



FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

“PROYECTO DE INVERSIÓN: COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE JOYERÍA DE PLATA AL BROKER DEL MERCADO DE NEW YORK”

Autores:

1. Bachiller en Administración y Negocios Internacionales: LUQUE HUANCAPAZA, ILDEFONSO
2. Bachiller en Administración y Negocios Internacionales: RODRIGUEZ ORTIZ, MARILA

Asesor:

Mg. Fernando Lucio Cieza Paredes

Lima – Perú

2016

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA:.....	iii
AGRADECIMIENTO:.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
1. ANTECEDENTES	13
2. ENTORNO CONDICIONES GENERALES.....	16
2.1. Entorno Mundial	16
2.2. Entorno Nacional	18
2.3. Las condiciones del Perú y de la Ciudad de Lima.....	19
2.3.1. La realidad Política del Perú.....	19
2.3.2. La realidad Económica de Lima.....	20
2.3.3. La realidad Social de Lima.....	20
3. MERCADO OBJETIVO Y SUS PROYECCIONES	22
3.1. Personas a las que se llegara con la idea de negocio.....	22
3.2. Demanda Potencial	22
3.3. Características del grupo de personas al que espera llegar	24
3.4. El Segmento de nuestro Mercado Objetivo:.....	26
3.4.1. Sexo de nuestro mercado:.....	27
3.4.2. Los niveles de Ingresos de nuestros clientes.....	27
3.4.3. Los Hábitos de consumo de nuestros clientes	27
3.5. Grupo de personas en los próximos años	27
3.5.1. Tendencias esperadas de la demanda del producto.....	28
3.5.2. Tendencias del Mercado:	30
3.6. Diferencias de nuestro producto frente a la competencia	35
3.6.1. Ventajas comparativas.....	35
3.6.2. Ventajas competitivas.....	36
3.7. Análisis FODA de nuestro negocio	36
3.7.1. Análisis de Oportunidades	36
3.7.2. Análisis de Amenazas	36
3.8. Condiciones Internas del Proyecto	37
3.8.1. Análisis de Fortalezas.....	37
3.8.2. Análisis de Debilidades	37
3.9. Es mejor que el resto y llamara la atención del público	37
3.9.1. Bondades o ventajas del producto.....	37
3.10. Describe las características del producto o servicio que se ofrecerá.....	38
3.10.1. Estrategia de ingreso al mercado y crecimiento.....	38
3.10.2. Inicio de las operaciones de la empresa	38
3.10.3. Se empezará a vender el producto en:	38

3.10.4.	Estrategia para que la empresa crezca	39
3.10.5.	Razón por la cual la empresa crecerá	39
4.	INVESTIGACION DE MERCADO	39
4.1.	Los clientes	39
4.2.	El mercado: tamaño y tendencias	39
4.2.1.	El Mercado Potencial	40
4.2.2.	La Oferta en el Mercado.	40
4.2.3.	La Demanda Esperada:	41
4.3.	Hábitos de Consumo	41
4.3.1.	La competencia y sus ventajas	41
4.3.1.1.	La competencia en el mercado	41
4.3.1.2.	Características de la competencia	42
4.3.1.3.	Ventaja de los competidores:	42
4.3.1.4.	servicio que sea capaz de sustituir al que tú ofreces	42
4.3.2.	Estimación de la participación en el mercado y de las ventas	45
4.3.2.1.	Estimación de ventas:	45
4.3.2.2.	Proyección de ventas en los diez años	49
5.	PLAN DE MARKETING:	50
5.1.	Objetivos de ventas en el corto y mediano plazo	51
5.2.	Política de precios y precios de los productos.....	51
5.3.	Tácticas de ventas.....	52
5.4.	Estrategias para el crecimiento de las ventas:	53
5.4.1.	Estrategias de crecimiento vertical:	53
5.4.2.	Estrategias de crecimiento horizontal:	54
6.	PLAN DE OPERACIONES	55
6.1.	Localización Geográfica:	55
6.2	Lugar del Centro de Operaciones	56
6.3	Características del Centro de Producción y Comercialización	57
6.4	Análisis de la Ubicación del Centro de Producción y Comercialización	57
7.1	Administrador de la empresa:	57
7.2	Asistente de Administración y Marketing:	58
7.3	Asistente Contable y Financiero:	58
7.4	Supervisor de Ventas:	58
7.5	Ejecutivo de Ventas:	58
7.6	Recepción	58
7.7	Seguridad	58
7.8	Supervisor de Producción y de Calidad	59
7.9	Encargado de Almacén	59
7.10	Operario 1 y 2:	59
8.	PLAN DE INVERSIONES Y PRODUCCIÓN	59
8.1.	Plan de Inversiones:	59
8.1.1.	Inversión en Tangibles	59
8.2.	Egresos del Proyecto	70
9.	PLAN FINANCIERO:	92
9.1.	Flujo de efectivo proyectado	92
10.	RESULTADOS DEL PROYECTO:	97
10.1.	CONCLUSIONES:	101
10.2.	RECOMENDACIONES:	102
11.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	104

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1.	Datos Estadísticos de la Ciudad de Nueva York.....	22
Tabla N° 2.	Exportación de Joyería Peruana a USA, 2010-2012.....	29
Tabla N° 3.	Productos Potenciales de Joyería de Plata.....	30
Tabla N° 4.	Demanda Potencial.....	40
Tabla N° 5.	Mercado Potencial para Joyas.....	46
Tabla N° 6.	Frecuencia Semanal de Ventas de los Productos.....	47
Tabla N° 7.	Ingreso esperado de ventas anualizadas.....	48
Tabla N° 8.	Flujo de Ventas de los Diez Años.....	49
Tabla N° 9.	Precio de los Productos.....	52
Tabla N° 10.	Inversión en activos para adecuación de local.....	60
Tabla N° 11.	Muebles y Enseres.....	61
Tabla N° 12.	Inversión en Vehículos de transporte del producto.....	62
Tabla N° 13.	Adquisición de equipos.....	63
Tabla N° 14.	Inversión en Equipos de Telefonía.....	64
Tabla N° 15.	Herramientas de Almacén.....	65
Tabla N° 16.	Inversión en Software.....	66
Tabla N° 17.	Permisos y Licencias para entrar en funcionamiento.....	67
Tabla N° 18.	Inversión Anual en Activos Tangibles e Intangibles.....	68
Tabla N° 19.	Capital de Trabajo.....	68
Tabla N° 20.	Depreciación de activos.....	69
Tabla N° 21.	Sueldos y salarios mensuales.....	70
Tabla N° 22.	Obligaciones Laborales Anuales.....	72
Tabla N° 23.	Materiales de Oficina - Mensual.....	73
Tabla N° 24.	Materiales de Mantenimiento - Mensual.....	74
Tabla N° 25.	Ferías y Viajes Internacionales.....	75
Tabla N° 26.	Materiales de Marketing - Mensual.....	76
Tabla N° 27.	Gastos de Mantenimiento de Oficina y Marketing.....	77
Tabla N° 28.	Diversos Servicios Fijos - Mensual.....	78
Tabla N° 29.	Diversos Servicios Fijos Anuales.....	80
Tabla N° 30.	Gasto Mensual de Gasolina.....	82
Tabla N° 31.	Gasto de Combustible Anual.....	83
Tabla N° 32.	Costo de Mantenimiento Preventivo Anual.....	84
Tabla N° 33.	Costo de Seguros.....	85
Tabla N° 34.	Costo de Insumos de Aretes Tinajona.....	86
Tabla N° 35.	Costo de Insumos de Dije Tinajona.....	87
Tabla N° 36.	Costo de Insumos de Anillo Tinajona.....	88
Tabla N° 37.	Costo de Insumos de Collar Tinajona.....	89
Tabla N° 38.	Costo de Insumos de Pendant.....	90
Tabla N° 39.	Costo de Ventas Anual.....	91
Tabla N° 40.	Flujo de Caja Proyectado por los 10 Años. Inversiones.....	92
Tabla N° 41.	Flujo Total de Ingresos – 10 Años.....	93
Tabla N° 42.	Flujo Total de Egresos – 10 Años.....	94
Tabla N° 43.	Flujo Neto del Proyecto y Saldo Acumulado del Flujo.....	96
Tabla N° 44.	Resultado del VAN Anualizado.....	97
Tabla N° 45.	Resultado acumulado del VAN.....	98
Tabla N° 46.	TIR y VAN.....	99
Tabla N° 47.	Periodo de Recuperación de Capital.....	100

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1.	Precio del Oro y la Plata, Ene-Abril, 2016.....	18
Gráfico N° 2.	Porcentaje de Consumo de Joyas en EEUU por Rango de Edad	25
Gráfico N° 3.	Porcentaje de Joyas en EEUU por Grupo Étnico	25
Gráfico N° 4.	Joyas con Motivos de Animales	31
Gráfico N° 5.	Joyas con Motivos Florales	31
Gráfico N° 6.	Anillos Apilados	32
Gráfico N° 7.	Joyas con Púas	33
Gráfico N° 8.	Joyas Personalizadas	34
Gráfico N° 9.	Aretes que Cubren la Oreja.....	35
Gráfico N° 10.	Bisutería Artesanal	43
Gráfico N° 11.	Bisutería Collar	44
Gráfico N° 12.	Bisutería de alta Gamma	45
Gráfico N° 13.	Logo de la empresa Moema Joyas	50
Gráfico N° 14.	Eslogan de Ventas	52
Gráfico N° 15.	Distancia entre Local y Aeropuerto	55
Gráfico N° 16.	Imagen de Galerías Unidas.....	56
Gráfico N° 17.	Ubicación del Local	56
Gráfico N° 18.	Características del Local	57

RESUMEN

El presente trabajo, es un proyecto de inversión de comercialización y distribución de joyería de plata al bróker del mercado de la Ciudad de Nueva York, en los Estados Unidos. El ciclo de vida del proyecto es de diez años.

El análisis del mercado evidencia que las condiciones para poner en marcha dicho proyecto son favorables. Esto debido a que, Estados Unidos es el mayor importador de joyería en el mundo. Además, posee un PBI-Per capita superior al promedio del continente.

La comercialización está centrada en el bróker de la Ciudad de New York que nos dará acceso al mercado en mención. Para ello, se ofrecerá productos innovadores de acuerdo a las tendencias del mercado.

El plan de operaciones establece que dicho proceso inicia con la recepción de los productos elaborados por nuestro proveedor, luego en el centro de operaciones, los productos son pulidos para quitar todas las imperfecciones e impurezas. Posterior a ello, se realiza el empaque y embalaje de cada producto para ser llevados al punto de acuerdo, en este caso el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez.

La empresa tendrá el nombre comercial de Moema Joyas S.A.C. y está conformada por el Gerente de la compañía, también contará con un asistente contable, un asistente de marketing, un supervisor de ventas y un supervisor de producción.

El proyecto requiere una inversión de S/ 878 037, de las cuales S/ 250 000, es financiado con un préstamo del sistema bancario, que será pagado en cinco años a una tasa de interés anual de 35%

La evaluación financiera muestra que el proyecto es viable. Esto se ve reflejado en el Valor Actual Neto de S/ 2 558 574 y una Tasa interna de retorno de 37% La recuperación del capital invertido se evidencia en el tercer año. Para ello, se ha considerado un costo de oportunidad de capital de 17%.

ABSTRACT

This work is an investment project marketing and distribution of silver jewelry market Bróker New York in the United States. The Project life cycle is ten years.

Market analysis shows that the conditions for implementing the Project are favorable. This because the United States is the largest importer of jewelry in the world. It also has a GDP-Per cápita higher than the average of the continent.

Marketing focused on the bróker of the New York that will give us access to the market in question. To this end, innovate products according to market trends will be offered.

The operations plan states that this process begins with the receipt of the products manufactured by our supplier, then the operations center, products are polished to remove all imperfections and impurities. Following this, the packing and packaging of each product to be taken to the point of agreement, in this case the Jorge Chavez International Airport is performed.

The company will have the Brand name Moema Joyas S.A.C. and is made by the manager of the company, will also feature an accounting assistant, marketing assistant, supervisor of sales and production supervisor.

The Project requires an investment of S/ 878 037, of which S/ 250 000, is funded with a loan from the banking system, which will be paid in five years at an annual interest rate of 35%.

The financial assessment shows that the project is viable. This is reflected in the Net Present Value of S/ 2 558 574 and an internal rate of return of 37% recovery of invested capital is evident in the third year. To do this, it was considered an opportunity cost of capital of 17%.

Nota de acceso:

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales.

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Las referencias usadas para el presente proyecto, han sido obtenidas de diversas Tesis, páginas web y libros:

Tesis Referenciales:

Carrascal Rodríguez, Sergio. 2009. Plan de Exportación de Joyería Colombiana al Mercado de los Estados Unidos (Tesis de Licenciatura). Pontificia Universidad Javeriana. Santafé de Bogotá.

Cortez Segura, Julio. 2012. Plan de Negocio para la Creación de una Empresa Outsourcing en Fabricación de Joyería (Tesis de Licenciatura). Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima.

Cedano Gonzales, Brenda. 2015. Plan de Negocios para un Outsourcing de Joyería de Plata con Incrustaciones de Piedras Naturales Bajo la Marca Joya Catacaos hacia el Mercado de la Ciudad de los Ángeles-Estados Unidos (Tesis de Licenciatura). Universidad de Piura. Piura.

Abanto Li, Elsa. Valenzuela Escalante, Martin. Valz Romero, Ingrid. Yábar Paredes, Percy. 2009. Plan de Exportación de Joyas de Plata a Estados Unidos (Tesis de Maestría). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Lima.

Páginas Web:

Instituto Nacional de Estadística e Informática

.Indicadores Económicos y Sociales – Mayo 2016 _

<https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin-may-16.pdf>

Instituto Nacional de Estadística e Informática
Estadística de Seguridad Ciudadana – Junio 2016

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe-tecnico-n02_seguridad-ciudadana-oct2015-mar2016.pdf

Sistema Integrado de Información de Comercio
Exterior Guía de Mercado - Estados Unidos, 2013

<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/700745156radD563D.pdf>

United States Census
Portal web de estadísticas de Estados Unidos
Consulta: 28 de Agosto del 2016

<http://www.census.gov/quickfacts/table/PST045215/3651000>

Vallebuona, Melissa. 2013. Promperu

Oportunidades Comerciales en el Sector de la Joyería _

<http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=89A811E2-5748-4E41-8A4B-38E8D42EE115.PDF>

Perfil de Mercado de joyería de Plata en Estados Unidos.
2010. Ministerio de Relaciones Exteriores

http://www.rree.gob.pe/promocioneconomica/Documents/Estudios_y_Perfiles/Joyer%C3%ADa/Perfil_de_Mercado_Joyer%C3%ADa_de_Plata_EEUU_2010.pdf

Perueconómico.com

Revista web

Consulta 01 de Agosto del 2016

<http://perueconomico.com/ediciones/83/articulos/1500>

Minería Chilena

Revista especializada en temas mineros

Consulta: 05 de Agosto del 2016

<http://www.mch.cl/reportajes/proyecciones-en-un-entorno-de-volatilidad-e-incertidumbre/#>

Diario Gestión

Consulta: 25 Julio del 2016 [http://gestion.pe/economia/scotiabank-considera-que-precio-plata-podria-corregir-](http://gestion.pe/economia/scotiabank-considera-que-precio-plata-podria-corregir-corto-plazo-2159381)

[corto-plazo-2159381 http://gestion.pe/economia/exportaciones-joyas-peruanas-eeuu-se-incrementaron-301-2111458](http://gestion.pe/economia/exportaciones-joyas-peruanas-eeuu-se-incrementaron-301-2111458)

Diario El Comercio

Consulta: 23 de Julio del 2016 [http://elcomercio.pe/economia/negocios/dos-grandes-mineras-reactivaran-](http://elcomercio.pe/economia/negocios/dos-grandes-mineras-reactivaran-inversion-proyectos-noticia-1924911?ref=flujo_tags_517829&ft=nota_3&e=titulo)

[inversion-proyectos-noticia-1924911?ref=flujo_tags_517829&ft=nota_3&e=titulo](http://elcomercio.pe/economia/negocios/dos-grandes-mineras-reactivaran-inversion-proyectos-noticia-1924911?ref=flujo_tags_517829&ft=nota_3&e=titulo)

CEF Marketing XXI

Web especializada en Marketing

Consulta: 18 de Julio del 2016

<http://www.marketing-xxi.com/politica-de-precios-48.htm>

La Voz de Houston

Periódico semanal.

Consulta: 26 de Julio del 2016

<http://pyme.lavoztx.com/las-ventajas-de-una-estrategia-de-integracin-vertical-5917.html>

Flores Choperena, O. (26 de Agosto 2009). Integración horizontal, vertical, hacia adelante y hacia atrás.

<http://floreschoperena.blogspot.pe/2009/08/integracion-horizontal-vertical-hacia.html>