tiene como principales clientes potenciales a Gandules y Sociedad Agrícola Virú con quienes factura anualmente un valor de entre \$50,000.000 y \$60,000.000, además también tiene como clientes a Gainarachi SA., Compañía Americana de Conservas, Transmarina del Peru, Anchoqueta SAC., Corporación Lerve, B&F, entre otras. Hoy en día la empresa está dedicada netamente al mantenimiento de maquinarias cerradoras de envase de hojalata, fabricación de pequeñas estructuras, fabricación y venta de repuestos mecánicos, además se mencionó que a largo plazo la empresa planea sacar su propia línea de productos dedicados a este rubro.

Cuando se le consultó la medida en que importar planchas de acero mejoraría su producción, el Gerente de la empresa atino a responder que, el mayor desafío al importar sería los tiempos acordados de entrega, ya que se caracterizan por cumplir siempre con las fechas establecidas. Además mencionó que la empresa se proyecta, al largo plazo, a importar en grandes cantidades, finalmente al plantearsele la pregunta sobre si un plan de negocios encaminará a su empresa y aumentará su rentabilidad respondió que considera que con las nuevas estrategias de venta en el mercado y con un buen plan de negocios sus utilidades aumentarían a mediano o corto plazo.

Información de la cantidad de trabajadores con los que ha contado la empresa y el número de proveedores o prestadores de servicio.

Figura 2: Información de cuantos trabajadores y prestadores de servicio cuentan.

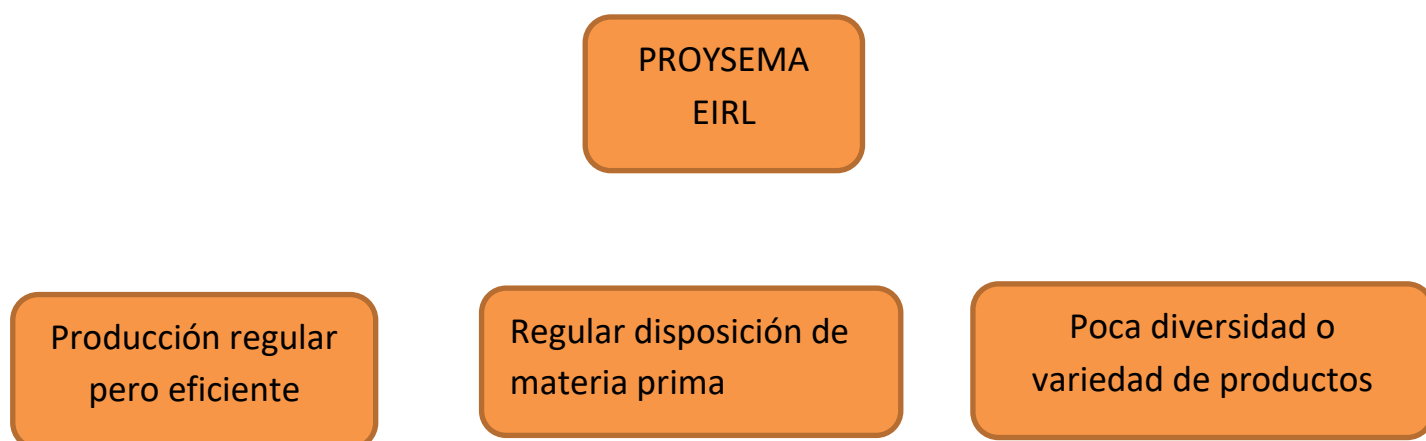
| Información de Trabajadores y/o Prestadores de Servicio |                    |                    |                               |
|---|--------------------|--------------------|-------------------------------|
| Período   | Nº de Trabajadores | Nº de Pensionistas | Nº de Prestadores de Servicio |
| 2018-08   | 3                  | 0                  | 3                             |
| 2018-09   | 3                  | 0                  | 1                             |
| 2018-10   | 3                  | 0                  | 6                             |
| 2018-11   | 3                  | 0                  | 6                             |
| 2018-12   | 3                  | 0                  | 7                             |
| 2019-01   | 3                  | 0                  | 1                             |
| 2019-02   | 3                  | 0                  | 3                             |
| 2019-03   | 3                  | 0                  | 4                             |
| 2019-04   | 3                  | 0                  | 1                             |
| 2019-05   | 3                  | 0                  | 4                             |
| 2019-06   | 3                  | 0                  | 1                             |
| 2019-07   | 4                  | 0                  | 1                             |

**Fuente:** Sunat .

**Elaboración:** Propia

Entrevista aplicada a trabajador de la empresa PROYSEMA E.I.R.L. Sergio Cano Sampen correspondiente al diagnóstico de la empresa.

Figura 3: Entrevista aplicada a un trabajador de la empresa



**Elaboración:** Propia

Con respecto a la entrevista aplicada al trabajador Sergio Cano Sampen, cuando se le preguntó cómo influiría adquirir planchas de acero de China para sus clientes respondió que mejorará el servicio para sus clientes puesto que contarán con una mayor variedad o diversidad de planchas, ya sea por espesor, tamaño o diversidad de materiales, los cuales son solicitados por sus clientes. Por otro lado cuando se le preguntó sobre de qué manera contar con la calidad exacta y el tiempo exacto de la adquisición de planchas de acero, a causa de la importación, mejoraría el trabajo en producción, él indicó que están en el rubro

de mecánica y mantenimiento y fabricación de estructuras y todo lo que concierne y que tener la materia prima a disposición generaba que su trabajo, su servicio y su producción se acelere y sea en un tiempo óptimo y que por ello contar la materia prima suficiente mediante de la importación mejoraría el servicio de la empresa. Cuando se le preguntó por los principales problemas que se afrontan, al no importar, frente a los clientes, atinó a responder que uno de los problemas sería la poca diversidad o variedad de servicio a brindar. Finalmente cuando se le consultó sobre los aspectos que mejorarían en las ventas de la empresa posteriormente a una importación de planchas de acero, nos dijo que FCG tendría una mayor diversidad en cuanto a sus productos y podría satisfacer en grandes volúmenes a sus clientes

### 3.2 Descripción del mercado internacional de proveedores de plancha de acero para la empresa FCG PROSEYMA EIRL

Entrevista realizada a especialistas y conocedores del tema

*Tabla 4: Entrevista a especialistas sobre mercado internacional de planchas de acero*

|  | 3.- ¿Qué tan frecuente es hoy en día la importación de acero en el Perú?   | 4.- ¿Qué tan frecuente es hoy en día la exportación de planchas de acero en el mundo y quienes serían los principales proveedores de esta materia prima?   |
|--|--|--|
| Lic. Lenin Barboza Guevara – Coordinador de exportaciones de New Transport | Si bien es cierto, el Perú produce acero, esto no significa que no ingresé acero extranjero a tierras peruanas, actualmente el consumo de acero en el Perú se refleja en más del 50% de esta materia prima importada. Esta demanda se ha dado gracias al gran crecimiento en el sector construcción y la necesidad de máquinas procesadoras y sus repuestos para diferentes industrias | El crecimiento de las industrias y del sector constructor cada día crecen más, los países subdesarrollados comienzan a desarrollarse y contar con esta materia prima se ha vuelto esencial en los diferentes países del mundo, es por ellos que en la actualidad China y Brasil vienen siendo los mercados más fuertes en cuanto a exportación de planchas de acero. |

|                                 |  |  |
|---------------------------------|--|--|
| MBA.<br>Cesar Rosero<br>Salazar | El Perú es un frecuente y gran importador de acero, y esto es debido al auge de las construcciones mobiliarias, al igual que los proyectos de inversión publico privada, y la utilización en la minería.   | Debido a las construcciones que se realizan a nivel mundial es muy frecuente la importación de este producto, siendo los principales proveedores: China, Brasil y Japon  |
| MBA. Joel<br>Altamirano         | Perú es considerado el quinto productor de acero crudo en Latinoamérica, a pesar de eso gran parte del acero que se consume es importado siendo China y Brasil sus principales proveedores de acero, teniendo que al año 2017 las importaciones peruanas de acero ascendieron a 996 millones de dólares, al año 2018 esta cifra ascendió a 1540 millones de dólares. | China es el principal proveedor de acero en el mundo; se llega a estimar que china produce la misma cantidad de acero que todo el resto del mundo combinado con una capacidad de producción de 808 millones de toneladas de acero al año 2016, en segundo lugar podemos encontrar a la unión europea con una producción de 162 millones de toneladas, seguido de Japón, India y Estados Unidos con una producción de 104, 95 y 78 millones de toneladas respectivamente. |

**Elaboración:** Propia

Por consiguiente para la descripción del mercado internacional de proveedores de planchas de acero para la empresa FCG PROYSEMA EIRL, se realizó la investigación en la cual se buscó la partida arancelaria con la cual se ha trabajado, con fuentes como SINTAD y SUNAT, esta búsqueda arrojó que la partida de planchas de acero con la cual trabajaríamos es 72.19.12.00.00 en el arancel de aduanas es productos laminados planos de acero inoxidable de espesor superior a 4,75 mm pero inferior o igual a 10 mm, con dicha partida se trabajó lo siguiente:

Se efectuó la búsqueda de los principales exportadores de planchas de acero inoxidable, en la cual como fuente se usó Trade Map, se trabajó con los diez primeros países exportadores.

Tabla 5: Los 10 principales exportadores de planchas de acero

| Exportadores              | Valor exportado en 2018 (miles de USD) | Saldo comercial 2018 (miles de USD) | Cantidad exportada en 2018 | Unidad de cantidad | Valor unitario (USD/unidad) | Tasa de crecimiento anual en valor entre 2014-2018 (%) | Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2014-2018 (%) | Participación en las exportaciones mundiales (%) |
|---------------------------|--|-------------------------------------|----------------------------|--------------------|-----------------------------|--|---|--|
| China                     | 752 095                                | 50 3941                             | 378 627                    | Ton eladas         | 1986                        | -5   | -3  | 25,9   |
| Bélgica                   | 561 883                                | 53 7242                             | 268 703                    | Ton eladas         | 2091                        | 1  | 6   | 19,4   |
| Indonesia                 | 294 542                                | 27 7309                             | 182 563                    | Ton eladas         | 1613                        | 1418   | 659   | 10,2   |
| Corea, República de       | 264 256                                | 17 227                              | 161 408                    | Ton eladas         | 1637                        | 1  | 4   | 9,1  |
| Suecia                    | 246 062                                | 24 5260                             | 862 44                     | Ton eladas         | 2853                        | 7  | 14  | 8,5  |
| Finlandia                 | 220 924                                | 19 8781                             | 110 346                    | Ton eladas         | 2002                        | -6   | 0   | 7,6  |
| España                    | 137 926                                | 10 7632                             | 570 59                     | Ton eladas         | 2417                        | 4  | 5   | 4,8  |
| Estados Unidos de América | 968 05                                 | 57 877                              | 482 89                     | Ton eladas         | 2005                        | 23   | 22  | 3,3  |
| Sudáfrica                 | 771 41                                 | 76 577                              | 365 70                     | Ton eladas         | 2109                        | 12   | 14  | 2,7  |
| Japón                     | 554 86                                 | 45 364                              | 365 18                     | Ton eladas         | 1519                        | 0  | 7   | 1,9  |
| Taipéi Chino              | 519 22                                 | - 376683                            | 237 94                     | Ton eladas         | 2182                        | 11   | 15  | 1,8  |

**Fuente:** Trade Map.

**Elaboración:** Propia

Como se puede observar en la tabla N°5 estos son los principales países que exportan planchas de acero al mundo, entre esos países se encuentra China se puede confirmar que china es el primero productor y exportador de la materia prima, con un valor exportado en el año 2018 de 752 095 miles USD, con una cantidad exportada de 378627 toneladas, a base de estos resultados arrojados por Trade Map, se demostró que China es uno de los primeros proveedores de planchas de acero a nivel mundial.

*Tabla 6: Principales exportadores de planchas de acero y su valor exportado*

| Exportadores        | Valor exportado en 2014 en USD | Valor exportado en 2015 en USD | Valor exportado en 2016 en USD | Valor exportado en 2017 en USD | Valor exportado en 2018 en USD |
|---------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| China               | 639757                         | 4471143                        | 4309816                        | 5213875                        | 5272079                        |
| 7                   |                                |                                |                                |                                |                                |
| Bélgica             | 412053                         | 3520275                        | 2821787                        | 3541464                        | 3875150                        |
| 2                   |                                |                                |                                |                                |                                |
| Finlandia           | 279426                         | 2433237                        | 2119522                        | 2448605                        | 2656834                        |
| 1                   |                                |                                |                                |                                |                                |
| Corea, República de | 232549                         | 2068250                        | 1915165                        | 2148948                        | 2453763                        |
| 7                   |                                |                                |                                |                                |                                |
| Indonesia           | 85472                          | 91342                          | 74136                          | 575051                         | 2297759                        |
| Taipéi Chino        | 228179                         | 1535496                        | 1575017                        | 1967067                        | 2022799                        |
| 5                   |                                |                                |                                |                                |                                |
| Italia              | 134941                         | 1241988                        | 1207626                        | 1484389                        | 1638024                        |
| 6                   |                                |                                |                                |                                |                                |
| Países Bajos        | 148929                         | 1402013                        | 1276931                        | 1451929                        | 1572087                        |
| 0                   |                                |                                |                                |                                |                                |
| Suecia              | 997967                         | 1123514                        | 1039838                        | 1215140                        | 1372709                        |
| Francia             | 107563                         | 996090                         | 943927                         | 1106855                        | 1237371                        |
| 5                   |                                |                                |                                |                                |                                |
| Japón               | 151915                         | 1297468                        | 1139212                        | 1147853                        | 1185378                        |
| 1                   |                                |                                |                                |                                |                                |

**Fuente:** Trade Map.

**Elaboración:** Propia

En la siguiente tabla N°7, veremos el valor exportados durante los últimos 5 años de los 10 primeros países exportadores de planchas de acero, se comparó el año 2014 – 2018, por lo tanto se observó que China en el año 2014 exporto un cantidad de 6397577 USD en cambio en el año 2018 exporto un valor 5272079 USD, en tanto Bélgica respecto al año 2014 exporto 4120532 USD en relación al año 2018 Bélgica exporto 3875150 USD, se analizó que hay un déficit en las exportaciones desde el año 2014 con referencia al 2018, por qué en la actualidad países como Indonesia ha crecido su mercado y está teniendo protagonismo en el sector de planchas acero.

Tabla 7: Indicadores de los 10 primeros países importadores de planchas de acero

| Impor<br>tadores       | Valor<br>importado en<br>2018 (miles<br>de USD) | Saldo<br>comercial<br>2018 (miles<br>de USD) | Canti<br>dad<br>importada en<br>2018 | Unida<br>d de cantidad | Valor<br>unitario<br>(USD/unidad) | Tasa   | Tasa   | Aranc<br>el equivalente<br>ad valorem<br>aplicado por<br>el país (%) |
|------------------------|---|--|--------------------------------------|------------------------|-----------------------------------|--|--|--|
|                        |   |  |                                      |                        |                                   | de<br>crecimiento<br>anual en<br>valor entre<br>2014-2018<br>(%) | de<br>crecimiento<br>anual en<br>cantidad<br>entre 2014-<br>2018 (%) |  |
| Taipei Chino           | 42860   | -  | 21358                                | Tonel                  |                                   |  |  |  |
|                        | 5   | 376683                                       | 0                                    | adas                   | 2007                              | -5   | -2   | 2,2  |
| Alemania               | 37541   | -  | 17325                                | Tonel                  |                                   |  |  |  |
|                        | 1   | 372867                                       | 9                                    | adas                   | 2167                              | 3  | 9  | 0  |
| Italia                 | 32693   | -  | 14010                                | Tonel                  |                                   |  |  |  |
|                        | 3   | 298328                                       | 3                                    | adas                   | 2334                              | 9  | 13   | 0  |
| Malasia                | 28225   | -  | 13103                                | Tonel                  |                                   |  |  |  |
|                        | 6   | 265477                                       | 4                                    | adas                   | 2154                              | 14   | 18   | 0  |
| China                  | 24815   | 50394  | 13300                                | Tonel                  |                                   |  |  |  |
|                        | 4   | 1  | 6                                    | adas                   | 1866                              | 22   | 29   | 3,9  |
| Corea,<br>República de | 24702   |  | 12507                                | Tonel                  |                                   |  |  |  |
|                        | 9   | 17227  | 2                                    | adas                   | 1975                              | -6   | 0  | 0  |
| Francia                | 23213   | -  | 13412                                | Tonel                  |                                   |  |  |  |
|                        | 3   | 224502                                       | 9                                    | adas                   | 1731                              | 5  | 6  | 0  |
| Viet Nam               | 11947   | -  |                                      | Tonel                  |                                   |  |  |  |
|                        | 7   | 119477                                       | 67569                                | adas                   | 1768                              | 12   | 12   | 1,4  |
| Turquía                |   | -  |                                      | Tonel                  |                                   |  |  |  |
|                        | 81151   | 80347  | 38176                                | adas                   | 2126                              | -6   | -2   | 0  |
| México                 |   | -  |                                      | Tonel                  |                                   |  |  |  |
|                        | 80934   | 80914  | 52408                                | adas                   | 1544                              | -6   | -2   | 0  |

**Fuente:** Trade Map.

**Elaboración:** Propia

Por otro lado, en el análisis del mercado internacional, a través de la importación, como se refleja en el cuadro N°8 se observa que los principales compradores de planchas de acero son países desarrollados, los cuales en algunos de los casos también son exportadores, como lo es China. Por otro lado las tasas de crecimiento son favorables y desfavorables según lo observado, también se observa que, a excepción de China y República de Corea, de los 10 países tomados 8 tienen un déficit con respecto a la compra y venta de planchas de acero.

*Tabla 8: Los 10 primeros países importadores y su valor importado.*

| Importadores           | Valor importado en 2014<br>en USD | Valor importado en 2015<br>en USD | Valor importado en 2016<br>en USD | Valor importado en 2017<br>en USD | Valor importado en 2018<br>en USD |
|------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| Taipei Chino           | 578554                            | 387130                            | 347061                            | 436455                            | 428605                            |
| Alemania               | 349700                            | 303002                            | 293901                            | 344409                            | 375411                            |
| Italia                 | 252206                            | 219586                            | 217030                            | 308533                            | 326933                            |
| Malasia                | 135050                            | 132102                            | 85278                             | 116278                            | 282256                            |
| China                  | 149570                            | 111745                            | 86811                             | 292128                            | 248154                            |
| Corea,<br>República de | 312911                            | 239384                            | 179102                            | 215228                            | 247029                            |
| Francia                | 199702                            | 176340                            | 161385                            | 207666                            | 232133                            |
| Viet Nam               | 80540                             | 69585                             | 70114                             | 87506                             | 119475                            |
| Turquía                | 107564                            | 98691                             | 61536                             | 97331                             | 81151                             |
| México                 | 101962                            | 86054                             | 63877                             | 70418                             | 80934                             |

**Fuente:** Trade Map.

**Elaboración:** propia

Correspondiente a las importaciones Trade Map hace notar que durante los últimos cinco años el principal importador de planchas de acero es Taipéi Chino, también se verifica que China es el quinto importador de planchas de acero a nivel mundial, todo esto basándose en el valor o monto importado.

De acuerdo a los instrumentos aplicados se tiene que China es el principal exportador de planchas de acero con un valor exportado de 752015 (miles de USD) con una cantidad de 378627 toneladas. Por otro lado 2 de los 3 especialistas entrevistados coincidieron en que el aumento de las importaciones de planchas de acero se debe al auge de las construcciones mobiliarias, lo que conlleva un crecimiento en el sector construcción, mientras que los 3 especialistas coincidieron que China es el principal exportador de plancha de acero, seguidos de Brasil y Japón.



### 3.3 Análisis el proceso de importación de planchas de acero de China para la empresa FCG PROSEYMA EIRL.

*Tabla 9: Entrevista realizada a especialistas y conocedores sobre el proceso de importación*

|  | 5.- ¿Cuáles serían los impuestos y tributos que se gravan en la importación de planchas de acero procedentes de China?                                | 6.- ¿Cuál es el proceso de importación para planchas de acero de China?   | 7.- ¿Cuáles son los impuestos que se consideran como costos dentro de una importación?  |
|--|---|---|---|
| Lic. Lenin Barboza Guevara – Coordinador de exportaciones de New Transport | Las planchas de acero no pagan Ad- Valorem, ni tampoco ISC, ni antidumping, los únicos cargos que se tienen son los del IGV con 16 % y el IPM con 2%. | Primero el importador debe generar la documentación necesaria como póliza de seguro, la factura comercial, el packing list entre otros, estos documentos deben tener el visto bueno de un agente de aduanas , luego de eso se le otorga el manifiesto de carga al agente marítimo, posterior a esto el agente de aduanas debe preparar y tramitar la DAM a SUNAT. Aparte de presentar la DAM, el agente debe entregar también la factura, el BL, un permiso o autorización del sector competente, certificado de origen si fuera el caso. Luego se deberá obtener el documento de control, la cual se obtiene en el VUCE, es en | Se consideran todos, desde el Ad- Valorem, IGV, ISC, ya que al final se toma en cuenta todos y son añadidos al valor final de la mercancía. |

esta parte donde SUNAT asigna el canal de control. Para finalizar se continúa con el arribo y la descarga del contenedor, el cual pasará a un depósito temporal, cuando sea retirado del depósito por el transportista este pasará por una inspección en donde tendrá que pasar por canales de control. Pasada la inspección se otorga el levante de la mercadería, en donde el importador puede disponer de ella.

| MBM.                 | Los   | Para el proceso de importación   | Todos estos:  |
|----------------------|---|--|---|
| Cesar Rosero Salazar | <p>impuestos q graban este producto son:<br/>Derechos AD – Valorem, el monto dependerá si el producto viene de un país con beneficio arancelaria, en todo caso pueden ser (0%, 4%, 6% y 11%)<br/>Impuesto General a las Ventas –IGV (16%)<br/>Impuesto de</p> | <p>debemos tener en cuenta que según el régimen esta es una importación para el consumo, lo que implica que la mercadería podrá ingresar al mercado nacional luego de pagar lo derechos arancelarios y demás impuestos. Para iniciar el proceso de importación primero es necesario determinar quién será nuestro proveedor, coordinar las especificaciones técnicas o características de la plancha que deseamos, definir un INCOTERMS a trabajar, realizar la orden de compra y determinar la forma de pago y términos de envío. Para esto el importador debe entregar la factura comercial, packing list, entre</p> | <p>Derechos AD – Valorem, el monto dependerá si el producto viene de un país con beneficio arancelaria, en todo caso pueden ser (0%, 4%, 6% y 11%)<br/>Impuesto General a las Ventas –IGV (16%)<br/>Impuesto de Promoción Municipal –IPM (2%)<br/>Son considerados como costos dentro de la importación, ya que luego son recargados al valor final del bien para que la empresa los pueda recuperar junto a su ganancia.</p> |

---

Promoción Municipal –IPM (2%) otros documentos, al agente de carga.

Se espera a la llegada de la nave para realizar la declaración de la mercancía, se obtiene la numeración de la DAM o DUA (es la declaración ante aduanas) luego se paga los impuestos a la SUNAT, se espera hasta obtener el levante autorizado y se procede con el retiro de la carga. Además se debe tener en cuenta que los costos de importación parten desde el precio original de la compra hasta los gastos generados para tener la mercadería en el almacén

---

|                            |  |   |   |
|----------------------------|--|---|---|
| MBM.<br>Joel<br>Altamirano | Los únicos tributos a tomarse en cuenta son IGV e IPM, puesto que este producto no está sujeto a pago de AD- Valorem ni ISC, además se debe mencionar que no hay un cargo Antidumping. | Lo primero sería tener en cuenta que es un importación para el consumo, la cual permite el ingreso de mercadería después de realizar el pago de derechos arancelarios e impuestos. Posterior a eso se debe realizar una búsqueda de los principales proveedores con los que se pueda realizar un proceso de negociación para posteriormente realizar una orden de compra, para lo cual el exportador deberá generar una factura comercial con el packing list, acordando los términos en que será entregada la mercadería | El IGV, IPM, ISC, pero debemos tomar en cuenta que estos 3 no son considerados netamente como costos, lo que pasa es que queda como crédito fiscal y es ahí donde se recupera. Normalmente solo se considera al Ad- Valorem dentro de los costos. |
|----------------------------|--|---|---|

---

---

(incoterms), contratar una agencia de aduanas que se encargara de contratar los servicios de transporte, quienes tendrán que entregar el BL al transporte internacional, seguro, impuestos a la importación para poder nacionalizar la mercadería entre otros. Por otro lado parte de este análisis son los costos de importación, los cuales son generados desde la compra de la mercancía, el contar con una agente de carga y de aduanas en origen, y los costos nacionales el transporte local y pago de agente aduanas en destino.

---

**Elaboración:** Propia

Para el proceso de importación se necesita en primer lugar tener en claro que es una importación para el consumo la cual ingresará al país luego de haberse pagado derechos arancelarios e impuestos, luego se debe localizar los principales exportadores o proveedores del producto, y analizarás cada uno para escoger con quien trabajar, también se tiene que definir un incoterms para posteriormente realizar la compra, es acá donde el exportador deberá entregar la factura comercial y el packing list, y por último contratar un agente de carga, quien recibirá los documentos mencionados y además entregará el BL al transportista, y de aduanas, los cuales se encargarán de todo el proceso logístico hasta que la mercadería llegue a tu almacén. Por otro lado los 3 especialistas coincidieron que las planchas de acero solo están sujetos al pago de IGV e IPM, además se dio a conocer que el Ad- Valorem, IGV, IPM y la ISC son considerados como costos para el cálculo del valor total de la mercadería importada, pero que solo se considera costo al Ad Valorem, puesto que el IGV, IPM y la ISC se recuperan como crédito fiscal. Además que los costos de importación se originan desde la compra de la mercadería, teniendo en cuenta el flete,

seguro, entre otros, y que los costos locales son los de transporte local, pago de impuestos, entre otros.

### 3.4 Diseño un plan de negocios para importación de planchas de acero de China para la empresa PROYSEMA EIRL

*Tabla 10: Entrevista a especialistas sobre plan de negocios*

|                                      | 1.- ¿De qué manera un plan de negocios mejorará la rentabilidad de una empresa?  | 2.- Teniendo en cuenta el análisis financiero. ¿En dónde radica la importancia de realizar una evaluación financiera?  |
|--------------------------------------|--|--|
| MBA.<br>Francisco Cuneo<br>Fernández | El plan de negocios le permite a la empresa saber exactamente cuál es la situación financiera y cuál es la necesidad que requiere, si en caso requiere financiamiento externo. Entonces es como un panorama actual de la realidad desde el punto de vista económico. | En primer lugar, el plan financiero dentro de un plan de negocios es bastante notorio su importancia ya que permite establecer los recursos económicos necesarios para el plan de negocios. Segundo, nos permite determinar los costos reales del negocio, me refiero básicamente a los costos de producción, costos de venta y administrativos. Así mismo nos muestra o nos puede exhibir el monto de la inversión inicial que se requiere para iniciar un negocio. Finalmente determina cuales serían las necesidades de financiamiento del negocio. |
| MBA.<br>Jhean Karlos<br>Nuñez Horna  | Cuando queremos realizar un plan de negocio, tener ideas nuevas, como en este caso sobre la importación  | Cuando queremos realizar una evaluación financiera el punto más importante para poder aplicarlo en una evaluación económica es saber sobre   |

---

de este determinado producto, que tipo de interés se va a trabajar. Esto nos preguntamos. ¿Cuáles son los fines de lo que se va a realizar?, eso significa que en el proyecto vamos a ver cómo nos vamos a visualizar en el futuro y esto implica que para poder desarrollar un plan existen etapas y fases que se van a tener que cumplir correctamente para poder llegar a lo que es la utilidad del negocio, que es la viabilidad económica.

es importante porque es aquí donde se va a determinar sobre el costo que va a significar un préstamo de una cantidad para hacer viable este proyecto, eso significa que las empresas o personas que quieran realizar un proyecto en base a préstamos necesitan buscar la mejor alternativa de un banco, por lo cual necesita hacer un análisis entre diferentes sectores bancarios, cajas, entre otros, se debe analizar cuál te brinda mejor interés y sobre todo antes de fijarte en la tasa efectiva anual se debería fijar en la TCEA, aparte del interés va demostrado los costos y otros seguros que se pagan para poder hacer viable el préstamo.

---

|  |  |  |
|--|--|--|
| <p>Lic. Lenin Barboza Guevara<br/>         Coordinador de exportaciones de New Transport</p> | <p>Un plan de negocios sirve para definir y administrar objetivos específicos y medibles, como lo son las vistas a sus sitios, las ventas, los márgenes de ganancia y los lanzamientos de productos, además define el éxito en base a términos objetivos. Por ende, mejorará la rentabilidad de la compañía.</p> | <p>El éxito o fracaso de un proyecto, para una empresa, siempre dependerá de la evaluación financiera, puesto que a través de ello se verificarán los ingresos, egresos, gastos, beneficios. Por otro lado la viabilidad de del proyecto se determinará una vez realizada esta evaluación.</p> |
|--|--|--|

---

|                              |  |   |
|------------------------------|--|---|
| MBA.<br>Cesar Rocero Salazar | Un plan de Negocios permite realizar un análisis más descriptivo de una posible inversión, de esta forma una empresa pueda analizar si le es rentable o no la ejecución del plan, y ver las áreas en las que tendría q implementar o reforzar para lograr un buen desempeño.   | La importancia de esta evolución es que nos permite saber la rentabilidad económica del plan, ver las necesidades financieras o humanas.<br><br>Ver si este Plan va a necesitar un financiamiento por un banco y determinar las cuotas a pagar, o si puede cubrir todo con su propio dinero.  |
| MBA. Joel Altamirano         | Un plan de negocios permite mejorar la rentabilidad de una empresa porque le permite a esta tener definido su modelo de negocio, sus acciones estratégicas y los recursos que posee para poder alcanzar sus objetivos planteados administrándolos correctamente, un plan de negocios debe de ser actualizado y renovado constantemente de acuerdo a la realidad en que se encuentra con el fin de obtener mejores beneficios | La evaluación financiera es un punto principal al momento de realizar un plan de negocios debido a que sin rentabilidad una empresa no podría sobrevivir en el mercado, una buena evaluación financiera ayudara a realizar una correcta asignación de recursos para asegurar que la inversión sea realmente rentable y poder comparar diversos proyectos en función a su rentabilidad para finalmente poder tomar una decisión. |

**Elaboración:** Propia

Después de haber aplicado la guía de entrevista a cada uno de los especialistas se puede rescatar que el plan de negocios es una guía para la empresa, la cual se realiza para tener un mejor control de la misma y poder lograr los objetivos trazados. Por otro lado la

importancia de realizar un plan de negocios radica en evaluar la viabilidad y rentabilidad del negocio, además que la empresa puede contar con el apoyo de un entidad financiera para la inversión del negocio o simplemente puede sacar la inversión de sus propios recursos.

#### Esquema del Plan de Negocios

Para el desarrollo del objetivo diseño de un plan de negocios para para importación de planchas de acero de China para la empresa Proysema EIRL., se tomó como esquema el propuesto por Karen Weibergen Villarán, la cual ha sido una herramienta útil para la evaluación de la viabilidad de un negocio, del mismo modo resulta ser una herramienta muy útil como guía para el cumplimiento de los objetivos de la investigación.

*Tabla 11:* Estructura de un Plan de Negocios

|   |
|---|
| <b>PLAN DE NEGOCIOS PARA EMPRESA EN MARCHA</b>  |
| <b>Resumen Ejecutivo</b>  |
| <b>Descripción de la competencia, de la posición competitiva y del mercado objetivo</b>         |
| <b>Planeamiento estratégico</b>   |
| <b>Estrategias de marketing y ventas</b>  |
| <b>Análisis de la infraestructura</b>   |
| <b>Rediseño de estructura y cambios en la gestión de la empresa</b>                             |
| <b>Modelo y evaluación financiera</b>   |
| <b>Conclusiones y recomendaciones</b>   |
| <b>Anexos</b>   |
| <b>Fuente:</b> Plan de Negocios, Karen Weinberger Villarán (2009)<br><b>Elaboración:</b> Propia |



## 1. Resumen Ejecutivo

La presente investigación consiste en diseñar un plan de negocios para la importación de planchas de acero de China para la empresa Proysema EIRL., la empresa se dedica actualmente a la producción de repuestos para maquinaria industrial, en su mayoría conservadoras y pesqueras.

Se tomará como punto de principal la producción de repuestos, a base de acero, para maquinarias procesadoras. Lo que se busca obtener es un mejor rendimiento a través del plan de negocios y la importación de materia prima.

En la actualidad China se ha vuelto uno de los principales mercados exportadores de planchas de acero, por lo cual sus precios son competitivos en comparación de otros mercados. Es por ello que en este plan de negocios trabajaremos con este mercado como proveedor de planchas de acero.

## 1.1. Descripción de la empresa

De acuerdo con la consulta RUC, realizada en la SUNAT, se puede verificar que la empresa se encuentra actualmente activa.

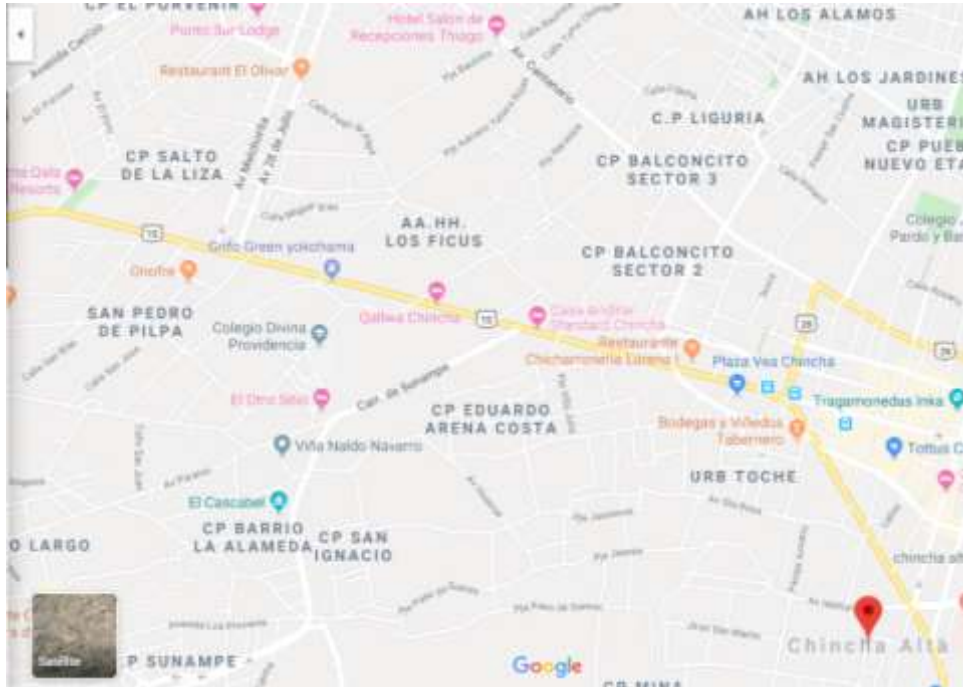
Figura 4: Ficha RUC de la empresa FCG PROYSEMA EIR

|  |  |
|--|--|
| RUC:   | 20601715687 - FELIX CANO GONZALES PROYECTOS SERVICIOS Y MANTENIMIENTO E.I.R.L. - FCG PROYSEMA E.I.R.L.                                     |
| Tipo Contribuyente:                                      | EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP LTDA  |
| Nombre Comercial:  | -  |
| Fecha de Inscripción:                                    | 87/12/2016   |
| Estado:  | ACTIVO   |
| Condición:   | HABIDO   |
| Domicilio Fiscal:  | MZA. F LOTE. 4 SN FERRANDO FDO CHALACA (ESPLADA DE CONDOMINIO IDIRQUE PSJE SOL) PROV. CONST. DEL CALLAO - PROV. CONST. DEL CALLAO - CALLAO |
| Actividad(es) Económica(s):                              | Principal - CIRU 36996 - OTRAS INDUSTRIAS MANUFACTURERAS NCP   |
| Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): | FACTURA<br>NOTA DE CREDITO<br>GUIA DE REMISION - REMITENTE   |
| Sistema de Emisión Electrónica:                          | -  |
| Afiliado al PLE desde:                                   | -  |
| Padrones:  | NINGUNO  |

Fuente: SUNAT

## Ubicación geográfica de la empresa

Figura 5: Ubicación de la empresa FCG PROYSEMA EIRL.



**Fuente:** Google Map

**Elaboración:** Propia

La empresa FCG PROYSEMA EIRL se encuentra ubicada en Chinchipe Alta

### 1.2. Historia de la empresa

La empresa FCG PROYSEMA EIRL inició su actividad comercial en el año 2016 en la ciudad de Pisco, es una empresa nueva en el mercado la cual está dedicada a la producción de repuestos, hechos a base de acero, para maquinaria industrial. En la actualidad cuenta con 4 personas trabajando para la empresa, se especializan en la reparación de maquinarias cerradoras de envases de hojalata tales como: Ángelus en todas sus series, Canco Continental, Somme, Lubeca, Lanico, entre otras.

### 1.3. Análisis de la Industria

En este punto se describen las principales funciones de cada área de la empresa, la cual es realizada para tener una buena conducción de la industria. La empresa FCG

PROYSEMA EIRL., cuenta con más de 2 años de experiencia en la producción de repuestos para las maquinarias de las industrias conserveras, cuya permanencia en el mercado y crecimiento se ha debido a la buena organización que ha mantenido la empresa.

Es por ello que actualmente la empresa se perfila a ser una de las principales empresas productoras de repuestos para maquinarias conservadoras a base de planchas de acero.

Por otro lado se realizó un análisis externo para conocer a los principales importadores según la partida 7219120000, planchas de acero, la cual se muestra en el cuadro que se mostrará a continuación y el cual resalta solo a 2 importadores para este material, dejando entre ver que si bien el acero y sus perfiles son muy demandados actualmente, para las planchas de acero existe una escasa importación para esta materia prima.

*Tabla 12: Competidores actuales y potenciales*

| Empresa            | Cantidad en KG<br>al 2018 | Valor FOB en US\$<br>al 2018 | Proveedor |
|--------------------|---------------------------|------------------------------|-----------|
| DISCOVERY INOX SAC | 170568                    | \$ 378,583.63                | China     |
| JN ACEROS SA       | 49079                     | \$ 105,625.00                | Sudáfrica |

**Fuente:** Sunat  
**Elaboración:** Propia

La producción de planchas de acero en el Perú se ha visto en aumento, esto debido al incremento de fábricas industriales, demanda en el sector construcción, etc. Como podremos observar en el siguiente cuadro, cuales datos fueron sacados del INEI, se muestra un incremento anual de la producción de planchas de acero.

*Tabla 13: Producción nacional de planchas de acero*

| Año  | Kg. de planchas y bobinas de acero |
|------|------------------------------------|
| 1995 | 4309824.507                        |
| 1996 | 3891181.766                        |
| 1997 | 4653419.188                        |
| 1998 | 6731661.358                        |

|      |             |
|------|-------------|
| 1999 | 6191498.617 |
| 2000 | 7149003.021 |
| 2001 | 5796318.611 |
| 2002 | 6446833.91  |
| 2003 | 6740407.442 |
| 2004 | 6570275.671 |
| 2005 | 6239399.451 |
| 2006 | 6660170.522 |
| 2007 | 7468445.482 |
| 2008 | 8681767.7   |
| 2009 | 8341337.061 |
| 2010 | 9483253.04  |
| 2011 | 8721418.76  |
| 2012 | 10601339.96 |

**Fuente:** INEI

**Elaboración:** Propia

Por otro lado las importaciones peruanas de planchas de acero, tienen como principal proveedor a China, debido a que este es el principal mercado exportador de esta materia prima, lo cual lo hace atractivo.

*Tabla 14: Proveedores para un producto importado por Perú*

| <b>Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Perú</b> |                                       |                                       |                                       |                                       |                                       |
|--|---------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|
| <b>Exportadores</b>  | <b>Valor importado en 2014 en USD</b> | <b>Valor importado en 2015 en USD</b> | <b>Valor importado en 2016 en USD</b> | <b>Valor importado en 2017 en USD</b> | <b>Valor importado en 2018 en USD</b> |
| China  | 21                                    | 290                                   | 417                                   | 229                                   | 85                                    |
| Sudáfrica  | 0                                     | 0                                     | 64                                    | 26                                    | 57                                    |
| Taipei Chino   | 7                                     | 0                                     | 141                                   | 0                                     | 27                                    |
| Finlandia  | 0                                     | 0                                     | 0                                     | 0                                     | 10                                    |
| Alemania   | 0                                     | 0                                     | 0                                     | 0                                     | 1                                     |

**Fuente:** Trade Map

**Elaboración:** Propia

#### 1.4. Productos y Servicios Ofrecidos

La empresa FCG PROYSEMA EIRL esta dedica a la producción de repuestos para maquinarias conservadoras, cuya producción tiene como materia prima las planchas de acero.

Por otro lado la empresa brinda servicio de mantenimiento a las máquinas de diversas empresas conservadoras y pesqueras.

#### 1.5. Estado Financiero de la empresa FCG PROYSEMA EIRL

Para conocer el estado financiero de la empresa se recurrió a ver el estado de ganancias y pérdidas de la misma, la cual fue facilitada por el gerente, en donde se observa que las utilidades de la empresa son óptimas a pesar los problemas suscitados, claro está que contando con un plan de negocios y la importación de la materia prima está utilidad aumentará y se optimizará mucho más.

*Tabla 15: Estado de Ganancias y Pérdidas 2018, FCG PROYSEMA EIRL*

| Estado de Ganancias y Pérdidas Del 01/01 al 31/12 de 2018 |     |            |
|---|-----|------------|
| Ventas  | S/. | 546,461.00 |
| Desc., rebajas y bonif. Concedidas                        | S/. | -          |
| Ventas netas  | S/. | 546,461.00 |
| Costo de ventas   | S/. | 324,512.00 |
| Resultado bruto Utilidad                                  | S/. | 221,949.00 |
| Gastos de ventas  | S/. | 89,928.00  |
| Gastos de administración                                  | S/. | 67,446.00  |
| Resultado de operación utilidad                           | S/. | 64,575.00  |
| Gastos financieros  | S/. | -          |
| Ingresos financieros gravados                             | S/. | 38.00      |
| Otros ingresos gravados                                   | S/. | -          |
| Otros ingresos no gravados                                | S/. | -          |
| Enajen. de val. y bienes del act. F                       | S/. | -          |
| Costo enajen. de val. y bienes a.f.                       | S/. | -          |
| Gastos diversos   | S/. | -          |
| REI del ejercicio positivo                                | S/. | -          |

|                                     |     |           |
|-------------------------------------|-----|-----------|
| REI del ejercicio negativo          | S/. | -         |
| Resultado antes de part. – Utilidad | S/. | 64,613.00 |
| Resultado antes del imp – Utilidad  | S/. | 64,613.00 |
| Impuesto a la renta                 | S/. | 6,922.00  |
| Resultado del ejercicio – Utilidad  | S/. | 57,691.00 |

**Fuente:** FCG PROYSEMA EIRL

**Elaboración:** Propia

### 1.6. Equipo Gerencial

*Figura 6:* Organigrama de la empresa



**Fuente:** FCG PROYSEMA EIRL

**Elaboración:** Propia

La empresa FCG PROYSEMA EIRL., cuenta con 4 personas laborando dentro sus instalaciones.

*Tabla 16:* Responsables de las diferentes áreas de la empresa

|                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|
| Gerencia General      | - Felix Cano Gonzales |
| Administradora        | - Torres Izaga Rita   |
| Área Logística        | - Cano Sampén Sergio  |
| Área de Mantenimiento | - Cano Gonzales Ramón |

**Fuente:** FCG PROYSEMA EIRL**Elaboración:** Propia

2. Descripción de la competencia, de la posición competitiva y del mercado objetivo

2.1. Descripción de la competencia

2.1.1. A nivel nacional

El Perú consume anualmente poco más de tres millones de TM de acero, de los cuales, 51% son importaciones (1,54 millones de TM) y 49% producción nacional (1,46 millones de TM). El Perú produce anualmente alrededor de 1,6 millones de TM, de los cuales, 0,2 millones TM (12,9%) son exportadas. Mincetur, (2018)

En los últimos años la producción de derivados de acero en el Perú se ha visto en aumento, esto debido en gran parte a la demanda existente en las obras de construcción civil, en su mayoría generadas por el gobierno. Por otro lado la producción de repuestos para maquinarias también ha reflejado un incremento debido al aumento de empresas industriales.

*Tabla 17: Producción de acero por empresas*

| Producción de Acero (*) por<br>Empresas (Miles de TM) |      |      |
|---|------|------|
| Año   | 2013 | 2017 |
| Aceros Arequipa                                       | 623  | 1047 |
| Siderperú   | 484  | 482  |

(\*)Incluye acero crudo y palanquilla transformada

**Fuente:** MINCETUR**Elaboración:** Propia

Por otro lado las importaciones peruanas de acero son cada vez mayores. Con datos corroborados con Mincetur se sustrajo que las importaciones de productos, de acero, planes y largos registran volúmenes similares entre las 700 mil y 800 mil TM por año.



*Tabla 18: Importaciones peruanas de acero*

| Perú: Importaciones de Acero (Miles de TM) |      |      |      |      |      |
|--|------|------|------|------|------|
| Año  | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| Productos Largos                           | 733  | 770  | 782  | 802  | 712  |
| Productos Planos                           | 756  | 797  | 782  | 888  | 829  |

**Fuente:** Mincetur

**Elaboración:** Propia

En la Tabla N° 16 se puede observar que las importaciones de acero, tanto en productos largos como planos han ido en aumento desde el 2013, teniendo un pequeño declive en el 2017, es por ello que la empresa FCG PROYSEMA EIRL, ve una oportunidad en la importación de esta materia prima, puesto que la producción nacional no abastece lo suficiente el mercado local, además que con la importación mejorarán sus utilidades.

#### 2.1.2. A nivel internacional

De acuerdo con la base de datos de Trade Map (2018). Según la partida arancelaria: 721912000 (planchas de acero). Se mencionan a los 5 primeros exportadores de este producto.

*Tabla 19: Principales países exportadores de planchas de acero según la partida arancelaria: 7219120000*

| País             | Valor de Exportaciones miles de USD | Cantidad Exportada en Toneladas | Participación en las Exportaciones |
|------------------|-------------------------------------|---------------------------------|------------------------------------|
| China            | 752095                              | 378627                          | 12.97%                             |
| Bélgica          | 561883                              | 268703                          | 9.69%                              |
| Indonesia        | 294542                              | 182563                          | 5.08%                              |
| Corea, República | 264256                              | 161408                          | 4.56%                              |
| Suecia           | 246064                              | 86244                           | 4.24%                              |

**Fuente:** Trade Map (2018)

**Elaboración:** Propia

## 2.2. Posición Competitiva

China ocupada el primer puesto en cuanto al ranking de las exportaciones de mundiales de acero con la partida 7219120000, productos laminados planos de acero inoxidable, teniendo en cuenta su participación 12.97% de las exportaciones mundiales, dejando atrás a Bélgica con una participación de 9.69% de las exportaciones mundiales, por otro lado Indonesia ocupa el 3er puesto, Corea, República el 4to y Suecia el 5to.

## 2.3. Elección del Proveedor Internacional

Para la elección del proveedor internacional se evaluaron ciertos criterios, como el valor exportado, cantidad exportada, el precio de venta, la participación de cada país y su tasa de crecimiento, estos indicadores ayudaron a tener un mejor panorama al momento de la elección del proveedor con el que resulta más conveniente trabajar. En el siguiente cuadro se observan la evaluación realizada para la elección del proveedor internacional.

*Tabla 20: Indicadores para la elección del proveedor internacional*

| Exportadores        | Valor exportado en 2018 (miles de USD) | Saldo comercial 2018 (miles de USD) | Cantidad exportada en 2018 | Unidad de medida de cantidad | Valor unitario (USD/unidad) | Tasa de crecimiento anual en valor entre 2014-2018 (%) | Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2014-2018 (%) | Participación en las exportaciones 2018 (%) |
|---------------------|--|-------------------------------------|----------------------------|------------------------------|-----------------------------|--|---|---|
| China               | 752 095                                | 50 3941                             | 378 627                    | Toneladas                    | 1.986                       | -5   | -3  | 12.97%                                      |
| Bélgica             | 561 883                                | 53 7242                             | 268 703                    | Toneladas                    | 2.091                       | 1  | 6   | 9.69%                                       |
| Indonesia           | 294 542                                | 27 7309                             | 182 563                    | Toneladas                    | 1.613                       | 1418   | 659   | 5.08%                                       |
| Corea, República de | 264 256                                | 17 227                              | 161 408                    | Toneladas                    | 1.637                       | 1  | 4   | 4.56%                                       |
| Suecia              | 246 064                                | 24 5262                             | 862 44                     | Toneladas                    | 2.853                       | 7  | 14  | 4.24%                                       |

**Fuente:** Trade Map

**Elaboración:** Propia

Después de haberse analizado cada uno de los indicadores se considera que el proveedor internacional escogido para trabajar es China, tomando en cuenta que es el

primer exportador de planchas de acero, según la partida 7219120000, y a causa de eso tener una mayor participación en las exportaciones, además de tener un precio competitivo y cómodo que se ajusta a las necesidades de la empresa.

### 3. Planeamiento Estratégico

#### 3.1. Análisis FODA

*Tabla 21: Análisis FODA de la empresa FCG PROYSEMA EIRL*

|   |   |
|---|---|
| <p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p>1. – Baja del precio del Dólar.</p> <p>2. – Existencia de un gran incremento en la demanda de repuestos para maquinarias industriales.</p> <p>3.-Situación económica del país estable</p> <p>4.-Una futura expansión de la empresa</p> <p>5.- Mercado en crecimiento.</p>                  | <p><b>AMENAZAS</b></p> <p>1.-Ingreso de empresas extranjeras que realicen nuestro rubro.</p> <p>2.-Las políticas cambiarias en el país pueden afectar las posibilidades adquisición de la materia prima.</p> <p>3.- La creación cada vez mayor de empresas similares además de las ya existentes.</p> <p>4.- La constante variación de los precios de la materia prima.</p>                                       |
| <p><b>FORTALEZAS</b></p> <p>1.- Brinda asesorías a las diversas empresas que tiene como cliente además de darle solución.</p> <p>2.- Solido Sistema integral de distribución.</p> <p>3.-Ofrecer productos de buena calidad.</p> <p>4.-Presta servicios diversos en el área metalúrgica además de fabricar las piezas.</p> | <p><b>DEBILIDADES</b></p> <p>1.- No ha llegado a cubrir a todas las empresas posibles.</p> <p>2.-Falta de producción.</p> <p>3.- Empresas extranjeras tienen mayor abastecimiento y una mejor solvencia económica.</p> <p>4.- Necesita ampliar su espacio físico para evitar la aglomeración de máquinas y herramientas, debido a que sus instalaciones ya va quedando reducido como va creciendo la empresa.</p> |

**Elaboración:** propia

### 3.2. Estrategias de Planeamiento y Expansión

Actualmente la empresa FCG Proysema EIRL dedicada a la producción de repuestos para maquinarias industriales, no cuentan con una estrategia que le permitan expandirse a todo el mercado peruano, por ello que en estos años que tiene en el mercado sigue manteniendo sus mismo clientes y no ha tenido un crecimiento considerable. La empresa solo se ha dedicado a desarrollar la fabricación y repuestos de las maquinarias.

Este plan de negocio la empresa podrá utilizarlo como guía ya que se realizara una evaluación financiera lo cual permitirá observar la viabilidad de la importación de planchas de acero.

## 4. Estrategias de Marketing

### 4.1. Producto

En la presente investigación se ha tomado a las planchas de acero como materia prima esencial para la empresa, puesto que a través de este material se basa su producción de repuestos.

Este producto tiene un ancho inferior a los 10mm, exactamente 5mm, lo cual lo hace un tanto flexible y facilita su manipulación al momento de la transformación. Además se debe tener cuenta que este acero es inoxidable.

Para detallar más sobre el producto se elaboró una ficha en donde detalla las características con las que cuentan las planchas de acero.

La elaboración de la ficha técnica se realizó con información recaudada de Aceros Arequipa, en donde se puede observar su denominación nominal, análisis químico, propiedades mecánicas y su tolerancia dimensional.

*Tabla 22: Ficha Técnica de Planchas de Acero*

|                         |                                |
|-------------------------|--------------------------------|
| Nombr<br>e del Producto | Planchas laminados en caliente |
| Partida                 | 7219120000                     |
| Deno<br>minación        | PGLAC A36                      |

| Descripción y Uso          | Planchas de acero laminadas en caliente con bordes de laminación, de espesores mayores que 4.75 mm, destinadas para la construcción de silos, plataformas, embarcaciones, equipamiento pesado, carrocerías, etc.  |  |   |  |   |                           |                |            |          |                      |                      |                      |   |       |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                      |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |
|----------------------------|---|--|---|--|---|---------------------------|----------------|------------|----------|----------------------|----------------------|----------------------|---|-------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|--|-----------------------|----------------------|-----------------------|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Dimensiones Nominales      | <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">PGLAC A36 (mm)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>5.9 x<br/>1200 x 2400</td> <td>6.0 x<br/>1500 x 6000</td> <td>6.0 x<br/>2400 x 6000</td> <td></td> </tr> <tr> <td>6.0 x<br/>1200 x 2400</td> <td>8.0 x<br/>1500 x 6000</td> <td>8.0 x<br/>2400 x 6000</td> <td>8.0 x<br/>3000 x 6000</td> </tr> <tr> <td>8.0 x<br/>1200 x 2400</td> <td>9.0 x<br/>1500 x 6000</td> <td>9.0 x<br/>2400 x 6000</td> <td>9.0 x<br/>3000 x 6000</td> </tr> <tr> <td>9.0 x<br/>1200 x 2400</td> <td>12.0 x<br/>1500 x 6000</td> <td>12.0 x<br/>2400 x 6000</td> <td>12.0 x<br/>3000 x 6000</td> </tr> <tr> <td>12.0 x<br/>1200 x 2400</td> <td>16.0 x<br/>1500 x 6000</td> <td>16.0 x<br/>2400 x 6000</td> <td>16.0 x<br/>3000 x 6000</td> </tr> <tr> <td></td> <td>19.0 x<br/>1500 x 6000</td> <td>19.0 x<br/>2400 x 6000</td> <td>19.0 x<br/>3000 x 6000</td> </tr> <tr> <td></td> <td>25.0 x<br/>1500 x 6000</td> <td>25.0 x<br/>2400 x 600</td> <td>25.0 x<br/>3000 x 6000</td> </tr> <tr> <td></td> <td>32.0 x<br/>1500 x 6000</td> <td>32.0 x<br/>2400 x 6000</td> <td>32.0 x<br/>3000 x 6000</td> </tr> <tr> <td></td> <td>38.0 x<br/>1500 x 6000</td> <td>38.0 x<br/>2400 x 6000</td> <td>38.0 x<br/>3000 x 6000</td> </tr> <tr> <td></td> <td>50.0 x<br/>1500 x 6000</td> <td>50.0 x<br/>2400 x 6000</td> <td>50.0 x<br/>3000 x 6000</td> </tr> </tbody> </table> |  |   |  |   |                           | PGLAC A36 (mm) |            |          |                      | 5.9 x<br>1200 x 2400 | 6.0 x<br>1500 x 6000 | 6.0 x<br>2400 x 6000                                      |       | 6.0 x<br>1200 x 2400 | 8.0 x<br>1500 x 6000 | 8.0 x<br>2400 x 6000 | 8.0 x<br>3000 x 6000 | 8.0 x<br>1200 x 2400 | 9.0 x<br>1500 x 6000 | 9.0 x<br>2400 x 6000 | 9.0 x<br>3000 x 6000 | 9.0 x<br>1200 x 2400 | 12.0 x<br>1500 x 6000 | 12.0 x<br>2400 x 6000 | 12.0 x<br>3000 x 6000 | 12.0 x<br>1200 x 2400 | 16.0 x<br>1500 x 6000 | 16.0 x<br>2400 x 6000 | 16.0 x<br>3000 x 6000 |  | 19.0 x<br>1500 x 6000 | 19.0 x<br>2400 x 6000 | 19.0 x<br>3000 x 6000 |  | 25.0 x<br>1500 x 6000 | 25.0 x<br>2400 x 600 | 25.0 x<br>3000 x 6000 |  | 32.0 x<br>1500 x 6000 | 32.0 x<br>2400 x 6000 | 32.0 x<br>3000 x 6000 |  | 38.0 x<br>1500 x 6000 | 38.0 x<br>2400 x 6000 | 38.0 x<br>3000 x 6000 |  | 50.0 x<br>1500 x 6000 | 50.0 x<br>2400 x 6000 | 50.0 x<br>3000 x 6000 |
| PGLAC A36 (mm)             |   |  |   |  |   |                           |                |            |          |                      |                      |                      |   |       |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                      |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |
| 5.9 x<br>1200 x 2400       | 6.0 x<br>1500 x 6000  | 6.0 x<br>2400 x 6000                     |   |  |   |                           |                |            |          |                      |                      |                      |   |       |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                      |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |
| 6.0 x<br>1200 x 2400       | 8.0 x<br>1500 x 6000  | 8.0 x<br>2400 x 6000                     | 8.0 x<br>3000 x 6000                            |  |   |                           |                |            |          |                      |                      |                      |   |       |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                      |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |
| 8.0 x<br>1200 x 2400       | 9.0 x<br>1500 x 6000  | 9.0 x<br>2400 x 6000                     | 9.0 x<br>3000 x 6000                            |  |   |                           |                |            |          |                      |                      |                      |   |       |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                      |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |
| 9.0 x<br>1200 x 2400       | 12.0 x<br>1500 x 6000   | 12.0 x<br>2400 x 6000                    | 12.0 x<br>3000 x 6000                           |  |   |                           |                |            |          |                      |                      |                      |   |       |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                      |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |
| 12.0 x<br>1200 x 2400      | 16.0 x<br>1500 x 6000   | 16.0 x<br>2400 x 6000                    | 16.0 x<br>3000 x 6000                           |  |   |                           |                |            |          |                      |                      |                      |   |       |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                      |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |
|                            | 19.0 x<br>1500 x 6000   | 19.0 x<br>2400 x 6000                    | 19.0 x<br>3000 x 6000                           |  |   |                           |                |            |          |                      |                      |                      |   |       |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                      |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |
|                            | 25.0 x<br>1500 x 6000   | 25.0 x<br>2400 x 600                     | 25.0 x<br>3000 x 6000                           |  |   |                           |                |            |          |                      |                      |                      |   |       |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                      |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |
|                            | 32.0 x<br>1500 x 6000   | 32.0 x<br>2400 x 6000                    | 32.0 x<br>3000 x 6000                           |  |   |                           |                |            |          |                      |                      |                      |   |       |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                      |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |
|                            | 38.0 x<br>1500 x 6000   | 38.0 x<br>2400 x 6000                    | 38.0 x<br>3000 x 6000                           |  |   |                           |                |            |          |                      |                      |                      |   |       |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                      |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |
|                            | 50.0 x<br>1500 x 6000   | 50.0 x<br>2400 x 6000                    | 50.0 x<br>3000 x 6000                           |  |   |                           |                |            |          |                      |                      |                      |   |       |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                      |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |
| Análisis Químico de Colada | <table border="1"> <thead> <tr> <th>CALIDAD ASTM</th> <th>% C</th> <th>% Mn MÁX.</th> <th>% P MÁX.</th> <th>% S MÁX.</th> <th>% S MÁX.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A36</td> <td>0.25 máx</td> <td>0.08 - 1.20 (e&lt;3/4")</td> <td>0.040</td> <td>0.0050</td> <td>0.0040</td> </tr> </tbody> </table>  | CALIDAD ASTM                             | % C   | % Mn MÁX.                                | % P MÁX.  | % S MÁX.                  | % S MÁX.       | A36        | 0.25 máx | 0.08 - 1.20 (e<3/4") | 0.040                | 0.0050               | 0.0040  |       |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                      |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |
| CALIDAD ASTM               | % C   | % Mn MÁX.                                | % P MÁX.  | % S MÁX.                                 | % S MÁX.  |                           |                |            |          |                      |                      |                      |   |       |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                      |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |
| A36                        | 0.25 máx  | 0.08 - 1.20 (e<3/4")                     | 0.040   | 0.0050                                   | 0.0040  |                           |                |            |          |                      |                      |                      |   |       |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                      |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |
| Propiedades Mecánicas      | <table border="1"> <thead> <tr> <th>Calidad</th> <th>Norma ASTM</th> <th>Límite de fluencia (kg/cm<sup>2</sup>)</th> <th>RESISTENCIA A LA TRACCIÓN (kg/cm<sup>2</sup>)</th> <th>ALARGAMIENTO (%) en 50 mm</th> <th>DOBLADO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Estructura</td> <td>A36</td> <td>2,530 mín</td> <td>4,080-5,610</td> <td>20 mín.</td> <td>a 180° (opcional)<br/>Diámetro Pin = 3e Sentido Laminación</td> </tr> </tbody> </table>   | Calidad                                  | Norma ASTM                                      | Límite de fluencia (kg/cm <sup>2</sup> ) | RESISTENCIA A LA TRACCIÓN (kg/cm <sup>2</sup> )           | ALARGAMIENTO (%) en 50 mm | DOBLADO        | Estructura | A36      | 2,530 mín            | 4,080-5,610          | 20 mín.              | a 180° (opcional)<br>Diámetro Pin = 3e Sentido Laminación |       |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                      |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |
| Calidad                    | Norma ASTM  | Límite de fluencia (kg/cm <sup>2</sup> ) | RESISTENCIA A LA TRACCIÓN (kg/cm <sup>2</sup> ) | ALARGAMIENTO (%) en 50 mm                | DOBLADO   |                           |                |            |          |                      |                      |                      |   |       |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                      |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |
| Estructura                 | A36   | 2,530 mín                                | 4,080-5,610                                     | 20 mín.                                  | a 180° (opcional)<br>Diámetro Pin = 3e Sentido Laminación |                           |                |            |          |                      |                      |                      |   |       |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                      |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |
| Tolerancias Dimensionales  | <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">ESPESES OR NOMINAL (mm)</th> <th colspan="5">TOLERANCIAS (mm)</th> </tr> <tr> <th>ESPESOR</th> <th>APLANADO</th> <th>ANCHO</th> <th>LONGITUD</th> <th>CAMBIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>5.9</td> <td>±0.50</td> <td>14</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>±0.50</td> <td>13</td> <td>+15<br/>-0</td> <td>+25<br/>-0</td> <td>5mm/<br/>m</td> </tr> </tbody> </table>  | ESPESES OR NOMINAL (mm)                  | TOLERANCIAS (mm)                                |  |   |                           |                | ESPESOR    | APLANADO | ANCHO                | LONGITUD             | CAMBIO               | 5.9   | ±0.50 | 14                   |                      |                      |                      | 6                    | ±0.50                | 13                   | +15<br>-0            | +25<br>-0            | 5mm/<br>m             |                       |                       |                       |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                      |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |
| ESPESES OR NOMINAL (mm)    | TOLERANCIAS (mm)  |  |   |  |   |                           |                |            |          |                      |                      |                      |   |       |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                      |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |
|                            | ESPESOR   | APLANADO                                 | ANCHO   | LONGITUD                                 | CAMBIO  |                           |                |            |          |                      |                      |                      |   |       |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                      |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |
| 5.9                        | ±0.50   | 14                                       |   |  |   |                           |                |            |          |                      |                      |                      |   |       |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                      |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |
| 6                          | ±0.50   | 13                                       | +15<br>-0                                       | +25<br>-0                                | 5mm/<br>m   |                           |                |            |          |                      |                      |                      |   |       |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                      |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |  |                       |                       |                       |

|  |                     |           |    |  |  |     |
|--|---------------------|-----------|----|--|--|-----|
|  | 8.0,<br>9.0         | ±<br>0.55 | 13 |  |  | máx |
|  | 12.0                | ±<br>0.55 | 12 |  |  |     |
|  | 16.0,<br>19.0       | ±<br>0.65 | 12 |  |  |     |
|  | 25.0,<br>32.0, 38.0 | ±<br>0.70 | 9  |  |  |     |
|  | 50.0                | ±<br>0.80 | 8  |  |  |     |

**Fuente:** Aceros Arequipa

**Elaboración:** Propia

#### 4.1.1. Estrategias para el producto

Para realizar una venta y distribución exitosa en el mercado local es importante dar a conocer que el producto debe ser llamativo e innovador además de contar con una excelente calidad. En esta presente investigación se propone mejorar dichos aspectos como la calidad y la presentación de los repuestos.

Primero la empresa FCG PROYSEMA EIRL, deberá mejorar el acabado de los repuestos sin dejar falla alguna, por mínima que sea, además de adecuarse a las exigencias de sus consumidores.

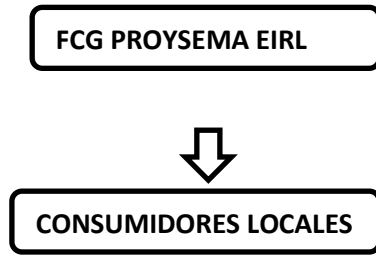
Por otro lado la presentación del producto debe ser más llamativa, por lo cual se propone cambiar los colores y forma al empaque.

#### 4.2. Plaza

La empresa FCG PROYSEMA EIRL tiene como propósito abastecer el mercado local, el cual actualmente, debido al incremento de construcciones y aumento de industrias, a permitido reflejar un aumento en la demanda de repuestos para las máquinas de las ya mencionadas.

En adelante, se mostrarán los diferentes medios de distribución de cuales puede hacer uso la empresa.

### Venta Directa



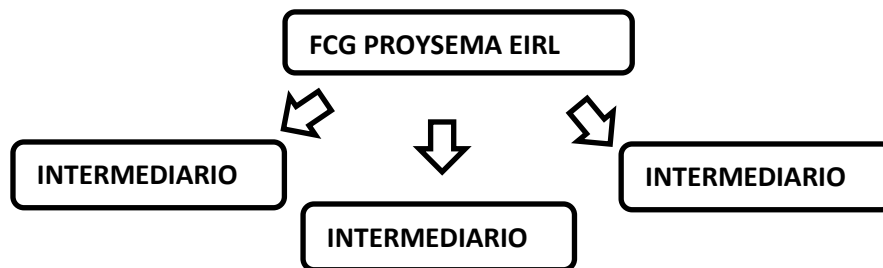
Consiste en una venta netamente directa, en la cual habrá interacción entre los vendedores de la empresa y los clientes. En este caso el cliente llega a la planta para pedir los productos que requiera, la venta puede ser al por menor o por mayor.

### Venta Vía Internet



Consiste en ventas realizadas virtualmente, ya sea a compradores de la localidad o a nivel nacional, su funcionamiento implica en atender los pedidos realizados de manera virtual para posteriormente empaquetar debidamente el o los productos vendidos y finalmente realizar el envío al cliente.

### Distribución Intensiva



En este punto la empresa utiliza o aplica la lógica que dice “cuanto más mejor”. Esto implica que la empresa busca vender por medio del máximo de intermediarios posible, pues mientras más intermediarios haya más se venderá. Esto se utiliza con el fin de generar una mayor disponibilidad del producto el mayor número de puntos de venta disponibles.

#### 4.3. Precio

Según un estudio realizado el precio de la plancha de acero se determina a base de cómo se compra la materia prima.

El precio del producto de la empresa FCG PROYSEMA EIRL, en cuanto a planchas de acero con un espesor superior o igual a 4,75mm o igual a 10 mm, la cual cuenta con un ancho 150cm (ancho) x 300cm (largo), el cual el precio que maneja la empresa es de 65.00 soles, la cual una plancha tiene aproximadamente de 4.5kg. Costando el Kg 14.4 soles.

#### 4.4. Promoción

La empresa FCG PROYSEMA EIRL realiza la promoción de su marca y sus productos principalmente por vía internet a través de la página de la empresa (Facebook). Por otro lado aparte por cada maquinaria industrial como hojalata, selladoras, entre otras, ofrece el mantenimiento durante 2 meses gratis.



Figura 7: Redes sociales de la empresa FCG Proysema EIRL



**Elaboración:** Propia

La empresa también busca aprovechar ferias de maquinarias donde pueda exhibir su producto, así podrá estar al alcance de más clientes potenciales, asistir a este tipo de ferias ayudará mucho en el crecimiento de la empresa, pues permitirá que su mercado aumente. De esta manera aumentará su cartera de clientes y a la vez comenzará a ser más reconocida a nivel nacional.

## 5. Análisis de infraestructura

La empresa cuenta con una infraestructura apropiada, tiene personal eficientes y eficaz en los puestos que le delegan, el personal está encargado de verificar la producción, de la fabricación o mantenimientos de las maquinarias, repuestos, etc.

El local de la empresa donde están ubicados es Chincha alta, la empresa tiene una ubicación idónea ya que sus clientes potenciales son de la zona y unos que otros son de provincia como Gandules, por la materia prima también es accesible debido que se encuentra uno de sus principales proveedores de planchas de acero que es la empresa Metalprean.

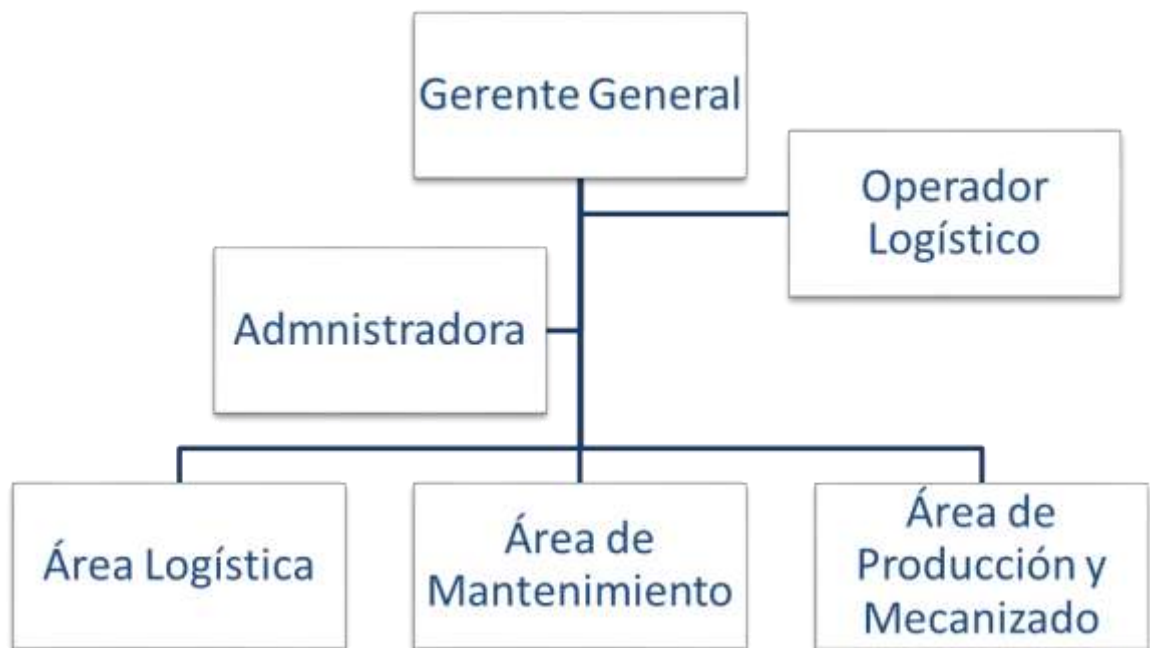
La empresa puede albergar grandes cantidades de volúmenes, debido a que cuentan con un almacén amplio, debido que se comenzara a traer materia prima para procesarla.

En Perú las planchas de acero poseen una gran infraestructura adecuada para la venta de dicho material, ha ido en estos últimos años en diferentes sectores, pues ahora su comercialización es también importante en el mercado metalúrgico.

#### 6. Rediseño de estructura y cambios en la gestión de la empresa

A continuación solo se ha modificado ligeramente el organigrama de la empresa ya que se considera que estos cambios optimizarán las utilidades y resultados de la empresa, todo esto con el afán de cumplir con el principal objetivo que se basa en tener una exitosa y continua importación. Por tratarse de una pequeña, la cual importará por primera vez se ha agregado un agente externo encargado de la importación.

Figura 8: *Nuevo organigrama de la empresa FCG PROYSEMA EIRL*



**Elaboración:** Propia

## 7. Modelo y Evaluación Financiera

### Materia Prima:

En la Tabla N°23 se puede observar cada uno de los costos para la obtención de la materia prima requerida por la empresa, la cual está diseñada para importación de 15777 kilogramos o lo que viene hacer igual a 3506 planchas de acero de 4.5 kilogramos cada 1. Por otro lado se puede observar que valor FOB por tonelada de la plancha de acero es de \$1986.00, lo que vendría a ser igual a un valor FOB de \$1.99 por kilogramo. Además para una única importación anual se utilizan 2 contenedores, por lo cual el transporte interno requiere de 2 camiones para llevar la mercadería hasta el almacén. Al final el monto importado anual antes de los impuestos es de \$36,002.52

*Tabla 23: Costo de Materia Prima*

| <b>Costo en valor DDP de Materia Prima</b> |      |             |            |                |                       |
|--|------|-------------|------------|----------------|-----------------------|
| Producto                                   | Uni. | Q.<br>Anual | Precio     | Total<br>Anual | Observación           |
| Valor FOB de Planchas de Acero             | T    | 15.777      | \$1,986.00 | \$31,333.12    | 1 año                 |
| Flete Internacional                        | -    | 1           | \$2,512.50 | \$2,512.50     | 2 cnt; 1 40 y 1 de 20 |
| Seguro                                     | -    | 1           | \$78.33    | \$78.33        | 0.25% del FOB         |
| <b>TOTAL VALOR CIF</b>                     |      | 1           |            | \$33,923.95    |                       |
| Transporte Interno                         | -    | 1           | \$1,428.57 | \$1,428.57     | 2 Camiones            |
| Comisión Agente de Adunas                  | -    | 1           | \$150.00   | \$150.00       |                       |
| Gastos de Operación Logística              |      | 1           | \$500.00   | \$500.00       |                       |
| <b>TOTAL VALOR DDP</b>                     |      |             |            | \$36,002.52    |                       |

**Elaboración:** Propia

### Impuestos de Importación

En la Tabla N°24 se valoran los impuestos gravados por la importación, se debe tener en cuenta que la importación de planchas de acero no está sujeto al pago de un arancel, por lo cual los únicos impuestos a pagar son el IGV, IPM y la Percepción.

*Tabla 24: Impuestos de Importación*

|            |            |
|------------|------------|
| Ad Valorem | 0          |
| IGV        | \$5,427.83 |
| IPM        | \$678.48   |
| PERCEPCIÓN | \$4,003.03 |

**Elaboración:** Propia

### Costo Total de Importación

En la Tabla N°25 se puede apreciar que el costo total de la importación es de \$46,111.86, esto después de haber sumado los impuestos gravados para la importación de esta materia prima.

*Tabla 25: Costo Total de Importación*

|             |             |
|-------------|-------------|
| Valor DDP   | \$36,002.52 |
| Ad- Valorem | 0           |
| IGV         | \$5,427.83  |
| IPM         | \$678.48    |
| Percepción  | \$4,003.03  |
| COSTO TOTAL | \$46,111.86 |

**Elaboración:** Propia

### Costo Unitario

En la Tabla N°26 para determinar el costo por 1kg de plancha de acero se ha dividido el costo total entre la cantidad de kilos importados, lo cual da un costo por kilo de \$2.92.

*Tabla 26: Costo por 1 kilogramo de plancha de acero*

|                              |             |
|------------------------------|-------------|
| Costo de Total               | \$46,111.86 |
| Cantidad de Kilos Importados | 15,777      |
| Costo por Kilo               | \$2.92      |

**Elaboración:** Propia

Mano de Obra Directa

La Tabla N°27 nos muestra la cantidad de personal involucrada en el proceso de producción y su remuneración anual

*Tabla 27: Mano de Obra Directa*

| PUESTO                      | CANTIDAD | SALARIO ANUAL |
|-----------------------------|----------|---------------|
|                             |          | S/.           |
| Encargado de Producción     | 1        | 21,600.00     |
|                             |          | S/.           |
| Asistentes de Producción    | 4        | 43,200.00     |
|                             |          | S/.           |
| Encargado de Mantenimiento  | 1        | 21,600.00     |
|                             |          | S/.           |
| Asistentes de Mantenimiento | 1        | 10,953.60     |
|                             |          | S/.           |
| TOTAL ANUAL                 |          | 97,353.60     |

**Elaboración:** Propia

Cubicaje

Se realizaron cálculos para determinar la cantidad de planchas de acero que podía traer un contenedor. Dado que la empresa realiza de manera anual una compra de 15777 kilos de materia prima, al realizar este cálculo se pudo determinar que se necesitan 2 contenedores, uno de 40 pies y otro de 20 pies. Cabe mencionar que los contenedores pueden resistir una carga máxima de 28 toneladas, teniendo en cuenta los kilos importados se llega a la conclusión que el llenado del contenedor no se da por peso, sino por volumen

### Cubicaje Contenedor de 40 pies

En la tabla N°28 se obtuvo que según sus dimensiones caben 1920 planchas, dejando un espacio por llenar el cual se completará cambiando las dimensiones de la plancha de acero al girarla, de esa manera en el espacio restante, como se observa en la tabla N°29 , ingresarán 672 planchas más, lo que a hace un total de 2,592 planchas con un peso de 11,664 kilogramos y esto se puede verificar en la Tabla N°30.

*Tabla 28: Llenado Contenedor de 40 pies*

|        | Dimensiones de un<br>contenedor de 40 en M | Dimensiones de la Plancha<br>de Acero en M | SUB TOTAL | TOTAL |
|--------|--|--|-----------|-------|
| Altura | 2.4  | 0.005                                      | 480       | 480   |
| Ancho  | 2.34                                       | 1.5  | 1.56      | 1     |
| Largo  | 12   | 3  | 4         | 4     |
|        |  |  |           | 1920  |

**Elaboración:** Propia

*Tabla 29: Llenado Contenedor de 40 Pies*

|        | Dimensiones de un<br>contenedor de 40 en M | Dimensiones de la Plancha<br>de Acero en M | SUB<br>TOTAL | TOTAL |
|--------|--|--|--------------|-------|
| Altura | 2.4  | 1.5  | 1.6          | 1     |
| Ancho  | 0.84                                       | 0.005                                      | 168          | 168   |
| Largo  | 12   | 3  | 4            | 4     |
|        |  |  |              | 672   |

**Elaboración:** Propia

*Tabla 30: Total de Planchas por Contenedor de 40 pies*

| TOTAL UNI | KG POR UNI | TOTAL<br>KILOS |
|-----------|------------|----------------|
| 2592      | 4.5        | 11664          |

**Elaboración:** Propia

## Cubicaje Contenedor de 20 pies

En la Tabla N°31 se obtuvo que según sus dimensiones caben 960 planchas, dejando un espacio por llenar el cual se completará cambiando las dimensiones de la plancha de acero al girarla, de esa manera en el espacio restante, como se observa en la Tabla N°32, ingresarán 336 planchas más, lo que a hace un total de 1296 planchas con un peso de 5832 kilogramos y esto se puede verificar en la Tabla N°33.

*Tabla 31: Llenado Contenedor de 20 pies*

|        | Dimensiones<br>de un contenedor<br>de 20 en M | Dimensiones de la<br>Plancha de Acero en M | SUB TOTAL | TOTAL |
|--------|---|--|-----------|-------|
| Altura | 2.4   | 0.005                                      | 480       | 480   |
| Ancho  | 2.34  | 1.5  | 1.56      | 1     |
| Largo  | 6   | 3  | 2         | 2     |
|        |   |  |           | 960   |

**Elaboración:** Propia

*Tabla 32: Llenado Contenedor de 20 pies*

|        | Dimensiones<br>de un contenedor de<br>20 en M | Dimensiones de la<br>Plancha de Acero en M | SUB TOTAL | TOTAL |
|--------|---|--|-----------|-------|
| Altura | 2.4   | 1.5  | 1.6       | 1     |
| Ancho  | 0.84  | 0.005                                      | 168       | 168   |
| Largo  | 6   | 3  | 2         | 2     |
|        |   |  |           | 336   |

**Elaboración:** Propia

*Tabla 33: Total de planchas por contenedor de 20 pies*

| TOTAL UNI | KG POR UNI | TOTAL<br>KILOS |
|-----------|------------|----------------|
| 1296      | 4.5        | 5832           |

**Elaboración:** Propia

En un contenedor de 40 pies ingresan un total de 2592 unidades de planchas de acero, mientras que en un contenedor de 20 pies ingresan un total de 1296 unidades de plancha de acero, lo que significa que entre un contenedor de 40 pies y uno de 20 pies se trae un total de 3888 unidades de planchas de acero. Lo requerido por la empresa son 3506 unidades, lo que significa que basta contar con 1 contenedor de 40 pies y uno de 20 pies para traer la mercadería.

Gasto de Ventas

En la Tabla N°34 se detallan los gastos realizados para lograr las ventas obtenidas por la empresa.

*Tabla 34: Gasto de Ventas*

| DESCRIPCIÓN                      | CANTIDAD | PRECIO     | GASTO TOTAL<br>ANUAL |
|----------------------------------|----------|------------|----------------------|
| Comisiones a Agentes             | 4        | S/. 930.00 | S/. 44,640.00        |
| Fletes por Distribución (viajes) | 72       | S/. 625.00 | S/. 45,000.00        |
| Propaganda                       | 4        | S/. 42.00  | S/. 168.00           |
| Muestrario                       | 10       | S/. 12.00  | S/. 120.00           |
|                                  |          |            | S/. 89,928.00        |

**Elaboración:** Propia

Gastos Administrativos

A continuación, en la Tabla N°35, donde ubican los gastos administrativos, se han tomado las remuneraciones que tienen cada uno de los que conforman la plana administrativa.



*Tabla 35: Gastos Administrativos*

| DESCRIPCIÓN               | SUELDO       | SUELDO               |
|---------------------------|--------------|----------------------|
|                           | MENSUAL      | ANUAL                |
| Gerente General           | S/. 2,000.00 | S/. 24,000.00        |
| Encargado de Logística    | S/. 1,300.00 | S/. 15,600.00        |
| Administradora            | S/. 1,500.00 | S/. 18,000.00        |
| <b>TOTAL SUELDO ANUAL</b> |              | <b>S/. 57,600.00</b> |

**Elaboración:** Propia

#### Otros Gastos Administrativos

En la Tabla N°36 podremos visualizar los materiales utilizados en oficina.

*Tabla 36: Otros Gastos Administrativos*

| DESCRIPCIÓN              | CANTIDAD | PRECIO       | VIDA UTIL | COSTO               |
|--------------------------|----------|--------------|-----------|---------------------|
| Computadoras             | 3        | S/. 1,500.00 | 6         | S/. 4,500.00        |
| Escritorio               | 3        | S/. 300.00   | 6         | S/. 900.00          |
| Impresora                | 1        | S/. 250.00   | 6         | S/. 250.00          |
| Sillas                   | 4        | S/. 35.00    | 12        | S/. 140.00          |
| Ventilador               | 2        | S/. 138.00   | 6         | S/. 276.00          |
| <b>COSTO TOTAL ANUAL</b> |          |              |           | <b>S/. 6,066.00</b> |

**Elaboración:** Propia

#### Requerimientos de Suministros

Como se puede observar en la Tabla N°37 los requerimientos son conformador por los gastos en servicio de Luz, agua y teléfono.

*Tabla 37: Requerimientos de Suministro*

| DESCRIPCIÓN       | CANTIDAD | PRECIO     | AÑO | TOTAL        |
|-------------------|----------|------------|-----|--------------|
| Luz               | 12       | S/. 180.00 | AÑO | S/. 2,160.00 |
| Agua              | 12       | S/. 55.00  | AÑO | S/. 660.00   |
| Teléfono          | 12       | S/. 80.00  | AÑO | S/. 960.00   |
| COSTO TOTAL ANUAL |          |            |     | S/. 3,780.00 |

**Elaboración:** Propia

#### Total Gastos Administrativos

La Tabla N°38 refiere a cada uno de los ítems que conforman el total de gastos administrativos.

*Tabla 38: Total Gastos Administrativos*

| Gastos Administrativos       | TOTAL         |
|------------------------------|---------------|
| Remuneraciones               | S/. 57,600.00 |
| Otros Gastos Administrativos | S/. 6,066.00  |
| Requerimientos de Suministro | S/. 3,780.00  |
| TOTAL ANUAL                  | S/. 67,446.00 |

**Elaboración:** Propia

#### Proyección de Materia Prima

En la Tabla N°39 para empezar con la proyección de los costos de materia prima, se ha considerado la cantidad de materia prima que compra la empresa anualmente lo que hace un total de 3506 de planchas de acero que es equivalente a 15777 kilos, la proyección estimada tendrá un crecimiento del 6% para cada año, por lo tanto para tener el total de la proyección de costos de materia prima se multiplicará la cantidad de kilo por el costo por kilo.

*Tabla 39: Proyección de Materia Prima*

|                         | 2019           | 2020           | 2021           | 2022           |
|-------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Planchas                | 3506           | 3717           | 3941           | 4178           |
| KG                      | 15777          | 16726.5        | 17734.5        | 18801          |
| USD x Kilo              | \$2.92         | \$2.92         | \$2.92         | \$2.92         |
| Total Costo MP en USD   | \$46,111.86    | \$48,886.99    | \$51,833.10    | \$54,950.19    |
| Total Costo MP en Soles | S/. 161,391.52 | S/. 171,104.47 | S/. 181,415.85 | S/. 192,325.66 |

**Elaboración:** Propia

#### Fijación del Precio

En la Tabla N°40, para determinar el precio por kilo se ha tomado el total de las ventas anuales el cual equivale a S/. 546,461.00 y se ha le dividido entre el total de kilos importados anualmente, lo que da como resultado un precio por kilo de S/. 34.64.

*Tabla 40: Fijación del Precio*

|                 |     |            |
|-----------------|-----|------------|
| Ventas          | S/. | 546,461.00 |
| Total Kilos     | S/. | 15,777.00  |
| Precio Por Kilo | S/. | 34.64      |

**Elaboración:** Propia

#### Proyección de Ventas

Se ha tomado como punto de partida la cantidad de planchas de acero que la empresa FCG PROYSEMA EIRL compra anualmente, como se observa en la tabla N°41, estos hacen una cantidad de 3506 planchas equivalentes de 15777 kilos, para los siguientes años se tomó la tasa de crecimiento del sector construcción, el cual es 6%, para calcular el total de la cantidad proyectada se multiplica el total de kilos por el precio fijado por kilo.

*Tabla 41: Proyección de Ventas*

|                       |     | 2019       |     | 2020       |     | 2021       |     | 2022       |
|-----------------------|-----|------------|-----|------------|-----|------------|-----|------------|
| Planchas              |     | 3506       |     | 3717       |     | 3941       |     | 4178       |
| KG                    |     | 15777      |     | 16726.5    |     | 17734.5    |     | 18801      |
| Soles x Kilo          | S/. | 34.64      | S/. | 34.64      | S/. | 34.64      | S/. | 34.64      |
| Total Costo de Ventas | S/. | 546,515.28 | S/. | 579,405.96 | S/. | 614,323.08 | S/. | 651,266.64 |

**Elaboración:** Propia

#### Flujo de Caja Proyectado

En la Tabla N°42 se puede observar el flujo de caja, el cual está proyectado a tres años, este flujo se realizó recopilando todos los datos desarrollados en las tablas anteriores, tales como costos de importación de materia prima, mano de obra, gastos administrativos, gastos de ventas, etc. En el año 0, se ve una utilidad positiva, por lo cual se trabajó con el ahorro, lo cual indica que en el año 0 se ve en negativo debido a la inversión del operador logístico para el siguiente año.

Tabla 42: Flujo de Caja Proyectado

|                                | 0                     | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     |
|--------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <b>INGRESOS</b>                | <b>S/.546,499.00</b>  | <b>S/. 546,499.00</b> | <b>S/. 579,443.96</b> | <b>S/. 614,361.08</b> | <b>S/. 651,304.64</b> |
| Ingresos Financieros Gravados  | S/.38.00              | S/. 38.00             | S/. 38.00             | S/. 38.00             | S/. 38.00             |
| VENTAS                         | S/. 546,461.00        | S/. 546,461.00        | S/. 579,405.96        | S/. 614,323.08        | S/. 651,266.64        |
| <b>EGRESOS</b>                 | <b>S/. 488,809.21</b> | <b>S/. 442,175.62</b> | <b>S/. 458,567.76</b> | <b>S/. 475,965.61</b> | <b>S/. 494,365.49</b> |
| M.P.                           | S/. 227,160.00        | S/. 161,220.50        | S/. 170,893.73        | S/. 181,147.35        | S/. 192,016.20        |
| M.O.D                          | S/. 97,353.60         | S/. 97,353.60         | S/. 97,353.60         | S/. 97,353.60         | S/. 97,353.60         |
| Gasto Ventas                   | S/. 89,928.00         | S/. 89,928.00         | S/. 89,928.00         | S/. 89,928.00         | S/. 89,928.00         |
| Gastos Admi.                   | S/. 67,446.00         | S/. 67,446.00         | S/. 67,446.00         | S/. 67,446.00         | S/. 67,446.00         |
| Renta                          | S/. 6,921.61          | S/. 26,227.52         | S/. 32,946.43         | S/. 40,090.66         | S/. 47,621.70         |
| <b>U.NETA TOTAL</b>            | <b>S/. 57,689.79</b>  | <b>S/. 104,323.38</b> | <b>S/. 120,876.20</b> | <b>S/. 138,395.47</b> | <b>S/. 156,939.15</b> |
| <b>Materia Prima Nacional</b>  |                       | <b>S/. 227,160.00</b> | <b>S/. 240,789.60</b> | <b>S/. 255,236.98</b> | <b>S/. 270,551.19</b> |
| <b>Materia Prima Importada</b> |                       | <b>S/. 161,220.50</b> | <b>S/. 170,893.73</b> | <b>S/. 181,147.35</b> | <b>S/. 192,016.20</b> |
| Ahorro                         | S/. -30,353.51        | S/. 65,939.50         | S/. 69,895.87         | S/. 74,089.62         | S/. 78,535.00         |

**Elaboración:** Propia

## Estado de Ganancias y Pérdidas

En la tabla N°43, se observa el estado de ganancias y pérdidas en donde se ve el cálculo detallado del impuesto a la renta, así mismo la utilidad neta.

*Tabla 43: Estado de Ganancias y Pérdidas*

|                        | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     |
|------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| VENTAS                 | S/. 546,499.00        | S/. 579,443.96        | S/. 614,361.08        | S/. 651,304.64        |
| COSTOS DE VENTAS       | S/. 258,574.10        | S/. 268,247.33        | S/. 278,500.95        | S/. 289,369.80        |
| <b>MARGEN BRUTO</b>    | <b>S/. 287,924.90</b> | <b>S/. 311,196.63</b> | <b>S/. 335,860.13</b> | <b>S/. 361,934.84</b> |
| GASTO DE VENTAS        | S/. 89,928.00         | S/. 89,928.00         | S/. 89,928.00         | S/. 89,928.00         |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | S/. 67,446.00         | S/. 67,446.00         | S/. 67,446.00         | S/. 67,446.00         |
| <b>U.A.I.</b>          | <b>S/. 130,550.90</b> | <b>S/. 153,822.63</b> | <b>S/. 178,486.13</b> | <b>S/. 204,560.84</b> |
| IMPUESTO               | S/. 26,227.52         | S/. 32,946.43         | S/. 40,090.66         | S/. 47,621.70         |
| <b>UTILIDAD NETA</b>   | <b>S/. 104,323.38</b> | <b>S/. 120,876.20</b> | <b>S/. 138,395.47</b> | <b>S/. 156,939.15</b> |

**Elaboración:** Propia

## Indicadores Financieros de Rentabilidad

Luego de haber realizado el flujo de caja proyectado se puede calcular el VAN y el TIR los cuales son indicadores para verificar la viabilidad y rentabilidad del plan de negocio. Se trabajó con un 19% de costo de capital que es lo ofrecido por Scotiabank, por otro lado el VAN y TIR han obtenido resultados favorables lo cual indica que el plan de negocios es viable y rentable.

*Tabla 44: Parámetros para ver viabilidad del negocio*

|                  |                |
|------------------|----------------|
| Costo de Capital | 19%            |
| TIR              | 221%           |
| Van              | S/. 220,808.29 |

**Elaboración:** Propia

El diseño de un plan de negocios para la importación de planchas de acero de China para la empresa FCG PROYSEMA EIRL., se tomó la tasa de crecimiento, que es de un 6%, del sector construcción que es el que más consume estos perfiles de acero en el Perú, esta tasa fue útil para las proyecciones de materia prima y ventas. Por otro lado el plan de negocios resultó ser muy rentable, debido a que genera mayores utilidades comprando la materia prima en China que en el mercado local, puesto que en el mercado local el kilo de plancha de acero tiene un valor de S/. 14.40, mientras que el costo por kilo de esta materia prima tiene un valor FOB de S/. 6.97, añadiendo costos logísticos hasta el almacén y el pago de impuesto este llega a tener un costo total por kilo de S./ 10.22, dejando entrever que la diferencia de costos es significativa y que al realizar la importación de las planchas de acero existiría un ahorro muy notable. Por otro lado los indicadores financieros de rentabilidad fueron muy positivos llegando a tener un TIR de 221%, excesivamente sobre la media del costo de capital, y por otro lado se obtuvo un VAN de S/. 220,808.29 lo cual indica ahora lo que se tendrá en el futuro.

#### IV. DISCUSIÓN

De acuerdo al objetivo, diagnóstico de la situación actual de la empresa FCG PROYSEMA EIRL sobre la adquisición y venta de planchas de acero en la ciudad de Pisco; los resultados obtenidos indican que la empresa FCG PROYSEMA EIRL tiene más de 2 años y medio en el mercado, cuenta con 4 personas responsables de la producción y atención al cliente, tiene como meta a corto y largo plazo aumentar su cartera de clientes, además cuenta con proveedores de la talla de Sipesa y Aceros del Perú; y entre sus principales clientes tiene a Sociedad Agrícola Virú y la empresa Gandules. Así mismo no cuenta con un análisis FODA, lo que genera ciertas deficiencias como toda empresa nueva y que no tiene conocimiento de un manejo adecuado para estos casos. Esto guarda relación con Weinberger (2009), en dónde menciona que se debe comenzar con el análisis FODA, con un listado de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas identificadas según los puntos internos y externos de la empresa.

Contar con el análisis FODA permitirá a la empresa aprovechar oportunidades y saber defenderse de las amenazas que pueden ser constantes en el mercado, además que contando con este análisis la empresa conocerá sus puntos débiles y fuertes.

Por otro lado, de acuerdo con la descripción del mercado internacional de proveedores de plancha de acero para la empresa FCG PROSEYMA EIRL, la información recolectada con la guía de entrevista aplicada a especialistas, se obtuvo que para el MBA. Cesar Rosero y el Lic. Lenin Barboza, tanto China como Brasil son los mercados más fuertes en cuanto a producción y exportación de planchas de acero; así mismo, el MBA. Joel Altamirano afirma, que según la producción de Japón como la India son mercados a tomar en cuenta para la importación de planchas de acero. También indicó que la importación de esta materia prima por parte de Perú se debía al desarrollo económico que este está afrontando; toda vez que este material es requerido por las agroindustrias, minería y construcción. Por otro lado, el análisis documental arrojó que dentro del top 10 a nivel mundial en cuanto a exportación de planchas de acero solo figuran China y Japón. Resultados coincidentes con los hallazgos de Espinoza (2011), el cual refiere que existe un aumento paulatino de la demanda de acero en Ecuador, para el mercado metal metálico, lo cual demuestra que el incremento de las importaciones de acero, procedentes de China, el cual permite satisfacer las necesidades de las empresas dedicadas a este tipo de material.



Así mismo en el análisis del proceso de importación de planchas de acero de China para la empresa FCG PROYSEMA EIRL, se obtuvo la siguiente información que producto de la aplicación de una guía de entrevista a especialistas y conocedores del tema, estos coinciden que para el debido proceso primero se debe tener en cuenta quién será el proveedor, coordinar especificaciones técnicas de la plancha de acero, definir un INCOMTERS, realizar la orden de compra y determinar la forma de pago , posterior a eso se espera la llegada de la embarcación, se realiza la declaración de mercancías, se obtiene la numeración de la DUA, se pagan los impuestos , de los cuales las planchas de acero tiene un arancel del 0% y los únicos pagos a realizar serían el IGV y el IPM, por último se espera a obtener el levante autorizado. En relación con lo anterior, Gonzales (2012) dice que para poder despachar o tramitar una operación o régimen aduanero, por ejemplo, para tramitar una importación o exportación es requisito obligatorio presentar una serie de documentos aduaneros ante la administración aduanera tanto del país de origen como de destino.

Por otro lado se conoce que actualmente el Perú importa planchas de acero con 0% de arancel y que solo está sujeto en tributos a IGV e IPM, además se sabe que actualmente China es el principal proveedor de planchas de acero y qué contar con un plan de negocios es esencial para una empresa ya que será su guía a seguir.

Además los expertos manifestaron que las importaciones de planchas de acero de China no están sujetas al pago de un arancel. Estos resultados coinciden con Torres y Triviño (2015), que en su investigación hallaron que no existen barreras arancelarias para diferentes países, lo cual significa que los perfiles de acero ingresan con un arancel 0%, teniendo en cuenta otras restricciones.

Es así que se conoce que actualmente el Perú importa planchas de acero con 0% de arancel y que solo está sujeto en tributos a IGV e IPM, además se sabe que actualmente China es el principal proveedor de planchas de acero y qué contar con un plan de negocios es esencial para una empresa ya que será su guía a seguir.

Finalmente, para el diseño de un plan de negocios para la importación de planchas de acero de China para la empresa PROYSEMA EIRL, se obtuvo que según los indicadores financieros de rentabilidad, tanto el TIR como el VAN son positivos con unos resultados de 3774% y S/. 220,808.29 respectivamente lo que significa que el plan de negocios es viable y rentable. Estos resultados coinciden con lo expresado por Weinberger (2009), en dónde menciona que el plan financiero es sumamente importante porque permite evaluar la rentabilidad económica y financiera de la empresa.

## V. CONCLUSIONES

A) Se diagnosticó la situación actual de la empresa FCG Proysema E.I.R.L, en la cual consta que es prácticamente nueva en el mercado y que hace apenas dos años y medio fue constituida, que no cuenta con tecnología de primera, pero tiene toda la disposición de poder ampliar su mercado debido a que su cartera de clientes está en crecimiento, por ello la empresa pretende ampliar su productividad, para así albergar mayores volúmenes de planchas de acero. Así mismo la empresa cuenta con clientes ya segmentados en el mercado Peruano, trabaja con empresas exportadoras entre ella Gandules S.A.C y Sociedad Agrícola Virú.

B) Se describió el mercado internacional de planchas de acero, con especialistas o conocedores del tema su información fue de vital importancia, actualmente el consumo de acero en Perú ha ido en aumento, puesto que no solo se utiliza para el sector metalúrgico sino también para el sector construcción, esta demanda se ha dado debido a que los sectores que utilizan esta materia prima tienen la necesidad tanto para sus máquinas procesadoras, como también para sus diferentes usos en la industria, es por ello que en los diferentes países del mundo se ha vuelto esencial esta materia prima siendo sus principales proveedores China, Japón y Brasil.

Después de un estudio de los principales exportadores de planchas de acero por fuente de trade map, se tomó en cuenta China debido que es el primer proveedor de acero en el mundo, produce 808 millones de acero al año, la misma cantidad que todo el resto del mundo combinado, podemos decir China tiene capacidad y volúmenes del producto para abastecer otros mercados y además a un menor costo, por lo cual resultaría factible y rentable importar la materia prima de China.

C) El análisis del proceso de importación de planchas de acero de China para la empresa FCG PROYSEMA E.I.R.L, ha permitido conocer cuáles serán los impuestos y tributos que se gravan importando acero procedentes de China, puesto que este producto no

está sujeto a pago ad- valorem, ni tampoco ISC, ni antidumping, los únicos cargos que se tienen en cuenta a pagar es el IGV con el 16% y el IPM con el 2%.

En cuanto al proceso de importación de planchas de acero de China, el importador debe tener contacto con el proveedor, debido que el proveedor tiene que brindarle confianza, responsabilidad y sobre todo cumplir con los tiempos de entrega establecidos, después de ello según corresponda la mercadería se debe tener una entidad competente emisora de los permisos, por consiguiente contar con un agente de carga es la persona capacitada por la autoridad competente, bien en el país de origen como en el del destino pues ellos se encargan de fletes, consolidar y desconsolidar la mercadería, tener un agente de aduanas al cual se le entrega los documentos respectivos, la DUA para generar la enumeración y proceder el retiro de la mercadería. He ahí la gran oportunidad que tiene esta empresa de poder importar correctamente planchas de acero, para una obtención de mayor rentabilidad, eficiencia y abrirse mercado.

D) El diseño de un plan de negocios para la importación de planchas de acero de China para la empresa FCG PROYSEMA EIRL., en donde se tomó la tasa de crecimiento, que es de un 6%, del sector construcción que es el que más consume estos perfiles de acero en el Perú, esta tasa fue útil para las proyecciones de materia prima y ventas. Por otro lado el plan de negocios resultó ser muy rentable, debido a que genera mayores utilidades comprando la materia prima en China que en el mercado local, puesto que en el mercado local el kilo de plancha de acero tiene un valor de S/. 14.40, mientras que el costo por kilo de esta materia prima tiene un valor FOB de S/. 6.97, añadiendo costos logísticos hasta el almacén y el pago de impuesto este llega a tener un costo total por kilo de S./ 10.22, dejando entrever que la diferencia de costos es significativa y que al realizar la importación de las planchas de acero existiría un ahorro muy notable. Por otro lado los indicadores financieros de rentabilidad fueron muy positivos llegando a tener un TIR de 221%, excesivamente sobre la media del costo de capital, y por otro lado se obtuvo un VAN de S/. 220,808.29 lo cual indica ahora lo que se tendrá en el futuro.

## VI. RECOMENDACIONES

A) Al ampliar su mercado la empresa debe tener mayor información de sus competidores, para poder competir con ellos en todos los aspectos, calidad, precio, entre otras. Para que de esta manera el incremento de cartera de clientes sea algo fijo, además mejorar en un futuro cercano sus maquinarias y así la producción sea más eficiente y mucho más rápida.

B) La empresa debe tomar en cuenta, a futuro, los otros mercados; Japón y Brasil como alternativas ya que los costos podrían variar, además tiene que tener en cuenta que tras cualquier suceso económico – político los precios podrían variar o podrían surgir algunas restricciones, es por ello que se deben tener en cuenta los otros mercados. Entonces se debe tener en cuenta los otros mercados para realizar compras en caso de falta de stock o problemas externos con el principal proveedor.

C) La empresa debe enfocarse en contar con un especialista en importaciones con miras al futuro, puesto que este profesional conoce netamente el proceso de importación y de esta manera facilitará este proceso para beneficio de la empresa, por otro lado, dado que con el tiempo la demanda aumentará y por ende la compra de materia prima también, es otro punto en el que se necesitará contar con dicho especialista ,ya que será el encargado de gestionar y desarrollar las importaciones, además de tener un panorama más amplio del mercado internacional y podrá manejar mucha otras opciones que podrían mejorar aún más sus utilidades.

D) Manejar un buen trato con los proveedores nacionales para acudir a ellos en caso exista la necesidad de completar materia prima por algún pedido grande con poco tiempo de espera o un exceso de demanda no pronosticado.

E) Se recomienda los estudiantes de la carrera, o afines, a que conozcan sobre como iniciar una empresa o como guiar a una empresa ya puesta en marcha puesto que encontrarán en ella una pauta clara, todo esto para que tengan un conocimiento más amplio sobre un plan negocios, el cual permitirá que el negocio sea rentable y genere una mayor utilidad.

F) El MICENTUR debe brindar mayor orientación y apoyo a las personas que tengan el deseo de importar, por otro lado deben fomentar esta actividad para aquellas empresas que necesitan tener una mayor rentabilidad y que solo lo pueden lograr comprando su materia prima en mercados extranjeros, además que son empresas productoras con una posible expansión con sus productos finales en el mercado nacional e internacional. Todo esto se debe hacer con la finalidad de que las empresas nacionales puedan tener un abanico de posibilidades en la elección de proveedores internacionales los cuales ofrezcan costos bajos, permitiendo que las utilidades de las empresas nacionales se incrementen.

## REFERENCIAS

- Ackoff y Miller (1967 y 2002, respectivamente, citados por Hernández, Fernández y Baptista), (2002), Investigation Methodology. Rescatado de <http://www.eumed.net/tesisdoctorales/2010/mavc/Justificacion%20del%20estudio.htm>
- Alacero, (2018). Latin America in figures 2018. Obtenido de [https://www.alacero.org/sites/default/files/publicacion/america\\_latina\\_en\\_cifras\\_2018\\_es-en.pdf](https://www.alacero.org/sites/default/files/publicacion/america_latina_en_cifras_2018_es-en.pdf)
- Altuve S. y Rivas, A. (2009): Metodología de la Fuvest. Modelo instruccional III. Caracas: Universidad Experimental Simón Rodríguez.
- Andrade, S. (2005). Metodología de la investigación científica. Perú: Editorial y librería Andrade.
- Arnau, J. (1995). Longitudinal Designs Applied to Social and Behavioral Sciences. Obtenido de <http://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/concepto-de-diseno-de-investigacion.html>
- Bernal, A. (2010). Metodología de la investigación. Perú: Pearson
- Cabezas, J. (2015). Plan de negocios para la importación de planchas de acero inoxidable desde los principales productores del mundo: México, Brasil, Taiwán y La India; para una empresa procesadora de acero en el país, 2015. (Tesis de pregrado). Universidad Tecnológica Equinoccial Ecuador. Recuperado de [http://repositorio.ute.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/8441/58965\\_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ute.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/8441/58965_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Canelo E, Corrales L y Mendoza E. (2015), Valorización de la corporación Aceros Arequipa S.A. para el 2015. (Tipo de Postgrado). Universidad del Pacífico,

Perú. Recuperado de  
[http://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/1190/Edver\\_Tesis\\_maestria\\_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/1190/Edver_Tesis_maestria_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Criollo, A. (2012), Justificación. Rescatado de  
<http://andersoncriollo.blogspot.com/2012/08/justificacion.html>

Diario Gestión, (2016). Aceros Arequipa anuncia suspensión definitiva de producción en planta de Arequipa. Recuperado de  
<https://gestion.pe/economia/empresas/aceros-arequipa-anuncia-suspension-definitiva-produccion-planta-arequipa-149279>

Diario Portafolio, (2018). Ratifican las medidas antidumping a perfiles de acero o hierro chino. Rescatado de <https://www.portafolio.co/economia/ratifican-las-medidas-antidumping-a-perfiles-de-acero-o-hierro-chino-520705>

Doupovec, (2010). Basic Concepts of Research Methodology. Recuperado de  
[http://metodologia02.blogspot.com/p/operacionalizacion-de-variable\\_03.html](http://metodologia02.blogspot.com/p/operacionalizacion-de-variable_03.html)

Espinoza, J. (2011). Las Importaciones De Acero (Planchas, Vigas Y Ángulos) En El Ecuador: Análisis Y Perspectivas Periodo 2000 – 2009. (Tipo de Postgrado). Universidad De Guayaquil Ecuador. Recuperado de  
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/6891/1/Juana%20Espinoza%20Tesis%20Final.pdf>

Gavelán, J. (2016). Costos de importación. Recuperado de  
<file:///C:/Users/ROLANDO%20G/Downloads/5943-Texto%20del%20art%C3%ADculo-20586-1-10-20140320.pdf>

Gonzales, R (2007). Teoría del comercio Internacional. Departamento de economía. Universidad de Chile. Obtenido de



<http://econ.uchile.cl/uploads/publicacion/8413c598-8d47-406f-aa23-bf6c195d057d.pdf>

Gonzales, Y (2012). Aprende fácil a exportar e importar. Lima: macro. Obtenido de <https://www.andesaccelerator.com/aprende-a-exportar-e-importar/>

Gonzales, Z. M. (2009). Guía de Ideas y Planes de Negocios. Rapimagen.S.A.: Lima. Obtenido de Biblioteca Universidad Señor de Sipán

Hernández, A., Ramos, M., Plasencia, B., Indacochea, B., Quimis, A., y Moreno, L. (2018). Metodología de la Investigación Científica. Alicante, España: Editorial Área de Innovación y Desarrollo

Hernández R., Fernández C. y Baptista P. (2004). Metodología de la Investigación. México: McGraw-Hill Interamericana Editores.

Hernández R., Fernández C. y Baptista P. (2014). Metodología de la Investigación (Sexta Edición). México: McGraw-Hill Interamericana Editores.

Highbrow, (2019). How to calculate importing cost. Rescatado de <https://gohighbrow.com/how-to-calculate-importing-costs/>

International Trade Administration. (2019). Global Steel Trade Monitor. Estados Unidos. Obtenido de <https://www.trade.gov/steel/countries/pdfs/imports-china.pdf>

Kerlinger, F. (2002). Conceptual Approach to Behavioral Research . Obtenido de <http://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/concepto-de-diseno-de-investigacion.html>

Lee, C. (2011). Documentos de exportación e importación. Recuperado de [http://cybertesis.urp.edu.pe/bitstream/urp/1112/1/regal\\_rc.pdf](http://cybertesis.urp.edu.pe/bitstream/urp/1112/1/regal_rc.pdf)

- López, M. (2015). Medición del Impacto del incremento de los aranceles en la importación de perfiles de acero en la recaudación tributaria basada en una muestra representativa de empresas del sector en la ciudad de Guayaquil. Período 2010-2013. (Tipo de Postgrado). Universidad De Guayaquil Ecuador. Guayaquil, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/3740/1/Tesis%20Johanna%20Cede%20C3%B1o.pdf><http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/3262/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-163.pdf>
- Mansimov E. (2017). Business Plan (Tesis para obtener le grado de Magister). Obtenido de [https://is.muni.cz/th/ze4kr/Final\\_edited\\_thesis.pdf](https://is.muni.cz/th/ze4kr/Final_edited_thesis.pdf)
- Mincetur, (2018). Reporte Comercial de Productos de acero. Recuperado de [https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/comercio\\_exterior/estadisticas\\_y\\_publicaciones/estadisticas/exportaciones/Reporte\\_Comercial\\_Acero.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/comercio_exterior/estadisticas_y_publicaciones/estadisticas/exportaciones/Reporte_Comercial_Acero.pdf)
- Murillo (2008). LA INVESTIGACIÓN APLICADA: UNA FORMA DE CONOCER LAS REALIDADES CON EVIDENCIA CIENTÍFICA. 2009. Costa Rica. Rescatado de <https://www.redalyc.org/pdf/440/44015082010.pdf>
- Ordoñez, A. (2011). Mejoramiento En La Distribución De Perfiles De Acero En La Empresa Laminadora Industrial S.A. (Tipo de Postgrado). Recuperado de [http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08\\_2414\\_IN.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08_2414_IN.pdf)
- Orellana, A & Vera, M (2009). Análisis Del Sistema De Distribución De Una Compañía Manufacturera Y Comercializadora De Aceros. (Tipo de postgrado). Escuela Superior del Litoral “EPSOL”. Recuperado de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/7930/1/D-38647.pdf>
- Sabino, C. (1992). The Investigation Process. Obtenido de [http://paginas.ufm.edu/sabino/ingles/book/proceso\\_investigacion.pdf](http://paginas.ufm.edu/sabino/ingles/book/proceso_investigacion.pdf)

Salas, E. (2000). Una introducción a la investigación científica. Perú: Salas Blas Edwin.  
Rescatado de <http://sbiblio.uandina.edu.pe/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=8879>

Somos empresa (2014). Comercio internacional e importaciones. Recuperado de [http://cybertesis.urp.edu.pe/bitstream/urp/1099/1/ADMINISTRACION%20DE%20NEGOCIOS\\_Camargo%20Camacho%20Julio\\_2016.pdf](http://cybertesis.urp.edu.pe/bitstream/urp/1099/1/ADMINISTRACION%20DE%20NEGOCIOS_Camargo%20Camacho%20Julio_2016.pdf)

SUNAT. (2013). La ley general de Aduanas. Sunat. Recuperado de [http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/importacion/consideraciones\\_generales.html](http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/importacion/consideraciones_generales.html)

Torres, A. & Triviño, W (2015). El análisis del impacto comercial de las barreras no arancelarias para las importaciones de perfiles de acero. (Tesis de Pregrado). Universidad Católica De Santiago de Guayaquil. Guayaquil, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/3262/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-163.pdf>

Urrunaga, R., Hiraoka, T., & Risso, A. (2014). Fundamentos de economía pública. (1.a ed.) Lima: Universidad del Pacífico. Obtenido de <http://repositorio.up.edu.pe/handle/11354/1159?show=full>

Vatglobal, (2019). How import taxes work. Recuperado de <https://www.vatglobal.com/vat-compliance-technical-vat-guides/how-import-taxes-work>

Viniegra, S. (2011). Understanding the Business Plan. Recuperado de <http://www.lulu.com/us/es/shop/sergio-viniegra/entendiendo-el-plan-de-negocios/paperback/product-654057.html>

Vogel, G. F. (2017, Nov/Dic). Alacero. The Steel Industry in Mexico, edición 565, 8, 2-4.  
Rescatado de

[https://www.alacero.org/sites/default/files/revista/pagina/al565\\_la\\_industria\\_del\\_acero\\_en\\_mexico.pdf](https://www.alacero.org/sites/default/files/revista/pagina/al565_la_industria_del_acero_en_mexico.pdf)

Weinberger, K. (2009). Plan de Negocios. (1° edición). Perú: Nathan Associates Inc. Consultado en: Biblioteca Universidad Señor de Sipán. Wheelers, S; Hirsh, E. (2000). Canales de distribución. San Francisco California: Norma.

WorldSteel Association. (2018). World Steel in Figures. China  
<https://www.worldsteel.org/en/dam/jcr:f9359dff-9546-4d6b-bed0-996201185b12/World+Steel+in+Figures+2018.pdf>

## ANEXOS

### ANEXO N° 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA PARA ELABORACIÓN DE PROYECTO DE TESIS

NOMBRE DEL ESTUDIANTE: Gálvez Dávila Kevin Alberto; Gonzales Orozco Rolando Junior

FACULTAD/ESCUELA: CIENCIAS EMPRESARIALES / ACADEMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

| PROBLEMA  | OBJETIVOS   | HIPÓTESIS  | VARIABLES                                    | TIPO DE INVESTIGACIÓN                               | POBLACIÓN   | TÉCNICAS  | MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS                                   |
|---|---|--|--|---|---|---|--|
| <p>¿De qué manera un plan de negocios ayudará a la importación de planchas de acero de china para la empresa FCG PROYSEMA EIRL?</p> | <p>Objetivo General:<br/>Implementar un plan negocios para la importación de planchas de acero de China en la empresa FCG PROYSEMA E.I.R.L</p> <p>Objetivo Específico:<br/>Diagnosticar la situación actual de la empresa FCG PROYSEMA EIRL sobre la adquisición y venta de planchas de acero en la ciudad de Pisco</p> | <p>La realización de un plan de negocios ayudará a la importación de planchas de acero de China en la empresa FCG PROYSEMA E.I.R.L</p> | <p>Variable Dependiente:<br/>Importación</p> | <p>Aplicativa – Cuantitativa</p>                    | <p>Primera Población: Gerencia y trabajadores de la empresa.<br/>Segunda Población: Expertos en Plan e Negocios e Importación</p> | <p>Entrevista<br/>Análisis Documental</p>   | <p>Se analizará los datos mediante Excel 2013 y Word 2013.</p> |
|   | <p>Describir el mercado internacional de proveedores de plancha de acero para la empresa FCG PROSEYMA EIRL</p>  |  |  | <p><b>DISEÑO</b></p>                                | <p><b>MUESTRA A</b></p>   | <p><b>INS TRUMENT OS</b></p>  |  |
|   | <p>Analizar el proceso de importación de planchas de acero de China para la empresa FCG PROSEYMA EIRL</p> <p>Diseñar un plan de negocios para importación de planchas de acero de China para la empresa FCG PROYSEMA EIRL.</p>  |  |  | <p>Variable Independiente:<br/>Plan de Negocios</p> | <p>Pre experimental</p>   | <p>Muestra de la primera población: Gerente de empresa, Félix Cano Gonzales y un trabajador del área de producción y comercialización.<br/>Muestra de la segunda Población: 5 expertos Sobre plan de negocios e importación</p> |  |

## ANEXO N°2: FORMATO PARA VALIDAR GUÍA DE ENTREVISTA

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

**CARRERA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES  
 INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACION**

**I. DATOS GENERALES:**

**1.1 Apellidos y Nombres del validador:**

**1.2 Grado académico, cargo e institución donde labora:**

**1.3 Nombre del Instrumento:**

**1.4 Título de la Investigación:**

**1.5 Autor(a):**

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:**

| INDICADORES                   | CRITERIOS   | Deficiente<br>00-20% | Regular<br>21-40% | Buena<br>41-60% | Muy Buena<br>61-80% | Excelente<br>81-100% |
|-------------------------------|---|----------------------|-------------------|-----------------|---------------------|----------------------|
| 1. CLARIDAD                   | Está formulado con lenguaje apropiado.                            |                      |                   |                 |                     |                      |
| 2. OBJETIVIDAD                | Está expresado en conductas observables.                          |                      |                   |                 |                     |                      |
| 3. ACTUALIDAD                 | Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.                 |                      |                   |                 |                     |                      |
| 4. SUFICIENCIA                | Comprende los aspectos en cantidad y calidad                      |                      |                   |                 |                     |                      |
| 5. INTENCIONALIDAD            | Adecuado para valorar aspectos de las estrategias o aplicaciones. |                      |                   |                 |                     |                      |
| 6. CONSISTENCIA               | Basado en aspectos teórico-científicos                            |                      |                   |                 |                     |                      |
| 7. COHERENCIA                 | Entre los índices, indicadores y las dimensiones.                 |                      |                   |                 |                     |                      |
| 8. METODOLOGIA                | La estrategia responde al propósito del trabajo.                  |                      |                   |                 |                     |                      |
| 9. PERTINENCIA                | El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación. |                      |                   |                 |                     |                      |
| <b>PROMEDIO DE VALIDACION</b> |   |                      |                   |                 |                     |                      |

**III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:** ..... %.

**IV: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

(...) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

(...) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lambayeque, .....de ..... 2018

.....  
Firma del Experto

**Entrevista N°1 GUIA DE ENTREVISTA A LOS EXPERTOS EN LA MATERIA**

Estimado señor(a) (ita), **conocedores** de su trayectoria académica y profesional, se le ha elegido como **JUEZ EXPERTO** para revisar el contenido de las preguntas relacionadas a cada variable (concepto teórico) del tema. Se le solicita marcar con una (X) el grado de pertinencia, calidad y adecuación de cada ítem con su respectivo concepto; los resultados de esta evaluación, servirán para determinar el coeficiente de validez de contenido del presente cuestionario.

**TITULO: Plan de negocios para la importación de planchas de acero de China para la empresa FCG PROYSEMA EIRL.**

**OBJETIVOS:** Implementar un plan de negocios para la importación de planchas de acero de China para la empresa FCG PROYSEMA EIRL.

| Ítems relacionados con los expertos en Plan de negocios e importación   | ¿Es pertinente con el concepto? |    | ¿Necesita mejorar la redacción? |    | ¿Es de conformidad para la tesis? |    |
|---|---------------------------------|----|---------------------------------|----|-----------------------------------|----|
|   | Si                              | No | Si                              | No | Si                                | No |
| 1. ¿De qué manera un plan de negocios mejorará la rentabilidad de una empresa?  |                                 |    |                                 |    |                                   |    |
| 2. Teniendo en cuenta el análisis financiero. ¿En dónde radica la importancia de realizar una evaluación financiera?  |                                 |    |                                 |    |                                   |    |
| 3. ¿Qué tan frecuente es hoy en día la importación de acero en el Perú?   |                                 |    |                                 |    |                                   |    |
| 4. ¿Qué tan frecuente es hoy en día la exportación de planchas de planchas de acero en el mundo y quienes serían los principales proveedores de esta materia prima? |                                 |    |                                 |    |                                   |    |
| 5. ¿Cuáles serían los impuestos y tributos que se gravan en la importación de planchas de acero procedentes de China?   |                                 |    |                                 |    |                                   |    |
| 6. ¿Cuál es el proceso de importación para planchas de acero de China?  |                                 |    |                                 |    |                                   |    |
| 7. ¿Cuáles son los impuestos que se consideran como costos dentro de una importación?   |                                 |    |                                 |    |                                   |    |
| <b>Ítems relacionados con el Gerente de la Empresa</b>  |                                 |    |                                 |    |                                   |    |
| 1. ¿Puede describir su empresa y cuáles son sus metas a corto y largo plazo?  |                                 |    |                                 |    |                                   |    |
| 2. ¿Qué medios o mecanismos utiliza usted para difundir datos generales de su empresa?  |                                 |    |                                 |    |                                   |    |
| 3. ¿Quiénes son sus principales proveedores, que cantidades en monto, volumen compran y cada que periodo realiza compras de materia prima?                          |                                 |    |                                 |    |                                   |    |
| 4. ¿Quiénes son sus clientes potenciales y que cantidades les vende?  |                                 |    |                                 |    |                                   |    |
| 5. ¿En qué medida la importación de planchas de acero como  |                                 |    |                                 |    |                                   |    |

|  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|
| materia prima mejorará su producción?  |  |  |  |  |  |  |
| 6. ¿Considera que un plan de negocios encaminará mejor su empresa y aumentará su rentabilidad?   |  |  |  |  |  |  |
| <b>Ítems relacionados con los trabajadores de la empresa<br/>FCG PROYSEMA EIRL.</b>  |  |  |  |  |  |  |
| 1. ¿De qué manera adquirir planchas de acero de China mejorará el servicio hacia sus clientes?   |  |  |  |  |  |  |
| 2. ¿De qué manera contar con la cantidad exacta y el tiempo exacto de la adquisición de la materia, a causa de la importación, beneficiará el trabajo en producción? |  |  |  |  |  |  |
| 3. ¿Qué aspectos mejorarían en las ventas de la empresa FCG PROYSEMA EIRL., posteriormente a una importación de planchas de acero?                                   |  |  |  |  |  |  |
| 4. ¿Cuáles serían los principales problemas que se afrontan al no importar, frente a los clientes?   |  |  |  |  |  |  |

**SUGERENCIAS:**

---



---



---



---

**Muchas gracias por su colaboración**

**Firma del experto**



## ANEXO N°3: FORMATO PARA VALIDAR ANÁLISIS DE CONTENIDO

### UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

#### CARRERA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

#### I. DATOS GENERALES:

1.1 Apellidos y Nombres del validador:

1.2 Grado académico, cargo e institución donde labora:

1.3 Nombre del Instrumento: Análisis de contenido.

1.4 Título de la Investigación: Plan de negocios para la importación de planchas de acero de China para la empresa FCG PROYSEMA EIRL.

1.5 Autor(a): Kevin Alberto Gálvez Dávila; Rolando Junior Gonzales Orozco

#### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

| INDICADORES                   | CRITERIOS   | Deficiente<br>00-20% | Regular<br>21-40% | Buena<br>41-60% | Muy Buena<br>61-80% | Excelente<br>81-100% |
|-------------------------------|---|----------------------|-------------------|-----------------|---------------------|----------------------|
| 1.CLARIDAD                    | Está formulado con lenguaje apropiado.                            |                      |                   |                 |                     |                      |
| 2.OBJETIVIDAD                 | Está expresado en conductas observables.                          |                      |                   |                 |                     |                      |
| 3.ACTUALIDAD                  | Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.                 |                      |                   |                 |                     |                      |
| 4.SUFICIENCIA                 | Comprende los aspectos en cantidad y calidad                      |                      |                   |                 |                     |                      |
| 5.INTENCIONALIDAD             | Adecuado para valorar aspectos de las estrategias o aplicaciones. |                      |                   |                 |                     |                      |
| 6.CONSISTENCIA                | Basado en aspectos teórico-científicos                            |                      |                   |                 |                     |                      |
| 7.COHERENCIA                  | Entre los índices, indicadores y las dimensiones.                 |                      |                   |                 |                     |                      |
| 8.METODOLOGIA                 | La estrategia responde al propósito del trabajo.                  |                      |                   |                 |                     |                      |
| 9. PERTINENCIA                | El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación. |                      |                   |                 |                     |                      |
| <b>PROMEDIO DE VALIDACION</b> |   |                      |                   |                 |                     |                      |

II. PROMEDIO DE VALORACIÓN: ..... %.

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

(...) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

(...) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lambayeque,.....de..... 2018

.....

Firma del Experto

Años de experiencia.....

DNI. N°.....Teléfono N°.....

## Análisis documental

### ANÁLISIS DE CONTENIDO

Estimado señor(a) (ita), conocedores de su trayectoria académica y profesional, se le ha elegido como **JUEZ EXPERTO** para revisar el contenido de las preguntas relacionadas a cada variable (concepto teórico) del tema. Se le solicita marcar con una (X) el grado de pertinencia, calidad y adecuación de cada ítem con su respectivo concepto; los resultados de esta evaluación, servirán para determinar el coeficiente de validez de contenido del presente cuestionario.

**TITULO:** Plan de negocios para la importación de planchas de acero de China para la empresa FCG PROYSEMA EIRL.

**OBJETIVO:** Diseñar un plan de negocios para la importación de planchas de acero de China para la empresa FCG PROYSEMA EIRL.

| Dime<br>nsión                                      | Indicadore<br>s (Ítems)                         | Docu<br>mentos a<br>revisar  | ¿Es<br>pertinente<br>con el<br>concepto? |    | ¿N<br>ecesita<br>mejorar la<br>redacción<br>? |    | ¿Es<br>de<br>conformidad<br>para la<br>tesis? |    |
|--|---|--|--|----|---|----|---|----|
|  |   |  | Si                                       | No | Sí  | No | Sí  | No |
| Análisis del<br>entorno y<br>estudio de<br>mercado | Estudio de<br>mercado de China                  | Base<br>de datos de<br>Trade Map,<br>Sunat, Siicex<br>y<br>documentos<br>otorgados<br>por la<br>empresa. |  |    |   |    |   |    |
| Análisis de la<br>industria                        | Empresas<br>importadoras de<br>plancha de acero |  |  |    |   |    |   |    |
|  | Proveedor<br>es de plancha de<br>acero          |  |  |    |   |    |   |    |
| Modelo y<br>evaluación<br>financiera               | Análisis de<br>Costos                           |  |  |    |   |    |   |    |
|  | VAN y TIR                                       |  |  |    |   |    |   |    |

**SUGERENCIAS:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Muchas gracias por su colaboración**

**Firma del experto**

## ANEXO N°4: COTIZACIÓN A OPERADOR LOGÍSTICO EN DESTINO

 Buenas tardes. Le saluda Rolando Gonzales, de la empresa FCG PROYSEMA E.I.R.L.

---

 Ventas Transnala  
para mí  
1:41 p. m. [Ver detalles](#)

Buenas tardes  
Estimado Sr. Gonzales  
Consulta:  
El contenedor hay que hacer a callao o se queda en Ica  
Saludos cordiales

Atte:

---


Rafael Laura Mancilla (Transnacional Laura S.A.C.)

**Central Telefónica:** (01) 549-9280  
**Cel.:** 98 717 7058  
**Claro:** 966 795 716

**Oficina:** Jr. Narciso de la Colina Nro. 530 Of. 301 - Surquillo

**TRANSNALA**  
Transnacional Laura S.A.C.  
División de Transporte de Carga Local / Nacional

--- En Fri, 15 Nov 2019 11:47:46 -0500 **Rolando Junior Gonzales Orozco** <[rolandojuniorgonzales@gmail.com](mailto:rolandojuniorgonzales@gmail.com)> escribió ---

 Ventas Transnala  
para mí  
4:07 p. m. [Ver detalles](#)

Buenas tardes Sr. Gonzalez  
El precio del servicio de transporte de Carga  
ida y vuelta seria la suma de S/2,500.00