



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

**EXPORTACIÓN DE EXTENSIONES DE CABELLO VIRGEN
PERUANO HACIA LA CIUDAD DE LOS ÁNGELES – ESTADOS
UNIDOS**

**PRESENTADA POR
GIOVANA CECILIA TORO CASTAÑEDA**

**PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

LIMA – PERÚ

2018



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

La autora sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

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



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES

PLAN DE NEGOCIOS

“EXPORTACIÓN DE EXTENSIONES DE CABELLO VIRGEN PERUANO HACIA LA
CIUDAD DE LOS ÁNGELES – ESTADOS UNIDOS”

Presentado por:

Bachiller: TORO CASTAÑEDA, GIOVANA CECILIA

PARA OPTAR POR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Lima - Perú

2018

ÍNDICE DE CONTENIDO

1. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	1
1.1. Nombre o razón social	1
1.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)	2
1.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial.....	3
1.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha	5
1.5. Ley de Mype, Micro y Pequeña empresa, características.....	7
1.6. Estructura Orgánica	8
1.7. Cuadro de asignación de personal.....	8
1.8. Forma Jurídica Empresarial	11
1.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI	14
1.10. Requisitos y trámites municipales.....	15
1.11. Régimen tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades.....	16
1.12. Registro de Planillas Electrónicas (PLAME)	18
1.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.....	19
1.14. Modalidades de Contratos Laborales.....	20
1.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas	20
2. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL	24

2.1. Descripción del producto.....	24
2.1.1. Clasificación arancelaria	29
2.1.2. Propuesta de valor.....	30
2.1.3. Ficha técnica comercial	32
2.2. Investigación del Mercado Objetivo	33
2.2.1. Segmentación del mercado objetivo.....	42
2.2.2. Tendencias de consumo.....	43
2.3. Análisis de la oferta y la demanda.	48
2.3.1. Análisis de la oferta.....	48
2.3.2. Análisis de la demanda.....	56
2.4. Estrategia de Ventas y Distribución	60
2.4.1. Estrategias de Segmentación	60
2.4.2. Estrategias de Posicionamiento.....	62
2.4.3. Estrategias de distribución.....	66
2.5. Estrategias de promoción	67
2.6. Tamaño de planta. Factores condicionantes.	67
3. PLAN DE LOGISTICA INTERNACIONAL	71
3.1. Envases, empaques y embalajes.....	72
3.2. Diseño del rotulado y marcado.....	81
3.2.1. Diseño del rotulado	81
3.2.2. Diseño del marcado	83
3.3. Unitarización y cubicaje de la carga	85
3.4. Cadena de DFI de exportación	86
3.5. Seguro de las mercancías	101

4. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL	102
4.1. Fijación de precios	102
4.1.1. Costos y precio	102
4.1.2. Cotización internacional.....	106
4.2. Contrato de compra venta internacional y sus documentos.....	106
4.3. Elección y aplicación del Incoterm	108
4.4. Determinación del medio de pago y cobro.....	110
4.5. Elección del régimen de exportación	112
4.6. Gestión aduanera del comercio internacional	112
4.7. Gestión de operaciones de exportación: Flujograma	115
5. PLAN ECONOMICO FINANCIERO	116
5.1. Inversión Fija.....	116
5.1.1. Activos Tangibles.....	117
5.1.2. Activos Intangibles	118
5.2. Capital de Trabajo.....	118
5.3. Inversión Total.....	120
5.4. Estructura de Inversión y Financiamiento	121
5.5. Fuentes Financieras y condiciones de crédito	123
5.6. Presupuesto de costos.....	124
5.7. Punto de equilibrio	126
5.8. Tributación de la exportación	127
5.9. Presupuesto de ingresos	127
5.10. Presupuesto de egresos	128
5.11. Flujo de caja proyectado	130

5.12. Estado de Ganancias y pérdidas	131
5.13. Evaluación de la Inversión	132
5.13.1 Evaluación Económica.....	132
5.13.2 Evaluación Financiera.....	132
5.13.3 Evaluación Social.....	132
5.13.4 Impacto Ambiental	133
5.14. Evaluación de costo de oportunidad y capital de trabajo.	133
5.15. Cuadro de riesgo del tipo de cambio.....	134
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	136
6.1. Conclusiones.....	136
6.2. Recomendaciones	137

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Codificación Internacional CIU	2
Tabla 2: Matriz de ponderación de factores para elección de distrito de ubicación de Genuine Hair.....	3
Tabla 3: Funciones de personal de Genuine Hair.....	9
Tabla 4: Detalle de remuneraciones y servicio de terceros Genuine Hair.....	10
Tabla 5: Cuadro de asignación de personal.....	10
Tabla 6: Clasificación arancelaria Extensiones de cabello virgen.....	29
Tabla 7: Ficha técnica comercial Genuine Hair.....	32
Tabla 8: Lista de los países importadores para la partida 6704.20 (2016).....	33
Tabla 9: Sexo de los 4 Estados con Mayor población en EE.UU.....	34
Tabla 10: Edad de población femenina en los 4 Estados más poblados de EE.UU.....	35
Tabla 11: Sexo en los 4 condados más poblados de California.....	36
Tabla 12: Edad de población femenina en los 4 Condados más poblados de California.....	36

Tabla 13: Empleabilidad femenina e ingreso per cápita de los 4 Estados más poblados de EE.UU.....	38
Tabla 14: Empleabilidad femenina e ingreso per cápita de los 4 condados más poblados de California.....	38
Tabla 15: Ingresos promedio por Hogar en los 4 condados más poblados de California.....	39
Tabla 16: Selección del mercado objetivo.....	43
Tabla 17: Establecimientos de belleza en los Estados más poblados de EE.UU.....	44
Tabla 18: Estimación de Establecimientos de belleza en Los Ángeles.....	44
Tabla 19: Estimación de incremento de establecimientos de belleza en Los Ángeles.....	45
Tabla 20: Serie histórica de los valores importados de la partida 6704.20 en EE.UU.....	45
Tabla 21: Principales países exportadores de la partida 6704.20.....	48
Tabla 22: Principales proveedores de la partida 6704 hacia EE.UU.....	49
Tabla 23: Importaciones de EE.UU de Camboya y La India.....	52
Tabla 24: Principales establecimientos ubicados en Los Ángeles que ofrecen extensiones de cabello.....	54
Tabla 25: Oferta nacional de cabello histórica.....	55
Tabla 26: Estimación del crecimiento de la Oferta nacional de cabello.....	56

Tabla 27: Principales importadores de la partida 6704.20 histórico.....	56
Tabla 28: Incremento de la población objetiva.....	57
Tabla 29: Población objetiva proyectada.....	58
Tabla 30: Proyección de ventas anuales.....	59
Tabla 31: Principales Youtubers en Los Ángeles referentes de las extensiones de cabello peruanas.....	60
Tabla 32: Selección de Establecimientos de venta de productos Genuine Hair.....	62
Tabla 33: Estilista de contacto en los salones de belleza.....	63
Tabla 34: Proveedores de material para embalaje.....	80
Tabla 35: Cálculo del contenido de la caja de embalaje.....	80
Tabla 36: Insumos para la fabricación.....	88
Tabla 37: Maquinaria y materiales para la fabricación y transformación.....	89
Tabla 38: Tiempos empleados por cada proceso en la cadena de Genuine Hair.....	98
Tabla 39: Resumen de tiempos empleados por cada proceso.....	99
Tabla 40: Fijación de costos y precio de venta Genuine Hair.....	105
Tabla 41: Consideraciones en el contrato de compraventa internacional.....	107
Tabla 42: Activos Tangibles Genuine Hair.....	117
Tabla 43: Activos Intangibles Genuine Hair.....	118
Tabla 44: Detalle del Capital de trabajo Genuine Hair.....	119

Tabla 45: Determinación final del Capital de trabajo Genuine Hair.....	120
Tabla 46: Inversión total Genuine Hair.....	121
Tabla 47: Estructura de Inversión y Financiamiento Genuine Hair.....	122
Tabla 48: Tabla de amortización de capital financiado Genuine Hair.....	122
Tabla 49: Datos para estructura de Inversión y Financiamiento Genuine Hair.....	123
Tabla 50: Fuentes financieras para microempresas.....	124
Tabla 51: Detalle del cálculo del costo de planillas.....	124
Tabla 52: Detalle del costo de servicios de terceros Genuine Hair.....	125
Tabla 53: Costos pre operativos Genuine Hair.....	126
Tabla 54: Datos para el cálculo del punto de equilibrio.....	126
Tabla 55: Presupuesto de ingresos.....	128
Tabla 56: Presupuesto de depreciación.....	129
Tabla 57: Presupuesto de Egresos Genuine Hair.....	130
Tabla 58: Flujo de caja proyectado Genuine Hair.....	130
Tabla 59: Estado de Ganancias y pérdidas Genuine Hair.....	131
Tabla 60: COK Genuine Hair.....	133
Tabla 61: CPPK Genuine Hair.....	134
Tabla 62: Riesgo tipo de cambio.....	135

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Croquis de la ubicación de Genuine Hair.....	4
Figura 2: Estructura organizacional de Genuine Hair.....	8
Figura 3: Obligaciones en el Régimen Laboral Especial para la Micro y Pequeña empresa.....	19
Figura 4: Extensiones de cabello Genuine Hair.....	24
Figura 5: Forma de colocar las extensiones de cabello cosidas.....	26
Figura 6: Envase de las extensiones de cabello.....	28
Figura 7: Estados con la mayor población en EE.UU.....	34
Figura 8: Procedencia de las extensiones de cabello en Los Ángeles según Youtube.....	52
Figura 9: Recomendación de longitud de acuerdo a elfinhair.com.....	54
Figura 10: Flujo de estrategia de posicionamiento.....	64
Figura 11: Flujo de distribución.....	66
Figura 12: Proceso de obtención del cabello.....	69

Figura 13: Posibles modelos de envases para los productos de Genuine Hair.....	74
Figura 14: Proceso de envasado de las extensiones de cabello Genuine Hair.....	76
Figura 15: Rotulado con reglas generales de etiquetado en EE.UU.....	77
Figura 16: Etiqueta de las extensiones Genuine Hair.....	77
Figura 17: Envase final de Genuine Hair.....	78
Figura 18: Rotulado del envase de Genuine Hair.....	82
Figura 19: Rotulado de la Caja de embalaje.....	82
Figura 20: Rotulado de la Caja de embalaje en inglés.....	83
Figura 21: Pictogramas a utilizar en el marco del embalaje.....	84
Figura 22: Marcado del embalaje de Genuine Hair.....	84
Figura 23: Proceso de obtención de la materia prima.....	86
Figura 24: Proceso de producción de las extensiones de cabello Genuine Hair.....	90
Figura 25: Proceso de producción completo de las extensiones de cabello Genuine Hair.....	91
Figura 26: Proceso de envío del producto a través de Olva Courier.....	95
Figura 27: Flujo distribución indirecta en primer escenario, distribución con representante.....	96
Figura 28: Flujo distribución indirecta en segundo escenario, distribución con representante.....	97

Figura 29: Flujo para solicitar los embalajes.....	97
Figura 30: Flujo para solicitar los embalajes.....	98
Figura 31: Distribución física internacional.....	110
Figura 32: Medios de pago Internacional.....	110
Figura 33: Flujo de exportación hacia Los Ángeles de las extensiones de cabello Genuine Hair.....	115
Figura 34: Punto de Equilibrio Genuine Hair.....	127

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de negocios presenta a la empresa Genuine Hair, el cual tiene como núcleo la fabricación y exportación de extensiones de cabello 100% virgen peruano hacia el mercado de Los Ángeles, Estados Unidos, debido a que es la ciudad con mayor población femenina en dicho país y aquel orientado a las tendencias de moda, por otro, lado la selección del país se ha dado debido a que concentra casi el 60% de las importaciones internacionales de productos de cabello, lo que denota que existe consumo del producto dentro de Estados Unidos, además ha existido tendencias de crecimiento favorables.

Se detallan 6 capítulos en el presente proyecto en donde se detallan, los aspectos legales, el desarrollo del marketing internacional, estudio logístico del proyecto, las condiciones de comercio internacional, así como la evaluación económica y financiera, la cual denota si el proyecto es viable o no.

El primer capítulo, se refiere a la Organización y los aspectos legales, siendo la razón social Genuine Hair E.I.R.L. en donde sólo tenemos un titular quien responde a las obligaciones de la empresa, en este caso sería el dueño del mismo, además por los ingresos anuales de la empresa se ubica en la categoría de MyPE y el régimen RER

– Régimen especial a la Renta, así como el Régimen especial laboral que permite ahorrar costos de beneficios sociales.

En el segundo capítulo, se detalla el estudio de Marketing Internacional en donde se define que el público objetivo son las mujeres entre 25 y 34 años que se encuentren empleadas y que pertenezcan a la ciudad de Los Ángeles, por otro lado la distribución será indirecta pues el producto será distribuido a los Salones de belleza empezando por 7 más renombrados en la ciudad y con los cuales ya se mantiene contacto. Por otro, lado la estrategia es emplear un vendedor que es también estilista el cual tendrá la labor de colocar el producto a los diferentes contactos clave de los salones de belleza.

En el tercer capítulo se desarrolla el plan de Logística Internacional en el cual se define que las ventas se realizarán en paquetes de 40 unidades de extensiones de cabello acorde con la capacidad máxima de envío por agencia Courier y con el cual se saca la máxima ventaja por el envío por parte del consumidor, por otro lado en la distribución física internacional se encuentran 3 puntos clave: el envío es por agencia Courier, la fabricación es realizada por la misma empresa, la adquisición de la materia prima será en la sierra de Lima.

En el cuarto capítulo se desarrolla el Plan de comercio internacional en donde se define el Incoterm a utilizar que en el caso del negocio es CIP por asumir el costo de flete y seguro y tomando en cuenta los riesgos que este considera, asimismo, se detalla el precio, el contrato de compraventa internacional y los documentos asociados y la gestión de exportación con el operador elegido.

En el quinto capítulo se observa la evaluación económica y financiera en donde vemos que el TIRE es de 68% y el VANE es de \$89,291.63, además el TIRF es de 59% y el VANF es de \$83,610.28, lo cual cataloga al proyecto como rentable.

Finalmente, se desarrollan las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

1. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

1.1. Nombre o razón social

- ✓ Razón social: Genuine Hair E.I.R.L.
- ✓ Nombre comercial: Genuine Hair
- ✓ RUC: 20100163987

La razón social asignada a la empresa es Genuine Hair debido a su significado en inglés de cabello auténtico, y la diferenciación principal es que es cabello humano 100% natural, por otro lado, el nombre comercial de la empresa es el mismo sin tomar en cuenta las últimas siglas de E.I.R.L. El nombre se encuentra en inglés debido a que el mercado de destino se encuentra en Los Ángeles – Estados Unidos en donde predomina este idioma.

1.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

Teniendo en cuenta que el producto es “Extensiones de cabello virgen peruano” en donde la elaboración será por parte de la empresa, se ha considerado el CIIU de codificación C 3290 y la estructura es la siguiente:

Tabla 1: Codificación Internacional CIIU

Sección	División	Grupo	Clase	Descripción de la clase
C	32	329	3290	Otras industrias manufactureras n.c.p

Fuente: INEI (2010)

- Sección: Se consideró la sección C de industrias manufactureras, debido a que nosotros elaboraremos nuestro producto para comercialización, asimismo dicha sección considera que la alteración de productos y materia prima se considera actividades manufactureras.
- División: Se consideró la división 32 debido a que esta considera la fabricación de diversos productos no clasificados en otra parte.
- Grupo: Se consideró el grupo 329 el cual se emplea para otras industrias manufactureras n.c.p. el cual deriva directamente a la clase 3290.
- Clase: Se ha considerado la clase 3290 que comprende la fabricación de artículos de uso personal como pelucas, barbas y cejas postizas, el cual es el único semejante al core del negocio.

1.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

Para poder determinar la ubicación del espacio en cual se desarrollarán las actividades de la empresa se ha determinado optar por una matriz de ponderación de factores, con él se podrá elegir la opción más conveniente. En dicha matriz se puede observar que el distrito conveniente para la ubicación del local de Genuine Hair es La Victoria.

Tabla 2: Matriz de ponderación de factores para elección de distrito de ubicación de Genuine Hair.

Factores	Peso	La Victoria		Lince		Jesús María	
		Puntaje	Calificación	Puntaje	Calificación	Puntaje	Calificación
Costo de Alquiler	35%	9	3.15	8	2.8	7	2.45
Costo de Instalación	20%	9	1.8	7	1.4	7	1.4
Cercanía a la Agencia de envío Courier	15%	7	1.05	9	1.35	7	1.05
Seguridad	15%	7	1.05	7	1.05	8	1.2
Transporte Interno	15%	8	1.2	9	1.35	6	0.9
Totales	100%		8.25		7.95		7.00

Fuente: Elaboración propia.

Físicamente el espacio para llevar a cabo las actividades propias de la elaboración y administración del negocio será en una zona aledaña al domicilio del titular de la empresa en donde se asumirá un costo de alquiler de 300 dólares americanos mensuales, el espacio destinado cuenta con 20 metros cuadrados, espacio suficiente para desarrollar las actividades del negocio,

asimismo de acuerdo a la zonificación del distrito(Véase anexo 1), es factible que nos otorguen la licencia de funcionamiento por estar en zonas aledañas a la Avenida Canadá y comercio simple, asimismo, la cercanía a distintos medios de transporte como el metropolitano y a la Agencia Courier que se encuentra en el Centro Comercial Arenales, posibilita que la ubicación se adecuada .

Los datos de la ubicación son los siguientes:

- Departamento: Lima
- Provincia: Lima
- Distrito: La Victoria
- Dirección: Jr. Alberto Barton 168 Urb. Santa Catalina

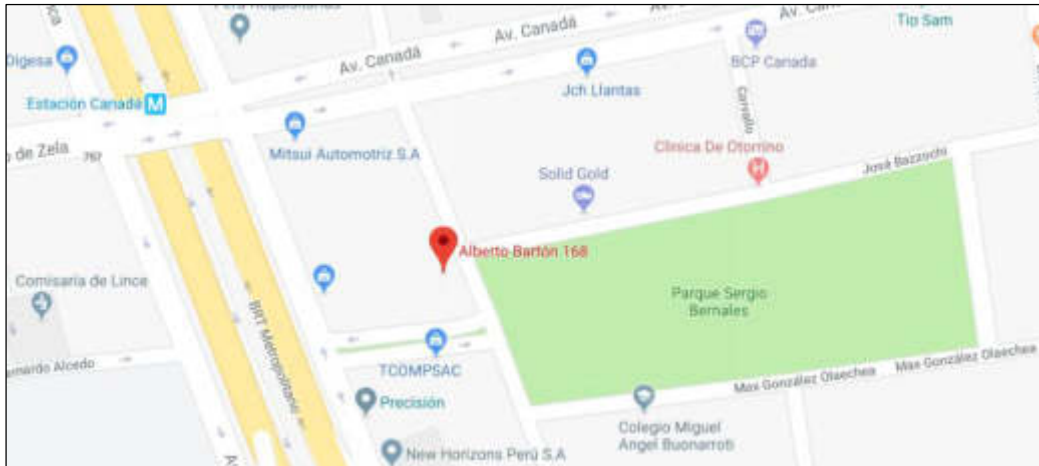


Figura 1: Croquis de la ubicación de Genuine Hair

Fuente: Google Maps

Factibilidad Municipal: De acuerdo a lo estipulado en la Ley Marco de Licencia de Funcionamiento, la Municipalidad de la Victoria deberá evaluar la Zonificación y compatibilidad de uso y la Inspección técnica de Seguridad de Defensa Civil. Para el caso de la empresa, por tener un espacio menor a los 100 metros cuadrados y una capacidad de almacenamiento no mayor al 30% del establecimiento, corresponde una Licencia de Funcionamiento con ITSE Ex – Post (Inspección Técnica de seguridad en Defensa Civil Básica), la cual se da con posterioridad al otorgamiento de la Licencia de funcionamiento.

Se debe resaltar que el local debe contar con las medidas de seguridad básicas dispuestas por la Municipalidad.

Factibilidad Sectorial: Por el giro del negocio no se requiere de ningún permiso sectorial para ejercer operatividad en la empresa.

1.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha

Visión: Posicionarse favorablemente en la ciudad de Los Ángeles, para luego expandir el mercado hacia otras ciudades dentro de California y Estados Unidos de Norteamérica.

Misión: Empresa dedicada a la fabricación de extensiones de cabello 100% virgen peruano al mercado de Los Ángeles, Estados Unidos, brindando productos de calidad, a un precio accesible generando experiencias agradables en nuestros consumidores, resaltando su belleza y estilo.

Valores:

- Perseverancia

- Eficiencia
- Calidad
- Esfuerzo

Objetivos:

- Ser una empresa peruana sólida para la elaboración y comercialización de extensiones de cabello.
- Ser una marca que se encuentre posicionada dentro del mercado objetivo.
- Generar márgenes de utilidad en crecimiento constante.

Principios de la empresa:

- Resaltar la belleza de los consumidores
- Ser socialmente responsables
- Generar una red de confianza entre proveedores y consumidores
- Esforzarnos para alcanzar nuestros objetivos
- Amabilidad y respeto ante todo.

Cultura Organizacional:

- Mostrarse como una empresa orientada al mejoramiento del estilo e imagen personal.
- Atención cordial a todos los compradores
- Generar la impresión de confianza y conocimiento del negocio hacia los consumidores.
- Empresa orientada a brindar cabello 100% virgen y de alta calidad.

Políticas:

- Orientados siempre a la mejora.
- Cumplimiento de los plazos ofrecidos.
- Supervisión de la calidad constante.
- Estricta selección del cabello para la transformación.
- Seriedad y respeto con cada negocio.
- Cumplir con la Legislación Peruana Vigente.
- Cumplir con los requisitos Estadounidenses de ingreso.

1.5. Ley de Mype, Micro y Pequeña empresa, características

La empresa se adecúa a la Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, Ley N° 28015, por ello nos acogemos al Régimen Laboral Especial y al Régimen Especial de Rentas (RER).

Cabe resaltar que nos consideramos una Microempresa, debido a las proyecciones de los ingresos anuales y a las Características de la microempresa contempladas en el Artículo 3 de la Ley antes señalada, la cual indica que el número máximo de trabajadores debe ser 10 (diez) y no superar los niveles de ventas anuales de 150 Unidades Impositivas Tributarias – UIT.

1.6. Estructura Orgánica

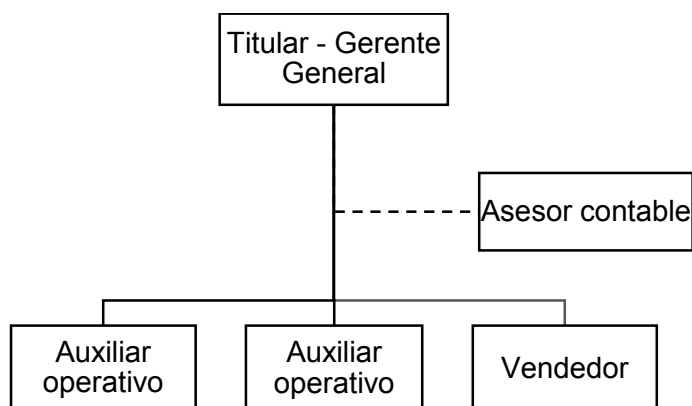


Figura 2: Estructura organizacional de Genuine Hair

Fuente: Elaboración propia

1.7. Cuadro de asignación de personal

En la estructura orgánica presentada en el punto anterior, se puede observar que la empresa está dirigida por el Titular - Gerente General, como tal tiene la facultad de Representante Legal de acuerdo a lo establecido en la Ley de la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada DL N° 21621, por otro lado, se han establecido las funciones y responsabilidades en un Cuadro de asignación de personal en donde se detalla también el nivel de responsabilidad por cada puesto para, posteriormente, definir detalles salariales.

Tabla 3: Funciones de personal de Genuine Hair.

Puesto	Responsabilidades y Funciones
Gerente General	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planificar, organizar, dirigir y controlar el negocio en toda su integridad. 2. Seguimiento de los registros, estados contables y financieros. 3. Negociación y selección de proveedores de insumos. 4. Promoción y seguimiento de contactos para la venta al consumidor final. 5. Supervisión de la calidad del producto a enviar. 6. Búsqueda de nuevas tendencias para la innovación
Asesor Contable	<ol style="list-style-type: none"> 1. Asesoría en el registro contable de la empresa. 2. Sus honorarios sólo se efectuarán cuando se requieran sus servicios. 3. No debe ser más de 6 veces durante el mes. 4. No será parte de la planilla de la empresa, su relación con la empresa se dará por locación de servicios.
Auxiliar de operaciones 1	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaboración de las extensiones de cabello de acuerdo a los estándares de calidad establecidos. 2. Envase y etiquetado de las extensiones. 3. Mantenimiento del área de trabajo. 4. Otras operaciones que se requieran. 5. Búsqueda de materia prima.
Auxiliar de operaciones 2	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaboración de las extensiones de cabello de acuerdo a los estándares de calidad establecidos. 2. Envase y etiquetado de las extensiones. 3. Mantenimiento del área de trabajo. 4. Otras operaciones que se requieran. 5. Búsqueda de materia prima.
Vendedor	<ol style="list-style-type: none"> 1. Colocación de los productos en destino 2. Promoción de las ventas. 3. No será parte de la planilla de la empresa, el costo de sus servicios será enviado como remesa hacia el exterior.

Fuente: Elaboración propia.

Para cada uno de los puestos se ha asignado el cuadro de remuneraciones, adicionalmente se abonaría bajo la modalidad de Recibo por Honorarios los servicios del Asesor contable con un precio de S/ 200.00 mensuales, y el cobro por la colocación del producto al Vendedor tendría un costo de \$ 400.00 mensuales, el costo de este último sería en dólares debido a que sería un contacto que radique en Los Ángeles en donde es la moneda que predomina.

A continuación, se muestra el cuadro de asignación de remuneraciones al personal de la empresa. El tipo de cambio es 3.266.

Tabla 4: Detalle de remuneraciones y servicio de terceros Genuine Hair

Remuneración mensual			Servicio de Terceros mensual		
Puesto	Soles	Dólares	Puesto	Soles	Dólares
Gerente General	1,600.00	489.90	Vendedor	1306.40	400.00
Auxiliar de operaciones 1	930	284.75	Asesor Contable	200.00	61.24
Auxiliar de operaciones 2	930	284.75			

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado se detalla el cuadro de asignación de personal con las remuneraciones y beneficios sociales de acuerdo a la legislación indicada en el Régimen Especial laboral, cabe resaltar que se está considerando en dicho cuadro únicamente el personal que se encontraría bajo planilla y no el personal de locación de servicios pues no genera ningún beneficio laboral.

Tabla 5: Cuadro de asignación de personal.

Puesto	Remuneración básica teórica mensual	Remuneración básica teórica anual	Vacaciones (15 días por año)	Aguinaldo	ESSALUD 9%	Total anual (S/)
Gerente General	1,600.00	19,200.00	800.00	150	1,728.00	21,878.00
Auxiliar de operaciones 1	930.00	11,160.00	465.00	150	1,004.40	12,779.40
Auxiliar de operaciones 2	930.00	11,160.00	465.00	150	1,004.40	12,779.40
Total						47,436.80

Fuente: Elaboración propia

1.8. Forma Jurídica Empresarial

La empresa “Genuine Hair E.I.R.L.” como bien indica su nombres se ha acogido a la Ley N° 21621 “Ley de la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada”. La decisión fue tomada luego de analizar las características de la misma en donde se establece que está constituida por la voluntad de una sola persona, es decir, no contar con ningún socio, asimismo el patrimonio inicial se forma por los aportes de la persona que lo constituye y al ser creado se transfiere dicho patrimonio a la empresa.

Debido a que la empresa tendrá un único socio o contribuyente y al ser este el que proporcionará la inversión inicial para la creación del mismo se eligió acogerse a esta forma jurídica.

Por otro lado las características propias de la Ley de la E.I.R.L. son las siguientes:

- Constituida por voluntad unipersonal
- El patrimonio inicial es proporcionado por la persona natural al momento de la constitución de la empresa, momento en el cual dicho patrimonio pasa a ser suscrito y parte de la empresa en su integridad.
- La responsabilidad de la empresa está limitada a su patrimonio, es decir, el titular de la empresa no responde con su propio patrimonio por las obligaciones de ésta.

- Solo las personas naturales pueden constituir la.
- El titular y/o Gerente es representante legal de la empresa y hace frente a las infracciones legales.

Constitución de la empresa:

El procedimiento para llevar a cabo la constitución de la empresa es el siguiente:

1. Buscar el nombre de la empresa, el cual es opcional y tiene un costo de S/ 5.00.
2. Reservar el nombre de la empresa, el cual tiene un costo de S/.20.00.
3. Se debe evaluar los gastos notariales de la notaría en donde se suscribirá la escritura pública de constitución de la empresa. Cabe resaltar que sólo hay algunos establecimientos afiliados a SID-SUNARP. Para nuestro caso se ha seleccionado las notarías afiliadas ubicadas en el distrito de La Victoria por la ubicación del local, en total hay 5 establecimientos y se eligió la notaria Banda Gonzales por la confiabilidad y el precio, el cual es de S/ 500.00, además de S/ 5.19 por consulta en RENIEC, asimismo por los derechos registrales son S/ 210.00 y la gestión registral adicionalmente tiene un costo de S/ 60.00.
4. Ingresar a la plataforma SID – SUNARP, por este medio se realiza la solicitud de trámite de constitución de la empresa, se deben ingresar los datos que requiera el sistema. Dentro de este paso se debe seleccionar la notaría de con la cual se suscribirá la escritura pública de constitución de la

empresa. Debemos descargar el archivo PDF del acto de constitución de la empresa y dar click en el botón finalizar a fin de que la solicitud pueda ser enviada a la Notaría seleccionada, finalmente y para concluir el registro web en SID-SUNARP se debe descargar la “Constancia de envío de solicitud de constitución de empresas”.

5. En un plazo no mayor a 30 días calendario, se debe acudir a la Notaría para la suscripción de la escritura Pública de constitución de empresa.
6. Una vez suscrito el “Acta de Constitución de la Empresa” SUNARP enviará electrónicamente los datos de la solicitud de la suscripción registral de la empresa.
7. Finalmente y una vez inscrita la empresa SUNARP envía electrónicamente los enlaces para la visualización y descarga de la constancia de RUC de la empresa, así como del asiento de inscripción y la anotación de inscripción.

Datos adicionales:

1. Adicional al proceso antes mencionado se debe tomar en cuenta que se debe pagar primero los derechos notariales y con ello se apertura el Kardex de la empresa, con el documento generado se solicita al Banco la apertura de la cuenta de la empresa y en ese momento se debe depositar el capital inicial.
2. Al depositar el capital inicial el patrimonio se vuelve parte de la empresa y deja de pertenecer al titular, asimismo una vez obtenido los documentos de

dicha transacción recién se debe acudir para realizar la suscripción del acta de constitución.

3. La notaria emite el acta una vez realizada la suscripción en un plazo no mayor a 48 horas, asimismo se encargan del registro en SUNAT y nos otorgan el RUC y el usuario y clave SOL para poder cambiarla y que sea personalizada.
4. Los datos indicados en el punto 1 y 2 sólo aplican en el caso de la E.I.R.L., la cual es la forma jurídica a la que nos acogeremos.

1.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

Para el registro de la marca “Genuine Hair” en INDECOPI se debe realizar lo siguiente:

1. Completar y presentar 3 ejemplares del formato de la solicitud correspondiente. En este punto se debe colocar los datos de identificación del solicitante, domicilio para el envío de notificaciones en el Perú y el signo que se pretende registrar en el formato que se indique.
2. Se debe consignar expresamente los productos o servicios que se desea distinguir con el signo solicitado para ello, se sugiere entrar al buscador que proporciona INDECOPI.
3. Firmar la solicitud.
4. Adjuntar la constancia de pago del trámite el cual corresponde al 13.90% de una UIT por una clase solicitada, esto es S/576.85.

5. Una vez presentada la solicitud INDECOPI tiene un plazo de 15 días para realizar el examen formal.

1.10. Requisitos y trámites municipales

Para el caso de la Municipalidad de La Victoria los requisitos y trámites municipales son los expuestos a continuación, cabe resaltar que todos los requisitos se encuentran de acuerdo a la Legislación vigente, la principal es la Ley N° 28970 Ley Marco de Licencia de Funcionamiento. Asimismo nos acogemos a una solicitud de Licencia de funcionamiento con ITSE EX – POST Básica por tener un establecimiento de menos de 100 mt² y 30% de almacenaje como máximo.

Requisitos:

1. Formulario de Solicitud de Licencia de Funcionamiento - Declaración Jurada, debidamente llenada.
2. Se debe tomar en cuenta que se debe presentar una Declaración Jurada del representante legal o apoderado señalando que su poder se encuentra vigente, consignando el número de Partida Electrónica y asiento de inscripción en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP).
3. Declaración Jurada de Observancias de Inspecciones de Seguridad.
4. Indicación del número de comprobante de pago por derecho de trámite.

Procedimiento:

1. Se debe realizar el pago único de derechos administrativos el cual incluye el costo de las inspecciones de seguridad y Defensa Civil necesarias, el costo es de S/100.00.
2. Una vez realizado el pago se debe presentar todos los documentos en las oficinas de la Municipalidad de La Victoria
3. Cuando ha transcurrido 15 días y la institución no ha emitido pronunciamiento alguno se considera como aprobada la licencia de funcionamiento
4. La Municipalidad procede a otorgar la Licencia de Funcionamiento.
5. Finalmente y posterior al otorgamiento de la misma la Municipalidad realiza las inspecciones correspondientes al ITSE Ex - Post Básica.

1.11. Régimen tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades

El régimen tributario elegido es el RER- Régimen especial de Renta el cual se adecúa más a nuestro negocio, las características de dicho régimen son las siguientes:

- Ventas mensuales no deben superar S/ 525,000.00
- Emite todo tipo de comprobantes de pago.

- Tiene actividades que no pueden acogerse a este régimen
- Presenta declaración mensual por IGV y Renta.
- Sólo lleva dos registros contables (Registro de compras y Registro de ventas).
- No obligados a presentar declaraciones anuales

Para acogernos al RER, se tomó en cuenta que los ingresos planificados no superan los S/ 525,00.00, asimismo se requiere emitir todo tipo de comprobantes de pago, y la tributación que para este caso sería 1.5% de los ingresos netos mensuales, así como la tasa del 18% del valor de venta.

Por otro lado, al realizar la inscripción por SID- SUNARP, la notaría hace el proceso de creación de RUC con SUNAT y entregan la clave SOL únicamente para cambiar la contraseña e iniciar mis declaraciones.

Al ingresar al Sistema de Operaciones en Línea de SUNAT, se debe registrar a la empresa y se deben registrar a los trabajadores.

Por este medio debo realizar la declaración mensual de la Renta de ingresos netos mensuales y el IGV.

Es importante tomar en cuenta también que se debe sacar la autorización para emitir los comprobantes de pago.

1.12. Registro de Planillas Electrónicas (PLAME)

Para el registro de planilla electrónica PLAME es necesario contar con el usuario y clave SOL, asimismo para realizar la declaración en dicha plataforma basta con contar con 1 sólo trabajador, en nuestro caso 3 trabajadores y 1 prestador de servicios, en Perú, los servicios del vendedor no están clasificados en esta declaración por tratarse de un pago a un servicio categorizado como terceros. Para llevar a cabo el registro de planillas electrónicas, es necesario lo siguiente:

1. Ingresar al T- registro e ingresar los datos de los trabajadores.
2. Con dicha información se actualiza el PDT- PLAME, en donde se debe ingresar para declarar ingresos y descuentos, obligaciones del trabajador y empleador.
3. También se debe ingresar los recibos por honorarios y la renta de 4ta categoría de la misma.
4. Con ello se enviará la información para pago de obligaciones laborales legales a cada entidad (ESSALUD, ONP, Rentas).
5. Se declara las planillas y se realiza el pago correspondiente.

El proceso antes mencionado debe realizarse mensualmente asimismo la empresa tiene la obligación de entregar la boleta de pago que corresponda a cada trabajador así como el Certificado de 5ta Categoría anual.

1.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.

La empresa se acogerá al Régimen Laboral Especial debido a que representa un menor gasto para la empresa, tal y como se detalla en el Cuadro de asignación de personal, el costo que genera legalmente dicho régimen, aparte de la remuneración mensual, sólo es de 15 días por vacaciones y para nuestro caso ESSALUD, es decir, se ahorra el costo de Gratificación y CTS y 15 días de vacaciones adicionales.

A continuación, se detalla las obligaciones por parte del trabajador para Régimen laboral especial.

MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
Remuneración Mínima Vital (RMV)	Remuneración Mínima Vital (RMV)
Jornada de trabajo de 8 horas	Jornada de trabajo de 8 horas
Descanso semanal y en días feriados	Descanso semanal y en días feriados
Remuneración por trabajo en sobretiempo	Remuneración por trabajo en sobretiempo
Descanso vacacional de 15 días calendarios	Descanso vacacional de 15 días calendarios
Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (SEGURO INTEGRAL DE SALUD)	Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD
Cobertura Previsional	Cobertura Previsional
Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración)	Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración)
	Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de trabajo de Riesgo (SCTR)
	Derecho a percibir 2 gratificaciones al año (Fiestas Patrias y Navidad)
	Derecho a participar en las utilidades de la empresa
	Derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración.
	Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.

Figura 3: Obligaciones en el Régimen Laboral Especial para la Micro y Pequeña empresa.

Fuente: SUNAT.

1.14. Modalidades de Contratos Laborales.

Los contratos laborales a emplear serán a plazo fijo por un período renovable de 3 meses y el tipo de contrato laboral será por Inicio o Incremento de Nueva Actividad el cual se puede renovar con un máximo de 3 años, asimismo debe indicarse una cláusula en donde se indique se encuentra en el Régimen Laboral Especial, por otro lado, debe indicar claramente la fecha de inicio y término así como la remuneración mensual y la jornada laboral, además de las funciones a realizar y el puesto a desempeñar. Siempre se debe otorgar una copia al trabajador y debe ser suscrita antes del inicio de labores.

Cabe resaltar que desde el 2016, ya no se requiere presentar los contratos al Ministerio de trabajo lo que reduce inversión en tiempo y dinero, se debe tomar en cuenta que el registro en el MINTRA tenía un costo y desde la anulación del mismo ya no se genera.

1.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas

a) Para el caso de los contratos comerciales con proveedores:

Los contratos comerciales que se emitan serán redactados y consultados previamente con un estudio de abogados cuando se requiera, asimismo debe indicar claramente una cláusula que indique la penalidad de

incumplimiento o insatisfacción del producto, la legislación bajo la cual se ampara y la celebración de la compraventa.

Cabe resaltar que sólo se efectuarán dichos contratos para adquisición de grandes magnitudes de insumos.

Para el caso de la venta de cabello será necesario contar con un contrato en donde se manifieste la autorización plena de la persona que lo provea. Se debe tomar en cuenta y manifestar que es de manera voluntaria y se ha recibido el pago correspondiente por tal, también debe manifestarse las condiciones y estado en el que se encontró el cabello, así como el lugar y fecha de compra-venta.

b) Contrato de Compraventa Internacional efectuada con los importadores:

- El contrato de Compraventa Internacional se realizará para exportaciones de grandes magnitudes.
- Se debe tomar en cuenta el Incoterm bajo el cual se están dando los términos de compraventa internacional que en este caso es CIP.
- Los detalles deben ser revisados previamente por un asesor legal antes de poder enviarlas.
- En la práctica se brindará a todos los clientes la factura comercial (commercial Invoice) y este servirá como comprobante de la transacción internacional.

- Se debe considerar siempre enviar una cotización internacional al proveedor para que con ello se proceda a la aceptación de la compraventa internacional.
- Se debe detallar claramente las condiciones de pago y que se prestará una mercancía a cambio del pago de un precio.
- Se contemplan sanciones ante incumplimiento.

c) Para el caso de los contratos comerciales con intermediarios:

Se debe suscribir un contrato, previamente revisado por un asesor legal, en donde se estipulen todas las cláusulas de los servicios del intermediario que en este caso sería el vendedor. La firma de ambas partes se dará de manera electrónica sin perder valor legal por realizarla en tal medio.

Ello protege a la empresa de cualquier acto en contra de la misma y la sanción ante el incumplimiento de los servicios encomendados.

d) Contratos de trabajo sujeto a modalidad por Incremento de Actividades:

Debe suscribirse previo al inicio de labores del personal, el contrato debe tener revisión legal pues debe indicar que el régimen laboral es RER, ambas partes deben estar de acuerdo para la firma del mismo. Este contrato es obligatorio para el personal que se encuentre en planilla, y el plazo de renovación será de 3 meses.

e) Responsabilidad Civil de los accionistas:

Para el caso de la E.I.R.L. y en el caso del presente plan de negocios, el responsable es el Gerente quien ejerce también el papel de titular.

Cabe resaltar que él tiene la responsabilidad civil con las decisiones que puedan disolver la empresa.

Asimismo, se dispone, de acuerdo al DL N° 21621, que la responsabilidad de la empresa está limitada a su patrimonio y el titular no responde personalmente por las obligaciones de ésta.

Por otro lado, siendo el gerente el representante legal, hace frente ante las infracciones que se puedan cometer, así como tiene la obligación de representarla efectivamente.

2. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

2.1. Descripción del producto

Genuine Hair es una marca dedicada a la comercialización de cabello virgen 100% peruano, dicho cabello se presentará a manera de extensiones con la modalidad de cortinas tejidas, las cuales brindarán naturalidad, estilo y belleza a cada una de sus consumidoras.

El producto es el siguiente



Figura 4: Extensiones de cabello Genuine Hair

Fuente: Elaboración propia

Las extensiones de cabello son una forma de poder modificar la apariencia de la cabellera de las personas sin necesidad de modificar el cabello propio necesariamente, las extensiones de cabello cumplen principalmente el papel de proporcionar longitud, volumen para crear diferentes estilos, por otro lado existen diferentes calidades de cabello desde cabello sintético hasta el cabello 100% natural, virgen o remy los cuales son de una amplia calidad y brindan naturalidad a la apariencia de las personas así como una mayor durabilidad, resistencia y posibilidad de realizar teñidos, exposición al calor para adecuarlo a los diferentes estilos que se pretende utilizar.

El cabello natural virgen es aquel que no ha sido modificado ni pasado por ningún proceso químico, por tal motivo es de mayor calidad, durabilidad y naturalidad.

Por otro lado en el mercado se ofrecen distintos tipos de extensiones de cabello virgen, y se puede observar que al momento de escoger el tipo de extensión de cabello, éste se solicita de acuerdo al país de procedencia ya que cada uno tiene una característica; por ejemplo al momento de vender se ofrece como cabello virgen Brasileño, cabello virgen de La India, cabello virgen Peruano.

El cabello peruano es conocido mundialmente por ser más grueso, sedoso y voluminoso, por lo general es lizo natural y ondulado natural con un color marrón oscuro y negro. Dichas características la hacen ver como un cabello de calidad que tiene una mejor apariencia y naturalidad.

El cabello virgen peruano de Genuine Hair se venderá por cortinas de cabello tejidas y las cuales deberán ser cosidas por la parte de la raíz o superior, lo cual brinda una apariencia más natural y no son invasivas, asimismo, son más prácticas al momento de colocar y son 100% reutilizables.

De acuerdo al blog Sidibeauty, las ventajas de las cortinas de cabello son numerosas y entre ellas vemos que protegen al cabello natural, son rápidas de colocar, son fáciles de quitar.

Otro blog, Extensionesdepelo.com, indican que la manera de colocarlas es separando el cabello, realizando una trenza para posteriormente coserlas a mano directamente, este proceso sólo puede ser llevado a cabo por un especialista. Asimismo al partir de las trenzas no invaden al cabello natural del consumidor.



Figura 5: Forma de colocar las extensiones de cabello cosidas

Fuente: Blog extensionesdepelo.com (2018)

Cada producto de Genuine Hair tiene una longitud de 60 cm de largo y 50 cm. de ancho y estarán envasadas por cortina de cabello con las dimensiones antes mencionadas.

Con respecto a la calidad, Genuine Hair, para fines comerciales tomará en cuenta el grado 7A.

El grado 7A corresponde al cabello de máxima calidad, para tener mayor claridad al respecto se indican los diferentes grados de calidad de extensiones de cabello:

- 1A y 2A: Cabello de grado más bajo
- 3A y 4A: El pelo grado 3A puede ser un poco seco por lo que debe saberse que el cuidado es mayor, el 4A dura más tiempo sin embargo puede haber sido procesado químicamente debido a ello no se le pueden realizar más modificaciones ya que el cabello quedaría dañado.
- 5A y 6A: Son las inversiones ideales para la mayoría de la gente n muchos casos, aquí se ubican realmente el cabello virgen sin procesar o Remy.
- 7A a más: son de la misma calidad que el 6A que es el real máximo pero emplea para aumentar el precio del producto.

El producto que se ofrecerá tendrá las siguientes características, tomando en cuenta lo antes mencionado:

- Cabello 100% virgen peruano.
- Color de cabello natural marrón oscuro y negro.
- Cabello lacio.

- Calidad 7A 100% garantizada, resistente sin presentar puntas dañadas y provenientes de adolescentes y jóvenes que cuentan con el cabello con mayor vitalidad, firmeza y naturalidad.
- El precio principalmente será determinado por el costo de producción y en base a ello en comparación con el mercado destino.

El envase del producto será semejante al modelo de la figura que se aprecia a continuación, el cabello no necesita de ningún envase especial, pues se puede mantener dentro de polietileno sin ningún problema.



Figura 6: Envase de las extensiones de cabello

Fuente: Alibaba.com (2018)

El modelo que se aprecia en la figura antes mostrada es proveniente de China, sin embargo Genuine Hair tomará en cuenta un proveedor nacional para tal fin. Las características del envase se muestran posteriormente en el capítulo N° 3. El envase está pensado en dar la impresión de glamour hacia el consumidor, asimismo se ha pensado en el nombre Genuine Hair para identificarlo como

original o genuino, es por ello que también se menciona Genuine Peruvian Hair para identificarlo como cabello peruano que de por sí indica un mayor índice de calidad.

2.1.1. Clasificación arancelaria

La clasificación arancelaria del producto, de acuerdo al Arancel de Aduanas Peruano 2017, se encuentra dentro de la Sección XII – Calzado, sombreros y demás tocados, paraguas, quitasoles, bastones, látigos, fustas, y sus partes; plumas preparadas y artículos de plumas: flores artificiales; manufacturas de cabello. Por esta última, se toma en cuenta dicha sección, a continuación, se especifica los capítulos y subcapítulos para la acertada clasificación arancelaria de nuestro producto.

Tabla 6: Clasificación arancelaria Extensiones de cabello virgen.

DÍGITOS					DENOMINACIÓN
67					Capítulo: Plumas y plumón preparados y artículos de plumas o plumón; flores artificiales; manufacturas de cabello.
67	04				Partida del Sistema Armonizado: Pelucas, barbas, cejas, pestañas, mechones y artículos análogos, de cabello, pelo o materia textil; manufacturas de cabello no expresadas ni comprendidas en otra parte.
67	04	20			Subpartida del Sistema Armonizado: De cabello.
67	04	20	00		Subpartida NANDINA: no hay una clasificación determinada en NANDINA
67	04	20	00	00	Subpartida Nacional: no hay una clasificación determinada en la subpartida Nacional.

Fuente: SUNAT

La clasificación con la que se reconoce el comercio mundial de extensiones de cabello se rige por la Subpartida del Sistema Armonizado, no hay una clasificación especial en la Subpartida NANDINA o Nacional, por lo tanto, la clasificación del producto será 6704.20, dicha partida no tiene arancel aplicable en destino.

2.1.2. Propuesta de valor

Se han revisado distintos reportajes, blogs y ofertas, en donde se puede apreciar que las consumidoras valoran distintas características en sus extensiones de cabello, entre ellas las más resaltantes son las siguientes:

- Volumen
- Longitud
- Mejorar la apariencia
- Cambios de look sin necesidad de modificar el propio cabello.
- Naturalidad



En base a la valoración de las consumidoras se define que la propuesta de valor para las extensiones de cabello de Genuine Hair será la de ofrecer cabello 100% virgen peruano, dicho cabello brindará todas las características que las consumidoras aprecian, las cuales se detallan a continuación.

- Producto con la mayor calidad, sin puntas abiertas, sin cabellos maltratados.
- Tiempo de duración promedio de 12 meses.

- Mayor volumen y sedosidad.
- Apariencia natural y manejabilidad.
- Se puede aplicar teñido, y maquinas que sometan a la extensión al calor más veces que el promedio.

2.1.3. Ficha técnica comercial

Tabla 7: Ficha técnica comercial Genuine Hair.

Ficha técnica comercial			
Genuine Hair	Empresa Peruana dedicada a la fabricación y venta de extensiones de cabello 100% virgen peruano, ofreciendo calidad, naturalidad y estilo.		
Descripción del producto	Extensiones de cabello 100% peruano, de color negro, natural, laceo, de textura sedosa y de 26" de largo por 20" de ancho, en presentación de cortinas tejidas.		
Necesidad por satisfacer	Mujeres con necesidad de mejorar su apariencia y buscar estilo y belleza.		
Commercial technical file			
Genuine Hair	Peruvian company dedicated to the manufacture and sale of 100% virgin Peruvian hair extensions, offering quality, naturalness and style.		
Descripción del producto	Extensions of 100% Peruvian hair, black color, streight, silky texture and 26" large, in presentation of Tissue Closure.		
Necesidad por satisfacer	Women with a need to improve their appearance, style and beauty.		
Características de Genuine Hair		Characteristics of Genuine Hair	
Material	Cabello humano 100% peruano	Material	100% Peruvian human hair
Tipo de extensión	Cortinas tejidas	Type of extensions	Tissue closure
Unidad de venta	Por cortina de cabello	Sales unit	Unit of bundle
Dimensiones	26" largo x 20" ancho	Dimensions	26"large x 20 " width
Duración	1 año aproximadamente	Life time	1 year
Textura	Lacea y sedosa.	Texture	Straight and Silky
Color	Negro.	Color	Black
Teñido	Se puede aplicar	Dyed	Can be Dyed and bleached
Exposición a máquinas de calor	Se puede aplicar	Ironing	Can use flat irons
Lugar de origen	Perú	Birthplace	Perú
Empaque	Tubos de Plástico transparente Negro	Package	Plastic tubes
Calidad del cabello	7A	Quality	7A
Peso	0.23 lbs, 105 grms	Weight	0.23 lbs, 105 grms
Cuidados a realizar	Lavar y acondicionar constatemente a fin de garantizar la durabilidad del producto	Care	have to use shampoo and conditioner fairly for a better durability

Fuente: Elaboración propia

2.2. Investigación del Mercado Objetivo

Para la selección del mercado objetivo se toma en cuenta el país con mayor demanda de la partida arancelaria 6704.20, con ello podemos apreciar la siguiente tabla:

Tabla 8: Lista de los países importadores para la partida 6704.20 (2016)

País importador	Valor importado en 2016 (miles de USD)	Participación en las importaciones mundiales (%)	Total de arancel ad valorem
Estados Unidos de América	1,403,161.00	60.10%	0%
Japón	120,087.00	5.10%	0%
Reino Unido	99,145.00	4.20%	0%
Alemania	68,938.00	3.00%	0%
Corea del Sur	55,694.00	3.00%	0%

Fuente: Trade Map (2016) – Elaboración propia.

En el cuadro Anterior se puede mostrar que el país con el mayor monto por consumo de importaciones de la partida es Estados Unidos de América, también se puede observar que la tasa de crecimiento entre 2012 y 2016 fue de 3% y se lleva más de la mitad de las importaciones mundiales. Por el lado del arancel no tenemos diferenciación pues el Ad Valorem que aplica cada país en relación a Perú es del 0%. Tomando en cuenta los datos antes mostrados, la decisión del país destino de la exportación del producto es los Estados Unidos de América, debido a que, por las cifras del valor importado, se puede concluir que la demanda es alta, asimismo la tasa de crecimiento anual del valor importado va en aumento y pesar de no ser la que tiene la mayor tasa aún concentra el 60% de las importaciones mundiales de la partida, lo cual indica que la demanda a nivel mundial aún es ampliamente mayoritaria en relación a los demás países.

a) Datos demográficos

Tomando en cuenta que el producto de belleza está enfocado en la población femenina se toman en cuenta los datos demográficos para identificar los estados con la mayor cantidad de población femenina. A continuación, se presenta las tablas con la información de datos demográficos relevantes para la selección del mercado objetivo.

States	Counties	Cities
State	Population, 2017	Pop. per sq. mi., 2017
California	38,530,053	213.8
Texas	28,304,398	108.3
Florida	20,984,480	381.3
New York	19,849,389	421.2
Pennsylvania	12,805,537	288.2
Illinois	12,802,023	238.8
Oleio	11,856,808	288.3
Georgia	10,426,379	181.1
North Carolina	10,273,419	211.3
Michigan	9,982,311	178.1

Figura 7: Estados con la mayor población en EE.UU.

Fuente: Census Bureau (2016)

Para la selección del mercado se identificaron los 4 estados con la mayor población, a continuación se detallan los datos en clasificación por sexo por cada uno de los 4 Estados con mayor población:

Tabla 9: Sexo de los 4 Estados con Mayor población en EE.UU.

Sexo	Estados Unidos de América	California	Texas	Florida	New York
Población Total	318,558,162	38,654,206	26,956,435	19,934,451	19,697,457
Población Masculina	156,765,322	19,200,970	13,379,165	9,741,262	9,555,130
Población Femenina	161,792,840	19,453,236	13,577,270	10,193,189	10,142,327
% Población Femenina/ Total	50.79%	50.33%	50.37%	51.13%	51.49%

Fuente: Census Bureau (2016) – Elaboración propia.

Se puede apreciar en la tabla anterior que la población femenina en EE.UU. representa el 50.79% del total de la población siendo el Estado con la mayor cantidad de población femenina California, representando un 12% de la población femenina de EE.UU.

A continuación, se muestra el detalle de las edades de las mujeres que conforman la población femenina de California.

Tabla 10: Edad de población femenina en los 4 Estados más poblados de EE.UU.

Estado	California		Texas		Florida		Nueva York	
	Población Total	Población Femenina	Población Total	Población Femenina	Población Total	Población Femenina	Población Total	Población Femenina
Menos de 5 años	2,499,561	1,257,937	1,970,686	992,584	1,094,213	559,510	1,170,723	602,812
5 a 9 años	2,538,872	1,277,721	2,012,405	1,013,597	1,116,799	571,059	1,149,222	591,741
10 a 14 años	2,536,895	1,276,726	1,984,186	999,384	1,145,558	585,764	1,171,027	602,968
15 a 19 años	2,633,446	1,325,316	1,926,342	970,249	1,185,544	606,211	1,274,564	656,280
20 a 24 años	2,891,020	1,454,944	1,977,688	996,111	1,298,650	664,046	1,427,838	735,201
25 a 34 años	5,701,167	2,869,187	3,915,774	1,972,276	2,532,527	1,294,971	2,831,379	1,457,892
35 a 44 años	5,159,031	2,596,350	3,642,463	1,834,616	2,434,272	1,244,729	2,501,802	1,288,191
45 a 54 años	5,215,194	2,624,615	3,471,589	1,748,551	2,744,569	1,403,395	2,780,247	1,431,564
55 a 59 años	2,418,507	1,217,145	1,600,143	805,951	1,342,547	686,492	1,331,302	685,495
60 a 64 años	2,083,531	1,048,564	1,358,592	684,288	1,242,147	635,154	1,165,552	600,149
65 a 74 años	2,822,406	1,420,413	1,828,562	921,000	2,084,139	1,065,694	1,600,042	823,870
75 a 84 años	1,475,866	742,749	915,785	461,258	1,198,775	612,976	866,782	446,311
85 años a más	678,710	341,570	352,220	177,404	514,711	263,190	426,977	219,853
Total	38,654,206	19,453,236	26,956,435	13,577,270	19,934,451	10,193,189	19,697,457	10,142,327

Fuente: Census Bureau (2016) – Elaboración propia.

En la tabla anterior se puede observar que la mayor cantidad de población femenina se encuentra entre los 25 a 34 años de edad.

Tomando en consideración que California es el Estado con el mayor número de población femenina se detallan los datos por los 4 condados, de dicho estado, con la mayor población femenina.

Tabla 11: Sexo en los 4 condados más poblados de California.

Sexo	California	Los Ángeles	San Diego	Orange	Riverside
Población Total	38,654,206	10,057,155	3,253,356	3,132,211	2,323,892
Población Masculina	19,200,970	4,954,616	1,635,137	1,546,687	1,156,126
Población Femenina	19,453,236	5,102,539	1,618,219	1,585,524	1,167,766
% Población Femenina/ Total	50.33%	50.74%	49.74%	50.62%	50.25%

Fuente: Census Bureau (2016) – Elaboración propia.

En la Tabla anterior se puede apreciar que el condado con la mayor cantidad de Población femenina es Los Ángeles.

A continuación, se muestra el detalle de las edades de la población femenina en Los Ángeles.

Tabla 12: Edad de población femenina en los 4 Condados más poblados de California.

Estado	Los Ángeles		San Diego		Orange		Riverside	
	Población Total	Población Femenina	Población Total	Población Femenina	Población Total	Población Femenina	Población Total	Población Femenina
Menos de 5 años	636,122	322,739	211,794	105,346	189,534	95,942	157,562	79,176
5 a 9 años	623,651	316,412	200,294	99,626	195,681	99,054	171,118	85,988
10 a 14 años	633,141	321,227	194,958	96,972	207,155	104,862	175,355	88,117
15 a 19 años	682,708	346,375	212,903	105,898	213,027	107,834	179,233	90,065
20 a 24 años	769,454	390,386	271,647	135,117	226,342	114,574	171,728	86,294
25 a 34 años	1,564,349	793,679	522,891	260,086	440,004	222,730	313,835	157,703
35 a 44 años	1,401,310	710,960	428,775	213,273	423,886	214,571	297,470	149,480
45 a 54 años	1,380,576	700,441	425,423	211,605	455,268	230,456	302,022	151,767
55 a 59 años	620,293	314,708	198,255	98,612	202,646	102,579	133,322	66,995
60 a 64 años	518,349	262,986	172,981	86,041	165,967	84,012	115,755	58,167
65 a 74 años	684,208	347,136	230,617	114,709	231,194	117,030	172,853	86,859
75 a 84 años	371,171	188,315	122,780	61,071	124,554	63,049	95,996	48,238
85 años a más	171,823	87,175	60,038	29,863	56,953	28,830	37,643	18,916
Total	10,057,155	5,102,539	3,253,356	1,618,219	3,132,211	1,585,524	2,323,892	1,167,766

Fuente: Census Bureau (2016) – Elaboración propia.

En la tabla anterior se puede observar que la mayor cantidad de la población femenina en Los Ángeles tiene entre 25 y 34 años coincidentemente con los datos a nivel Estado.

En base a los datos poblacionales de Estados Unidos el mejor destino para las extensiones de cabello, por la cantidad, serían las mujeres pertenecientes al Condado de Los Ángeles y la edad para dirigirnos sería de 25 a 34 años pues más mujeres tienen esa edad, asimismo, son mujeres que ya se encuentran en la mayoría de edad.

b) Características económicas

En relación a las características económicas se realizó también la comparación de cada Estado en donde la mayor cantidad de mujeres empleadas y mujeres que cuentan con empresas es el Estado de California, asimismo también es el que registra el segundo mayor ingreso per cápita tomando en cuenta que hay una mayor cantidad de población en dicho estado los ingresos de dicho estado se encuentran muy por encima de los demás. La información antes mencionada se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 13: Empleabilidad femenina e ingreso per cápita de los 4 Estados más poblados de EE.UU.

Estado	Población total	Mujeres en total	Cantidad de Mujeres empleadas	Empresas propiedad de mujeres	Ingreso per cápita (\$)
California	38,654,206	19,453,236	8,062,838	1,320,085	31,458
Texas	26,956,435	13,577,270	5,631,426	866,678	27,828
Florida	19,934,451	10,193,189	4,199,532	807,817	27,598
New York	19,697,457	10,142,327	4,532,877	725,709	34,212

Fuente: Census Bureau (2016) – Fuente Elaboración propia.

Se realizó también la comparación por los principales condados de California en donde se puede apreciar que Los Ángeles tiene la mayor cantidad de mujeres empleadas y mujeres que cuenta con empresas, sin embargo se puede observar también que el ingreso per cápita es menor, para este caso debemos tomar en cuenta la población total para poder analizar el ingreso total de la población que está muy por encima del resto de condados.

Tabla 14: Empleabilidad femenina e ingreso per cápita de los 4 condados más poblados de California.

Condado	Población total	Mujeres en total	Cantidad de Mujeres empleadas	Empresas propiedad de mujeres	Ingreso per cápita (\$)
Los Ángeles	10,057,155	5,102,539	2,154,281	439,513	29,301
San Diego	3,253,356	1,618,219	690,664	105,329	32,482
Orange	3,132,211	1,585,524	695,625	119,431	35,939
Riverside	2,323,892	1,167,766	422,234	66,313	24,443

Fuente: Census Bureau (2016) – Fuente Elaboración propia.

Luego de revisar dichos datos se toma en cuenta también la cantidad anual de ingresos por hogar, se debe tomar en cuenta que los Condados tienen la mayoría de

ingresos entre los 50,000 y los 75,000 dólares, se puede ver también que el Orange es aquella que tiene la mayor cantidad de ingresos y Los Ángeles tiene una mayor distribución en cuanto a sus ingresos.

Tabla 15: Ingresos promedio por Hogar en los 4 condados más poblados de California.

Total de ingresos por hogar	Riverside	Orange	San Diego	Los Ángeles
Menos de \$ 10,000	5.60%	4.50%	5.50%	6.50%
\$ 10,000 a \$ 14,999	4.80%	3.20%	4.00%	5.60%
\$ 15,000 a \$ 24,999	10.00%	6.90%	8.10%	10.20%
\$ 25,000 a \$ 34,999	9.90%	7.20%	8.40%	9.30%
\$ 35,000 a \$ 49,999	13.30%	10.40%	11.90%	12.40%
\$ 50,000 a \$ 74,999	18.20%	16.00%	17.00%	16.50%
\$ 75,000 a \$ 99,999	13.00%	12.90%	12.80%	11.60%
\$ 100,000 a \$ 149,999	14.60%	17.70%	16.40%	14.00%
\$ 150,000 a \$ 199,999	6.00%	9.40%	7.70%	6.30%
\$ 200,000 o más	4.60%	11.80%	8.10%	7.60%

Fuente: Census Bureau (2016) – Fuente Elaboración propia.

Luego de analizar estos datos, concluimos que, de acuerdo a los datos económicos, Los Ángeles es el condado más propicio para dirigir el mercado debido a que el producto va dirigido a la población femenina y ésta debe contar con poder adquisitivo para la compra del producto, debido a que debe tener ingresos se toma en cuenta también el nivel de empleo de las mujeres y es en Los Ángeles donde más se concentra, por otro lado los ingresos de la población son mayores y pese Orange concentra un mayor nivel de ingresos por hogar, en Los Ángeles aún se puede observar que la mayoría de ingresos está por encima de la mitad superior.

c) Datos culturales

Se acuerdo al portal Discover Los Ángeles se determinan las siguientes características culturales en Los Ángeles.

- Es uno de los principales centros económicos y de actividad cultural en el mundo.
- Es una ciudad multiétnica
- El clima se define como poco húmedo y lluvioso, además la mayoría de los días se encuentra soleado y templado.
- El turismo es una de las industrias líderes en Los Ángeles empleando a 464,600 personas en 2014.
- El sector de entretenimiento y hospitalidad creó 25,300 empleos en el Condado de Los Ángeles representando un 5.8% de incremento sobre el año anterior.
- El sur de California también emplea el mayor número de trabajadores en la industria de la moda y el vestido en los Estados Unidos, este rubro empleó 43,600 trabajadores asalariados en el Condado de Los Ángeles en el 2014.
- El estado de California es el proveedor líder de la industria del entretenimiento en el mundo, y en el Condado de Los Ángeles se realiza la gran mayoría de la producción de entretenimiento en el estado.
- Los Ángeles es uno de los lugares más representativos de la moda en los Estados Unidos.
- Algunos de los sitios más importantes para compras incluyen Rodeo Drive, el Distrito de la Moda en el Centro de la Ciudad de L.A., The Grove, Beverly

Center, Hollywood & Highland, Americana en Glendale, Robertson Boulevard, Melrose Avenue, Third Street Promenade y Santa Mónica Place.

- Los Ángeles y Long Beach es el complejo de puertos más grande en los Estados Unidos.
- Los principales productos durante 2016 fueron muebles, autopartes, prendas de vestir y accesorios de moda, electrónicos, calzado, papel, alimento para animales, metales y telas.

d) Datos económicos de Los Ángeles

De acuerdo al Ministerio de economía, industria y competitividad de España - ICEX (2016), Los Ángeles cumple con las siguientes características:

- El PBI de los Ángeles es de 797,697 millones de dólares lo que la colocaría, si fuera una nación independiente, en la economía N° 17 del mundo.
- Por sus puertos marítimos transcurre la mayoría del transporte transpacífico y una cuarta parte del comercio total de contenedores de América del Norte. El Puerto de Los Ángeles en la bahía de San Pedro representa el 13,5% de la cuota de mercado de América del Norte.
- Es la sede del mayor centro manufacturero de Estados Unidos, de la mayor industria de producción de contenidos audiovisuales del mundo y tercer hub tecnológico de Estados Unidos está atrayendo a empresas de diferente naturaleza a Los Ángeles.

2.2.1. Segmentación del mercado objetivo.

Para centrarnos en el mercado objetivo se han tomado en cuenta los siguientes factores:

- Consumo mundial de cabello: en este punto se ha podido observar que Estados Unidos concentra el 60% del consumo de cabello, por tal motivo es el seleccionado para poder ingresar al mercado.
- Población femenina: La mayor cantidad de población femenina se encuentra en Los Ángeles, por tal motivo se ha considerado este condado, asimismo la mayor parte de la población femenina tiene entre 25 a 34 años
- Población femenina con capacidad de adquisición: Los Ángeles tiene la mayor parte de la población femenina con empleo y los ingresos en su mayoría son mayores a los 35,000 dólares anuales. Asimismo tiene la mayor cantidad de ingresos.
- Datos culturales: Los Ángeles es una ciudad orientada al sector entretenimiento y además es uno de los lugares más representativos de la moda.
- Datos económicos: Los Ángeles concentra una de las mayores economías en Estados Unidos, asimismo, el nivel de ingresos es mayor por una amplia brecha que la de los demás estados.

Por estos factores se escoge al país de Estados Unidos y específicamente Los Ángeles como el lugar destino de las extensiones de cabello.

Para la elección del mercado objetivo se realizó la siguiente tabla en el cual se puede apreciar que el mercado objetivo son las mujeres empleadas entre los 25 y 34 años, dicha población representa 335,090 mujeres.

Tabla 16: Selección del mercado objetivo

Datos	Cantidad
Población femenina en Los Ángeles	5,102,539
Población femenina empleada en Los Ángeles	2,154,281
Población entre los 25 y 34 años	793,679
Cantidad de mujeres empleadas entre 25 a 34 años(N° Mujeres empleadas/ N° Total de mujeres)%*Población 25 a 34 años	335,090

Fuente: Census Bureau -Elaboración propia.

2.2.2. Tendencias de consumo

Con respecto a las tendencias de consumo se ha tomado la variable de crecimiento de los establecimientos de belleza, ello con la finalidad de poder observar si el mercado está creciendo o decreciendo.

Para obtener dichos datos se consultó en la American Fact Finder, colocando el código NAICS (Sistema Norteamericano de Clasificación de Industrias), el cual agrupa datos estadísticos relacionados a los Estados Unidos en base a las actividades que desempeña las empresas.

El código a utilizar es el 812112 el cual corresponde a los salones de belleza.

En el siguiente cuadro se puede apreciar que el que el mayor porcentaje de crecimiento del 2014 al 2015 fue el Estado de California. Ello coincide con la elección del estado para el destino del producto.

Tabla 17: Establecimientos de belleza en los Estados más poblados de EE.UU.

Código NAICS 812112 (Salones de belleza)									
	EE.UU.	California		Nueva York		Texas		Florida	
Año	N° estableci.	N° estableci.	% Crecimnto.	N° estableci.	% Crecimnto.	N° estableci.	% Crecimnto.	N° estableci.	% Crecimnto.
2015	76,467.00	6,936	2.91%	6,896	1.54%	4,364	0.25%	6,044	1.95%
2014	76,027.00	6,734	1.68%	6,790	1.43%	4,353	0.67%	5,926	-0.07%
2013	76,203.00	6,621	1.31%	6,693	2.44%	4,324	0.65%	5,930	1.20%
2012	76,016.00	6,534	3.89%	6,530	3.32%	4,296	6.33%	5,859	0.77%
2011	74,622.00	6,280	-	6,313	-	4,024	-	5,814	-

Fuente: American FAQ Finder (2015)

Con respecto a los datos de salones de belleza, para poder obtener una proyección de los que se encuentran en Los Ángeles, se ha considerado relacionarlo proporcionalmente a la cantidad de población que representa del total de California, que en este caso es de 26% del total, en base a ello se muestra el siguiente cuadro en donde se estimarían los salones de belleza proporcionales en Los Ángeles.

Tabla 18: Estimación de Establecimientos de belleza en Los Ángeles.

Año	California	% población total Los Ángeles/Población Total California	Los Ángeles
2015	6,936	26%	1,803
2014	6,734	26%	1,751
2013	6,621	26%	1,721
2012	6,534	26%	1,699
2011	6,280	26%	1,633

Fuente: American FAQ Finder (2015) - Elaboración propia.

En las tablas anteriores se puede observar que el consumo de belleza en cuanto a peluquerías ha ido en aumento, considerando que esto refleja el crecimiento de este sector. Para poder tener un mayor alcance en cuanto a consumo de belleza en Los Angeles, en base a las estimaciones del cuadro anterior se realiza la proyección de crecimiento de los establecimientos entre los períodos de 2018 al 2022.

Tabla 19: Estimación de incremento de establecimientos de belleza en Los Ángeles.

Año	Los Ángeles
2018	1,917
2019	1,957
2020	1,996
2021	2,035
2022	2,074

Fuente: American FAQ Finder (2015) - Elaboración propia.

Por otro lado, la tendencia del consumo en cuando a la partida N°6704.20 en Estados Unidos ha ido incrementando tal cual se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 20: Serie histórica de los valores importados de la partida 6704.20 en EE.UU.

Valor importado en 2013	Valor importado en 2014	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016
1,220,966.00	1,168,283.00	1,394,094.00	1,403,161.00

Fuente: Trade Map – Elaboración propia.

Por otro lado se han considerado los reportajes locales más importantes para verificar la tendencia y el comportamiento del comercio de cabello peruano.

Latina Televisión (2014): El 'boom' del cabello peruano en el extranjero

En reportaje se menciona que el cabello peruano se está consumiendo cada vez más en el extranjero, debido a su textura, composición y porosidad, se indica que este se diferencia por ser más virgen y se pueden realizar mejores y mayores modificaciones, el nombre con el que se conoce al cabello peruano es Peruvian Hair. También se menciona que la mayoría de compradores en Perú del cabello son los ciudadanos Estadounidenses.

America Televisión (2013). A las Once- El negocio del cabello natural.

Se menciona que en Venezuela inclusive hay un incremento de la delincuencia por el hurto de cabello debido a que este se convierte en extensiones y es bien cotizado en el extranjero. Adicionalmente mencionan que los que se dedican al negocio del cabello aseguran que el cabello peruano es uno de los más cotizados y que llegan compradores del extranjero porque saben de su calidad. También se menciona que la mayoría de cabello virgen proviene de La India.

America Televisión (2017) Día D - El increíble negocio de la venta de cabello en el Perú.

En el reportaje indica que el cabello peruano es un boom y que el cabello de jóvenes y adolescentes y más cotizado por ser más delgado y dócil. Asimismo el mercado norteamericano es el que más consume este producto. También se indica que uno de los cabellos top es proveniente de la India.

Enemigos públicos (2014) El increíble negocio de la compra y venta de cabello en Lima

En dicho reportaje se menciona que Perú tiene el mejor cabello del mundo, que por ello se ha despertado el interés mundial del consumo de cabello peruano, y que lo prefieren por ser un cabello con una mejor textura y un mejor brillo. Y nos indican que se considera que el cabello peruano es un boom en el mundo y se considera una creciente industria nacional de cabellos. En dicho reportaje también se menciona que el mercado top proviene de La India.

De acuerdo a los reportajes también se ha obtenido la información de que se vende por metros y que el costo promedio para obtener el cabello es de 50 soles a 150 soles de acuerdo a volumen y longitud. Asimismo se vende por cortinas de a metro y pueden llegar a costar hasta 300 dólares por extensión.

El negocio del cabello de acuerdo a los datos estadísticos y de los diferentes reportajes mencionados está en aumento, lo que indica que el negocio es rentable a nivel mundial y que se gana reconocimiento cuando la contextura es buena y la valoración también se da de acuerdo a la longitud y volumen del cabello sobre todo.

Por último, las características del consumidor Americano de acuerdo a Prompex son las siguientes:

- Interesado por probar nuevos productos.
- Exigente: estándares de calidad
- Se fija en la presentación
- Elige rápido sus productos
- Factor calidad es muy importante para decisión de compra.

En base a estas características y comparando con el producto a exportar, se puede concluir que estaría correctamente dirigido, debido a que es un producto con altos estándares de calidad, de una bonita presentación y que puede cumplir el gusto más exigente.

2.3. Análisis de la oferta y la demanda.

2.3.1. Análisis de la oferta

Para poder realizar el análisis de la Oferta se ha realizado primero la evaluación de los 5 principales países exportadores de nivel mundial de la partida 6704.20, el cual se puede observar en la siguiente tabla:

Tabla 21: Principales países exportadores de la partida 6704.20

Exportadores	2013 Valor exportado en Dólares Americanos	2014 Valor exportado en Dólares Americanos	2015 Valor exportado en Dólares Americanos	2016 Valor exportado en Dólares Americanos
China	3,047,994.00	3,710,973.00	3,676,644.00	2,718,835.00
Indonesia	297,323.00	311,725.00	340,872.00	381,963.00
Hong Kong, China	82,200.00	80,833.00	83,774.00	72,578.00
Filipinas	35,624.00	72,928.00	54,891.00	44,689.00
Alemania	47,914.00	50,762.00	47,411.00	54,094.00

Fuente: Trade map (2018)

Como se puede observar la principal competencia internacional la muestra China ya que es uno de los países que más exportaciones realiza superando por una amplia brecha a los que le siguen. Para poder revisar con mayor detalle la participación en el mercado objetivo se procede con la revisión en Estados Unidos.

En la siguiente tabla se muestran los principales proveedores hacia Estados Unidos, en el cual el 67.40% de participación lo ocupa China, sin embargo se puede observar que la tasa de crecimiento de importaciones de EE.UU. provenientes de este país ha ido decreciendo; también se puede observar que la tasa de crecimiento de los valores importados por EE.UU en período 2012-2016 lo tiene Bangladesh con un 59% y que en el último período 2015-2016 ha aumentado 17%; Vietnam, por otro lado, ha crecido en el último período 2015-2016 un 39% en sus valores importados hacia EE.UU. aunque con menor aceleración en el período 2012-2016.

Dichos datos nos indican que puede haber un crecimiento considerable de las exportaciones de Vietnam y Bangladesh sería desplazado.

Tabla 22: Principales proveedores de la partida 6704 hacia EE.UU.

Países exportadores de la partida 6704 hacia EE.UU.	Valor importado en 2016 (miles de USD)	Participación de las importaciones para Estados Unidos de América (%)	Tasa de crecimiento de los valores importados entre 2012-2016 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de los valores importados entre 2015-2016 (% p.a.)
China	946,195.00	67.40%	0%	-3%
Indonesia	286,810.00	20.40%	7%	10%
Bangladesh	44,990.00	3.20%	59%	17%
Senegal	20,497.00	1.50%	40%	5%
Vietnam	17,076.00	1.20%	28%	39%

Fuente: TradeMap - Elaboración propia

Para tener mayor detalle se analiza la proveniencia de cabello virgen a nivel mundial para posteriormente revisar sus datos con respecto a Estados Unidos

De acuerdo a los reportajes de televisión mencionados en los anteriores puntos el principal competidor con respecto a cabello virgen es La India, ya que por motivos religiosos se cortan el cabello y este es convertido en extensiones para la exportación.

El blog Tips de belleza y moda.com nos indica que la mayoría de extensiones de cabello humano proviene de La India y China y muchos de ellos son de donantes indica también que el pelo indio es en particular muy popular porque es muy sedoso y versátil; también indica que otras fuentes reconocidas son el cabello de Malasia y Perú.

El blog Tendencias belleza nos indica que los mayores exportadores de cabello humano es China pero en su mayoría se descubrió que ellos importan de La India pelo caído que se recoge de los cepillos y los suelos de salones de belleza lo cual proporciona una calidad muy inferior; en Camboya sí se vende el cabello completamente natural y que las mujeres lo venden inclusive cada 6 meses debido a la pobreza, en Malasia se descubrió que en realidad el cabello que dice proceder de dicho país es importado de China para su comercialización con ese nombre y el cabello proveniente de La India es de gran calidad y que los habitantes se desprenden de él por cuestiones religiosas.

De acuerdo a BBC mundo se menciona que China produce sus cabellos pero estos son obtenidos muchas veces del recojo de peines, cepillos y hasta los desagües de los baños y el problema para el proceso de la elaboración de las extensiones el cabello debe pasar por un baño químico para eliminar la cutícula, que es la que le da la firmeza, y con ello hacer que el cabello siempre se encuentre desenredado, sin embargo este cabello también es comercializado como virgen y es de muy mala

calidad. Por otro lado suelen ofrecer el cabello que ellos mismos elaboran como si procediera de Perú, La India o Camboya cuando en realidad proceden de China.

En base a la información antes mencionada vemos que los países competidores por las extensiones de cabello natural o virgen son La India, China, Malasia, Brasil y Camboya y que de éstos los que tienen mejor calidad son los provenientes de La India y Camboya, en ambos casos no habría mucha inversión en la compra del cabello debido a que La India en su mayoría lo dona durante un ritual religioso como muestra de fe hacia Dios y en Camboya se vende a bajo precio pues supone un ingreso para subsistir.

Se muestran los datos de las exportaciones de Camboya y La India con respecto a Estados Unidos, como se ha detallado con la información anterior se puede observar que la mayoría de cabello proveniente de estos países es natural, por lo que se consideran una competencia directa. La India tiene una mayor participación que Camboya y a pesar de que su tasa de crecimiento es menor a la de Camboya en el período 2012-2016 ésta continúa, en cambio la participación de Camboya es menor, su tasa de crecimiento en el período 2012-2016 aumentó considerablemente pero en el último período decayó considerablemente. De acuerdo a los datos nuestro principal país competidor es el cabello virgen proveniente de La India pues presenta una gran oferta hacia el mercado destino.

Tabla 23: Importaciones de EE.UU de Camboya y La India.

Exportadores	Valor importado en 2016 (miles de USD)	Participación de las importaciones para Estados Unidos de América (%)	Tasa de crecimiento de los valores importados entre 2012-2016 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de los valores importados entre 2015-2016 (% p.a.)
La India	6,299.00	0.40%	23%	7%
Camboya	1,037.00	0.10%	79%	-10%

Fuente: Trade Map – Elaboración propia.

Con respecto a la oferta en Los Ángeles, se hizo una revisión de distintas blogueras en YouTube, la cual se verá en el siguiente punto, que indicaron páginas de donde provenían sus extensiones de cabello, es así que se observó que en su mayoría mencionaban a Elfin Peruvian Hair y en líneas generales a Elfin, tal y como se muestra en la siguiente imagen:

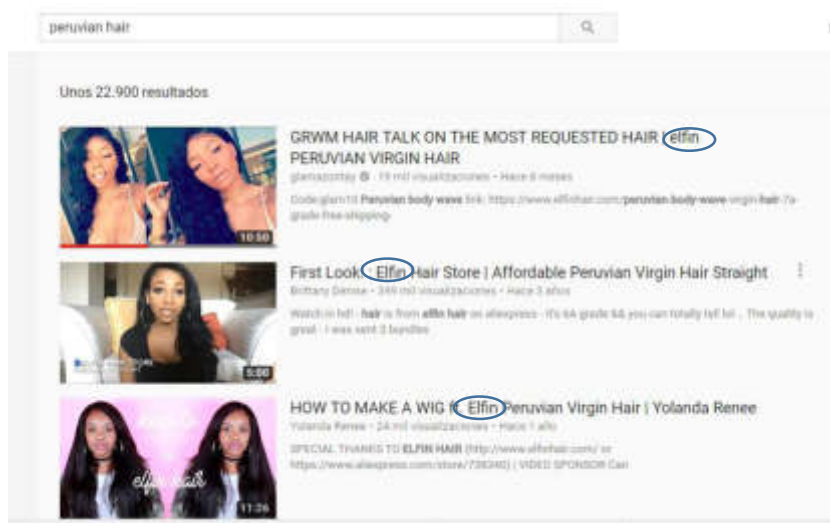


Figura 8: Procedencia de las extensiones de cabello en Los Ángeles según Youtube

Fuente: YouTube - Elaboración propia.

En la página Web de Elfin se menciona que es uno de los principales proveedores de cabello virgen de China, además que dicho país, su comercialización se da desde hace 10 años.

Asimismo, menciona que vende Cabello Brasileño, Peruano, de Malasia, Camboya, Mongol, Filipinas y Birmania, sin embargo la localización de sus instalaciones está ubicada en China.

El cabello peruano que ellos venden a su vez y de acuerdo a la mayor calificación de favoritos, tiene las siguientes características:

- En su mayoría son ondeados se venden en 3 mechones
- La mayoría está cerrado con encaje,
- Los mechones se venden en pulgadas
- Los mechones se ponen por calidad 7A u 8A.
- El precio del cabello es máximo de 210.24 dólares por unidad y en promedio es de 150 dólares por unidad.

Asimismo, muestran una recomendación para usar los mechones de cabello de acuerdo a la longitud que se requiere.



Figura 9: Recomendación de longitud de acuerdo a elfinhair.com

Fuente: www.Elfinhair.com (2018)

Se han visto también diferentes compañías ubicadas en Los Ángeles que ofrecen extensiones de cabello, los datos de ellos se pueden observar en el siguiente cuadro, en donde las 3 empresas cuentan con un local y al mismo tiempo la ofrecen a través de su página web.

Tabla 24: Principales establecimientos ubicados en Los Ángeles que ofrecen extensiones de cabello.

Empresa	Precio dólares	Características	Variedad
His&her hair	Hasta 465	No ofrecen cabello peruano, tienen denominaciones de cabello natural pero no especifican virgen	Tienen una amplia variedad en cuanto a longitud, volumen, tipos de mechón y color.
SAMSOM Hair Shop	Hasta 180	No ofrecen cabello peruano, sólo europeo e indio	No presenta mucha variedad, en su mayoría es cabello ondulado
Shop Hair Wigs	Hasta 685	No ofrecen cabello peruano, sin embargo ofrecen el cabello Remy con un precio de hasta 685 dólares	Presenta una amplia variedad en cuanto a texturas colores y formas

Fuente: Google - Elaboración propia.

Por otro lado, se ha observado que la mayoría de ofrecimiento de estos productos se encuentra en páginas de venta por internet como DHgate y Aliexpress.

En cuanto a la oferta peruana de las extensiones de cabello para el mercado de los Estados Unidos, al ser obtenido naturalmente del cabello de las mujeres se determina que se encuentra con mayor magnitud en zonas rurales de la serranía de Perú de acuerdo a los reportajes antes mencionados, es así que se halla el siguiente cuadro histórico con las mujeres entre 20 y 29 años de edad, que se encuentran ubicadas en la zona rural de la sierra del país las cuales serían potenciales vendedoras de su cabello en las proporciones que se requieren.

Tabla 25: Oferta nacional de cabello histórica.

Departamento	2013	2014	2015	2016	2017
Apurímac	222,660.00	223,668.00	224,606.00	225,478.00	226,296.00
Arequipa	633,916.00	641,317.00	648,725.00	656,170.00	663,687.00
Ayacucho	330,344.00	333,632.00	336,910.00	340,186.00	343,458.00
Cajamarca	754,719.00	757,169.00	759,321.00	761,147.00	762,657.00
Cusco	640,976.00	645,166.00	649,227.00	653,156.00	656,965.00
Huancavelica	243,340.00	245,010.00	246,622.00	248,190.00	249,727.00
Junín	659,055.00	663,876.00	668,654.00	673,436.00	678,243.00
Pasco	141,300.00	142,044.00	142,786.00	143,529.00	144,265.00
Puno	693,372.00	699,562.00	705,903.00	712,434.00	719,138.00
Total	4,321,695.00	4,353,458.00	4,384,769.00	4,415,742.00	4,446,453.00
%Mujeres zona rural	33%	33%	33%	33%	33%
Total Mujeres zona rural	1,426,159.35	1,436,641.14	1,446,973.77	1,457,194.86	1,467,329.49
%Mujeres entre 20 y 29 años	18%	18%	18%	18%	18%
Total Oferta	256,708.68	258,595.41	260,455.28	262,295.07	264,119.31

Fuente: INEI – Elaboración propia

Por otro lado, se puede observar la proyección de la oferta a futuro de acuerdo a los datos de la tabla Anterior, el cual se ha obtenido por medio de una fórmula de tendencia simple.

Tabla 26: Estimación del crecimiento de la Oferta nacional de cabello.

2018	265,991.03
2019	267,843.12
2020	269,695.21
2021	271,547.30
2022	273,399.39

Fuente: INEI – Elaboración propia

2.3.2. Análisis de la demanda

Para poder realizar el análisis de la demanda se ha verificado primero los 5 principales países importadores de la partida 6704.20, el cual se puede observar en la siguiente tabla.

Tabla 27: Principales importadores de la partida 6704.20 histórico.

Importadores	2013 Valor Importado en Dólares	2014 Valor Importado en Dólares	2015 Valor Importado en Dólares	2016 Valor Importado en Dólares
Estados Unidos de América	1,220,966.00	1,168,283.00	1,394,094.00	1,403,161.00
Japón	175,938.00	160,030.00	134,980.00	120,087.00
Reino Unido	95,714.00	95,769.00	100,288.00	99,145.00
Alemania	53,294.00	51,451.00	58,320.00	68,938.00
Corea, República de	43,193.00	45,875.00	52,449.00	55,694.00

Fuente: Trade map (2018)

De acuerdo los datos especificados en el punto 2.2.1. se puede observar que el mercado de Estados Unidos consume 60.10% del consumo mundial de la partida de artículos de cabello, ello supone una amplia demanda de la misma por parte de este país, y lo cual se evidencia en la tabla anterior.

Por otro lado, en el análisis de la oferta se pudo observar los principales países que exportan el producto hacia Estados Unidos.

Para el cálculo de la demanda proyectada se ha realizado un resumen de los datos históricos del crecimiento de la población objetiva, dichos datos se pueden observar en el cuadro que se muestra a continuación:

Tabla 28: Incremento de la población objetiva.

Datos	2012	2013	2014	2015	2016
Población femenina en Los Ángeles	4,987,765.00	5,014,833.00	5,060,515	5,093,037	5,102,539.00
Población femenina empleada en Los Ángeles	2,056,023.00	2,054,286.00	2,081,699.00	2,121,550.00	2,154,281.00
Población entre los 25 y 34 años	753,944.49	761,235.66	771,721.43	783,941.65	793,679.00
Cantidad de mujeres empleadas entre 25 a 54 años(N° Mujeres empleadas/ N° Total de mujeres)%*Población 25 a 54 años	310,785.94	311,834.06	317,456.17	326,557.89	335,089.57

Fuente: Census Bureau - Elaboración propia.

En base a los datos antes mostrados se muestra la proyección de la población objetiva.

Tabla 29: Población objetiva proyectada

Año	Población objetiva
2017	341,322.54
2018	347,671.44
2019	354,138.45
2020	360,725.74
2021	367,435.57
2022	374,270.20

Fuente: Census Bureau - Elaboración propia.

Para poder hallar las unidades de venta a realizar se realizará un cálculo de la proyección de ventas siguiendo el siguiente esquema.

- a) Población objetiva proyectada.
- b) Porcentaje de población objetiva a la que se pretende dirigir a largo plazo.
- c) Total de salones de belleza en Los ángeles.
- d) Se divide b/c para sacar la población percápita.
- e) Se muestra la cantidad de salones a los cuales se pretende dirigir en el año.
- f) Se multiplica d X e para poder obtener las unidades de venta anual proyectadas
- g) Finalmente, se aproxima a la unidad de venta que son paquetes de 40 unidades y con ello se encuentran las unidades de ventas anuales.

Tabla 30: Proyección de ventas anuales.

Año	Población objetiva proyectada	% Población objetiva a dirigirse	Salones de belleza Los Angeles	Población objetiva en Total de salones de belleza	Cantidad de Salones de belleza a dirigirse	Cantidad de unidades de venta anual estimada.	Unidades de ventas anuales
2018	347,671	173,836	1,917	91	7	637	640
2019	354,138	177,069	1,957	91	8	728	720
2020	360,726	180,363	1,996	91	9	819	800
2021	367,436	183,718	2,035	91	10	910	880
2022	374,270	187,135	2,074	91	11	1001	960

Fuente: Census Bureau - Elaboración propia.

Por otro lado se han identificado también distintas blogueras provenientes de Los Ángeles que nos muestran comparaciones de preferencias de consumo de cabello peruano. Se puede observar que en su mayoría son mujeres afroamericanas que tienen el cabello de la misma tonalidad que el de las mujeres peruanas, nuestro mercado va orientado a las mujeres en general empleadas y de 25 a 54 años por componer la mayor población, sin embargo no se reduce a las mujeres afroamericanas debido a que Los Ángeles tiene una gran diversidad étnica y se considera que el consumo será a mujeres latina y provenientes también de otros lugares. La mayoría de mujeres que han consumido el cabello peruano lo encuentran en líneas generales como un cabello de calidad. En el cuadro que figura a continuación se puede verificar los diferentes canales de YouTube consultados con respecto a la preferencia por el cabello peruano y sus recomendaciones, asimismo los años de publicación son recientes, también se verificó de donde provienen los cabellos que ellas han adquirido.

Tabla 31: Principales Youtubers en Los Ángeles referentes de las extensiones de cabello peruanas.

Canales de Youtube	Año de publicación	Descripción del cabello peruano	Página de preferencia para consumo
glamazontay	2017	Prefiere el caballo peruano porque es más grueso y resistente	Elfin Hair
Sincerely Ty Taylor	2017	Le gusta el cabello peruano porque lo encuentra bastante suave.	Elfin Hair
JourneyTo WaistLength	2014	Comparó el cabello peruano con el de Malasia y prefiere el cabello peruano por tener una contextura más gruesa y un color más parejo y se ve más natural	Se refiere al cabello peruano en general
VanityLocksRealHair	2012	En la entrevista realizada prefiere el cabello peruano por tener más volumen, longitud y más brillo y sobretodo porque es durable.	Solo se refiere al cabello peruano en general
Shirley B. Eniang	2012	Indica que prefiere el cabello peruano por ser de mayor durabilidad, es ordenado y es más limpio, asimismo tiene más calidad	Adora hair (Facebook)
lizlizlive	2012	Prefiere el cabello peruano porque es laceo en su mayoría, el color es parejo, tiene gran longitud, se puede aplicar calor sin dañarlo, es brillante y sedoso	Solo se refiere al cabello peruano en general

Fuente: Youtube – Elaboración propia.

2.4. Estrategia de Ventas y Distribución

2.4.1. Estrategias de Segmentación

Para obtener la estrategia de segmentación para la venta se ha tomado en cuenta lo siguiente:

- La mayor cantidad de demanda de importaciones de cabello se encuentra en Estados Unidos de América.
- Las extensiones de cabello es consumido por población femenina.

- Debido a que las extensiones de cabello son consumidas por la población femenina se han tomado en cuenta el lugar más poblado por mujeres dentro de los Estados Unidos y aquel que tenga una mejor economía por el poder adquisitivo de dichas mujeres.
- El Estado más poblado es California y dentro de las ciudades que tiene Los Ángeles es la más poblada y donde la mayoría de la industria está orientada al entretenimiento y la moda.
- Para verificar el crecimiento del consumo de embellecimiento del cabello se ha visto el crecimiento de los establecimientos de belleza en California. El cual se encuentra en ascenso.
- En el condado de Los Ángeles la mayoría de mujeres tienen entre 25 y 34 años, asimismo existe una alta cantidad de mujeres empleadas y los ingresos anuales en su mayoría son de 35,000 dólares a más.
- Ya que existe un amplio mercado al cual nos podemos dirigir y las tendencias en consumo de belleza y moda van en aumento se ha considerado dirigirse a Los Angeles Estados Unidos.
- Debido a que es una población bastante amplia se ha considerado enfocarse en el 5% de las mujeres entre los 25 y 34 años que se encuentren empleadas.

Para la estrategia de segmentación para las ventas se ha tomado en cuenta los salones de belleza más buscados en Los Ángeles y entre ellos 7 establecimientos más populares, ellos han sido considerados por calificación en una búsqueda por Google Maps, dicha calificación prueba el nivel de satisfacción de la atención de los clientes, donde el máximo es 5 estrellas, se considera dicho factor debido a que para

brindar una buena atención y mantener su prestigio deben brindar productos de calidad, los cuales pueden ser proporcionados por Genuine Hair, a continuación se muestran los 7 establecimientos en mención.

Tabla 32: Selección de Establecimientos de venta de productos Genuine Hair

Nombre del salón	Dirección del lugar	Calificación (máxima 5)
Lux Hair	3876 W 6th St, Los Angeles, CA 90020, EE. UU.	4.4
The Fig Salon	6370 Sunset Blvd #702, Los Angeles, CA 90028, EE. UU.	4.2
Atelier by Tiffany	400 S Western Ave #201, Los Angeles, CA 90020, EE. UU.	4.7
I Love Lulu	733 South La Brea Ave, Los Angeles, CA 90036, EE. UU.	4.5
The HAIR PARLOR on 8th	307 W 8th St, Los Angeles, CA 90036, EE. UU.	4.5
Studio DNA - Hollywood	151 South La Brea Ave, Los Angeles, CA 90036, EE. UU.	5.0
Arianna Hair Boutique	3287 Wilshire Blvd, Los Angeles, CA 90010, EE. UU.	4.8

Fuente: Google Maps – Elaboración propia.

Para ingresar a dichos establecimientos se utilizará 1 estilista referente del medio, el cual ingresará los productos, asimismo dicho estilista tiene contactos en los salones de belleza antes mencionados.

2.4.2. Estrategias de Posicionamiento

Para lograr posicionarnos en el mercado se utilizarán primero 1 referentes los cuales son estilistas y aquel que colocarán el producto en los establecimientos de belleza seleccionados, el puesto de esta persona dentro del organigrama de la empresa será de vendedor. También se buscará la influencia hacia los consumidores por parte de

Youtubers y para mantener el posicionamiento se utilizarán cuentas en redes sociales. A continuación se detallan las estrategias de posicionamiento.

A. Vendedor: en este caso el vendedor, será el principal contacto, dicho vendedor es un estilista conocido del Gerente General de Genuine Hair y quien reside en Los Ángeles Estados Unidos, , adicionalmente mantendrá un contrato con Genuine Hair indicando los términos y condiciones con los que se dará la colocación de las ventas; el nombre del vendedor sería Ana Polo quien mantendrá contacto con los estilistas de los 7 establecimientos seleccionados los cuales son:

Tabla 33: Estilista de contacto en los salones de belleza

Nombre del salón	Estilista de contacto al cual se le ofrecerá el producto
Lux Hair	Erick
The Fig Salon	Kenzi
Atelier by Tiffany	Tiffany
I Love Lulu	Charlene
The HAIR PARLOR on 8th	Michelle
Studio DNA - Hollywood	Sonja
Arianna Hair Boutique	Arianna

Fuente: Datos in situ – Elaboración propia.

Para ingresar al mercado a través del vendedor se realizará el siguiente flujo:

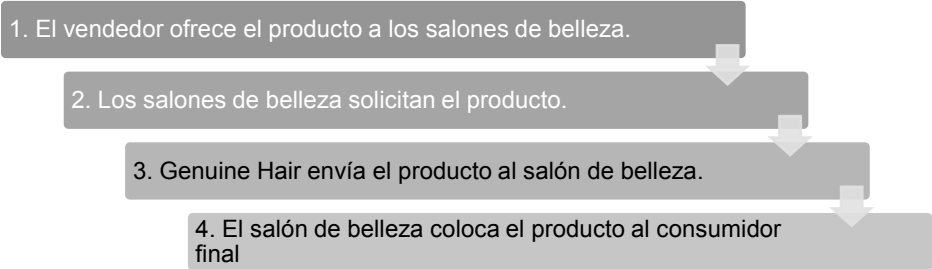


Figura 10: Flujo de estrategia de posicionamiento.

Fuente: Elaboración propia

A continuación se detalla el flujo:

1. El vendedor ofrece el producto a los salones de belleza: Para este punto se considera primero enviar una pequeña muestra al vendedor, adicionalmente y como se especificará luego, el catálogo web y los otros medios en la web para mostrar el producto, con esas herramientas el vendedor ofrecen el producto a sus estilistas de contacto.
2. Los salones de belleza solicitan el producto: Cuando el vendedor logre colocar el producto, los salones de belleza realizarán la solicitud en donde se enviará la cotización por el pedido de acuerdo a la cantidad.
3. Genuine Hair envía el producto al salón de belleza: una vez acordadas las condiciones de pago y verificado la solicitud del producto, se procederá con el envío.
4. El salón de belleza coloca el producto al consumidor final: Finalmente el salón de belleza lo brinda al consumidor final.

B. Creación de medios web: Antes de realizar la colocación a través del vendedor se crearán los diferentes medios electrónicos, ellos serán a través de una página web y se buscará mantener la atención del cliente a través de las redes sociales como Facebook, Instagram y Pinterest.

A continuación, se detalla qué factores se considerarán en cada una de los medios electrónicos.

Página Web Genuine Hair: es base esencial para los productos, en ella se buscará un experto en diseño web para que cumpla con todas las expectativas del

consumidor, se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos principales: catálogo completo de productos, calificación del producto, sistema de quejas y post venta, descripción de los datos de la empresa, entre otros relevantes para la facilidad y promoción para el consumidor.

Facebook: Se publicarán constantemente fotos con las nuevas tendencias y peinados, así como tips para cuidados del cabello y belleza en general, se colocarán las promociones, además este también será un medio para contactarse con los consumidores a través de los inbox y comentarios que realicen. El tiempo de respuesta debe ser inmediato.

Instagram: Se creará una cuenta con publicaciones constantes, historias y experiencias de otros consumidores; también se ofrecerán las promociones a través de este medio y se colocarán tips y tendencias. El mantenimiento deberá ser constante.

Pinterest: se buscará posicionarse en el mercado a través de esta red social, se publicarán constantemente notas de tendencia, así como fotos de la estructura del cabello y la importancia de cuidarlo, además se buscará compartir la información en distintos usuarios y que los usuarios la compartan, es importante que nos podamos ubicar en las tendencias de los usuarios.

C. Youtubers: Los youtubers cobran una importancia para las referencias de consumo en tiempos actuales, por ello se ha considerado utilizar estos canales para llegar a mayor público, en el análisis de la demanda se detallan las youtubers que indican referencias de cabello y son influyentes. A dos de ellas se les otorgará una muestra gratis para que brinden su opinión al respecto y brinden su referencia positiva. Las youtubers elegidas son Shirley B. Eniang y Glamazontay. Ello se realizará luego

de haber ingresado a al menos 1 salón de belleza de los 7 elegidos, ello para que al posterior consumo puedan haber referencias, y se pueda ingresar a otros destinos y a más consumidoras.

2.4.3. Estrategias de distribución

La distribución se realizará de manera indirecta tomando como intermediario a los salones de belleza, se detalla, a continuación, el flujo de distribución.



Figura 11: Flujo de distribución.

Fuente: Elaboración propia

Para este caso se busca que la distribución se realice primero en los locales que se han elegido en la segmentación de ventas en el primer año, en los años posteriores será necesario incluir la participación de un nuevo local por año para así continuar con el crecimiento en ventas.

La distribución se realizará mensualmente y el aseguramiento de las ventas dependerá del vendedor quien se mantendrá como el intermediario entre el salón de belleza y la empresa.

2.5. Estrategias de promoción

Las estrategias de promoción serán tanto para los intermediarios como para los consumidores directos, ello para conseguir la fidelización del cliente y para seguir expandiendo el producto en el mercado, para ello se consideran las siguientes estrategias.

- Mantenimiento constante de redes sociales y actualización de la página web, a través de él se busca obtener la opinión de las consumidoras y absolver todas las dudas, la página web irá manteniéndose de acuerdo a las nuevas tendencias y nunca deberá encontrarse obsoleta o con información errada o no actualizada.
- De haber alguna inconformidad se enviará un producto adicional completamente gratuito cumpliendo las expectativas de los clientes.
- Estándares de calidad altos para el producto a ofrecer.
- Asesoramiento del vendedor constante quien será el intermediario para la colocación de las ventas mensuales.
- Mantenimiento de las páginas web para la venta hacia el exterior.

2.6. Tamaño de planta. Factores condicionantes.

a) Proveedores de cabello

Para considerar el proceso de producción toma principalmente en cuenta al proveedor de la materia prima que en este caso será el cabello. El cabello de mayor calidad en

el Perú lo tienen las mujeres de la sierra, ello debido a su raza, asimismo no suelen cortarlo con frecuencia y tampoco suelen realizarle cambios constantemente, por el contrario su cabello es más fuerte. El volumen y la longitud del cabello de estas mujeres son mayores al de las mujeres de la ciudad, asimismo este cabello está menos maltratado debido a que el clima seco de la sierra hace que el frizz no aparezca y por ende no se utilicen excesivos productos para controlarlo. De acuerdo a los reportajes que se exponen en el desarrollo del presente capítulo se puede observar que las mujeres de la sierra son visitadas para la venta del cabello por lo que están familiarizadas al respecto.

Para conseguir el cabello se realizará el siguiente proceso:

1. Un auxiliar de producción, que a su vez es estilista, de la empresa irá a la sierra del país, en búsqueda de la materia prima. Ofreciendo la venta del cabello de la persona.
2. De aceptar, el auxiliar de producción procederá con la evaluación del cabello para ver que cumpla con los requisitos de calidad necesarios para la elaboración de las extensiones de cabello.
3. De cumplir con los requisitos se procederá con la firma del contrato por ambas partes en donde se indica que la venta de su cabello es voluntaria y se establecerán las condiciones y estado del cabello, como comprobante de pago se otorgará una liquidación de compra.
4. Una vez firmado el contrato, se procederá con el corte de cabello de manera profesional y estética.

5. El cabello será recolectado en un recipiente acondicionado de plástico para traerlo posteriormente a Lima.

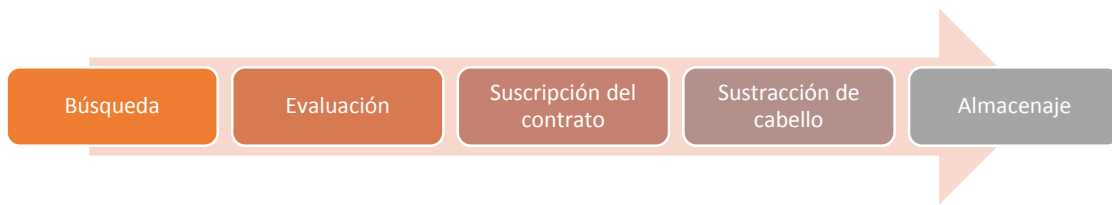


Figura 12: Proceso de obtención del cabello.

Fuente: Elaboración propia

El precio a ofrecer por la compra del cabello será de S/ 60.00 por cabello de 60cm de largo por cada cabellera se obtienen dos cortinas de extensiones de cabello, además el auxiliar de operaciones realizará un viaje mensual para poder obtener el stock de cabello necesario para las ventas.

El auxiliar de operaciones tendrá también la tarea de fidelizar a la proveedora para volver cada cierto tiempo al mismo contacto y con ello tener proveedoras seguras de la venta del cabello.

b) Factor determinante.

La oferta del cabello es determinante para poder llegar a las ventas anuales proyectadas, para ello es importante fidelizar al proveedor, se conoce que en la sierra limeña las pobladoras suelen vender el cabello, sin que este quede completamente corto, ya que tienen un largo considerable, por ello la idea es mantener contacto con ellas y saber que cada cierto tiempo se puede regresar por el cabello.

Para poder ver la capacidad de la planta es importante ver que las unidades vendidas son suficientes en relación a la oferta, la cual si logra cubrir la demanda, por otro lado, se han considerado 7 establecimientos iniciales debido a que son los más representativos del mercado y aquellos que tienen principal contacto con el vendedor de referencia.

3. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

El Plan de Logística internacional de la exportación de cabello virgen peruano Genuine Hair, ha considerado todos los factores relevantes para el adecuado traslado del producto hacia su destino.

A continuación, se desarrolla el presente capítulo empezando por la selección de los envases y embalajes el cual permitirá distribuir el producto de manera óptima y con una presentación que brinde confianza al cliente, posteriormente se procederá a desarrollar el diseño del rotulado y el marcado el cual debe encontrarse de acuerdo a las exigencias del mercado internacional, de destino y el servicio de transporte de mercancía y que permitirá un adecuado traslado hacia el lugar de destino; luego se procederá con el desarrollo del proceso de unitarización de carga el cual, para este caso, realizará el servicio Courier a través del cual enviaremos el producto; posteriormente podremos ver la cadena de distribución física internacional de exportación en el cual se detallan todos los procesos que se llevan a cabo desde la obtención de la materia prima hasta la llegada hacia el consumidor final y; finalmente, se desarrollará el detalle del seguro que tendrán las mercancías durante su traslado hacia Estados Unidos.

3.1. Envases, empaques y embalajes

Se ha desarrollado, un punto para detallar lo relacionado a los envases y otro para detallar el embalaje, tomando en consideración todos los aspectos necesarios para su correcto transporte.

a) Envase

Genuine Hair se dedicará a la fabricación y exportación de extensiones de cabello 100 % virgen peruano, el cual no requiere ninguna condición especial para su envase por lo que puede realizarse en cualquier material que lo mantenga seco y fuera de contaminación, por ello el factor fundamental en la elección del envase es la presentación.

Debemos tomar en cuenta también que el producto debe llegar en perfectas condiciones a destino, por ello debe ser de una material que no se dañe durante su transporte ello sin descuidar la presentación, tal cual se menciona en el párrafo anterior, ya que es la primera impresión que se llevará el consumidor.

De acuerdo al blog Diseño de envases y embalajes, otras funciones del envase son las siguientes:

1. Resistencia: se refiere a garantizar la protección del producto durante el manipuleo y transporte del mismo.
2. Hermeticidad: se refiere a las propiedades de barrera, las cuales protegerán al producto de la humedad y contaminación externa, por otro lado asegura que el

producto se encuentre siempre dentro del mismo, es decir que no se desparramará.

3. Inviolabilidad: se refiere a la garantía de que el producto no ha sido manipulado hasta antes de haber llegado al consumidor final.
4. Ergonomía: se refiere a la facilidad del uso del producto, es decir la facilidad con la que podrá ser manipulado, trasladado o almacenado por el consumidor.
5. Versatilidad: se refiere a la capacidad de proteger y conservar los productos en cualquier circunstancia frente a diversos tipos de consumidores.
6. Comunicación: debe proporcionar información clara, aquí también interviene el etiquetado en el envase, pues debe proporcionar información clara sobre el producto de acuerdo a las normas del lugar en el cual será comercializado. asimismo debe comunicar que es un producto de calidad y glamour.
7. Universalidad: Se refiere a buscar que el envase sea de aceptación internacional a fin de crear una imagen más sólida.

Por lo antes expuesto y de acuerdo al tipo de producto se evaluaron 3 posibles envases para determinar cuál podría cumplir de manera más eficaz este papel y también que se pueda diferenciar de la competencia. La evaluación se realizó considerando los envases de la competencia y el precio de acuerdo al material, así como la apariencia y practicidad al momento del transporte.

A continuación, se observa la siguiente figura en donde se puede apreciar algunas características generales de algunos envases que se consultaron, en donde el costo más bajo lo tienen las cajas de cartón las cuales presentan una pequeña abertura en la parte central de la caja para poder visualizar el producto, además el costo más alto

lo lleva el envase con cremallera de plástico PVA que tiene una pequeña cremallera en la parte central. También se puede observar que las dimensiones de los tres modelos pueden ser solicitadas de acuerdo a lo que requiera el cliente que en este caso sería Genuine Hair.

Imagen	Costo aproximado	Material	Dimensiones
	S/ 1.30 cada envase	Caja de cartón aglomerado	De acuerdo a solicitud
	S/ 2.62 cada envase	Plástico PVA, tela no tejida con cremallera.	De acuerdo a solicitud
	S/2.59 cada envase	Tubo de plástico de PVC de color transparente	De acuerdo a solicitud

Figura 13: Posibles modelos de envases para los productos de Genuine Hair.

Fuente: Alibaba (2018) – Elaboración propia.

Consultando distintos medios electrónicos se puede observar que la mayoría de envases para las extensiones de cabello son como el modelo de las bolsas de plástico PVA, las cuales son más caras, sin embargo el modelo más estético es del tubo de plástico de PVC el cual tiene un precio medio, asimismo apreciamos que dicho tubo es más resistente y hermético para el almacenamiento y manipuleo por parte del consumidor, además es reciclable y el consumidor puede almacenar nuevamente el producto en su envase original.

Por lo expuesto en el párrafo anterior el envase elegido es el tubo de plástico de PVC y, considerando las dimensiones de las extensiones de cabello se han previsto las siguientes características del envase:

- Material: PVC
- Color: Transparente
- Etiquetado: Dorado con letras negras. El color dorado ha sido pensado debido a que simboliza el glamour además de proporcionar brillantez, y gusto por el lujo y valía y lo que se busca transmitir es el gran valor que tiene el producto en relación a los demás. La etiqueta además estará serigrafiada en el envase con las características del producto de acuerdo a las normas del país de destino.
- Dimensiones: Diámetro de 5 cm. ; Largo de 40 cm y espesor de 0.3 mm
- Peso: 5 gramos.
- Tapa: PVC de rosca, además tendrá un gancho adherido de PVC en la parte interna en donde se colgará la extensión de cabello.

Con respecto al contenido del producto dentro del envase, éste se realizará de la siguiente manera:

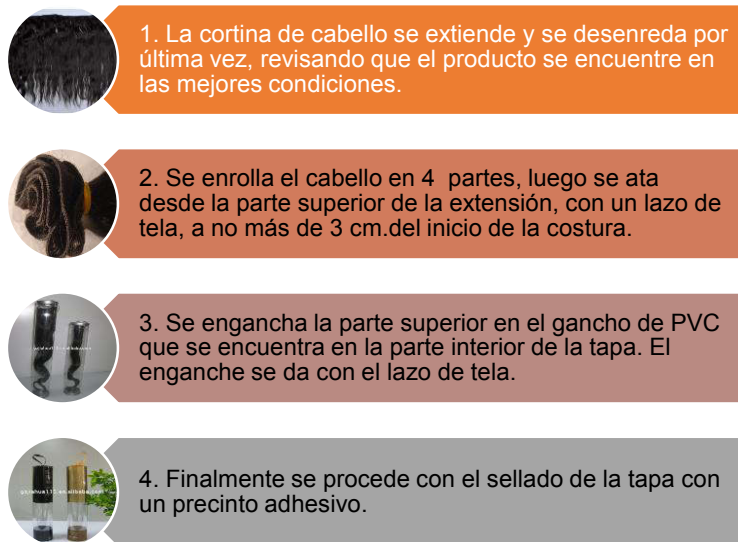


Figura 14: Proceso de envasado de las extensiones de cabello Genuine Hair.

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto al etiquetado que irá en el envase de acuerdo al portal Santander que menciona las regulaciones para el embalaje y etiquetado en Estados Unidos para todos los productos, debe considerarse lo siguientes aspectos de etiquetado.

- Idioma: Obligatoriamente inglés.
- Unidades de medida autorizadas: Unidades métricas de medida y peso.
- Marcado de Origen: Obligatorio y en inglés
- Normativa relativa al etiquetado: Todos los productos importados deben tener una etiqueta indeleble que mencione su país de origen. Dependiendo del producto, aplican especificaciones particulares

Por lo tanto, el etiquetado, deberá contener la información tal cual se muestra en la siguiente imagen:

GENUINE HAIR E.I.R.L					
Product:	100% Peruvian Human Hair				
Color:	Black				
Lifetime:	1 year				
Large:	26" inches	width:	20" inches	thickness:	0.4" inches
Gross Weight:	0.105 kg / 0.23 lbs.	Net Weight:	0.1 kg / 0.22 lbs.	Tare:	0.005 kg / 0.01 lbs.
Manufactured By: GENUINE HAIR E.I.R.L					
Address: Jirón Alberto Barton 168, La Victoria, Lima - Perú 15034					
Phone: 980482508					
E-mail: genuinehair@cbph.com					
Made in Perú					

Figura 15: Rotulado con reglas generales de etiquetado en EE.UU.

Fuente: Santander.

El etiquetado adicionalmente tendrá 15.7 cm de longitud alrededor de la circunferencia e irá a 10 cm de la parte superior del envase, además tendrá 10 cm de largo.

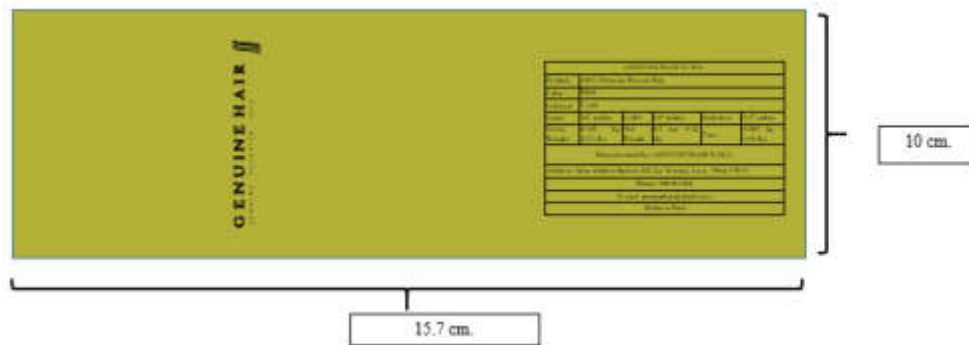


Figura 16: Etiqueta de las extensiones Genuine Hair.

Fuente: Santander – Elaboración propia.

El envase final quedaría de la siguiente manera:

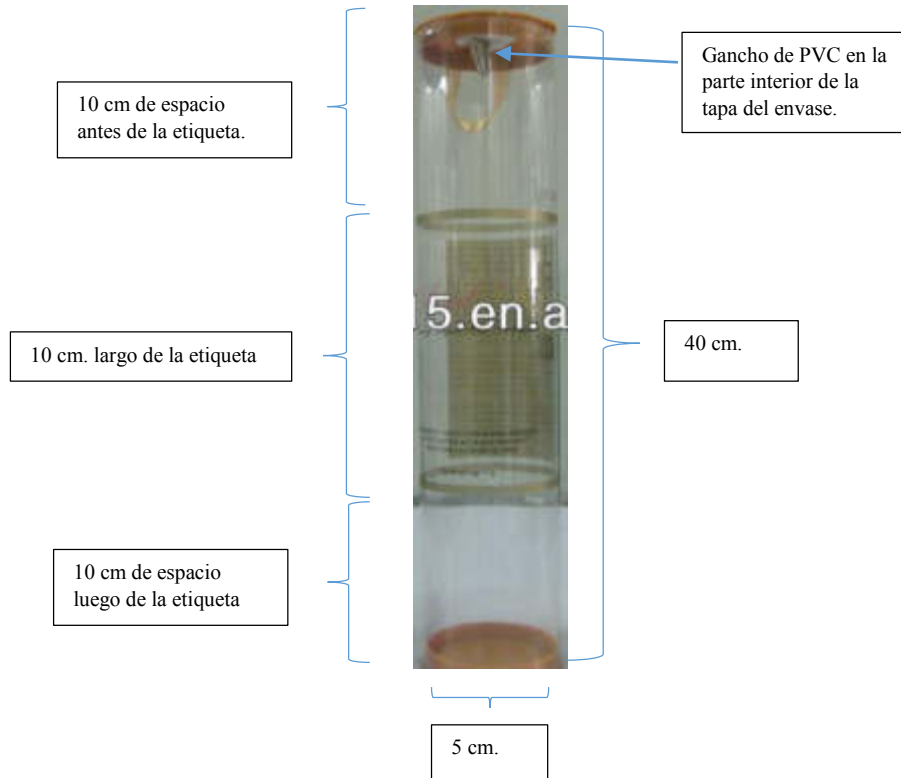


Figura 17: Envase final de Genuine Hair.

Fuente: Elaboración propia

b) Embalaje

El embalaje tiene la finalidad de proteger el producto durante su transporte hacia el lugar destino, por ello se han tomado en cuenta distintos materiales para este fin los cuales se detallan a continuación.

1. Plástico Burbuja, el cual se colocará alrededor de cada tubo para la separación de ellos dentro de las cajas de cartón máster. Las medidas de dicho material son de 0.5 mm. de espesor y burbujas de 1 cm de diámetro, elaborado con polietileno de baja densidad, este producto es vendido en rollos, además la

solicitud se hará de medidas entre de 0.5 metros de largo y 100 m de longitud.

Se calcula que por cada caja grande el peso del plástico burbuja es de 100 gramos y por cada caja pequeña es de 50 gramos.

2. Cajas de cartón corrugado de 45 cm. de largo x 45 cm de ancho y 30 cm de alto, con solapa, de soporte peso simple. Peso de 400 grms.
3. Cinta de embalaje: la cual sellará la caja por la parte exterior.

Se evalúan posibles proveedores para la adquisición de los materiales de embalaje.

De acuerdo a los datos de la siguiente figura, por contar con mejores precios y por presentar mayores datos se selecciona al primer proveedor, peruana de Embalajes SAJIM E.I.R.L., cabe resaltar que ellos también ofrecen sus productos por la página web Mercado Libre en donde inclusive brindan una atención más directa. La fabricación empieza una vez abonado el 50% del monto total del pedido y el otro 50% se abona al momento de la entrega del pedido.

Tabla 34: Proveedores de material para embalaje

Nombre de la empresa	Número de contacto	Tiempo de entrega	Forma de entrega	Precio
Peruana de embalajes Sajim E.I.R.L.	5502100 954153484 997503868	3 días hábiles	Delivery	Cajas grandes S/335.00. x 100unds. Cajas pequeñas S/ 65.00 x 100 unds. Burbupack S/ 10.00 x rollo. Cinta de embalaje S/ 2.00. x und.
Mercado Libre	https://articulo.mercadolibre.com.pe/MPE-422455631-caja-de-carton-corrugado-y-doble-carrugado-personalizado-_JM	3 días hábiles	Delivery	Cajas grandes S/430.00. x 100unds. Cajas pequeñas S/ 150.00 x 100 unds. Burbupack no distribuye Cinta de embalaje No distribuye.
Mercado Libre	https://articulo.mercadolibre.com.pe/MPE-423487467-cajas-de-carton-corrugado-a-medida-_JM	3 días hábiles	Delivery	Cajas grandes S/525.00 x 100 unds Cajas pequeñas no especifica por medidas Burbupack no distribuye Cinta de embalaje No distribuye.

Fuente: Elaboración propia

Anteriormente se menciona que a fin de poder proteger los envases que contienen las extensiones de cabello se enrollará cada una en burbupack, considerando ello se procede con el cálculo del contenido de cada caja máster.

Tabla 35: Cálculo del contenido de la caja de embalaje

Ítems	Medidas	Unidades de medida
Medidas del envase		
Diámetro	5.00	Centímetros
Altura	40.00	Centímetros
Peso neto por envase	100.00	Gramos
Peso bruto por envase	105.00	Gramos
Medidas de la caja grande		
Ancho	45.00	Centímetros
Largo	45.00	Centímetros
Alto	30.00	Centímetros
Número de envases por piso	8.00	Unidades
Niveles	5.00	Niveles
Número de unidades por caja	40.00	Unidades
Peso neto de la caja	4.20	Kilogramos
Peso bruta de la caja	4.70	Kilogramos

Fuente: Elaboración propia.

La cantidad máxima de contención de la caja se ha realizado en base a que el peso máximo que exige el Courier para la entrega es de 5 kg por paquete, por tal motivo se ha medido la eficiencia de las cajas a fin de poder insertar la mayor cantidad de envases dentro de la misma para ser eficientes en el envío

En base a ello se define que el pedido mínimo sea de 40 unidades.

3.2. Diseño del rotulado y marcado

3.2.1. Diseño del rotulado

El diseño del rotulado tiene como finalidad brindar las características principales del producto.

En los Estados Unidos de América no existe una norma que indique un rotulado en específico para los artículos de cabello natural en el envase, por ello, se utilizan las normas generales las cuales deben incluir el país de origen, las dimensiones y peso y el material del producto.

Finalmente, el rotulado del envase quedaría de la siguiente manera:

GENUINE HAIR E.I.R.L					
Product:	100% Peruvian Human Hair				
Color:	Black				
Lifetime:	1 year				
Large:	26" inches	width:	20" inches	thickness:	0.4" inches
Gross Weight:	0.105 kg / 0.23 lbs.	Net Weight:	0.1 kg / 0.22 lbs.	Tare:	0.005 kg / 0.01 lbs.
Manufactured By: GENUINE HAIR E.I.R.L					
Address: Jirón Alberto Barton 168, La Victoria, Lima - Perú 15034					
Phone: 980482508					
E-mail: genuinehair@cbph.com					
Made in Perú					

Figura 18: Rotulado del envase de Genuine Hair.

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al rotulado de los paquetes, al ser enviado por Olva Courier, se cumplen con las disposiciones que indican a fin de no tener ningún inconveniente durante su tránsito.

Olva indica que se debe colocar en el paquete los datos del remitente y consignatario de acuerdo a las figuras que se muestran a continuación.

Remite	
TORO CASTAÑEDA BUSINESS PERUVIAN & NATURAL HAIR E.I.R.L	
RUC: XXXXXXXXX	
Jiron Alberto Bartón 168	
La Victoria, Lima -Perú	
Codigo postal 15034	
Teléfono: (511) 980482508	
	Consignado
	Nombre del cliente
	Documento de identidad
	Codigo postal de destino
	Direccion del cliente
	Teléfono del cliente

Figura 19: Rotulado de la Caja de embalaje

Fuente: Olva Courier - Elaboración propia

De igual manera iría en inglés de acuerdo a las normas de Estados Unidos.

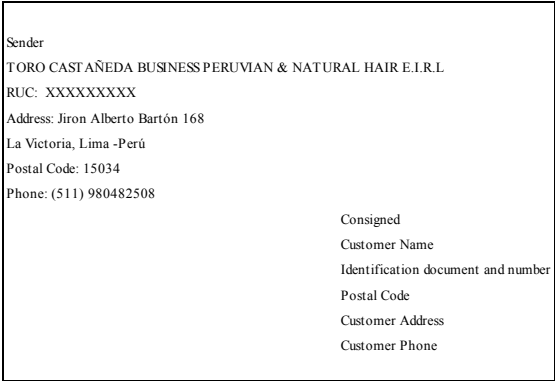


Figura 20: Rotulado de la Caja de embalaje en inglés.

Fuente: Olva Courier - Elaboración propia

3.2.2. Diseño del mercado

Con respecto al mercado, se han considerado todos los factores que se requieren para la manipulación eficaz del producto, es importante resaltar que las cajas en las cuales se enviarán los productos, de ser reusables, no deben tener otro marcado, ello con la finalidad de que no genere confusión durante el manipuleo de la carga.

De acuerdo al blog [guia2un](#) observamos que de acuerdo a la ISO 780:2015 referente a símbolos gráficos para manejo y almacenamiento de paquetes, se usan pictogramas para el correcto manipuleo de la carga, por tal motivo, se han considerado para las extensiones de cabello peruano los siguientes pictogramas a fin de que el producto permanezca en las mejores condiciones durante su traslado al país de destino.

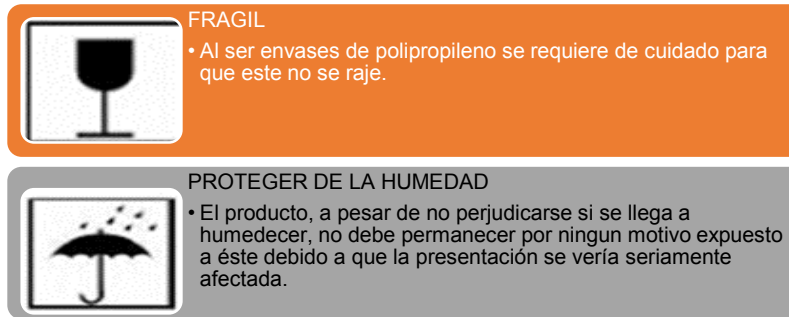


Figura 21: Pictogramas a utilizar en el marco del embalaje

Fuente: ISO 780: 1997Elaboración propia.

Para el caso del marcado de la caja, el envío será a través del servicio de Olva Courier, en el cual previamente se ha llenado una declaración de la mercancía a enviar, en este caso ellos colocan los detalles la respectiva identificación del paquete de acuerdo a las disposiciones de la empresa y requisitos que solicita la aduana Peruana, debe contener también el rotulado des destinatario y remitente mencionado anteriormente, con todo ello el paquete debería ser entregado en la agencia de Olva Courier de la siguiente manera:

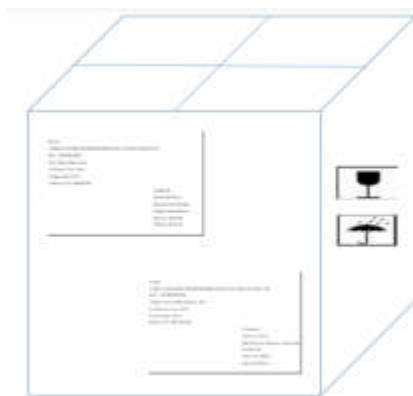


Figura 22: Marcado del embalaje de Genuine Hair

Fuente: Elaboración propia.

3.3. Unitarización y cubicaje de la carga

Con respecto a la unitarización y cubicaje de la carga es necesario considerar que al ser enviado por Olva Courier, Genuine Hair no realizará la unitarización directa, sin embargo el proceso que realiza Olva para poder hacer el envío es el siguiente:

Obtiene el paquete, el cual se ha dejado en la agencia, las dimensiones del mismo no deben sobrepasar los 1.5 metros por alto, ancho y largo, luego se hace el envío vía aérea hacia el lugar de destino, adjuntando todos los documentos correspondientes que permitirán el libre pase hacia los Estados Unidos, ellos son:

- Factura comercial.
- Declaración jurada de mercancías.

El proceso que lleva a cabo Olva Courier internamente es el siguiente:

1. Recibe el paquete y declaraciones juradas de Mercancía.
2. Procede con la emisión de los códigos de barras y pegatinas de características declaradas. Ellas son colocadas en el paquete.
3. Separa un espacio dentro del avión para poder encajar el producto.
4. Procede con la Unitarización de cada paquete que se debe enviar durante ese día por destino, se debe consolidar todo en el espacio que ellos han reservado en el avión de transporte.
5. Al llegar la mercadería pasa por Aduanas de Estados Unidos para revisar cada producto.

6. Una vez que se pasa por el canal verde de aduanas de Estados Unidos, pasa al servicio postal de destino para entregarlo por vía terrestre a domicilio.

3.4. Cadena de DFI de exportación

La cadena de distribución física internacional nos muestra todo el proceso desde la adquisición de la materia prima hasta el traslado al lugar de destino.

En este caso se detallarán los distintos procesos que hacen que el producto llegue al consumidor final.

- a) Del proceso de obtención de la materia prima

El producto son extensiones de cabello 100% virgen peruano, por ello se requiere la búsqueda y recolección de dicho cabello. Distintos reportajes nos muestran que el cabello se recolecta en su mayoría en la sierra del Perú debido a que en esta zona el clima seco y las costumbres de la mujeres andina hace de su cabello el más resistente además de tener mayor volumen y longitud, teniendo en cuenta lo antes mencionado, el flujo para la obtención del cabello sería el siguiente:



Figura 23: Proceso de obtención de la materia prima.

Fuente: Elaboración propia

1. Búsqueda: Un auxiliar de producción, que a su vez es estilista de la empresa, viajará a la sierra del país por vía terrestre, en este caso Huancayo, en este lugar se buscarán mujeres que tengan el cabello largo y con volumen para proponerles la venta del mismo.
2. Evaluación: De aceptar, el auxiliar de producción procederá con la evaluación del cabello para ver que cumpla con los requisitos de calidad necesarios para la elaboración de las extensiones de cabello. Los requisitos son los siguientes:
 - Cabello con signos de no encontrarse maltratado.
 - Cabello negro natural.
 - Cabello sin presencia de insectos como piojos u otros que puedan existir.
 - Cabello grueso y resistente.
 - Cabello de longitud suficiente para extraer 60 cm de cabellera.
 - Cabello abundante.
3. Suscripción del contrato: De cumplir con los requisitos se procederá con la firma del contrato por ambas partes en donde se indica que la venta de su cabello es voluntaria y se establecerán las condiciones y estado del cabello.

4. Suscripción del cabello: Una vez firmado el contrato, se procederá con el corte de cabello de manera profesional y estética.
5. Almacenaje: El cabello será recolectado en un recipiente de plástico para traerlo posteriormente a Lima.

El precio a pagar por los mechones de cabello será flat de S/ 60 por cabellera. Se considera además que por cada cabellera de mujer se obtienen dos cortinas de extensiones, por ello la tarea del estilista es conseguir el stock de acuerdo a la proyección de demanda anual. Además, todos los gastos de alojamiento, transportes y alimentación serán cubiertos al 100% por la empresa.

b) De los insumos y maquinaria para la producción

Para transformar la materia prima en extensiones de cabello virgen es necesario considerar los siguientes insumos:

Tabla 36: Insumos para la fabricación.

Insumo	Marca sugerida	Proveedores
Shampoo	Head & Shoulders	Supermercados (Tottus, Plaza Vea, Metro, Maxiahorro)
Acondicionador	Elvive	Supermercados (Tottus, Plaza Vea, Metro, Maxiahorro)
Hilo Negro de Nylon	Hecho en Gamarra	Emporio comercial Gamarra

Fuente: Página web de supermercados - Elaboración propia.

Asimismo, es necesario utilizar los siguientes materiales, los cuales representan una inversión inicial y son aquellos que se emplean para fabricar la materia prima utilizando los insumos.

Tabla 37: Maquinaria y materiales para la fabricación y transformación.

Materiales	Marca sugerida	Proveedores
Tijeras para estilista	ZINGER	Mercado Libre
Cepillo de madera para cabello	Brush Strokes	Sally Beauty
Máquina de coser estándar	Singer	Mercado Libre
Secadora de cabello	Siegen	Saga Falabella, Tottus, Ripley, Metro.
Batea	Rey	Sodimac
Cestos de plástico	Rey	Sodimac

Fuente: Página web de supermercados - Elaboración propia.

Como se puede apreciar en ambas tablas los proveedores para insumos, materiales y maquinarias, estarían definidos de acuerdo a la facilidad para encontrarse al alcance de la mano y a un buen precio. Por otro lado, al ser productos de fácil adquisición se consideran las opciones que figuran en aquellas tablas.

Por otro lado, el tiempo para obtener los insumos y maquinarias es el siguiente:

- Insumos: 0.5 días
- Materiales y maquinaria: 3 días hábiles como máximo.

c) Del proceso de fabricación del producto

El proceso de fabricación del producto es el siguiente:

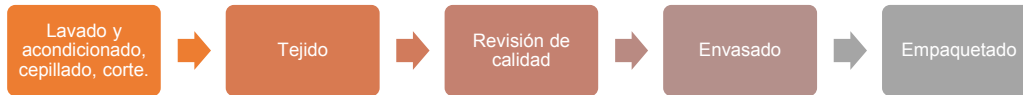


Figura 24: Proceso de producción de las extensiones de cabello Genuine Hair

Fuente: Elaboración propia

1. Lavado y acondicionado, cepillado, corte: Va en la secuencia que se menciona, primero se procede con el lavado del cabello para luego proceder a acondicionarlo y dejarlo secar al aire libre, posteriormente se procede con el corte de las imperfecciones para poder comenzar con el tejido.
2. Tejido: Se procede a sujetar uno de los extremos del cabello partiendo a 1 cm del extremo, luego se procede con el tejido a máquina, para ello se usa una aguja para telas de algodón, se deben dar 3 costuras como mínimo para sujetar bien la raíz de la extensión, y posteriormente, se procede a cortar el excedente de cabello que quedó en la parte superior.
3. Revisión de calidad: En este proceso se prueba que ningún cabello quede suelto, además se vuelve a cepillar y a pulir imperfecciones.
4. Envasado: Se procede con el envasado envolviendo la parte superior del cabello y sujetándolo con una cinta de tela, para luego ser colgado desde la parte superior del gancho que se encuentra en la tapa.

5. Empaquetado: Se procede con el empaquetado de las extensiones ya envasadas.

Finalmente, el proceso de producción sería el siguiente:

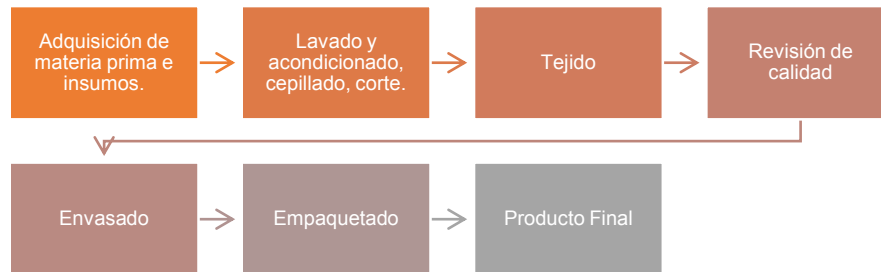


Figura 25: Proceso de producción completo de las extensiones de cabello Genuine Hair

Fuente: Elaboración propia.

d) Del proceso de envío hacia el lugar destino

Genuine Hair, enviará los productos a través de un servicio courier express, ello debido a que la competencia en destino hace la entrega de las extensiones de cabello en no más de dos semanas hábiles y en su mayoría en no más de siete días hábiles, asimismo la entrega será puerta a puerta, es decir se entregará en el domicilio o local del cliente.

Por ello se han cotizado los servicios de dos empresas de envío express, en base a un paquete con un peso de 5 kg. A continuación, se detallan los beneficios de cada uno de ellos:

Olva Courier:

- Envío de paquetes de máximo 5 kg cada uno.
- Precio por envío S/ 260.00
- No hay un valor máximo de envío de paquetes.
- No existe un límite de envíos mensuales.
- Ubicación: Av. Arenales 1775, Lince - Lima
- Tiempo de entrega: 6 días calendario.
- Permite realizar seguimiento vía web.
- Seguro de mercancía: Todos los envíos se encuentran asegurados bajo pérdida, robo o destrucción, para el caso de paquetes con un valor menor a S/500.00 reconoce hasta un 90% del valor del producto en vaso el valor sea menor a S/500.00 se reconoce hasta 10 veces la tarifa base siendo esta tarifa aquella definida por Olva Courier.

Serpost- Exporta fácil:

- Valor máximo de exportación de USD 7,500.00
- Peso máximo enviado 30 kg.
- Precio por envío: 363.40
- Ubicación: Teodoro Cárdenas 265, Lince - Lima
- Máximo de envíos mensuales 7.
- Tiempo de entrega: 7 días hábiles.
- Permite realizar seguimiento vía web.

- Seguro de mercancía: no hay seguro de por medio para acceder al seguro se debe pagar 209 soles adicionales o acceder a la tasa de indemnización postal la cual devuelve el 100% del valor declarado ante la pérdida total de la mercadería, para ello se debe pagar el 1%+IGV del valor declarado de la mercadería

Considerando las características antes mencionadas se escoge a Olva Courier, ya que el precio es más económico, además éste incluye el seguro y el tiempo de entrega es menor, sin embargo, ante envíos de mayor dimensión se considerará Serpost – Exporta fácil por ser de características similares a Olva Courier; por otro lado ambos están ubicados cerca al domicilio donde se encuentra la empresa que es Jr. Alberto Barton 168, Santa Catalina – La Victoria.

Previo al envío es importante resaltar que no hay barreras de acceso aplicado a extensiones de cabello en el país de destino que en este caso es Estados Unidos, además el arancel es 0%, asimismo los documentos necesarios para el ingreso son la Factura comercial y para los documentos de Olva, la declaración jurada de Contenido y embalaje, Olva proporciona ayuda para el correcto llenado de dicho documento que es necesario para que pueda elaborar las declaraciones simplificadas de exportación y así proceder con el proceso de acuerdo al régimen de exportación y a la normativa de envíos de entrega rápida. Olva Courier por su parte solicita los documentos que se detalla a continuación para proceder con el envío.

- Comprobante del valor de la mercancía a enviar, el cual puede ser un correo electrónico confirmando el precio del producto o la factura comercial emitida por la empresa.
- Declaración jurada de contenido y embalaje.
- Rotulado que indique tanto del remitente como del consignatario los siguientes datos: Nombre completo o razón social, documento de identidad o RUC, dirección, código postal, número telefónico.
- Embalaje de material rígido que proteja el interior, envolver los artículos con burbupack y sellar la caja con cinta sensible a la presión.

Con respecto a la declaración jurada de contenido y embalaje, Olva Courier deja la responsabilidad por el embalado del paquete, en manos del Remitente, asimismo todas las declaraciones realizadas impiden el envío de Mercancía prohibida, por otro lado de consignar errada o falsamente los datos, Olva se libera de cualquier responsabilidad.

Los datos que deben ir obligatoriamente en la declaración jurada de contenido y embalaje son los siguientes:

- Descripción del artículo
- Cantidad de artículos
- Precio unitario y precio total
- Nombre completo del remitente
- DNI del remitente
- Razón social de la empresa

- R.U.C.
- Teléfono
- Correo electrónico
- Firma y Huella Digital

Por otro lado, Olva Courier, pesa, y genera el documento con todas las características del producto el cual acompaña al paquete, Genuine Hair recibe la guía de envío Courier, con los detalles del envío y una copia de cada uno de los documentos.

Tomando en cuenta lo indicado anteriormente y siguiendo las disposiciones de Olva Courier, la responsabilidad del correcto embalado y declaración del producto es importante para que el paquete llegue de manera satisfactoria al consumidor final.

Finalmente, el flujo para el envío es el siguiente:



Figura 26: Proceso de envío del producto a través de Olva Courier.

Fuente: Elaboración propia.

Otro punto a considerar es que todos los envíos pueden ser verificados, es decir se brinda un servicio de tracking, ello se puede realizar a través de la página web consultando con el número de remito que se entrega al dejar el paquete en la agencia.

e) Del método de distribución hacia el cliente.

Para el caso de la distribución ésta se realizará de manera indirecta, a continuación se presentan ambos flujos.

Indirecta: Este implica un intermediario, o dos, a fin de llegar al consumidor final. El flujo puede darse de dos maneras, el primero con la intervención del vendedor, el cual es la conexión entre Genuine Hair y los salones de belleza y el segundo se dará cuando los salones de belleza comiencen a solicitarlos voluntariamente. A continuación, se exponen ambos flujos:



Figura 27: Flujo distribución indirecta en primer escenario, distribución con representante.

Fuente: Elaboración propia.



Figura 28: Flujo distribución indirecta en segundo escenario, distribución con representante.

Fuente: Elaboración propia.

f) De la solicitud de envases y embalajes.

Con respecto a los procesos de solicitud de envases y embalajes se buscará realizar negociaciones para que se abone el 50% del costo de los mismos previo a la entrega, asimismo el período máximo de preparado del pedido debe ser 3 días hábiles para el embalaje y 4 días hábiles para el envase. A continuación, se presentan los flujos para la solicitud de los mismos.

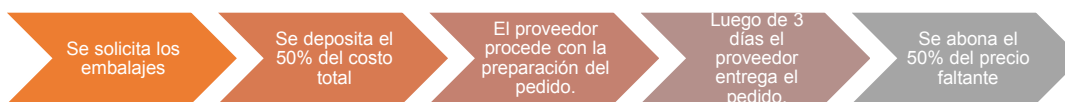


Figura 29: Flujo para solicitar los embalajes.

Fuente: Elaboración propia.

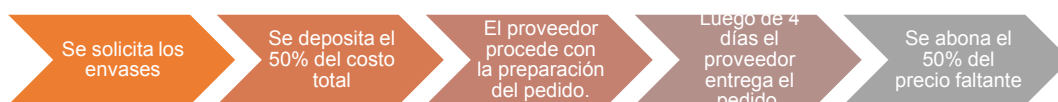


Figura 30: Flujo para solicitar los embalajes.

Fuente: Elaboración propia.

g) De los tiempos totales empleados

A continuación, se detallan los tiempos totales empleados por cada proceso.

Tabla 38: Tiempos empleados por cada proceso en la cadena de Genuine Hair.

Proceso		Cantidad	Unidad de medida
Adquisición de materia prima	Viaje ida	12	Horas
	Búsqueda y adquisición de materia prima	7	Días
	Viaje vuelta	12	Horas
Adquisición de insumos	Insumos	5	Horas
Adquisición de materiales y maquinaria	Materiales	5	Horas
	Maquinaria	3	Días
Fabricación del producto	Lavado	8	Horas
	Acondicionado	8	Horas
	Secado	8	Horas
	Cepillado	8	Horas
	Corte	8	Horas
	Tejido	2	Días
	Pulido	8	Horas
	Cepillado	4	Horas
	Envasado	2.5	Horas
Empaquetado	2.5	Horas	
Envío hacia el lugar de destino	Viaje hasta la agencia Olva	0.5	Horas
	Gestión del envío	0.5	Horas
	Transporte de mercancía hasta domicilio de cliente	7	Días

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede apreciar en la tabla anterior se ha dividido por cada proceso en donde se detallan las horas o días que se emplearían de manera mensual para elaborar los productos. A manera de resumen y en base a los tiempos antes estimados se indica el tiempo total estimado por cada proceso.

Tabla 39: Resumen de tiempos empleados por cada proceso.

Proceso	Cantidad de días	Observación
Adquisición de materiales y maquinaria	3	Proceso pre operativo, no se realiza de manera continua para la producción.
Adquisición de materia prima	9	Proceso pre operativo, se realiza de manera continua para la producción
Adquisición de insumos	0.5	Proceso pre operativo, se realiza de manera continua para la producción
Fabricación del producto	9	Proceso únicamente de fabricación del producto habiendo obtenido la materia prima
Envío hacia el lugar de destino	8	Se consideran los tiempos de la agencia Courier

Fuente: Elaboración propia.

Los tiempos calculados se encuentran en base a la producción de 2 de 1 paquetes de 40 unidades, a excepción de la adquisición de materiales y maquinaria el cual se realiza previo a la fabricación, así como la adquisición de insumos que es un proceso continuo y estándar.

h) Cadena de distribución física internacional.

De acuerdo a todos los procesos mencionados anteriormente, la cadena de distribución física internacional empieza con la adquisición de la materia prima para luego ser trasladada por vía terrestre hacia las instalaciones de Genuine

Hair, en donde se realiza el proceso de fabricación, luego se entrega el paquete, por vía terrestre hasta la agencia de Olva Courier, quien realizará el transporte internacional hasta el domicilio del cliente.

El servicio de transporte internacional es puerta a puerta.

A continuación, se muestra la figura 31 en donde se puede apreciar el flujo de la distribución física internacional.

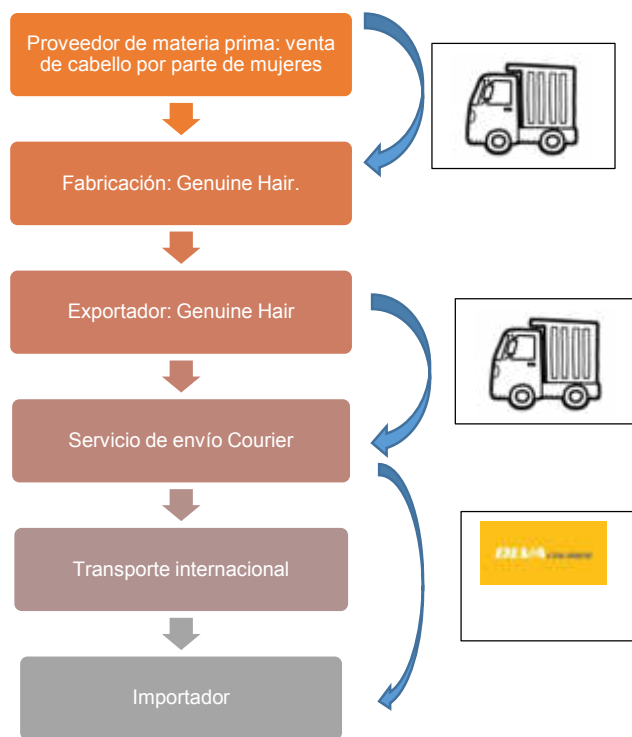


Figura 31: Distribución física internacional

Fuente: Elaboración propia.

3.5. Seguro de las mercancías

Con respecto al seguro, todos los paquetes enviados a través de Olva Courier cuentan con seguro. Las características del seguro son las siguientes:

- En caso el valor del producto sea mayor a S/ 500.00, por caso de pérdida, deterioro o robo se reconoce hasta el 90% del valor del producto.
- En caso el valor del producto sea menor a S/ 500.00, por caso de pérdida, deterioro o robo se reconoce hasta 10 veces la tarifa base, es decir, cubre hasta 10 veces la tarifa de envío que Olva Courier determina como base.

4. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

4.1. Fijación de precios

La fijación de precios se ha realizado en base a un esperado margen de ganancia de 65%, asimismo se ha considerado el Incoterm CIP para fijar el precio en donde se incluye el flete y el seguro. A continuación, se detallan los costos y precio de venta establecido por Genuine Hair y el modelo de la cotización internacional.

4.1.1. Costos y precio

Los costos a tomar en cuenta para la determinación del precio se detallan a continuación:

- a) Costos de Materia prima e insumos: Se han considerado los costos unitarios, por paquete de 40 unidades y por la cantidad de paquetes producidos durante el primer año que serían en total 16; todos estos costos están relacionados directamente a la materia prima y a los insumos que se emplean para la

producción de las extensiones de cabello y que se quedan finalmente con el producto.

- b) Costo de envases y embalajes: Se han considerado todos los costos de envases y embalajes necesarios para proteger el producto, de igual manera se han considerado los costos unitarios, por paquete de 40 unidades y por paquetes vendidos durante el primer año que serían 16.

- c) Costo de viáticos: Es necesario considerar los costos de viáticos debido a que estos se encuentran directamente relacionados con la obtención de la materia prima, se detalla el costo de viático prorrateada por extensión de cabello, por paquete total y por el total de unidades vendidas durante el año. Dentro de este costo también se considera el flete hasta la Agencia Olva Courier.

- d) Costo de mano de obra: Se consideran todos los costos de los auxiliares de producción pues son quienes se encargarán de todo el proceso productivo, desde la obtención hasta la fabricación.

- e) Costo de servicios públicos y alquiler: Son los costos fijos de producción que se han considerado para la producción de extensiones de cabello, cabe resaltar que son aquellos que se emplean únicamente para la producción el cual representa el 70% del costo total.

f) Costo de comisión de transferencia bancaria en Cuenta Corriente: Se considerar la tarifa por la transferencia bancaria internacional que cobra el banco por depositar el dinero en la cuenta corriente de la empresa, se toma en cuenta que se realiza 2 veces por el envío de cada paquete.

Con los costos antes mencionados se halla el valor FOB del producto, adicional a ello se toma en cuenta los costos de flete y seguro para completar el valor CIP a todo ello se le aumenta el margen de ganancia que en este caso es de 65% para luego identificar el precio de venta, el cual es competitivo en relación a la competencia local.

A continuación, se muestra la tabla de la determinación de costos y precio.

Tabla 40: Fijación de costos y precio de venta Genuine Hair.

Descripción	Costo total anual \$	Costo unitario paquete \$	Costo unitario X unid extensión de cabello \$
Costo de materia prima e insumos			
Materia prima (cabello)	5,878.75	367.42	9.19
Shampoo	263.56	16.47	0.41
Acondicionador	142.07	8.88	0.22
Hilo Negro de Nylon	195.96	12.25	0.31
Costo de envases y embalajes			
Tubos PVC para envase	507.53	31.72	0.79
Cajas grandes para embalaje	16.41	1.03	0.03
Burbupack	14.70	0.92	0.02
Cinta de embalaje	9.80	0.61	0.02
Costo de viáticos			
Pasaje provincia ida	391.92	24.49	0.61
Pasaje provincia vuelta	391.92	24.49	0.61
Alojamiento provincia	1,371.71	85.73	2.14
Alimentación provincia	514.39	32.15	0.80
Transportes provincia	514.39	32.15	0.80
Movilidad hasta la Agencia Courier	73.48	4.59	0.11
Costo de mano de obra			
Auxiliares de Operaciones	7,825.72	489.11	12.23
Costos de Servicios públicos y alquiler			
Luz	205.76	12.86	0.32
Agua	154.32	9.64	0.24
Alquiler	2,520.00	157.50	3.94
Costo de comisión de transferencia bancario depósito en cta cte	799.51	49.97	1.25
Total Costo FOB	21,791.89	1,361.99	34.05
Costo de distribución internacional			
Costo Flete y Seguro cubiertos por Olva Courier	2,547.46	159.22	3.98
Total Costo CIP	24,339.35	1,521.21	38.03
Margen %	0.65	0.65	0.65
Precio CIP	69,541.00	4,346.31	108.66

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar en el cuadro anterior el precio de venta unitario es de \$ 108.66 dólares el cual es competitivo con el precio de venta de la competencia.

4.1.2. Cotización internacional

Se muestra en el Anexo 3.

4.2. Contrato de compra venta internacional y sus documentos

El uso del contrato de compra venta internacional sólo se realizará cuando las solicitudes de pedido sean de grandes magnitudes, el modelo de tal se puede apreciar en el anexo 6.

Los documentos asociados al contrato de compraventa internacional oficiales serán aquellos se emitirán para la exportación del producto y previo al envío de la mercadería, estos son:

- Cotización internacional. Véase Anexo 3
- Commercial Invoice (Factura Comercial). Véase Anexo 4
- Declaración jurada de contenido y embalaje (Proporcionado por Olva Courier. Véase Anexo 5

Para el caso del contrato de compraventa internacional se deben considerar los siguientes aspectos:

Tabla 41: Consideraciones en el contrato de compraventa internacional

Las Partes	<p>Vendedor:</p> <p>Razón social: Genuine Hair E.I.R.L. RUC: 20100163983 Representante legal: Giovana Toro Castañeda.</p> <p>DNI N°: 47609564 Domicilio fiscal</p> <p>Comprador:</p> <p>(Razón social del comprador) Identificación de contribuyente de empresa en Estados Unidos Representante legal: (Nombre completo del representante legal) Documento de Identidad: (Documento de Identidad del representante legal) Domicilio fiscal del comprador.</p>
La Vigencia del contrato	<p>La vigencia del presente contrato será hasta los 5 días hábiles posteriores a la entrega de la mercancía. Tomándose como días hábiles aquellos considerados en el país del vendedor.</p>
La Mercancía	<p>Extensiones de cabello 100% virgen peruano, con unidad de medida de unidad de cortina de cabello, para fines estéticos y de peluquería y características determinadas en la cotización internacional.</p>
La Cantidad	<p>La cantidad de la mercadería se verá especificada de acuerdo a la cantidad acordada al momento de la confirmación de la cotización.</p>
El Envase	<p>El envase será proporcionado por el vendedor. Los envases son tubos de PVC con Tapa de PVC, con etiqueta serigrafiada en el envase en donde figura el logo de Genuine Hair y las características del producto adquirido.</p>
El Embalaje	<p>El embalaje será proporcionado por el vendedor. Los embalajes serán cajas de cartón corrugado en dimensiones de 45cm ancho x 45 cm de largo x 30 cm de altura, se empleará burbupack para la protección de los envases.</p> <p>El rotulado se realizará de acuerdo a las indicaciones de Olva Courier para el envío y se utilizarán pictogramas de fragilidad y protección contra la humedad.</p>
El Transporte	<p>El transporte de mercancías se llevará a cabo por la empresa Olva Courier quien asumirá todos los procesos de gestión de despacho y transporte hasta el lugar de destino convenido. El vendedor es el responsable de realizar el seguimiento de traslado de la mercancía hasta su destino de manera óptima. El costo del transporte es asumido por el vendedor. El transporte es aéreo.</p>
La Fecha Máxima de Embarque	<p>La fecha máxima de embarque será convenida de acuerdo a la solicitud del comprador, ello debe considerar que el traslado demora 7 días calendario en llegar al lugar de destino acordado contados a partir del día siguiente de haber entregado el paquete en la agencia.</p>
Lugar de Entrega	<p>Lugar acordado con el comprador que puede ser el local del mismo.</p>
El Incoterm	<p>Se guiará por los términos del Incoterm CIP.</p>

Los Gastos	El flete interno en origen, transporte internacional, seguro, y documentación para la exportación serán asumidas por el vendedor, el comprador asume todos los gastos relacionados a la aduana de importación. El asumo de los gastos van conformes al Incoterm CIP.
La Transmisión de los Riesgos	Los riesgos se transmiten al momento de la entrega de la mercadería al primer transportista, en este caso será el que designe Olva Courier, asimismo desde la entrega de la mercadería en la Agencia de Olva Courier, el servicio garantiza el correcto manipuleo de la carga y la seguridad por caso de robo o pérdida.
El Seguro	El seguro es pagado por el vendedor, la cobertura del mismo es del 90% del valor de la mercancía en caso de robo, pérdida o deterioro. De requerir un seguro adicional, va por cuenta del comprador.
Moneda de Transacción	Dólares Americanos.
Precio	108.66 dólares americanos por unidad.
Forma de Pago	50% de pago al momento de la orden de envío y 50% luego de haber enviado la guía Courier vía correo al comprador, el pago debe realizarse luego de 1 día hábil de haber enviado la guía.
Medio de Pago	Transferencia Internacional hacia la cuenta corriente del vendedor en el Banco de Crédito del Perú.
La Documentación	Los documentos que generará el vendedor son los siguientes: Commercial Invoice (factura comercial) Declaración Jurada de contenido y embalaje.
	Los documentos de despacho, transporte y seguro de la mercancía serán emitidos por Olva Courier, sin que el vendedor intervenga en la emisión de los mismos. La responsabilidad de la documentación necesaria para la exportación corresponde al vendedor y con ello el seguimiento de que Olva Courier emita los documentos necesarios para el transporte.
Lugar de Fabricación	Perú.
Arbitraje	Cámara de comercio internacional de Paris.

Fuente: Elaboración propia.

4.3. Elección y aplicación del Incoterm

Para la exportación de las extensiones de cabello Genuine Hair se ha determinado utilizar el Incoterm CIP, ello debido a que el producto será enviado a través de un Courier el cual incluye en su precio el flete total de puerta a puerta y, además, el

seguro de la mercancía, es decir se estaría asumiendo el costo de flete y seguro hasta el lugar pactado con el comprador.

Al utilizar el Incoterm CIP, el comprador asume el riesgo luego de presentar la mercancía al primer transportista, para este caso sería al entregar la mercancía en la Agencia Olva Courier quienes se hacen responsables de la mercancía luego de la entrega del mismo. Por otro lado todos los documentos necesarios para el despacho y la exportación los proporciona Genuine Hair, en este caso corresponde presentar los documentos que requiere Olva Courier para el envío de la mercancía y éstos son la Declaración jurada de contenido y embalaje y la factura comercial, el cual se entregará al momento de dejar la mercadería en la agencia, a partir de estos documentos Olva Courier genera los documentos de exportación como la Declaración simplificada de exportación y los documentos de embarque y seguro. El pago del envío a través de Olva Courier incluye toda la gestión para el transporte hacia el lugar pactado con el comprador.

Al utilizar el Incoterm CIP nos quita la responsabilidad del riesgo luego de la entrega en la Agencia de Olva Courier, lo cual permite la tranquilidad del exportador durante el traslado, por otro lado al utilizar una Agencia Courier todos los costos que se generen durante el despacho, traslado y seguro de puerta a puerta se encuentran asumidos en el servicio de envío, siendo así un servicio completo que libera al exportador de las gestiones logísticas de envío y los tiempos que estos procesos generen. Por otro lado, es necesario presentar los documentos para la exportación y despacho y, no se asumen las formalidades de aduana en importación por lo que sólo

expedimos los documentos necesarios para el correcto ingreso al lugar de destino y lo solicitado por Olva para la exportación del producto, ello genera también un ahorro en tiempo invertido para el seguimiento de la documentación de despacho, ya que Olva se encarga de los documentos de embarque y transporte, seguro y Declaración simplificada.

4.4. Determinación del medio de pago y cobro.

El medio de pago que se aplicará en la transacción comercial de Genuine Hair será la transferencia internacional realizada a través de un banco local, ello debido a que es el medio más simple para realizar el cobro y pago por la mercadería, asimismo representa un cobro menor de tarifas en relación a otros medios de pago. Para poder tener mayor claridad con respecto al medio de pago se muestra el siguiente cuadro:

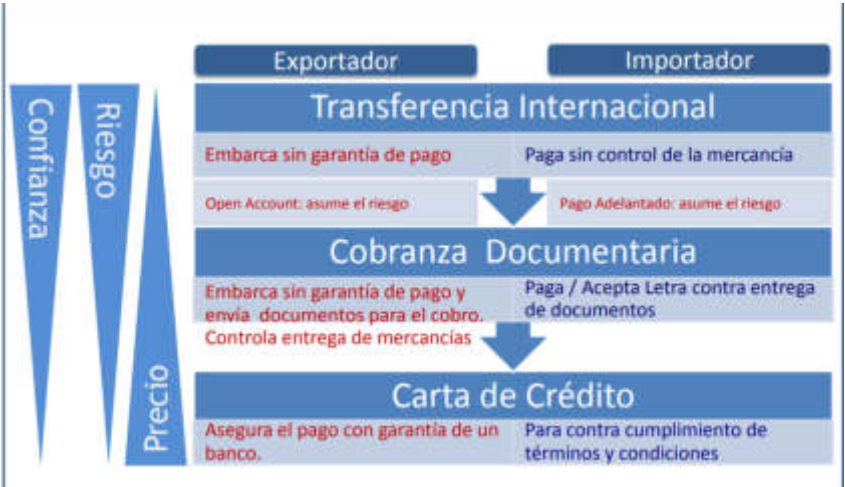


Figura 32: Medios de pago Internacional

Fuente: Prompex – Banco Financiero.

En relación al cobro al comprador, se realizará en dos partes de 50% cada una, ello para garantizar el cobro por el envío total de la mercadería y también, por parte del comprador, le garantiza que recibirá el producto y no pagará el monto completo hasta obtenerlo.

Para realizar la transferencia bancaria es necesario brindar el código Swift, el nombre del Banco, el beneficiario y el país, por otro lado se solicitará el abono en cuenta corriente de la empresa.

Los costos por el servicio de transferencia del exterior con abono en cuenta corriente en Moneda Extranjera es de S/81.60 Soles por operación en el Banco de Crédito del Perú, al ser dos operaciones por cada envío se consideran S/ 163.20, este costo será cargado al precio del producto.

El proceso para el cobro por Transferencia internacional para Genuine Hair es el siguiente:

1. El comprador ordena la compra de la mercancía y con ello realiza el pago del 50% del precio de la misma, enviando el comprobante de pago vía correo electrónico al vendedor.
2. Se prepara la mercancía y se entrega la mercadería en la Agencia Olva.
3. El vendedor recibe una copia de la guía Courier con el número consignado para realizar el tracking por internet.
4. El vendedor envía por correo la guía Courier escaneada.
5. El comprador procede con la transferencia u orden de pago del 50% restante del precio de la mercancía.

6. Cada vez que se realiza la transferencia internacional se envía la transferencia de fondos en el banco del vendedor en donde se abona en la cuenta corriente del mismo.

4.5. Elección del régimen de exportación

El régimen aduanero a utilizar es de exportación para el consumo DESPA-PG.02 De acuerdo a SUNAT, la exportación definitiva en adelante exportación, es el régimen aduanero que permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior y no está afectada a tributo alguno.

Las extensiones de cabello Genuine Hair serán enviadas vía Courier para el consumo definitivo en Los Ángeles.

4.6. Gestión aduanera del comercio internacional

Para el caso de Genuine Hair, la gestión aduanera la realizaría la empresa Olva Courier, ya que los productos serían enviados por este medio, ellos se encargan de realizar la siguiente gestión:

1. Llenado del formato de la declaración de exportación de Aduanas.
2. Procesos de Aduanas en Perú.
3. Verificación de la seguridad de los envíos.

4. Conectar con los vuelos más próximos al destino acordado
5. Procesar en destino las mercancías incluido los procesos de descarga y almacenaje.
6. Proceso de Aduanas en destino.
7. Entrega en el punto acordado con el cliente.

La gestión aduanera realizada por Olva Courier se encuentra acorde al Reglamento del régimen aduanero especial de envíos de entrega rápida y otras disposiciones GJA-00.19, el cual es empleado para las empresas de envío Courier, algunas de las características más importantes de este reglamento son las siguientes:

- El envío que realizaría Genuine Hair estaría clasificado como Categoría 3 en donde se encuentran los envíos cuyo valor FOB es menor de 2,000.00 dólares americanos y mayor a 100 dólares americanos.
- Los envíos se realizan a través de una declaración simplificada en aduanas lo cual es realizado y llenado con los documentos solicitados por Olva Courier (factura comercial y declaración de documentación).
- La Administración Aduanera numera declaraciones simplificadas consolidadas únicamente mediante la transmisión del manifiesto provisional o definitivo, según corresponda.
- La empresa solicita la exportación definitiva mediante la transmisión electrónica del manifiesto, siempre que se encuentre sustentada con la información y documentación exigible.
- Los envíos pueden ser destinados a cualquier régimen aduanero, cumpliendo las formalidades establecidas para cada régimen.

- La destinación aduanera de los envíos solicitada por el agente de aduana se efectúa mediante la transmisión electrónica de la declaración aduanera de mercancías o de la declaración simplificada individual, después de la transmisión del manifiesto.
- La empresa solo podrá destinar los envíos consignados a su nombre en el manifiesto de carga.
- Los envíos por este medio no pueden sobrepasar los 7,500 dólares americanos de valor comercial.
- No se pueden realizar envíos de mercadería perecible, congelada o peligrosa.
- La empresa transmite electrónicamente con una anticipación mínima de tres (03) horas antes del término del embarque, la información del manifiesto provisional de acuerdo a lo establecido por la Administración Aduanera. La empresa debe transmitir electrónicamente un solo manifiesto por cada medio de transporte.
- Para la salida al exterior, los envíos deben ingresar a un depósito temporal; el cual debe transmitir electrónicamente la información relativa a la mercancía recibida para su embarque al exterior dentro del plazo de dos (02) horas computado a partir del término de su recepción de acuerdo a la forma y condiciones que establezca la Administración Aduanera.
- Los envíos deben embarcarse en el plazo de tres (03) días calendario computado a partir del día siguiente de la numeración de la declaración simplificada.

- La empresa transmite vía electrónica el manifiesto definitivo, dentro del plazo de dos (02) días calendario computado a partir del día siguiente del término del embarque.

4.7. Gestión de operaciones de exportación: Flujograma

La gestión de operaciones de exportación completa se puede apreciar en el siguiente flujo.



Leyenda:

Gestión directa de Genuine Hair en país de Origen ■

Gestión de Olva Courier en el país de Origen ■

Gestión de Olva Courier en el país de Destino ■

Figura 33: Flujo de exportación hacia Los Ángeles de las extensiones de cabello Genuine Hair.

Fuente: Elaboración propia.

5. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

En el presente capítulo se desarrollan los indicadores financieros que permiten observar la viabilidad del plan el mismo que tiene un TIRE de 68% y un TIRF de 59% asimismo el VANE es de \$89,291.63 y el VANF es de \$83,610.28. Es importante resaltar que para el presente plan se ha considerado el tipo de cambio de 3.266 y los cuadros han sido elaborados en soles y dólares debido a que la adquisición es nacional pero la venta se encuentra en dólares.

5.1. Inversión Fija

Para la inversión fija inicial se han considerado los siguientes elementos, correspondientes a la inversión fija del proyecto.

5.1.1. Activos Tangibles

Tabla 42: Activos Tangibles Genuine Hair.

Activo Tangible				
Concepto	Costo Unitario	Unidades	Costo Total	Costo total dólares
Equipos de cómputo			2,560.90	784.11
Lap Top	1,799.00	1	1,799.00	550.83
Mouse	12.90	1	12.90	3.95
Impresora multifuncional	749.00	1	749.00	229.33
Muebles y enseres			1,434.70	439.28
Mesa	169.00	2	338.00	103.49
Sillas de oficina	59.90	3	179.70	55.02
Sillón de oficina	149.00	1	149.00	45.62
Escritorio	399.00	1	399.00	122.17
Estante	199.00	1	199.00	60.93
Extintor	70.00	1	70.00	21.43
Primeros Auxilios	100.00	1	100.00	30.62
Maquinaria y artefactos			837.00	256.28
Máquina de coser	679.00	1	679.00	207.90
Secadora de cabello	79.00	2	158.00	48.38
Materiales de trabajo			488.40	149.54
Canasta cerrada de plástico pequeña	19.90	3	59.70	18.28
Cesto de plástico grande	59.90	2	119.80	36.68
Tijera para estilista	29.90	5	149.50	45.77
Cepillo de madera	10.00	10	100.00	30.62
Batea	9.90	6	59.40	18.19
TOTAL			5,321.00	1,629.21

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede apreciar en el anterior cuadro el total de los activos tangibles conforman un monto total de \$1,629.21, dicho activo intangible debe encontrarse previo al inicio de las operaciones en la empresa.

5.1.2. Activos Intangibles

Para el caso de los activos intangibles, se consideran todos aquellos que no se pueden percibir físicamente, en este caso, y tomando en cuenta que el proyecto ya se encontraría en marcha el activo tangible lo conformarían las patentes y marcas de Genuine Hair.

Tabla 43: Activos Intangibles Genuine Hair

Activo Intangible				
Concepto	Costo Unitario	Unidades	Costo Total (Soles)	Costo total (Dólares)
Patentes y marcas	576.85	1	576.85	176.62
Total				176.62

Fuente: Elaboración propia.

5.2. Capital de Trabajo

En cuanto al capital de trabajo se define como aquellos recursos que requiere una empresa para poder operar, dichos recursos deben estar disponibles para para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo.

Es por ello que se ha determinado la siguiente tabla en donde se puede observar detalladamente el capital de trabajo necesario para la fabricación de 16 paquetes de 40 unidades cada una de extensiones de cabello Genuine Hair.

Tabla 44: Detalle del Capital de trabajo Genuine Hair.

					Soles	Dólares
Costo de materiales	Costo Unitario	Unidad de medida	Cantidad necesaria	Costo Total	Costo total	Costo total
Materia prima (cabello)	30.00	Por extensión de cabello	40.00	1,200.00	19,200.00	5,878.75
Shampoo	26.90	Unidad	2.00	53.80	860.80	263.56
Acondicionador	14.50	Unidad	2.00	29.00	464.00	142.07
Hilo Negro de Nylon	20.00	Unidad	2.00	40.00	640.00	195.96
Costo de materiales					21,164.80	6,480.34
Costo de viáticos	Costo Unitario	Unidad de medida	Cantidad necesaria	Costo Total	Costo total	Costo total
Pasaje provincia ida	80.00	Unidad	1.00	80.00	1,280.00	391.92
Pasaje provincia vuelta	80.00	Unidad	1.00	80.00	1,280.00	391.92
Alojamiento provincia	40.00	Día	7.00	280.00	4,480.00	1,371.71
Alimentación provincia	15.00	Día	7.00	105.00	1,680.00	514.39
Transportes provincia	15.00	Día	7.00	105.00	1,680.00	514.39
Costo de viático					10,400.00	3,184.32
Costos de Servicios públicos y alquiler	Costo mensual				Costo total	Costo total
Luz	80.00				960.00	293.94
Agua	60.00				720.00	220.45
Internet	109.90				1,318.80	403.80
Costo de operador celular	100.00				1,200.00	367.42
Alquiler	979.80				11,757.60	3,600.00
Costo total servicios públicos y alquiler					15,956.40	4,885.61
Costo de envases y embalajes	Costo unitario	Unidad de medida	Cantidad necesaria	Precio total	Costo total	Costo total
Tubos PVC para envase	2.59	Unidad	40.00	103.60	1,657.60	507.53
Cajas grandes para embalaje	3.35	Unidad	1.00	3.35	53.60	16.41
Burbupack	10.00	Rollo	0.30	3.00	48.00	14.70
Cinta de embalaje	2.00	Unidad	1.00	2.00	32.00	9.80
Costo de envases y embalajes					1,791.20	548.44
Costo de Movilidades				Total	Total	Total Anual
Costo Movilidades				50.00	600.00	183.71
Costos de envío internacional	Costo unitario	Unidad de medida	Cantidad necesaria	Precio total Incluye IGV	Total	Total
Tarifa por transferencia bancaria depósito en cuenta corriente	81.60	Por operación	2.00	163.20	2,611.20	799.51
Costo Flete y Seguro cubiertos por Olva Courier	260.00	Por operación	2.00	520.00	8,320.00	2,547.46
Costos de envío internacional					10,931.20	3,346.97
Gastos Remuneraciones					Costo Remuneraciones	Costo Remuneraciones
Planilla					47,436.80	14,524.43

Terceros					18,076.80	5,534.84
Gastos Remuneraciones					77,513.60	23,733.50
Material de Oficina y Mantenimiento	Costo mensual				Total	Total
Materiales de Oficina	20.00				240.00	73.48
Materiales de Mantenimiento	40.00				480.00	146.97
Total Material de Oficina y Mantenimiento					720.00	220.45

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 45: Determinación final del Capital de trabajo Genuine Hair.

DETERMINACION DEL CAPITAL DE TRABAJO		
Concepto	Soles	Dólares
Costo de materiales	21,164.80	6,480.34
Costo de viáticos	10,400.00	3,184.32
Costo de Servicios públicos y alquiler	15,956.40	4,885.61
Costo de envases y embalajes	1,791.20	548.44
Movilidades	600.00	183.71
Costos de envío internacional	10,931.20	3,346.97
Gastos Remuneraciones	65,513.60	20,059.28
Material de Oficina y Mantenimiento	720.00	220.45
Total	127,077.20	38,909.12

Fuente: Elaboración propia.

5.3. Inversión Total

En cuanto a la inversión total para el inicio de operaciones del negocio se toma en cuenta todo lo necesario para la puesta en marcha, para ello se requiere de todo el activo tangible e intangible, gastos pre operativos, y el capital de trabajo, a

continuación se presenta el detalle de la inversión total para llevar a cabo las operaciones de Genuine Hair.

Tabla 46: Inversión total Genuine Hair.

Inversión total		
Activo Fijo	Soles	Dólares
Equipos de cómputo	2,560.90	784.11
Muebles y enseres	1,434.70	439.28
Maquinaria y artefactos	837.00	256.28
Materiales	488.40	149.54
Total Activo Fijo	5,321.00	1,629.21
Activo Intangible	Soles	Dólares
Patentes y marcas	576.85	176.62
Total Activo Intangible	576.85	176.62
Gastos pre operativos	Soles	Dólares
Constitución de la empresa	900.19	275.62
Marketing y ventas	652.12	199.67
Total gastos pre operativos	1,552.31	475.29
Capital de trabajo	Soles	Dólares
Costo de materiales	21,164.80	6,480.34
Costo de viáticos	10,400.00	3,184.32
Costo de suministros y alquiler	15,956.40	4,885.61
Costo de envases y embalajes	1,791.20	548.44
Movilidades	600.00	183.71
Costos de envío internacional	10,931.20	3,346.97
Gastos Remuneraciones	65,513.60	20,059.28
Material de Oficina y Mantenimiento	720.00	220.45
Total Capital de trabajo	127,077.20	38,909.12
Total de Inversiones	134,527.36	41,190.25

Fuente: Elaboración propia.

5.4. Estructura de Inversión y Financiamiento

Como se ha podido apreciar en la tabla del total de la inversión se requieren de \$ 41,190.25 dólares para el inicio de actividades de Genuine Hair, por tal motivo, se define que la estructura de financiamiento será la siguiente:

Tabla 47: Estructura de Inversión y Financiamiento Genuine Hair.

Estructura de Inversión y Financiamiento	
Aporte del titular	50%
Aporte financiado	50%
Inversión Inicial	\$41,190.25
Total a Financiar	\$20,595.13
Aporte del titular	\$20,595.13

Fuente: Elaboración propia.

Para el financiamiento se considera una TEA de 11.71% del Banco Scotiabank, la deuda total será cancelada en un plazo de 5 años, por tal motivo, se muestran los cuadros de amortización de la deuda para los 5 períodos.

Tabla 48: Tabla de amortización de capital financiado Genuine Hair.

AMORTIZACIÓN (TASA EFECTIVA ANUAL DE 11.71% - BCP)				
MES	CUOTA	INTERES	AMORTIZACION	SALDO
0.00				20,595.13
1.00	5,672.30	2,411.69	3,260.61	17,334.52
2.00	5,672.30	2,029.87	3,642.43	13,692.09
3.00	5,672.30	1,603.34	4,068.96	9,623.13
4.00	5,672.30	1,126.87	4,545.43	5,077.70
5.00	5,672.30	594.60	5,077.70	0.00
Total	28,361.50	7,766.37	20,595.13	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 49: Datos para estructura de Inversión y Financiamiento Genuine Hair.

Datos	
Financiamiento	\$ 20,595.13
N	5.00
TEA BCP	11.71%
R	\$ 5,672.30

Fuente: Elaboración propia.

5.5.Fuentes Financieras y condiciones de crédito

Las fuentes financieras han sido evaluadas en base a la TEA que ofrece cada banco, para ello se ha evaluado que se desea un préstamo para ser cancelado al cabo de 5 años y en base a ello se obtuvo la información de la SBS en donde se muestran las diferentes entidades y sus tasas de interés dirigidas a las microempresas, finalmente, se determinó que el banco con el cual se trabajaría sería Scotiabank por presentar mayor credibilidad y tener una tasa de interés accesible.

Tabla 50: Fuentes financieras para microempresas

Tasa Anual (%)	Continental	Crédito	Financiero	Scotiabank	Interbank	Mibanco
Microempresas	31.93	11.48	14.30	18.85	7.46	28.83
Tarjetas de Crédito	34.71	22.96	43.05	36.51	-	-
Descuentos	16.20	7.97	-	12.51	7.79	-
Préstamos Revolventes	-	-	-	-	7.00	-
Préstamos a cuota fija hasta 30 días	-	-	-	-	-	-
Préstamos a cuota fija de 31 a 90 días	13.00	-	-	-	-	-
Préstamos a cuota fija de 91 a 180 días	-	5.01	-	8.32	-	27.95
Préstamos a cuota fija de 181 a 360 días	28.10	4.00	-	11.71	-	29.23
Préstamos a cuota fija a más de 360 días	-	8.12	11.50	4.67	15.00	-

Fuente: SBS (2018)

5.6. Presupuesto de costos

Para realizar el presupuesto de costos se consideran todos aquellos que figuran en el cuadro de capital de trabajo y activos tangibles e intangibles, adicional a ello se detallan, a continuación, el cálculo del costo de planillas y servicio a terceros y los demás costos no contemplados dentro del capital de trabajo.

Tabla 51: Detalle del cálculo del costo de planillas.

Puesto	ONP Anual	Remuneración neta Anual	Vacaciones (15 días por año) Anual	Aguinaldo Anual	ESSALUD 9% Anual	Costo sueldo base anual(Soles)	Costo Sueldos base anual (Dólares)	Beneficios Sociales Anual (Soles)	Beneficios Sociales Anual (Dólares)
Gerente General	2,496.00	16,704.00	800	150	1,728.00	19,200.00	5,878.75	2,678.00	819.96
Auxiliar de operaciones 1	1,450.80	9,709.20	465	150	1,004.40	11,160.00	3,417.02	1,619.40	495.84
Auxiliar de operaciones 2	1,450.80	9,709.20	465	150	1,004.40	11,160.00	3,417.02	1,619.40	495.84
Total	5,397.60	36,122.40	1,730.00	450.00	3,736.80	41,520.00	12,712.80	5,916.80	1,811.64

Fuente: Elaboración propia

Tabla 52: Detalle del costo de servicios de terceros Genuine Hair.

Servicio de Terceros		
	Anual	
Puesto	Soles	Dólares
Vendedor	15,676.80	4,800.00
Asesor Contable	2,400.00	734.84
Total	18,076.80	5,534.84

Fuente: Elaboración propia

En relación a los cuadros anteriores se muestra el cálculo del costo empresa de la planilla, cabe resaltar que sólo se consideran la remuneración básica, vacaciones, aguinaldo y ESSALUD más no aquellos descuentos de ley aplicables al trabajador, dicha información se ha colocado desglosada a fin de poder tener mayor visibilidad de la distribución del costo.

El segundo cuadro muestra el pago que se realizaría al personal externo que presta servicios para la empresa pero no se encuentran en la planilla de la misma.

El siguiente cuadro muestra todos los costos que no son parte del capital de trabajo, pero que forman parte de la constitución de la empresa.

Tabla 53: Costos pre operativos Genuine Hair.

Concepto	Costo unitario (Soles)	Cantidad	Costo Total (Soles)	Costo Total (Dólares)
Constitución de la empresa y Licencias	900.19	7.00	900.19	275.62
Búsqueda del nombre de la empresa	5.00	1.00	5.00	1.53
Reserva del nombre de la empresa	20.00	1.00	20.00	6.12
Consulta RENIEC	5.19	1.00	5.19	1.59
Derechos registrales	210.00	1.00	210.00	64.30
Gestión registral	60.00	1.00	60.00	18.37
Escritura Pública	500.00	1.00	500.00	153.09
Licencia de Funcionamiento	100.00	1.00	100.00	30.62
Marketing y ventas	538.03	5.00	652.12	199.67
Diseño de página web	500.00	1.00	500.00	153.09
Muestras	38.03	4.00	152.12	46.58

Fuente: Elaboración propia

5.7.Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es aquel que hace referencia al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos, ello supone que en este punto no se encuentra beneficio ni tampoco pérdida. El cálculo de punto de equilibrio en este caso se ha realizado en base a paquetes. A continuación, se muestra el punto de equilibrio para las extensiones de cabello Genuine Hair.

Tabla 54: Datos para el cálculo del punto de equilibrio

Datos	
Precio Dólares	108.66
Costos fijos Dólares	1,081.91
Costos variables Dólares	10.98

Fuente: Elaboración propia

Punto de Equilibrio	=	$\frac{\text{Costos fijos}}{\text{Precio de venta - Costos variables}}$	=	$\frac{1,081.91}{97.68}$	=	11.08
---------------------	---	---	---	--------------------------	---	--------------

Figura 34: Punto de Equilibrio Genuine Hair

Fuente: Elaboración propia

Como se puede apreciar anteriormente el punto de equilibrio se muestra en 11, ello quiere decir que se deben vender 11 unidades de extensiones de cabello por cada caja para no obtener ni ganancia ni pérdida.

5.8. Tributación de la exportación

De acuerdo a la legislación tributaria peruana cuando existe exportación de bienes o servicios, ellos no se encuentran afectos a IGV debido a que se obedece al principio de no exportación de impuestos, por tal motivo, Genuine Hair no considera IGV para la comercialización de los productos.

Por otro lado, Genuine Hair no se acogerá a Drawback.

5.9. Presupuesto de ingresos

Para el presupuesto de los ingresos se consideran todos aquellos relacionados a las ventas los cuales se darán de acuerdo a las cantidades proyectadas de las mismas, se resalta que se no considera un incremento en el precio de venta de 4.99% por el promedio de inflación, además el detalle de la proyección de las unidades de ventas

se puede apreciar en capítulos anteriores durante el desarrollo de la demanda en Marketing Internacional. A continuación, se muestra el presupuesto de los ingresos.

Tabla 55: Presupuesto de ingresos

Presupuesto de ingresos					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades de venta anuales	640.00	720.00	800.00	880.00	960.00
Precio de venta unitario	108.66	114.08	119.77	125.75	132.02
Ventas	69,541.00	82,137.49	95,817.94	110,659.18	126,742.99

Fuente: Elaboración propia

5.10. Presupuesto de egresos

Para el caso del presupuesto de egresos se consideran todos aquellos que formarán parte de los Estados de Resultados de manera anual, pero que no son parte de los costos de ventas, los activos tangibles, intangibles o gastos pre operativo, salvo la depreciación que ellos generen.

En primer lugar, se considera el cálculo de la depreciación de los activos tangibles, el cual se puede apreciar en la siguiente tabla, en la que se puede observar que para el 4to año los equipos de cómputo se terminan de depreciar.

Tabla 56: Presupuesto de depreciación

Presupuesto de Depreciación							
Concepto	% Depreciación	Valor en libros Inicial Dólares	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipos de cómputo	25%	784.11	196.03	196.03	196.03	196.03	0.00
Muebles y enseres	10%	439.28	43.93	43.93	43.93	43.93	43.93
Maquinaria y artefactos	10%	256.28	25.63	25.63	25.63	25.63	25.63
Materiales de trabajo	10%	149.54	14.95	14.95	14.95	14.95	14.95
Total			280.54	280.54	280.54	280.54	84.51

Fuente: Elaboración propia

En segundo lugar se considera el presupuesto de egresos, que son aquellos que serán parte de los gastos luego de la Utilidad bruta.

En el concepto de personal administrativo se considera el costo de las remuneraciones básicas del personal que no forma de la mano de obra, se incluyen también el pago de servicios a terceros. También se considera el costo social, el cual corresponde a los beneficios sociales generados por el personal administrativo.

En el concepto de alquiler se considera todo aquel que no está destinado a la producción el cual es un 30% del espacio total del local.

En cuanto a los costos de servicios son aquellos que no están destinados al costo de producción, también se considera en la fila Otros el costo de materiales de oficina y mantenimiento y las movilidades que no son parte del flete hasta la Agencia Courier.

A continuación, se muestra el presupuesto de los Egresos, en él no se están considerando los gastos financieros anteriormente, debido a que éstos se verán reflejados en el Estados de Ganancias y Pérdidas.

Tabla 57: Presupuesto de Egresos Genuine Hair

Presupuesto de Egresos					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Personal Administrativo	11,413.59	11,983.13	12,581.09	13,208.89	13,868.01
Alquiler	1,080.00	1,133.89	1,190.47	1,249.88	1,312.25
Costo Social	819.96	860.88	903.84	948.94	996.29
Depreciación	280.54	280.54	280.54	280.54	84.51
Servicios	925.54	971.72	1,020.21	1,071.12	1,124.57
Otros	330.68	347.18	364.50	382.69	401.79
Total	14,850.31	15,577.34	16,340.65	17,142.05	17,787.42

Fuente: Elaboración propia

5.11. Flujo de caja proyectado

Dentro del flujo de caja proyectado se han considerado como ingresos, la utilidad neta del Estado de Ganancias y pérdidas, sobre ello se aplican los egresos del pago de capital que correspondan a las amortizaciones. Cabe resaltar que se está considerando Año 0 a la inversión inicial.

Tabla 58: Flujo de caja proyectado Genuine Hair

Flujo de Caja Proyectado						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad		27,520.56	35,245.42	43,672.60	52,854.65	63,040.92
Aporte Titular	20,595.13					
Préstamo Bancario	20,595.13					
Ingresos	41,190.25	27,520.56	35,245.42	43,672.60	52,854.65	63,040.92
Egresos		3,260.61	3,642.43	4,068.96	4,545.43	5,077.70
Total Flujo de Caja	-41,190.25	24,259.95	31,602.99	39,603.64	48,309.22	57,963.22

Fuente: Elaboración propia

5.12. Estado de Ganancias y pérdidas

En el presente Estado de Ganancias y pérdidas se puede observar que tenemos ganancias incrementales a partir del primero año, dicho crecimiento está ligado a la cantidad de ventas proyectadas que se realizaron en base al pronóstico de la demanda y a la cantidad de locales a los cuales se deseaba dirigir.

Tabla 59: Estado de Ganancias y pérdidas Genuine Hair

Estado de Ganancias y pérdidas					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades de venta anuales	640.00	720.00	800.00	880.00	960.00
Precio de venta unitario	108.66	114.08	119.77	125.75	132.02
Costo de venta unitario	38.03	39.93	41.92	44.01	46.21
Ventas	69,541.00	82,137.49	95,817.94	110,659.18	126,742.99
Costo de ventas	24,339.35	28,748.12	33,536.28	38,730.71	44,360.05
Utilidad Operativa	45,201.65	53,389.37	62,281.66	71,928.47	82,382.94
Gastos Administrativos					
Personal Administrativo	11,413.59	11,983.13	12,581.09	13,208.89	13,868.01
Alquiler	1,080.00	1,133.89	1,190.47	1,249.88	1,312.25
Costo Social	819.96	860.88	903.84	948.94	996.29
Depreciación	280.54	280.54	280.54	280.54	84.51
Servicios	925.54	971.72	1,020.21	1,071.12	1,124.57
Otros	330.68	347.18	364.50	382.69	401.79
Gastos Financieros					
Interés del préstamo	2,411.69	2,029.87	1,603.34	1,126.87	594.60
Utilidades Antes de participación e impuestos	27,939.65	35,782.15	44,337.66	53,659.55	64,000.93
Impuesto a la renta (18%)	5,029.14	6,440.79	7,980.78	9,658.72	11,520.17
Utilidad neta del ejercicio	22,910.51	29,341.36	36,356.89	44,000.83	52,480.76

Fuente: Elaboración propia

5.13. Evaluación de la Inversión

5.13.1 Evaluación Económica

Para el caso del cálculo del VANE cuando el Valor del mismo es mayor a 0 significa que el proyecto es viable.

La tasa de mínima de rendimiento a utilizar es de 9.11% equivalente al CPPK. El VANE del presente proyecto es de \$89,291.63.

La TIRE del presente proyecto es de 68% lo cual indica que el proyecto será rentable.

5.13.2 Evaluación Financiera

Para el caso del cálculo del VANF, la tasa mínima de rendimiento aceptable del 8.61% equivalente al Costo de Oportunidad. El VANF del presente proyecto es de \$83,610.28.

Para este caso el TIRF es de 59% lo cual indica que el proyecto es rentable.

5.13.3 Evaluación Social

Al ser el rubro de negocio comercialización de extensiones de cabello 100% virgen y al ser ubicado como un sector de comercialización, este no genera conflictos sociales, por el contrario genera puestos de trabajo y brinda la oportunidad a mujeres peruanas para que puedan generar ingresos sin necesidad de otorgar un producto que haya

pasado por algún proceso de cambio. Por lo tanto, el presente proyecto es viable desde el punto de vista social.

5.13.4 Impacto Ambiental

El rubro del negocio es de fabricación y venta de extensiones de cabello, para las actividades del mismo no es necesario realizar ningún proceso químico o físico que dañe el ambiente o que atente contra la sostenibilidad ambiental futura, por lo tanto, el proyecto es ambientalmente viable.

5.14. Evaluación de costo de oportunidad y capital de trabajo.

El Costo de oportunidad de capital(COK) toma en cuenta el riesgo que se toma al realizar el proyecto en relación a otras actividades que podrían realizarse a la par en este caso, el COK muestra un porcentaje de 8.61%, el cual es menor a la TIR, lo que representa un bajo riesgo en relación a la rentabilidad obtenida. La fórmula para hallar el COK es: $R_f + (\text{Beta} * \text{Prima}) + R_p$

Tabla 60: COK Genuine Hair

COK	Costo de oportunidad de capital	8.61%
Rf	Tasa libre de riesgo	2.97%
β	Beta del sector (Building Materials)	1.11
Rm – Rf	Prima por riesgo de mercado	5.08%
RP	Prima por riesgo país	0.00%

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a la revista Forbes México el Costo Promedio Ponderado de Capital es una medida financiera, la cual tiene el propósito de englobar en una sola cifra expresada en términos porcentuales, el costo de las diferentes fuentes de financiamiento que usará una empresa para fondar algún proyecto en específico. En este caso el nivel de riesgo es de 9.11% lo cual es menor a la TIR, lo que representa la viabilidad del proyecto. La fórmula para hallar el CPPK es:

$$CPPK = \frac{D}{D+E} k_d (1-Tx) + \frac{E}{D+E} k_{proy}$$

Tabla 61: CPPK Genuine Hair

CPPK	Costo Promedio Ponderado de Capital	9.11%
D	Deuda	US\$ 20,595.13
E	Capital propio	US\$ 20,595.13
Kd	Costo de la deuda	11.71%
Tx	Imposición fiscal	18.00%
Kproy	Costo del Capital propio	8.61%

Fuente: Elaboración propia.

5.15. Cuadro de riesgo del tipo de cambio

Para hallar la sensibilidad en cuanto al tipo de cambio se han tomado en cuenta dos escenarios un positivo y uno negativo. En el positivo el tipo de cambio es mayor y en el negativo el tipo de cambio es menor, ello se ha comparado con el escenario previsto en el proyecto tomando en cuenta los ingresos percibidos por año, ello para analizar el impacto.

Se puede observar que de existir un escenario positivo tendríamos mayor rentabilidad en cuanto a ingresos considerando que las obligaciones y compras se realizan en moneda nacional mientras que para el caso del escenario negativo tendríamos menor disposición para poder cubrir ciertos costos en soles, a continuación se muestra el monto que se dejaría de percibir ante los escenarios positivos y negativos.

Tabla 62: Riesgo tipo de cambio.

Producto	Concepto		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Extensiones de cabello 100 % virgen	Unidades		640	720	800	880	960
	Precio Unitario	\$108.66	\$ 69,541.00	\$ 8,233.63	\$86,926.25	\$95,618.88	\$104,311.50
Total soles Escenario Positivo (TC: 3.323)	3.323		231,084.75	259,970.35	288,855.94	317,741.53	346,627.13
Total soles Escenario Actual	3.266		227,120.91	255,511.03	283,901.14	312,291.26	340,681.37
Total Soles Escenario Negativo (3.211)	3.211		223,296.16	251,208.18	279,120.20	307,032.22	334,944.24
Diferencia Escenario Positivo			3,963.84	4,459.32	4,954.80	5,450.28	5,945.76
Diferencia Escenario Negativo			- 3,824.76	4,302.85	4,780.94	5,259.04	5,737.13

Fuente: Sunat tipo de cambio – Elaboración propia

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

1. Se concluye que el haber escogido una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada – E.I.R.L permite que el titular o dueño de la empresa tenga mayor independencia sobre las decisiones del negocio.
2. Se concluye que no existe suficiente información en relación a las extensiones de cabello, lo que dificulta realizar proyecciones más acertadas.
3. Se concluye que las características del consumidor Estadounidense y la cultura de Los Ángeles indican que el producto tendrá acogida para el mercado seleccionado.
4. Se concluye que adquirir el servicio de una empresa Courier para el traslado de la mercancía ayuda a reducir tiempo y esfuerzo.
5. Los resultados del análisis económico y financiero son favorables para la empresa ya que los resultados son los siguientes: TIRE es de 68% y el VANE es de \$89,291.63, además el TIRF es de 59% y el VANF es de \$83,610.28.

6.2. Recomendaciones

1. Se recomienda ser cautelosos en cuanto a los regímenes tributarios que correspondan, ello debido a que ante una expansión de mercado, los ingresos aumentarían y se podría llegar al tope del régimen tributario actual.
2. Se recomienda promover la formalización de los negocios de producción y comercialización de cabello a fin de poder generar una industria más sólida, ello permitiría tener aún más reconocimiento en el exterior.
3. Se recomienda evaluar el Incoterm a aplicarse ante una expansión del mercado luego de los primeros 5 años, ello con la finalidad de reducir costos y responsabilidades.
4. Se recomienda en base a las proyecciones económicas y financieras expandir el mercado a largo plazo, tomando en consideración las nuevas tendencias del mercado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Presidencia del Consejo de Ministros. (s.f.). Portal de Servicios al Ciudadano y Empresas. Recuperado de http://www.serviciosalciudadano.gob.pe/bus/fraMarco.asp?tra_url=6_1_1_0%2Ehtm&id_entidad=10063&id_tramite=48368&tipold=1
2. SUNAT. Iniciando mí negocio. Recuperado de <http://emprender.sunat.gob.pe/como-me-conviene-tributar>
3. SUNAT. (s.f.). Cálculo del monto a pagar en el régimen especial. Recuperado de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/impuesto-a-la-renta-empresas/regimen-especial-del-impuesto-a-la-renta-empresas/2945-calculo-del-monto-a-pagar-en-el-regimen-especial>
4. SUNAT. (s.f.). Régimen Laboral de la Micro y Pequeña empresa. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html>
5. MEP- Mi empresa propia. (s.f.). Empresa Individual de Responsabilidad Limitada E.I.R.L. Recuperado de https://mep.pe/intranetvirtual/Constitucion-y-Fomalizacion/MEP_Constitucion_TramitesLegales_Modalidades-Personas-Juridicas.pdf

6. Diario El peruano. (2007). Normas Legales, Ley Marco de Licencia de Funcionamiento. Recuperado de: http://portal.munilosolivos.gob.pe/portal_muni/download/funciona/12/LEYMARC ODELICENCIADEFUNCIONAMIENTO-LEYN28976.pdf
7. Gobierno del Perú. (2018). Tipos de empresa (Razón social o denominación). Recuperado de <https://www.gob.pe/254-tipos-de-empresa-razon-social-o-denominacion>
8. SUNARP. (s.f.). SID-SUNARP –Constitución de empresa. Requisitos para el cumplimiento del procedimiento registral para el ciudadano. Recuperado de https://sid.sunarp.gob.pe/sid/recursos/Requisitos/requisitos_para_el_cumplimiento.pdf
9. INEI. (2010). Clasificación Industrial Internacional Uniforme. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf
10. MINTRA. (2003). Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa Ley N° 28015. Recuperado de http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf
11. Municipalidad de La Victoria. (s.f.). Plano de Zonificación. Recuperado de <http://www.munilavictoria.gob.pe/gde/docs/zonificacion.pdf>
12. SUNAT. (s.f.). Tratamiento Arancelario por Subpartida Nacional. Recuperado de <http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>

13. Actitud Fem. (s.f.). 10 datos que nadie te había dado sobre el cabello. Recuperado de <http://www.actitudfem.com/belleza/peinados-y-cabello/mascarillas/composicion-del-cabello-humano>
14. Trade Map. (s.f.). Importadores para el producto seleccionado 2016, Producto: 6704. Recuperado de https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3||||6704|||4|1|1|1|1|1|2|1|1
15. Orange Smile. (s.f.). Género de vida de California: tradiciones y costumbres. Recuperado de <http://www.orangesmile.com/guia-turistica/california/tradiciones-2279.htm>
16. United States Census Bureau. (s.f.). U.S. and World Population Clock. Recuperado de <https://www.census.gov/popclock/>
17. Amerin Faq Finder, Census Bureau. (s.f.). Datos económicos y demográficos. Recuperado de <https://factfinder.census.gov/faces/tableservices/jsf/pages/productview.xhtml?src=bkmk>
18. Discover Los Angeles. Cultura en Los Ángeles. Recuperado de <https://es.discoverlosangeles.com/blog/cultura-en-los-angeles>
19. ICEX. (s.f.). ¿Por qué California? ¿Por qué el gran Los Ángeles?. Recuperado de <file:///C:/Users/Giovana%20Toro/Downloads/DAX2017735951.pdf>
20. Trade Map. (s.f.). Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Estados Unidos de América en 2016, Producto: 6704. Recuperado de

https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3|842|||6704||4|1|1|1|1|2|1|1

21. Diario Correo. Peruvian Hair: conoce el negocio del cabello peruano usado por famosas. Recuperado de <https://diariocorreo.pe/ciudad/peruvian-hair-conoce-el-negocio-del-cabello-peruano-usado-por-famosas-video-766073/>
22. Tips de Belleza y Moda.com. (s.f.). ¿Qué son las extensiones de pelo virgen?. Recuperado de <http://tipsdebellezaymoda.com/pelo-virgen/>
23. Tendencias Belleza. Extensiones naturales: descubre de dónde proceden. Recuperado de <https://belleza.tendencias.com/cabello/extensiones-naturales-descubre-de-donde-proceden>
24. Brewer, K. BBC News. De quién es el cabello de las extensiones que tantas famosas (y no tan famosas) usan para abultar sus melenas. Recuperado de <http://www.bbc.com/mundo/noticias-37837681>
25. ElfinHair. (s.f.). Peruvian Hair. Recuperado de https://www.elfinhair.com/c/peruvian-hair_0158/1.html?&Sort=3d
26. His&Her Hair. (s.f.). Hair Extensions. Recuperado de http://www.hisandher.com/dept.phtml?page=1&dept_id=03&show=40&so=3&ga_144=1498&min=299&max=399
27. Samson. (s.f.). Hair Shop. Recuperado de <https://samson-hair-shop.myshopify.com/>
28. Shop Hair Wigs. (s.f.). Remy Hair. Recuperado de http://www.shophairwigs.com/hair-categories-remy-hair?special_price=7%2C100

29. Sidi Beauty. Tipos de extensiones de pelo cosidas. Recuperado de <https://sidibeauty.blogspot.pe/2017/05/tipos-de-extensiones-de-pelo-cosidas.html>
30. Soledad Cabello. (s.f.). Extensiones cosidas. Recuperado de <http://www.extensionesdepelo.com/extensiones-cosidas/>
31. Alibaba. (s.f.). Extensiones de cabello de envases tubo. Recuperado de <https://spanish.alibaba.com/product-detail/hair-extensions-packaging-tube-761656568.html>
32. Tips de Belleza y Moda.com. (s.f.) Los diferentes grados de pelo postizo o extensiones. Recuperado de <http://tipsdebellezaymoda.com/grados-de-pelo-postizo-o-extensiones/>
33. Google Maps. Salones de belleza en Los Ángeles. Recuperado de https://www.google.com.pe/search?sz=12&biw=1366&bih=637&tbm=lcl&ei=O2HNWu6UO8-kzwKvoajwDA&q=salones+de+belleza+los+angeles+estados+unidos+lux+hair&oq=salones+de+belleza+los+angeles+estados+unidos+lux+hair&gs_l=psy-ab.3...0.0.1.2701.0.0.0.0.0.0.0.0.0.0.0...0...1c..64.psy-ab..0.0.0....0.SrxM_uZMdM4#rifi=hd;:si:2197893031062970986;mv:!1m3!1d4751.327550999688!2d-118.30512645318595!3d34.062557926569646!3m2!1i401!2i552!4f13.1
34. United States Census Bureau. E-Stats 2015: Measuring the Electronic Economy. Recuperado de <https://www.census.gov/content/dam/Census/library/publications/2017/econ/e15-estats.pdf>

35. Panamericana Televisión. El mercado de extensiones: una nueva alternativa para el cambio de look [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=Ww1L2d-H3Rc>
36. Glamazontay. (01 de Agosto del 2017). GRWM HAIR TALK ON THE MOST REQUESTED HAIR | elfin PERUVIAN VIRGIN HAIR [Archivo de video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=FKR_FhneCOE
37. Latina. (02 de Febrero del 2014). El 'boom' del cabello peruano en el extranjero [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=bpoGjyrSDxl>
38. América Televisión – Magazines. (16 de Agosto del 2013). A las Once- El negocio del cabello natural- 05/08/13 [Archivo de video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=e__gav_2_Q8
39. Enemigos Públicos. (04 de Febrero del 2014). El increíble negocio de la compra y venta de cabello en Lima [Archivo de video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=FR5RP1_Jq0Q&t=68s
40. JourneyTo WaistLength. (22 de Mayo del 2014). Peruvian Hair vs Malaysian Hair | HairAllYours [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=6Vicj5TnU90>
41. Sincerely Ty Taylor. Unboxing Peruvian Body Wave | Elfin Hair *this hair tho* [Archivo de video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=FP4mv_36Tgc
42. VanityLocksRealHair. The difference between Peruvian hair and Brazilian hair by vanity locks on the Sporah Show [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=Dqhzjwq4M8A>

43. Lizlizlive. Virgin Peruvian Hair Extensions| My Experience + Hair Care [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=vd9CVnqt70Q>
44. Shirley B. Eniang. 4 Week Peruvian Hair Extensions Update [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=peepTrNP6UE>
45. Diseño de envases y embalajes. (s.f.). Funciones del envase. Recuperado de <http://disenodeenvasesyembalajes.blogspot.pe/2011/10/funciones-del-envase.html>
46. Alibaba. (s.f.). Modelos de envases. Recuperado de https://www.alibaba.com/product-detail/fashion-clear-plastic-tube-packaging-for_1746076577.html?spm=a2700.icbuShop.maylikever.1.50f338f6jGdwPW
47. Alibaba. (s.f.). Modelos de envases. Recuperado de <https://spanish.alibaba.com/p-detail/customized-design-bag-for-south-american-hair-luxury-bag-and-hanger-60484122884.html?spm=a2700.7787058.0.0.QHFyVM>
48. Alibaba. (s.f.). Modelos de envases. Recuperado de <https://spanish.alibaba.com/product-detail/hot-sale-exquisite-packaging-for-hair-extensions-664714157.html>
49. Guia2. Distribución y Logística. Recuperado de <http://guia2un.blogspot.pe/2013/08/punto-2.html>
50. Tottus. (s.f.). Precios de insumos. Recuperado de <http://www.tottus.com.pe/tottus/search?Ntt=shampoo+head+>
51. Mercado Libre. (s.f.). Precios de materiales. Recuperado de https://articulo.mercadolibre.com.pe/MPE-426552332-tijera-de-acero-peluqueria-barberia-entresacadora-filo-dulce-_JM

52. Sally Beauty. (s.f.). Precios de materiales. Recuperado de http://www.sallybeautyperu.com/es_PE/cepillo-de-madera/SBS-217004.html
53. Mercado Libre. (s.f.). Precios de Maquinaria. Recuperado de https://articulo.mercadolibre.com.pe/MPE-428428486-maquina-coser-singer-mod-2250-s-679-_JM
54. Mercado Libre. (s.f.). Precios de materiales. Recuperado de https://articulo.mercadolibre.com.pe/MPE-420830990-agujas-para-maquinas-de-coser-singer-a-75-soles-_JM
55. Olva Courier. (s.f.). Correcto embalaje de paquetes. Recuperado de https://www.olvacourier.com/file/2017/10/banner_2x1.jpg
56. Olva Courier. (s.f.). Preguntas frecuentes. Recuperado de <https://www.olvacourier.com/preguntas-frecuentes/#1484247983065-783723f2-bfc1>
57. Santander Trade Portal. (s.f.). Estados Unidos: Empaques y normas. Recuperado de <https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/estados-unidos/empaques-y-nomas>
58. Peruana de embalajes SAJIM E.I.R.L. (s.f.). Consulta de embalajes. Recuperado de <http://www.gruposajim.com/>
59. Mercado Libre. (s.f.). Precio de embalajes 1. Recuperado de https://articulo.mercadolibre.com.pe/MPE-425085144-burbupack-peru-burbujas-metalizadas-aluminizadas-plasticas-_JM
60. Mercado Libre. (s.f.). Precio de embalajes 2. Recuperado de https://articulo.mercadolibre.com.pe/MPE-423487467-cajas-de-carton-corrugado-a-medida-_JM


61. SUNAT. (2009). Exportación definitiva, Procedimiento General. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/exportacion/exportac/procGeneral/despa-pg.02.htm>
62. SUNAT. (2009). Reglamento del régimen aduanero especial de envíos de entrega rápida y otras disposiciones. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/normasadua/normasociada/gja-00.19.htm>
63. Via BCP. (s.f.). Tasas y tarifas BCP. Recuperado de <https://ww3.viabcp.com/tasasytarifas/TarifasDetalle.aspx?ASEC=2&S=6&PCTAR>
64. Forbes. (2013). ¿Qué uso tiene y cómo se calcula el Costo de Capital Promedio Ponderado?. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/que-uso-tiene-y-como-se-calcula-el-costo-de-capital-promedio-ponderado/>
65. Prompex. (2008). El mercado de Estados Unidos. Recuperado de <http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=A0E07CA8-6796-45A3-A36B-B7A633E9F16D.PDF>
66. Prompex. (s.f.). Medios de pago Internacionales. Recuperado de <http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=5676080F-A6D9-4188-9215-C83D875051D1.PDF>


ANEXOS

Anexo 1. Plano de Zonificación de Empresas en la Municipalidad de La Victoria.



Anexo 2: Ficha técnica comercial.

Ficha técnica comercial		
Genuine Hair	Empresa Peruana dedicada a la fabricación y venta de extensiones de cabello 100% virgen peruano, ofreciendo calidad, naturalidad y estilo.	
Descripción del producto	Extensiones de cabello 100% peruano, de color negro, natural, laceo, de textura sedosa y de 26" de largo por 20" de ancho, en presentación de cortinas tejidas.	
Necesidad por satisfacer	Mujeres con necesidad de mejorar su apariencia y buscar estilo y belleza.	

Commercial technical file		
Genuine Hair	Peruvian company dedicated to the manufacture and sale of 100% virgin Peruvian hair extensions, offering quality, naturalness and style.	
Descripción del producto	Extensions of 100% Peruvian hair, black color, streight, silky texture and 26" large, in presentation of Tissue Closure.	
Necesidad por satisfacer	Women with a need to improve their appearance, style and beauty.	

Características de Genuine Hair		Characteristics of Genuine Hair	
Material	Cabello humano 100% peruano	Material	100% Peruvian human hair
Tipo de extensión	Cortinas tejidas	Type of extensions	Tissue closure
Unidad de venta	Por cortina de cabello	Sales unit	Unit of bundle
Dimensiones	26" largo x 20" ancho	Dimensions	26"large x 20 " width
Duración	1 año aproximadamente	Life time	1 year
Textura	Lacea y sedosa.	Texture	Straight and Silky
Color	Negro.	Color	Black
Teñido	Se puede aplicar	Dyed	Can be Dyed and bleached
Exposición a máquinas de calor	Se puede aplicar	Ironing	Can use flat irons
Lugar de origen	Perú	Birthplace	Perú
Empaque	Tubos de Plástico transparente Negro	Package	Plastic tubes
Calidad del cabello	7A	Quality	7A
Peso	0.23 lbs, 105 grms	Weight	0.23 lbs, 105 grms
Cuidados a realizar	Lavar y acondicionar constatemente a fin de garantizar la durabilidad del producto	Care	have to use shampoo and conditioner fairly for a better durability

Anexo N° 3: Cotización internacional extensiones de cabello Genuine Hair

Genuine Hair E.I.R.L.
 Jr. Alberto Barton 168 Santa Catalina, La Victoria, Lima-Perú
 Phone Number (+51) 980482508
 E- mail: genuinehair@tcph.com



EXPORT QUOTATION WORKSHEET

Date prepared	2018-05-03
Product	Peruvian Hair Extensions, 100% Virgin Dimensions: 26" L x 20" W" W: 0.23lbs. Color: Black Sales Unit: Unit of Bundle Life Time: 1 year Texture: Straibt hair, Silky First Package: Plastic Tubes Quality: 7A
Harmonized System Code	6740.20.00.00
Presentation	Unit of hair extension per package
Quantity	40 units
Customer	Studio DNA – Hollywood – Beauty Salon
Country Destination	United States of America
Terms Of Payment	T/T 50% to the order and 50% in the time of delivery to Olva Courier
Terms Of Sale	Minimum 40 units per shipping
Place Of Delivery	151 South La Brea Ave, Los Angeles, CA 90036, EE. UU.
Delivery Time	7 tool days after to the order and first payment
Packed Dimensions	30 H cm x 45cm L x 45cm W
Packed Weight	4.70 kg - 10.36lbs
Mode Of Transport	To Olva Courier – Air.
Price Cjn USD per unit	108.66

Kind regards,

Giovana Toro Castañeda
 CEO Genuine Hair

Anexo N° 4: Modelo de Comercial Invoice (Factura comercial)

COMMERCIAL INVOICE								
Exporter: Genuine Hair E.I.R.L. Jr. Alberto Barton 168 Santa Catalina La Victoria 15034, Lima - United States P. (+511) 980482508			Invoice No. & Date: EXP 001/05-2018 05-MAY-2018		Buyers Order No. & Date: IMP001 04-MAY-2015			Incoterm: CIP
Consignee: Studio DNA Hollywood INC. 151 South La Brea Ave Los Angeles, CA 90036, EE. UU P. 3239393444								
Pre-carriage By AIR	Place of Receipt		Country of origin PERU		Country of destination UNITED STATES			
AIR Details SENT BY OLVA COURIER		Port of Loading JORGE CHAVEZ INTERNATIONAL		Payment Terms: T/T 50% to the order and 50% in the time of delivery to Olva Courier				
Port of Discharge LOS ANGELES INTERNATIONAL AIRPORT		Final Destination LOS ANGELES						
Boxes Marks	Numbering	Number	Description of Goods	Quantity	Presentation	CIP Price	Total CIP	
Container No.	of the boxes	of Boxes				USD	USD	
Genuine Hair E.I.R.L.	1 to 1	1	Hair Extensions of 100% virgin Peruvian Hair Color black Contains in plastic tubes Bundle large 26", width 20", weight 0.23 lbs For beauty use	40	Units	108.66	4,346.40	
						TOTAL CIP	4,346.40	
AMOUNT CHARGEABLE (IN WORDS): One thousand five hundred seventy nine and 51/100 dollars								
Manufacturer: Genuine Hair E.I.R.L.								
Total Net Wt: 4.20 KG								
Total Gross Wt: 4.70 KG								
WE HEREBY CERTIFY THAT THE GOODS ARE OF US ORIGIN								
WE DECLARE THAT THIS PACKING LIST SHOWS THE CORRECT SPECIFICATION OF GOODS DESCRIBED AND THAT ALL PARTICULARS ARE TRUE AND CORRECT								

Anexo N°6: Modelo de contrato de compraventa internacional

CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte: Studio DNA Hollywood Beauty Salon, empresa constituida bajo las leyes de los Estados Unidos de América, debidamente representada por, con Documento de Identidad N°, domiciliado en su Oficina principal ubicado en, a quien en adelante se denominará EL COMPRADOR y, de otra parte GENUINE HAIR E.I.R.L., inscrito en la Partida N° Del Registro de Personas Jurídicas de la Zona Registral N°, debidamente representado por su Gerente General don Giovana Toro Castañeda, identificado con DNI N° 47609564 Y señalando domicilio el ubicado en Calle Jr. Alberto Barton, N° 168, Urbanización Santa Catalina, distrito de La Victoria, provincia y departamento de Lima, República del Perú, a quien en adelante se denominará EL VENDEDOR, que acuerdan en los siguientes términos:

GENERALIDADES

CLAUSULA PRIMERA:

1.1. Las presentes Condiciones Generales se acuerdan en la medida de ser aplicadas conjuntamente como parte de un Contrato de Compraventa Internacional entre las dos partes aquí nominadas.

En caso de discrepancia entre las presentes Condiciones Generales y cualquier otra condición Específica que se acuerde por las partes en el futuro, prevalecerán las condiciones específicas.

1.2. Cualquier situación en relación con este contrato que no haya sido expresa o implícitamente acordada en su contenido, deberá ser gobernada por:

a) La Convención de las Naciones Unidas sobre la Compraventa Internacional de Productos (Convención de Viena de 1980, en adelante referida como CISG, por sus siglas en Ingles) y,

b) En aquellas situaciones no cubiertas por la CISG, se tomará como referencia la ley del País donde el Vendedor tiene su lugar usual de negocios.

1.3. Cualquier referencia que se haga a términos del comercio (Como FOB, CIP, EXW, FCA, etc.) estará entendida en relación con los llamados Incoterms, publicados por la Cámara de Comercio Internacional.

1.4. Cualquier referencia que se haga a la publicación de la Cámara de Comercio Internacional, se entenderá como hecha a su versión actual al momento de la conclusión del contrato.

1.5. Ninguna modificación hecha a este contrato se considerará válida sin el acuerdo por escrito entre las Partes.

CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

CLAUSULA SEGUNDA:

2.1. Es acordado por las Partes que EL VENDEDOR venderá los siguientes productos: Extensiones de cabello 100% virgen peruano, con unidad de medida de unidad de cortina de cabello, para fines estéticos y de peluquería y características determinadas en la cotización internacional. y EL COMPRADOR pagará el precio total de la mercadería, bajo las condiciones de pago del presente contrato.

2.2. Los envases y embalajes serán proveídos por parte de EL VENDEDOR, siendo este responsable por el buen envasado y embalado para mantener la mercadería en las mismas condiciones de fabricación.

PLAZO DE ENTREGA

CLAUSULA TERCERA:

EL VENDEDOR se compromete a realizar la entrega de periodo de 7 días calendario luego de recibidas las órdenes de compra por parte del comprador.

PRECIO

CLAUSULA CUARTA:

Las Partes acuerdan el precio de \$ 4,346.40 (Cuatro mil cuatrocientos cuarenta y seis con 40/100 dólares americanos) por el envío de los productos de conformidad con la cotización internacional recibida por el comprador y aceptada vía correo.

El precio ofrecido con mayor frecuencia es sobre la base del Incoterms CIP (“Cost, Insurance Paid to”) el envío se realizará a través de la empresa Olva Courier S.A.C. para envíos express. Se incluye Flete y seguro.

CONDICIONES DE PAGO

CLAUSULA QUINTA:

Las Partes han acordado que el pago del precio o de cualquier otra suma adecuada por EL COMPRADOR a EI VENDEDOR deberá realizarse por pago adelantado

equivalente al CINCUENTA PORCIENTO (50 %) de la cantidad debitada para el comienzo de la preparación de la orden, y el restante CINCUENTA PORCIENTO (50 %) en un plazo no mayor a un día luego de la entrega en la Agencia de Olva Courier S.A.C. previo envío por parte del COMPRADOR a el VENDEDOR de la guía Courier via correo electrónico.

Las cantidades adeudadas serán acreditadas, salvo otra condición acordada, por medio de transferencia Internacional a la cuenta del Banco de Crédito del Perú el cual corresponde al país de origen, y EL COMPRADOR considerara haber cumplido con sus obligaciones de pago cuando las sumas adecuadas hayan sido recibidas por el Banco de EL VENDEDOR y este tenga acceso inmediato a dichos fondos.

INTERES EN CASO DE PAGO RETRASADO

CLAUSULA SEXTA:

Si una de las Partes no paga las sumas de dinero en la fecha acordada, la otra Parte tendrá derecho a intereses sobre la suma por el tiempo que debió ocurrir el pago y el tiempo en que efectivamente se pague, equivalente al 5 POR CIENTO (5 %) por cada día de retraso, hasta un máximo por cargo de retraso de DIEZ PORCIENTO (10 %) del total de este contrato.

RETENCION DE DOCUMENTOS

CLAUSULA SEPTIMA:

Las Partes han acordado que los productos deberán mantenerse como propiedad de EL VENDEDOR hasta que se haya completado el pago del precio por parte de EL COMPRADOR.

TERMINO CONTRACTUAL DE ENTREGA

CLAUSULA OCTAVA:

El VENDEDOR entregará la mercadería en el local del COMPRADOR ubicado en el domicilio que se indica en el presente contrato, el pago del flete y seguro internacional estará a cargo del VENDEDOR.

La transmisión de los riesgos se realiza del VENDEDOR hacia el COMPRADOR al momento de la entrega de la mercancía a la agencia Olva Courier.

La gestión documentaria de exportación la realizará el VENDEDOR, los impuestos que se puedan incurrir en destino serán asumidos por el COMPRADOR.

El envío se realizará a través de la empresa Olva Courier S.A.C., el responsable de la supervisión del envío es EL VENDEDOR.

RETRASO DE ENVIOS

CLAUSULA NOVENA:

EL COMPRADOR tendrá derecho a reclamar a EL VENDEDOR el pago de daños equivalente al 0,5 % del precio de los productos por cada semana de retraso, a menos que se comuniquen las causas de fuerza mayor por parte del EL VENDEDOR a EL COMPRADOR.

INCONFORMIDAD CON LOS PRODUCTOS

CLAUSULA DECIMA:

EL COMPRADOR examinará los productos tan pronto como le sea posible luego de llegados a su destino y deberá notificar vía correo electrónico a EL VENDEDOR cualquier inconformidad con los productos dentro de 3 días calendario desde la fecha en que EL COMPRADOR reciba físicamente la mercadería y deberá probar a EL VENDEDOR que dicha inconformidad con los productos es la sola responsabilidad de EL VENDEDOR.

En cualquier caso, EL COMPRADOR no recibirá ninguna compensación por dicha inconformidad, si falla en comunicar al EL VENDEDOR dicha situación dentro de los 3 días calendario contados desde la fecha en que el comprador reciba físicamente la mercadería.

Los productos se recibirán de conformidad con el Contrato a pesar de discrepancias menores que sean usuales en el comercio del producto en particular.

Si dicha inconformidad es notificada por EL COMPRADOR, EL VENDEDOR deberá tener las siguientes opciones:

a). Reemplazar los productos por productos sin daños, sin ningún costo adicional para EL COMPRADOR; o.

b). Reintegrar a EL COMPRADOR el precio pagado por los productos sujetos a inconformidad.

CASO FORTUITO DE FUERZA MAYOR

CLAUSULA DECIMO SEGUNDA:

No se aplicará ningún cargo por terminación ni a EL VENDEDOR ni a EL COMPRADOR, ni tampoco ninguna de las partes será responsable, si el presente acuerdo se ve forzado a cancelarse debido a circunstancias que razonablemente se consideren fuera de control de una de las partes.

La parte afectada por tales circunstancias deberá notificar inmediatamente a la otra parte.

ENCABEZADOS

CLAUSULA DECIMO TERCERA:

Los encabezados que contiene este acuerdo se usan solamente como referencia y no deberán afectar la interpretación del mismo.

NOTIFICACIONES

CLAUSULA DECIMO QUINTA:

Todas las notificaciones realizadas en base al presente acuerdo deberán constar por escrito y ser debidamente entregadas por correo certificado, con acuse de recibo, a la dirección de correo electrónica de la otra parte mencionada anteriormente o a cualquier otra dirección de correo electrónico que la parte haya, de igual forma, designado por escrito a la otra parte.

DOCUMENTACIÓN

CLAUSULA DECIMO SEXTA:

El VENDEDOR es el responsable de la emisión de la factura comercial y declaración de contenido y embalaje, solicitado por OLVA Courier S.A.C. para el envío de la mercadería.

OLVA Courier S.A.C.es responsable de la emisión de los documentos de despacho aduanero y trámites de envío hacia el lugar de destino.

El VENDEDOR es responsables del seguimiento de la correcta gestión de envío realizado por OLVA Courier. S.A.C.

ACUERDO INTEGRAL

CLAUSULA DECIMO SEPTIMA:

Este acuerdo constituye el entendimiento integral entre las partes.

No deberá realizarse cambios o modificaciones de cualquiera de los términos de este contrato a menos que sea modificado por escrito y firmado por ambas Partes.

En señal de conformidad con todos los acuerdos pactados en el presente contrato, las partes suscriben este documento, a los 05 Días del mes de Mayo 2018.

.....

EL VENDEDOR

.....

EL COMPRADOR