TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

“IMPORTACIÓN DE PLANCHAS Y TUBOS DE ACERO DESDE QINGDAO - CHINA PARA SU COMERCIALIZACIÓN EN PERÚ”

Trabajo de investigación para optar el grado de
Bachiller en Administración de Negocios Internacionales

Segundo Fidel Chacon Rojas (0000-0003-0768-9034)

LIMA- PERÚ

2020

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ANEXO 6

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE BACHILLER POR PROFESOR DEL CURSO

Fecha: 25/07/2020

El profesor del curso evaluador del trabajo de investigación de Bachiller:

Mg. Hugo Jesús Salas Canales

En el curso de:

Seminario de Tesis I

Luego de evaluar el trabajo de investigación de Bachiller titulado:

"IMPORTACIÓN DE PLANCHAS Y TUBOS DE ACERO DESDE QINGDAO - CHINA PARA SU COMERCIALIZACIÓN EN PERÚ"

Presentado por el estudiante:

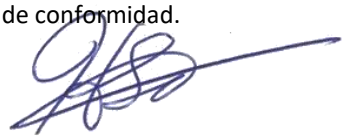
CÓDIGO	ALUMNO	CORREO ELECTRÓNICO	TELÉFONO
100033074	Chacon Rojas, Segundo Fidel	Fidelchacon0@gmail.com	933074590

Para optar al grado de Bachiller en: **Administración de Negocios Internacionales** en la carrera de **Administración de Negocios Internacionales**, de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Luego de haber evaluado el informe final del trabajo de investigación de Bachiller, concluye en calificar a:

CÓDIGO	ALUMNO	CALIFICACION	
100033074	Chacon Rojas, Segundo Fidel	**Aprobado (14)**	Desaprobado ( )

El profesor evaluador firma en señal de conformidad.



Mg. Hugo Jesús Salas Canales

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

Índice general

Índice de figuras vi

Índice de tablas vii

Resumen ejecutivo viii

Introducción 1

CAPITULO I: DESCRIPCION DE LA EMPRESA 3

1.1. Análisis del entorno 3

1.2. Sondeo de Mercado 7

1.2.1. Sondeo de mercado local 10

1.3. Análisis de la empresa 14

CAPITULO II: PLAN ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA 15

2.1. Visión 15

2.2. Misión 15

2.3. Objetivos estratégicos 15

2.4. Estrategia del negocio 16

2.5. Fuentes generadoras de la ventaja competitiva 16

CAPITULO III: PLAN DE MARKETING 17

3.1. Objetivos de marketing 17

3.2. Marketing mix 17

3.3. Descripción del producto o servicio 18

3.4. Estrategia de precio 22

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

3.5. Estrategia de distribución de plaza 22

3.6. Estrategia de promoción 23

3.7. Estrategia de servicio al cliente o postventa 24

3.8 Estrategia de posicionamiento 26

CAPITULO IV: PLAN DE OPERACIONES 27

4.1. Objetivos de operaciones 27

4.2. Actividades previas al inicio de la producción 27

4.3. Procesos de produccion del bien o servicio 29

CAPITULO V: DISEÑO DE ESTRUCTURA Y PLAN DE RECURSOS HUMANOS 30

5.1. Estrategias de reclutamiento, selección y contratación del personal 30

5.2. Estrategias de inducción, capacitación y evaluación del personal 31

5.3. Estrategias de motivación y desarrollo del personal 33

5.4. Políticas de remuneraciones y compensaciones 34

CAPITULO VI: PLAN FINANCIERO 35

6.1. Historia financiera de la empresa 35

6.2. Datos, supuestos y políticas económicas y financieras 38

6.3. Plan de ventas de la empresa 39

6.4. Análisis de costos 39

6.5. Punto de equilibrio de la empresa 40

6.6. Adquisición de materiales e insumos para la producción 41

6.7. Inversión inicial 43

6.8. Capital de trabajo 44

6.9. Fuentes de financiamiento 45

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

6.10. Proyección de flujo de caja **46**

6.11. Análisis de rentabilidad **47**

6.12. Estado de Ganancias y Pérdidas proyectado de la empresa **49**

6.13. Balance General proyectado de la empresa **50**

6.14. Análisis de sensibilidad y riesgo de la empresa **51**

CAPITULO VII: DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO GERENCIAL DE LA EMPRESA **53**

7.1. Descripción del equipo gerencial de la empresa **53**

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

Índice de figuras

Número		Página
1	Tubos de acero galvanizado en el almacén de la empresa	8
2	Tubos negros lac. en el almacén de la empresa	8
3	Variedad de medidas en ángulos en el almacén de la empresa	9
4	Descripción del servicio con maquina tronzadora	9
5	Descripción de oxicorte con carrito	24
6	Descripción de oxicorte con pantógrafo CG-150	25
7	Descripción de oxicorte por proceso manual con caña oxicorte	25
8	Descripción de la producción de materiales de acero	28
9	Convocatoria Pública Mediante Avisos Físicos y Virtuales	30
10	Estado de situación financiera de Inv. El Milagro de Jehová SAC	35
11	Estado de resultados de Inversiones El Milagro de Jehová SAC	36
12	Flujo de caja de Inversiones El Milagro de Jehová SAC	37
13	Proyecciones macroeconómicas en el Perú, periodo 2018-2021	38
14	Ventas proyectadas para el año 2021	39
15	Costos y gastos establecidos para el periodo 2021-2025	39
16	Punto de equilibrio año 2021	40
17	Costos y gastos de importación para planchas de acero	41
18	Costos y gastos para la importación de tubos de acero	42
19	Activos fijos tangibles e intangibles de la empresa	43
20	El déficit máximo acumulado en el capital de trabajo	44
21	Estructura de financiamiento para el periodo 2021-2025	45
22	Flujo de caja proyectado periodo 2021-2025	46
23	Rentabilidad obtenida	47
24	Estado de resultados de la empresa	49
25	Estado de situación financiera	50
26	Sensibilidad y riesgo de la empresa	51
27	Estructura organizacional de la empresa	53

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

Índice de tablas

Número		Página
1	Proveedores vigentes de Inversiones El Milagro de Jehová SAC	12
2	FODA de la Empresa	14
3	Objetivos estratégicos 2021 de Inv. El Milagro de Jehová SAC	15
4	Medidas impositivas aplicadas a la subpartida 7306.61.00.00	18
5	Especificaciones técnicas para tubos de acero	19
6	Especificaciones para planchas de acero	19
7	Lista de tubos de acero para importar	20
8	Medidas impositivas aplicadas a la subpartida 7219.21.00.00	21
9	Lista de planchas de acero ASTM-A36 para importar	22
10	Estrategia de distribución de la empresa	23
11	Estrategia mediante diferenciación	26
12	Modalidad de capacitación del personal en la empresa	32

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

Resumen ejecutivo

La empresa Inversiones El Milagro de Jehová SAC, es una empresa dedicada a la comercialización de materiales en acero al carbón para la industria metálica a nivel nacional, logrando satisfacer las necesidades y puntualidad en la entrega para clientes que dedican sus actividades a la metalmecánica, tornería y estructuras metálicas, para los cuales ofrece una amplia variedad de productos tales como planchas de acero al carbón laminadas al caliente ASTM-A36 en espesores de 2mm-100mm, lisas y estriadas, tubos (cuadrado, rectangular y redondos) negros laminados al caliente y galvanizados, como también la venta de productos personalizados como piezas y figuras según muestra o medida obtenidos mediante el servicio de oxicorte. La comercialización de productos para estructuras metálicas es fundamental porque de ello se podrán fabricar puertas, ventanas, techos, carrocerías, piezas para maquinaria pesada, entre otros, obteniendo así una estrecha relación con los distintos sectores de la economía nacional.

El resultado de las operaciones financiera ejecutadas manifiesta que el proyecto es factible, debido a que se obtuvo un rendimiento favorable de 8,31% y 8,40% para el cuarto y quinto periodo anual, según lo estipulado líneas arriba.

La respuesta del valor actual neto (VAN) en base al flujo de caja de libre disponibilidad (FCLD) se aproxima en una suma de S/ 2,240,002.94 y el VAN del flujo de caja neto del inversionista (FCNI) es de S/ 2,562,904.36, resultados bastante óptimos teniendo en cuenta el 100% de la inversión o una porción de esta teniendo en cuenta un resultado financieramente favorable. Asimismo, las tasas internas de retorno (TIR) de los flujos son preponderantes 183.14% en el FCLD y 601.73% en el FCNI, ambas mayores al WACC (costo promedio del capital) y COK (costo de oportunidad del capital), respectivamente. La etapa de recuperación de la inversión en el flujo

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

libre es de treinta y nueve meses en promedio, mientras que en el flujo inversionista es de 29 meses, aproximadamente, y para recuperar el capital de los accionistas. Las ventas proyectadas en el primer año son de S/ 5,014,500.00, para llegar al quinto año con un importe de S/ 13,571,000.00 como producto del aumento de compradores y prestación de servicios. Se proyecta lograr una ganancia el último periodo de una suma equivalente a S/ 1,158,632.46. Se realizará un financiamiento inicial por S/ 280,464.00, de lo cual se destinará un monto de S/ 80,464.00 para capital de trabajo y S/ 200,000.00 para activos fijo

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

Introducción

El propósito de elaborar un plan de negocios para la realización de importación de tubos y planchas en acero al carbón desde Qingdao - China fue concluir la factibilidad económica, financiera técnica, operativa y mercantil de la empresa Inversiones El Milagro de Jehová SAC, para proporcionar información que facilite en la toma de decisiones a los socios e inversionistas que deseen adherirse en el tema de las importaciones.

La presente investigación queda estructurada de la siguiente manera, en el capítulo I está compuesto por la descripción de la empresa, el análisis del entorno; el análisis (PESTE) el cual nos ayuda a identificar los factores que pueden influir de manera negativa o positivamente en el desarrollo de las actividades, el sondeo de mercado el cual brinda información sobre la propuesta de valor de la empresa y la identificación de los potenciales clientes de la empresa, como también de los competidores y proveedores.

En el capítulo II se redacta el plan estratégico de la empresa detallándose la visión, misión, objetivos estratégicos, la estrategia del negocio para poder ser una empresa competitiva como también lograr mayor participación en el mercado nacional.

En el capítulo III se desarrollará el plan de marketing, los objetivos, las características de los productos y la definición de la SUNAT para el tratamiento arancelario correspondiente a las mercancías de importación. En el capítulo IV se definirá el plan 2 de operaciones donde se determina también sus objetivos y

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

estrategias, se diseña el servicio y las labores de comercialización. En el capítulo V se planteará las estrategias de reclutamiento; selección; contratación y capacitación del personal; como también las estrategias de motivación y evaluación de desempeño en el cargo ocupacional. En el capítulo VI se redactará la historia financiera de la empresa, la obtención de datos supuestos y políticas económicas y financieras, el plan de ventas, los estados de resultados y los análisis de sensibilidad y riesgo de la empresa.

En el capítulo VII se detalla el equipo gerencial de la empresa encargado de la responsabilidad, planificación, dirección y control de la organización.

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

CAPITULO I: DESCRIPCION DE LA EMPRESA

1.1. Análisis del entorno

Realizar un análisis del entorno es un tema muy importante porque permite que una empresa pueda identificar los factores que pueden influir de manera negativa o positivamente en el desarrollo de sus actividades. Para ello el análisis debe centrarse en los siguientes factores para poderlos analizar.

1.1.1. Factor político – legal

La empresa para poder realizar sus importaciones deberá conocer los impuestos o tributos de importación que se aplican a las mercancías provenientes del exterior.

a. Tributos que gravan la importación en Perú

Con la información proporcionada por la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración (SUNAT). Los tributos aplicados a la importación son los siguientes.

- Derechos de AD-Valorem
- Derechos correctivos provisionales AD-Valorem
- Derechos específicos – Sistema de franja de precios
- Impuesto selectivo al consumo – ISC
- Impuesto de promoción municipal – IPM
- Derechos antidumping y compensatorios
- Régimen de percepción del IGV – Venta interna

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

1.1.2. Factor económico

La economía internacional y nacional debe analizarse, porque un conflicto entre los poderes que lideran la economía puede afectar a las naciones que dependen de ella, lo que tiene un impacto negativo. En marzo del 2018, Estados Unidos acusó al país de la República Popular de China de haber realizado prácticas comerciales desleales, decidiendo imponer un arancel del 50% a los productos originarios de China y prestando atención al aumento del porcentaje, en respuesta a lo cual el país asiático precisó el impuesto sobre todos los productos de América del Norte (EE.UU), esto genera una gran tensión entre ambos países que detectaron la guerra comercial, al igual que el retiro del Reino Unido de la Unión Europea también ha generado un caos para los inversionistas, aunque es cierto pertenece aún a la unión aduanera y tiene presencia en el mercado único.

Según el Banco Central de Reserva del Perú (2019), "las tensiones comerciales se han moderado tras el acuerdo logrado entre China y Estados Unidos, la incertidumbre en torno al Brexit se ha reducido tras los resultados de las elecciones parlamentarias en el Reino Unido." (p12)

Ahora, centrándonos en la economía nacional, podemos especificar que el sector de la industria metalúrgica en Perú contribuye al PBI nacional, que está orientado fundamentalmente a satisfacer las necesidades de otros sectores económicos

El Ministerio de la producción (PRODUCE, 2019), manifestó que el crecimiento en la producción de estructuras metálicas se debió al desarrollo positivo en el sector minero y la liberación de proyectos de inversión, alcanzando el 17,9% en el primer cuatrimestre del año en comparación con el año anterior.

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

La comercialización de productos para estructuras metálicas es fundamental porque de ello se podrán fabricar puertas, ventanas, techos, carrocerías, piezas para maquinaria pesada, entre otros, obteniendo así una estrecha relación con los distintos sectores de la economía nacional.

1.1.3. Factor social

En el Perú, el Fondo MIVIVIENDA promueve a que la población de los sectores medios y bajos tengan acceso al financiamiento hipotecario ofreciendo productos crediticios tales como:

- Nuevo crédito mivivienda (NCMV)
- Financiamiento complementario techo propio (FCTP)
- Mi terreno
- Mi proyecto

El Fondo MIVIVIENDA (FMV, 2018), da conocer que los productos y servicios ofrecidos por el FMV tienen presencia en los 24 departamentos del país, donde el 56% de las ubicaciones se encuentran en Lima y Callao, y un 44% en las demás regiones a nivel nacional.

Creado por el Estado Peruano con la finalidad de disminuir el déficit habitacional en la nación, a partir de la implementación de medios financieros para el provecho en el mejoramiento y la construcción de viviendas a clientes de los segmentos B, C y D de la población, a nivel nacional.

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

1.1.4. Factor ecológico

Estudios ambientales consideran que en un futuro la población mundial sufrirá los efectos de la contaminación del aire. Está en nosotros la responsabilidad de mantener un equilibrio entre la economía, en medio ambiente y la sociedad, más por la que hoy en día el cuidado medioambiental es un tema que nos concierne a todos.

> China para aminorar la contaminación está impulsando y/o motivando e incentivando la utilización de material en desuso para la producción de acero, reforzando una tendencia de largo plazo que hace que las acerías del primer productor den cada vez más preferencia al reciclaje en lugar de la materia prima. (Gestión, 2018)

1.1.5. Factor tecnológico

Cuando en una organización se trabaja de modo anticuado, con mecanismos tradicionales para el habilitado de las piezas, de corte con equipo mecánico como oxicorte y soldadoras manuales o semiautomáticas, la elaboración de estructuras será muy lenta y con un alto porcentaje de errores mediante todos los procesos siguientes:

- Recepción del material
- Corte y habilitado
- Armado y soldado
- Marcado y pintura

En la actualidad, existen máquinas y equipos de control numérico computarizado (CNC) con una capacidad de respuesta hasta en 200% de lo que se produce en un taller convencional. Además, estos equipos se alimentan con una información BIM, el objetivo

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

es ahorrar tiempo y obtener gran ventaja en la disminución de errores, contar con los equipos adecuados es poseer la ventaja competitiva.

1.2. Sondeo de Mercado

a. La propuesta de valor

La propuesta de valor de Inversiones El Milagro de Jehová SAC es brindar una alta gama de productos para cada segmento, orientados en la variedad

i. Producto

- Planchas lisas de acero estructural ASTM-A36 laminadas al caliente
- Planchas de acero galvanizado ASTM-A653
- Planchas estriadas ASTM-A36
- Tubos redondos
- Tubos cuadrados y rectangulares
- Ángulos
- Barras lisas y redondas
- Barra cuadrada

ii. Precio

El precio depende de la cantidad y especificaciones técnicas del producto

iii. Marca de proveedores

- Aceros Arequipa
- Miromina
- Comasa
- Tupemesa
- Inka tubos

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

iv. Calidad

- Tubos en la variedad de acero galvanizado descritas en la figura 1

Figura 1

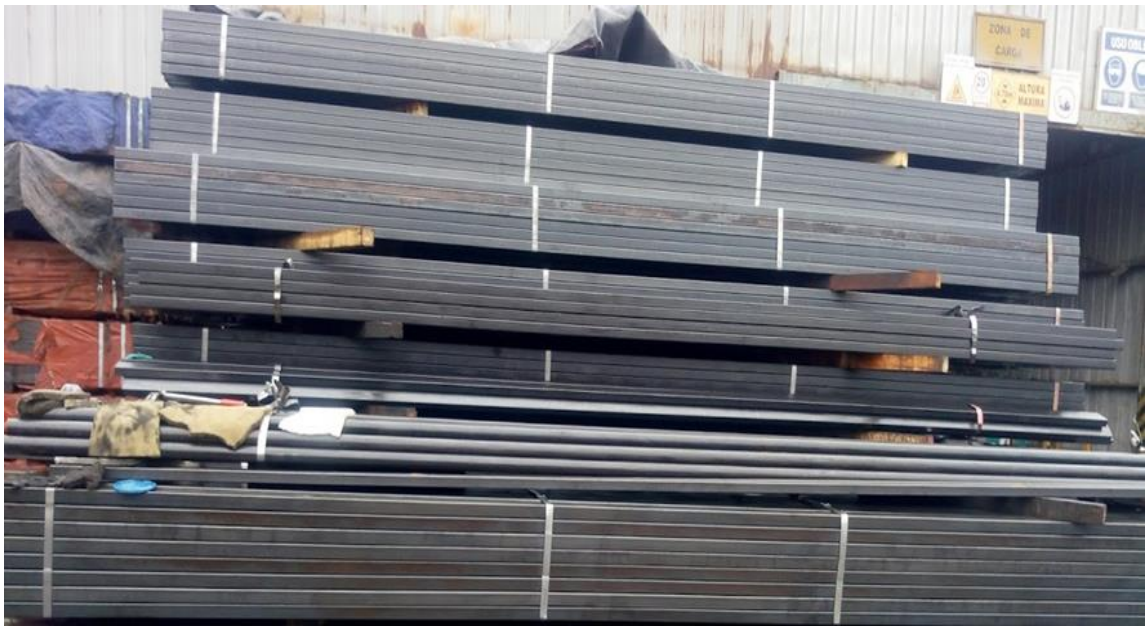
Tubos de acero galvanizado en el almacén de la empresa



- **Variedad, de tubos negros laminados al caliente**

Figura 2

Tubos negros laminados al caliente en el almacén de la empresa



Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

- Variedad de medidas de ángulos

Figura 3

Variedad de medidas en ángulos en el almacén de la empresa



b. EL valor agregado

El valor agregado de la empresa es ofrecer un corte gratis, esto en consideración de que los productos tienen una longitud que supera los 6 metros, el servicio agregado beneficia las modalidades y supera las dificultades de traslado del producto

Figura 4

Descripción del servicio con maquina tronzadora



Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

1.2.1. Sondeo de mercado local

La comercialización de productos para la industria metalúrgica es esencial porque se pueden fabricar puertas, ventanas, techos, carrocerías, piezas para maquinaria pesada, entre otros, obteniendo así una estrecha relación con los diferentes sectores de la economía nacional, minería, construcción, agropecuario, etc.

1.2.1.1. Clientes

La empresa Inversiones El Milagro de Jehová SAC, dedica sus actividades de comercialización de acero estructural y servicio de oxicorte enfocados a los siguientes clientes

a. Carpintería con hierro

Los que dedican sus actividades y servicios en los siguientes procesos

- Fabricación de cerramientos.
- Fabricación de barandillas.
- Fabricación de escaleras y puertas.
- Servicios decorativos, reparaciones y mobiliarios.
- Fabricación de techos para almacenes industriales.

Para este segmento la empresa oferta los siguientes productos

- Perfiles y ángulos en diferentes medidas
- barras lisas, cuadradas y redondas
- tubos, cuadrados y redondos en la variedad de negros y galvanizados

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

b. Industria metálica

Los que dedican sus actividades a los siguientes procesos

- Fabricación de carrocerías (volquete, cisterna, baranda, remolques, compactadoras, etc.)
- Fabricación o reconstrucción de piezas para maquinaria minera, agrícola, etc.

Para este segmento nuestra propuesta de valor es ofrecerles los siguientes productos.

- Planchas de acero estructural laminados al caliente ASTM-A36 de 2400mm x 6000mm en espesores de 4mm-25mm
- Planchas de acero estructural laminados al caliente ASTM-A36 de 1500mm x 6000mm en espesores de 3mm-38mm
- Planchas de acero estructural laminados al caliente ASTM-A36 de 1500mm x 3000mm en espesores de 3mm-50mm
- Planchas de acero estructural laminados al caliente ASTM-A36 de 1200mm x 2400mm en espesores de 2mm-100mm
- Plancha de acero galvanizado de 1200mm x 2400mm en espesores de 0.5mm-3mm
- Planchas de acero estructural estriada ASTM-A36 laminada al caliente de 1200mm x 2400mm en espesores de 1.5mm-6mm

La empresa brinda el servicio de un corte gratis mediante oxicorte para el cliente, siempre y cuando el cliente adquiere la compra completa del producto

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

1.2.1.2. Los competidores

- Compra y venta de materiales, es la empresa más posicionada en el mercado posee marca propia en sus productos, y dedica parte de sus actividades a la importación de materiales
- Aceros Vázquez EIRL
- Aceros MPQ SAC
- Fierro Cosmin SA

1.2.1.3. proveedores

Tabla 1

Proveedores vigentes de Inversiones El Milagro de Jehová SAC

Razón social	Nombre comercial	RUC
Corporación Aceros Arequipa SA	Aceros Arequipa	20370146994
Tubos y Perfiles Metálicos SA	Tupemesa	20100151112
Comercial del Acero SA	Comasa	20100020361
Miromina SA	Miromina	20543847420
Precor SA	Precor	20505506481

La empresa “Inversiones El Milagro de Jehová SAC” ha decidido ir en busca de un proveedor internacional para realizar su primera importación, para ello la empresa contactará con varios proveedores, enviará la orden de compra a 15 proveedores, seleccionará 5 y evaluará los siguientes criterios para encontrar el proveedor indicado.

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

1.2.1.4. Criterios de evaluación de proveedores

- ✓ Precio unitario
- ✓ Formas de entrega (incoterms)
- ✓ Descuento comercial
- ✓ Transporte
- ✓ Seguro
- ✓ Descuento por superación del pedido
- ✓ Formas de pago (contado, crédito)
- ✓ Plazo de entrega

Los proveedores deben responder a las cotizaciones brindando información como la calidad del producto, cantidad disponible, garantías del producto.

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

1.3. Análisis de la empresa

Tabla 2

FODA de la Empresa

Matriz FODA de "Inversiones El Milagro de Jehová SAC"	
Fortalezas. ● Amplia cartera de productos ● Cartera de clientes bien definidas ● Venta de productos personalizados ● Personal capacitado. ● Amplia infraestructura ● Buena relación con proveedores	Oportunidades ● Fácil acceso a crédito para la ampliación del negocio. ● Innovación de nuevas tecnologías ● Crecimiento favorable en la industria metálica. ● Posicionamiento en la web ● Acceso a mercados internacionales ● Poca publicidad del negocio.
Debilidades ● Baja promoción de sus productos. ● La empresa no cuenta con un software para la evaluación y control.	Amenazas ● Inestabilidad en el precio del dólar ● Entrada de nuevos competidores ● Inseguridad ciudadana ● Crisis política.

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

CAPITULO II: PLAN ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA

2.1. Visión

"Contribuir al desarrollo social del país, posicionándonos al 2025 como una empresa líder en la comercialización de productos para la industria metálica a nivel nacional."

2.2. Misión

"Somos una empresa peruana, dedicada a la venta de materiales en acero para la industria metálica. Ofreciendo la venta de productos y servicios personalizados, para el cual contamos con un capital humano especializado."

2.3. Objetivos estratégicos

Tabla 3

Objetivos estratégicos 2021 de Inversiones El Milagro de Jehová SAC

	Objetivos estratégicos	Estrategias	Indicador	Metas cuatrimestralmente		
				1	2	3
I.	Aumentar las utilidades	Reducir costos	Porcentaje cuatrimestralmente	3%	5%	7%
		Aumentar las ventas	Reducción de gastos	7%	13%	17%
II.	Consolidar nuestra participación de mercado	Posicionarnos en provincias	Número de tiendas a nivel nacional	1	3	5
III.	Incrementar nuestra cartera de productos	Venta de nuevos productos	Número de nuevos productos vendidos	2	5	7

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

2.4. Estrategia del negocio

- ✓ Adquisición de equipos de oxicorte automatizados, para ofrecer un mejor servicio y la obtención de figuras o piezas de calidad.
- ✓ Adquirir equipos para corte de tubos y perfiles, y brindar el servicio de un corte gratis para que el cliente pueda trasladar de manera adecuada el producto.
- ✓ Implementar una página web empresarial, para ofrecer cotizaciones de nuestros productos en línea.
- ✓ Ampliar nuestra cartera de productos complementarios, pintura, discos de corte, hojas de sierra, soldadura.

2.5. Fuentes generadoras de la ventaja competitiva

- ➢ Garantiza la calidad de ventas y servicios
- ➢ Posee equipos de innovación tecnológica
- ➢ Cuenta con transporte y maquinaria para la manipulación de mercancías
- ➢ Realiza capacitaciones y charlas al personal
- ➢ Cuenta con página web
- ➢ Buena relación con clientes y proveedores
- ➢ Brinda servicio de un corte gratis mediante tronzadora para perfiles y oxicorte para planchas y ejes
- ➢ Brinda servicio de transporte gratis si la mercancía supera las 4 toneladas

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

CAPITULO III: PLAN DE MARKETING

3.1. Objetivos de marketing

La empresa trata de sobrevivir en este año 2020 por el tema del covid19, pero se proyecta al 2021

- Incrementar las ventas brutas en un 20% en el 2021 respecto al año 2019.
- Captar un 25% de nuevos clientes mediante páginas web durante el periodo 2021
- Alcanzar la fidelización de un 65% para el 2022 a través de seguimiento y comunicación con nuestros clientes

3.2. Marketing mix

El entorno digital ha cambiado la forma de promover productos y servicios, así como la práctica de cómo estudiar al consumidor para producir acciones adaptadas a sus necesidades.

Esencial para el marketing; Y si elige integrarlo con los elementos y factores determinantes en el marketing digital, podría afirmar que estar ubicado debido a una estrategia ganadora con la que será competente para atraer clientes potenciales y también influir en aquellos que creen en la empresa para proceder positivamente.

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

3.3. Descripción del producto o servicio

3.3.1. Descripción de tubos de acero

La SUNAT (2020), define a través del régimen arancelario por subpartida nacional las siguientes disposiciones impositivas para las mercaderías de la subpartida nacional 7306.61.00.00 (tubo de acero galvanizado y negro laminado al caliente de acción cuadrada o rectangular) establecidas para su ingreso al país.

Tabla 4

Medidas impositivas aplicadas a la subpartida nacional 7306.61.00.00

Gravámenes vigentes	Valor
Ad/Valorem.	0 %
Impuesto selectivo al consumo.	0%
Impuesto general a las ventas.	16 %
Impuesto de promoción municipal.	2 %
Derechos específicos.	No aplica
Derecho antidumping.	No aplica
Seguro.	0.75%
Sobretasa.	0%

Nota: Datos tomados de SUNAT (2020)

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

Tabla 5

Especificaciones técnicas para tubos de acero

Subpartida nacional	7306.61.00.00
Longitud	6m
Espesor	1.5mm – 2.0mm
Norma	ASTM A500
Técnica	Soldado, ERW laminado en caliente
Superficie	Engrasado (tratamiento anticorrosivo)
Recubrimiento	Negro, galvanizado
Embalaje	Engrasado / pintado, en paquetes y lona
Diseños	Cuadrado y rectangular
Usos	Estructuras metálicas

Tabla 6

Especificaciones para planchas de acero

Subpartida nacional	7219.21.00.00
Nombre del producto	placa de acero laminada en caliente
Dimensiones	1500mm x 6000mm
Espesor	Entre 12mm - 38m
Norma técnica	Estructural ASTM-A36
Superficie	Placa de acero lac. pintada de negro
Usos	Industria metálica

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

Tabla 7

Lista de tubos de acero para importar

Dimensiones	Peso / kl	Unidad	Variedad	P. total kl
25mm x 50mm x 2.0mm	13.3764	75	Galvanizado.	1003.23
25mm x 50mm x 2.0mm	13.3764	75	Negro.	1003.23
40mm x 60mm x 2.0mm	18.0864	56	Galvanizado.	1012.8384
40mm x 60mm x 2.0mm	18.0864	56	Negro.	1012.8384
40mm x 80mm x 2.0mm	21.8544	46	Galvanizado.	1005.3024
40mm x 80mm x 2.0mm	21.8544	46	Negro.	1005.3024
50mm x 100mm x 2.0mm	27.5064	36	Galvanizado.	990.2304
50mm x 100mm x 2.0mm	27.5064	36	Negro.	990.2304
50mm x 150mm x 2.0mm	36.9264	27	Galvanizado.	997.0128
50mm x 150mm x 2.0mm	36.9264	27	Negro.	997.0128
25mm x 25mm x 1.5mm	6.6411	150	Galvanizado.	996.165
25mm x 25mm x 1.5mm	6.6411	150	Negro.	996.165
32mm x 32mm x 1.5mm	8.6193	116	Galvanizado.	999.8388
32mm x 32mm x 1.5mm	8.6193	116	Negro.	999.8388
38mm x 38mm x 1.5mm	10.3149	96	Galvanizado.	990.2304
38mm x 38mm x 1.5mm	10.3149	96	Negro.	990.2304
38mm x 38mm x 1.8mm	12.27614	81	Galvanizado.	994.36734
38mm x 38mm x 1.8mm	12.27614	81	Negro.	994.36734
38mm x 38mm x 2.0mm	13.5648	74	Galvanizado.	1003.7952
38mm x 38mm x 2.0mm	13.5648	74	Negro.	1003.7952
50mm x 50mm x 2.00mm	18.0864	54	Galvanizado.	976.6656
50mm x 50mm x 2.00mm	18.0864	54	Negro.	976.6656
75mm x 75mm x 2.0mm	27.5064	36	Galvanizado.	990.2304
75mm x 75mm x 2.0mm	27.5064	36	Negro.	990.2304
100mm x 100mm x 2.0mm	36.9264	27	Galvanizado.	997.0128
100mm x 100mm x 2.0mm	36.9264	27	Negro.	997.0128
				25,913.8391

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

3.3.2. Placa de acero laminados al caliente ASTM-A36

La SUNAT (2020), define a través del tratamiento arancelario por subpartida nacional las siguientes medidas impositivas para las mercancías de la subpartida nacional 7219.21.00.00 (placas de acero lac. ASTM-36 de espesor superior a 10mm) establecidas para su ingreso al país, descritas en la siguiente tabla.

Tabla 8

Medidas impositivas aplicadas a la subpartida nacional 7219.21.00.00

Gravámenes vigentes	Valor
Ad/Valorem	0 %
Impuesto selectivo al consumo	0%
Impuesto general a las ventas	16 %
Impuesto de promoción municipal	2 %
Derechos específicos	No aplica
Derecho antidumping	No aplica
Seguro	0.75%
Sobretasa	0%
Unidad de medida	KG

Nota: datos tomados de SUNAT (2020)

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

Tabla 9

Lista de planchas de acero estructural LAC ASTM-A36 para importar

Dimensiones	Peso / kl	Cantidad requerida	Peso total / kl
6000mm x 1500mm x 12mm	847.00	3	2541.00
6000mm x 1500mm x 16mm	1130.00	3	3390.00
6000mm x 1500mm x 19mm	1342.00	3	4026.00
6000mm x 1500mm x 25mm	1766.00	3	5298.00
6000mm x 1500mm x 32mm	2261.00	2	4522.00
6000mm x 1500mm x 38mm	2685.00	2	5362.00
			25 139.00

3.4. Estrategia de precio

Descuento de un 3% en el precio para compras en una medida específica si el pedido supera el valor de S/ 1, 000. 00

3.5. Estrategia de distribución de plaza

El canal de distribución que utiliza la empresa Inversiones El Milagro de Jehová SAC, es un canal indirecto corto y exclusivo, es decir directamente con el cliente, es crucial tener en cuenta que la cadena o canal de distribución comprende hasta el punto final para la mercadería adquirida en cuestión no debe ser modificada, es decir, si este es alterada o modificada en otro producto nuevo, ello determinara la realización de una nueva cadena y se pondrá final al canal de distribución del inicio.

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

Tabla 10

Estrategia de distribución de la empresa

Productor	Minorista	Cliente
Corp. Aceros Arequipa		carpintería con hierro
Tupemesa	Inversiones El Milagro de Jehová SAC	Tornería
Precor		Industria metálica

La compañía llegará a sus clientes a través de la siguiente estrategia:

- Preservar la distribución directa con cobertura exclusiva.

  Continuar con atención inmediata, atención en la misma empresa

- Ampliar el canal de distribución directa

  Entrega de productos personalmente

- Adaptar la empresa a las nuevas tecnologías

  Realizar ventas y completar pedidos por medios electrónicos o llamadas telefónicas.

3.6. Estrategia de promoción

La empresa se promociona a través de un canal interactivo usa el teléfono para vender directamente a los clientes, lo que puede ser atractivo porque hay más información de los productos y servicios ofrecidos por organización, también llega al comprador con información de tiendas física y virtual utilizando medios electrónicos como el correo, el sitio web o las redes sociales, indicando imágenes, precios y medidas específicas de productos

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

3.7. Estrategia de servicio al cliente o postventa

La empresa cuenta con una cartera de productos diferenciados en marcas, variedades, precios, orientados a cada segmento de clientes, agregando el servicio de cortes, lo que marca la ventaja sobre la competencia.

3.7.1. Servicio de oxicorte

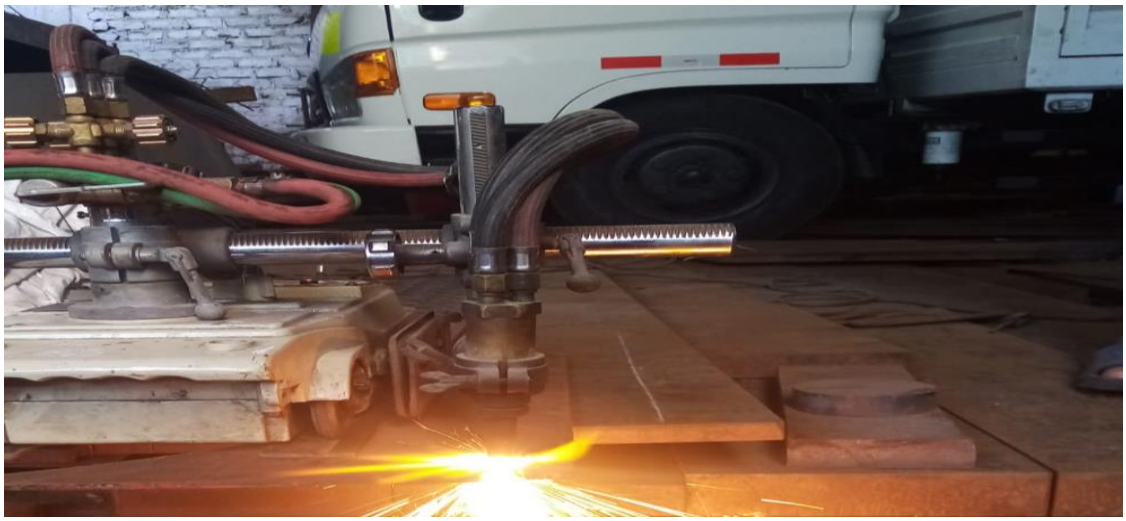
La empresa cuenta con un importante capital humano capacitado para brindar un servicio de calidad el cual permite que el cliente adquiera un producto mediante proceso de oxicorte para todo el segmento en general que se ajusta según muestra y medidas requeridas

a. Oxicorte con carrito

El carrito se desplaza vía riel realizando un corte automatizado brindando así un corte preciso en el acabado.

Figura 5

Descripción de oxicorte con carrito



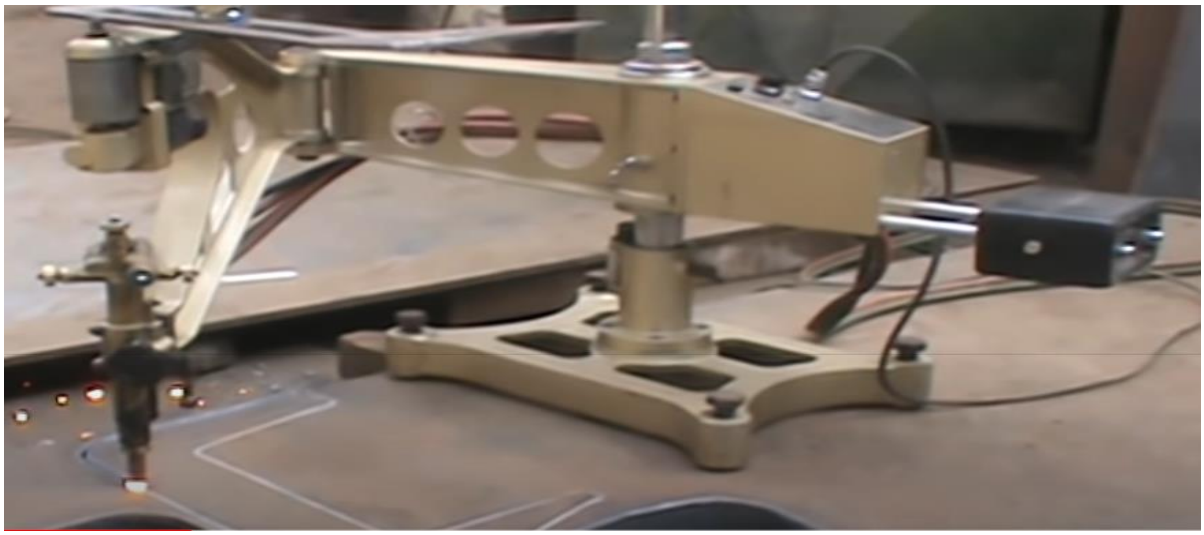
Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

b. Oxicorte con pantógrafo

El equipo utiliza un cabezal en donde se ajusta la muestra o figura, sobre el cual gira en antebrazo realizando el corte de acuerdo con la muestra

Figura 6

Descripción de oxicorte con pantógrafo CG-150



c. Oxicorte manual

El cortador regula la caña de oxicorte y realiza el corte mediante pulso

Figura 7

Descripción de oxicorte por proceso manual con caña oxicorte



Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

3.8 Estrategia de posicionamiento

a. Operación

- ➢ Comercialización de materiales para industria metálica
- ➢ servicio de oxicorte

b. Requerimiento e insumos

- ➢ Personal
- ➢ Maquinaria, montacarga y vehículos de carga
- ➢ Equipos de oxicorte, pantógrafo, carrito, caña, gas, oxigeno industrial
- ➢ Equipo de oficina, computadora, impresora
- ➢ Materiales de acero, planchas, tubos, perfiles

c. Resultados de los procesos de servicio

- ✔ Clientes satisfechos
- ✔ Obtención de productos personalizados según muestra y medida de acuerdo con la necesidad del cliente

3.8.1. Estrategia de Posicionamiento mediante diferenciación

Tabla 11

Estrategia mediante diferenciación

Marcas	Clientes	Variedad	Productos	servicios
Aceros Arequipa	Industria metálica	Galvanizados	Planchas	Corte
Precor	Tornería	Negros lac.	Tubos	oxicorte
Tupemesa	Estructuras		Perfiles	
Comasa	metálicas		Barras	

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

CAPITULO IV: PLAN DE OPERACIONES

4.1. Objetivos de operaciones

- Reducir el tiempo de entrega de productos y servicios durante el primer bimestre 2021 en un 30%.

La empresa para lograr este proceso medirá el tiempo de respuesta que demora entre la realización de la compra hasta la entrega del producto.

- Capacitación y charlas mensualmente para procesos de mejora durante el periodo 2021

La empresa quiere contar con una infraestructura adecuada donde exista innovación de la tecnología y un ambiente laboral positivo, como un trabajo en equipo.

- Aumentar la inversión en un 35% en el área de marketing en el primer bimestre del periodo 2021.

Inversión que ayudará a la empresa en los procesos de comercialización de productos y servicios

4.2. Actividades previas al inicio de la producción.

Responsabilidades del proveedor internacional

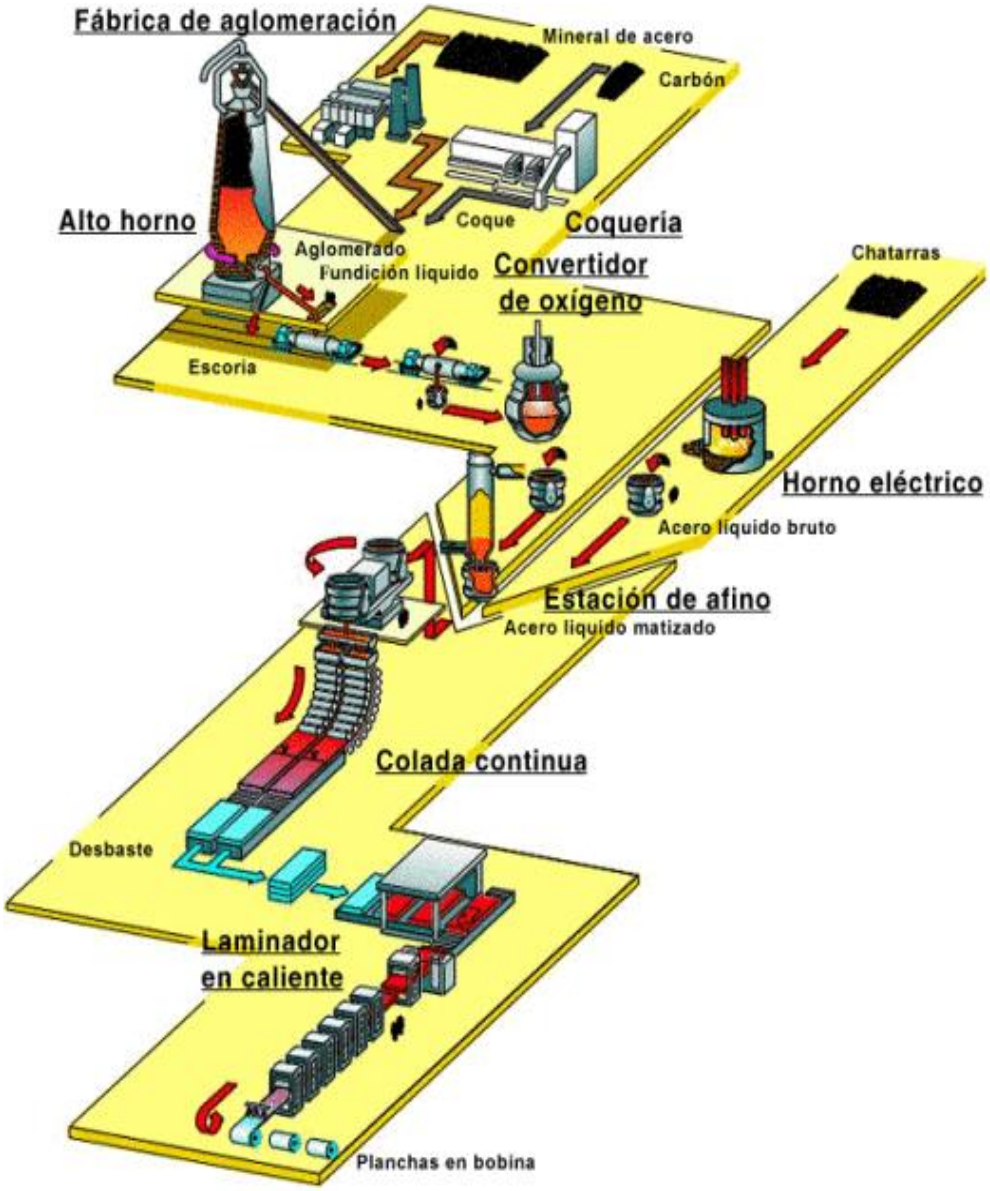
- Selección de materiales
- Inspección de materiales
- Habilitación de material
- Inspección con estándar ejecutivo
- Almacenamiento listo para producción

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

- Almacenamiento de productos terminados
- Empaquetado de los materiales listos para ser entregados
- Es el responsable de los costos, flete y seguro hasta puerto de destino

Figura 8

Descripción del Proceso de fabricación para productos de acero



Nota: Productos de Aceros Tres Espadas S.A.S. 2012

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

4.3. Procesos de producción del bien o servicio

Las responsabilidades de la empresa Inversiones El milagro de Jehová SAC, será el encargado del despacho aduanero y presentación de la documentación requerida ante las oficinas de Aduanas-Sunat.

- Contrato de un agente aduanero para el proceso de despacho
- Pagos de impuestos de la mercancía
- Pago del transportista desde el puerto marítimo del callao hasta los almacenes de la empresa
- Descarga de la mercancía
- Habilitación del material en los andamios de la empresa listos para la venta al público

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

CAPITULO V: DISEÑO DE ESTRUCTURA Y PLAN DE RECURSOS HUMANOS

5.1. Estrategias de reclutamiento, selección y contratación del personal

5.1.1 Estrategia de reclutamiento

Figura 9

Modelo de Convocatoria Pública Mediante Avisos Físicos y Virtuales

COVOCATORIA PÚBLICA

La empresa Inversiones El Milagro de Jehová SAC convoca a personas que estén interesadas para someterse al proceso de reclutamiento y selección de personal y formar parte del equipo dirigido a la comercialización de acero para estructura metálica, en el siguiente puesto

Analista de comercio exterior

1. Requisitos
   - Profesional de negocios internacionales
   - Conocimientos, en política internacional, legal, social y cultural
   - Conocimiento en economía nacional e internacional
   - Dominar, Excel, Word e inglés (avanzado)
2. Funciones del puesto
   - ➢ cotizaciones internacionales
   - ➢ logística internacional de mercancías
   - ➢ redacción y control documentario
   - ➢ calcular los costos de importación
   - ➢ conocer los regímenes especiales a la importación
3. Habilidades y competencias requeridas
   - ✓ Empatía
   - ✓ Comunicación oral
   - ✓ Cooperación
   - ✓ Autocontrol

Los interesados deben presentar su currículo vitae, fotocopia de credenciales académicos o enviarlos al correo electrónico Inverjehova@gmail.com , mayores especificaciones del cargo en nuestras oficinas Av. Urubamba 501-ate. Horario de 9.00am – 16.00pm

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

5.1.2. Selección de personal

Después del reclutamiento y preselección de tres candidatos para el puesto, la evaluación final se aplicará a través de la técnica de simulación donde el profesional tendrá éxito en la práctica de sus conocimientos y habilidades en los siguientes temas.

- Búsqueda de proveedores internacionales
- Comunicación con el proveedor vía telefónica
- Términos de negociación
- Redacción sobre documentación aduanera

5.2. Estrategias de inducción, capacitación y evaluación del personal

a. Estrategia de inducción

Todo colaborador nuevo debe ser orientado previamente a conocer

- La estructura de la empresa
- Políticas de la empresa
- Servicios y productos de comercialización
- Lugar y equipos de trabajo
- Historia de la empresa
- Su sueldo
- A quién debe recurrir para brindar la información y consultas

5.2.01. Capacitación del personal

Tabla 12

Modalidad de capacitación del personal en la empresa

Capacitación del personal	Beneficios

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

➢ Destrezas gerenciales	➢ Desarrollo de habilidades blandas
➢ Dirección de procesos y mejora continua	➢ satisfacción de las expectativas de los clientes
➢ Seguridad y bienestar ocupacional	➢ Prevenir accidentes de trabajo
➢ Gestión ambiental	➢ Logros en el desarrollo sostenible
➢ Perseverancia en el negocio	➢ Alcanzar las metas a largo plazo

b. Método de evaluación individual

La persona a cargo de la evaluación es el gerente de operaciones. Es responsabilidad exclusiva de medir el desempeño del personal a través de la observación, ya que la empresa solo tiene diez trabajadores.

- La conducta real en el puesto de trabajo

La empresa mide la modalidad del comportamiento en el personal para analizar los resultados de charlas y capacitaciones

- Nivel de eficacia

La empresa mide el grado de afectividad del empleado en el puesto de trabajo

- Responsabilidad del cargo

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

La empresa evalúa el compromiso del trabajador con el cargo a través del número de asistencias puntuales, permisos, faltas, horas extras

- La competitividad o desempeño del trabajador

La empresa mide el desempeño individual y trabajo en equipo para identificar el tipo de liderazgo que posee con la finalidad de posibles ascensos en cargos internos.

5.3. Estrategias de motivación y desarrollo del personal

La empresa aplica una estrategia enfocada en:

- Jornada laboral flexible

El trabajador debe tener un horario de equilibrio orientado a la empresa y al cuidado personal

- Disponibilidad de música suave para trabajar aumentando el optimismo
- Dispensador de agua, el agua reduce la fatiga y mejora el proceso inmunológico
- Exposición de logro alcanzados

5.3.1. Desarrollo organizacional para combatir el estrés y mejorar el desempeño

Parte del estrés es adquirido mediante el horario de trabajo trayendo consecuencias /que pueden afectar la presión arterial, reducción del apetito, malestares en el estado de ánimo, enojo, irritabilidad, dificultad a la hora de tomar decisiones de rutina, estar propenso a accidentes, etc.

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

a. Charlas motivacionales y capacitación del personal

La empresa realiza charlas motivacionales donde se busca que el trabajador comunique y participe en sugerencias de mejorar el área de trabajo y el de la organización el horario es de 8. 00am – 5.00pm cada fin mes

b. Actividades de deporte

Todos los miércoles por la tarde 2.00pm – 5.00pm, los trabajadores acuden a las prácticas de deporte con un precalentamiento antes de un partido de futsal.

5.4. Políticas de remuneraciones y compensaciones

El sistema de pagos de la empresa Inversiones El Milagro de Jehová SAC, es semanalmente, pero estimula a los trabajadores a cumplir los objetivos para alcanzar las metas trazadas.

5.4.01. Recompensas individuales mediante programas de salario variable

- Con base en el mérito

Remuneración mensual en base a la calificación de conducta del empleado

- Bonos

Recompensaciones anuales por el desempeño de los trabajadores según el nivel de utilidades alcanzadas

- Pagos con base en las aptitudes

  Incentivos semestrales en base al avance de conocimientos y desarrollos en planes de mejora.

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

CAPITULO VI: PLAN FINANCIERO

6.1. Historia financiera de la empresa

6.1.1 Estado de situación financiera

Figura 10

Estado de situación financiera de la empresa Inversiones El Milagro de Jehová SAC

(periodo 2015-2019)

Años	Año 2015 (en soles)	Año 2016 (en soles)	Año 2017 (en soles)	Año 2018 (en soles)	Año 2019 (en soles)
Activo	**111,964.00**	**915,972.71**	**1,813,679.04**	**3,459,140.69**	**4,388,880.53**
Efectivo	0.00	808,443.71	1,710,585.04	3,360,481.69	4,294,656.53
Capital de Trabajo (Caja)	80,364.00	80,364.00	80,364.00	80,364.00	80,364.00
Activo Fijo	31,600.00	31,600.00	31,600.00	31,600.00	31,600.00
Amortización de intangible	0.00	-500.00	-1,000.00	-1,500.00	-2,000.00
Depreciación	0.00	-3,935.00	-7,870.00	-11,805.00	-15,740.00
Pasivo y Patrimonio	**111,964.00**	**915,972.71**	**1,813,679.04**	**3,459,140.69**	**4,388,880.53**
Pasivo	**31,600.00**	**27,654.55**	**22,772.06**	**16,729.97**	**9,252.89**
Préstamo	31,600.00	31,600.00	31,600.00	31,600.00	31,600.00
Amortización	0.00	-3,945.45	-8,827.94	-14,870.03	-22,347.11
Patrimonio	**80,364.00**	**888,318.15**	**1,790,906.98**	**3,442,410.71**	**4,379,627.64**
Patrimonio	80,364.00	80,364.00	80,364.00	80,364.00	80,364.00
Resultado Acumulado	0.00	0.00	807,954.15	1,710,542.98	3,362,046.71
Resultado del Ejercicio	**0.00**	**807,954.15**	**902,588.83**	**1,651,503.73**	**937,216.93**

Nota: Datos proporcionados por la empresa Inv. El Milagro de Jehová SAC. 2020

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

6.1.2 Estado de resultados

Figura 11

Estado de resultados de la empresa Inversiones El Milagro de Jehová SAC

Años	Año 2015 (en soles)	Año 2016 (en soles)	Año 2017 (en soles)	Año 2018 (en soles)	Año 2019 (en soles)
Ingresos		4,680,000.00	6,519,000.00	9,990,000.00	6,854,500.00
Costo de Ventas		3,116,000.00	4,844,000.00	7,276,000.00	5,134,000.00
Utilidad Bruta		**1,564,000.00**	**1,675,000.00**	**2,714,000.00**	**1,720,500.00**
Gastos de Planilla		286,322.40	286,322.40	286,322.40	286,322.40
Gastos Operativos		111,444.00	91,944.00	91,944.00	91,944.00
Gastos de RRHH		17,920.00	17,920.00	17,920.00	17,920.00
Gastos RSE		15,300.00	15,300.00	15,300.00	15,300.00
Amortización de intangible		500.00	500.00	500.00	500.00
Depreciación		3,935.00	3,935.00	3,935.00	3,935.00
Utilidad Operativa		**1,128,578.60**	**1,259,078.60**	**2,298,078.60**	**1,304,578.60**
Gastos Financieros		6,420.05	5,483.01	4,323.41	2,888.42
Utilidad Antes de Impuestos		**1,122,158.55**	**1,253,595.59**	**2,293,755.19**	**1,301,690.18**
Impuesto a la Renta		314,204.39	351,006.77	642,251.45	364,473.25
Utilidad Neta		**807,954.15**	**902,588.83**	**1,651,503.73**	**937,216.93**

Nota: Datos proporcionados por la empresa Inv. El Milagro de Jehová SAC. 2020

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

6.1.3 Flujo de caja

Figura 12

Flujo de caja de la empresa Inversiones El Milagro de Jehová SAC

Años	2015 (en soles)	2016 (en soles)	2017 (en soles)	2018 (en soles)	2019 (en soles)
Ingresos		4,680,000.00	6,519,000.00	9,990,000.00	6,854,500.00
Costo de Ventas		3,116,000.00	4,844,000.00	7,276,000.00	5,134,000.00
Utilidad Bruta		**1,564,000.00**	**1,675,000.00**	**2,714,000.00**	**1,720,500.00**
Planilla		286,322.40	286,322.40	286,322.40	286,322.40
Gastos Operativos		111,444.00	91,944.00	91,944.00	91,944.00
Gastos de RRHH		7,920.00	17,920.00	17,920.00	17,920.00
Gastos RSE		15,300.00	15,300.00	15,300.00	15,300.00
Amortización de intangible		500.00	500.00	500.00	500.00
Depreciación		3,935.00	3,935.00	3,935.00	3,935.00
EBIT		**1,128,578.60**	**1,259,078.60**	**2,298,078.60**	**1,304,578.60**
Impuesto a la Renta		316,002.01	352,542.01	643,462.01	365,282.01
Depreciación		3,935.00	3,935.00	3,935.00	3,935.00
Amortización de intangible		500.00	500.00	500.00	500.00
Flujo Operativo		**817,011.59**	**910,971.59**	**1,659,051.59**	**943,731.59**
Activos Fijos	31,600.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Capital de trabajo	-80,364.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Flujo de Caja de Libre Disponibilidad (FCLD)	**-111,964.00**	**817,011.59**	**910,971.59**	**1,659,051.59**	**943,731.59**
Préstamo	31,600.00				
Cuota Anual		-10,365.50	-10,365.50	-10,365.50	-10,365.50
Escudo Fiscal		1,797.61	1,535.24	1,210.56	808.76
Flujo de Caja Neto Inversionista (FCNI)	**-80,364.00**	**808,443.71**	**902,141.33**	**1,649,896.65**	**934,174.85**

Nota: Datos proporcionados por la empresa Inv. El Milagro de Jehová SAC. 2020

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

6.2. Datos, supuestos y políticas económicas y financieras

Figura 13

Proyecciones macroeconómicas en el Perú, periodo 2018-2021

RESUMEN DE LAS PROYECCIONES

	2018	2019 1/		2020 1/		2021 1/
		RI Set.19	RI Dic.19	RI Set.19	RI Dic.19	RI Dic.19
Var. % real						
1. Producto bruto interno	4,0	2,7	2,3	3,8	3,8	3,8
2. Demanda interna	4,2	3,0	2,5	3,7	3,7	3,8
a. Consumo privado	3,8	3,0	3,0	3,7	3,5	3,7
b. Consumo público	0,8	2,0	2,0	2,5	2,5	2,5
c. Inversión privada fija	4,2	4,4	4,2	4,5	3,8	4,0
d. Inversión pública	6,8	0,5	-0,5	5,0	6,0	4,0
3. Exportaciones de bienes y servicios	2,7	0,9	0,1	5,6	4,5	4,8
4. Importaciones de bienes y servicios	3,2	1,8	0,5	5,6	4,0	4,8
5. Crecimiento de nuestros socios comerciales	3,7	3,1	3,0	3,2	3,1	3,3
Nota:						
Brecha del producto 2/ (%)	-0,1	-1,4 ; -0,9	-1,4 ; -0,9	-1,3 ; -0,4	-1,3 ; -0,4	-0,9 ; 0,0
Var. %						
6. Inflación	2,2	2,0	1,9	2,0	2,0	2,0
7. Inflación esperada 3/	2,1	2,2	2,0	2,4	2,2	2,4
8. Depreciación esperada 3/	4,2	0,3	0,0	-0,3	0,1	-0,4
9. Términos de intercambio	-0,4	-2,6	-1,4	-1,1	0,0	-0,9
a. Precios de exportación	6,3	-3,6	-3,1	-0,2	0,7	0,2
b. Precios de importación	6,7	-1,1	-1,7	0,9	0,7	1,1
Var. %						
10. Circulante	7,9	5,7	5,2	6,0	6,0	6,0
11. Crédito al sector privado	8,7	7,3	7,9	8,5	8,5	8,5
% PBI						
12. Inversión bruta fija	22,4	22,6	22,5	22,8	22,5	22,7
13. Cuenta corriente de la balanza de pagos	-1,6	-1,9	-1,6	-2,1	-1,6	-1,6
14. Balanza comercial	3,2	2,5	2,8	2,4	2,9	2,8
15. Financiamiento externo privado de largo plazo 4/	2,0	2,7	2,8	2,1	2,1	1,8
16. Ingresos corrientes del gobierno general	19,3	19,7	19,7	19,7	20,0	19,9
17. Gastos no financieros del gobierno general	20,2	20,2	20,1	20,1	20,3	20,3
18. Resultado económico del sector público no financiero	-2,3	-2,0	-1,7	-2,0	-1,7	-1,6
19. Saldo de deuda pública total	25,8	26,5	26,7	27,1	27,3	27,3
20. Saldo de deuda pública neta	11,3	13,0	12,6	14,4	13,7	14,6

Nota: BCRP (2019), panorama actual y proyecciones macroeconómicas 2019 – 2021

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

6.3. Plan de ventas de la empresa

Figura 14

Ventas proyectadas para el año 2021

Tipo de producto	Costo de Venta	Precio de Venta	Total, de kg por producto	PROYECCIÓN AÑO 2021	
				Costo Total	Ventas Totales
Planchas de acero ASTM - A36	S/ 3.26	S/ 3.80	430,000	S/ 1,401,800.00	S/ 1,634,000.00
Tubos de acero galvanizado	S/ 3.83	S/ 4.43	350,000	S/ 1,340,500.00	S/ 1,550,500.00
Tubos de acero negro lac	S/ 3.70	S/ 4.20	250,000	S/ 925,000.00	S/ 1,050,000.00
Planchas de acero ASTM-A36 cortado según muestra	S/ 3.26	S/ 6.00	130,000	S/ 423,800.00	S/ 780,000.00
	S/ 3.51	**S/ 4.61**	**1,160,000**	**S/ 4,091,100.00**	**S/ 5,014,500.00**

6.4. Análisis de costos

Figura 15

Costos y gastos establecidos para el proceso de comercialización periodo 2021-2025

	Año 2021 (en soles)	Año 2022 (en soles)	Año 2023 (en soles)	Año 2024 (en soles)	Año 2025 (en soles)
Compra de material	4091100.00	4500950.00	10487380.00	8138340.00	11503800.00
Planilla	286322.40	286322.40	286322.40	286322.40	286322.40
Gastos Operativos	111444.00	91944.00	91944.00	91944.00	91944.00
Gastos de RRHH	17920.00	17920.00	17920.00	17920.00	17920.00
Gastos RSE	14400.00	14400.00	14400.00	14400.00	14400.00
Total, en soles	**4521186.40**	**4911536.40**	**10897966.40**	**8548926.40**	**11914386.40**

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

6.5. Punto de equilibrio de la empresa

El punto de equilibrio operacional se consigue al comercializar una cantidad requerida de 82,3447.50 kilos, promediado para los 10 primeros meses del primer año, implicando la suma de S/ 379.622 en ventas, lo cual cubrirá los costos fijos del proyecto de S/ 415,686.40

Figura 16

Punto de equilibrio año 2021

Tipo de producto	% de Demanda Proyectada	Costo de Venta	Valor de Venta	Total, de kl por producto	PROYECCIÓN AÑO 2021	
					Costo Total	Ventas Totales
Planchas de acero ASTM - A36	40%	S/ 3.26	S/ 3.80	430,000	S/ 1,401,800.00	S/ 1,634,000.00
Tubos de acero galvanizado	25%	S/ 3.83	S/ 4.43	350,000	S/ 1,340,500.00	S/ 1,550,500.00
Tubos de acero negro lac	20%	S/ 3.70	S/ 4.20	250,000	S/ 925,000.00	S/ 1,050,000.00
Planchas de acero ASTM-A36 cortado según muestra	15%	S/ 3.26	S/ 6.00	130,000	S/ 423,800.00	S/ 780,000.00
	100%	**S/ 3.51**	**S/ 4.61**	**1,160,000**	**S/ 4,091,100.00**	**S/ 5,014,500.00**

Ingresos	100.00%	S/	1,749,109.67	
Costo de Ventas	76.23%	S/	1,333,423.27	
Margen de Contribución	23.77%	S/	415,686.40	
Costo Fijo		S/	415,686.40	
Punto de Equilibrio(kilos)	CF	S/	415,686.40	379,622
	Pv - Cv	S/	1.10	
Margen de Seguridad (S/.)	S/. 3,265,390.33			
Margen de Seguridad (%)	186.69%			

Costos Fijos (primer año)	Monto
Planilla	S/ 286,322.40
Gastos de RRHH	S/ 17,920.00
Gastos Operativos (incluye Pre Operativos)	S/ 111,444.00
Total	**S/ 415,686.40**

Tipo de Productos	Punto de Equilibrio (Venta en soles)
planchas de acero ASTM - A36	S/ 151,849
Tubos de acero galvanizado	S/ 94,906
tubos de acero negro lac.	S/ 75,924
planchas de acero ASTM -A36 cortadas según muestra	S/ 56,943
Total	**S/ 379,622**

6.6. Adquisición de materiales e insumos para la producción

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

Figura 17

Costos y gastos de importación para planchas de acero ASTM – A36

BASE IMPONIBLES			TASAS PARA PAGAR	
FOB	$ 14,000.00		**Tasa A/V**	0.00%
Flete	$ 1,575.00		**Tasa IGV**	18.00%
Seguro	$ 420		**Tasa Perc Trib**	3.50%
			Arancel de seguro	3.00%
CIF	**$ 15,995.00**			

COTIZACIÓN

	Valor venta	IGV	Precio
FLETE INTERNACIONAL + GASTOS DE TERCEROS en US$			
Flete internacional	$ 1,550.00		$ 1,550.00
BL fee	$ 25.00		$ 25.00
Handling	$ 100.00	$ 18.00	$ 118.00
vistos buenos y afines	$ 600.00		$ 600.00
Almacén	$ 1,100.00		$ 1,100.00
sub total aproximado			**$ 3,393.00**
TRAMITES DE NACIONALIZACION en US$			
Tramite aduanas	$ 100.00	$ 18.00	$ 118.00
Gastos ops	$ 50.00	$ 9.00	$ 59.00
Aforos*	$ 45.00	$ 8.10	$ 53.10
Transporte local	$ 235.00	$ 42.30	$ 277.30
sub total aproximado			**$ 507.40**
TOTAL APROXIMADO EN US$	**$**		**3,900.40**

DERECHOS APLICADOS SOBRE VALOR CIF (TIPO DE CAMBIO $ 1 USD = S/ 3.51 SOLES

CIF	**$ 15,995.00**	**(3.51)**	**S/**	**56,142.45**
Derechos			S/.	0
IGV			S/.	10,105.64
Perc. Tributaria			S/.	1,964.98
sub total aproximado			S/.	12,070.62
total APROXIMADO S/			**S/.**	**12,070.62**

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

Figura 18

Costos y gastos para la importación de tubos de acero

BASE IMPONIBLES			TASAS PARA PAGAR	
FOB	$ 17,940.00		**Tasa A/V**	0.00%
Flete	$ 1,575.00		**Tasa IGV**	18.00%
Seguro	$ 420.00		**Tasa Perc Trib**	3.50%
			Arancel de seguro	3.00%
CIF	**$ 19,935.00**			

COTIZACIÓN

	Valor venta	IGV	Precio
FLETE INTERNACIONAL + GASTOS DE TERCEROS en US$			
Flete internacional	$ 1,550.00		$ 1,550.00
BL fee	$ 25.00		$ 25.00
Handling	$ 100.00	$ 18.00	$ 118.00
vistos buenos y afines	$ 600.00		$ 600.00
Almacén	$ 1,100.00		$ 1,100.00
sub total aproximado			**$ 3,393.00**
TRAMITES DE NACIONALIZACION en US$			
Tramite aduanas	$ 100.00	$ 18.00	$ 118.00
Gastos ops	$ 50.00	$ 9.00	$ 59.00
Aforos*	$ 45.00	$ 8.10	$ 53.10
Transporte local	$ 235.00	$ 42.30	$ 277.30
sub total aproximado			**$ 507.40**
TOTAL APROXIMADO EN US$	**$**		**3,900.40**

DERECHOS APLICADOS SOBRE VALOR CIF (TIPO DE CAMBIO $ 1 US$ = S/ 3.51 SOLES

CIF			**S/ 69, 971.85**	
Derechos			S/	0
IGV			S/	12,594.93
Perc. Tributaria			S/	2,449-01
sub total aproximado			S/	15,594.93
Total, Aproximado S/			**S/**	15,594.93

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

6.7. Inversión inicial

figura 19

Activos fijos tangibles e intangibles de la empresa, Inversiones El Milagro de Jehová SAC

Activos Fijos Intangibles	**Cantidad**	**Monto Unitario**	**Monto total**
Licencia de antivirus	**1**	**S/ 300.00**	**S/ 300.00**
Diseño y Desarrollo de Web	1	S/ 5,000.00	S/ 5,000.00
Total, de Activos Fijos Intangibles			**S/ 5,300.00**

Activos Fijos Tangibles	**Cantidad**	**Monto unitario**	**Monto total**
Equipos informáticos	6	S/ 800.00	S/ 4,800.00
Servidor de red	1	S/ 2,000.00	S/ 2,000.00
Camiones	2	S/ 56,000.00	S/ 112,000.00
Computadoras Portátiles	6	S/ 1,000.00	S/ 6,000.00
Montacarga	1	S/ 25,000.00	S/ 25,000.00
Máquina de corte (tronzadora)	3	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00
Equipos de oxicorte	3	S/ 2,000.00	S/ 6,000.00
Sub total			**S/ 152,200.00**

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

6.8. Capital de trabajo

El déficit máximo acumulado es de -S/ 80, 000 .00, por lo que sería el monto de capital requerido para lograr financiar las operaciones en la empresa

Figura 20

El déficit máximo acumulado en el capital de trabajo

Año 1	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Ingresos	S/ -	S/ -	117190.56	171772.46	171772.46	171772.46
Egresos	-53132.00	-27332.00	-27332.00	-29432.00	-36082.00	-29432.00
Planilla	-19670.00	-19670.00	-19670.00	-19670.00	-28420.00	-19670.00
Gastos RRHH	-5200.00	S/ -	S/ -	-2100.00	S/ -	-2100.00
Gastos RSE	-1100.00	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
Gastos Operativos	-27162.00	-7662.00	-7662.00	-7662.00	-7662.00	-7662.00

Saldo Inicial	S/ -	-53132.00	-80464.00	9394.56	151735.02	287425.49
Ingresos	S/ -	S/ -	117190.56	171772.46	171772.46	171772.46
Egresos	-53132.00	-27332.00	-27332.00	-29432.00	-36082.00	-29432.00
Saldo Final	-53132.00	**-80464.00**	9394.56	151735.02	287425.49	429765.95

Año 1	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingresos	203879.47	203879.47	203879.47	123611.96	123611.96	123611.96
Egresos	-52892.00	-27332.00	-29432.00	-27332.00	-38182.00	-54392.00
Planilla	-37170.00	-19670.00	-19670.00	-19670.00	-28420.00	-37170.00
Gastos RRHH	-2160.00	S/ -	-2100.00	S/ -	-2100.00	-2160.00
Gastos RSE	-5900.00	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	-7400.00
Gastos Operativos	-7662.00	-7662.00	-7662.00	-7662.00	-7662.00	-7662.00

Saldo Inicial	429765.95	580753.42	757300.88	931748.35	1028028.31	1113458.27
Ingresos	203879.47	203879.47	203879.47	123611.96	123611.96	123611.96
Egresos	-52892.00	-27332.00	-29432.00	-27332.00	-38182.00	-54392.00
Saldo Final	580753.42	757300.88	931748.35	1028028.31	1113458.27	1182678.23

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

6.9. Fuentes de financiamiento

La inversión de la empresa está conformada por un 69% de activos fijos, y un 31% es capital de trabajo. El préstamo adquirido del banco será de S/ 200,000.00 con una tasa anual de 23,75%. La cuota al anual procederá en S/ 72,471.20. La información se detallará en la siguiente figura.

Figura 21

Estructura de financiamiento para el periodo 2021-2025

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO (SOLES)		
Activo Fijo	S/. 175,600.00	69%
Capital de trabajo	S/. 80,464.00	31%
Inversión total	S/. 256,064.00	100%
D/E	2.18	
D (deuda)	68.58%	
E (patrimonio)	31.42%	
Financiamiento	S/. 175,600.00	

Programa de Pago Bancario		
Monto del préstamo (S/.):	S/. 200,000.00	Soles
TEA	**23.75%**	Tasa promedio a Pequeña Empresa
Tasa efectiva mensual:	1.79%	Mensual
Plazo de amortización:	5	Años
Período:	60	Meses
Período de gracia:	0	Meses

Año	Deuda Inicial	Interés	Amortización	Servicio de Deuda	Saldo de deuda	Escudo Fiscal
0	S/ 200,000.00	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
1	S/ 175,028.80	S/ 47,500.00	S/ 24,971.20	S/ 72,471.20	S/ 175,028.80	S/ 13,300.00
2	S/ 144,126.94	S/ 41,569.34	S/ 30,901.86	S/ 72,471.20	S/ 144,126.94	S/11,639.42
3	S/105,885.89	S /34,230.15	S/ 38,241.05	S/ 72,471.20	S/ 105,885.89	S/ 9,584.44
4	S/ 58,562.59	S/ 25,147.90	S/ 47,323.30	S/ 72,471.20	S/ 58,562.59	S/ 7,041.41
5	S/ 0.00	S/ 13,908.61	S/ 58,562.59	S/ 72,471.20	S/ 0.00	S/ 3,894.41

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

6.10. Proyección de flujo de caja

Figura 22

Flujo de caja proyectado

Años	0	2021 (soles)	2022 (soles)	2023 (soles)	2024 (soles)	2025 (soles)
Ingresos		5,014,500.00	5,523,250.00	12,463,000.00	9,741,000.00	13,571,000.00
Costo de Ventas		4,091,100.00	4,500,950.00	10,487,380.00	8,138,340.00	11,503,800.00
Utilidad Bruta		**923,400.00**	**1,022,300.00**	**1,975,620.00**	**1,602,660.00**	**2,067,200.00**
Planilla		286,322.40	286,322.40	286,322.40	286,322.40	286,322.40
Gastos Operativos		111,444.00	91,944.00	91,944.00	91,944.00	91,944.00
Gastos de RRHH		17,920.00	17,920.00	17,920.00	17,920.00	17,920.00
Gastos RSE		14,400.00	14,400.00	14,400.00	14,400.00	14,400.00
Amortización de intangible		500.00	500.00	500.00	500.00	500.00
Depreciación		39,860.00	39,860.00	39,860.00	39,860.00	39,860.00
EBIT		**452,953.60**	**571,353.60**	**1,524,673.60**	**1,151,713.60**	**1,616,253.60**
Impuesto a la Renta		126,827.01	159,979.01	426,908.61	322,479.81	452,551.01
Depreciación		39,860.00	39,860.00	39,860.00	39,860.00	39,860.00
Amortización de intangible		500.00	500.00	500.00	500.00	500.00
Flujo Operativo		**366,486.59**	**451,734.59**	**1,138,124.99**	**869,593.79**	**1,204,062.59**
Activos Fijos	-175,600.00	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
Capital de trabajo	-S/ 80,464.00	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	80,464.00
Flujo de Caja de Libre Disponibilidad (FCLD)	**-256,064.00**	**366,486.59**	**451,734.59**	**1,138,124.99**	**869,593.79**	**1,204,062.59**
Préstamo	S/ 200,000.00					
Cuota Anual		- 65,604.44	- 65,604.44	- 65,604.44	- 65,604.44	- 65,604.44
Escudo Fiscal		11,377.31	9,716.72	7,661.75	5,118.72	1,971.72
Flujo de Caja Neto Inversionista (FCNI)	**-S/ 56,064.00**	**S/ 312,259.46**	**S/ 395,846.88**	**S/ 1,080,182.30**	**S/ 809,108.07**	**S/ 1,140,429.87**

Saldo Inicial de Caja		**S/ -**	**S/ 312,259.46**	**S/ 708,106.34**	**S/ 1,788,288.64**	**S/ 2,597,396.71**
Saldo Final de Caja		**S/ 312,259.46**	**S/ 708,106.34**	**S/ 1,788,288.64**	**S/ 2,597,396.71**	**S/ 3,737,826.58**

Rentabilidad		**6.23%**	**7.17%**	**8.67%**	**8.31%**	**8.40%**

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

6.11. Análisis de rentabilidad

Figura 23

Rentabilidad obtenida

		2021 (en soles)	2022 (en soles)	2023 (en soles)	2024 (en soles)	2025 (en soles)
Saldo Inicial de Caja		S/ -	312,259.46	708,106.34	1,788,288.64	2,597,396.71
Saldo Final de Caja		312,259.46	708,106.34	1,788,288.64	2,597,396.71	3,737,826.58
Rentabilidad		**6.23%**	**7.17%**	**8.67%**	**8.31%**	**8.40%**

VAN Libre - FCLD	S/ 2,240,002.94
TIR Libre - FCLD	183.14%
VAN Inversionista - FCNI	S/ 2,562,904.36
TIR Inversionista - FCNI	601.73%

PROYECTO FCLD		2021 (en soles)	2022 (en soles)	2023 (en soles)	2024 (en soles)	2025 (en soles)
Valor presente de los flujos	-S/ 256,064.00	318,360.00	340,882.07	746,055.57	495,174.25	595,595.06
Recupero descontado	-S/ 256,064.00	S/ 62,296.00	S/ 403,178.07	S/ 1,149,233.64	S/ 1,644,407.88	S/ 2,240,002.94
Periodo de recupero		1.00	1.00	1.00	1.00	-2.76

Payback FCLD	1.24	Años	3 años y 2 meses

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

INVERSIONISTA FCNI		2021	2022	2023	2024	2025
Valor presente de los flujos	**-S/ 56,064.00**	**S/ 281,849.26**	**S/ 322,500.07**	**S/ 794,329.96**	**S/ 537,046.28**	**S/ 683,242.79**
Recupero descontado	-S/ 56,064.00	S/ 225,785.26	S/ 548,285.33	S/ 1,342,615.29	S/ 1,879,661.57	S/ 2,562,904.36
Periodo de recupero		**1.00**	**1.00**	**1.00**	**-2.50**	

Playback FCNI	**0.50**	**Años**	**2 años y 5 meses**

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

6.12. Estado de Ganancias y Pérdidas proyectado de la empresa

Figura 24

Estado de resultados de la empresa

Años	0	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Ingresos		S/ 5,014,500.00	S/ 5,523,250.00	S/ 12,463,000.00	S/ 9,741,000.00	S/ 13,571,000.00
Costo de Ventas		S/ 4,091,100.00	S/ 4,500,950.00	S/ 10,487,380.00	S/ 8,138,340.00	S/ 11,503,800.00
Utilidad Bruta		**S/ 923,400.00**	**S/ 1,022,300.00**	**S/ 1,975,620.00**	**S/ 1,602,660.00**	**S/ 2,067,200.00**
Gastos de Planilla		S/ 286,322.40	S/ 286,322.40	S/ 286,322.40	S/ 286,322.40	S/ 286,322.40
Gastos Operativos		S/ 111,444.00	S/ 91,944.00	S/ 91,944.00	S/ 91,944.00	S/ 91,944.00
Gastos de RRHH		S/ 17,920.00	S/ 17,920.00	S/ 17,920.00	S/ 17,920.00	S/ 17,920.00
Gastos RSE		S/ 14,400.00	S/ 14,400.00	S/ 14,400.00	S/ 14,400.00	S/ 14,400.00
Amortización de intangible		S/ 500.00	S/ 500.00	S/ 500.00	S/ 500.00	S/ 500.00
Depreciación		S/ 39,860.00	S/ 39,860.00	S/ 39,860.00	S/ 39,860.00	S/ 39,860.00
Utilidad Operativa		**S/ 452,953.60**	**S/ 571,353.60**	**S/ 1,524,673.60**	**S/ 1,151,713.60**	**S/ 1,616,253.60**
Gastos Financieros		S/ 40,633.24	S/ 34,702.58	S/ 27,363.39	S/ 18,281.14	S/ 7,041.85
Utilidad Antes de Impuestos		**S/ 412,320.36**	**S/ 536,651.02**	**S/ 1,497,310.21**	**S/ 1,133,432.46**	**S/ 1,609,211.75**
Impuesto a la Renta		S/ 115,449.70	S/ 150,262.29	S/ 419,246.86	S/ 317,361.09	S/ 450,579.29
Utilidad Neta		**S/ 296,870.66**	**S/ 386,388.74**	**S/ 1,078,063.35**	**S/ 816,071.37**	**S/ 1,158,632.46**

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

6.13. Balance General proyectado de la empresa

Figura 25

Estado de situación financiera

Años	Año 0 (en soles)	Año 2021 (en soles)	Año 2022 (en soles)	Año 2023 (en soles)	Año 2024 (en soles)	Año 2025 (en soles)
Activo	**256064.00**	**527963.46**	**883450.34**	**1923272.64**	**2692020.71**	**3711626.58**
Efectivo	S/ -	312259.46	708106.34	1788288.64	2597396.71	3737826.58
Capital de Trabajo (Caja)	80464.00	80464.00	80464.00	80464.00	80464.00	S/ -
Activo Fijo	175600.00	175600.00	175600.00	175600.00	175600.00	175600.00
Amortización de intangible	S/ -	-500.00	-1000.00	-1500.00	-2000.00	-2500.00
Depreciación	S/ -	-39860.00	-79720.00	-119580.00	-159440.00	-199300.00
Pasivo y Patrimonio	**280464.00**	**552363.46**	**907850.34**	**1947672.64**	**2716420.71**	**3816490.58**
Pasivo	**200000.00**	**175028.80**	**144126.94**	**105885.89**	**58562.59**	**S/ -**
Préstamo	200000.00	200000.00	200000.00	200000.00	200000.00	200000.00
Amortización	S/ -	-24971.20	-55873.06	-94114.11	-141437.41	-200000.00
Patrimonio	**80464.00**	**377334.66**	**763723.40**	**1841786.75**	**2657858.13**	**3816490.58**
Patrimonio	80464.00	80464.00	80464.00	80464.00	80464.00	80464.00
Resultado Acumulado	S/ -	S/ -	296870.66	683259.40	1761322.75	2577394.13
Resultado del Ejercicio	**S/ -**	**296870.66**	**386388.74**	**1078063.35**	**816071.37**	**1158632.46**

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

6.14. Análisis de sensibilidad y riesgo de la empresa

Figura 26

Sensibilidad y riesgo de la empresa

Variables	Escenario Pesimista	Escenario Normal/ Actual	Escenario Optimista
Cambio de Variables Demanda e Ingresos	-20%	0%	20%
Valor de venta promedio	S/ 3.69	S/ 4.61	S/ 5.53
Costo de venta promedio	S/ 2.81	S/ 3.51	S/ 4.22
VAN Libre	S/ 1,792,002.36	S/ 2,240,002.94	S/ 2,688,003.53
Van Inversionista	S/ 2,050,323.49	S/ 2,562,904.36	S/ 3,075,485.23
TIR Libre	146.52%	183.14%	219.77%
TIR Inversionista	481.38%	601.73%	722.08%
Payback Libre	3 años y 10 meses	3 años y 2 meses	2 años y 7 meses
Payback Inversionista	2 años y 11 meses	2 años y 5 meses	1 año y 11 meses

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

Analizaremos algunos factores que pueden poner en riesgo a la empresa:

- **El tipo de cambio**

Según registros históricos el 16 de marzo del 2020 el dólar obtuvo el precio más alto alcanzando el tipo de cambio de S/ 3.557 en nuestro país la cifra más alta durante los últimos 16 años, el precio de costo de venta de los productos a importar ha sido adquirido mediante el tipo de cambio de S/ 3.51.

- **Derecho arancelario**

El cual es aplicado a la importación de mercancías; actualmente el acero (planchas, tubos, etc.) se encuentra en el nivel de 0% pero un aumento en el nivel de la base imponible sobre el valor CIF aduanero también pondría en riesgo la rentabilidad financiera, según el Acuerdo del Valor de la O.M.C. la tasa impositiva a la importación se da en cuatro (04) niveles: 0%, 4%, 6% y 11%, según subpartida nacional.

- **Recesión por el coronavirus**

La economía mundial se ha visto afectada por la pandemia del covid19 el cual es causante del cierre provisional de actividades a nivel internacional para prevenir el contagio de la epidemia por coronavirus. La economía de un país crece cuando existe un rendimiento en la producción de bienes y servicios. Los habitantes poseen el suficiente efectivo para consumir y las compañías poseen el talento de brindar una respuesta de satisfacción al cliente. Pero cuando sucede algo imprevisto e inesperado, el Producto Bruto Interno (PBI) se estanca o cae generando pérdidas.

Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento

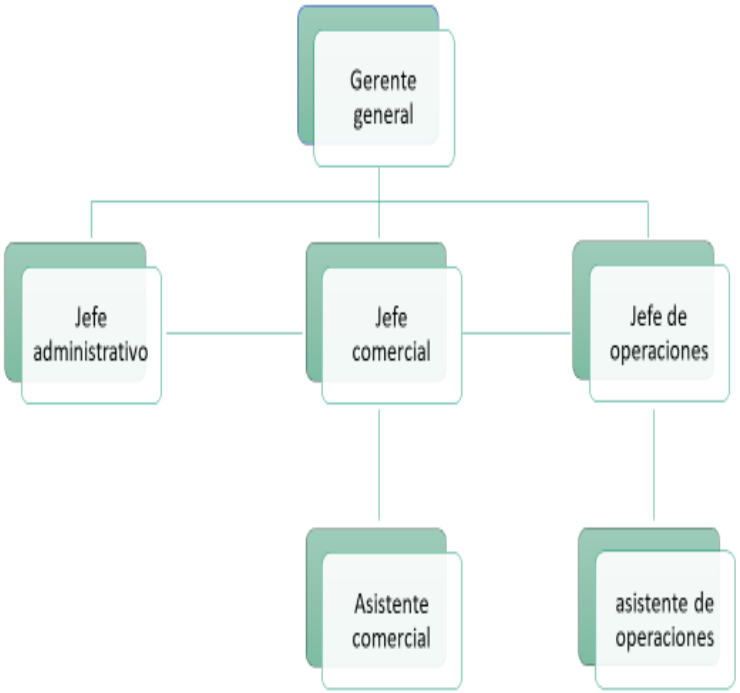
➢ CAPITULO VII: DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO GERENCIAL DE LA EMPRESA

7.1. Descripción del equipo gerencial de la empresa

El equipo gerencial de la empresa lo constituye el personal directivo de la empresa, la cual a su vez lo conforman sus funcionarios o jefes de primera línea, así como los asistentes, auxiliares y personal operativo de la empresa bajo la normatividad y/o políticas de trabajo, proporcionada por la Directiva de turno.

Figura 27

Estructura organizacional de la empresa Inversiones El Milagro de Jehová SAC



Trabajo de investigación publicado con autorización de los autores.
No olvide citar este documento