



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION DE
EMPRESAS**

PLAN DE NEGOCIOS “IMPORTECH S.A.C”

**Trabajo de investigación para optar el grado de
Bachiller en Administración de Empresas**

Presentado por:

Elizabeth Armas Villanueva

Delia Arriola Soto

Raúl Alberto Paico Liñan

Bryan Yair Travezaño Capcha

LIMA – PERU

2019

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ANEXO 6

**RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
PARA OPTAR EL GRADO DE BACHILLER**

Fecha: 13 / 10 / 2019

TÍTULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:	GRUPO N° 7 PLAN DE NEGOCIOS: "IMPORTECH S.A.C"
COMENTARIO/ SUGERENCIAS/ RECOMENDACIONES/ OBSERVACIONES:	- Revisar cobertura geográfica del negocio. - Actualizar proyecciones financieras.

RESULTADO DEL TRABAJO FINAL					
*CODCAR	CÓDIGO	ALUMNO	CORREO ELECTRÓNICO	TELÉFONO	NOTA FINAL
ADMC	100032875	ARMAS VILLANUEVA, ELIZABETH	elyvillanueva1505@gmail.com	988058627	16
ADMC	100033629	ARRIOLA SOTO, DELIA	delia.arriola@hotmail.com	948603532	16
ADMC	100030732	PAICO LIÑAN, RAUL ALBERTO	raulpaicol@gmail.com	983832190	16
ADMC	100033631	TRAVEZAÑO CAPCHA, BRYAN YAIR	jair.travezano@gmail.com	977148760	16

****Nota final del curso aprobatoria (Excluir a quienes hayan desaprobado el curso)**

Leyenda:

NOTA	CALIFICACION
13-15	Aprobado
16-18	Aprobado – Muy Buena
19-20	Aprobado – Sobresaliente

CODCAR	CARRERA
ISE	Ingeniería de Sistemas Empresariales
ISIG	Ingeniería de Sistemas de Información y Gestión - CPE
IEN	Ingeniería Económica y de Negocios
ANI	Administración de Negocios Internacionales
MYA	Marketing y Administración
ADM	Administración de Empresas
ADMC	Administración de Empresas - CPE



Profesor del curso
Mg. Moisés Rafael Francisco de la Piedra Alegría

RESUMEN EJECUTIVO

¿Quiénes somos?

IMPORTECH S.A.C es un plan de negocio cuya pretensión es demostrar la factibilidad de nuestra idea de negocio, que consiste en la comercialización al por mayor de accesorios para dispositivos móviles.

Nuestro proyecto está orientado en abastecer a los empresarios minoristas del rubro que buscan una nueva forma de abastecimiento que se supla a sus necesidades, en la actualidad los negocios minoristas tienen que ir a los mercados mayoristas para abastecerse gastando recursos importantes como es el tiempo y dinero sumado al riesgo que implica salir a las calles de Lima con efectivo, también existe la necesidad de un servicio que vaya más allá del intercambio de bienes, con esto nos referimos a un servicio post – venta inexistente en el mercado.

Es por ello que nosotros ofreceremos 2 maneras de abastecimiento, tendremos una tienda virtual donde los minoristas puedan escoger los productos, como también la venta directa por catálogo, en ambas formas la entrega de los productos será en su mismo local.

Para nuestro estudio de mercado hemos recurrido a fuentes primarias (encuestas online) y secundarias, el análisis nos arroja que nuestro público objetivo es de un rango de edad entre 14-55 años, ubicados en la zona de Lima Metropolitana que pertenezcan a los sectores socioeconómicos B, C y D. Nuestra estrategia genérica es la de liderazgo en costos, para comercializar nuestro productos no nos abasteceremos de importadores locales sino que nosotros mismo realizaremos el proceso de importación para tener un mayor margen de ganancia. La estimación de la demanda nos arroja una cifra de 93084 de usuarios finales, para esta estimación nos hemos enfocado en los usuarios finales debido a la falta de información estadística sobre los minoristas del sector de accesorios para celular.

Para comenzar a operar requerimos de una inversión total de 33'000 soles, nuestro aporte es de 23000 nuevos soles, lo que significa el 69.7% de la inversión, el 30.3 % restante será financiada con medios externos.

Los resultados del análisis financiero nos arroja un VAN de 23,128.93 calculado con una tasa de descuento de 10% en el periodo de un año, podemos afirmar que si bien es cierto este resultado no sobrepasa el monto de la inversión, si lo hará en el segundo periodo. El TIR nos arroja un 23 % que es la tasa de interés máxima a la que es posible endeudarnos para financiar

el proyecto, sin que genere pérdidas. Nuestro Análisis de Costo Beneficio nos arroja la cifra de 1.13, por lo que asumimos que nuestro proyecto si es rentable económicamente ya que supera a la cifra unitaria (1).

Creemos que este proyecto puede tener buenas proyecciones de ventas debido a que el consumo de novedades tecnológicas está en constante crecimiento, el peruano se apoya cada vez más en la tecnología para facilitar su vida diaria y está atento a las novedades que aparecen en este sector.