



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

**IMPORTACIÓN Y VENTA DE MÁSCARAS ANTIPOLUCIÓN
PARA CICLISTAS DE LA CIUDAD DE LIMA**

PRESENTADA POR

JUAN DIEGO FRANCISCO CAÑAMERO TORRES

PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

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

LIMA – PERÚ

2018



CC BY-NC

Reconocimiento – No comercial

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

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



PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

IMPORTACIÓN Y VENTA DE MÁSCARAS ANTIPOLUCIÓN PARA CICLISTAS DE LA CIUDAD DE LIMA

Presentado por:

Bachiller: Juan Diego Francisco Cañamero Torres

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

Lima – Perú

2018

RESUMEN EJECUTIVO

En el Perú de hoy, existe cada vez mayor desarrollo tecnológico, proveniente de la importación de maquinarias, vehículos y/o equipos de grandes potencias tecnológicas de Asia, Norteamérica y Europa. Asimismo, es innegable el hecho del crecimiento económico sostenido de nuestro país, evidenciado en el crecimiento anual del PBI y en el aumento del poder adquisitivo de nuestros compatriotas.

El desarrollo no siempre es sostenible, por ello, los niveles de contaminación en el país han aumentado, principalmente por el crecimiento del parque automotriz, y la inacción del Estado en el establecimiento de mejores políticas ambientales.

Por otro lado, aproximadamente el 1% de la población total de Lima se moviliza en bicicleta a su centro de trabajo (Redacción Publimetro, 2017), de estudios, etc.; por motivos variados, que van desde la responsabilidad para con el medio ambiente, sus ganas de ejercitarse, la búsqueda de un ahorro económico, entre otros.

Siguiendo, esta línea, podemos decir que estas personas son las más afectadas por los contaminantes que emiten los vehículos motorizados (Roxby, 2013), que comparten el mismo espacio público con ellas, y que, probablemente, sean los causantes de las enfermedades respiratorias que padecemos actualmente.

Es así que, de la experiencia diaria de quien escribe el presente resumen, nace la idea de la importación y venta de máscaras antipolución para ciclistas de la ciudad de Lima, pues, siendo un usuario regular de bicicleta pude notar que este nicho de mercado está desatendido y, además, el producto no es conocido entre los potenciales clientes, por no tener presencia en el mercado.

Se ha realizado como parte del proyecto una encuesta a más de 100 personas (información a ampliarse en el capítulo de Marketing), de la cual, se han obtenido la siguiente data:

- El producto no es conocido en el mercado, pero existe gente dispuesta a comprarlo
- Los consumidores están preocupados por la contaminación ambiental
- El 75% de encuestados compraría el producto
- El atributo que más valoran es “el cuidado de la salud”

Los resultados de la encuesta muestran que este mercado desatendido es un nicho que aún no ha sido aprovechado.

Otro hecho de importancia para este proyecto es que organismos internacionales como el Banco Mundial (Sofía Guerrero, 2018), y locales como los municipios de Villa El Salvador, San Juan de Miraflores, San Isidro, Villa María del Triunfo y otros (Redacción El Comercio, 2017), han destacado la necesidad de contar con mejor infraestructura para los ciclistas y en los

próximos años se plantea construir ciclovías adicionales, hecho que implicaría un gran crecimiento del mercado potencial, por el aumento de la cantidad de usuarios del producto debido a la creación de nueva infraestructura.

Como ya se ha mencionado, el producto es nuevo en el mercado y, según la encuesta realizada, cerca de un 85% de los encuestados nunca había escuchado de su existencia, pero un 90% está dispuesto a usarlo; lo que nos deja en una posición privilegiada para el ingreso al mercado que, dicho sea de paso, no tiene presencia de competidores directos, sino de productos sustitutos que son los cortaviento, que no cumplen la misma función.

Otra de las ventajas del producto es que la partida arancelaria se encuentra negociada dentro del Tratado de Libre Comercio (TLC) con CHINA, y está sujeto a una tasa de 0% de impuesto Ad Valorem (Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT), 17), lo que permite un ahorro económico que puede ser traducido en un menor precio de venta al público.

El proveedor elegido es Yiwu Rock Sporting Goods Co.,Ltd, que produce artículos y maneja la marca ROCKBROS, con la que se va a ingresar al mercado peruano. Esta empresa ha realizado diversos análisis y cuenta con las certificaciones de calidad del producto, necesarias para garantizarlo a los clientes.

El tema logístico será manejado de dos maneras: mediante un Courier (para la primera exportación, por ser una cantidad pequeña) y luego, por una agencia de carga, cuyo apoyo se requiere para la consolidación, traslado de la mercancía a destino y nacionalización de la carga. Se proyecta que los costos logísticos disminuirán, conforme aumente la cantidad de unidades importadas.

Este proyecto requiere una inversión aproximada de S/ 20 mil que, al no ser un monto considerable, se plantea financiarlo con recursos propios, con el objetivo de hacer crecer dicha inversión y no se descarta, a futuro, solicitar recursos a terceros, si es necesario.

Para concluir el presente resumen, podemos decir que el proyecto es económica y financieramente atractivo y viable, con un VAN y TIR que demuestra su capacidad de generar utilidades; por tener una rentabilidad positiva, que se incrementará con la reducción de los costos; y social y ambientalmente responsable, pues no sólo busca el beneficio del empresario, sino que se esfuerza en demostrar y entregar al cliente un beneficio por el uso del producto, que es el cuidado de su salud y la procura de su bienestar.

I. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

Actualmente, existe una mayor preocupación de los peruanos por el cuidado de la salud y bienestar (Ysla & Villanueva, 2018). En ese contexto, la bicicleta constituye un medio de transporte más saludable y económico. Su uso se viene generalizando debido a factores diversos como la construcción de más ciclovías en los principales distritos de Lima, las políticas de fomento del Estado y los municipios para el uso de este medio de transporte.

Sin embargo, los ciclistas también se encuentran expuestos a la contaminación de los vehículos automotores y del medio ambiente y, por ende, a enfermedades respiratorias y broncopulmonares (Roxby, 2013).

Observando esta necesidad se estructura el presente Plan de Negocios, analizando la posibilidad de que JDE IMPORT E.I.R.L. (en adelante, "la empresa") realice la importación, comercialización y distribución de máscaras antipolución de media cara.

Para ello, se realizará un estudio de la factibilidad de la idea de negocios y el proyecto, que tendrá la siguiente estructura:

- Evaluación de la constitución y aspectos legales de la organización, donde se decidirá la forma de organización que elegirá la empresa y los requerimientos legales necesarios para su formación (administrativos, tributarios, laborales, etc.), teniendo en cuenta la normativa vigente.
- Plan de Marketing internacional, donde se realizará un estudio de mercado externo para la evaluación de proveedores para la importación del producto (identificado con la partida arancelaria respectiva y ficha técnica comercial) y un estudio de mercado interno, con el objetivo de segmentar el mercado de acuerdo a sus características, determinar la demanda potencial y determinar las estrategias de promoción, posicionamiento de marca, distribución, branding y e-commerce.
- Plan de logística internacional, en el que se determinará el envase, empaque y embalaje a utilizar, así como la correcta unitarización y cubicaje de la carga, los cuales son necesarios para la cotización del transporte internacional (flete) y seguro de la mercadería.
- Plan de comercio internacional, en el que se revisarán los precios de los productos a importar (en origen), los términos internacionales de comercio (en adelante, "Incoterms"), la determinación del medio de pago, la elección del régimen de importación adecuado y los procesos de importación y nacionalización, definiendo los costos del producto puesto en el almacén de la empresa y el costo de su comercialización.

- Conclusiones y recomendaciones del Proyecto.

Asimismo, para facilitar el proceso de creación del modelo de negocio y determinar la propuesta de valor, se utilizó el Business Model Canvas (Quijano, 2013), que determina las siguientes variables claves en relación al Proyecto: Segmentación de clientes, relación con el cliente, canales de atención, propuesta de valor, actividades clave, recursos clave, socios clave, estructura de costos y fuentes de ingresos; como se muestra a continuación:

Aliados Clave <ul style="list-style-type: none"> - Proveedor (Rockbros) - Agencia de Carga - Colectivos de ciclistas, ONG, otros 	Actividades Clave <ul style="list-style-type: none"> • Proceso de compra y logística • Campañas de Marketing • Entrega del producto 	Propuesta de Valor Accesorio para ciclismo que cuida la salud y mejora el bienestar	Relación con el Cliente Relación a largo plazo a través de un excelente servicio post venta	Segmentos de Clientes <ul style="list-style-type: none"> - Ciclistas deportivos - Ciclistas regulares - Ciclistas dominicales - Otras personas
	Recursos Clave <ul style="list-style-type: none"> - Producto - Personal - Páginas en redes sociales 		Canales <ul style="list-style-type: none"> - Redes sociales - Página web 	
Estructura de Costes <ul style="list-style-type: none"> - Compra del producto - Gastos de importación (transporte, impuestos, desaduanaje, otros). - Gastos de Marketing (redes sociales, patrocinar eventos, diseño web, otros). - Gastos de operación (local, servicios, RR.HH., otros). 			Estructura de Ingresos <ul style="list-style-type: none"> - Venta de máscaras (80%) - Venta de filtros de repuesto (20%) 	

Figura N° 1
Business Model Canvas propuesto para el Plan de Negocio

II. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1 NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

La Denominación social que se usaría sería JDE IMPORT E.I.R.L., es decir, una empresa individual de responsabilidad limitada. De acuerdo a la información revisada (Superintendencia Nacional de Registros Públicos, 2017), es el régimen más conveniente por constituir una persona jurídica, con obligaciones y patrimonio diferentes a su propietario, además de tener la posibilidad de hacer la inscripción a través de la página del SID-Sunarp. Esta información se ampliará más adelante.

Se puede reservar la denominación o razón social para que nadie más pueda registrarlo, por el periodo de 30 días calendario (SUNARP, 2017). El trámite se realiza a través de su página web y dura sólo 24 horas. Tiene un costo de S/. 20.00.

2.2 ACTIVIDAD ECONÓMICA O CODIFICACIÓN INTERNACIONAL (CIIU)

Como indica la fuente consultada (Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria, 2016), “la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) es una clasificación de actividades cuyo alcance abarca a todas las actividades económicas, las cuales se refieren tradicionalmente a las actividades productivas, es decir, aquellas que producen bienes y servicios”.

El código CIIU de las empresas permite a las entidades del Estado contar con información relevante de las actividades económicas que se desarrollan en el país y elaborar datos estadísticos en base a ellos.

Para este proyecto de negocio y consultando la información disponible (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2010), se ha determinado que el código CIIU debería ser el siguiente:

Grupo:

479 - Venta al por menor no realizada en comercios, puestos de venta o mercados

Este grupo comprende las actividades de venta al por menor por correo, por Internet, a domicilio, mediante máquinas expendedoras, etcétera.

Código:

4791 - Venta al por menor por correo y por Internet

Esta clase comprende las actividades de venta al por menor por correo y por Internet en las que el usuario elige los productos sobre la base de anuncios, catálogos, información proporcionada en un sitio web, muestras u otras formas de publicidad, y hace su pedido por correo, por teléfono o por Internet (por lo

general por itinerarios especiales proporcionados por un sitio web). Los productos comprados pueden descargarse directamente de Internet o ser entregados físicamente en el domicilio del cliente. Se incluyen las siguientes actividades: venta al por menor de todo tipo de productos por correo; y venta al por menor de todo tipo de productos por Internet.

2.3 UBICACIÓN Y FACTIBILIDAD MUNICIPAL Y SECTORIAL

En este caso, se pretende realizar un e-commerce, por lo cual, se deben tener en consideración los siguientes criterios para elegir el lugar de la empresa:

- Tamaño del local: Suficiente para establecer las operaciones de la empresa.
- Costo del local: Adecuado para lo que la empresa puede pagar
- Cercanía a los clientes: Tener en consideración que se apunta como mercado objetivo, en mayor medida, a los ciclistas que van a trabajar en bicicleta por las calles de Lima, los cuales se encuentran, en mayor número, en los distritos de San Borja, Santiago de Surco, San Isidro (zona financiera), Miraflores, La Molina, etc.

Actualmente, se cuenta con un local, cedido en uso, en el distrito de Santiago de Surco, dicho local tiene un área de 60 m² suficiente para las operaciones iniciales de la empresa y satisface los criterios arriba indicados. Sólo se tendrían que solicitar los permisos municipales (en este caso, la Licencia Municipal de Funcionamiento), que se detallan posteriormente.

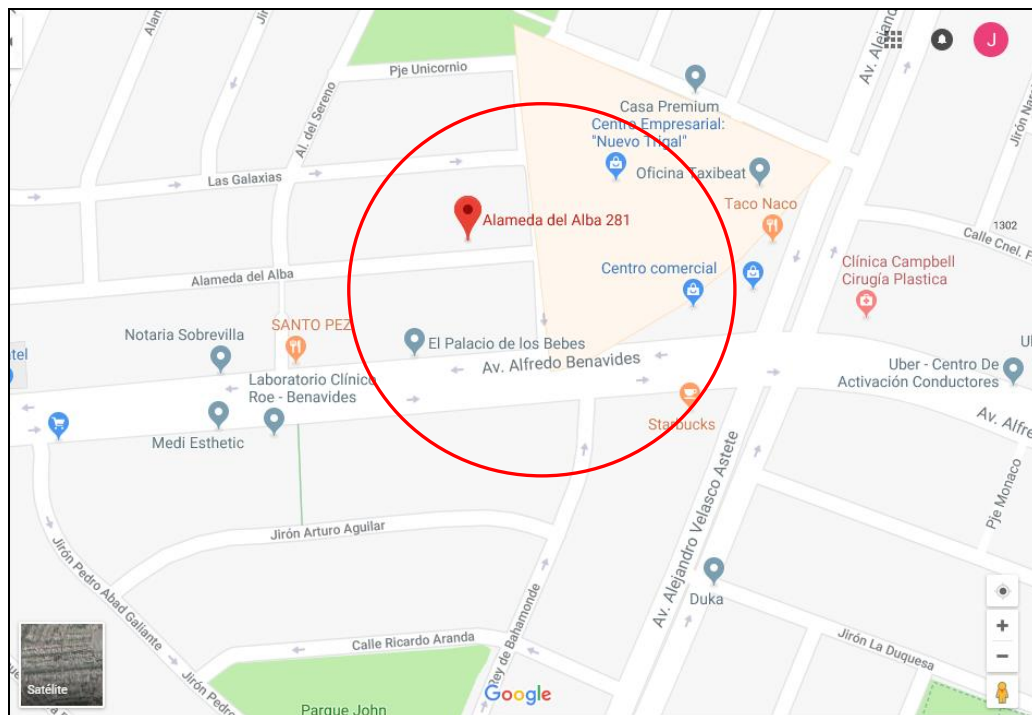


Figura 2. Ubicación propuesta de oficinas por Google Maps, 2017.
Recuperado de <http://google.com/maps>

Aunque el local está cedido en uso, para este proyecto se va a considerar el costo aproximado si se tuviera que alquilar, el cual, sería de S/ 1,000 mensuales.

2.4 OBJETIVOS, VISIÓN, MISIÓN Y PRINCIPIOS DE LA EMPRESA

Objetivos:

Posicionarse como la primera empresa en venta de máscaras antipolución, siempre enfocada en el bienestar de sus clientes, e ir agregando nuevas opciones de productos que mantengan a nuestros clientes contentos e interesados.

Visión:

Ser considerada la empresa referente en bienestar para los ciclistas, de todo el Perú.

Misión:

Entregar a nuestros clientes productos de calidad, en el tiempo requerido, siendo el socio estratégico de su bienestar.

Principios de la Empresa:

- a) Honestidad con el cliente
- b) Compromiso con el servicio
- c) Cultura de ahorro
- d) Responsabilidad

2.5 LEY MYPE

Como se puede denotar de las fuentes consultadas (Emprender – SUNAT, 2017), es una Ley creada para fomentar la formalización de las micro y pequeñas empresas, promoviendo su crecimiento al brindarles condiciones más simples y beneficios para cumplir con sus obligaciones tributarias, laborales, entre otras.

A través del Régimen MYPE de SUNAT, las micro y pequeñas empresas se acogen a los beneficios tributarios que esta ofrece. Las MYPE están comprendidas entre 1 y 1,700 UIT.

En el caso de este proyecto, se está considerando a la empresa como una PEQUEÑA EMPRESA, según lo siguiente:

Tabla N° 1
Clasificación de empresas de acuerdo a la Ley MYPE

Ley N° 30056		
	Ventas Anuales	Trabajadores
Microempresa	Hasta 150 UIT	Sin límite
Pequeña Empresa	De 150 UIT hasta 1,700 UIT	Sin límite
Mediana Empresa	De 1,700 hasta 2,300 UIT	Sin límite

Fuente: Emprender - SUNAT

Elaboración: Propia

En el caso de este proyecto, la empresa no ha planificado sobrepasar la valla de 10 UIT de Utilidades Antes de impuestos, por lo que le correspondería pagar una tasa de 10%.

Una de las ventajas de la nueva ley es que las micro y pequeñas empresas (MYPE) se pueden constituir en 72 horas mediante la plataforma virtual del portal de servicios al ciudadano y empresas.

Además, como indica la autoridad administrativa de Trabajo (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 2012), se dio la creación del Registro de la Micro y Pequeña Empresa – REMYPE, que permite a las micro y pequeñas empresas, acceder a los beneficios en materia laboral de la Ley MYPE, realizando la inscripción en línea, a través de la página del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (www.mintra.gob.pe), y el trámite es completamente gratuito.

2.6 ESTRUCTURA ORGÁNICA

La estructura de la empresa estará conformada de la siguiente manera:

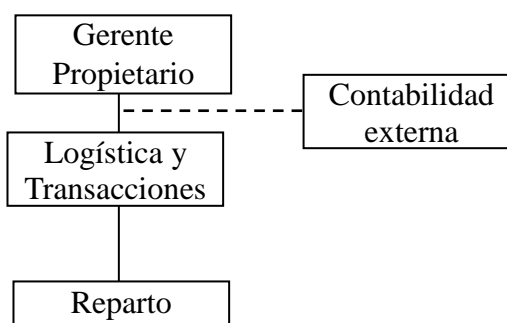


Figura N° 3
 Organigrama de la empresa

2.7 PERFIL DE PUESTOS Y FUNCIONES

Gerente General:

A cargo del propio dueño de la empresa, quien se encargará de liderar todo el proceso de compra con el productor; además de la importación, trámites aduaneros y administración de la empresa.

Contabilidad externa:

A cargo de la contabilidad general del negocio, los libros contables y el pago apropiado de los impuestos.

Logística y Transacciones:

Persona dedicada a los clientes en un 100%: será quien se ocupe de la administración de las plataformas en redes sociales y la página web de la empresa, de los pedidos y las transacciones que se realicen por estas vías, del seguimiento de los productos despachados a los clientes, de la post venta y reclamos de los clientes, además de la administración diaria del negocio y la rendición de cuentas a la gerencia.

Reparto:

Repartidor en bicicleta, quien será el encargado de llevar al cliente el producto y, si se le solicita, mostrar el uso apropiado del mismo, ya que él también lo utilizará mientras realice los repartos, a manera de publicidad.

2.8 FORMA JURÍDICA EMPRESARIAL

Se va a constituir una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL).

Como indica la SUNARP (2017), “una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.) se constituye por la decisión de una sola persona para el desarrollo exclusivo de actividades económicas de pequeña empresa”.

A continuación, se indican los requisitos para registrar una EIRL ante la SUNARP:

- Formato de solicitud de inscripción (formulario de distribución gratuita en las oficinas de la SUNARP) debidamente llenado y firmado por el presentante.
- Parte notarial de la escritura pública de constitución de empresa, expedida por el notario público.
- Pago de derechos registrales.

La SUNARP calificará la inscripción de la EIRL en un plazo no mayor de 24 horas (en este punto nos servirá haber registrado el nombre de la empresa o

denominación social, caso contrario, tomaría más tiempo en caso la SUNARP descubra que hay una empresa con el mismo nombre ya inscrita).

La escritura pública de la EIRL deberá contemplar lo siguiente:

- El nombre, nacionalidad, estado civil, nombre del cónyuge (si fuera casado) y domicilio del titular (otorgante).
- La voluntad del titular de constituir la empresa y de efectuar sus aportes.
- Domicilio de la empresa.
- Una denominación que permita individualizarla, seguida de las palabras 'Empresa Individual de Responsabilidad Limitada' o de las siglas 'EIRL'.
- El objeto social debe señalar clara y precisamente los negocios y operaciones que lo constituyen.
- El capital de la empresa lo constituyen los bienes que se aportan y su valorización.

El objeto social es la venta al por menor y mayor, por internet, de máscaras antipolución para Ciclistas y de la ciudad de Lima, satisfaciendo la demanda de aquellas personas afectadas por la contaminación de los vehículos automotores, que buscan bienestar y mejor salud.

2.9 REGISTRO DE MARCA Y PROCEDIMIENTOS EN INDECOPI

No se registrará la marca en INDECOPI.

2.10 REQUISITOS Y TRÁMITES MUNICIPALES

Para la operación del local de la empresa, se necesita realizar el siguiente trámite:

Licencia de Funcionamiento

Como se indica en la página web información sobre trámites de Servicios al Ciudadano (<http://www.serviciosalciudadano.gob.pe>), para aquellos establecimientos con un área hasta 100 m² y con capacidad no mayor de ALMACÉNamiento de 30% del área total del Local, se requiere lo siguiente:

- ITSE Básica Ex Post
- Plazo de obtención: 15 días hábiles
- Costo: S/. 51.03 (1.26% de la UIT)

2.11 RÉGIMEN TRIBUTARIO Y PROCEDIMIENTO DESDE LA OBTENCIÓN DEL RUC Y MODALIDADES

El régimen tributario elegido será el Régimen MYPE Tributario (RMT) que ya se había mencionado en líneas anteriores.

Una empresa puede acogerse a este régimen tributario desde la presentación de la primera Declaración Jurada Mensual (antes del plazo de vencimiento) en el RMT.

a) Obtención del RUC

La habilitación en el Registro Único de Contribuyentes (www.sunat.gob.pe), se hace de la siguiente manera:

- Acercarse a cualquier centro de servicios al contribuyente de SUNAT.
- Presentar la Ficha o partida electrónica certificado por la SUNARP
- Recibo de Agua o Luz para determinar la dirección del local.

b) Determinación de Obligaciones Tributarias y otros

Se debe indicar que las obligaciones tributarias en este régimen se determinan de acuerdo a los ingresos, por ello, según la proyección de ventas de la empresa, se presenta un monto menor a 1,700 UIT.

En el aspecto de los Libros contables en el Régimen Mype Tributario (SUNAT, 2017), la obligación para el llevado de cada uno se da de acuerdo a los ingresos obtenidos, por ende, se debería llevar los siguientes libros:

- Libro de Ventas
- Libro de Compras
- Libro Diario de Formato simplificado

Para el pago de Impuestos, se debe seguir lo siguiente:

- Pagos a cuenta del Imp. a la Renta: Declaración y pago del 1% de los ingresos netos mensuales
- En este caso, la renta anual no superaría las 15 UIT, por lo cual se pagaría de Renta Anual un 10%
- El IGV es de 18% (pago mensual).

Para realizar la declaración de Impuestos, una vez se ha determinado la deuda tributaria, corresponde presentar la declaración de impuestos tomando en cuenta la fecha de vencimiento establecida en el Cronograma de Obligaciones Tributarias, mediante la presentación de lo siguiente:

- PDT 621
- Declaración Simplificada

2.12 REGISTRO DE PLANILLAS ELECTRÓNICAS (PLAME)

La planilla electrónica para el Regimen MYPE cuenta con dos componentes:

El T-Registro: Donde se registra el ingreso, modificación de las condiciones o salida de los trabajadores de la empresa, indicando datos como cargo, sueldo, régimen, tipo de actividad, afiliación pensionaria, etc., a través de la página de la SUNAT.

La Planilla Mensual de Pagos (PLAME): Comprende la información mensual de los ingresos que perciben los trabajadores inscritos en el T-Registro (que constituye la información base para su elaboración). La recaudación la realiza la SUNAT, tales como el aporte a la ONP, a ESSALUD y si hubiere, las retenciones del impuesto a la renta por cuarta y quinta categoría.

Se puede descargar dicho programa en la página web de SUNAT (www.sunat.gob.pe) y se accede con la Clave SOL.

2.13 RÉGIMEN LABORAL

El régimen laboral que corresponde sería el Régimen MYPE (REMYPE). Dicho régimen consta de las siguientes características y beneficios sociales para los trabajadores, para el caso de una Pequeña empresa (Castillo Gamarra, 2016):

- Estar afiliados en el régimen contributivo de ESSALUD, en donde el empleador deberá aportar el 9% de lo que perciba el trabajador.
- Asegurados al Sistema Nacional de Pensiones (SNP/ONP), o al Sistema Privado de Pensiones (AFP)
- Jornada máxima de 08 horas diarias o 48 horas semanales.
- 24 horas continuas de descanso físico.
- Indemnización, en caso de despido arbitrario, equivalente a 20 remuneraciones diarias por cada año de trabajo con un tope máximo de 120 remuneraciones diarias.
- Percibir medio sueldo por cada año de trabajo, en calidad de Compensación por Tiempo de Servicio (CTS).
- Quince días de vacaciones, por cada año de trabajo o su parte proporcional.
- Una remuneración mínima vital (S/. 930.00).
- Percibir gratificaciones equivalentes medio sueldo en julio y en diciembre, siempre y cuando haya laborado el semestre completo, es decir de Enero a Junio y Julio a Diciembre, caso contrario percibirá la parte proporcional.
- Poder formar parte de un sindicato.
- Gozar del Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo en caso de actividades riesgosas.

Para la inscripción en el REMYPE, se debe ingresar al portal del Ministerio de Trabajo (MINTRA) con la Clave SOL, proporcionada por SUNAT, e ingresar la siguiente información:

- Información de la empresa: Dirección real, modalidad de contratación, régimen tributario y datos del representante legal.
- Información de los trabajadores de la empresa (DNI, tipo de contrato, afiliación al SNP o AFP, dirección, cargo, derechohabientes, etc.)
- Información de los socios de la empresa.

Culminado el registro, debemos esperar la confirmación del REMYPE sobre la Inscripción.

2.14 MODALIDAD DE CONTRATOS LABORALES

La modalidad elegida por contrato sujeto a modalidad de carácter temporal (por inicio de actividades). Asimismo, los contratos del personal incluirán un periodo de prueba de 03 meses.

2.15 CONTRATOS COMERCIALES Y RESPONSABILIDAD DE LOS ACCIONISTAS

La E.I.R.L., responde con todos sus bienes por las obligaciones contraídas dentro de su giro, lo que quiere decir, que el propietario no responde con su patrimonio personal por las obligaciones contraídas por la empresa.

Los contratos comerciales se celebran entre dos partes, un deudor y un acreedor y que, de común acuerdo, declaran dicha voluntad de obligarse a cumplir acuerdos.

Los contratos comerciales que más usará la empresa son los siguientes: contrato de compraventa internacional, contrato de transporte internacional, contrato de crédito documentario, entre otros, que se desarrollarán a continuación.

a) Contrato de Compraventa Internacional

El Contrato de Compraventa Internacional se define como “una operación de intercambio por medio de la cual se entrega una cosa determinada contra su equivalencia en dinero (Sierralta Ríos, 2013)”.

El mismo autor, menciona que el Perú se adhirió a la Convención de Viena el 22 de febrero de 1999, que regula los contratos de compra venta internacional.

Asimismo, define una serie de características del Contrato de Compraventa internacional:

- Concensual: Reposo sobre los acuerdos entre las partes (importador – exportador / vendedor / comprador) que deben convenir las cláusulas del

contrato como mercadería, precio, plazo, obligaciones, responsabilidades, formas de resolver los conflictos, etc.

- Bilateral: Es la presencia de dos prestaciones: prestación y contraprestación. Obligaciones y derechos de ambas partes.
- Oneroso: Existe una ventaja o utilidad que el contrato origina, siendo beneficioso o lucrativo para ambas partes.
- Conmutativo: El valor de la mercancía debe ser equivalente al precio pactado.
- Principal: Porque el contrato de compraventa internacional tiene existencia propia y de ella pueden emerger otros contratos accesorios, siendo particular la traslación de dominio, por la naturaleza de la transacción.
- Nominado: Es regulado de modo preciso e inconfundible por la Convención de Viena (Naciones Unidas sobre los contratos de compraventa internacional).
- De Libre Discusión: Las partes, en igualdad de situaciones, establecen de mutuo acuerdo, los extremos del contrato, sin presiones de ninguna índole. Cada parte actúa en defensa de sus propios intereses y tienen la oportunidad de discutir, analizar, contra-oferta.
- De ejecución instantánea: Las obligaciones emergentes del contrato se cumplen de una sola vez, en un solo momento, el vendedor transfiere su dominio y el comprador adquiere la mercadería.

b) Contrato de Transporte Internacional

Como menciona Cabrera Cánovas (2011), el contrato de transporte es un documento por el cual una parte se obliga frente a otra, por un precio acordado, a trasladar de un lugar a otro, una mercancía, para ponerla a disposición del destinatario en el lugar y en las condiciones pactadas por ambas partes.

Asimismo, el autor indica que existen diversos medios de transporte de mercancías, aunque los más usados son:

- Transporte Terrestre: Su documento es la carta porte, y está regulado por el Convenio de Ginebra de 1956 (Convenio CMR).
- Transporte Marítimo: Su documento es el Bill of Lading, y está regulado por el Convenio de Bruselas de 1924 (Reglas de la Haya-Visby)
- Transporte Aéreo: Su documento es el Airway bill y está regulado por el Convenio de Montreal de 1999 (anterior: Convenio de Montreal 1929).

Dichos documentos representan el contrato entre el cliente y el transportista.

c) Contrato de Crédito Documentario (Carta de crédito)

Se celebra entre la empresa importadora y un banco nacional, para realizar el pago al proveedor una vez se ha recibido la mercancía objeto de un contrato de compraventa internacional (Neira Santander, 2003).

Para la emisión de la Carta de crédito se debe realizar una solicitud de crédito documentario de importación con una entidad bancaria, que se rige bajo las normas legales vigentes aplicables así como por los INCOTERMS y las Reglas y Usos Uniformes relativos a los Créditos Documentarios (UCP) vigentes publicadas por The Internacional Chamber of Comerse (ICC).

III. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

3.1 IDENTIFICACIÓN, DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL PRODUCTO A IMPORTAR

3.1.1 Clasificación Arancelaria

El producto es la máscara con filtro antipolución (media cara) para ciclistas.

Actualmente, en el mercado no se encuentra este producto de manera común, o las personas no lo usan porque no conocen el producto.

La partida arancelaria es 9020.00.00.00

3.1.2 Ficha técnica Comercial

La ficha técnica comercial es la que describe el producto a importar:

Tabla N° 2
Ficha Técnica Comercial

Concepto	Descripción
Artículo	Mascara antipolución de media cara
Color	Negro, azul, rojo, verde, plomo
Material	Neopreno, plástico, aluminio y textil de algodón (filtro)
Puerto tamaño	Ningbo u otro que decida el cliente S / L
Peso	180 grs
Logo	Logotipo personalizado incluido
MOQ	100 unidades / 04 colores
Pago	TT (pago adelantado)
Envío	Por aire o por mar
Muestra	Alrededor de 7 días
Entrega	30-40 días después de recibido el pago
Empaque	Una unidad por caja individual (inc. bolsa de plástico) / 100 unidades por caja

Para una mejor idea, se muestra el producto a comercializar:



Figura N° 4
Descripción del producto (<https://rockbros.en.alibaba.com/>)

3.1.3 Ecuación de Valor para el mercado nacional

Para el consumidor al que va dirigido nuestro producto, el factor decisivo para la compra es la de un producto que beneficie su salud y su bienestar.

Nuestro producto se encuentra a un precio de mercado, además de cumplir esta característica y otras como diseños innovadores, calidad y el servicio postventa.

Los costos a los que la empresa incurrirá para ser la mejor opción de nuestros clientes son: compra del producto, transporte internacional, costos locales de nacionalización e impuestos (estos últimos se recuperarán como crédito fiscal), costos de marketing y promoción, gastos de ventas y administrativos, además de impuestos. La clave está en ofrecer un producto de calidad y un buen servicio post venta para fidelizar a nuestros clientes.

3.1.4 Determinación de marca a usar

La marca que se va a usar será la suministrada por el proveedor, que es ROCKBROS.

3.2 INVESTIGACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO

3.2.1 Segmentación del Mercado objetivo (Macro y Micro)

a) Segmentación Macro

Como indica la fuente (Rivera Camino, 2010), para la segmentación Macro se debe definir el producto-mercado. En este caso, las necesidades que nuestro producto satisface.

Para el caso de las máscaras antipolución, la necesidad que cubre es la de protección ante la contaminación para los ciclistas de Lima metropolitana.

Se ha considerado un mercado anexo que es el de los motociclistas, que viven las mismas circunstancias día a día, pero está compuesto por personas de otros sectores económicos y requieren un acercamiento diferente, pero también son posibles compradores por tener necesidades similares.

b) Segmentación Micro

Como indicaba anteriormente Rivera Camino (2010), la segmentación micro va referida a orientar la estrategia operativa de marketing, mediante la definición del microsegmento, desde diferentes ángulos:

- Segmentación geográfica: Ciclistas de Lima metropolitana, de los distritos de Santiago de Surco, San Isidro, Miraflores, San Borja, Lince, Magdalena, y otros.
- Segmentación demográfica: Dirigido a los sectores A, B y C; entre 18 y 36 años, de ambos sexos.
- Segmentación psicográfica: personas que se preocupan por su salud y bienestar
- Segmentación producto-beneficio: Se entiende que es un producto que persigue un mejor bienestar.

3.2.2 Definición del Perfil del Consumidor

Según la encuesta “Hacia una ciudad integrada con movilidad sostenible”, realizada a más de 2 mil personas por el colectivo ACTIBICIMO (Campodónico, 2018), se pueden sacar las siguientes conclusiones, sobre el perfil de los ciclistas regulares, nuestro potencial mercado objetivo:

Ambos sexos (en proporciones similares), utilizan la bicicleta como medio de transporte regular, cerca a un 83%.

El 70% de ellos se encuentra en la edad entre 18 y 40 años

Aproximadamente, un 84% pertenece a la P.E.A.
Ingresos promedio mayores a S/. 1,200

Asimismo, se puede decir que el estudio abarca una muestra muy representativa que nos va a servir para poder determinar la demanda probable del mercado.

3.2.3 Medición del Mercado Objetivo

Según el último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), la ciudad de Lima cuenta con 9 millones 320 mil habitantes (INEI, 2018).

Cifras de un estudio de Ipsos Apoyo, analizadas por León Almenara (2017), indican que el 80% de la población de Lima está dispuesta a usar la bicicleta como medio de transporte principal, sin embargo, actualmente los 180 kilómetros de vías para ciclistas que existen en la ciudad de Lima están desarticuladas.

Según fuentes de la Municipalidad de Lima (Redacción Publímetro, 2017), el 1% de los limeños utiliza la bicicleta como medio de transporte regular. Esto equivale a 93,200 consumidores potenciales.

3.3 ANÁLISIS DE OFERTA Y DEMANDA EN EL MERCADO

3.3.1 Análisis de la Oferta

El principal medio de venta de productos similares es a través de internet. Una búsqueda rápida de máscara para ciclistas en Google (simulando un potencial comprador) nos da 3 resultados inmediatos, como vemos a continuación:



Figura N° 5 – Búsqueda del producto en la web (www.google.com)

Sin embargo, dichos productos son similares, porque no cumplen con las características de nuestro producto en cuanto a colores, calidad y filtro de partículas contaminantes (algunos sólo son cortaviento).

Los precios de dichos productos oscilan entre S/ 20 y S/ 30, precios inferiores al de nuestro producto, debido a que no presentan ningún beneficio para la salud del usuario.

3.3.2 Análisis y cálculo de la Demanda

Estimación de la demanda:

El público objetivo es aquel que utiliza la bicicleta o motocicleta como medio principal de transporte (por lo menos, tres días a la semana), ya sea para movilizarse al trabajo, centro de estudios, u otros propósitos.

Según la encuesta anteriormente mencionada (Campodónico, 2018) realizada a más de 2000 personas por el colectivo ACTIBICIMO, en octubre de 2017, el 83% de los ciclistas de Lima (antes habíamos indicado el número en 93,200) son ciclistas habituales, es decir, que tienen como medio principal de transporte la bicicleta. Tomado como referencia la cantidad de 9 millones 320 mil personas, que habitan la ciudad de Lima, nuestro mercado potencial equivale a unas 77,356 personas.

Sin embargo, otro de los puntos tocados en esta encuesta indica que el 21% de estos ciclistas habituales usan la bicicleta “por ejercicio físico y salud”, uno de los principales atributos que persiguen nuestros potenciales clientes. Además un 22% adicional usa la bicicleta por el siguiente motivo: “para evitar el tráfico y llegar más rápido”, es decir, se ven afectados por el smog de los vehículos automotores durante el trayecto a su destino.

Sumando ambas categorías, podemos inferir que nuestra demanda de mercado es de aproximadamente de 33,263 personas (la suma de ambas categorías es 43% del total).

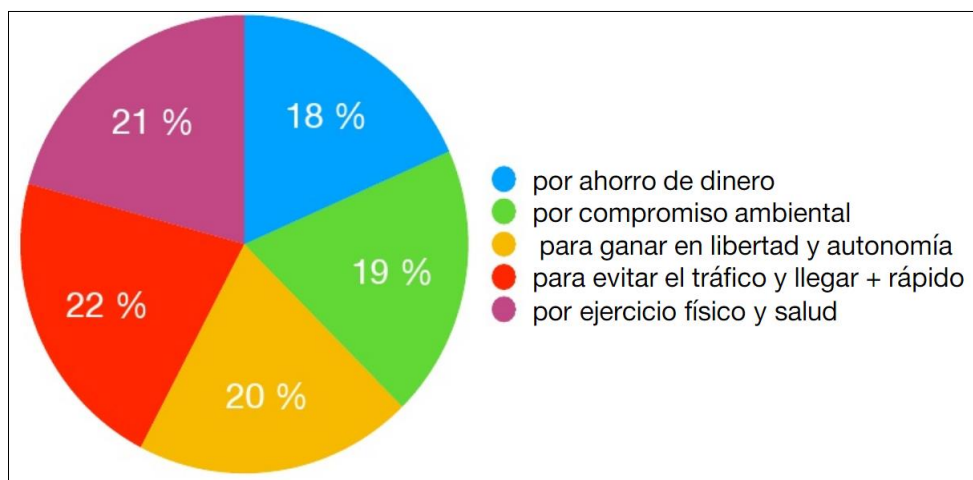


Figura N° 6 – Encuesta Ciclista 2017
Fuente: Colectivo Actibícimo (www.muevete.pe)

La demanda muestra una tendencia marcada al crecimiento, lo cual se explicará más adelante.

3.3.3 Análisis de Competitividad y Benchmark

En el caso de la competencia para la empresa, se puede mencionar que no existen empresas líderes en el mercado, pero si existen competidores que comercializan productos inferiores y otros que comercializan productos de marcas reconocidas como RESPRO (www.respro.com), sin embargo, los precios que manejan son sumamente altos y no son muy conocidos.

Desde el punto de vista del Benchmarking competitivo, se puede decir que los productos de la competencia son inferiores debido a tres motivos:

No tienen variedad de colores

No tienen filtros intercambiables, y los que tienen, no filtran partículas contaminantes.

No tienen servicio Post Venta.

El precio de los competidores superiores es muy elevado, debido a que su producto es ligeramente superior, y su inversión en diseños es mayor, aunque no tiene ventas directas en nuestro país (solo hay importación por encargo).

3.3.4 Análisis de Precio de Importación

Para el análisis del precio de importación, realizaremos consideraciones generales para establecer cuanto sería el costo probable del producto a importar, puesto en nuestros ALMACÉNES.

Tabla N° 3

Costo de Producto - Importación

	Transporte marítimo
Volumen	1 m3
Flete	S/ 50
Seguro (P)	S/ 20
Precio FOB	S/ 3500
CIF Aduanero	S/ 3570
A/V	0
IGV	S/ 571
IPM	S/ 71
Percepción 10%	S/ 421

- Presupuesto por 500 unidades
- Expresado en Soles
- Percepción SÓLO por primera importación

Mediante este análisis, podemos decir que nuestro producto tiene un costo de importación por unidad que asciende a S/. 9

Habría que aumentar a este precio otros costos tales como:

Tabla N° 4

Costo de Producto – Gastos Operativos

Gastos operativos	S/
Sueldos (3 meses)	9,500.00
Servicios (3 meses)	750.00
Marketing (3 meses)	3,000.00
Contabilidad externa (3 meses)	1,200.00
Otros	1,500.00

Estos gastos aumentarían el costo del producto a S/. 41.00

3.3.5 Análisis y determinación de formas de distribución

Teniendo en cuenta que el producto viene desde China, por vía marítima, se debe establecer lo siguiente:

- Tiempo aproximado del traslado hasta Lima: de 30 días.
- Nacionalización: 5 días
- Pagos por derechos de importación (Ad valorem, IGV, IPM, Seguro, Percepción, Tasa despacho): 3 días

Tiempo total desde origen: 40 días.

Por otro lado, el método de distribución que se usará para el producto será por intermedio de una página web, redes sociales y apps (como facebook y whatsapp), para la recepción de pedidos, y un repartidor en bicicleta para llegar a los clientes, quien también usará el producto y estará capacitado para absolver consultas de los clientes sobre su uso. Asimismo, los clientes también podrán adquirir el producto en nuestras oficinas.

Además, se hará un cronograma de distribución, por distrito y horarios, de acuerdo a los pedidos del día, el tiempo de atención por cliente, la distancia geográfica desde la oficina al punto de reparto, etc.

3.3.6 Análisis del Entorno

a) Macro ambiente

Factores Económicos

- Crecimiento sostenido del PBI del país (INEI, 2017)
- Aumento de la Remuneración Mínima Vital a S/ 930

Factores Políticos

- Riesgo país estable con el cambio de Presidente (Redacción El Peruano, 2018).
- Aumento de la infraestructura para ciclistas en los diferentes distritos de Lima, debido a las políticas de las municipalidades distritales de proporcionar condiciones que aumenten el bienestar de sus habitantes (Redacción Publímetro, 2017)
- Proyecto de la Municipalidad de Lima de integrar ciclovías (Redacción Publímetro, 2017)
- Proyecto aprobado para construir 200 Km adicionales de Ciclovías (Redacción Publímetro, 2017)

Factores Legislativos

- En el 2010 se aprobó la Ley de la Bicicleta - Ley 29593 (Diario El Peruano, 2010), que declara como de interés nacional el uso de la bicicleta, y la promueve como medio de transporte.

Factores tecnológicos

- Salen al mercado nuevos modelos de bicicletas (plegables y más livianas), que facilitan a muchas personas el traslado a su centro de trabajo o estudios (América Noticias, 2014).

Factores Socioculturales

- Mayor preocupación de las personas por su salud (Ysla & Villanueva, 2018)
- Crecimiento poblacional sostenido, a razón de 1.1% anual (Redacción Gestión, 2016)

b) Micro ambiente

El análisis del microambiente se hará a través de las 5 Fuerzas de Porter (Riquelme Leiva, 2015):

F1: Poder de Negociación con Clientes

Los clientes no tienen un gran poder de negociación, pues las opciones en el mercado son limitadas.

F2: Poder de Negociación con Proveedores

Actualmente se está negociando con dos proveedores de China, quienes ofrecen sus productos en precios similares. El poder de negociación de los proveedores es bajo, porque existen muchos distribuidores en competencia en China.

F3: Amenaza de Nuevos Competidores

El producto no tiene barreras de ingreso al mercado nacional, por lo que puede ser importado por nuevos competidores en cualquier momento. La posible estrategia a seguir es convertirse en distribuidor exclusivo de la marca ROCKBROS en Perú.

F4: Amenaza de Productos Sustitutos

Puede ser sustituido por otros productos como las máscaras cortaviento, aunque la idea es diferenciar nuestro producto de los sustitutos.

F5: Rivalidad entre Competidores Existentes

Analizando el mercado actual, sólo existe 1 proveedor en el mercado de Lima con productos similares y hasta mejores (marca RESPRO), pero no tiene presencia en el país y maneja precios muy elevados.

3.4 ESTRATEGIAS DE VENTA Y DISTRIBUCIÓN NACIONAL

3.4.1 Estrategias de segmentación

De acuerdo a la encuesta del colectivo ACTIBICIMO (Campodónico, 2018), podemos decir lo siguiente:

Geográficos: Venta dirigida a los distritos de Santiago de Surco, San Isidro, San Borja, La Molina, Lince, Magdalena, entre otros.

Conductuales: Buscan tener una mejor salud y bienestar. Se preocupan por minimizar el daño que la contaminación puede producir en ellos y están dispuestos a invertir en productos que cuidan su salud.

Psicográficos: Pertenecen a una clase media, media alta y alta, por ello, pueden pagar el costo del producto por sus beneficios.

Demográficos: El mercado objetivo está comprendido por hombres y mujeres, entre 18 y 36 años, con ingresos mayores a S/ 1200 mensuales.

3.4.2 Estrategias de posicionamiento

La estrategia de posicionamiento del producto será la de ingreso al mercado como un "Producto Interrogante" (de acuerdo a la matriz del BCG):

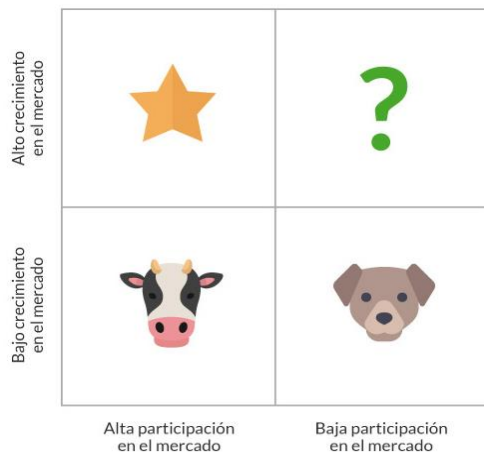


Figura N° 7

Matriz producto-mercado del Boston Consulting Group.

Recuperado de www.isotools.org

Se ha calificado como “producto interrogante” debido a que, a pesar del alto potencial de crecimiento que tiene el producto y el sector, se espera que, una inversión importante en marketing del producto tenga como resultado ventas considerables, pero no se tiene esa seguridad.

Se espera que se convierta en “producto estrella” en el corto plazo.

Asimismo, se realizará una diferenciación del producto, para resaltar sus cualidades en comparación con la competencia.

Dichas características que lo diferencian de sus competidores son:

- Protección contra el polvo y otros agentes: Máscara de media cara con filtro de carbón activado desmontable lo protegerá del polvo, la humedad, la neblina, los gases de escape de los vehículos, el tabaquismo pasivo. Filtre el 95% de polvo, químicos, humo, partículas mayores a 2.5 Micras, neblina, polen. Protege sus pulmones de la contaminación.
- Reutilizable y fácil de limpiar: De Neopreno, no solo para mayor comodidad, sino también duradera y reutilizable. Sólo se limpia con un detergente suave y se enjuaga con agua.
- Deportiva, ajustable y cómoda: ajuste de banda regulable para la mayoría de los tamaños de cabeza, cubierta segura en la cara que le protege del polvo. Diseño para hombres, mujeres, niños y niñas.
- Compatible con auriculares deportivos mientras se realizan u otras actividades al aire libre.

- Multi-aplicaciones: media cara ultraligera, portátil y fácil de guardar. No solo para actividades al aire libre (ciclismo, motociclismo, correr, caminar, etc.), sino también para actividades interiores (tareas domésticas, pintura, jardinería, etc.) ya que filtra la arena y el polvo, evitando enfermedades respiratorias.

3.4.3 Estrategias de ingreso al mercado

El ingreso al mercado se dará a través de una estrategia de Desarrollo de la demanda primaria, mediante el aumento de la tasa de ocupación, que consiste en lograr atraer a nuevos clientes no consumidores del producto, por medio del incremento de la publicidad (en el caso de nuestro producto, de auspicios y stands comerciales, aprovechando los contactos que nos ha generado la investigación).

3.4.4 Estrategias de distribución comercial

La estrategia de distribución comercial será una estrategia de distribución directa, ya que será la propia empresa quien hará llegar el producto al consumidor final. Asimismo, la distribución será selectiva, pues se escogerán con cuidado los canales de venta (actualmente, se ha decidido hacer las ventas mediante plataforma web y redes sociales sin costo como Facebook y whatsapp, y venta directa en la oficina de la empresa, sin embargo, se está evaluando la posibilidad de hacer venta directa en eventos o colocar en tiendas de bicicletas (pago de una comisión a la tienda, de acuerdo a las ventas).

3.4.5 Estrategias de branding

Se busca posicionar ROCKBROS (<https://rockbros.en.alibaba.com/>) como la marca líder en el mercado, diferenciándola de acuerdo a los atributos que los consumidores consideren los más preponderantes, tales como los diseños y colores, precio, cuidado de la salud, entre otros. Para ello, se ha diseñado una encuesta, que nos permitirá obtener dicha información de los consumidores potenciales (revisar el Anexo 1).

La marca ROCKBROS y el logotipo que lo caracteriza tienen un diseño agresivo, dirigido a los deportistas y jóvenes.

Asimismo, la marca se autodefine como “una marca de equipo de ciclismo realmente original, a cargo de un equipo apasionado que desarrolla productos innovadores, competitivos y de alta calidad”.



Figura N° 8

Logotipo de la marca del producto, recuperado de www.powerplanetonline.com

3.5 ESTRATEGIAS DE PROMOCION NACIONAL

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

La estrategia de promoción elegida tiene mucho que ver con las Relaciones Públicas, como se indica a continuación:

Eventos Comerciales: Es una gran oportunidad para dar a conocer el producto y realizar ventas, a través de un stand en eventos o bicicleteadas. Con los contactos ya descritos es posible.

Generalmente, se realizan bicicleteadas con fechas propuestas por los colectivos, sin embargo, se espera participar en dos eventos por mes (aquellos que reúnan una afluencia de público importante).

Tabla N° 5

Marketing para eventos

MEDIDAS A TOMAR	PRECIO
Sorteo de 10 máscaras por bicicleteada (tickets de sorteo a los participantes)	S/ (PC) x 5 x 2 = X
Tarjetas de presentación para distribuidores y otros (300)	S/. 40 x 3 = S/. 120.00
Volantes con raspa y gana con códigos para obtener un descuento de 20% (10 códigos)	S/. (PC) x 20% x 10 = X
Gigantografía promoción en los eventos	S/. 100.00
Stand armable o QUIOSCO	S/. 350.00
Otros gastos (traslados, comida, etc.)	S/. 150.00

PC: Precio de Costo del producto.

3.5.2 Propuesta de valor

La propuesta de valor para nuestros clientes se basa en el cuidado de la salud y la mejora del bienestar de nuestros clientes, mediante:

- Máscaras antipolución (de colores y lavable)
- Filtros de aire intercambiables
- Venta de filtros de aire nuevos, por separado
- Venta de válvulas nuevas

¿En qué se diferencia la oferta de la de otros proveedores?

Los competidores no ofrecen productos que cumplan con la calidad requerida y comprobada (revisar Anexo 2 – Certificados de Calidad)

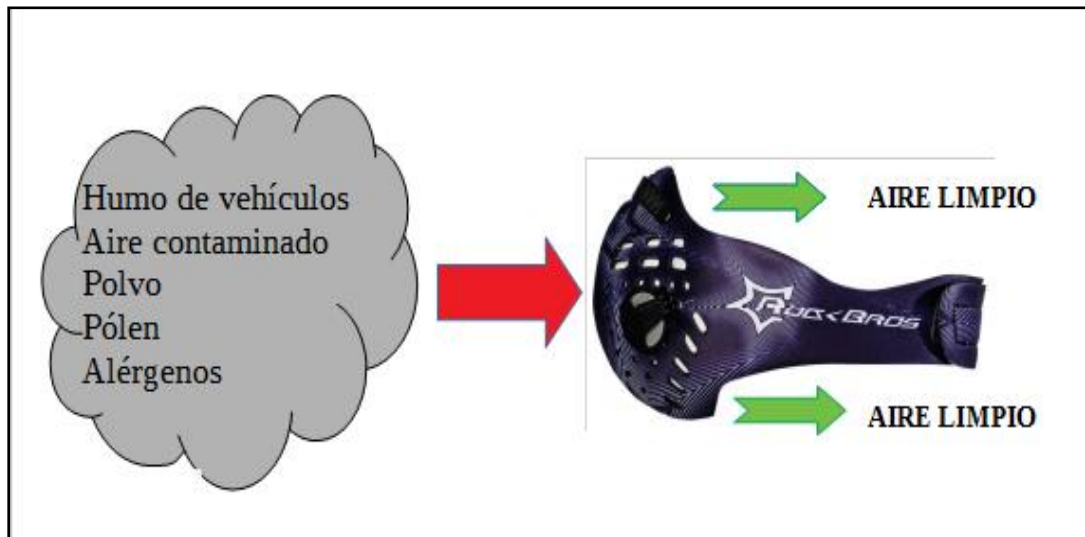


Figura N° 9
Esquema de Funcionamiento del producto
Elaboración: Propia

3.5.3 Estrategias de Marketing Digital y Uso del E-commerce

El e-commerce es la principal herramienta de ventas de la empresa, como se mencionó anteriormente. La página web de la empresa constituye el principal canal para realizar venta y post venta para la empresa.

- Ventas: catálogo de todos los diseños y colores disponibles, además de la facilidad de ofrecer diversidad de medios de pago (contraentrega en efectivo, Visa, Mastercard, pagofectivo, entre otros).
- Post Venta: donde los clientes podrán realizar todas sus consultas, reclamos, comentarios y sugerencias. Con una atención en un plazo no mayor a 2 horas (en horario de oficina). Es una herramienta importante de fidelización de los clientes y se piensa colocar en la página de facebook los comentarios positivos de los clientes sobre el producto.

- Instructivos y videos: Para ello se utilizará la plataforma YOUTUBE, haciendo videos ilustrativos sobre el uso, mantenimiento y cuidado del producto, así como spots creativos que nos publiciten.

3.6 POLÍTICAS DE ESTRATEGIA DE PRECIO

La política de precios que se adoptará para el producto es la de un **Producto Premium**, debido a los siguientes factores:

- Se quiere dar la imagen a los consumidores de ser un producto superior frente a los competidores
- Tiene beneficios que la competencia no tiene (filtros intercambiables, beneficios para la salud, etc.)
- El costo del producto importado y nacionalizado también es mayor al de la competencia.
- Se brinda un servicio post venta (que la competencia no tiene), y eso tiene un costo.

El precio al que se piensa colocar el producto es de S/ 50.00 + IGV para la máscara antipolución y de S/ 12.00 + IGV para los filtros de carbón activado (repuestos), sin embargo, la encuesta nos dará una aproximación más clara de la percepción de los clientes sobre el precio que debe tener el producto para su venta.

IV. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

Se debe mencionar que se piensa importar desde el proveedor en China los siguientes productos:

- Máscaras antipolución (producto principal).
- Filtros de Carbono activado (repuestos para las máscaras).

Dicho esto, debemos mencionar que se ha solicitado las cotizaciones al proveedor en base a lo indicado, por tanto, se realizará el plan de Logística Internacional en base a ello.

4.1 ENVASES, EMPAQUES Y EMBALAJES

a) Envase Primario:

Ambos productos vienen, desde origen, en una bolsa plástica transparente (conocida como "Oriented Polypropylene - OPP bag"). Esta bolsa es flexible e impermeable, para mantener los productos secos. Además, incluye una bolsita de Silica Gel para contrarrestar la humedad existente.

Además, para el caso de los filtros de carbono activado, permite unitarizarlos para la venta al público.

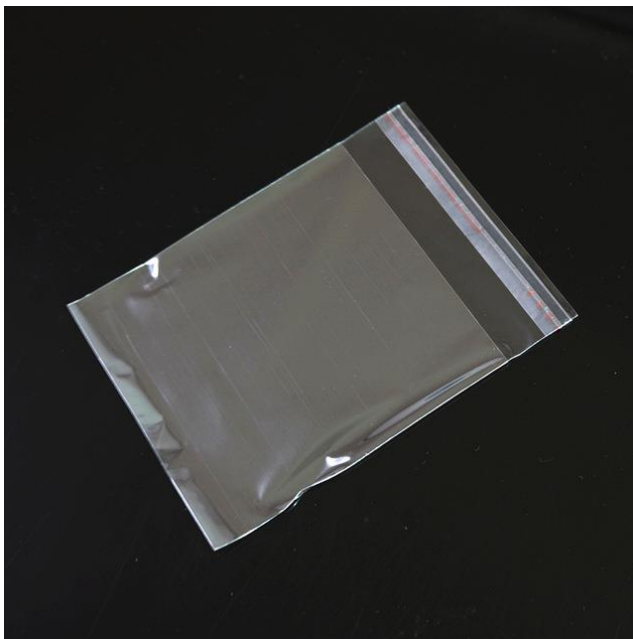


Figura N° 10
Bolsa plástica (Opp bag), recuperado de www.aliexpress.com



Figura N° 11
Bolsa Gel Sílice, recuperado de www.albertoclaveriafoto.com.ar

b) Envase Secundario:

El envase secundario para las máscaras es una caja de cartón con ventana de plástico transparente (para mostrar el producto, con un peso total de 90 grs (producto, más bolsa plástica, más la caja). Las medidas de la caja individual son:



Figura N° 12
Producto en presentación personal

Cabe mencionar que los filtros de carbón activado no tienen un envase secundario.

c) Embalaje:

El embalaje a utilizar será de dos tipos (revisar Anexo 3: Cotización del proveedor)

Para las máscaras antipolución serán:

- Caja de Cartón corrugado (para 100 unidades)
- Medidas: 59 x 35 x 60 (cm)

Para los filtros, serán:

- Caja de Cartón corrugado (para 50 unidades)
- Medidas: 28 x 18 x 11 (cm)

4.2 DISEÑO DEL ROTULADO Y MARCADO

4.2.1 Marcado de la Carga

Se va a solicitar al proveedor que el marcado de la carga consigne, de manera obligatoria, la siguiente información:

Datos a consignar:

Exporter: Yiwu Rock Sporting Goods Co. Ltd.

Origin of product: China

Purchase Order N°: XXXXXXXX

Importer: JDE Import E.I.R.L.

Destination of product: Callao - Perú

Contains: Cycling Face Mask / Mask Upgraded filter

Gross Weight: 9.5 KG / 0.43 KG

Net Weight: 9.1 KG / 0.39 KG

Measure: 59x35x60 cms / 28x18x11 cms

Number of packages: 1/8, 2/8, 3/8, 4/8, 5/8, 6/8, 7/8, 8/8

Además, se solicitará usar ciertos pictogramas, como los siguientes:

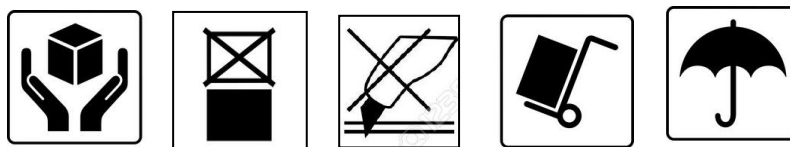


Figura N° 13

Pictogramas a utilizar en las cajas, recuperado de www.shutterstock.com

4.2.2 Rotulado del Producto

Para este punto, se ha tomado como referencia la guía informativa sobre rotulado de productos (Centro de Información y Documentación INDECOPI, 2013)

De la misma, se ha decidido utilizar una etiqueta de papel autoadhesivo plastificado, el cual, será colocado en la caja del producto (individual), conteniendo la siguiente información:

- Nombre o denominación del producto
- Marca (logotipo de la empresa fabricante)
- País de fabricación
- Peso del producto
- Nombre y domicilio legal en el Perú del importador, así como su número de Registro Único de Contribuyente (RUC)
- Números de contacto

Además, se va a incluir un instructivo en español (un pequeño panfleto en formato A-6, en blanco y negro), indicando todas las características del producto, instrucciones de uso, entre otros.

4.3 UNITARIZACIÓN Y CUBICAJE DE LA CARGA

Como ya se había mencionado previamente, los productos se presentan de la siguiente manera:

Para las máscaras antipolución serán:

- 02 Cajas de Cartón corrugado
- Medidas: 59 x 35 x 60 (cm)
- Volumen estimado de caja: 0.1239 m³ (0.7434 m³ en total).
- Peso de la caja: 9.5 KGS

Para los filtros:

- 02 Cajas de Cartón corrugado
- Medidas: 28 x 18 x 11 (cm)
- Volumen estimado de caja: 0.005544 m³ (0.011088 m³ en total).
- Peso de la caja: 0.43 KGS

Asimismo, se utilizaría una pallet de madera de 1.20 mt. x 1.00 mt., para poder realizar la unitarización de la carga:



Figura N° 14

Pallet de Madera a utilizar. Recuperado de <http://www.legno.cl/pallets-madera.html>

Cabe mencionar que las cajas y el pallet serían amarrados entre sí y envueltos en plástico para evitar el ingreso de agua (mar o lluvia) y que el producto se dañe.

4.4 CADENA DE DFI DE IMPORTACIÓN

La Cadena de Distribución Física Internacional sería como se muestra a continuación:

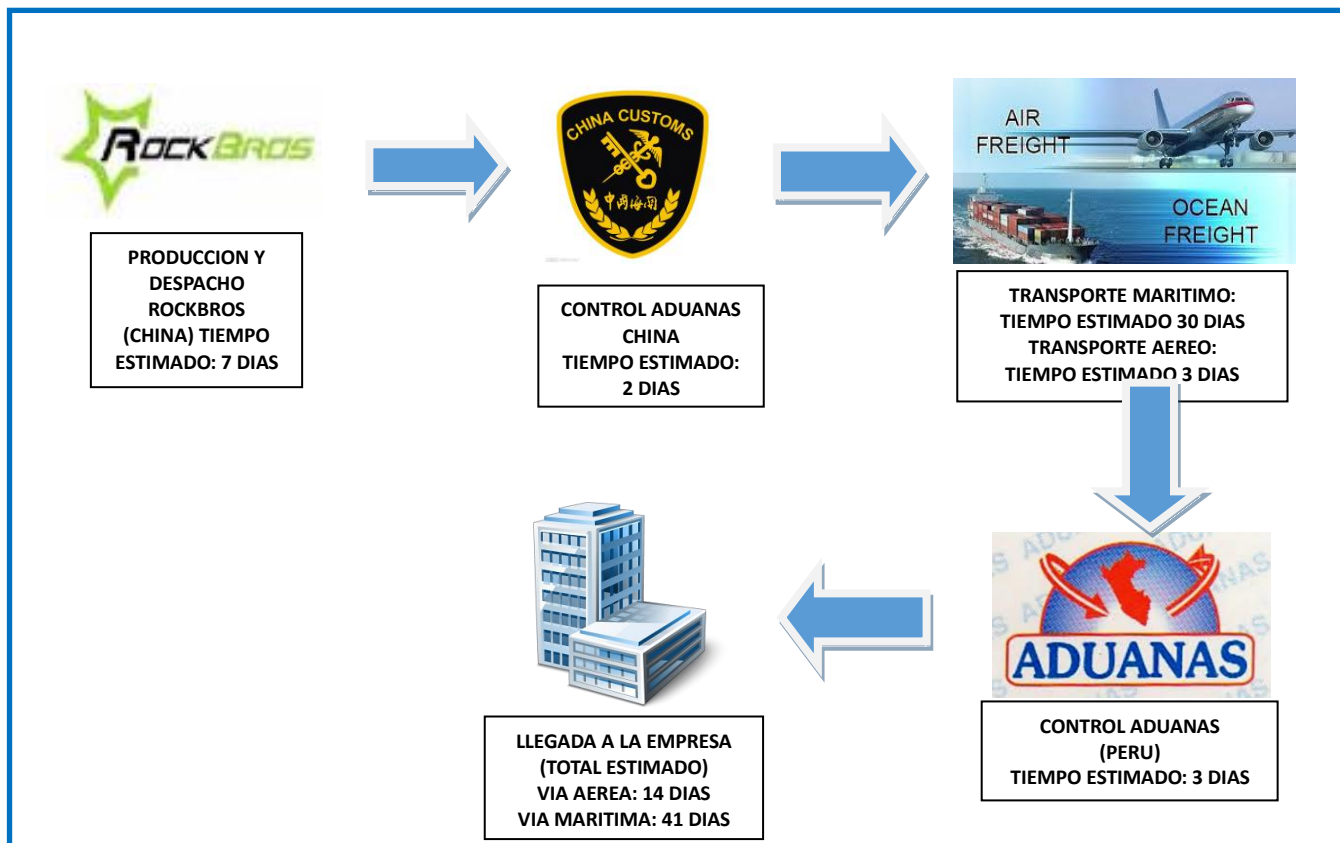


Figura N° 15
Cadena de Distribución Física Internacional (DFI)

4.5 SEGURO DE LA MERCANCÍA

El seguro para la importación, será gestionado por la agencia de carga, quienes se encargan de realizar el trámite directo, si se da el caso de activar el seguro (revisar Anexo N° 4 – Cotización de Seguro)

La empresa aseguradora es **LA POSITIVA CIA. DE SEGUROS Y REASEGUROS**

Entre las características de los seguros que se pueden adquirir están:

- Cobertura: Todo riesgo, por viaje.
- Modo de transporte: Marítimo.
- Tasa: entre 0.35% - 0,50% del valor CFR (Pago mínimo: \$35,00)
- Emisión: 1.5% a 3% del valor FCR

V. PLAN DE COMERCIO EXTERIOR

5.1 FIJACIÓN DE PRECIOS

5.1.1 Costos y Precios

Hay que mencionar que se toma como base para el costeo la importación de 600 unidades, y las siguientes variables:

- Precio de compra FOB del producto
- Costo de transporte internacional
- Seguro de la carga
- Pago de impuestos (Percepción del IGV 10%)
- Nacionalización (régimen de importación simplificada)
- Costos de marketing
- Gastos administrativos

Como se indica líneas arriba, debido a que las variables no son constantes, deben hacerse dos tipos de costeo diferentes:

- a) Considerando la primera importación, donde se paga 10% de Percepción del IGV y se realiza despacho simplificado de importación (T.C. = 3.25)

Tabla N° 6
Costeo de Importación – Primera Importación

		MARÍTIMO	
		MÁSCARAS	FILTROS
PRECIO DE COMPRA	PRECIO FOB (600 MÁSCARAS Y 100 FILTROS)	S/. 9.91	S/. 2.76
COSTO DE TRANSPORTE	TRANSPORTE INTERNACIONAL	S/. 1.63	S/. 0.46
COSTO DE SEGURO	SEGURO	S/. 0.21	S/. 0.06
NACIONALIZACIÓN	IMPUESTO A/V	S/. 0.00	S/. 0.00
	IGV	S/. 1.88	S/. 0.52
	IPM	S/. 0.24	S/. 0.07
	PERCEPCIÓN DEL IGV	S/. 1.39	S/. 0.39
	TRANSPORTE INTERNO	S/. 0.16	S/. 0.04
TOTALES (PRECIO UNITARIO)		S/. 15.41	S/. 4.30

El costo unitario del producto, puesto en el almacén de la empresa (considerando el más económico, por vía marítima) sería el siguiente:

- Máscaras: S/ 15.41
- Filtros: S/ 4.30

Si optamos por esta alternativa, el proceso de importación tendría una duración aproximada de 40 días.

- b) Considerando una importación regular, donde se paga 3.5% de Percepción del IGV y se realiza despacho regular de importación, a través de un Agente de Aduanas (T.C. = 3.25)

Tabla N° 7
Costeo de Importación – Importación Regular

		MARÍTIMO	
		MÁSCARAS	FILTROS
PRECIO DE COMPRA	PRECIO FOB (600 MÁSCARAS/100 FILTROS)	S/. 9.91	S/. 2.76
COSTO DE TRANSPORTE	TRANSPORTE INTERNACIONAL	S/. 0.04	S/. 0.01
COSTO DE SEGURO	SEGURO	S/. 0.07	S/. 0.02
IMPUESTOS	IMPUESTO A/V	S/. 0.00	S/. 0.00
	IGV	S/. 1.60	S/. 0.45
	IPM	S/. 0.20	S/. 0.06
	PERCEPCIÓN DEL IGV	S/. 0.41	S/. 0.12
NACIONALIZACION	DOCUMENTACIÓN	S/. 0.18	S/. 0.05
	GASTOS ALMACÉN	S/. 0.18	S/. 0.05
	VISTO BUENO	S/. 0.83	S/. 0.23
	DESCONSOLIDACIÓN	S/. 0.28	S/. 0.08
	IGV DE SERVICIOS	S/. 0.27	S/. 0.07
AGENCIA DE ADUANAS	ALMACÉN	S/. 1.04	S/. 0.29
	GASTOS OPERATIVOS	S/. 0.26	S/. 0.07
	AGENCIAMIENTO	S/. 0.67	S/. 0.19
	TRANSPORTE INTERNO	S/. 0.44	S/. 0.12
	IGV DE SERVICIOS	S/. 0.43	S/. 0.12
TOTAL		S/. 16.81	S/. 4.69

El costo unitario del producto, puesto en el almacén de la empresa (considerando el más económico, por vía marítima) sería el siguiente:

- Máscaras: S/ 16.81
- Filtros: S/ 4.69

Cabe mencionar que si se considera el transporte por vía aérea, el costo de los productos aumenta en un 20% aproximadamente.

5.1.2 Cotización Internacional

Una vez se ubicó el producto por su nombre en inglés “DUST MASK ROCKBROS”, se procedió a averiguar la empresa que lo producía, encontrándose al proveedor YIWU ROCK SPORTING GOODS CO. LTD., cuya sede principal se encuentra en la ciudad de Yiwu (China).

Se le solicito una cotización por los bienes que ya se han detallado en puntos anteriores, que son:

- 600 máscaras antipolución
- 50 filtros de carbón activado

Asimismo, se piensa realizar una importación cada 3 meses para poder contar con stock disponible para la venta.

5.2 CONTRATO DE COMPRA VENTA INTERNACIONAL (IMPORTACIÓN) Y SUS DOCUMENTOS

Para Obregón Chávez (2012), “el contrato de compraventa internacional es el acto jurídico por el cual más de dos personas de distinto país transan sobre mercaderías a cambio de un precio determinado, donde una de las partes resulta vendedor y el otro comprador; el contrato puede convenirse por la forma que las partes establezcan”.

Es importante esta norma por las consecuencias prácticas de facilitar los intercambios de bienes, capitales y servicios en el contexto de la mundialización económica, precisando que la Convención sólo regula la compraventa de mercaderías.

El Perú se adhirió a esta convención el 22 de febrero de 1999, a través del Decreto Supremo N° 011-99-RE

A continuación, se detalla un modelo de contrato de compraventa internacional (200.37.9.27/DataArchivoCCL/CCEX/FacilitacionCX/Modelo_6.doc):

“Modelo de Contrato de Compraventa Internacional de Mercaderías y

CONTRATO DE COMPRAVENTA [O SUMINISTRO] QUE CELEBRAN POR UNA PARTE POR LA EMPRESA ABC, INC., EN LO SUCESIVO EL VENDEDOR, Y POR OTRA PARTE LA EMPRESA XYZ, S.A., EN LO SUCESIVO EL COMPRADOR, AL TENOR DE LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLÁUSULAS.

DECLARACIONES

Declara el Vendedor

Que es una [sociedad, corporación, etc.], con su establecimiento comercial ubicado en la Ciudad de [nombre], Estado [Provincia, u otra subdivisión territorial], en la Calle [nombre de la calle y número] cuya acta constitutiva [u otro documento de incorporación] se encuentra inscrita en el Registro Público de Comercio de la Ciudad de [Nombre], en el país “A” [nombre del país].

Que entre sus actividades se encuentra la [fabricación, comercialización, etc.] de [maquinaria, aparatos, cultivo de hortalizas, etc.], incluyendo las solicitadas por el comprador.

DECLARA EL COMPRADOR

Que es una [sociedad, corporación, etc.], con su establecimiento comercial ubicado en la Ciudad de [nombre], Estado [Provincia, u otra subdivisión territorial], en la Calle [nombre de la calle y número] cuya acta constitutiva [u otro documento de incorporación] se encuentra inscrita en el Registro Público de Comercio de la Ciudad de [Nombre], en el país “A” [nombre del país].

Que desea adquirir del Vendedor [maquinaria, aparatos, cultivo de hortalizas, gas, petróleo, madera, etc.], según se describe en la cláusula Primera de Este Contrato.

DECLARAN AMBAS PARTES,

Que se reconocen de manera recíproca la capacidad con la que comparecen a la firma del presente contrato, y que la autoridad para celebrar el presente contrato no les ha sido limitada, revocada de cualquier forma.

Que desean obligarse conforme a las siguientes Cláusulas.

1. De la Compraventa. *El Vendedor vende y el Comprador compra la mercadería identificada como [descripción de la o las mercaderías vendidas].*

2. Términos de Precio y Entrega. *Las mercaderías serán entregadas [ex work, FOB, CIF, CFR, etc.], según los Incoterms 2000 publicadas por la Cámara Internacional de Comercio.*

3. Monto, Forma de Pago del Precio, Intereses. *El precio a pagarse por las mercaderías será el de [xxxx] moneda del país [XXXX]. El pago se realizará*

mediante carta de crédito, señalando al vendedor como beneficiario, y especificando que el pago se hará contra la presentación de la factura comercial, certificado de origen, copia del conocimiento de embarque, póliza de seguro marítimo, y una letra de cambio. Si por cualquier razón la carta de crédito fuera incobrable por causa imputable al Comprador, se le aplicará un interés moratorio del 1.5% mensual sobre saldos insolutos por el tiempo que dura el retraso en el pago. El mismo interés aplicara para aquellos casos en que cualquier de las partes tenga la obligación de hacer un pago en dinero por concepto de indemnización por cualquier otra razón a la otra parte.

4. Garantías del Vendedor al Comprador.

Opción A. El vendedor garantiza por un plazo de [xxx días, meses, años] que las mercaderías son aptas para el uso típico que se le da a mercaderías de esta categoría.

Opción B. El vendedor garantiza por un plazo de [xxx días, meses, años] que las mercaderías se adecuan a las especificaciones señaladas por el Comprador, y que las mismas se encuentran libres de defectos.

Opción C. El Vendedor no hace garantía alguna en cuanto a la adecuación de las mercaderías para un uso determinado, no obstante cualquier indicación que hubiera hecho el Comprador al Vendedor al respecto.

5. Reclamaciones de Terceros. *El Vendedor garantiza que las mercaderías se encuentran libres de cualesquier reclamaciones de terceros, incluyendo reclamaciones derivadas de un reclamo sobre la propiedad de las mismas, de que se encuentra sujetas a un gravamen, o de que un tercero es el titular de algún derecho de propiedad intelectual, incluyendo derechos de la propiedad industrial, o de derechos de autor en el País del Vendedor. Previo a la celebración del contrato el Comprador se ha cerciorado que las mercaderías del Vendedor son importables a su país o al país de destino final de las mercaderías sin infringir ningún derecho de propiedad intelectual, por lo que exonera al Vendedor de cualquier reclamo por terceros relativos a los derechos de propiedad intelectual descritos en esta cláusula.*

6. Modificaciones del Contrato. *El presente contrato solo podrá modificarse por escrito firmado por ambas partes. Cualquier propuesta para su modificación deberá enviarse a los domicilios [número de fax, correo electrónico] indicados en las Declaraciones indicadas al principio de este contrato. El silencio a cualquier propuesta para la modificación no tendrá el efecto de una aceptación.*

7. Periodo para Inspeccionar y Notificar al Comprador Reclamaciones Relacionadas al Contrato. *A partir de que el Comprador tenga oportunidad de inspeccionar las mercaderías, deberá examinarlas dentro de un plazo no mayor de 10 días [u otro plazo que acuerden las partes dependiendo si se tratan de perecederos o no perecederos]. En caso de cualquier falta de conformidad deberá dentro de los 10 días siguientes [u otro plazo] a su descubrimiento notificar al Vendedor de tal falta de conformidad por escrito, o*

por cualquier otro medio, incluyendo los electrónicos especificando en que consiste la falta de conformidad alegada.

8. Fuerza Mayor. *En caso de que el vendedor se encuentre impedido de cumplir con cualquier obligación derivada del contrato por acontecimientos que estén fuera de su contrato incluyendo sin limitarse, a huelgas, incendios, guerra civil, expropiación, conflicto internacional, bloqueo, o catástrofe natural, deberá notificar al Comprador tan pronto como tenga conocimiento de lo acontecido sobre su posibilidad de cumplir con el contrato, o en su caso de que lo dará por terminado sin su responsabilidad.*

9. Jurisdicción y Derecho Aplicable. *Las partes están de acuerdo en que no obstante el domicilio actual o futuro de las partes, cualquier controversia que se suscite entre con relación a, o derivada del presente contrato serán resueltas por ...*

Arbitraje Comercial, por [un] [tres] árbitro(s) que en su caso designará [incluir organización u otra forma de designación]. Los árbitros llevarán el procedimiento en el idioma X, y su laudo podrá ejecutarse en cualquier sitio en que la parte que pierda tenga bienes. Quien prevalezca en el procedimiento tendrá derecho además de los

El derecho aplicable será la Convención de Naciones Unidas sobre la Compraventa Internacional de Mercaderías, [con exclusión del artículo XXX].”

Para la elaboración del contrato, se deben tomar en cuenta los puntos el numeral 2.15.

Los documentos que debemos tener en cuenta para el contrato de compraventa internacional son:

- Cotización del proveedor
- Certificados de calidad
- Documentos de pago
- Factura comercial
- Conocimiento de embarque o carta porte

5.3 ELECCIÓN Y APLICACIÓN DEL INCOTERM

Tomando en cuenta los Incoterms 2010, la compra del producto se está haciendo bajo el INCOTERM FOB.

Este INCOTERM incluye lo siguiente:

- Embalaje de la carga
- Estibado en la fábrica al transporte (terrestre)
- Transporte local
- Gastos de aduanas (exportación)
- Carga en puerto

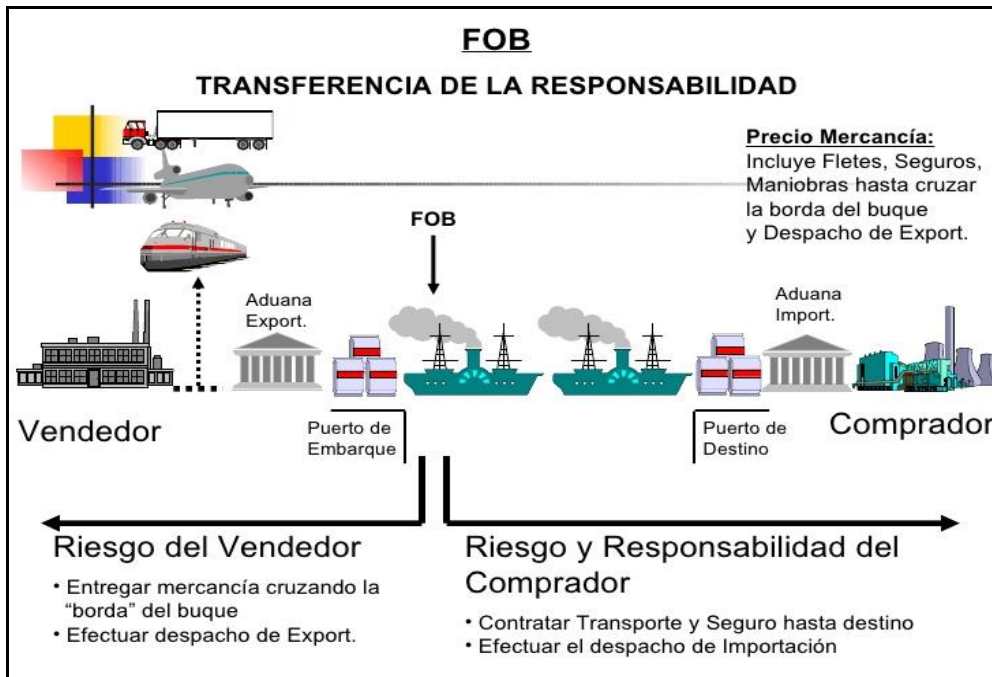


Figura N° 16

Responsabilidades en el Incoterm FOB, recuperado de www.comercioyaduanas.com.mx

Los costos asumidos por la empresa son el transporte (sea marítimo o aéreo), seguro de la carga, manipuleo en destino, aduanas de importación, transporte local y descarga en almacén.

5.4 DETERMINACIÓN DEL MEDIO DE PAGO Y COBRO

a) Medio de Pago

El proveedor solicita como medio de pago una "T/T= telegraphic transfer", el cual, tiene las siguientes características:

- No tiene costos altos (sólo se paga el costo por gestión bancaria).
- Se puede hacer desde cualquier banco
- Es un método de pago arriesgado, porque no garantiza que el proveedor cumpla con enviar la mercancía

Además, por no ser un costo significativo, se puede hacer el pago con una tarjeta de débito o crédito a través del portal de ALIBABA.

En este caso, ¿Cuál sería la protección para el importador, ante una probable estafa del proveedor?

Ya que la cotización y compra del producto se está haciendo a través de ALIBABA, esta empresa ha desarrollado mecanismo que protegen a los clientes en este tipo de circunstancias, llamado TRADE ASSURANCE, que para el caso específico de esta empresa, cubre las operaciones comerciales hasta por un valor de USD \$ 74 mil.

El servicio es gratuito y la única condición es realizar la compra a través de la plataforma de ALIBABA. Cubre en caso el proveedor no entregue los productos en las condiciones ofertadas (calidad) o no cumpla con el plazo de entrega acordado (Mora, 2016).

b) Medio de Cobro

En lo que refiere al cobro a los clientes, se han establecido dos métodos principales:

- Efectivo: este medio de cobro no tiene ningún recargo, sin embargo, existe siempre el riesgo de la delincuencia, pérdida, deshonestidad, etc.
- Pago con tarjeta Visa: en este caso, se piensa conseguir un Pocket POS (dispositivo de bolsillo) para realizar dichas operaciones (costo S/. 199.00) y el costo variable se calcula según el tipo de tarjeta que se utilice (débito 2.99% y crédito 3.99%) para la venta (recuperado de www.visanet.com.pe)

5.5 ELECCIÓN DEL RÉGIMEN DE IMPORTACIÓN

Según los procedimientos de despacho de la SUNAT, las importaciones divididas en los siguientes regímenes:

- Importación para el Consumo
- Importación para el Consumo A
- Admisión temporal para reexportación en el mismo estado
- Admisión temporal para reexportación en el mismo estado A
- Reimportación en el mismo estado.

La empresa debe optar por seleccionar el Régimen de Importación para el Consumo, ya que este régimen aduanero 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 hubiese y del cumplimiento de las formalidades y otras obligaciones aduaneras.

5.6 GESTIÓN ADUANERA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

Para el presente proyecto, se debe tener en cuenta los trámites a realizar y los impuestos a cancelar (Anexo 5: cotizaciones de agencias de carga y otras). Para ello, explicamos lo siguiente:

5.6.1 Primera Importación

Al ser la primera importación, se puede hacer un despacho simplificado de importación, por lo que se pagaría lo siguiente:

- Ad Valorem: 0% (sobre el CIF) por el TLC Perú-China
- Impuesto General a las Ventas: 16% (sobre el CIF + A/V)
- Impuesto de Promoción Municipal: 2% (sobre el CIF + A/V)
- Tasa de despacho: \$10
- Percepción: Al tratarse de una primera importación, debemos cancelar el 10% del total de impuestos cancelados (CIF + A/V + IGV + IPM + Tasa de despacho)
- Transporte local: Al no ser un volumen importante, esta se puede mover en un pequeño transporte o en auto propio.

5.6.2 Importaciones Regulares

a) Agencia de Aduanas e Impuestos

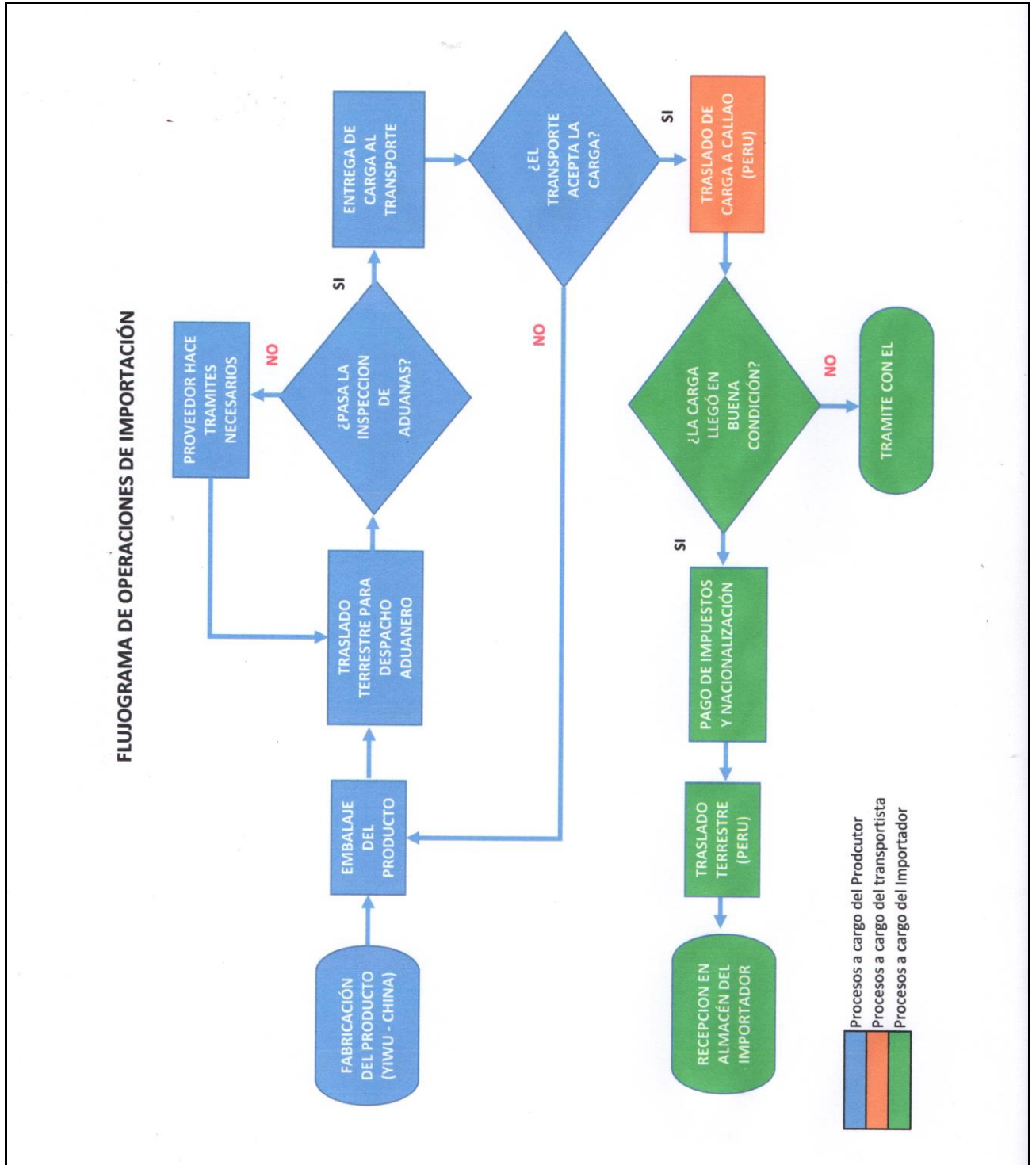
- Ad Valorem: 9% (sobre el CIF), pero con Certificado de Origen, se puede obtener una tasa de 1.8%
- Impuesto General a las Ventas: 16% (sobre el CIF + A/V)
- Impuesto de Promoción Municipal: 2% (sobre el CIF + A/V)
- Tasa de despacho: \$10
- Percepción: Al tratarse de una segunda importación, debemos cancelar el 10% del total de impuestos cancelados (CIF + A/V + IGV + IPM + Tasa de despacho)
- Transporte local: volumen y peso menores, transporte pequeño.
- Comisión: Cobro que realiza la agencia de aduanas por el servicio de nacionalización de la mercadería.
- Gastos operativos: Cobros por parte de la agencia de aduanas.
- Aforo: Este concepto se cancela, siempre y cuando, el producto sea seleccionado para pasar por canal rojo, porque representa la presencia de un despachador durante el aforo de la mercadería.

b) Servicio Logístico

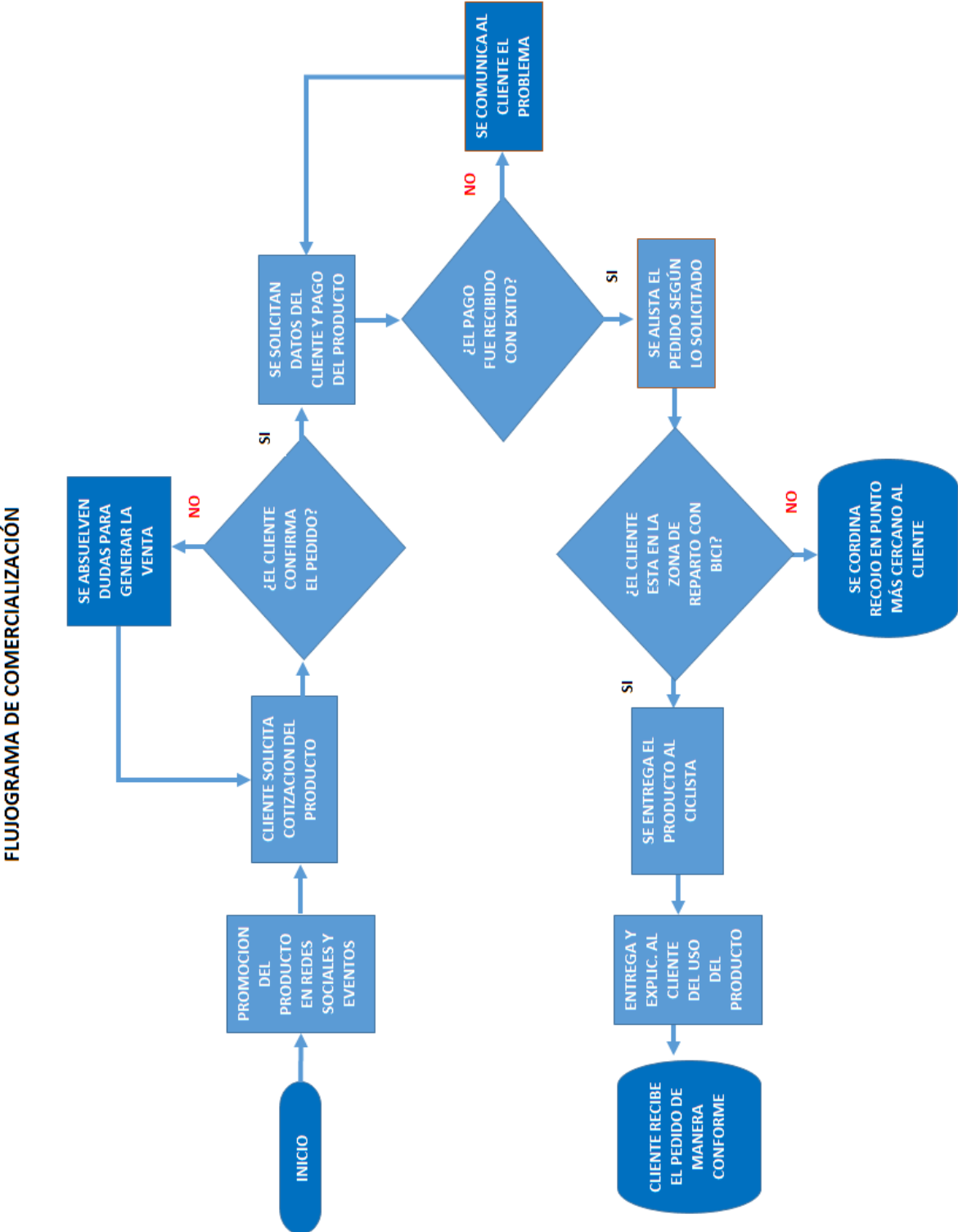
- Derecho de Descarga: Entrega de la mercadería en el Terminal seleccionado por la naviera (Consolidadora).
- Gastos Operativos: Cobro que realiza el Terminal.
- Visto Bueno: Entrega de los documentos de transporte internacional sellados y firmados por la agencia marítima.
- Gastos de Terminal: Concepto por entrega y/o devolución del contenedor vacío.
- TDI y gastos administrativos: Gastos locales de la agencia de carga marítima.
- Aforo: Este concepto se cancela, siempre y cuando, el producto sea seleccionado para pasar por canal rojo, porque representa los gastos por reconocimiento de la mercadería.

5.7 GESTIÓN DE LAS OPERACIONES DE IMPORTACIÓN: (Revisar Flujogramas en la siguiente página):

FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE IMPORTACIÓN



FLUJograma DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN



VI. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

6.1 Inversión Fija

6.1.1 Activos tangibles

La inversión a realizar en activos intangibles, consta de la compra de una laptop para el encargado de logística, una impresora multifuncional para la oficina, un escritorio, sillas y estantes. Se ha utilizado un tipo de cambio referencial de S/ 3,25 por dólar.

Tabla N° 8
Activos tangibles

INVERSIÓN FIJA TANGIBLE	S/
Laptop HP Core i3 4 GB Ram 1 TB DD	1,137.50
Escritorio de melamine	300.00
Estante para archivadores	200.00
Sillas para escritorio (fijas)	180.00
Impresora Multifuncional Epson	600.00
Bicicleta para reparto	400.00
TOTAL	2,817.50

Asimismo, se ha establecido una depreciación estimada de los bienes, como se muestra a continuación:

Tabla N° 9
Depreciación Activo Fijo Tangible

INVERSIÓN FIJA TANGIBLE	Cantidad	Valor	% Anual	Monto
Laptop HP Core i3 4 GB Ram 1 TB DD	1	S/. 1,137.50	20	S/. 227.50
Escritorio de melamine	1	S/. 300.00	20	S/. 60.00
Estante para archivadores	1	S/. 200.00	20	S/. 40.00
Sillas para escritorio (fijas)	3	S/. 180.00	20	S/. 36.00
Impresora Multifuncional Epson	1	S/. 600.00	20	S/. 120.00
Bicicleta para reparto	1	S/. 400.00	25	S/. 100.00

6.1.2 Activos intangibles

En la inversión a realizar en activos intangibles se consideran los gastos en la gestión de constitución de empresa, licencia de funcionamiento municipal, requisitos de inspección del Instituto de Defensa Civil, y la compra del sistema office para las portátiles a adquirir.

Tabla N° 10
Activos Intangibles

INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE	S/
Constitución de la Empresa (SUNARP)	0.00
Gastos Notariales para Constitución	270.00
Licencia de Funcionamiento	57.60
Página y dominio web	390.00
Office 365 (01 año)	290.00

En este caso, para los activos intangibles, se enviará el total al gasto para el año 1, y cada año se deberá enviar la renovación anual por la compra del Office 365, cuyo precio es para las 1 laptop.

6.2 Capital de Trabajo

Para el cálculo del monto del capital de trabajo, se está considerando conceptos como útiles de limpieza y de oficina, adquisición del producto, costos de importación, gastos de marketing, imprevistos, gastos de ventas y gastos de administración. En estos dos últimos conceptos, se está considerando el monto de sueldos por un mes de trabajo.

Tabla N° 11
Capital de Trabajo

EXISTENCIAS		
Útiles de Oficina		S/. 100.00
Útiles de Limpieza		S/. 100.00
DISPONIBLE		
Compra del producto	Compra del producto	S/. 6,223.75
Transporte Internacional	Transporte internacional	S/. 1,025.38
Costo de Seguro	Seguro	S/. 130.00
Impuestos	Impuestos	S/. 2,198.98
Transporte interno	Transporte interno	S/. 100.00
	Sorteo de 10 MÁSCARAS	S/. 154.14
	Tarjetas de presentación (300)	S/. 120.00
MARKETING		
	Volantes raspa y gana 20% off (10)	S/. 30.83
	Stand armable o quiosco	S/. 350.00
	Gigantografía	S/. 50.00
Imprevistos	Otros (movilidades, comida, etc.)	S/. 300.00
	Planillas	S/. 3,159.00
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
	Servicios	S/. 200.00
	Local	S/. 1,000.00
TOTAL P. CAPITAL DE TRABAJO		S/. 15,242.08

6.3 Inversión Total

La inversión total del proyecto está conformada por la inversión en activos tangibles, en activos intangibles y el capital del trabajo:

Tabla N° 12
Inversión Total

INVERSIÓN TANGIBLE	S/. 2,817.50
INVERSIÓN INTANGIBLE	S/. 1,007.60
CAPITAL DE TRABAJO	S/. 15,242.08
TOTAL INVERSIÓN	S/. 19,067.18

6.4 Estructura de Inversión y Financiamiento

El presente proyecto se va a financiar con recursos propios a un 100%.

Para la constitución de la empresa se aportará un monto de S/ 3,000, por lo cual quedaría pendiente un monto por cubrir de S/ 17,000

6.5 Fuentes financieras y condiciones de crédito

Como ya se mencionó, la empresa se va a financiar con capital propio, sin embargo, se tiene en consideración que, en algún momento se podría necesitar de un financiamiento, por lo cual, el propietario recurriría a los bancos u otras entidades financieras para obtener un financiamiento personal, que inyectaría como un aporte adicional a la empresa o como un préstamo a la misma.

El propietario tiene un historial crediticio con los bancos BCP e INTERBANK, sin embargo, existen otras entidades a las que la empresa podría recurrir, pero aplican tasas más elevadas a los préstamos y tienen requisitos con los que la empresa no puede cumplir, como son:

- Antigüedad mínima de la empresa: 6 meses
- Acta de constitución de empresa
- Vigencia de poderes del representante legal
- Copia de DNI del representante legal
- No tener calificación negativa en el sistema financiero
- últimos PDT 621
- Declaración de renta anual
- Estados financieros de la empresa
- Garantía o aval, que cubra el crédito solicitado
- Recibo de luz o agua del local donde funciona el negocio

Asimismo, se adjunta un comparativo de las tasas que cobran las diferentes entidades financieras por un crédito personal, que sería la elección para este caso:

Tabla N° 13
Tasas referenciales de Créditos Personales

ENTIDAD	TASA APROX
BCP	12% - 15%
INTERBANK	14% - 18%
CAJA PIURA	26.82% - 79.59%
CAJA ICA	25.5% - 59.55%
CAJA TRUJILLO	34.49% - 69.60%

Fuente: www.comparabien.com

Elaboración: Propia

6.6 Presupuesto de Costos

Para este punto, se están considerando los siguientes costos: compra del producto, transporte internacional, seguro, impuestos locales, nacionalización de la mercadería, marketing y promoción.

Se puede observar que, aproximadamente el 60% del costo total está representado por la compra del producto, seguidos por los impuestos y costos de marketing. La primera tabla representa los costos por la cotización para la primera importación:

Tabla N° 14
Presupuesto de Costos Primera Venta

DETALLE	MONTO
PRECIO FOB	S/. 6,223.75
TRANSPORTE INTERNACIONAL	S/. 1,025.38
SEGURO	S/. 130.00
IMPUESTO A/V	S/. 0.00
IGV	S/. 1,180.66
IPM	S/. 147.58
PERCEPCIÓN DEL IGV	S/. 870.74
TRANSPORTE INTERNO	S/. 100.00
SORTEO DE 10 MÁSCARAS	S/. 154.14
TARJETAS DE PRESENTACIÓN (300)	S/. 120.00
VOLANTES RASPA Y GANA 20% OFF (10)	S/. 30.83
STAND ARMABLE O QUIOSCO	S/. 350.00
GIGANTOGRAFÍA	S/. 50.00
OTROS (MOVILIDADES, COMIDA, ETC.)	S/. 150.00
TOTAL	S/. 10,533.07

Asimismo, se muestra a continuación los costos para una importación regular (que incluye una tasa menor de percepción del IGV y gastos de agente de aduanas):

Tabla N° 15
Presupuesto de Costos para una importación regular (Transporte Marítimo)

DETALLE	MONTO
TRANSPORTE INTERNACIONAL	S/. 22.75
SEGURO	S/. 42.87
IMPUESTO A/V	S/. 0.00
IGV	S/. 1,006.30
IPM	S/. 125.79
PERCEPCIÓN DEL IGV	S/. 259.75
DOCUMENTACIÓN	S/. 113.75
GASTOS ALMACÉN	S/. 113.75
VISTO BUENO	S/. 520.00
DESCONSOLIDACIÓN	S/. 178.75
IGV DE SERVICIOS	S/. 166.73
ALMACÉN	S/. 650.00
GASTOS OPERATIVOS	S/. 162.50
AGENCIAMIENTO	S/. 422.50
TRANSPORTE INTERNO	S/. 276.25
IGV DE SERVICIOS	S/. 272.03
SORTEO DE 10 MÁSCARAS	S/. 168.15
TARJETAS DE PRESENTACION (300)	S/. 0.00
VOLANTES RASPA Y GANA 20% OFF (10)	S/. 33.63
STAND ARMABLE O QUIOSCO	S/. 0.00
GIGANTOGRAFÍA	S/. 0.00
OTROS (MOVILIDADES, COMIDA, ETC.)	S/. 150.00
TOTAL	S/. 10,909.23

Por último, debemos mostrar el presupuesto de gastos por todo un año completo:

Tabla N° 16
Presupuesto de Costos por un año:

DETALLE	MONTO
COMPRA DEL PRODUCTO	S/. 24,895.00
TRANSPORTE INTERNACIONAL	S/. 1,093.63
SEGURO	S/. 258.60
IMPUESTO A/V	S/. 0.00
IGV	S/. 4,199.56
IPM	S/. 524.94
PERCEPCIÓN DEL IGV	S/. 1,649.99
TRANSPORTE INTERNO	S/. 100.00
DOCUMENTACIÓN	S/. 341.25
GASTOS ALMACÉN	S/. 341.25
VISTO BUENO	S/. 1,560.00
DESCONSOLIDACIÓN	S/. 536.25
IGV DE SERVICIOS	S/. 500.18
ALMACÉN	S/. 1,950.00
GASTOS OPERATIVOS	S/. 487.50
AGENCIAMIENTO	S/. 1,267.50
TRANSPORTE INTERNO	S/. 828.75
IGV DE SERVICIOS	S/. 816.08
SORTEO DE 10 MÁSCARAS	S/. 658.58
TARJETAS DE PRESENTACIÓN (300)	S/. 120.00
VOLANTES RASPA Y GANA 20% OFF (10)	S/. 131.72
STAND ARMABLE O QUIOSCO	S/. 350.00
GIGANTOGRAFÍA	S/. 50.00
OTROS (MOVILIDADES, COMIDA, ETC.)	S/. 600.00
TOTAL	S/. 43,260.77

6.7 Punto de Equilibrio

Para realizar el cálculo del punto de equilibrio, se han considerado los siguientes datos: Costos fijos, costo variable unitario y precio del producto, en la siguiente fórmula:

$$P.E. = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Precio de Venta} - \text{Costo Variable}}$$

Además, se debe tener en cuenta que los puntos de equilibrio a hallar son dos:

- P.E. de venta de máscaras, en unidades vendidas (representa un 95.56%)
- P.E. de venta de filtros, en unidades vendidas (representa un 4,44% del total)

Tabla N° 17
Puntos de Equilibrio

	MÁSCARAS	FILTROS
Costo Fijo Total	S/. 55,743.11	S/. 2,589.99
Precio de Venta Unitario	S/. 50.00	S/. 12.00
Costo Variable Unitario	S/. 17.79	S/. 4.96
Punto de Equilibrio (unidades)	1,731	368

Como resultado de la fórmula, la empresa necesita vender en el primer año de operaciones 1,731 máscaras antipolución y 368 filtros, para llegar a su punto de equilibrio y poder cubrir todos sus costos y gastos, fijos y variables.

6.8 Tributación de la importación

Para este punto se consideran dos opciones distintas, debido a que la primera importación será a través de un despacho de importación simplificado, y luego, las importaciones siguientes serán a través del despacho regular. Ambas opciones estarán afectas a diferentes porcentajes de percepción, como se muestra a continuación:

Tabla N° 18
Tributos 1ra. Importación

IMPUESTO O TRIBUTO	MONTO
IMPUESTO A/V	S/. 0.00
IGV	S/. 1,180.66
IPM	S/. 147.58
PERCEPCIÓN DEL IGV (10%)	S/. 870.74

Tabla N° 19
Tributos Importaciones regulares

IMPUESTO O TRIBUTO	MONTO
IMPUESTO A/V	S/. 0.00
IGV	S/. 3,018.90
IPM	S/. 377.36
PERCEPCIÓN DEL IGV	S/. 779.25

6.9 Presupuesto de Ingresos

Para el presupuesto de ingresos se han considerado las siguientes ventas anuales:

Tabla N° 20
Presupuesto de Ingresos o ingresos proyectados

ITEM / AÑO	1	2	3
Precio	S/. 50.00	S/. 55.00	S/. 60.00
Máscaras	2,400	2,400	2,400
Precio	S/. 12.00	S/. 12.50	S/. 13.00
Filtros	400	400	400
Ingresos Totales	S/. 124,800.00	S/. 137,000.00	S/. 149,200.00

Además de las cifras proyectadas, hemos considerado necesario el establecer tres escenarios probables de ventas, debido a los distintos factores analizados en el capítulo de Marketing:

Tabla N° 21
Escenarios probables de Ventas (en Soles vendidos)

ESCENARIO / AÑO	1	2	3
Pesimista	S/. 124,800.00	S/. 137,000.00	S/. 149,200.00
Probable (+10%)	S/. 137,280.00	S/. 150,700.00	S/. 164,120.00
Optimista (+20%)	S/. 149,760.00	S/. 164,400.00	S/. 179,040.00

6.10 Presupuesto de Egresos

Para el desarrollo del presupuesto de egresos, se están considerando los conceptos a pagar de forma regular, como: compra del producto, flete y seguro, impuestos locales, costos de nacionalización, costos de marketing, gastos de ventas y gastos de administración, otros gastos.

Se tiene en cuenta que la diferencia en el Tipo de cambio, según se mostrará más adelante, no constituye un peligro para la empresa porque su comportamiento es estable.

Se considera también un aumento anual en los costos a razón de 5% anual, para solventar aumentos de sueldo, compra renovar activos menores necesarios, etc.

Tabla N° 22
Presupuesto de Egresos proyectados

ITEM / AÑO	1	2	3
Máscaras	S/ 58,575.19	S/ 61,503.95	S/ 64,579.15
Filtros	S/ 2,721.58	S/ 2,857.66	S/ 3,000.54
Egresos Totales	S/. 61,296.77	S/. 64,361.61	S/. 67,579.69

También, se ha realizado una proyección de pago de impuestos, tomando en cuenta el flujo de caja proyectado por los 3 periodos a analizar:

Tabla N° 23
Presupuesto de Impuestos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Crédito fiscal	-9 521	-7 322	-7 322
Impuestos por pagar	19 613	24 660	26 856
Total	10 092	17 338	19 534

6.11 Flujo de caja proyectado

Se ha realizado una proyección de 3 años para el flujo de caja, tiempo en donde la empresa se posiciona en el mercado, y recupera la inversión inicial. En el mismo tenemos el flujo de caja económico, el flujo de caja financiero y el flujo de caja anualizado, que incluye la recuperación de la inversión inicial.

Tabla N° 24
Flujo de Caja Proyectado Anualizado

ITEM / AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
MONTO INVERSIÓN	S/. 20,000		
INGRESOS			
VENTA DE MÁSCARAS	S/. 105,000	S/. 132,000	S/. 144,000
VENTA DE FILTROS	S/. 3,960	S/. 5,000	S/. 5,200
EGRESOS			
COMPRA DEL PRODUCTO	S/. 31,119	S/. 24,895	S/. 24,895
DFI	S/. 11,267	S/. 10,012	S/. 10,012
IMPUESTOS	S/. 9,521	S/. 7,322	S/. 7,322
MARKETING	S/. 9,795	S/. 10,650	S/. 10,650
COMPRA DE EQUIPOS	S/. 2,138		
MUEBLES	S/. 680		
COMPRA DE SOFTWARE	S/. 290	S/. 290	S/. 290
ÚTILES DE ESCRITORIO Y LIMP.	S/. 2,200	S/. 2,400	S/. 2,400
CAJA CHICA	S/. 3,628	S/. 3,600	S/. 3,600
PLANILLAS	S/. 33,170	S/. 37,908	S/. 37,908
ALQUILER	S/. 11,000	S/. 12,000	S/. 12,000
SERVICIOS	S/. 2,100	S/. 2,400	S/. 2,400
RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN	S/. 0	S/. 0	S/. 20,000
FLUJO DE CAJA OPERATIVO	S/. 12,053	S/. 25,523	S/. 17,723

Tabla N° 25
Flujo de Caja Proyectado Primer Año (por Mes)

ITEM / MES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
SALDO INICIAL	S/. 20,000	S/. 12,293	S/. 7,822	S/. 1,911	S/. 6,557	S/. 11,203	S/. 5,292	S/. 9,938	S/. 14,584	S/. 8,673	S/. 13,319	S/. 17,965
INGRESOS	S/. 0	5,360	10,360	10,360	10,360	10,360	10,360	10,360	10,360	10,360	10,360	10,360
VENTA DE MÁSCARAS		S/. 5,000	S/. 10,000	S/. 10,000	S/. 10,000	S/. 10,000	S/. 10,000	S/. 10,000	S/. 10,000	S/. 10,000	S/. 10,000	S/. 10,000
VENTA DE FILTROS		S/. 360	S/. 360	S/. 360	S/. 360	S/. 360	S/. 360	S/. 360	S/. 360	S/. 360	S/. 360	S/. 360
EGRESOS	S/. 7,707	S/. 9,831	S/. 16,271	S/. 5,714	S/. 5,714	S/. 16,271	S/. 5,714	S/. 5,714	S/. 16,271	S/. 5,714	S/. 5,714	S/. 16,271
CONSTITUCION DE LA EMPRESA	S/. 328											
COMPRA DEL PRODUCTO	S/. 6,224		S/. 6,224			S/. 6,224			S/. 6,224			S/. 6,224
DFI	S/. 1,155	S/. 100	S/. 2,503			S/. 2,503			S/. 2,503			S/. 2,503
IMPUESTOS		S/. 2,199	S/. 1,831			S/. 1,831			S/. 1,831			S/. 1,831
MARKETING		S/. 1,245	S/. 855	S/. 855	S/. 855	S/. 855	S/. 855	S/. 855	S/. 855	S/. 855	S/. 855	S/. 855
COMPRA DE EQUIPOS		S/. 2,138										
MUEBLES		S/. 680										
COMPRA DE SOFTWARE UTILES		S/. 290										
ESCRITORIO Y LIMPIEZA		S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200
CAJA CHICA		S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300
PLANILLAS		S/. 1,580	S/. 3,159	S/. 3,159	S/. 3,159	S/. 3,159	S/. 3,159	S/. 3,159	S/. 3,159	S/. 3,159	S/. 3,159	S/. 3,159
ALQUILER		S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000
SERVICIOS		S/. 100	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200
FC ECONOMICO	S/. 12,293	S/. 7,822	S/. 1,911	S/. 6,557	S/. 11,203	S/. 5,292	S/. 9,938	S/. 14,584	S/. 8,673	S/. 13,319	S/. 17,965	S/. 12,053

6.12 Balance General

Para la evaluación del plan de negocios, se ha realizado una proyección a 3 años, a través de dos estados financieros: El balance general y el estado de resultados. A continuación, se presentan los estados financieros, por tipo y por año.

Tabla N° 26
Balance General Proyectado por 3 Años

JDE IMPORT E.I.R.L.
BALANCE GENERAL
Al 31 de Diciembre de 20XX
(Soles)

ACTIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
ACTIVO CORRIENTE				PASIVO CORRIENTE			
Efectivo y Equivalentes de Efectivo	S/. 115,332	S/. 133,400	S/. 115,600	Sobregiros bancarios			
Cuentas por cobrar diversas	S/. 10,000	S/. 20,000	S/. 30,000	Trib. Y Aport. Sist.	S/.	S/.	S/.
Caja Chica	S/. 3,628	S/. 3,600	S/. 3,600	Pens.	1,051	3,914	3,134
Serv y otros pag. por anticipado				Rem. Y Particip. Por Pagar	S/.	S/.	S/.
Otros activos pagados anticip.	S/. 9,521	S/. 7,322	S/. 7,322	Ctas. Por pagar Comerc.	33,170	37,908	37,908
Mercadería	S/. 12,716				S/.	S/.	S/.
Suministros Diversos	S/. 2,200	S/. 2,400	S/. 2,400	Prestamos por pagar Ctas. Por pagar diversas			17,000
	S/. 153,397	S/. 166,722	S/. 158,922	Otras Cuentas por pagar	S/.	S/.	S/.
					127,047	111,791	128,011
ACTIVO NO CORRIENTE				PASIVO NO CORRIENTE			
Inmuebles, Maquinaria y Equipo	S/. 2,818			Pasivo Diferido	S/.	S/.	
Activos Intangibles	S/. 290	S/. 290	S/. 290		17,000	17,000	
	S/. 3,108	S/. 290	S/. 290	PATRIMONIO			
				Capital Social	S/.	S/.	S/.
				Capital Adicional	3,000	3,000	3,000
				Resultados Acumulados			
				Resultados del Ejercicio	S/.	S/.	S/.
					9,458	35,222	28,202
					S/.	S/.	S/.
					12,458	38,222	31,202
TOTAL ACTIVO	S/. 156,505	S/. 167,012	S/. 159,212	TOTAL PASIVO Y PATRIM.	S/.	S/.	S/.
					156,505	167,012	159,212

Para la elaboración del balance general de cada año, se han considerado los flujos acumulados por año, con la devolución del préstamo de S/ 17,000 al tercer año, puesto que se ha demostrado que al tercer año se tiene un resultado que cubre con creces dicha obligación.

6.13 Estado de Resultados

Siguiendo con la evaluación de los estados financieros, a continuación, se detallan el estado de resultados para los 3 periodos analizados:

Tabla N° 27
Estado de Resultados por 3 Años

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
JDE IMPORT E.I.R.L.			
ESTADO DE RESULTADOS			
Al 31 de Diciembre de 20XX			
(Soles)			
<hr/>			
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<hr/>			
VENTAS BRUTAS			
VENTAS COMERCIALES	108960	137000	149200
OTROS INGRESOS			
TOTAL INGRESOS BRUTOS	108960	137000	149200
<hr/>			
COSTO DE VENTAS	(42386)	(34907)	(37907)
OTROS GASTOS	0	0	0
UTILIDAD BRUTA	66574	102093	114293
<hr/>			
GASTOS ADMINISTRATIVOS	(46270)	(52308)	(52308)
GASTOS DE VENTAS	(9795)	(10650)	(10650)
OTROS GASTOS			
UTILIDAD OPERATIVA	10509	39135	51335
<hr/>			
INGRESOS FINANCIEROS			
DEV. DE PRÉSTAMOS A SOCIOS			(17000)
GASTOS FINANCIEROS			
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	10509	39135	31335
<hr/>			
PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES			
IMPUESTO A LA RENTA (10%)	1051	3914	3134
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	9458	35222	28202

Para verificar la información obtenida en los estados financieros, se ha realizado el análisis de los principales ratios financieros, en los cuales se puede observar:

- La empresa está en toda sus capacidades de pagar deudas.
- Cada año el aporte de los acreedores representa menos a la estructura de capital de la empresa, por lo que no depende de ellos para hacer frente a sus obligaciones.
- Se obtiene rentabilidad, desde el primer año, por cada sol que se ha invertido en la empresa, tanto sobre el activo, ventas y la utilidad generada por acción.

- El ROA y ROE de la empresa son buenos, y representan el rendimiento que se obtiene por los fondos invertidos en la sociedad (activos y capital).

6.14 Evaluación de la Inversión

6.14.1 Evaluación Económica

Como primer paso para la evaluación económica, se ha realizado el cálculo del costo del capital propio (COK). Para ello se ha tomado en referencia la siguiente fórmula:

$$K_e = R_f + \beta (R_m - R_f) + R_p$$

R_f: Tasa libre de riesgo. Para este punto se está tomando en consideración el rendimiento de los bonos del tesoro público de Estados Unidos de Norteamérica, siendo para el cálculo 2.69%

β: Beta del sector. Para este punto se está tomando en consideración el riesgo del sector, para este proyecto, ventas al por menor en general 1.05

R_m: Rentabilidad esperada del mercado. Para este cálculo se está tomando en consideración la rentabilidad esperada del mercado peruano, que se proyecta en 10.00%

R_p: Riesgo País. Es un indicador sobre las posibilidades de un país emergente de no cumplir en los términos acordados con el pago de su deuda externa. Perú se encuentra en un puntaje de 1.40

Con estos datos, podemos armar nuestra tasa:

Tabla N° 28
Costo de Capital Propio (COK)

R _f	2,69 %
β	1,05
R _m	10,00 %
R _p	1,40 %

$$K_e = 2,69\% + 1,05 * (10\% - 2,69\%) + 1,40\%$$

K_e = 11,77%

Con esta tasa, se ha procedido a realizar la evaluación económica, por lo que es posible determinar los siguientes valores:

Tabla N° 29
Evaluación Económica

VAN	29,444.40
TIR	50,66%
B/C	2,73

6.14.2 Evaluación Financiera

Para este proyecto no se realizará evaluación financiera porque se va a poner en marcha con recursos propios, sin embargo, se tiene en cuenta que en algún momento se debería realizar la evaluación al necesitar financiamiento.

6.14.3 Evaluación Social

Desde el punto de vista social, el proyecto es viable porque genera un impacto positivo en la economía, por los siguientes aspectos:

- Creación de puestos de trabajo formales: La empresa piensa ingresar a los trabajadores contratados a planilla, con lo cual, se contribuye al incremento del empleo formal y al desarrollo económico de las familias.
- Desarrollo del mercado para un nuevo producto
- Contribución al presupuesto del Estado, con los impuestos pagados

6.14.4 Evaluación Ambiental

En lo que corresponde a la evaluación ambiental del proyecto, podemos decir que la empresa no sólo se enfoca en generar ganancias, sino que la venta del producto crea un beneficio para la salud y el bienestar de los clientes

6.15 Evaluación de costo de oportunidad del capital de trabajo

De acuerdo a la web “Compara Bien” la mayor tasa de interés que se podría obtener con un depósito a plazo la otorga la Fondos SURA S.A.C. con una T.E.A. en Soles de 15.32%, la cual, constituiría el costo de oportunidad (COK) de la Inversión. Cabe mencionar que esta tasa es referencial, ya que la inversión en Fondos mutuos también conlleva un riesgo (que podría ser bajo, medio o alto, dependiendo de la elección del INVERSIÓNista). Para este caso, el riesgo es ALTO.

6.16 Cuadro de riesgo del tipo de cambio

De acuerdo a las proyecciones señaladas en la “Encuesta de Expectativas Macroeconómicas, del Departamento de Indicadores de Actividad Económica del Banco Central de Reserva del Perú (2018)”, el tipo de cambio para el presente año y los dos años siguientes, presentaría el siguiente panorama:

Tabla N° 30

Expectativas sobre Tipo de Cambio para los años 2018, 2019 y 2020

Expectativas de Tipo de Cambio por Año	Analistas Económicos	Sistema Financiero	Empresas No Financieras	TC Promedio	Variación % Anual
Expectativas año 2018	3.30	3.25	3.29	3.28	
Expectativas año 2019	3.33	3.27	3.32	3.31	0.81%
Expectativas año 2020	3.38	3.30	3.37	3.35	1.31%

Fuente: Encuesta de Expectativas Macroeconómicas del Banco Central de Reserva del Perú

Elaboración: Propia

VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

De todo el análisis que se ha realizado al proyecto, podemos concluir lo siguiente:

- El Estado Peruano, en general, favorece los emprendimientos. Tal es el caso de la LEY MYPE, que brinda facilidades tributarias, laborales, entre otras, que benefician a las personas que buscan formar una empresa propia.
- China es un gran y competitivo mercado de proveedores, y ALIBABA es una gran herramienta para los importadores, pues ofrece todas las garantías para que la transacción comercial se lleve a cabo en los mejores términos (como es el caso de la garantía "Trade assurance"). Además, ALIBABA establece contacto entre la empresa y otros proveedores del mismo rubro, que pueden ofrecer productos similares y sustitutos, a igual o mejor precio.
- El mercado para este producto y, en general, para todo el rubro de artículos para ciclistas muestra un gran potencial de crecimiento, debido a que las políticas de Estado buscan de una u otra manera (por ejemplo los denominados "bonos verdes") reducir el impacto de la población sobre el medio ambiente. Por su parte, los municipios distritales de la capital, buscan dar mayor protagonismo a los medios de transporte no contaminantes como la bicicleta, mediante la construcción de ciclo vías en sus distritos.
- Las ventas proyectadas son, hasta cierto punto, inciertas, porque es un producto no conocido por el mercado. Como se indicó en el capítulo de Marketing y, según la matriz del Boston Consulting Group, existen grandes probabilidades que el producto pase de "interrogante" a "estrella" en poco tiempo, con una inversión adecuada en publicidad y promoción.
- La inversión para iniciar el presente proyecto no es sumamente elevada, y permitiría a la empresa generar recursos propios para reinvertirlos en hacer crecer el negocio.
- Como conclusión final, podemos decir que el proyecto es viable económica, financiera, social y ambientalmente; y que, fuera del objetivo económico que persigue, existe otra razón de ser, que es el cuidado de la salud y bienestar de sus clientes.

7.2 Recomendaciones

- Establecer alianzas con stakeholders o grupos de interés, como son los colectivos de ciclismo, ONG, entre otros, para fomentar el uso del producto entre sus miembros o poblaciones a las que van dirigidos.
- Diversificar el mercado y extender el uso del producto a otros sectores como son los usuarios de motocicletas, los runners, personas con enfermedades respiratorias, etc.
- De acuerdo a los requisitos para la concesión de créditos a MYPE, se debe procurar establecer prontas relaciones con financieras y bancos para la concesión de créditos, ya que es posible que el crecimiento futuro de las operaciones exija la inyección de fondos adicionales para capital de trabajo.
- La venta de las máscaras debe ir acompañada de una estrategia de fidelización del cliente, ya que un negocio paralelo es la venta de los repuestos del filtro de carbón activado, sin el que la máscara perdería sus propiedades. Este colateral constituiría una fuente de ingresos adicional para la empresa.
- Convertirse en distribuidor exclusivo del proveedor ROCKBROS en el país, con miras a agregar otros productos a la oferta existente, de acuerdo a los gustos y demanda de los clientes peruanos. Además, con esta medida, se mitigaría el riesgo de ingreso de competidores al mercado.
- Siendo la demanda de gran proyección para el mercado de la ciudad de Lima, se deben buscar mejores condiciones para los gastos de importación (transporte, seguros, aduanas, otros). Si se compran mayores volúmenes es posible traer contenedores completos y mejorar los costos.

Referencias

América Noticias. (2 de Diciembre de 2014). América Televisión. Obtenido de americatv.com.pe: <http://www.americatv.com.pe/noticias/actualidad/bicicletas-buena-alternativa-evitar-caotico-trafico-limeno-n16183>

Cabrera Cánovas, A. (2011). Transporte Internacional de Mercancías. Madrid, España: Publicaciones ICEX.

Campodónico, H. (23 de Febrero de 2018). Colectivo Actibícimo. Recuperado el 29 de Marzo de 2018, de muevete.pe: <http://www.muevete.pe/2018/02/23/hacia-una-ciudad-integrada-con-movilidad-sostenible/>

Castillo Gamarra, A. Y. (9 de Octubre de 2016). Blog de Agustina Castillo Gamarra. Recuperado el 18 de Marzo de 2018, de blog.pucp.edu.pe: <http://blog.pucp.edu.pe/blog/agustinacastillo/2016/10/09/regimen-laboral-es-pecial-de-la-micro-y-pequena-empresa-apuntes-iniciales-a-proposito-de-las-modificaciones-introducidas-por-la-ley-no-30056-y-la-aprobacion-del-t-u-o-de-la-ley-mipyme-mediante-decre->

Centro de Información y Documentación INDECOPI. (1 de Junio de 2013). Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. Recuperado el 14 de Abril de 2018, de INDECOPI: https://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/143803/guia_rotulado_2013.pdf

Diario El Peruano. (8 de Octubre de 2010). Diario El Peruano. Recuperado el 29 de Marzo de 2018, de elperuano.pe: <http://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-modifica-el-articulo-99-de-la-ley-n-23733-ley-uni-ley-n-29595-553472-3/>

Dirección Nacional de Cuentas Nacionales (2010) Clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas (CIIU) Revisión 4. p.126. Recuperado el 17 de Marzo de 2018, de Instituto Nacional de Estadística e Informática Sitio web: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf

Emprender (2017) Recuperado el 17/03/2018, de Superintendencia de Aduanas y Administración Tributaria. Sitio web: <http://emprender.sunat.gob.pe/>

Guerrero, S., Portabales, I., & Sánchez, I. (22 de Enero de 2018). Diario Gestión. Recuperado el 12 de Marzo de 2018, de gestion.pe: <https://gestion.pe/blog/termometro-desarrollo/2018/01/hacia-una-movilidad-urbana-sostenible-en-lima.html>

INEI. (18 de Enero de 2018). INEI. Recuperado el 29 de Marzo de 2018, de [inei.gov.pe](https://www.inei.gov.pe): <https://www.inei.gov.pe/prensa/noticias/lima-alberga-9-millones-320-mil-habitantes-al-2018-10521/>

León Almenara, J. P. (27 de Noviembre de 2017). Diario El Comercio. Recuperado el 29 de Marzo de 2018, de elcomercio.pe: <https://elcomercio.pe/lima/transporte/impide-limenos-vayan-estudiar-bicicleta-noticia-476973>

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2012). El Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa. Recuperado el 17 de Marzo de 2018, de MINTRA Sitio web: <http://www2.trabajo.gov.pe/preguntas-frecuentes-faq/el-registro-nacional-de-la-micro-y-pequena-empresa/>

Mora, J. (2016). Importar de China. Obtenido de www.importardechina.com: <http://www.importardechina.com/blog/aprende-utilizar-alibaba-trade-assurance-protégerte-proveedores-sospechosos/>

Neira Santander, D. (1 de Enero de 2003). gestiopolis.com. Recuperado el 18 de Marzo de 2018, de Gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/cartas-de-credito-definicion-clasificacion-y-caracteristicas/>

Obregón Chávez, R. N. (1 de Diciembre de 2012). Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior. Recuperado el 23 de Abril de 2018, de SIICEX: <http://www.siicex.gov.pe/siicex/documentosportal/469767587rad790CB.pdf>

Oficina General de Comunicaciones. (2017). Conoce cómo reservar la Denominación o Razón Social de tu empresa en 24 horas. Recuperado el 17 de Marzo de 2018, de Superintendencia Nacional de Registros Públicos. Web: <https://www.sunarp.gob.pe/PRENSA/inicio/post/2017/01/05/conoce-como-reservar-la-denominacion-o-razon-social-de-tu-empresa-en-24-horas>

Oficina General de Comunicaciones. (2017). Sunarp te ayuda a constituir tu Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL). Recuperado el 17 de Marzo de 2018, de Superintendencia Nacional de Registros Públicos. Web: <https://www.sunarp.gob.pe/PRENSA/inicio/post/2017/11/17/sunarp-te-ayuda-a-constituir-tu-empresa-individual-de-responsabilidad-limitada-eirl>

Quijano, G. (10 de Marzo de 2013). www.marketingyfinanzas.net. Recuperado el 25 de Marzo de 2013, de Marketing y Finanzas: <https://www.marketingyfinanzas.net/2013/03/modelo-canvas-una-herramienta-para-generar-modelos-de-negocios/>

Redacción El Comercio. (3 de Diciembre de 2017). Diario El Comercio. Recuperado el 17 de Marzo de 2018, de elcomercio.pe: <https://elcomercio.pe/lima/sucesos/zona-rigida-cuatro-distritos-lima-contaran-nuevas-ciclovias-noticia-478684>

Redacción El Peruano. (03 de Abril de 2018). Diario El Peruano. Obtenido de elperuano.pe: <http://elperuano.pe/noticia-riesgo-pais-se-estabiliza-mejor-expectativa-economica-65268.aspx>

Redacción Gestión. (4 de Noviembre de 2016). Diario Gestión. Recuperado el 29 de Marzo de 2018, de [gestion.pe](https://gestion.pe/economia/inei-proyecta-poblacion-peruana-bordeara-32-millones-2017-148551): <https://gestion.pe/economia/inei-proyecta-poblacion-peruana-bordeara-32-millones-2017-148551>

Redacción Publimetro. (19 de Abril de 2017). Diario Publimetro. Recuperado el 17 de Marzo de 2018, de publimetro.pe: <https://publimetro.pe/actualidad/noticia-dia-mundial-bicicleta-como-promover-su-uso-59095>

Riquelme Leiva, M. (1 de Junio de 2015). 5 Fuerzas de Porter. Recuperado el 29 de Marzo de 2018, de www.5fuerzasdeporter.com: <http://www.5fuerzasdeporter.com/>

Rivera Camino, J. (2010). La Segmentación: Marco y Micro. Barcelona: ESIC.

Roxby, P. (16 de Julio de 2013). [bbc.com](http://www.bbc.com). Recuperado el 13 de Junio de 2018, de http://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/07/130715_salud_ciclismo_y_contaminacion_ch

Sierralta Ríos, A. (2013). Contratos de Comercio Internacional. (131-154, Ed.) Lima, Lima, Perú: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria. (17 de Marzo de 2018). [sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe). Recuperado el 18 de Marzo de 2018, de Tratamiento Arancelario por Subpartida Nacional: <http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>

Tabla Anexa N° 3 (2017). Inscripción al RUC. Recuperado el 17 de Marzo de 2018, de Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria. Sitio web: <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/personas-menu/ruc-personas/inscripcion-al-ruc-personas/6745-03-tablas-anexas-ruc-personas>

Ysla, R., & Villanueva, G. (21 de Febrero de 2018). Diario La República. Recuperado el 18 de Marzo de 2018, de larepublica.pe: <https://larepublica.pe/marketing/1200803-datum-presenta-estudio-sobre-vida-saludable>

ANEXO 1: Fuente de Información primaria

ENCUESTA

Por favor, llene la siguiente encuesta con la información de la que dispone, de manera veraz:

Sexo M () F () **Edad:**

1. ¿Usa Ud. la bicicleta como medio de transporte frecuente (03 días a la semana como mínimo)?
Si () No ()

2. ¿Cree Ud. que los niveles de smog y contaminación del aire en Lima afectan nuestra salud?
Si () No ()

3. ¿Alguna vez ha escuchado de una máscara antipolución (que filtra el aire que respiramos) para ciclistas?
Si () No ()

Si su respuesta fue “Si”, mencione alguna marca que recuerde:

.....

4. Si le dijera que existe en el mercado local una máscara antipolución para ciclistas ¿estaría dispuesto a usar una?
Si () No ()

Si su respuesta fue SI, por favor, continúe al siguiente punto.....

5. Defina Ud. la importancia de los siguientes atributos para una máscara antipolución:

Variedad de colores y diseño

- a) Muy importante
- b) Poco Importante
- c) Nada importante

El cuidado de su salud (filtrado del aire)

- a) Muy importante
- b) Poco Importante
- c) Nada importante

El precio

- a) Muy importante
- b) Poco Importante
- c) Nada importante

La marca

- a) Muy importante
- b) Poco Importante
- c) Nada importante

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una máscara antipolución?

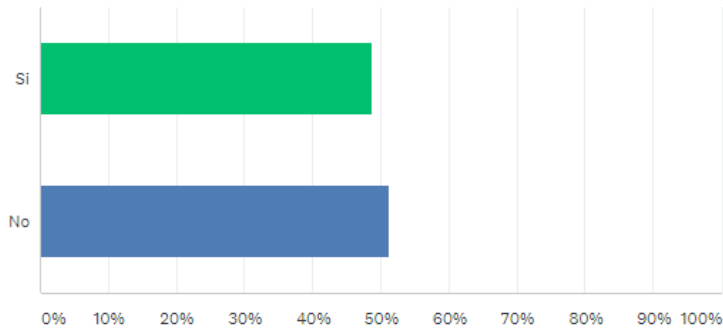
- a) Entre 50 y 70 soles
- b) Entre 70 y 90 soles
- c) Entre 90 y 110 soles
- d) Más de 110 soles

Resultados de la Encuesta:

Pregunta 1

¿Usa Ud. la bicicleta como medio de transporte frecuente (03 días a la semana como mínimo)?

Respondidas: 74 Omitidas: 0

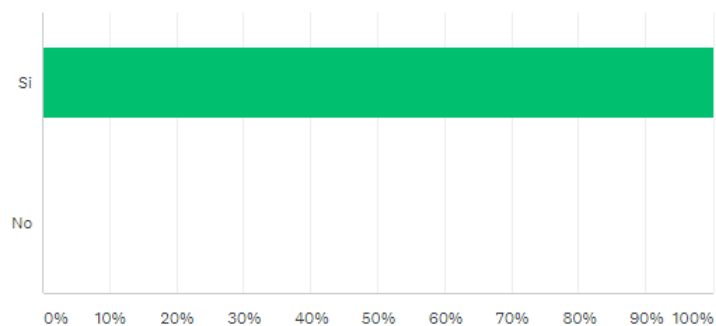


OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Si	48,65%	36
No	51,35%	38
TOTAL		74

Pregunta 2

¿Cree Ud. que los niveles de smog y contaminación del aire en Lima afectan nuestra salud?

Respondidas: 74 Omitidas: 0

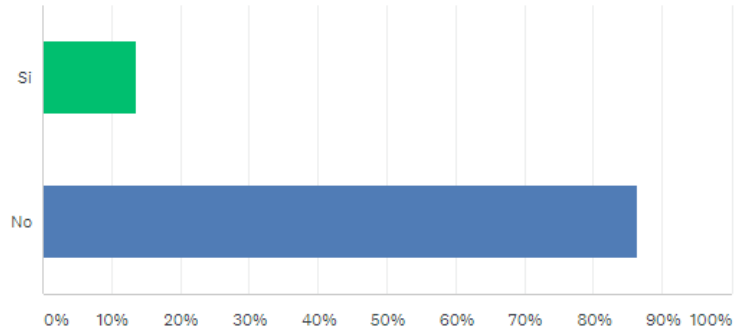


OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Si	100,00%	74
No	0,00%	0
TOTAL		74

Pregunta 3

¿Alguna vez ha escuchado de una máscara antipolución (que filtra el aire que respiramos) para ciclistas?

Respondidas: 74 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Si	13,51%	10
No	86,49%	64
TOTAL		74

Pregunta 4

Si su respuesta fue "Si", mencione alguna marca que recuerde:

Respondidas: 27 Omitidas: 47

RESPUESTAS (27) ANÁLISIS DE TEXTO ETIQUETAS

FUNCIÓN DE PAGO

El análisis de texto te permite buscar y etiquetar comentarios y ver nubes conformadas de las palabras y frases más frecuentes, amplía tu plan a uno de pago.

AMPLIAR PLAN

[Más información >](#)

Agregar etiquetas ▼

Filtrar por etiqueta ▼

Buscar re

Mostrando 27 respuestas

10/04/2018 14:44

[Ver respues](#)

No.

10/04/2018 14:29

[Ver respues](#)

Ni idea

10/04/2018 13:28

[Ver respues](#)

Monako

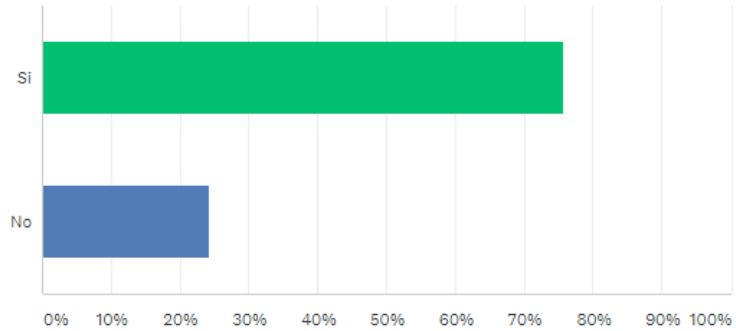
10/04/2018 13:03

[Ver respues](#)

Pregunta 5

Si le dijera que existe en el mercado local una máscara antipolución para ciclistas ¿estaría dispuesto a usar una? (Si su respuesta es SI, detallar importancia para Ud. de cada atributo, por favor).

Respondidas: 74 Omitidas: 0

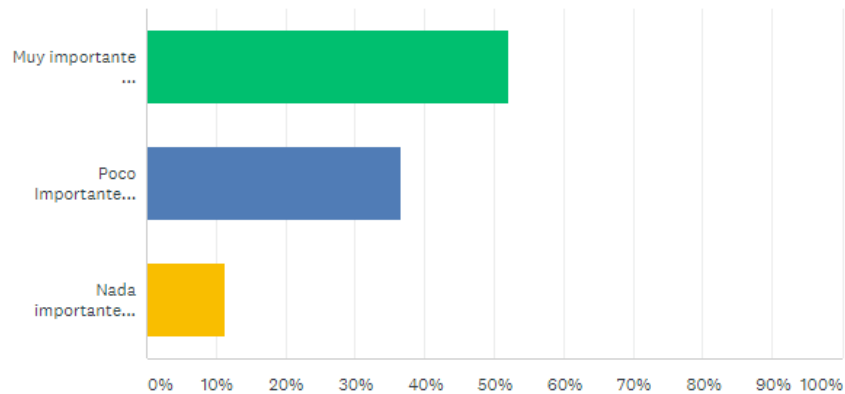


OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Si	75,68%	56
No	24,32%	18
TOTAL		74

Pregunta 6

Atributo: Variedad de colores y diseño

Respondidas: 71 Omitidas: 3

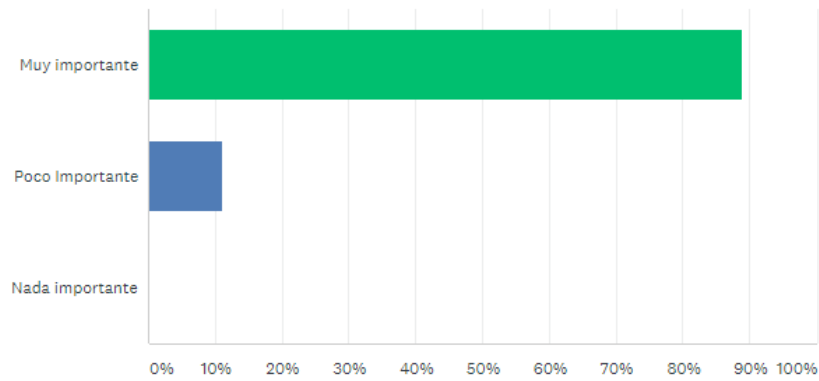


OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Muy importante	52,11%	37
Poco importante	36,62%	26
Nada importante	11,27%	8
TOTAL		71

Pregunta 7

Atributo: El cuidado de su salud (filtrado del aire)

Respondidas: 72 Omitidas: 2

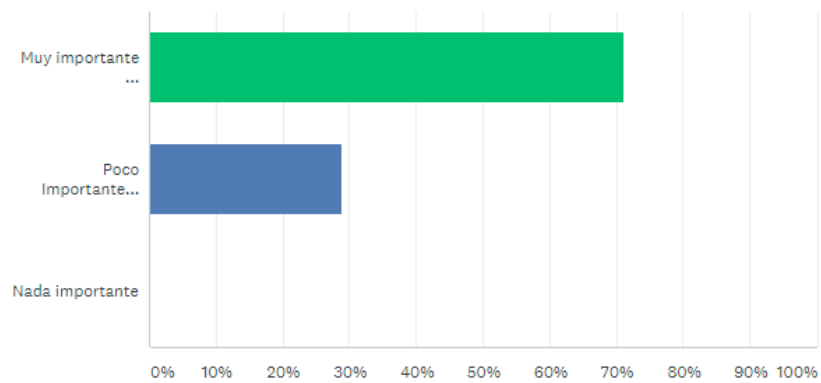


OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
▼ Muy importante	88,89% 64
▼ Poco importante	11,11% 8
▼ Nada importante	0,00% 0
TOTAL	72

Pregunta 8

Atributo: El precio

Respondidas: 73 Omitidas: 1

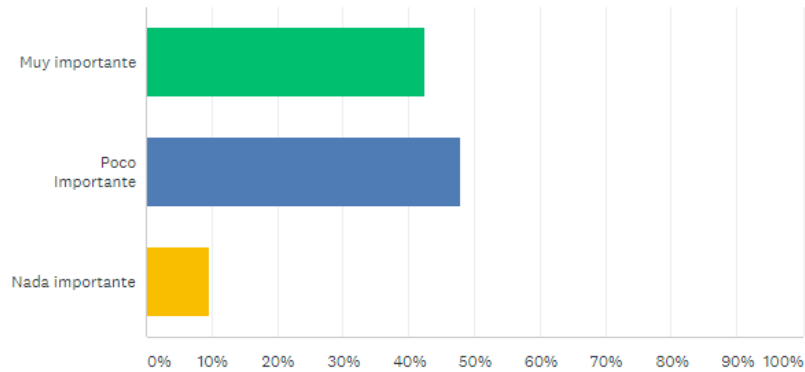


OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
▼ Muy importante	71,23% 52
▼ Poco importante	28,77% 21
▼ Nada importante	0,00% 0
TOTAL	73

Pregunta 9

Atributo: Reconocimiento de la marca

Respondidas: 73 Omitidas: 1

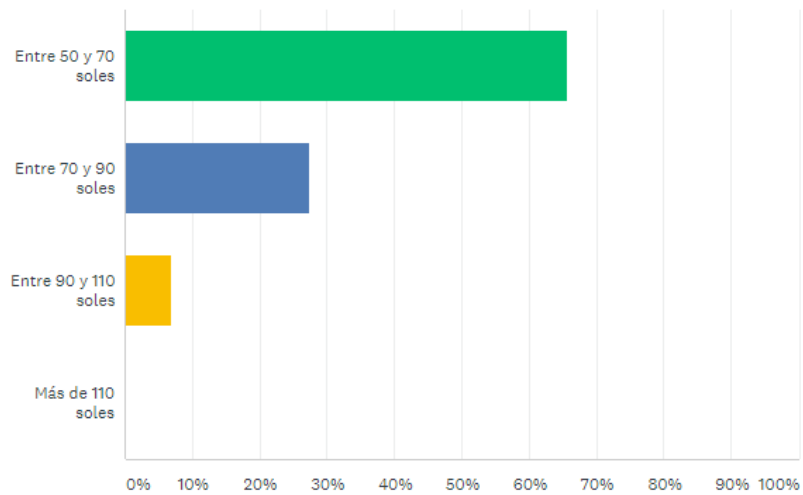


OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
▼ Muy importante	42,47% 31
▼ Poco importante	47,95% 35
▼ Nada importante	9,59% 7
TOTAL	73

Pregunta 10

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una máscara antipolución?

espondidas: 73 Omitidas: 1



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
▼ Entre 50 y 70 soles	65,75% 48
▼ Entre 70 y 90 soles	27,40% 20
▼ Entre 90 y 110 soles	6,85% 5
▼ Más de 110 soles	0,00% 0
TOTAL	73

ANEXO 2: Certificados de Calidad del Producto



Sponsor:
Sterling Liu Xiaoxing
Zhongshan Lifu Sports Goods Co., Ltd.
3F, No. 249, KuiXing Rd.
dongSheng Town
ZhongShan, GuangDong CN 0086528414
CHINA

Determination of Inhalation and Exhalation Resistance for Air-Purifying Respirators Final Report

Test Article: face mask
Laboratory Number: 784085
Study Received Date: 20 Oct 2014
Test Procedure(s): Standard Test Protocol (STP) Number: STP0145 Rev 03

Summary: This procedure was performed to evaluate the differential pressure of respirators in accordance with 42 CFR Part 84.180. The air exchange differential or breathability of respirators was measured for inhalation resistance using NIOSH procedure TEB-APR-STP-0007 and exhalation resistance with NIOSH procedure TEB-APR-STP-0003. The differential pressure technique is a simple application of a basic physical principle employing a water manometer differential upstream and downstream of the test material, at a constant flow rate.

The inhalation resistance criteria as stated in 42 CFR Part 84.180 is an initial inhalation not exceeding 35 mm water column height pressure. The test articles submitted by the sponsor conform to this NIOSH criterion for airflow resistance.

The exhalation resistance criteria as stated in 42 CFR Part 84.180 is an initial exhalation not exceeding 25 mm water column height pressure. The test articles submitted by the sponsor conform to this NIOSH criterion for airflow resistance. All test method acceptance criteria were met. Testing was performed in compliance with US FDA good manufacturing practice (GMP) regulations 21 CFR Parts 210, 211 and 820.

Results:

Test Article Number	Inhalation Resistance (mm H ₂ O)	Exhalation Resistance (mm H ₂ O)
1	14.2	4.0
2	14.2	3.2
3	12.8	4.0

Acceptance Criteria: The resistance measurement for the reference plate must be within ± 3 standard deviations of the mean established in the control chart.

Procedure: A complete respirator was mounted to a test fixture comprised of a metal plate with an approximate 3.5 inch diameter hole in the center to allow airflow to reach the mask. The sample holder was assembled by placing a Plexiglas collar around the test fixture and topping with another metal disc with a 3.5 inch opening in the center. The sample holder is held tightly together with clamps and connected to an air source. The manometer is attached to the sample holder by a connection port on the Plexiglas collar.

Before testing, the manometer was zeroed and the back pressure in the sample holder checked and verified to be negligible. Resistance measurements were taken with a manometer capable of measuring at least 6 inches of water. For inhalation testing, a negative airflow (vacuum) was applied. For exhalation testing, a positive airflow (compressed air) was used. Airflow was passed through the sample holder at approximately 85 ± 2 liters per minute (L/min).


Study Director
Brandon L. Williams

03 Dec 2014
Study Completion Date

P.O. Box 571830 | Murray, UT 84157-1830 U.S.A. • 6280 South Redwood Road | Salt Lake City, UT 84123-6600 U.S.A.
www.nelsonlabs.com • Telephone 801 290 7500 • Fax 801 290 7998 • sales@nelsonlabs.com

plp FRT0145-0001 Rev 1
Page 1 of 1

These results relate only to the test article listed in this report. Reports may not be reproduced except in their entirety. Subject to NLI terms and conditions at www.nelsonlabs.com.



Test Report

No.: GZHG1501003637SD

Date: Feb 04, 2015

Page 1 of 3

ZHONGSHAN CITY LI FU SPORTING GOODS CO.,LTD
NO.249 ,KUIXING ROAD,DONGSHENG TOWN,ZHONGSHAN,GUANGDONG,CHINA

The following sample(s) was/were submitted and identified on behalf of the client as:

Sample Description : 内棉

SGS Ref No. : CAN15-017196

Test Performed : Selected test(s) as requested by applicant

Sample Receiving Date : Jan 29, 2015

Test Performing Date : Jan 29, 2015 to Feb 04, 2015

Test Result(s) : For further details, please refer to the following page(s)

Test Requested	Result
Determination of Lead (Pb) & Cadmium (Cd) content(s) of the selected parts in the submitted sample(s) with reference to California Proposition 65.	PASS
Determination of Phthalates(DBP, BBP, DEHP) contents of the selected parts in the submitted sample(s) with reference to California Proposition 65.	PASS

Signed for and on behalf of
Guangzhou Branch,
SGS-CSTC Ltd.

Yan Lau
Approved Signatory



This document is issued by the Company subject to its General Conditions of Service printed overleaf, available on request or accessible at <http://www.sgs.com/en/Terms-and-Conditions.aspx> and, for electronic format documents, subject to Terms and Conditions for Electronic Documents at <http://www.sgs.com/en/Terms-and-Conditions/Terms-e-Documents.aspx>. Attention is drawn to the limitation of liability, indemnification and jurisdiction issues defined therein. Any holder of this document is advised that information contained hereon reflects the Company's findings at the time of its intervention only and within the limits of Client's instructions, if any. The Company's sole responsibility is to its Client and this document does not exonerate parties to a transaction from exercising all their rights and obligations under the transaction documents. This document cannot be reproduced except in full, without prior written approval of the Company. Any unauthorized alteration, forgery or falsification of the content or appearance of this document is unlawful and offenders may be prosecuted to the fullest extent of the law. Unless otherwise stated the results shown in this test report refer only to the sample(s) tested and such sample(s) are retained for 30 days only.

Attention: To check the authenticity of testing /inspection report & certificate, please contact us at telephone: (86-755) 8307 1443, or email: CN.Deccheck@sgs.com
198 Hedu Road, Science Park, Guangzhou Economic & Technology Development District, Guangzhou, China 510663 t (86-20) 82155555 f (86-20) 82075191 www.sgs.com.cn
中国·广州·经济技术开发区科学城科珠路198号 邮编: 510663 t (86-20) 82155555 f (86-20) 82075191 e sgs.china@sgs.com

Member of the SGS Group (SGS SA)



Test Report

No.: GZHG1501003637SD

Date: Feb 04, 2015

Page 2 of 3

Test Results :

Test Part Description :

Specimen No.	SGS Sample ID	Description
SN1	CAN15-017196.001	White soft material(stuffing)

Remarks :

- (1) 1 mg/kg = 0.0001%
- (2) MDL = Method Detection Limit
- (3) ND = Not Detected (< MDL)
- (4) "-" = Not Regulated

CA65-Lead (Pb) & cadmium(Cd)

Test Method : With reference to CPSC-CH-E1002-08.3. Analysis was performed by ICP-OES.

Test Item(s)	Limit	Unit	MDL	001
Lead (Pb)	100	mg/kg	20	ND
Cadmium (Cd)	300	mg/kg	5	ND

Note :

- (1) The limit is referenced to the requirement as stated in the County of San Francisco Superior Court, Case No. CGC-09-489839/CGC-08-476552/CGC-11-508435/CGC-01-319336/CGC-10-505118/County of Santa Clara Case No 110 CV 172362/the Superior Court of the State of California Case No CIV 1003366/County of Alameda Superior Court, RG 10-530436/10-530300/RG-07-356892/RG-10-514803/County of Contra Costa Case No. CGC-09-485784/County of Marin Case No. CIV-10-00626/ Senate Bill No. 929 and Public Law (Consumer Product Safety Improvement Act of 2008, CPSIA).

CA65- Phthalates

Test Method : With reference to CPSC-CH-C1001-09.3, analysis was performed by GC-MS

Test Item(s)	CAS NO.	Limit	Unit	MDL	001
Dibutyl Phthalate (DBP)	84-74-2	0.1	%(w/w)	0.005	ND
Benzylbutyl Phthalate (BBP)	85-68-7	0.1	%(w/w)	0.005	ND
Bis(2-ethylhexyl) Phthalate (DEHP)	117-81-7	0.1	%(w/w)	0.005	ND



This document is issued by the Company subject to its General Conditions of Service printed overleaf, available on request or accessible at <http://www.sgs.com/en/Terms-and-Conditions.aspx> and, for electronic format documents, subject to Terms and Conditions for Electronic Documents at <http://www.sgs.com/en/Terms-and-Conditions/Terms-e-Documents.aspx>. Attention is drawn to the limitation of liability, indemnification and jurisdiction issues defined therein. Any holder of this document is advised that information contained hereon reflects the Company's findings at the time of its intervention only and within the limits of Client's instructions, if any. The Company's sole responsibility is to its Client and this document does not exonerate parties to a transaction from exercising all their rights and obligations under the transaction documents. This document cannot be reproduced except in full, without prior written approval of the Company. Any unauthorized alteration, forgery or falsification of the content or appearance of this document is unlawful and offenders may be prosecuted to the fullest extent of the law. Unless otherwise stated the results shown in this test report refer only to the sample(s) tested and such sample(s) are retained for 30 days only.

Attention: To check the authenticity of testing /inspection report & certificate, please contact us at telephone: (86-755) 8307 1443, or email: CN.Deccheck@sgs.com
 198 Hedu Road, Science Park, Guangzhou Economic & Technology Development District, Guangzhou, China 510663 t (86-20) 82155555 f (86-20) 82075191 www.sgs.com.cn
 中国·广州·经济技术开发区科学城科珠路198号 邮编: 510663 t (86-20) 82155555 f (86-20) 82075191 e sgs.china@sgs.com

Member of the SGS Group (SGS SA)

Note :

- (1) The limit of DBP, BBP and DEHP is referenced to the requirement stated in County of Marin Court Case No.: CIV 091146 for Sporting Products, Superior Court of the State of California –County of San Francisco Case No. CGC -10-497729 and CGC-10-498981 for Fashion Accessories. County of Santa Clara Case No. 114CV267502 for Greenery made from PVC/Vinyl, including, but not limited to, trees and wreaths.

Sample photo:



Product Photo

End of Report





This document is issued by the Company subject to its General Conditions of Service printed overleaf, available on request or accessible at <http://www.sgs.com/en/Terms-and-Conditions.aspx> and, for electronic format documents, subject to Terms and Conditions for Electronic Documents at <http://www.sgs.com/en/Terms-and-Conditions/Terms-e-Documents.aspx>. Attention is drawn to the limitation of liability, indemnification and jurisdiction issues defined therein. Any holder of this document is advised that information contained hereon reflects the Company's findings at the time of its intervention only and within the limits of Client's instructions, if any. The Company's sole responsibility is to its Client and this document does not exonerate parties to a transaction from exercising all their rights and obligations under the transaction documents. This document cannot be reproduced except in full, without prior written approval of the Company. Any unauthorized alteration, forgery or falsification of the content or appearance of this document is unlawful and offenders may be prosecuted to the fullest extent of the law. Unless otherwise stated the results shown in this test report refer only to the sample(s) tested and such sample(s) are retained for 30 days only.

Attention: To check the authenticity of testing /inspection report & certificate, please contact us at telephone: (86-755) 8307 1443, or email: CN.Deccheck@sgs.com
198 Heshu Road, Science Park, Guangzhou Economic & Technology Development District, Guangzhou, China 510663 t (86-20) 82155555 f (86-20) 82075191 www.sgs.com.cn
中国·广州·经济技术开发区科学城科珠路198号 邮编: 510663 t (86-20) 82155555 f (86-20) 82075191 e sgs.china@sgs.com

Member of the SGS Group (SGS SA)

ANEXO 3: Cotización del proveedor (producto)

Yiwu Rock Sporting Goods Co.,Ltd										
Add:4/F,A Block,No.2 Danchen 1st Road,Beiyuan District,Yiwu City,322000,Zhejiang,China Web:http://www.rockbrosbike.com/										
Quotation										
TO:	Giancarlo		DATE:	2018-4-17		Valid	7days			
ATTN:	Emily		MOBILE:	18006553261		DELIVERY DATE:	7 -35days		PAYMENT	T/T in advance
TEL:	0086 579-85263215		FAX:	0086 579-85262663		E-MAIL:	jolie@rockbrosbike.com			
Picture	Description	Item No.	FOB/USD	Qty/Pcs	Amount	packing	CBM	Weight /KG		Color/Size
								G.W:	N.W:	
	Cycling Face Mask	RB-LF024	\$3.05	600	\$1,830.00	1pc/opp bag 100pcs/ctn	59*35*60	9.50/box		Blue, Red, Black, Gray Rockbros brand
	mask upgraded filter	KZ1001	\$0.85	100	\$85.00	1pc/opp bag, 50pcs/ctn	28*18*11	0.43/box		gray Rockbros brand
TOTAL				700	\$1,915.00					
1.The price is based on FOB NINGBO price and keeps valid for 7days.										
2.Delivery is 7-35days upon confirmation of purchasing order and advance payment, whichever is late.										
3.Payment terms shall be T/T in advance.										

ANEXO 4: Cotización Seguro de la Mercancía



Señores:

Presente.-

Atención: Sr.: Juan Diego Cañamero

Estimados Sres. JDE IMPORT SRL

Por medio de la presente nos es grato saludarlos y presentarles nuestra cotización para póliza de seguro flotante.

ORIGEN: PAIS ; CHINA – PUERTO; NINGBO

DESTINO: PLANTA DEL CLIENTE : DISTRITO; SURCO

SUMA ASEGURADA (FOB + FLETE): \$702.00



COTIZACION POLIZA DE SEGURO	
Prima Neta 0.5%	60.00
Derecho Emision 3%	0.18
IGV 18%	10.83
PRIMA TOTAL	71.01

Saludos Cordiales,

GABRIELA MADUEÑO PONCE DE LEON

EJECUTIVA COMERCIAL SEMI SENIOR

ANEXO 5: Cotizaciones de Transporte

SAVINO DEL BENE - MARITIMO



CLIENTE: JDE IMPORT EIRL **FECHA:** 12/06/2018
ORDEN N°: 001KR-2018 **M3:** 0.76 m3
REFERENCIA: Yiwu Rock Sporting Goods Co.,Ltd **PESO (kgs):** 57.43 kgs
ADUANA: MARITIMA
PROCEDENCIA: NINGBO (termino FOB) **T. DESPACHO:** IMP. DEFINITIVA

DESCRIPCION	CODIGO ARANCELARIO
maskaras de neopreno/filtros de carbon activado / valvulas de plastico	

GASTOS FOB Y FLETE INTERNACIONAL	
FLETE INTERNACIONAL (usd 7.0 TON/M3)	USD 7.00
SUBTOTAL GASTOS HASTA CALLAO	USD 7.00

GASTOS LOCALES EN CALLAO (LCL)	
DOCUMENTACIÓN (USD 35 + IGV)	US\$ 35.00
HANDLING (USD 35+IGV)	US\$ 35.00
VISTO BUENO (USD 160 + IGV x BL)	US\$ 160.00
DESCONSOLIDACIÓN (USD 55 x ton + IGV)	US\$ 55.00
+IGV 18%	US\$ 51.30
SUBTOTAL GASTOS LOCALES CALLAO	US\$ 336.30

PROFORMA GASTOS DE DESPACHO	
ALMACEN (CANAL VERDE)**	US\$ 200.00
GASTOS OPERATIVOS	US\$ 50.00
TRANSPORTE HASTA SURCO	US\$ 85.00
AGENCIAMIENTO 0,40% CIF (min.USD 130)	US\$ 130.00
+ IGV 18%	US\$ 83.70
SUBTOTAL GASTOS DE DESPACHO	US\$ 548.70

****Los gastos de almacén se proforman como "canal verde". NO incluye gastos adicionales generados por posibles requerimientos de las Autoridades competentes (aforo fisico debido a "canal rojo", ulteriores manipulaciones con montacargas y/o cuadrilla, inspección Senasa, Digesa, etc...). Transporte no incluye cuadrilla para descargar ni resguardo**

MONTOS APLICABLES PARA EL CALCULO DE DERECHOS DE ADUANA					
FOB US\$	1,915.00	FLETE US\$	7.00	SEGURO US\$	38.44
				CIF US\$	1,960.44

PROFORMA DERECHOS DE ADUANA (* dependerán del valor exacto de la mercancía)	
AD VALOREM 0%	US\$ 0
I.G.V. 18%	US\$ 353
SUBTOTAL DERECHOS	US\$ 353
PERCEPCIÓN 3.5% (10% SI 1era IMPO)	US\$ 231
SUBTOTAL DERECHOS DE ADUANA	US\$ 584 *

RESUMEN GASTOS:	
TOTAL	TOTAL GASTOS ORIGEN Y FLETE INTERNAC. US\$ 7.00
	TOTAL GASTOS LOCALES EN CALLAO US\$ 336.30
	TOTAL PROFORMA GASTOS DE DESPACHO US\$ 548.70
	TOTAL DERECHOS DE ADUANA US\$ 584.21

IMPORTANTE: OFERTA SUJETA A LAS SIGUIENTES CONDICIONES:

- El embalaje de su carga debe ser el apropiado para transporte consolidado por vía marítima.
- Tarifas válidas sólo para carga general apilable / no peligrosa / no restringida / no sobredimensionada.
- Las cotizaciones son basadas en las dimensiones/peso informadas por Ustedes. La variación de estas implica una variación del precio, de acuerdo a pesos/dimensiones reales de la carga.
- NO incluye seguro. Al requerirse, por favor confirmarlo por escrito.
- NO están incluidos gastos de documentación adicional que se pueda requerir (EUR1, Certificado de Origen, etc.). NO incluye gastos de courier.
- Esta cotización es válida al cierre del mes de su emisión, salvo indique lo contrario.



SAVINO DEL BENE – AEREO



CLIENTE: JDE IMPORT EIRL	FECHA: 12/06/2018
ORDEN N° : 001KR-2018	M3 : 0.76
REFERENCIA : Yiwu Rock Sporting Goods Co.,Ltd	PESO (kgs) : 57.43
ADUANA : AEREA	W/V aerreo : 126.92
PROCEDENCIA : CHINA- SHANGHAI (termino FOB)	T. DESPACHO : IMP. DEFINITIV.

DESCRIPCION	CODIGO ARANCE
maskaras de neopreno/filtros de carbon activado / valvulas de plastico	

GASTOS DE ORIGEN Y FLETE INTERNACIONAL	FLETE AEREO (USD 10 X W/V)	US\$	1,269.20
	SUBTOTAL GASTOS HASTA LIM	US\$	1,269.20

GASTOS DE DESPACHO	DOCS-AWB	US\$	45.00
	GASTOS DE ALMACEN (*)	US\$	150.00
	HANDLING AEROLINEA	US\$	84.00
	GASTOS OPERATIVOS	US\$	50.00
	TRANSPORTE SURCO	US\$	85.00
	AGENCIAMIENTO 0,40% CIF(min.USD 130)**	US\$	130.00
	SUB TOTAL GASTOS DE DESPACHO	US\$	544.00
	+ IGV 18%	US\$	97.92
	SUBTOTAL GASTOS DE DESPACHO	US\$	641.92

**Los gastos de almacén se proforman como "canal verde" y considerando 3 días de permanencia. NO Incluye gastos adicionales generados por posibles requerimientos de las Autoridades competentes (aforo físico debido a "canal rojo", ulteriores manipulaciones con montacargas y/o cuadrilla, inspección Senasa, Digesa, etc...).*
Transporte no incluye ni cuadrilla para descarga ni resguardo

MONTOS APLICABLES PARA EL CALCULO DE DERECHOS DE ADUANA					
IFOB US\$	1,915.00	FLETE US\$	1,269.20	SEGURO US\$ 63.68	CIF US\$ 3,247.88

	TC 3.25		
DERECHOS DE ADUANA	AD VALOREM 0%	S/	0.00
	I.G.V. 16%	S/	1,688.90
	I.P.M. 2%	S/	211.11
	SUBTOTAL DERECHOS	S/	1,900.01
	PERCEPCIÓN 3.5% (10% SI PRIMERA IMPO)	S/	1,245.56
	SUBTOTAL DERECHOS DE ADUANA	S/	3,145.57

*(** dependerán del valor exacto de la mercancía)*

TOTAL	RESUMEN GASTOS:		
	TOTAL GASTOS ORIGEN Y FLETE INTERNAC.	US\$	1,269.20
	TOTAL GASTOS DE DESPACHO	US\$	641.92
	TOTAL DERECHOS DE ADUANA	S/	3,145.57

IMPORTANTE: OFERTA SUJETA A LAS SIGUIENTES CONDICIONES:

- El embalaje de su carga debe ser el apropiado para transporte consolidado por vía aérea.
- Tarifas válidas sólo para carga general apilable / no peligrosa / no restringida / no sobredimensionada.
- Las cotizaciones son basadas en las dimensiones/peso informadas por Ustedes. La variación de estas implica una variación del precio acuerdo a pesos/dimensiones reales de la carga.
- NO incluye seguro. Al requerirse, pvf. confirmarlo por escrito. Seguro puerta-puerta: costo 0.40% del 110% del valor CIF (min. USD
- NO están incluidos gastos de documentación adicional que se pueda requerir (EUR1, Certificado de Origen, etc.).
- Esta cotización es válida al cierre del mes de su emisión, salvo indique lo contrario.



IPK LOGISTICS – MARITIMO



COTIZACION LCLIPK-2018-000434

CIA: JUAN DIEGO CAÑAMERO
ATT.: JUAN DIEGO CAÑAMERO
FECHA: 24/04/2018

Por medio del presente tenemos el agrado de informarle nuestra tarifa de importación marítima cotizada de acuerdo a los detalles de su requerimiento.

Proveedor	:	-
Producto	:	Mascaras de Neopreno y Cartuchos
Termino	:	FOB
Puerto de embarque (POL)	:	Ningbo
Puerto de descarga (POD)	:	Callao
Bultos	:	08 Cajas
Peso	:	78.00 Kg
Volumen	:	0.76 m3
Dimensiones	:	0.59 x 0.35 x 0.60 / 0.28 x 0.18 x 0.11
Tiempo de transito	:	32 días
Frecuencia	:	Semanal
Servicio	:	Directo
Almacén de ingreso	:	Neptunia S.A
Almacenaje libre	:	30 días
Línea naviera	:	HMM
CONCEPTOS		Dólares (USD)
Flete	:	Usd 50.00 (Flete Minimo)
Handling**	:	Usd 35.00
Vistos Buenos**	:	Usd 140.00
Desconsolidacion**	:	Usd 50.00 (Descarga Minima)
COSTO TOTAL DEL SERVICIO	:	USD 315.50
PRIMA DE SEGURO***	:	USD 40.00
VIGENCIA	:	14/05/2018

* Los valores indicados en la siguiente cotización deberán ser cancelados en dólares americanos (USD) o su equivalente según el tipo de cambio del día de su cancelación.

* La presente cotización solo aplica para carga general y apilable, NO HAZMAT / OVERSIZE / OVERWEIGHT.

* El embalaje de su carga deberá de ser el apropiado para su transporte consolidado por vía marítima.

* Los itinerarios pueden sufrir cambios sin previo aviso, sin que ello signifique incumplimiento del contrato.

* Los documentos originales deberán ser enviados directamente del proveedor al consignatario, la empresa no se hace responsable.

* Si la presente cotización es aceptada, agradeceremos nos comuniquen con anticipación para su confirmación y reserva con el consolidador.

** Costo en destino afecto a IGV.

*** Costo de prima asegurable al 100% (Door to Door).

IPK LOGISTICS – AEREO



COTIZACION AEREA IPK-2018-000434

CIA: JUAN DIEGO CAÑAMERO
ATT.: JUAN DIEGO CAÑAMERO
FECHA: 24/04/2018

Por medio del presente tenemos el agrado de informarle nuestra tarifa de importación aérea cotizada de acuerdo a los detalles de su requerimiento.

Proveedor	:	-	
Producto	:	Mascaras de Neopreno y Cartuchos	
Termino	:	FOB	
Aeropuerto de embarque (AOL)	:	Shanghai	
Aeropuerto de descarga (AOD)	:	Lima	
Bultos	:	08 Cajas	
Peso	:	78.00 Kg	
Peso/Volumen (Kg/Vol.)	:	153.00 Kg	
Dimensiones	:	0.59 x 0.35 x 0.60 / 0.28 x 0.18 x 0.11	
Tiempo de tránsito	:	08 días	
Salida	:	Viernes	
Ruta	:	PVG – NRT – LAX - LIM	
Almacén de ingreso (Destino)	:	Shohin S.A.	
Aerolínea	:	UC (LAN)	
CONCEPTOS		Dólares (USD)	Notas
Flete Aéreo	:	Usd 1,132.84	Inc. IGV
AWB	:	Usd 35.00	
Handling de Linea**	:	Usd 314.00	
COSTO TOTAL DEL SERVICIO	:	USD 1,481.84	
PRIMA DE SEGURO***	:	USD 40.00	
VIGENCIA	:	30/04/2018	

* Los valores indicados en la siguiente cotización deberán ser cancelados en dólares americanos (USD) o su equivalente según el tipo de cambio del día de su cancelación.

* La presente cotización solo aplica para carga general y apilable, NO HAZMAT / OVERSIZE / OVERWEIGHT.

* El embalaje de su carga deberá de ser el apropiado para su transporte consolidado por vía aérea.

* Los itinerarios pueden sufrir cambios sin previo aviso, sin que ello signifique incumplimiento del contrato.

* Los documentos originales deberán ser enviados directamente del proveedor al consignatario, la empresa no se hace responsable.

* Notar que las tarifas aéreas varían muy seguido, si la presente cotización es aceptada, agradeceremos nos comunique con anticipación para su confirmación y reserva ante la aerolínea.

** Costo de aerolínea en destino afecto a IGV.

*** Costo de prima asegurable al 100% (Door to Door).

CARGO BUSINESS – MARITIMO



Lince, 18 de Abril del 2018

Señores:
JDE IMPORT SRL
Atención:
Sr. Juan Diego Cañamero

Mediante la presente hacemos llegar nuestra propuesta economica para sus proximas importaciones con destino a Callao:

DATOS DEL DESPACHO:			
PROFORMA :	A LA ACEPTACION	FOB US\$:	\$652.00
REGIMEN:	IMPORTACION	FLETE US\$:	\$50.00
ADUANA:	LIMA	SEGURO US\$:	\$60.00
PROCEDENCIA:	CHINA	VALOR CIF. US\$:	\$762.00
TIPO DE CAMBIO:	3.25	VALOR CIF. S/.	S/.
		P.A	9020000000
			2,476.50

DATOS DEL EMBARQUE		DERECHOS DE ADUANA Y LOGÍSTICA:	
REFERENCIA	N/A	AV 0%	S/.
LINEA NAVIERA	N/A	I.G.V 16%	S/.
TIPO DE EMBARQUE	MARITIMO LCL	I.P.M 2%	S/.
POL	NINGBO	PERCEPCION IGU 10%	S/.
POD	CALLAO	REFERENCIALES	
INCOTERM	FOB	TOTAL DERECHOS DE ADUANA	S/.
MERCADERIA	CARGA GENERAL		490.35
ALMACEN	NEPTUNIA	LOGISTICA	
PESO KG	1000KG (REFERENCIALES)	ALMACEN	
PESO VOLUMETRICO	0.25M3	VISTOS BUENOS	
		TRANSPORTE - SURCO	
AVISO DE LLEGADA & SEGURO SKOLL		TOTAL LOGISTICA	\$ 500.00
FLETE BASICO \$15.00 X TON/M3 MIN \$50.00	\$50.00	AGENCIAMIENTO DE ADUANAS	
DESCARGA X TON	S/.	COMISION DE ADUANAS 0.5% DEL CIF	\$ 160.00
HANDLING EN DESTINO X BL	S/.	MIN USD160.00 + IGU	
TOTAL AVISO DE LLEGADA (US\$) INC IGU	\$50.00	GASTOS OPERATIVOS	\$ 85.00
TOTAL AVISO DE LLEGADA (S/.)	S/.	SUB TOTAL SERVICIO LOGISTICO INTEGRAL	\$ 745.00
PRIMA NETA	\$60.00	IGU	\$ 134.10
DERECHO DE EMISION	\$0.18	TOTAL SERVICIO LOGÍSTICO INTEGRAL	\$ 879.10
IGU	\$10.83		
TOTAL SEGURO (US\$)	\$71.01		

TOTAL A DEPOSITAR		DÓLARES (US\$)	\$	1,000.11
		SOLES (S/.)	S/.	490.35

PROFORMA INCLUDE:

- AVISO DE LLEGADA & SEGURO

- TERMINAL DE ALMACENAMIENTO (NEPTUNIA)

Derecho de descarga / tracción
Gastos administrativos / supervisión de carga
Verificación de datos / Incremento puerto
No incluye Servicios Adicionales (Movilizaciones, cuadrillas, Inspecciones etc)

- AGENTE PORTUARIO

Visto Bueno
Transmisión de Datos (BL/ Transmission)
Gremios

- OTROS

Transporte Callao - Surco
Declaración y asesoría aduanera





GASTOS ADICIONALES (REFERENCIALES)

Movilización	: \$20.00 + IGV x tonelada, mínimo \$90.00 + IGV (Senasa, aforos, inspecciones, previos, etc)
Cuadrilla	: \$35.00 + IGV x hora o fracción, mínimo 2 hrs (Senasa, aforos, inspecciones, previos, etc)
Montacargas	: \$70.00 + IGV x paleta (Incluye paleta de madera "one way" y enzunchado)
Paletizado	: \$15.00 + IGV x hora o fracción (De lunes a viernes a partir de las 17:00 hrs, sábados a partir de las 13:00 hrs.)
Servicio extraordinario	: 0.5% del Valor CIF + IGV x cada nacionalización (Mínimo \$150.00 + IGV)

NOTAS:

- La proforma incluye el pago de Los Derechos de Aduana.
- Recargos sujetos a variación, vigentes a la fecha de la operación.
- Las tarifas y condiciones están sujetas a su aceptación y registro.
- Esta propuesta de tarifa no es un contrato de servicio.
- Los montos señalados en la presente liquidación son aproximados, cualquier gasto adicional será cargado en la factura final con su debido sustento.
- Notar que la proforma enviada es considerando que el despacho a trabajar sea con carta de facturación a terceros (a nombre de C&B Logistics SAC)
- No incluye gastos adicionales en caso el despacho sea asignado a canal rojo de Aduanas o pase alguna inspección (movilizaciones, cuadrilla y/o montacarga).
- No incluye boletín químico, servicio de rotulado, servicio extraordinario, descarga en el almacén de entrega, servicio de resguardo, servicio de escolta o ningún adicional que se presente en la operativa del despacho.
- No incluye almacenaje ni sobrestadía adicional al ofrecido por la agencia de carga que coordinó el flete.
- La Comisión de Aduanas es 0.5% CIF. En caso sea menor, aplica una comisión mínima de \$160.00 + IGV.
- Las correcciones por pesos y/u otros que se realicen fuera de tiempo por ingreso de carga tardía, serán facturados localmente, si fuera su responsabilidad.
- En caso la carga arribe a través de un Agente de carga, los gastos adicionales serán re-facturados (Tarja, THCD, BL Fee, Handling, etc.)
- En caso de servicio con nave compartida el costo de doble VºBº no se encuentra incluido.
- El retiro de la carga debe de coordinarse con anticipación - Mínimo 24hrs.
- C&B Logistics Sac sugiere el aseguramiento de la carga como póliza flotante, resguardo o póliza terrestre, ya que no se hace responsable por la pérdida, robo o deterioro de la mercadería.

En caso de aprobación agradeceré se sirvan realizar el depósito a nuestras Ctas. Bancarias:

RAZON SOCIAL	C&B LOGISTICS SAC	
RUC	S/.	20,518,010,248.00
BANCO DE CREDITO		
Cta Cte Banco BCP Soles	193-1612325-0-10	
Código Interbancario	002-193001612325010-18	
Cta Cte Banco BCP Dólares	193-1630801-1-46	
Código Interbancario	002-193001630801146-15	
BANCO CONTINENTAL		
Cta Cte Banco Continental Soles	0011-0357-0100026076-18	
Código Interbancario	011-357-000100026076-18	
Cta Cte Banco Continental Dólares	0011-0357-0100026084-12	
Código Interbancario	011-357-000100026084-12	
BANCO SCOTIABANK		
Cta Cte Banco Scotia Soles	000-9717390	
Código Interbancario	009-224-00009717390-70	
Cta Cte Banco Scotia Dólares	000-4146554	
Código Interbancario	009-224-00004146554-73	

Una vez efectuado el depósito favor enviar la confirmación de pago a su ejecutivo comercial con copia al Área Administrativa (cobranzas@cargobusiness.com.pe).

Seguros de estar atendiendo sus necesidades logísticas y expectativas económicas, quedo a la espera de su aprobación para proceder a coordinar sus próximos despachos.

Atentamente,

Gabriela Madueño
EJECUTIVA DE VENTAS SEMI SENIOR
 Entel: 981204076
 Telefono: 7156854 anexo 2065
 Av. Juan Bielovucic 1371 - Lince
www.cargobusiness.com.pe

CARGO BUSINESS – AEREO



Lince, 18 de Abril del 2018

Señores:
JDE IMPORT SRL
Atención:
Sr. Juan Diego Cañamero

Mediante la presente hacemos llegar nuestra propuesta economica para sus proximas importaciones con destino a Callao:

DATOS DEL DESPACHO:			
PROFORMA :	A LA ACEPTACION	FOB US\$:	\$652.00
REGIMEN:	IMPORTACION	FLETE US\$:	\$780.00
ADUANA:	LIMA	SEGURO US\$:	\$60.00
PROCEDENCIA:	CHINA	VALOR CIF. US\$:	\$1,492.00
TIPO DE CAMBIO:	3.25	VALOR CIF. S/.:	S/.
		P.A	4,849.00 9020000000

DATOS DEL EMBARQUE				DERECHOS DE ADUANA Y LOGÍSTICA:			
REFERENCIA	N/A			AV 0%	S/.	-	
LINEA AEREA	AVIANCA/TAMPA			I.G.V 16%	S/.	775.84	
TIPO DE EMBARQUE	AEREO			I.P.M 2%	S/.	96.98	
POL	PVG - PUDONG			PERCEPCION IGV 10%	S/.	87.28	
POD	LIMA			(*)REFERENCIALES			
INCOTERM	FOB			TOTAL DERECHOS DE ADUANA	S/.	960.10	
MERCADERIA	CARGA GENERAL			LOGISTICA			
ALMACEN	TALMA			ALMACEN (5 DIAS APROX)			
PESO KG	150KG			TRANSPORTE - SURCO			
PESO VOLUMETRICO	45 KG			TOTAL LOGISTICA			
AVISO DE LLEGADA & SEGURO SKOLL				AGENCIAMIENTO DE ADUANAS			
FLETE BASICO \$5.2 x KG MIN \$200.00	\$	780.00		COMISION DE ADUANAS 0.5% DEL CIF	\$	160.00	
HANDLING DE LA AEROLINEA	\$	94.40		MIN USD160.00 + IG V			
COLLECT FEE	\$	59.00		GASTOS OPERATIVOS	\$	85.00	
TOTAL AVISO DE LLEGADA (US\$) INC IG V	\$	933.40		SUB TOTAL SERVICIO LOGISTICO INTEGRAL	\$	895.00	
TOTAL AVISO DE LLEGADA (S/.)	S/.	-		IGV	\$	161.10	
PRIMA NETA	S/.	60.00		TOTAL SERVICIO LOGÍSTICO INTEGRAL	\$	1,056.10	
DERECHO DE EMISION	S/.	0.18					
IGV	S/.	10.83					
TOTAL SEGURO (US\$)	\$	71.01					
TOTAL A DEPOSITAR				DÓLARES (US\$)	\$	2,060.51	
				SOLES (S/.)	S/.	960.10	

PROFORMA INCLUYE:

- AVISO DE LLEGADA & SEGURO

- TERMINAL DE ALMACENAMIENTO : TALMA

Derecho de descarga / tracción
Gastos administrativos / supervisión de carga
Verificación de datos / Incremento puerto
No incluye Servicios Adicionales (Movilizaciones, cuadrillas, Inspecciones etc)

- OTROS

Transporte Callao - Surco
Declaración y asesoría aduanera





GASTOS ADICIONALES (REFERENCIALES)

Movilización	: \$25.00 + IGV x tonelada, mínimo \$60.00 + IGV (Senasa, aforos, inspecciones, previos, etc)
Cuadrilla	: \$20.00 + IGV x tonelada, mínimo \$60.00 + IGV (Senasa, aforos, inspecciones, previos, etc)
Montacargas	: \$35.00 + IGV x hora o fracción, mínimo 2 hrs (Senasa, aforos, inspecciones, previos, etc)
Paletizado	: \$70.00 + IGV x paleta (Incluye paleta de madera "one way" y enzunchado)
Servicio extraordinario	: \$15.00 + IGV x hora o fracción (De lunes a viernes a partir de las 17:00 hrs, sábados a partir de las 13:00 hrs.)
Retiros parciales	: 0.5% del Valor CIF + IGV x cada nacionalización (Mínimo \$150.00 + IGV)

NOTAS:

- La proforma incluye el pago de Los Derechos de Aduana.
- Recargos sujetos a variación, vigentes a la fecha de la operación.
- Las tarifas y condiciones están sujetas a su aceptación y registro.
- Esta propuesta de tarifa no es un contrato de servicio.
- Los montos señalados en la presente liquidación son aproximados, cualquier gasto adicional será cargado en la factura final con su debido sustento.
- Notar que la proforma enviada es considerando que el despacho a trabajar sea con carta de facturación a terceros (a nombre de C&B Logistics SAC)
- No incluye gastos adicionales en caso el despacho sea asignado a canal rojo de Aduanas o pase alguna inspección (movilizaciones, cuadrilla y/o montacarga).
- No incluye boletín químico, servicio de rotulado, servicio extraordinario, descarga en el almacén de entrega, servicio de resguardo, servicio de escolta o ningún adicional que se presente en la operativa del despacho.
- No incluye almacenaje ni sobrestadía adicional al ofrecido por la agencia de carga que coordinó el flete.
- La Comisión de Aduanas es 0.5% CIF. En caso sea menor, aplica una comisión mínima de \$160.00 + IGV.
- Las correcciones por pesos y/u otros que se realicen fuera de tiempo por ingreso de carga tardía, serán facturados localmente, si fuera su responsabilidad.
- En caso la carga arribe a través de un Agente de carga, los gastos adicionales serán re-facturados (Tarja, THCD, BL Fee, Handling, etc.)
- En caso de servicio con nave compartida el costo de doble V^oB^o no se encuentra incluido.
- El retiro de la carga debe de coordinarse con anticipación - Mínimo 24hrs.
- C&B Logistics Sac sugiere el aseguramiento de la carga como póliza flotante, resguardo o póliza terrestre, ya que no se hace responsable por la pérdida, robo o deterioro de la mercadería.

En caso de aprobación agradeceré se sirvan realizar el depósito a nuestras Ctas. Bancarias:

RAZON SOCIAL	C&B LOGISTICS SAC
RUC	20518010248
BANCO DE CREDITO	
Cta Cte Banco BCP Soles	193-1612325-0-10
Código Interbancario	002-193001612325010-18
Cta Cte Banco BCP Dólares	193-1630801-1-46
Código Interbancario	002-193001630801146-15
BANCO CONTINENTAL	
Cta Cte Banco Continental Soles	0011-0357-0100026076-18
Código Interbancario	011-357-000100026076-18
Cta Cte Banco Continental Dólares	0011-0357-0100026084-12
Código Interbancario	011-357-000100026084-12
BANCO SCOTIABANK	
Cta Cte Banco Scotia Soles	000-9717390
Código Interbancario	009-224-000009717390-70
Cta Cte Banco Scotia Dólares	000-4146554
Código Interbancario	009-224-000004146554-73

Una vez efectuado el depósito favor enviar la confirmación de pago a su ejecutivo comercial con copia al Área Administrativa (cobranzas@cargobusiness.com.pe).

Seguros de estar atendiendo sus necesidades logísticas y expectativas económicas, quedo a la espera de su aprobación para proceder a coordinar sus próximos despachos.

Atentamente,

Gabriela Madueño
EJECUTIVA DE VENTAS SEMI SENIOR
 Entel: 981204076
 Telefono: 7156854 anexo 2065
 Av. Juan Bielovucic 1371 - Lince
www.cargobusiness.com.pe