



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

**IMPORTACIÓN DE CHINA DE PROTECTORES DE
CELULAR ECOLÓGICOS BIODEGRADABLES PARA
SU VENTA A PERSONAS DE LOS DISTRITOS
MIRAFLORES, SAN ISIDRO, SAN BORJA,
SANTIAGO DE SURCO Y LA MOLINA**

**PRESENTADO POR
PAUL MARTIN LINARES CÁRDENAS**

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

LIMA – PERÚ

2021



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

El autor 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/>



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**IMPORTACIÓN DE CHINA DE PROTECTORES DE CELULAR
ECOLÓGICOS BIODEGRADABLES PARA SU VENTA A PERSONAS DE
LOS DISTRITOS MIRAFLORES, SAN ISIDRO, SAN BORJA, SANTIAGO DE
SURCO Y LA MOLINA**

Presentado por:

Bachiller: Paul Martin Linares Cárdenas

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

Lima - Perú

2021

DEDICATORIA

A mi madre, por su
apoyo incondicional durante la realización del proyecto

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi familia y amigos, quienes me ayudaron aclarando dudas respecto a temas afines a sus profesiones o trabajo, que sirvieron para la realización del presente proyecto.

Tabla de Contenido

1.- ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN	12
2.- ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	13
2.1. Nombre o razón social.....	13
2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU)	14
2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial.....	15
2.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha.....	18
2.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características.	21
2.6. Estructura Orgánica	23
2.7. Cuadro de asignación de personal.	29
2.8. Forma Jurídica Empresarial.....	30
2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI	32
2.10. Requisitos y Trámites Municipales	34
2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades	35
2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).....	38
2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.....	39
2.14. Modalidades de Contratos Laborales.	41
2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.	44
3.- PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL.....	45
3.1. Identificación, descripción y justificación del producto a importar	45
3.1.1 Clasificación arancelaria (en ambos países).....	46
3.1.2 Ficha técnica comercial.....	48
3.1.3 Ecuación de valor para el mercado nacional.....	49
3.1.4 Determinación de la marca a usar	50
3.2 Investigación de mercado objetivo.....	51
3.2.1 Segmentación de mercado objetivo (macro y microsegmentación).....	51
3.2.2 Definición del perfil del consumidor.....	62
3.2.3 Medición del mercado objetivo.....	65
3.3 Análisis de oferta y demanda en el mercado	66
3.3.1 Análisis de oferta	66
3.3.2 Análisis y cálculo de la demanda	69
3.3.3 Análisis de competitividad y benchmark.....	75
3.3.4 Análisis de precio de importación (compra).....	77
3.3.5 Análisis y determinación de formas de distribución	78
3.3.6 Análisis del entorno.....	79

3.3.6.1 Macro ambiente	79
3.3.6.2 Micro ambiente	83
3.4. Estrategias de venta y distribución nacional	85
3.4.1. Estrategias de segmentación	85
3.4.2. Estrategias de posicionamiento	87
3.4.3. Estrategias de ingreso al mercado	88
3.4.4. Estrategias de distribución comercial	89
3.4.5. Estrategias de branding	90
3.5. Estrategias de promoción nacional.....	91
3.5.1. Establecer los mecanismos y definir estrategias de promoción, incluida promoción de ventas	91
3.5.2. Propuesta de valor.....	92
3.5.3. Estrategias de marketing digital y uso del e-commerce.....	93
3.6. Políticas de estrategias de precio	97
4.- PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL.....	100
4.1. Envases, empaques y embalajes	100
4.2. Diseño del rotulado y marcado	103
4.2.1 Diseño del rotulado	103
4.2.2 Diseño del marcado	104
4.3. Unitarización y cubicaje de la carga	106
4.4. Cadena de DFI de exportación/importación.....	109
4.5. Seguro de las mercancías	118
5.- PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL	120
5.1.- Fijación de precios	120
5.1.1 Costos y precio	120
5.1.2 Cotización internacional.....	124
5.2.- Contrato de compra venta internacional y sus documentos.....	125
5.3 Elección y aplicación del Incoterm.....	126
5.4.- Determinación del medio de pago y cobro	128
5.5.- Elección del régimen de importación	131
5.6.- Gestión aduanera del comercio internacional.....	133
5.7.- Gestión de las operaciones de importación: Flujo grama	137
5.8.- Gestión de las operaciones de producción del bien o servicio a ejecutar: Flujo Grama.....	138
6.- PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	139
6.1 Inversión Fija.....	139
6.1 1 Activos tangibles	139
6.1.2 Activos intangibles	140

6.2. Capital de Trabajo	141
6.3. Inversión Total.....	143
6.4. Estructura de Inversión y Financiamiento	144
6.5. Fuentes financieras y condiciones de crédito	144
6.6. Presupuesto de costos	147
6.7. Punto de Equilibrio	151
6.8. Tributación de la importación.....	152
6.9. Presupuesto de ingresos.....	153
6.10 Presupuesto de egresos.....	155
6.11. Flujo de caja proyectado	157
6.12. Estado de Ganancias y Pérdida	160
6.13 Evaluación de la Inversión.....	161
6.13.1.- Evaluación Económica.....	161
6.13.2. Evaluación Financiera.....	162
6.13.3. Evaluación social	163
6.13.4 Impacto ambiental.....	164
6.14.-Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo	166
6.15.-Cuadro de riesgo del tipo de cambio	166
7.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	168
7.1.- Conclusiones.....	168
7.2.- Recomendaciones.	170
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	171
ANEXO 1 – FORMULARIO SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA.....	175
ANEXO 2 – SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA DE PRODUCTO	176
ANEXO 3 - SOLICITUD DECLARACIÓN JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	178
ANEXO 4.....	180
ANEXO 5.....	183
ANEXO 6 - BUYER PERSONA	188
ANEXO 7 - TABULACIÓN DE RESULTADOS ENCUESTA	189
ANEXO 8 - CONTRATO DE COMPRA-VENTA INTERNACIONAL	190

Índice de Tablas

Tabla 1: Clasificación Industrial Internacional Uniforme de ECOPROTECT S.A.C	15
Tabla 2: Opciones de distritos para ubicación de la empresa	15
Tabla 3: Método de factores ponderados para elección de la ubicación	16
Tabla 4: Características de la micro, pequeña y mediana empresa	22
Tabla 5: Perfil del Gerente General.....	25
Tabla 6: Perfil del Contador	26
Tabla 7: Perfil del Asistente de Marketing y Community manager.....	26
Tabla 8: Perfil del Vendedor.....	27
Tabla 9: Perfil del Asistente de Logística y Comercio Exterior	28
Tabla 10: Perfil del Asistente de TI	28
Tabla 11: Asignación del personal	29
Tabla 12: Características de los principales tipos de empresas	30
Tabla 13: Aporte de los socios.....	32
Tabla 14: Regímenes tributarios para personas jurídicas	36
Tabla 15: Componentes de la Planilla Electrónica	38
Tabla 16: Regímenes Laborales	39
Tabla 17: Tipos de contratos de ECOPROTECT S.A.C	42
Tabla 18: Clasificación de partida arancelaria.....	46
Tabla 19: Gravámenes vigentes	47
Tabla 20: Convenio Vigente	47
Tabla 21: Ficha Técnica	48
Tabla 22: Principales países exportadores mundiales de la Partida Arancelaria 3926.90 (Unidad: Dólar Americano miles).....	52
Tabla 23: Principales países exportadores al Perú de la Partida Arancelaria 3926.90 (Unidad: Dólar Americano miles).....	52
Tabla 24: Opciones de países proveedores de ECOPROTECT S.A.C	53
Tabla 25: Evaluación del país proveedor de ECOPROTECT S.A.C.....	54
Tabla 26: Población en el Perú- Censo 2017	55
Tabla 27: PBI por tipo de gasto (Variaciones porcentuales reales)	57
Tabla 28: Distribución poblacional	61
Tabla 29: N° de personas por rango de edad, según NSE por distrito	66
Tabla 30: Principales países exportadores mundiales de la Partida Arancelaria 3926.90 (Unidad: Dólar Americano miles)	67
Tabla 31: Principales países exportadores mundiales de la Partida Arancelaria 3926.90 (Unidad: Toneladas)	67
Tabla 32: Principales importadores en el Perú de la Partida Arancelaria 3926.90	68
Tabla 33: Principales países exportadores al Perú de la Partida Arancelaria 3926.90 (Unidad: Dólar Americano miles)	69
Tabla 34: Principales países exportadores al Perú de la Partida Arancelaria 3926.90 (Unidad: Toneladas)	70
Tabla 35: Importaciones anuales del Perú de la Partida Arancelaria 3926.90.....	71
Tabla 36: Método de mínimos cuadros	71
Tabla 37: Pronóstico de la demanda.....	72
Tabla 38: Crecimiento porcentual del mercado.....	74
Tabla 39: Demanda proyectada para ECOPROTECT S.A.C	75
Tabla 40: Principales dos importadores del Perú de la Partida Arancelaria 3926.90... 75	

Tabla 41: Evaluación de los principales dos importadores del Perú de la Partida Arancelaria 3926.90.....	75
Tabla 42: Matriz FODA-Externo.....	79
Tabla 43: Matriz FODA- Interno.....	81
Tabla 44: Información técnica de las bolsas de OPP /CPP polipropileno.....	101
Tabla 45: Información técnica de las cajas de cartón corrugado.....	103
Tabla 46: Cubicaje de la importación.....	108
Tabla 47: Comparativo de proveedores potenciales.....	110
Tabla 48: Evaluación de los proveedores potenciales.....	111
Tabla 49: Comparativo de Agentes de Carga.....	113
Tabla 50: Comparativo de Agentes de Aduanas.....	116
Tabla 51: Cuantificación de tiempos de la cadena DFI de ECOPROTECT S.A.C.....	117
Tabla 52: Resumen de costos de la cadena DFI de ECOPROTECT S.A.C.....	117
Tabla 53: Opciones de seguro DOOR to DOOR.....	119
Tabla 54: Precios de venta de los principales competidores.....	120
Tabla 55: Costeo de importación en dólares de ECOPROTECT S.A.C.....	121
Tabla 56: Costo fijo total de ECOPROTECT S.A.C.....	122
Tabla 57: Costo variable total de ECOPROTECT S.A.C.....	123
Tabla 58: Costo total de ECOPROTETC S.A.C.....	123
Tabla 59: Cálculo del precio de venta de ECOPROTECT S.A.C.....	123
Tabla 60: Comparativo de cotizaciones de potenciales proveedores.....	124
Tabla 61: Comparación cualitativa Incoterms FOB - CFR.....	126
Tabla 62: Comparativo de bancos para transferencias al exterior.....	130
Tabla 63: Activos fijos tangibles.....	139
Tabla 64: Activos fijos intangibles.....	140
Tabla 65: Capital de trabajo.....	141
Tabla 66: Inversión total.....	143
Tabla 67: Estructura de financiamiento.....	144
Tabla 68: Comparativo de préstamos de capital de trabajo.....	144
Tabla 69: Flujo de caja de deuda.....	146
Tabla 70: Costo de importación.....	147
Tabla 71: Presupuesto de costos de producto.....	148
Tabla 72: Presupuesto de gastos de personal.....	149
Tabla 73: Presupuesto de materiales indirectos.....	149
Tabla 74: Presupuesto de gastos fijos.....	149
Tabla 75: Presupuesto de gastos administrativos.....	150
Tabla 76: Presupuesto de gastos de ventas.....	150
Tabla 77: Costos totales.....	151
Tabla 78: Estructura del precio.....	151
Tabla 79: Tributos de la importación.....	152
Tabla 80: Proyectado de ventas.....	153
Tabla 81: Depreciación de activos tangibles.....	153
Tabla 82: Amortización de activos intangibles.....	154
Tabla 83: Inversiones, costos y crédito fiscal.....	155
Tabla 84: Tasa de inflación 2015-2019.....	155
Tabla 85: Proyectado de costo de ventas.....	156
Tabla 86: Proyectado de costos indirectos.....	156
Tabla 87: Flujo de caja Económico.....	158
Tabla 88: Flujo de caja Financiero.....	159
Tabla 89: Estado de ganancias y pérdidas.....	161
Tabla 90: Flujo de caja económico.....	162

Tabla 91: Resultados económicos	162
Tabla 92: Flujo de caja financiero	163
Tabla 93: Resultados financieros.....	163
Tabla 94: Análisis de sensibilidad en base al tipo de cambio	167

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: EcoProtect S.A.C.....	14
Figura 2: Ubicación geográfica de la empresa	17
Figura 3: Mapa clasificado por zonas.....	17
Figura 4: Clasificación de las zonas comerciales	18
Figura 5: Organigrama de ECOPROTECT S.A.C	24
Figura 6: Requisitos para Licencia de Funcionamiento	34
Figura 7: Ejemplo de PLAME 3.7	39
Figura 8: Logo EcoProtect S.A.C.	51
Figura 9: Estructura socioeconómica por zonas geográficas Lima Metropolitana	60
Figura 10: Cuota de mercado de proveedores móviles Perú.....	62
Figura 11: Fórmulas para calcular el pronóstico con regresión lineal	72
Figura 12: Pronóstico de la demanda	73
Figura 13: Canal directo de ECOPROTECT S.A.C	78
Figura 14: Segmentación del mercado	86
Figura 15: Matriz ANSOFF.....	88
Figura 16: Lienzo propuesta de valor.....	93
Figura 17: Factores a considerar para la fijación de precios	98
Figura 18: Bolsas polipropileno	101
Figura 19: Caja de cartón corrugado de canal simple y dos cubiertas	102
Figura 20: Caja de cartón corrugado.....	102
Figura 21: Rotulado	104
Figura 22: Pictograma usado en importación	106
Figura 23: Pallet Americano.....	107
Figura 24: Carga y paletización en contenedor de 20 pies.....	108
Figura 25: DFI ECOPROTECT S.A.C	109
Figura 26: Cadena detallada de DFI de ECOPROTECT S.A.C.....	118
Figura 27: Cotización de : Huaxing Technology Co, Ltd.....	125
Figura 28: Incoterm FOB 2020.....	128
Figura 29: Flujograma de las operaciones de importación	137
Figura 30: Flujograma de operaciones de producción.....	138
Figura 31 : Protectores de plástico vs. Protectores biodegradables	165

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocios tiene como finalidad la creación de una empresa peruana con razón social y nombre comercial ECOPROTECT S.A.C dedicada a la importación y comercialización de protectores para celular ecológicos biodegradables, los cuales son 100% reciclables, hechos de bioplásticos a base de plantas y materiales derivados del maíz, para la venta en Los distritos Miraflores, San Isidro, San Borja, Santiago De Surco Y La Molina.

ECOPROTECT S.A.C ingresará al mercado como una microempresa del tipo de Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C) ubicada en el distrito de San Martín de Porres, perteneciente al Régimen Laboral Especial y al Régimen MYPE Tributario, dos regímenes creados para impulsar y fomentar a los emprendedores a formalizar sus negocios en nuestro país.

En base a la investigación realizada, China es el principal proveedor a nivel nacional y mundial de estos productos, por lo cual se considera un país calificado en cuanto a calidad y también precio para poder proveer a ECOPROTECT S.A.C. Nuestro país, Perú, es un mercado con un potencial de demanda alto ya que la tendencia por el consumo responsable de productos ecoamigables, va en aumento.

La cadena de distribución física internacional se encuentra trazada de inicio a fin con el objetivo de tener control de cada parte del proceso y conocer a los involucrados. El producto es preparado con envases y embalajes adecuados para el trayecto internacional y son paletizados de la forma más óptima para

aprovechar el espacio y reducir los costos adyacentes sin vulnerar su calidad y cumpliendo los requerimientos internacionales necesarios para su transporte. Con relación a los agentes, tanto de carga como de Aduanas son proveedores aptos, seleccionados no solo en base al precio, sino también teniendo en cuenta su experiencia en el mercado, de esta forma se garantiza que los miembros de la cadena son los perfectos socios claves para poder cumplir con el objetivo de recibir el producto en óptimas condiciones, en el momento adecuado y con el precio justo.

La negociación se da en FOB Incoterms 2020, puerto de Shenzhen de esta forma ECOPROTECT S.A.C tiene mayor control y poder negociación en la cadena. Las importaciones se realizarán bajo el Régimen de Importación para el Consumo con sistema anticipado de despacho aduanero. Teniendo en cuenta lo indicado anteriormente y los costos que implican, se ha determinado un margen de ganancia del 50% y se ha obtenido un precio competitivo en el mercado, logrando competir con empresas de mayor tiempo en actividad.

De acuerdo con los análisis financieros desarrollados se determinó que el proyecto es rentable y viable económica y financieramente. Dentro de los resultados económicos se tiene un VANE de S/ 280,374.21 y un TIRE de 53.17% mayor a la TMAR del 15%. Adicional, dentro de los resultados financieros tenemos un VANF S/ 297,608.61 y un TIRF 73.10%, mayor al COK del 16%. En base a lo mencionado, podemos concluir que el proyecto es rentable y atractivo para poder llevarse a cabo.

1.- ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACION CON EL CLIENTE	SEGMENTOS DE MERCADO
<p>Proveedores confiables (productos certificados)</p> <p>Alianza con empresas que vendan productos ecológicos.</p> <p>Alianza con grupos que promuevan la concientización ambiental y universidades</p>	<p>Importación de fundas biodegradables y reciclables</p> <p>Búsqueda y contacto con potenciales clientes</p> <p>Difusión de la empresa en el mercado</p> <hr/> <p>RECURSOS CLAVE</p> <p>Equipos y dispositivos para conectividad (teléfono, laptops con internet)</p> <p>Oficina y almacén</p> <p>Personal capacitado</p>	<p>Las fundas para celulares “EcoProtect” son un producto innovador en el mercado peruano, como principal característica es ser eco-amigables ya que son ecológicos biodegradables y reciclables.</p> <p>El producto se complementará con promoción de actividades ecológicas a nuestros clientes y usuarios finales.</p>	<p>Contacto directo con los vendedores de la empresa Vía online (email, web)</p> <p>Atención de llamadas para post-venta</p> <hr/> <p>CANALES</p> <p>Página Web y redes sociales</p> <p>Ferias ambientales</p> <p>Ferias tecnológicas</p> <p>Visita de vendedores</p>	<p>Personas naturales y empresas dedicadas a la venta de accesorios para celulares.</p>
<p>ESTRUCTURA DE COSTES</p> <p>Costo de Importación y nacionalización del producto</p> <p>Compra de activos</p> <p>Gastos de personal</p> <p>Gastos fijos</p> <p>Gastos administrativos</p> <p>Gastos de ventas</p>			<p>FUENTES DE INGRESO</p> <p>Ingresos derivados de la venta directa</p> <p>Financiamiento propio de los accionistas</p> <p>Financiamiento por préstamo</p>	

2.- ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1. Nombre o razón social

Podemos decir que la razón social, jurídicamente es la denominación que se le asigna a la empresa que queremos crear, la cual puede diferir del nombre comercial de la misma. Esta razón social nos identificará ante la SUNAT (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria) y otras entidades, para aspectos legales, jurídicos, administrativos y comerciales; asimismo se creará un número de RUC (Registro Único de Contribuyentes) que nos permitirá ejercer nuestra actividad comercial.

Para nuestra empresa, se realizará primero la reserva del nombre para la posterior inscripción en la SUNARP (Superintendencia Nacional de los Registros Públicos), ya sea vía online o presentando el ANEXO 1 FORMULARIO SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA. La razón social de la empresa funcionará también como el nombre comercial y será “ECOPROTECT S.A.C.”:

ECO: Abreviatura de ecológico

PROTECT: Proteger en Ingles

Ambas palabras se juntan para dar el significado y alusión de protección ecológica.



Figura 1: EcoProtect S.A.C.

Fuente: Elaboración propia

2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU)

La Codificación Internacional, abreviado como CIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme), elaborado por la ONU (Organización de las Naciones Unidas) es la clasificación de todas las actividades económicas que producen tanto bienes y servicios, y otorga un código que indica el giro del negocio de la empresa con la finalidad de agrupar en categorías las actividades productivas para la generación ordenada de data estadística (Asesorías Perú, s.f).

El INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática) estableció oficialmente a través de la Resolución Jefatural N° 024-2010-INEI la adopción en el país de la cuarta revisión de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme aprobada en el 2008: CIU Revisión 4 (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2010).

Por lo expuesto, podemos determinar que la actividad económica principal de ECOPROTECT S.A.C es la importación de fundas para celulares ecológicas biodegradables para su comercialización a personas naturales y empresas dedicadas a la venta de accesorios para celulares, los cuales serán vendidos

únicamente al por mayor; según la CIIU Revisión 4, el código que se debe asignar es el siguiente:

Tabla 1: Clasificación Industrial Internacional Uniforme de ECOPROTECT S.A.C

DESCRIPCION CIIU	
SECCION G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.
DIVISIÓN 46	Comercio al por mayor, excepto el comercio de vehículos automotores y motocicletas.
CLASE 4690	Venta al por mayor no especializada

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática

2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

Se debe elegir un lugar donde ubicar la oficina y almacén, para esto se considerará diversos factores para una correcta elección de la ubicación. Solo nos basaremos en Lima Metropolitana en vista que nuestro mercado objetivo esta posicionado en dicha zona.

El análisis se realizará con el método de los factores ponderados, tendremos 3 posibles alternativas de distritos y se evaluarán 4 factores:

Tabla 2: Opciones de distritos para ubicación de la empresa

OPCIONES	DISTRITOS
A	SAN MARTIN DE PORRES
B	JESUS MARIA
C	LINCE

Fuente: Elaboración propia

Para poder seleccionar el distrito más adecuado para el inicio del negocio se evaluarán los siguientes factores: Costo del alquiler, seguridad del distrito, cercanía al puerto y cercanía a los socios.

Tabla 3: Método de factores ponderados para elección de la ubicación

FACTORES	PESO RELATIVO %	ALTERNATIVAS		
		A	B	C
Costo de alquiler del local	40%	5	4	3
Seguridad	20%	3	4	3
Cercanía al puerto	30%	4	3	4
Cercanía a los socios	10%	4	4	4
TOTAL	100%	4.00	3.75	3.5

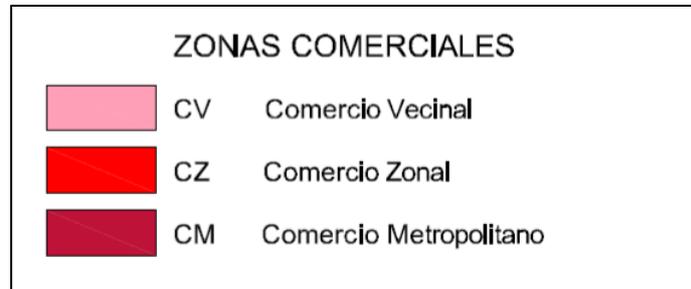
*Calificación: Rango de 1 (Muy malo) – 5 (Muy bueno)

En la tabla 3 podemos observar que a cada factor se le agrego un peso de acuerdo con las características de las alternativas de distritos, con este resultado podemos tomar una decisión.

De acuerdo con el resultado, el distrito elegido para ubicar la oficina y almacén es San Martin de Porres, básicamente por el costo de alquiler del inmueble y cercanía al puerto y socios.

La ubicación exacta del local donde se implementará la oficina y almacén se muestra a continuación:

Figura 4: Clasificación de las zonas comerciales



Fuente: Municipalidad de San Martín de Porres

Teniendo la ubicación determinada, al tener el local para alquilar se dará inicio a los trámites para obtener los permisos y Licencia de Funcionamiento.

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

MISIÓN

Comercializar protectores para celular ecológicos de calidad que satisfagan la necesidad de nuestros clientes y a la vez sean amigables con el medio ambiente.

VISIÓN

Ser líderes en el mercado peruano de protectores para celulares ecológicos biodegradables, reduciendo la contaminación en el medio ambiente y fomentando en nuestros clientes y usuarios finales el cuidado del planeta.

VALORES

ECOPROTECT S.A.C considera los siguientes valores esenciales:

- Integridad: honestidad y transparencia por encima de todo.
- Perseverancia: Trabajo continuo hasta conseguir llegar a nuestras metas
- Colaboración: cumplir los objetivos de nuestros clientes junto con los nuestros.
- Confiabilidad: consolidar nuestra marca con nuestros clientes, a través del producto, su calidad y el impacto que genera en la sociedad y medio ambiente.
- Responsabilidad ambiental: la empresa genera consciencia con el medio ambiente.

PRINCIPIOS

Los principios en los que se basa ECOPROTECT S.A.C son los siguientes:

- Trabajo en equipo
- Transparencia
- Mejora continua
- Consumo responsable

OBJETIVOS DE LA EMPRESA

A continuación, se detallan los objetivos que ECOPROTECT S.A.C espera alcanzar:

Objetivo general

- Posicionar a ECOPROTECT S.A.C en las empresas comercializadoras de accesorios para celulares como una alternativa económica, confiable, viable y sostenible con productos ecológicos biodegradables.

Objetivos específicos

- Ser una empresa rentable, superando las utilidades proyectadas para el primer año de existencia.
- Expandir la atención de la empresa a provincias para el quinto año de operaciones.
- Captar el 15% del público objetivo en Lima Metropolitana al culminar el segundo año de actividades.

PRINCIPIO DE LA EMPRESA EN MARCHA

El principio de empresa en marcha es uno de los Principios Contables Generalmente Aceptados (PCGA) y establece que cuando se crea una empresa, se considera que la misma proseguirá con su negocio en un futuro previsible (Mercape y Albanese, 2019). Este principio básicamente indica que toda

empresa debe de vender todo lo que compra, pagar sus impuestos y ser rentable.

Al presumir que la empresa continuará con sus operaciones y no será liquidada en un futuro cercano, ayuda a las empresas a calificar para obtener préstamos debido que demuestran que tienes fondos suficientes, eres rentable y mantienes tus activos más relevantes, por ejemplo.

2.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características.

La ley MYPE es aquella norma del gobierno peruano que busca impulsar el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en nuestro país, así como su formalización, dando una serie de beneficios laborales y tributarios para apoyar el crecimiento empresarial y la generación de empleo. Para acceder a los beneficios solo se debe inscribir la empresa en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (Destino Negocio-Movistar, s.f).

La última modificación de la Ley MYPE a través de la LEY N° 30056, publicada el 2 de julio de 2013, dejó de considerar el número de trabajadores como elemento para categorizar una empresa y solo se trabajó con el criterio de volumen de ventas anuales. Además, se agregó una nueva categoría empresarial que es la mediana empresa, utilizando ahora comúnmente el término MIPYME para referirnos a la micro, pequeña y mediana empresa (Escalante, 2016).

Tabla 4: Características de la micro, pequeña y mediana empresa

	MICROEMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA	MEDIANA EMPRESA
VENTAS ANUALES	Hasta 150 UIT	Más de 150 UIT y hasta 1,700 UIT	Más de 1,700 UIT y hasta 2,300 UIT
BENEFICIOS Y DERECHOS LABORALES	<p>Remuneración: No menor a la Remuneración Mínima Vital</p> <p>Jornada laboral: máxima de 08 horas diarias o 48 horas semanales.</p> <p>Descanso semanal de 24 horas consecutivas y en días feriados.</p> <p>Remuneración por trabajo en sobretiempo.</p> <p>Descanso vacacional: 15 días calendarios.</p> <p>Cobertura de seguridad social en Salud: Seguro Integral de Salud – SIS</p> <p>Cobertura Previsional: incluye un Sistema de Pensiones Sociales.</p> <p>Gratificaciones: No.</p> <p>Utilidades: No.</p> <p>Asignación familiar: No.</p> <p>Compensación por Tiempo de Servicios (CTS): No.</p> <p>Despido arbitrario o injustificado: Indemnización de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración).</p>	<p>Remuneración: No menor a la Remuneración Mínima Vital</p> <p>Jornada laboral: máxima de 08 horas diarias o 48 horas semanales.</p> <p>Descanso semanal de 24 horas consecutivas y en días feriados.</p> <p>Remuneración por trabajo en sobretiempo.</p> <p>Descanso vacacional: 15 días calendarios.</p> <p>Cobertura de seguridad social en Salud: ESSALUD.</p> <p>Cobertura Previsional</p> <p>Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR).</p> <p>Gratificaciones: 2 al año de medio sueldo.</p> <p>Utilidades: Si.</p> <p>Asignación familiar: No.</p> <p>Compensación por Tiempo de Servicios (CTS): Si, equivalente a 15 días de remuneración por año</p>	<p>Remuneración: No menor a la Remuneración Mínima Vital</p> <p>Jornada laboral: máxima de 08 horas diarias o 48 horas semanales.</p> <p>Descanso semanal de 24 horas consecutivas y en días feriados.</p> <p>Remuneración por trabajo en sobretiempo.</p> <p>Descanso vacacional: 30 días calendarios.</p> <p>Cobertura de seguridad social en Salud: ESSALUD.</p> <p>Cobertura Previsional</p> <p>Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR).</p> <p>Gratificaciones: 2 al año de un sueldo.</p> <p>Utilidades: Si.</p> <p>Asignación familiar: 10% de la Remuneración Mínima Vital.</p> <p>Compensación por Tiempo de Servicios (CTS): Si, equivalente a 30 días de remuneración por año de servicio.</p>

		de servicio con tope de 90 días de remuneración. Despido arbitrario o injustificado: Indemnización de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración). Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.	Despido arbitrario o injustificado: Indemnización de una remuneración y media por cada mes dejado de laborar (contrato plazo fijo) y una remuneración y media por cada año de trabajo (contrato indeterminado) con un máximo de 12 remuneraciones. Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.
--	--	---	---

Fuente: SUNAT y Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo

Por lo mencionado anteriormente, ECOPROTECT S.A.C comenzará sus operaciones y de acuerdo con las proyecciones de ventas anuales sin IGV será una Microempresa que se acogerá al Régimen Laboral Especial. Esta ley permite que la empresa se formalice, contribuya a la generación de empleo, y también la empresa pueda crecer teniendo mayor rentabilidad.

2.6. Estructura Orgánica

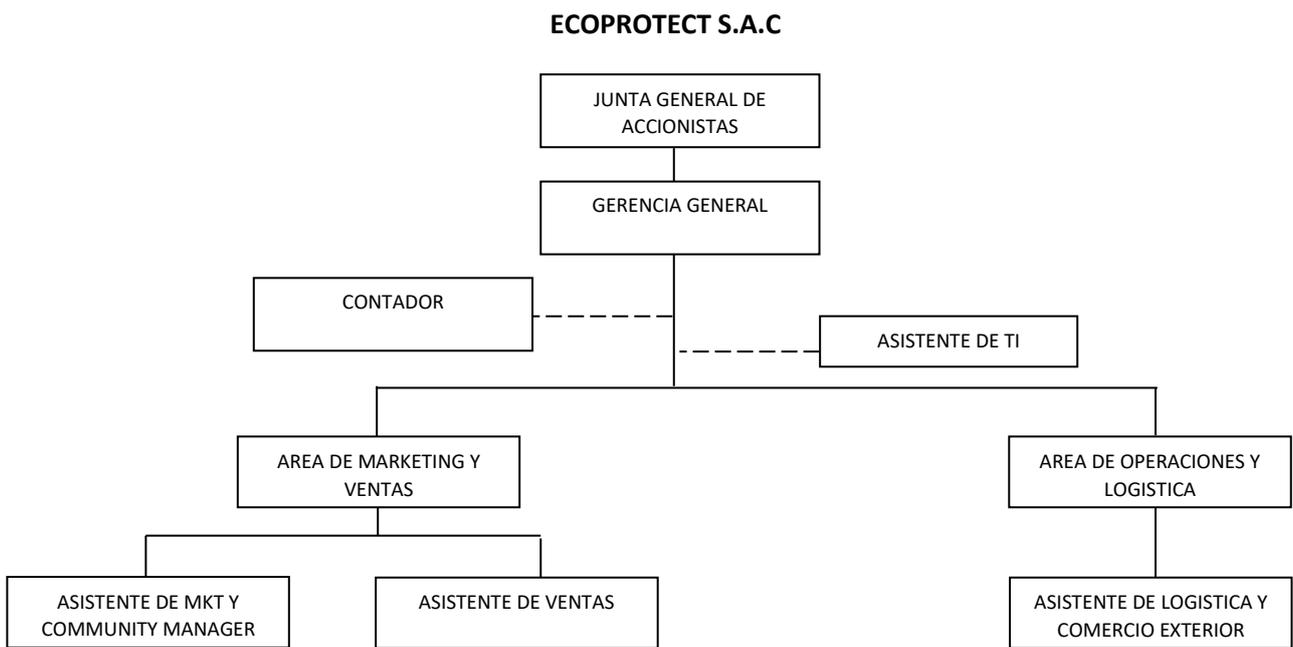
La estructura organizacional es la forma en que se organiza una empresa y tiene como función definir autoridad, jerarquía y cadena de mando. Esta estructura se realiza de acuerdo con todas las actividades que se pretende realizar, lo que ayuda a establecer los departamentos, el perfil de los puestos y las funciones de

los trabajadores para poder trabajar de forma ordenada hacia el cumplimiento de los objetivos y metas trazadas (Canive y Balet, s.f).

En ECOPROTECT S.A.C la estructura orgánica será lineo-funcional debido a que una autoridad centralizará la toma de decisiones y se fijarán los puestos de trabajo en base a las funciones de cada trabajador.

La empresa estará constituida en la cúspide por la Junta General de Accionistas, quienes tendrán comunicación directa con el Gerente General puesto que no se contará con directorio.

Figura 5: Organigrama de ECOPROTECT S.A.C



Fuente: Elaboración propia

PERFIL DEL PUESTO, FUNCIONES Y REQUISITOS DEL PERSONAL

Junta General de Accionistas (JGA)

Es el órgano máximo de la sociedad anónima y está conformada por todos los socios que se reúnen para la toma de decisiones claves para el funcionamiento de la empresa.

Gerente General

Persona elegida por la JGA para ser representante legal, dirigir y administrar la empresa, reportará directamente a los socios acerca del desempeño de la empresa y el cumplimiento de los objetivos, así como ejecutará acciones que se requieran durante la gestión.

Tabla 5: Perfil del Gerente General

PERFIL DEL PUESTO	líder, proactivo, con pensamiento estratégico, trabajo en equipo y bajo presión ,escuchar a los miembros de la organización, toma de decisiones que conlleven a cumplir con los objetivos de la empresa.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> - Ejecuta el Plan de Negocios definido por los socios y brindar aportes que ayuden a potenciar los resultados. - Contrata, asesora, administra y dirige al personal. - Establece los objetivos a corto y mediano plazo para cada trabajador y así poder medirlos. - Analiza y soluciona problemas que se presentan. - Prepara informes y reportes con los avances y resultados obtenidos de su gestión para la JGA

Fuente: Elaboración propia

Contador

Estará encargando interpretar la parte contable y financiera no solo para que la empresa se mantenga en funcionamiento sino también para poder tomar decisiones gerenciales acertadas. Este servicio de contabilidad será brindado

por un externo al cual se le pagará por sus servicios a través de Recibo por Honorarios (Locación de Servicios)

Tabla 6: Perfil del Contador

PERFIL DEL PUESTO	Persona confiable con capacidades de análisis y de detección de errores en procesos contables, con habilidades de archivo y con la experiencia suficiente para que pueda asesorarnos.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> - Elabora, presenta e interpreta los estados financieros. - Encargarse de las declaraciones tributarias. - Cálculo de las planillas de retención de impuestos. - Contabilización y registro de los documentos contables. - Análisis y evaluación de los costos para la toma de decisiones. - Brinda recomendaciones y sugerencias para tomar decisiones en los aspectos contables de la empresa. - Revisa mensual de los libros contables de Registro de Compras y de Ventas. - Colabora con todo el aspecto relativo a su profesión.
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> - Contador público colegiado. - Experiencia mínima de 3 años trabajando con micro y pequeñas empresas. - Manejo de Sistemas Contables - Conocimiento de Finanzas. - Conocimiento de Microsoft Office.

Fuente: Elaboración propia

Asistente de Marketing y Community manager

Se encargará de la creación de contenido con el cual llegaremos a nuestros clientes, manejará la página web y redes sociales; realizará investigaciones de mercado para conseguir mejores oportunidades que la competencia.

Tabla 7: Perfil del Asistente de Marketing y Community manager

PERFIL DEL PUESTO	Se busca una persona responsable, proactiva, con conocimientos de community management que se comprometa con los objetivos organizacionales.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> - Analiza e investiga el mercado y desarrollar planes de marketing que se adapten tanto a las particularidades del producto como a las características generales de la empresa. - Trabaja conjuntamente con los vendedores. - Crea contenido en la página web y redes sociales. - Realiza perfilamiento de base de datos.

	- Ayuda a la organización de eventos o actividades ecológicas para los clientes.
REQUISITOS	- Egresado de Marketing o carreras afines. - Experiencia laboral de mínimo 1 año en el área de Marketing (empresas B2B). - Conocimiento de Microsoft Office - Deseable: Photoshop, Illustrator.

Fuente: Elaboración propia

Vendedor

Será la persona que permitirá que la empresa obtenga ganancias a través del cierre de ventas y será la imagen que queremos proyectar de la empresa a nuestros clientes.

Tabla 8: Perfil del Vendedor

PERFIL DEL PUESTO	Persona entusiasta, proactivo, empática, con poder de convencimiento facilidad de palabra y de escucha activa.
FUNCIONES	- Busca y capta nuevos clientes. - Detecta necesidades, asesora y soluciona incidencias que se pueden presentar. - Se encarga de mantener y atender de forma personalizada a los clientes actuales. - Realiza el seguimiento post-venta. - Cumple con las metas establecidas por Gerencia - Coordina la participación en ferias, convenciones, etc con Gerencia. - Ayuda a la organización de eventos o actividades ecológicas para los clientes.
REQUISITOS	- Tener secundaria completa - Conocimiento de Microsoft Office -Experiencia mínima de 1 año como vendedor.

Fuente: Elaboración propia

Asistente de Logística y Comercio Exterior

Persona encargada de tener el producto en nuestros almacenes de forma oportuna, encargándose de toda la cadena logística de importación, viendo el almacén y coordinando el transporte para la entrega del producto a los clientes.

Tabla 9: Perfil del Asistente de Logística y Comercio Exterior

PERFIL DEL PUESTO	Persona proactiva, con capacidad para tomar decisiones que pueda realizar las importaciones de la empresa desde la colocación de la orden de compra hasta el ingreso de la mercadería al almacén de la empresa, así como también coordinará la entrega de estos a los clientes finales.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> - Colocación de la Orden de compra. - Busca, negocia, cotiza, compara y toma contacto con agentes de carga y aduanas. - Realiza seguimiento al embarque hasta la nacionalización. - Lleva el control de la documentación por embarque. - Calcula el costo de importación de los productos. - Realiza las coordinaciones oportunas para la entrega del producto al cliente. - Realiza cuadros comparativos e informes para Gerencia. - Lleva el control del almacén e inventarios. <p>Ayuda a la organización de eventos o actividades ecológicas para los clientes.</p>
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> - Egresado en Adm. De Negocios Internacionales o Comercio Exterior. - Experiencia laboral de mínimo de 1 año en cargos similares. - Conocimiento de Microsoft Office. - Conocimiento de Inglés a nivel intermedio. <p>Especialización en temas Aduaneros.</p>

Fuente: Elaboración propia

Asistente de TI

Persona encargada del mantenimiento y funcionalidad de los dispositivos de computo y software utilizados para la gestión de la empresa.

Tabla 10: Perfil del Asistente de TI

PERFIL DEL PUESTO	Persona con la capacidad de dar un diagnóstico, reparación de hardware y configuración de redes. Asesorar y adiestrar a los usuarios para maximizar los resultados que se obtengan de los medios informáticos.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> - Instalar, configurar y actualizar hardware y software. - Realizar el mantenimiento de los equipos informáticos del Servicio (hardware y software) - Diagnosticar fallas y errores, reparar o informar sobre la necesidad de una reparación externa.

	<ul style="list-style-type: none"> - Mantener y supervisar las defensas anti-virus del sistema informático. - Instalar, inspeccionar la instalación de redes y asistir a los usuarios en la operación de las mismas. - Realizar otras tareas relacionadas con el cargo a solicitud de los usuarios
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> - Egresado de la carrera de Ingeniería de Sistemas o afines - Conocimiento en manejo de base de datos - Experiencia mínima de 1 año realizando labores similares al puesto.

Fuente: Elaboración propia

2.7. Cuadro de asignación de personal.

En la siguiente tabla se detalla la asignación del personal de trabajo, que incluye las remuneraciones y los beneficios laborales de acuerdo con el Régimen Laboral Especial al que pertenece la Microempresa.

Tabla 11: Asignación del personal

ECOPROTECT S.A.C – Sin Directorio						
REGIMEN LABORAL ESPECIAL						
CARGO	NUMERO PERSONAL	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	VACACIONES	SIS	PAGO TOTAL ANUAL
GERENTE GENERAL	1	S/ 1,200.00	S/ 14,400.00	S/ 600.00	S/180.00	S/ 15,180.00
ASISTENTE MKT Y COMMUNITY MANAGER	1	S/ 950.00	S/ 11,400.00	S/ 475.00	S/180.00	S/ 12,055.00
VENDEDOR	1	S/ 850.00	S/ 10,200.00	S/ 425.00	S/180.00	S/ 10,805.00
ASISTENTE LOGISTICA Y COMERCIO EXTERIOR	1	S/ 950.00	S/ 11,400.00	S/ 475.00	S/180.00	S/ 12,055.00
TOTAL	4	S/ 3,950.00	S/ 47,400.00	S/ 1,975.00	S/ 720.00	S/ 50,095.00
CONTADOR	1	S/ 500.00	-	-	-	S/ 6,000

ASISTENTE TI 1 S/ 500.00 - - - S/ 6,000

Fuente: Elaboración propia

2.8. Forma Jurídica Empresarial

Consiste en definir el tipo de persona jurídica que se constituirá la empresa. En el siguiente cuadro comparativo, se detalla los principales tipos de empresas y sus características para elegir la que mas se adecue a ECOPROTECT S.A.C:

Tabla 12: Características de los principales tipos de empresas

	EMPRESARIO INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (E.I.R.L)	SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (S.R.L)	SOCIEDAD ANÓNIMA (S.A)	SOCIEDAD ANÓNIMA ABIERTA (S.A.A)	SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA (S.A.C)
CANTIDAD DE ACCIONISTAS/ SOCIOS	Máximo: 1	Mínimo: 2 Máximo: 20	Mínimo: 2 Máximo: ilimitado	Mínimo: 750	Mínimo: 2 Máximo: 20
ORGANIZACIÓN	Una sola persona como Gerente General y socio.	Generalmente empresas pequeñas familiares -Junta General de Accionistas -Gerencia	-Junta General de Accionistas -Gerencia -Directorio	-Junta General de Accionistas -Gerencia -Directorio	-Junta General de Accionistas -Gerencia -Directorio (Opcional)

CAPITAL Y ACCIONES	Capital definido por aportes del único aportante.	Capital definido por aportes de cada socio. Se debe inscribir en Registros Públicos.	Capital definido por aportes de cada socio. Se deben registrar las acciones en el Registro de Matrícula de Acciones. Aportes en moneda nacional y/o extranjera, y en contribuciones tecnológicas intangibles.	Más del 35% del capital pertenece a 175 o más accionistas. Debe haber hecho una oferta pública primaria de acciones u obligaciones convertibles en acciones. Deben registrar las acciones en el Registro de Matrícula de Acciones.	Capital definido por aportes de cada socio. Se deben registrar las acciones en el Registro de Matrícula de Acciones. Aportes en moneda nacional y/o extranjera y en contribuciones tecnológicas intangibles.
DURACIÓN		Indeterminada	Determinada o Indeterminada	Determinada o Indeterminada	Determinada o Indeterminada

Fuente: Plataforma digital única del Estado Peruano

Según la tabla 12, la empresa ECOPROTECT S.A.C será una Sociedad Anónima Cerrada sin Directorio ya que es una sociedad que se ajusta a la naturaleza de la empresa.

Cabe señalar que la transferencia de acciones no es de carácter público debido a que no tiene acciones inscritas en el Registro Público, por lo cual se puede realizar de una manera más dinámica y protege la privacidad de los accionistas.

ECOPROTECT S.A.C estará conformada por 2 socios, quienes tendrán acciones de manera proporcional al aporte de capital realizado.

Tabla 13: Aporte de los socios

Aporte de los socios

NOMBRE DEL ACCIONISTA	CAPITAL SOCIAL S/	VALOR NOMINAL	ACCIONES	%
Primer accionista	S/ 60,000.00	10.00	6,000.00	80.00%
Segundo accionista	S/ 20,000.00	10.00	2,000.00	20.00%
Total aporte propio	S/ 80,000.00		8,000.00	100.00%

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la tabla 13, la empresa iniciará con S/ 80,000.00 de capital social, y una distribución de acciones del 80% y 20% para el primer y segundo accionista, respectivamente.

2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

El nombre comercial es el signo que sirve para identificar a una persona natural o jurídica en el ejercicio de su actividad económica (INDECOPI, s.f).

Con relación al registro de marca en INDECOPI, la empresa ECOPROTECT S.A.C al importar un producto que es genérico para el mercado objetivo (Lima Metropolitana) solo realizaremos el registro del nombre comercial y no de la marca en INDECOPI (Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual).

Según INDECOPI (s.f) los requisitos para el registro de nombres comerciales son:

- Completar y presentar tres ejemplares del formato de la solicitud.
- Indicar los datos de identificación del(s) solicitante(s). Para personas naturales: DNI (Documento Nacional de Identidad), Carné de Extranjería o Pasaporte. Para personas jurídicas: número de Registro Único de Contribuyente (RUC). En caso de contar con un representante, se deberá indicar sus datos de identificación y presentar el documento de poder.
- Mencionar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú.
- Indicar cuál es el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros).
- Si el signo es mixto, figurativo o tridimensional se deberá adjuntar su reproducción (tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores si se desea proteger los colores). Se sugiere enviar una copia fiel del mismo logotipo al correo electrónico: logos-dsd@indecopi.gob.pe.
- Consignar expresamente los productos y/o servicios que se desea distinguir con el signo solicitado, así como la clase y/o clases a la que pertenecen.
- Adjuntar los medios probatorios que acrediten el uso efectivo en el mercado del nombre comercial cuyo registro se solicita, para cada una de las actividades a distinguir.
- Firmar la solicitud por el solicitante o su representante.

- Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo equivale al 13.90% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) por una clase solicitada.

Después de cumplidos los requisitos y pagar el derecho de trámite (597.7 soles según la UIT 2020), INDECOPI tiene un plazo de 15 días hábiles para realizar el examen formal, de haber alguna observación notificará al solicitante para que en un plazo de 60 días hábiles realice las subsanaciones de las omisiones o realice las modificaciones pertinentes. En el ANEXO 2 se adjunta formato de la solicitud (INDECOPI, s.f).

2.10. Requisitos y Trámites Municipales

Para empezar operaciones como empresa se debe obtener la licencia de funcionamiento municipal con el distrito seleccionado anteriormente, San Martín de Porres. En ese sentido, según la Municipalidad de San Martín de Porres (s.f) los requisitos son los siguientes:

Figura 6: Requisitos para Licencia de Funcionamiento

Hasta 100m ² - S/.66.50	1. Solicitud según formato de la Municipalidad 2. En el caso de personas jurídicas presentar el poder vigente del representante legal. En caso de representante se presenta carta poder con la firma legalizada.
De 100m ² a 500m ² - S/. 121.70	3. Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad o Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil de Detalle o Multidisciplinaria, según corresponda. 4. En caso de ser persona con discapacidad, presentar informe socioeconómico de OMAPED (Oficina Municipal de Atención a la Persona con Discapacidad) y resolución del CONADIS.
Mayor a 500m ² - S/. 14.50	5. Copia simple de la autorización sectorial respectiva en el caso de aquellas actividades que conforme a Ley la requieran de manera previa al otorgamiento de la licencia de funcionamiento.

Fuente: Municipalidad Distrital de San Martín de Porres

En el ANEXO 3 se adjunta la Solicitud Declaración Jurada para Licencia de Funcionamiento

2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades

ECOPROTECT S.A.C para iniciar sus actividades comerciales debe de inscribirse al RUC como persona jurídica. Por tal motivo, a continuación, se detallan los requisitos necesarios para lograr la inscripción:

- DNI original del representante legal de la empresa.
- Documento original y copia de la Ficha o partida electrónica certificada por SUNARP, con una antigüedad menor a 30 días calendario.
- Brindar un documento privado o público donde conste la dirección que se quiere declarar como domicilio fiscal.

Una vez obtenido el número de RUC, se debe solicitar el usuario y clave (CLAVE SOL) para acceder de manera virtual a la plataforma de SUNAT y realizar operaciones en línea.

El trámite de la inscripción es gratuito y brinda beneficios importantes a la empresa (Emprender-SUNAT, 2019):

- Trabajar de manera formal en el país, lo que permite evitar sanciones y trabajar con otras empresas formales.
- Acceder a nuevos mercados.
- Acceder a créditos financieros.
- Exigir servicios públicos de calidad.

En la siguiente tabla se muestra un comparativo de regímenes tributarios para personas jurídicas, con el fin de elegir el régimen al cual se acogerá ECOPROTECT S.A.C:

Tabla 14: Regímenes tributarios para personas jurídicas

	RÉGIMEN ESPECIAL DE RENTA (RER)	RÉGIMEN MYPE TRIBUTARIO (RMT)	RÉGIMEN GENERAL (RG)
LÍMITE DE INGRESOS	Hasta S/.525,000 anuales.	Ingresos netos que no superen 1700 UIT en el ejercicio gravable (proyectado o del ejercicio anterior).	Sin límite
LÍMITE DE COMPRAS	Hasta S/ 525,000 anuales.	Sin límite	Sin límite

COMPROBANTES QUE PUEDEN EMITIR	Factura, boleta y todos los demás permitidos.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.
DJ ANUAL - RENTA	No	Sí, con la que se paga una regularización del impuesto equivalente a: Hasta 15 UIT en ganancia: 10% sobre la utilidad. Más de 15 UIT en ganancia: 29.5% sobre la utilidad.	Si, con la que se paga una regularización del impuesto equivalente al 29.5% sobre la utilidad
PAGO DE TRIBUTOS MENSUALES	Renta: Cuota de 1.5% de ingresos netos mensuales	Renta: Si no superan las 300 UIT de ingresos netos anuales: pagarán el 1% de los ingresos netos obtenidos en el mes. Si en cualquier mes superan las 300 UIT de ingresos netos anuales pagarán 1.5% o coeficiente.	Renta: Pago a cuenta mensual. El que resulte como coeficiente o el 1.5% según la Ley del Impuesto a la Renta.
	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).
RESTRICCIÓN POR TIPO DE ACTIVIDAD	Si tiene	No tiene	No tiene
TRABAJADORES	10 por turno	Sin limite	Sin limite
VALOR DE ACTIVOS FIJOS	S/ 126,000	Sin limite	Sin limite
POSIBILIDAD DE DEDUCIR GASTOS	No tiene	Si tiene	Si tiene
PAGO DEL IMPUESTO ANUAL EN FUNCIÓN A LA UTILIDAD	No tiene	Si tiene	Si tiene
ACOGIMIENTO	Con la declaración y pago mensual.	Con la declaración mensual que corresponde al mes de inicio de actividades.	Sólo con la declaración mensual.

Fuente: SUNAT

Según la tabla 14 , ECOPROTECT S.A.C se acogerá al Régimen Mype Tributario (RMT) ya que de acuerdo a la proyección de ingresos anuales netos se superará el límite de S/ 525,000 para pertenecer al Régimen Especial de Renta (RER).

2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).

La Planilla Electrónica es el documento donde se encuentra la información de los trabajadores, empleados, prestadores de servicios, entre otros, y se lleva a través de los medios informáticos de la SUNAT (SUNAT, s.f).

La empresa ECOPROTECT S.A.C en vista que cuenta con colaboradores en el equipo de trabajo, debe llevar la Planilla Electrónica de forma obligatoria, para lo cual se debe tener en cuenta lo siguiente:

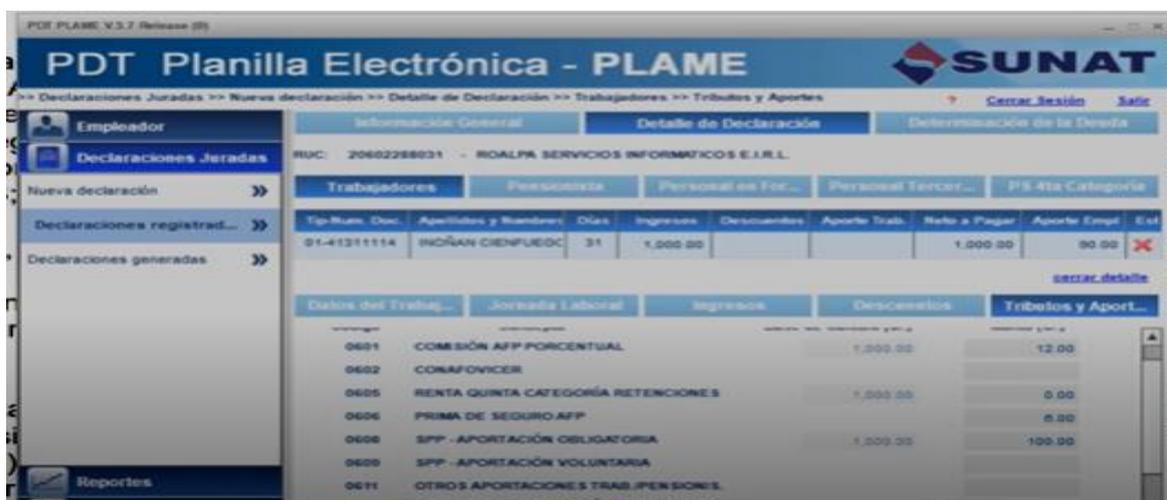
Tabla 15: Componentes de la Planilla Electrónica

PLANILLA ELECTRÓNICA	DESCRIPCIÓN	MEDIO DE ACCESO
T-REGISTRO (REGISTRO DE INFORMACIÓN LABORAL)	Registro de Información Laboral de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación – modalidad formativa laboral y otros (practicantes), personal de terceros y derechohabientes.	A través de la Clave SOL, OPCIÓN MI RUC Y OTROS REGISTROS
PLAME (PLANILLA MENSUAL DE PAGOS)	Comprende información laboral, de seguridad social y otros datos sobre el tipo de ingresos de los sujetos registrados, trabajadores y derechohabientes	Se descarga el programa en www.sunat.gob.pe , se elabora, genera archivo y envía por SUNAT Operaciones en Línea

Fuente: SUNAT

Para descargar el EI PDT-PLAME se debe ingresar a la página de la SUNAT con el RUC y Clave SOL, asimismo la versión vigente a utilizar es la 3.7 del PDT-PLAME, vigente desde el 01 de febrero del 2020.

Figura 7: Ejemplo de PLAME 3.7



Fuente: Canal de Youtube Grupseld asesores empresariales

2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.

El estado peruano se rige por dos regímenes laborales: el Régimen Laboral Especial y el Régimen General Laboral.

El Régimen Laboral Especial está orientado a promover la formalización y crecimiento de las micro y pequeñas empresas, puesto que los beneficios para el trabajador de estas empresas son más limitados, mientras el Régimen General Laboral dispone de todos los beneficios indicados por ley para los trabajadores. En la siguiente tabla se muestra las características de cada régimen según el tamaño de la empresa:

Tabla 16: Regímenes Laborales

	MICROEMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA	MEDIANA EMPRESA
REGIMEN LABORAL	Régimen Laboral Especial	Régimen Laboral Especial	Régimen Laboral General
BENEFICIOS Y DERECHOS LABORALES	<p>Remuneración: No menor a la Remuneración Mínima Vital</p> <p>Jornada laboral: máxima de 08 horas diarias o 48 horas semanales.</p> <p>Descanso semanal de 24 horas consecutivas y en días feriados.</p> <p>Remuneración por trabajo en sobretiempo.</p> <p>Descanso vacacional: 15 días calendarios.</p> <p>Cobertura de seguridad social en Salud: Seguro Integral de Salud – SIS</p> <p>Cobertura Previsional: incluye un Sistema de Pensiones Sociales.</p> <p>Gratificaciones: No.</p> <p>Utilidades: No.</p> <p>Asignación familiar: No.</p> <p>Compensación por Tiempo de Servicios (CTS): No.</p> <p>Despido arbitrario o injustificado: Indemnización de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración).</p>	<p>Remuneración: No menor a la Remuneración Mínima Vital</p> <p>Jornada laboral: máxima de 08 horas diarias o 48 horas semanales.</p> <p>Descanso semanal de 24 horas consecutivas y en días feriados.</p> <p>Remuneración por trabajo en sobretiempo.</p> <p>Descanso vacacional: 15 días calendarios.</p> <p>Cobertura de seguridad social en Salud: ESSALUD.</p> <p>Cobertura Previsional</p> <p>Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR).</p> <p>Gratificaciones: 2 al año de medio sueldo.</p> <p>Utilidades: Si.</p> <p>Asignación familiar: No.</p> <p>Compensación por Tiempo de Servicios (CTS): Si, equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración.</p> <p>Despido arbitrario o injustificado:</p>	<p>Remuneración: No menor a la Remuneración Mínima Vital</p> <p>Jornada laboral: máxima de 08 horas diarias o 48 horas semanales.</p> <p>Descanso semanal de 24 horas consecutivas y en días feriados.</p> <p>Remuneración por trabajo en sobretiempo.</p> <p>Descanso vacacional: 30 días calendarios.</p> <p>Cobertura de seguridad social en Salud: ESSALUD.</p> <p>Cobertura Previsional</p> <p>Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR).</p> <p>Gratificaciones: 2 al año de un sueldo.</p> <p>Utilidades: Si.</p> <p>Asignación familiar: 10% de la Remuneración Mínima Vital.</p> <p>Compensación por Tiempo de Servicios (CTS): Si, equivalente a 30 días de remuneración por año de servicio.</p> <p>Despido arbitrario o injustificado: Indemnización de una remuneración y media por cada mes dejado de</p>

		<p>Indemnización de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración).</p> <p>Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.</p>	<p>laborar (contrato plazo fijo) y una remuneración y media por cada año de trabajo (contrato indeterminado) con un máximo de 12 remuneraciones.</p> <p>Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.</p>
--	--	--	---

Fuente: SUNAT y Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo

Tomando como referencia la tabla 16, podemos establecer que ECOPROTECT S.A.C se encuentra dentro del Régimen Laboral Especial, por la naturaleza de ser una micro empresa.

2.14. Modalidades de Contratos Laborales.

El contrato laboral es un acuerdo voluntario entre el trabajador y el empleador, que da inicio a un vínculo laboral donde el trabajador se obliga a ponerse a disposición del empleador por trabajo a cambio de una remuneración. En este documento se detalla los derechos y obligaciones de las partes, así como las condiciones dentro de las cuales se desarrolla esta relación laboral (Reid, s.f).

Tipos de Contrato:

1. Tiempo indeterminado
2. Sujeto a modalidad
3. Tiempo parcial

Por su naturaleza:

1. Temporal:

- Inicio o lanzamiento de nueva actividad
- Necesidad de mercado
- Reconversión

2. Naturaleza accidental:

- Ocasional
- Suplencia
- Emergencia

3. Obra o servicio:

- Especifico
- Intermitente
- temporada

Fuente: Diario Gestión

Según los tipos de contrato explicados en el párrafo anterior, ECOPROTECT S.A.C celebrará contratos de trabajo bajo las siguientes modalidades:

Tabla 17: Tipos de contratos de ECOPROTECT S.A.C

PUESTO	TIPO DE CONTRATO
Gerente General	Contrato por plazo indeterminado
Asistente de MKT y Community manager	Contrato por Inicio o Lanzamiento de una Actividad

Vendedor	Contrato por Inicio o Lanzamiento de una Actividad
Asistente de Logística y Comercio EXT	Contrato por Inicio o Lanzamiento de una Actividad
Contador	Contrato de Locación de Servicio-Recibo por honorarios
Asistente TI	Contrato de Locación de Servicio-Recibo por honorarios

Fuente: Elaboración propia

- El Gerente General al ser una persona elegida por la Junta General de Accionistas es un cargo de confianza, por lo cual se le otorgará el “contrato a plazo indefinido” desde el inicio de sus actividades.

- Los asistentes y vendedor se les contratará bajo la modalidad del “contrato por inicio de actividades” , el cual tendrá un plazo de duración de 3 meses para evaluar el desempeño de los trabajadores con respecto al logro de los objetivos, y serán renovables semestralmente si superan el periodo inicial. (Anexo 4).

- El Contador y Asistente de TI, brindarán sus servicios a través de un contrato civil llamado “contrato de locación de servicios”, donde los locadores (los que prestan el servicio) emiten su recibo por honorarios por los servicios prestados y no tienen derecho al pago de beneficios laborales, ya que no existe un vínculo laboral entre la empresa y el locador (Anexo 5).

2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.

Los contratos comerciales son aquellos constituidos por una parte deudora y otra acreedora, que, por acuerdo, declaran su voluntad de obligarse. Asimismo, para que el contrato tenga naturaleza comercial, debe constituir un acto de comercio (Orihuela, 2020).

De acuerdo con el organigrama y la naturaleza de la empresa, el Gerente General es la persona con los poderes para suscribir los contratos comerciales; De ese modo, ECOPROTECT S.A.C celebrará los siguientes contratos comerciales:

1. Contrato de Sociedad Comercial: Contrato entre las partes que conforman la sociedad donde acuerdan realizar aportaciones para un fin en común.
2. Contrato de compra y venta internacional: Contrato entre ECOPROTECT S.A.C y el/los proveedores en China.
3. Contrato de Prestación de Servicios: Contrato entre ECOPROTECT S.A.C y aquellos proveedores de servicios tercerizados como agente de aduanas, entre otros.
4. Contrato de Arrendamiento: Contrato con el cual se alquilará el local donde la empresa se ubicará y desarrollará sus operaciones.
5. Contrato con Entidades Financieras: Contrato que firmará con bancos o cajas rurales/municipales cuando sea necesario solicitar un préstamo.

La responsabilidad civil de los accionistas se encuentra regulada de manera genérica en el Código Civil y de manera específica en la Ley General de Sociedades.

Por tal motivo, los socios responden por deudas de la sociedad hasta el aporte de su capital, a excepción que el accionista haya avalado o garantizado la deuda.

3.- PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

3.1. Identificación, descripción y justificación del producto a importar

En la actualidad existe una creciente tendencia en el mercado hacia artículos más sostenibles, fabricados a partir de plantas, materias primas reciclables, ya que su uso aporta un ahorro de CO₂, elimina residuos y protege el medio ambiente.

Estos protectores ecológicos biodegradables se diferencian de los protectores de celular que normalmente se ofrecen en el mercado (plástico, TPU) básicamente porque se degradan en un tiempo mucho menor y son reciclables pudiendo convertir los desechos en nuevos productos o en materia para su posterior utilización, asimismo cuentan con un diseño agradable a la vista y al tacto del usuario.

La tendencia de proteger el medio ambiente de una manera sostenible, así como los productos ecoamigables nos da un indicio que las personas cada vez toman conciencia y buscan adquirir productos que cumplan con estas reglas, por lo tanto podemos decir que tenemos un gran mercado objetivo que crece cada día en Lima Metropolitana.

Cabe agregar, que “Perú Limpio” es una estrategia multisectorial y descentralizada que busca mejorar nuestra cultura ambiental y promover buenas prácticas en el manejo de residuos sólidos entre la ciudadanía a partir de acciones concretas. La estrategia se realiza en coordinación con los gobiernos regionales y locales (Ministerio del Ambiente, 2019).

3.1.1 Clasificación arancelaria (en ambos países)

La empresa ECOPROTEC S.A.C al importar protectores para celular ecológicos y biodegradables se clasifica en la siguiente sub-partida nacional:

Tabla 18: Clasificación de partida arancelaria

TRATAMIENTO ARANCELARIO	
SECCIÓN VII	Plástico y sus manufacturas; caucho y sus manufacturas

CAPITULO 39	Plástico y sus manufacturas
CODIGO	Descripción
39.26	Las demás manufacturas de plástico y manufacturas de las demás materias de las partidas nos 39.01 a 39.14.
3926.90.90.90	Los demás

Fuente: SUNAT

La sub-partida nacional no tiene restricciones de Inspección ni prohibiciones de salida e ingreso de la mercancía, presenta los siguientes gravámenes a considerar:

Tabla 19: Gravámenes vigentes

GRAVAMENES VIGENTES	VALOR
Ad/ Valorem	6%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General a las Ventas	16%
Impuesto de Promoción Municipal	2%
Derechos Específicos	N.A.
Derechos Antidumping	N.A.
Seguro	2.5%
Sobretasa Tributo	0%
Unidad de Medida:	(*)
Sobretasa de Sanción	N.A.

Fuente: SUNAT

En la actualidad un convenio país exportador cual si se Certificado de

contamos con vigente con el China, por lo presenta el Origen, el ad-

valorem se liberaría al 100%.

Tabla 20: Convenio Vigente

PAIS	CONVENIO INTERNACIONAL	FECHA DE VIGENCIA	ARANCEL BASE/PREFERENCIAL	PORCENTAJE LIBERADO ADV
CHINA	805 - TRATADO DE LIBRE COMERCIO PERU – CHINA	01/01/2019-31/12/9999	9%	100%

Fuente: SUNAT

Ficha técnica comercial

Tabla 21: Ficha Técnica

	<p>Huaaxing Technology Co.,Ltd</p>
<p>PARTIDA ARANCELARIA: 3926.90.90.90</p>	
<p>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO: Protector para celular hecho a base de paja de trigo 100% biodegradable y reciclable, eco amigable con el medio ambiente. Este protector para celular es antideslizante, no se mancha con huellas de los dedos, es agradable al tacto. Cuenta con certificaciones ROHS – VINCOTTE ‘OK COMPOST’</p>	

CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL PRODUCTO

Lugar de origen: Guangdong, China

Material: TPU – Paja de Trigo

Peso: 0.050 kg

Medidas del paquete: 19 x 10 x 1.5 cm

Tiempo de descomposición: 3-6 meses

Método de envío: DHL UPS FEDEX EMS TNT

Garantía: 1 año

Utilizado para: Protector de celular

Lead Time:

Cantidad(es)	1 - 1 000	>1 000
Días	10	Se negociará

BENEFICIOS DEL PRODUCTO

- Biodegradables/Compostables/Reciclables
- No tóxicos
- Reducción de emisión de CO2
- Bajo impacto ambiental

Fuente: Shenzhen Huaaoxing Technology Co., Ltd.

3.1.3 Ecuación de valor para el mercado nacional

La ecuación de valor o propuesta de valor es la promesa que realiza la empresa a sus clientes a cambio de que adquiera su producto y se deriva básicamente de la ventaja que tiene la empresa frente a sus competidores para obtener una posición única y superior en el mercado al generar la preferencia del cliente (Marketinginteli, s.f).

La empresa ECOPROTECT S.A.C tendrá como referencia la siguiente propuesta de valor del producto:

- **Novedad:** en el mercado peruano este tipo de accesorio para celular (hecho a base de residuos naturales) son poco conocidos ya que principalmente se usan los productos clásicos elaborados con plástico; ECOPROTECT S.A.C ofrece a sus clientes protectores para celular ecológicos biodegradables, los cuales se ajustan a la tendencia creciente por el cuidado del medio ambiente, sumando conciencia en las personas con relación a la estrategia multisectorial y descentralizada “Perú Limpio” que busca mejorar nuestra cultura ambiental.
- **Conveniencia:** Actualmente existe mayor conciencia ambiental, por lo cual los usuarios finales buscan ser generadores de cambios positivos en el impacto ambiental. En ese sentido, ECOPROTECT S.A.C ofrecerá al mercado productos que se degradan en un tiempo mucho más corto que los derivados del plástico emitiendo menos basura para nuestro planeta, y reduciendo el impacto en el calentamiento global.
- **Calidad:** Los protectores para celular ecológicos biodegradables ser de origen natural es un producto no tóxico, lo cual se traduce en un producto apto para ser usado y este en contacto con las personas en el día a día.

3.1.4 Determinación de la marca a usar

ECOPROTECT S.A.C comercializa un producto genérico (protectores de celular) los cuales no llevan marca impresa en el producto ya que el mercado objetivo no

lo demanda. Sin embargo, se trabajará con el nombre comercial y logo de la empresa para el marketing y posicionamiento en el mercado.

El logo de la empresa hace referencia al cuidado del medio ambiente, por ello se eligió poner como fondo de imagen el escenario de una playa, en el centro de la imagen un celular que representa la utilidad que tiene el producto; con el diseño obtenido damos alusión a la naturaleza por ser productos amigables ecológicamente.



Figura 8: Logo EcoProtect S.A.C.

Fuente: Elaboración propia

3.2 Investigación de mercado objetivo

3.2.1 Segmentación de mercado objetivo (macro y microsegmentación)

Analizaremos el mercado nacional (objetivo) y el mercado internacional (para determinar el país proveedor del producto)

MERCADO INTERNACIONAL

En la siguiente tabla se muestra los principales exportadores de la subpartida arancelaria del producto ECOPROTECT S.A.C

Tabla 22: Principales países exportadores mundiales de la Partida Arancelaria 3926.90 (Unidad: Dólar Americano miles)

Exportadores	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019
China	10296608	10631943	10852859	12028108	13978499
Alemania	6734572	7139189	7873496	8726515	8443104
Estados Unidos de América	5838492	5881550	6255795	6662361	6349783
Italia	2468904	2600689	2862907	3164903	3027672
Francia	1996175	2125326	2340559	2565874	2522766
Japón	1603437	1699088	1845083	1993181	1991418
Países Bajos	1430198	1604873	1650417	1860476	1861254
México	1545814	1563958	1753479	1731394	1732535
Polonia	982532	1072261	1137088	1621783	1608059
Taipei Chino	1789111	1751079	1720636	1649266	1598660

Fuente: Trade Map

Podemos observar que China, Alemania y Estados Unidos de América son los tres países que lideran las exportaciones mundiales.

Siguiendo con el análisis, debemos determinar cuales son los principales países proveedores del Perú la subpartida arancelaria designada al producto.

Tabla 23: Principales países exportadores al Perú de la Partida Arancelaria 3926.90 (Unidad: Dólar Americano miles)

Exportadores	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019
China	39262	42553	48366	62464	69699
Estados Unidos de América	19833	17484	17344	18537	18605
Colombia	4313	4036	4364	5127	6622
Alemania	4464	4931	4541	5439	5929

México	4211	3504	4094	4547	5550
España	2172	1823	2835	3639	5178
Italia	4715	3785	3617	4002	4119
Brasil	2048	1753	2413	2367	2162
Chile	1230	1322	1141	4196	1978
Países Bajos	814	596	408	1762	1967

Fuente: Trade Map

Podemos visualizar que China, Estados Unidos y Colombia son los principales exportadores al Perú por lo cual se consideran como opciones para ser proveedores nuestros.

Tabla 24: Opciones de países proveedores de ECOPROTECT S.A.C

	CHINA	ESTADOS UNIDOS	COLOMBIA
CRECIMIENTO DEL PBI 2019	6.10%	2.30%	3.30%
PBI 2019	12 809 322M. €	19 140 420M.€	289 239M.€
PBI PER CAPITA 2019	9,180.00 €	58,470.00 €	5,804.00 €
TASA DE INFLACIÓN 2019	2.90%	2.30%	3.80%
RIESGO PAIS	Situación política: Relativamente estable Economía interna: Favorable Economía externa: Favorable	Situación política: Muy estable Economía interna: Regular Economía externa: Desfavorable	Situación política: Relativamente estable Economía interna: Favorable Economía externa: Favorable
ESCALA DE PRECIOS	Muy bueno	Bueno	Bueno
BARRERAS ARANCELARIAS	6.00%	6.00%	6.00%
BARRERAS NO ARANCELARIAS	Baja exigencia	Baja exigencia	Baja exigencia
LIBERACIÓN ARANCELARIA	100.00% Tratado de Libre Comercio entre el Perú –China	100.00% Acuerdo de Promoción comercial Perú - EE.UU.	100.00% Acuerdo de Libre Comercio entre Perú - Comunidad Andina

Fuente: DatosMacro, Cesce, Trade Map, Veritrade, SUNAT.

Los criterios de la tabla anterior se tomarán en cuenta para seleccionar el país proveedor, se han considerado aspectos económicos, políticos y comerciales con el fin de no tener problemas de abastecimiento, nacionalización y ser competitivos, teniendo confiabilidad que los países de origen se encuentran estables para iniciar relaciones comerciales, que no existen barreras para el ingreso y lograr obtener un precio acorde al mercado. A continuación, se le otorgará un peso según nivel de importancia de cada criterio:

Tabla 25: Evaluación del país proveedor de ECOPROTECT S.A.C

	NIVEL DE IMPORTANCIA	CHINA		ESTADOS UNIDOS		COLOMBIA	
		CALIFICACION	PUNTAJE FINAL	CALIFICACION	PUNTAJE FINAL	CALIFICACION	PUNTAJE FINAL
CRECIMIENTO DEL PBI 2019	10%	5	0.50	2	0.20	3	0.30
PBI 2019	8%	4	0.32	5	0.40	2	0.16
PBI PER CAPITA	8%	4	0.32	5	0.40	2	0.16
TASA DE INFLACIÓN 2019	9%	4	0.36	5	0.45	3	0.27
RIESGO PAIS	12%	4	0.48	3	0.36	4	0.48
DEMANDA DE LA PARTIDA 2019	10%	5	0.50	3	0.30	2	0.20
ESCALA DE PRECIOS	15%	5	0.75	4	0.60	4	0.60
BARRERAS ARANCELARIAS	8%	3	0.24	3	0.24	3	0.24
BARRERAS NO ARANCELARIAS	8%	4	0.32	4	0.32	4	0.32
LIBERACIÓN ARANCELARIA	12%	5	0.60	5	0.60	5	0.60
TOTAL	100%		4.39		3.87		3.33
*Calificación: Rango de 0 (Muy malo) – 5 (Muy bueno)							

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con lo evaluado en la tabla precedente, podemos observar que el país proveedor elegido será China, principalmente por:

- Precio: Debido a que Estados Unidos vende el producto de protectores para celular ecológicos biodegradables a un precio mayor, esto se debe a que el proveedor estadounidense solo vende y cobra una comisión, pero la exportación saldrá desde China.
- Liberación arancelaria: El Perú posee el Tratado de Libre Comercio entre el Perú -China por lo cual al importar el producto podemos liberar el pago del ad-valorem.
- Demanda de la partida arancelaria: China al tener gran demanda de esta partida nos da a entender que es un país confiable como proveedor y que existen variables por las cuales resalta frente a otros países.
- Crecimiento del PBI: China es un país con gran crecimiento económico, presentando en la última década crecimientos anuales entre 6-10 %.
- Riesgo país: China es un país relativamente estable por lo cual se puede iniciar relaciones comerciales.

MERCADO NACIONAL

Población: Según reporte de INEI e información del último censo realizado en 2017 tenemos la siguiente población:

Tabla 26: Población en el Perú- Censo 2017

ITEMS	NÚMERO DE PERSONAS
Población total en el Perú	31 237 385
Población en el departamento de Lima	9 485 405
Población en la Provincia de Lima	8 574 974
Población en Lima Metropolitana (Provincia de Lima + Provincia Constitucional del Callao)	9 569 468

Fuente: INEI

Para agregar, según nota de prensa de INEI, de acuerdo a estimaciones y proyecciones, al 30 de junio del 2019, el Perú tiene una población de 32 millones 131 mil 400 habitantes (INEI, 2019).

Producto bruto interno: Durante el año 2019, el producto bruto interno (PBI) se incrementó 2.16% y contabilizó más de dos décadas de trayectoria positiva. El sector con mayor avance en el 2019 fue el de telecomunicaciones y otros servicios de información que subió en 5.58% por el dinamismo del rubro de telecomunicaciones 6.81%. (El Peruano, 2020).

El Banco Central de Reserva del Perú indica que en 2019 el PBI creció 2.2%, tasa menor al año 2018 en parte por la contracción de los sectores primarios. Además, las actividades no primarias también se vieron afectadas por el menor dinamismo de la demanda interna. El PBI per cápita para el 2019 resultó de \$7 183, aumentando 0.6% con respecto al año anterior (BCRP, 2019)

Tabla 27: PBI por tipo de gasto (Variaciones porcentuales reales)

	2017	2018	2019	PROMEDIO 2010-2019
DEMANDA INTERNA	1.5	4.2	2.3	5.1
a. Consumo privado	2.6	3.8	3.0	5.1
b. Consumo publico	0.6	0.1	2.1	4.3
c. Inversión bruta fija	-0.2	4.7	2.9	4.9
*Privada	0.2	4.5	4.0	5.6
*Pública	-1.8	5.6	-1.4	2.7
Variación de existencias (contribución %)	-0.3	0.5	-0.5	0.1
Exportaciones	7.4	2.4	0.8	3.7
Menos:				
Importaciones	3.9	3.2	1.2	6.0
PRODUCTO BRUTO INTERNO	2.5	4.0	2.2	4.5
Nota:				
Gasto público total	-0.1	1.6	1.0	3.8

Fuente: BCRP

Riesgo país: Este indicador estima el riesgo político y mide las posibilidades de un país no cumpla con sus obligaciones financieras, por ejemplo, la deuda externa, cuando corresponda a acreedores internacionales. A pesar de la coyuntura que vivimos actualmente el riesgo país cerró al 09 de junio de 2020 en 1.36 puntos porcentuales según el EMBI+Perú calculado por el banco JP Morgan, el riesgo país más bajo de la región lo que ayuda a mejorar las condiciones por las cuales las empresas privadas y públicas acceden al crédito del exterior y contribuye a la expansión de la inversión extranjera.

Inflación: En 2019 la inflación se mantuvo dentro del rango meta de 1%-3%, en un contexto difícil donde la actividad económica se ubicó debajo de su nivel potencial, así como la incertidumbre en los mercados financieros internacional por la intensificación de la guerra comercial entre Estados Unidos y China (BCRP,2019). La inflación anual fue de 1.9%, ubicando al 2019 como un año de estabilidad y consolidación económica básicamente por el aumento de precios de los grandes grupos de esparcimiento, diversión, servicios culturales y enseñanza que llegaron al 4.51%. (Lyonnet, 2020).

Balanza de pago: El déficit de la cuenta corriente se redujo a 1.5% del PBI en el 2019 causado por las menores utilidades de las empresas con inversión directa extranjera acompañado de la moderación del crecimiento de la actividad local y menores cotizaciones de los metales básicos. Este déficit se financió con capitales de la cuenta financiera que tuvieron un flujo positivo de \$10 548 millones (4.6% del PBI). Con ello, las Reservas Internacionales sumaron \$68 316 millones. (BCRP, 2019).

Tipo de interés: La tasa de interés interbancaria disminuyó de 2.75% en diciembre 2018 a 2.25% en diciembre 2019. Sobre la tasa de interés por segmento de crédito, todas se redujeron a comparación del 2018, llegando 3 sectores a sus niveles mínimos históricos desde 2010, como el crédito hipotecario. Sobre la tasa de interés en dólares, la reducción en la tasa de política de la Reserva Federal originó una disminución de la tasa interbancaria y la tasa

activa preferencial corporativo a 90 días. Todo ello permitió mantener una posición expansiva (BCRP, 2019).

Ámbito laboral: De acuerdo con la información de la Planilla Electrónica de la SUNAT, el número de puestos de trabajo formales a nivel nacional aumentó 2.8% en 2019. A nivel de sectores, el mayor incremento se dio en el sector privado (3.8%) (BCRP, 2019).

En términos generales, a nivel macro podemos decir que el Perú se encuentra en una posición adecuada, con resultados positivos y con una economía en crecimiento (muy aparte de la coyuntura que atravesamos actualmente), lo cual general que seamos un país atractivo para la inversión e inicios de negocios.

De acuerdo con el tipo de producto que ECOPROTECT S.A.C ofrece, el mercado objetivo sería personas hombres y mujeres de una estructura socio económica A y B, ubicadas geográficamente en los distritos de Miraflores, San Isidro, San Borja, Santiago de Surco, La Molina, entre 18 a 39 años de edad.

Se estableció este mercado objetivo en vista que el protector para celular ecológico biodegradable esta diseñado para usuarios de Iphone, por ende podemos deducir que al ser la marca APPLE un producto premium, los usuarios del mismo están dentro de la estructura socio económica A y B, asimismo, el rango de edades se determina por la característica del producto “ecoamigable” donde las personas de 18 a 39 años tienen una cultura por el cuidado del medio ambiente, además que es una población económicamente activa.

Figura 9: Estructura socioeconómica por zonas geográficas Lima Metropolitana

Zonas	Población		Estructura socioeconómica (% horizontal)				
	Miles	%	A	B	C	D	E
1 Puente Piedra, Comas, Carabaylo.	1,309.3	12.4	0.0	14.6	39.7	36.6	9.1
2 Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras.	1,318.3	12.5	2.1	28.3	47.6	19.9	2.1
3 San Juan de Lurigancho.	1,157.6	10.9	1.1	21.5	44.6	25.3	7.5
4 Cercado, Rimac, Breña, La Victoria.	771.2	7.3	2.5	29.9	43.9	21.5	2.2
5 Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino.	1,477.6	14.0	1.4	11.6	45.6	33.3	8.1
6 Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel.	377.7	3.6	16.2	58.1	20.5	3.5	1.7
7 Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina.	810.6	7.7	35.9	43.2	13.6	6.3	1.0
8 Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores.	878.3	8.3	2.0	29.1	48.8	17.3	2.8
9 Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Lurín, Pachacamac.	1,098.7	10.4	0.5	7.9	52.2	31.6	7.8
10 Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Carmen de la Legua, Ventanilla y Mi Perú	1,100.4	10.4	1.4	19.0	46.0	24.4	9.2
11 Cieneguilla y Balnearios	190.5	1.8	0.0	9.9	47.6	32.7	9.8
TOTAL LIMA METROPOLITANA	10,580.9	100.0	4.3	23.4	42.6	24.1	5.6

Fuente: CPI Market Report

Del total de 10 580 900 millones de habitantes en Lima Metropolitana, los distritos de Miraflores, San Isidro, San Borja, Santiago de Surco, La Molina representan el 7.7% de la población (810 600 miles de habitantes) , de los cuales el 35.9% pertenece a un NSE A y el 43.2 pertenece a un NSE B.

En la siguiente tabla, se muestra la distribución poblacional de los 5 distritos elegidos como mercado objetivo, la población económicamente activa del rango

de edades 18 a 39 años dan un total de 454 625 mil personas, las cuales son potenciales clientes para el producto ofertado por ECOPROTECT S.A.C

Tabla 28: Distribución poblacional

DISTRITO	POBLACION 18 AÑOS A MAS	GENERO		EDAD	
		HOMBRE	MUJER	18-24	25-39
La Molina	155,241	70,780	84,461	31,048	57,439
Miraflores	131,911	57,186	74,725	26,382	48,807
San Isidro	76,302	33,243	43,059	15,260	28,232
San Borja	123,711	56,397	67,314	24,742	45,773
Santiago de Surco	310,423	144,415	166,008	62,085	114,857
<i>*expresado en miles de personas</i>					

Fuente: Ipsos 2018

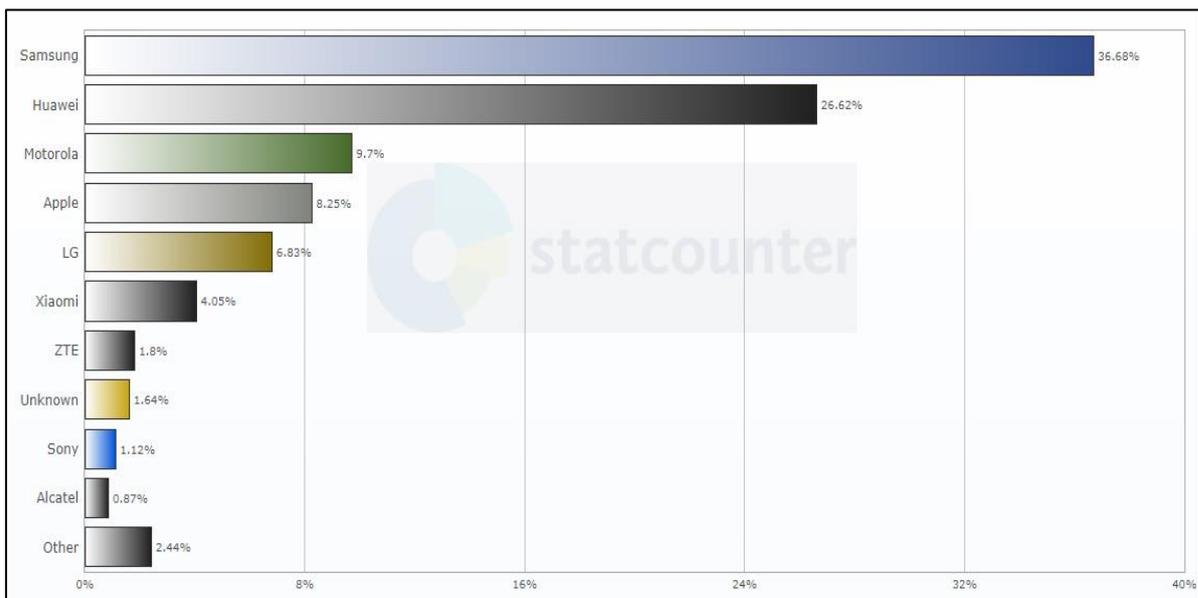
Según el estudio realizado en el año 2019 por APEIM - Asociación Peruana de Empresas de Inteligencia de Mercados, informa que el 99% de hogares NSE A cuenta con un equipo celular, mientras tanto los hogares de NSE B presenta un 98.1% .

Para nuestro mercado objetivo, por las características de nuestro producto nos enfocamos en celulares de la marca APPLE (Iphone 8 en adelante), de acuerdo con la Cuota de mercado de proveedores móviles en Perú, el 8.25% de usuarios usan Iphone ocupando el 4 lugar en marcas utilizadas, por lo que podemos deducir lo siguiente:

Del universo de 454 625 mil personas de NSE A y B en los 5 distritos seleccionados previamente, donde en promedio el 99% tienen un equipo smartphone, se estima que el 60% (272 775 mil personas) usan un equipo Iphone y lo renuevan de manera anual (1 por año), esta información se valida de

acuerdo con la encuesta realizada (ANEXO 7) a una muestra de 100 personas; lo que nos ayuda para aterrizar números más cercanos a la realidad.

Figura 10: Cuota de mercado de proveedores móviles Perú



Fuente: Statcounter

3.2.2 Definición del perfil del consumidor

TENDENCIA DE CONSUMO ECOLOGICO

En la última década se ha vuelto visible el aumento de los consumidores con conciencia ecológica al momento de realizar una compra, son sensibles de las repercusiones de sus decisiones en el desarrollo sostenible y al medio ambiente. Esta tendencia al consumo responsable parte del evidente cambio climático por el que atraviesa nuestro planeta. El plástico es un gran contaminante por su largo tiempo de degradación y el corto tiempo de vida que tiene, terminando en los océanos formando grandes islas de basura como la formada en el Océano Pacífico que tiene 1.6 millones de Km² y cerca de 80.000 toneladas de plástico (El Comercio, 2019).

En este contexto nace la oportunidad comercial para los empresarios y emprendedores, quienes brindan opciones sostenibles con modelos de producción respetuosos con el medio ambiente en diversos rubros como: textil, cosmético, alimenticio, automovilístico, turístico, entre otros. Las generaciones más jóvenes están más comprometidas con la ecología y medio ambiente. Según estudio de GlobalWebindex, 6 de cada 10 millennials (22-35 años) están dispuestos a pagar un ticket mayor por productos ecológicos y sostenibles, seguidos por el 58% de la Generación Z (16-21) y el 55% de la Generación X (36-54). Casi la mitad (46%) de los Baby Boomers (55-64), serían favorables de incrementar el gasto por productos más ecofriendly (Economía3, 2020).

CRECIMIENTO EN EL USO DE SMARTPHONES

El 82% de la población peruana de 6 y más años usa Internet mediante un teléfono celular, reveló un informe del Instituto Nacional de Estadística e

Informática (INEI) elaborado en base a la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO) del cuarto trimestre del 2018. Indicó que el mayor incremento de la población de 6 y más años que accedió a Internet mediante teléfono celular se registró en el área rural en 13,6 puntos porcentuales al pasar de 55,2% a 68,8%.

Asimismo, creció en 9,1 puntos porcentuales en el resto urbano al pasar de 70,7% a 79,8% y en Lima Metropolitana en 8,0 puntos porcentuales al pasar de 78,4% a 86,4%. Cabe indicar que, según área de residencia, todos estos crecimientos son muy significativos.

Según grupos de edad, los mayores usuarios de Internet a través de teléfonos celulares pertenecen a la población de 25 a 40 años (93,1%), seguido del grupo de 41 a 59 años (91,5%), de 19 a 24 años (87,5%), de 60 y más años (80,6%), de 12 a 18 años (63,2%) y de la población de 6 a 11 años de edad (50,4%). En todos los casos antes mencionados se reportaron incrementos muy altamente significativos que fluctuaron entre 4,6 y 17,4 puntos porcentuales, respecto a similar trimestre del año 2017. Según sexo, el acceso creció en el caso de mujeres de 73,9% a 82% y en los hombres de 72,7% a 82%. (Andina, 2019)

En base a lo expuesto anteriormente y sobre el análisis del buyer persona (ANEXO 6) ECOPROTECT S.A.C se orientará a la venta a personas, es decir B2C (business-to-consumer) por lo cual se detallará el perfil de nuestro cliente:

- Habitantes en Lima Metropolitana de los distritos de Miraflores, San Isidro, San Borja, Santiago de Surco, La Molina.
- Personas que pertenecen a un NSE A y un NSE B.

- Hombres y Mujeres entre 18 a 39 años, población económicamente activa.
- Usuarios de dispositivos de la marca APPLE (Iphone 8 en adelante)
- Personas conocimiento sobre el cuidado al medio ambiente.

3.2.3 Medición del mercado objetivo

ECOPROTECT S.A.C considera su mercado objetivo las personas hombres y mujeres entre 18 a 39 años ubicadas en los distritos de Miraflores, San Isidro, San Borja, Santiago de Surco, La Molina. A partir de ello, se ha determinado un porcentaje estimado de la cantidad de personas que utilizan un equipo Iphone y lo renuevan cada año, en base a la cantidad de personas que pertenecen a un NSE Ay B en los 5 distritos seleccionados, dando como resultado un mercado objetivo de 272 775 mil personas que usan iphone.

La participación de mercado se calculó en base a la capacidad de la empresa para satisfacer la demanda y un porcentaje accesible para iniciar las operaciones, por lo que se estima lo siguiente:

- Por ser una empresa nueva, acceder al 70% del mercado objetivo, esto se representa en 190 943 personas a las que ECOPROTECT puede vender el producto, generando ventas anuales aproximadas de 200 000 unidades.

- Para una primera importación cogeremos una cuota de mercado de 5%, a fin de minimizar el riesgo y medir la aceptación del producto, lo que se grafica en 9 547 personas

Tabla 29: N° de personas por rango de edad, según NSE por distrito

DISTRITO	EDAD	
	18-24	25-39
La Molina	31,048	57,439
Miraflores	26,382	48,807
San Isidro	15,260	28,232
San Borja	24,742	45,773
Santiago de Surco	62,085	114,857
	454,625	

*expresado en miles de personas

Fuente: elaboración propia

3.3 Análisis de oferta y demanda en el mercado

3.3.1 Análisis de oferta

OFERTA INTERNACIONAL

Actualmente, el mundo se encuentra sumamente interconectado por lo cual es preciso también analizar la oferta que existe a nivel internacional ya que los vendedores de estos productos pueden ser nuestros proveedores como también nuestra competencia.

En las siguientes tablas se mostrarán los principales países proveedores a nivel mundial de la sub-partida 3926.90 ordenado tanto por valor y toneladas exportadas.

Tabla 30: Principales países exportadores mundiales de la Partida Arancelaria 3926.90 (Unidad: DólarAmericano miles)

Exportadores	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019
China	10296608	10631943	10852859	12028108	13978499
Alemania	6734572	7139189	7873496	8726515	8443104
Estados Unidos de América	5838492	5881550	6255795	6662361	6349783
Italia	2468904	2600689	2862907	3164903	3027672
Francia	1996175	2125326	2340559	2565874	2522766
Japón	1603437	1699088	1845083	1993181	1991418
Países Bajos	1430198	1604873	1650417	1860476	1861254
México	1545814	1563958	1753479	1731394	1732535
Polonia	982532	1072261	1137088	1621783	1608059
Taipei Chino	1789111	1751079	1720636	1649266	1598660

Fuente: Trade Map

Tabla 31: Principales países exportadores mundiales de la Partida Arancelaria 3926.90 (Unidad: Toneladas)

Exportadores	2015	2016	2017	2018	2019
	Cantidad exportada				
China	1822712	1955409	2099966	2230079	0
Alemania	590193	609925	647050	671487	666342
México	330529	284209	388628	439119	478162
India	220346	253024	273575	204075	211175
Francia	209473	217830	224773	233207	226980
Polonia	159154	176657	189897	233251	240340
Países Bajos	157564	170412	189998	204145	209510
Taipei Chino	193987	189924	191881	183313	167039
República Checa	149282	139517	149361	211937	176511
Malasia	88778	83691	135100	142626	165311

Fuente: Trade Map

Como se puede observar ha habido un aumento de consumo de la subpartida 3926.90 a nivel internacional durante los últimos 5 años. Actualmente el principal

proveedor es China, caracterizado por precios competitivos en los mercados a donde ingresa, lo que permite a sus clientes brindar precios más accesibles o tener un margen de ganancia mayor.

Podemos observar que el segundo mayor exportador de la subpartida 3926.90 es Alemania, sin embargo esta muy lejos de igualar los valores monetarios y cantidad en toneladas de lo exportado por China, esto debido a que el mercado chino puede estar brindando mejores condiciones comerciales.

OFERTA NACIONAL

A nivel Perú, este mercado es relativamente nuevo, pero crece a grandes pasos gracias a la labor del ministerio del ambiente que está trabajando arduamente para crear conciencia ambiental en los peruanos.

Tabla 32: Principales importadores en el Perú de la Partida Arancelaria 3926.90

PRINCIPALES IMPORTADORES	TOTAL U\$ CIF Tot	TOTAL Kg Neto
TIENDAS ISHOP DEL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - TIENDAS ISHOP PERU S.A.C.	244,831.38	1997.34
SUPERAZ INVERSIONES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - SUPERAZ INVERSIONES S.A.C.	212,417.72	21871.85
VERA CONDORI JOSE LUIS	191,100.36	10809.3
DURA CASE S.A.C.	189,377.85	15062.07
FF IMPORT PERU E.I.R.L.	137,972.81	9551.26
IMPORTACIONES KAR & ANG S.A.C.	137,942.14	5161.48
DREYCOM ELECTRONIC'S S.A.C.	119,235.75	14412.98
VF TECHNOLOGY E.I.R.L.	88,239.84	5763.47
APHUS GROUP SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - APHUS GROUP S.A.C.	87,908.22	5411.48
TELLO ALCANTARA NELLY ELIZABETH	76,001.89	4641.56

Fuente: Veritrade

De la tabla anterior se puede visualizar las primeras 10 empresas ordenadas por valor CIF total de la subpartida 3926.90 en el 2019. TIENDAS ISHOP PERU S.A.C. lideró las importaciones de esta subpartida en 2019 en cuanto a valor CIF, seguida por SUPERAZ INVERSIONES S.A.C. quien lideró las importaciones en cantidad importada.

3.3.2 Análisis y cálculo de la demanda

En este punto se analizará la demanda local, para ello se medirá los requerimientos del mercado peruano en base a las importaciones de la subpartida arancelaria 3926.90

Tabla 33: Principales países exportadores al Perú de la Partida Arancelaria 3926.90 (Unidad: Dólar Americano miles)

Exportadores	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019
China	40754	44144	50395	64334	71899
Estados Unidos de América	22286	20568	20666	21941	22875
Colombia	4391	4110	4447	5144	6634

Alemania	5138	5491	5369	6037	6616
México	4397	3836	4274	4787	5788
España	2360	1980	3044	3812	5394
Italia	4965	4044	3895	4304	4579
Brasil	2344	2089	2770	2931	2801
Chile	1682	1535	1582	4446	2337
Corea, República de	1671	1400	1579	1711	1994

Fuente: Trade Map

Tabla 34: Principales países exportadores al Perú de la Partida Arancelaria 3926.90 (Unidad: Toneladas)

Exportadores	2015	2016	2017	2018	2019
	Cantidad importada, Toneladas				
China	8332	10332	13274	17458	18663
Estados Unidos de América	2101	1759	1828	1878	1632
Colombia	755	759	909	1107	1590
España	415	284	481	777	1289
México	626	451	428	484	654
Alemania	285	411	393	500	646
Chile	364	370	317	841	631
Italia	654	507	369	421	477
Ecuador	301	595	203	724	314
Países Bajos	47	59	42	222	292

Fuente: Trade Map

En base a las dos tablas presentadas anteriormente, se visualiza que China lidera las exportaciones a Perú tanto en valores como en cantidades básicamente por su oferta de precio-calidad, seguidamente por Estados Unidos.

China es el principal país de compra y origen de los protectores para celular ecológicos biodegradables de la subpartida 3926.90 en 2019. También podemos notar que el origen real es China, pero muchas compras en nuestro país se cierran con intermediarios en otros países dando a entender que el precio es tan competitivo que puede ingresar un intermediario, ganar comisión y vender productos a precios promedios del mercado.

ANALISIS DE LA DEMANDA PROYECTADA

Para poder obtener la demanda proyectada se utilizará los datos de las importaciones de la subpartida arancelaria 3926.90 de los últimos 5 años expresado en toneladas y se utilizará la regresión lineal.

Tabla 35: Importaciones anuales del Perú de la Partida Arancelaria 3926.90

	2015	2016	2017	2018	2019	TOTAL
TOTAL TONELADAS	16,019	17,819	20,221	26,326	28,266	108,651

Fuente: Veritrade

Con la demanda histórica en toneladas se aplicará el método de mínimos cuadrados.

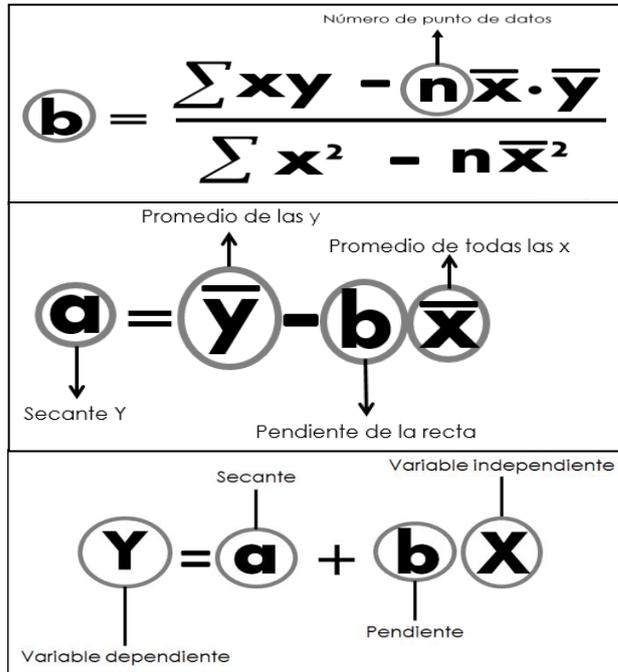
Tabla 36: Método de mínimos cuadrados

AÑO (x)	PERIODO (x)	DEMANDA (y)	xy	x²	y²
2015	1	16019	16019	1	256608361
2016	2	17819	35638	4	317516761
2017	3	20221	60663	9	408888841
2018	4	26326	105304	16	693058276
2019	5	28266	141330	25	798966756
TOTAL	3	21730.2	358954	55.0	2475038995

Fuente: Elaboración propia

En la columna de Periodo y Demanda se muestra al final los promedios ya que son necesarios para las fórmulas siguientes.

Figura 11: Fórmulas para calcular el pronóstico con regresión lineal



Fuente: Ingenio empresa

Cuando se halla "a" y "b" se puede proyectar linealmente la demanda con la "Y".

$$b=3300.1$$

$$a=11829.9$$

$$Y= a + bx$$

$$Y= 11829.9 + 11829.9*x$$

Donde x= periodo que se desea proyectar

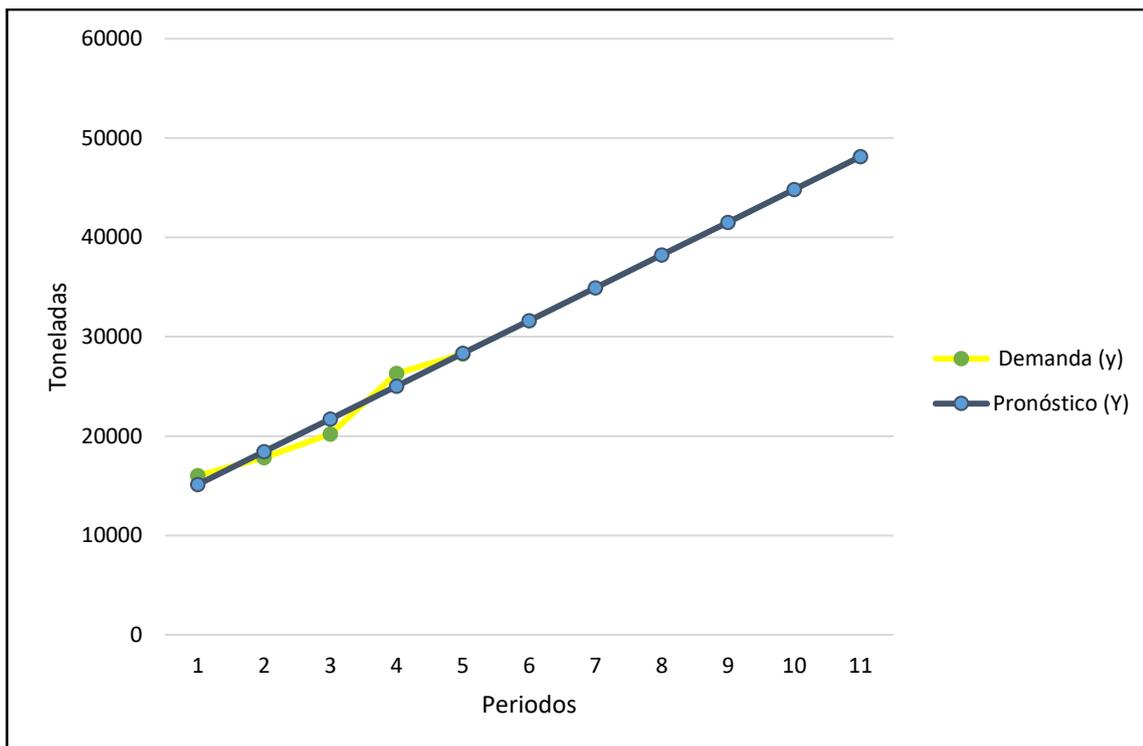
Tabla 37: Pronóstico de la demanda

b	3300.1	
a	11829.9	

Syx		1307.0	
Año (x)	Periodo (x)	Demanda (y)	Pronóstico (Y)
2015	1	16019	15130
2016	2	17819	18430.1
2017	3	20221	21730.2
2018	4	26326	25030.3
2019	5	28266	28330.4
2020	6		31630.5
2021	7		34930.6
2022	8		38230.7
2023	9		41530.8
2024	10		44830.9
2025	11		48131

Fuente: Elaboración propia

Figura 12: Pronóstico de la demanda



Fuente: Elaboración propia

Tabla 38: Crecimiento porcentual del mercado

2021	2022	2023	2024	2025
34930.6	38230.7	41530.8	44830.9	48131
Tendencia de crecimiento de mercado	9.45%	8.63%	7.95%	7.36%

Fuente: Elaboración propia

Como se puede visualizar hay un crecimiento positivo promedio por año de 8.35% que se repotenciará con la tendencia al consumo de productos ecológicos biodegradables y la participación del ministerio del ambiente generando conciencia en las personas; En ese sentido, ECOPROTECT S.A.C tendrá una posición conversadora y proyectará su demanda a una tasa de crecimiento de entre 3%, 5%, 7% y 9% por año transcurrido.

Tabla 39: Demanda proyectada para ECOPROTECT S.A.C

AÑO	2021	2022	2023	2024	2025
TASA CRECIMIENTO		3.00%	5.00%	7.00%	9.00%
UNIDADES	9,547	10,024	10,626	11,370	12,280

Fuente: Elaboración propia

3.3.3 Análisis de competitividad y benchmark

El benchmarking es un proceso por el cual se toma como referencia los productos, servicios o procesos de trabajo de las empresas líderes, para compararlos con los propios y posteriormente realizar mejoras e implementarlas (Roberto Espinosa, s.f)

En ese sentido, a través del benchmarking ECOPROTECT S.A.C se comparará con los 2 principales importadores en Perú de la partida 3926.90 en el año 2019.

Tabla 40: Principales dos importadores del Perú de la Partida Arancelaria 3926.90

PRINCIPALES IMPORTADORES	TOTAL U\$ CIF	TOTAL Kg Neto
TIENDAS ISHOP PERU S.A.C.	244,831.38	1997.34
SUPERAZ INVERSIONES S.A.C.	212,417.72	21871.85

Fuente: Veritrade

Tabla 41: Evaluación de los principales dos importadores del Perú de la Partida Arancelaria 3926.90

EMPRESA/	Peso	TIENDAS ISHOP PERU S.A.C.	SUPERAZ INVERSIONES S.A.C.

CARACTERISTICAS		Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado
Calidad del producto	25%	5	1.25	4	1.00
Precio del producto	25%	4	1.00	3	0.75
Innovación en sus productos	10%	3	0.30	3	0.30
Promoción y publicidad	15%	4	0.60	2	0.30
Participación en el mercado	25%	5	1.25	3	0.75
Total	100%		4.40		3.10
*Calificación: Rango de 0 (Muy malo) – 5 (Muy bueno)					

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con el análisis efectuado, la empresa **TIENDAS ISHOP PERU S.A.C.** es la que tiene más aspectos positivos a considerar, por lo cual **ECOPROTECT S.A.C** debe evaluarlos para posteriormente imitarlos y mejorarlos. **TIENDAS ISHOP PERU S.A.C.** es la empresa más grande que vende protectores para celular de la marca **APPLE**, pro ende cuenta con una variedad de modelos de protectores para todo gusto del cliente, esta empresa tiene una gran participación de mercado peruano y el nombre el nombre comercial esta bien posesionado dentro de las preferencias de los clientes finales; **TIENDAS ISHOP PERU S.A.C.** es relacionado con precio-calidad, distribuyendo productos un poco más costosos del promedio pero con una calidad superior, incursionando el mercado desde el año pasado con productos ecológicos biodegradables .

En conclusión, se debe de considerar esta empresa como una fuente de aprendizaje para poder ingresar al mercado y posicionarnos, de ese modo captar una participación de mercado favorable.

3.3.4 Análisis de precio de importación (compra)

Para este análisis debemos considerar en primer lugar la búsqueda de proveedores competitivos de China, teniendo en cuenta entre distintos factores el precio ofrecido.

Este precio debe ser acorde al mercado y debe mejorar de acuerdo con el volumen de compra. Para definir el precio adecuado para la importación se debe tener en cuenta el precio negociado y el incoterm vinculado ya que de ahí se determinará los costos, responsabilidades y riesgos que asumen cada parte.

Para el cálculo del costo de importación o precio del producto puesto en almacén se debe considerar los siguientes puntos:

- Precio negociado e incoterm
- Flete Internacional
- Seguro Internacional
- Gastos bancarios
- Gastos en origen y destino (manipuleo, transporte interno, almacén, pick up, entre otros)
- Documentación necesaria para la salida y nacionalización del producto (permisos, certificaciones, etc)

- Agente de aduanas
- Pago de ad-valorem

3.3.5 Análisis y determinación de formas de distribución

La empresa ECOPROTECT S.A.C usará el canal directo de distribución, es decir realizará la distribución física, mediante transporte terrestre de los productos a los almacenes o locales de los clientes. Debido a que tenemos una zona geográfica delimitada (5 distritos en Lima Metropolitana) se podrá entregar los productos en plazos cortos y de acuerdo de la solicitud del cliente, además de salvaguardar la calidad del producto, optimizar costos y tener contacto directo con el cliente, de este modo reforzar la relación.

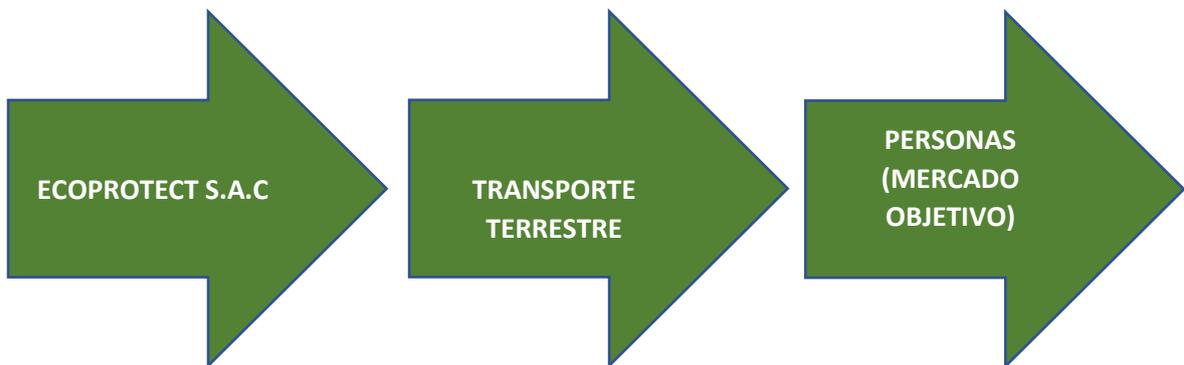


Figura 13: Canal directo de ECOPROTECT S.A.C

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, a fin de adecuarnos al comercio electrónico, la empresa también posee canales de distribución digitales necesarios para llegar a mayor cantidad de potenciales clientes.

En este caso, se hará uso de una página web donde se encontrarán datos de la empresa, los productos ofrecidos, solicitar cotizaciones y cerrar pedidos.; Complementariamente se hará uso de las redes sociales para generar tráfico de personas hacia nuestra web.

3.3.6 Análisis del entorno

3.3.6.1 Macro ambiente

En el presente punto se analizará las oportunidades y amenazas que tiene ECOPROTECT S.A.C en el mercado y se mencionarán también las fortalezas y debilidades con las que cuenta para trabajar estrategias posteriormente.

FODA EXTERNO

En la siguiente tabla se detalla factores, condiciones o situaciones a los cuales se encuentra expuesta la empresa y que puede impactar en la empresa de manera positiva o negativa.

Tabla 42: Matriz FODA-Externo

MATRIZ FODA DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS			
ESCALA: -3 (Amenaza) > 3 (Oportunidad)			
Criterios	Peso	Calificación	Valor
1 Pandemia mundial por COVID-19	13%	-1.00	-0.13
2 Perú uno de los países más estables de la región	12%	2.00	0.24
3 Desconocimiento del producto	20%	-1.00	-0.20
4 Planes para la reactivación de la economía	10%	3.00	0.30

5	No existen barreras comerciales	9%	1.00	0.09
6	TLC Perú-China	10%	2.00	0.20
7	Crecimiento del comercio digital	14%	2.00	0.28
8	Ingreso de nuevos competidores	12%	-1.00	-0.12
TOTAL		100%		0.66

Fuente: Elaboración propia

Pandemia mundial por COVID-19: La pandemia a la cual nos estamos viendo expuestos a nivel mundial genera el alza del precio de los fletes internacionales (principalmente vía aérea), retrasos en la llegada de la carga, fabricas paradas o sin personal suficiente, etc.

Perú uno de los países más estables de la región: a nivel internacional el país genera confianza, por ejemplo, el crédito con los proveedores y la continuidad del negocio.

Desconocimiento del producto: al ser un producto relativamente nuevo para el mercado peruano, la aceptación que tendrá el cliente final es incierta, por ello debemos tener un plan de marketing y difusión agresivo, a fin de llegar a nuestro target market.

Planes para la reactivación de la economía: El programa actual, Reactiva Perú, busca que las empresas puedan cumplir con sus obligaciones económicas en el periodo de emergencia, su beneficio se encuentra en acceder a préstamos con tasas preferenciales lo cual ayudará a que el mercado objetivo de ECOPROTECT S.A.C no se vea afectado.

No existen barreras comerciales: Para ingreso al mercado peruano de este producto no existen barreras arancelarias ni no arancelarias, adicionalmente el producto es genérico y no requiere de alta especialización ni validación por parte de los clientes por lo cual genera que sea un mercado sumamente accesible.

TLC Perú-China: El tratado con China beneficia a las empresas liberando el pago del ad-valorem.

Crecimiento del comercio digital: El confinamiento social y el cierre físico de las empresas ha generado que el ecommerce vaya en aumento y de ese modo el consumo sigue existiendo.

Ingreso de nuevos competidores: la tendencia hacia el consumo de productos sostenibles que no dañen el medio ambiente y el producto nuevo no muy conocido por el cliente, generará que se convierta en un mercado atractivo, por lo cual ingresarán al mercado nuevas empresas que oferten este producto.

Continuando con el análisis, en la siguiente tabla se detalla los conocimientos, habilidades y recursos que posee la empresa:

Tabla 43: Matriz FODA- Interno

MATRIZ FODA FORTALEZAS Y DEBILIDADES			
ESCALA: -3 (DEBILIDAD)> 3 (FORTALEZA)			
Criterios	Peso	Calificación	Valor
1 Personal capacitado y comprometido	15%	3.00	0.45
2 Producto biodegradable, ecoamigable, reciclable	10%	2.00	0.20
3 Alianzas estratégicas	8%	2.00	0.16
4 Empresa sin experiencia por ser nueva	15%	-3.00	-0.45

5	Capacidad de compra limitada	7%	-1.00	-0.07
6	Plan de negocios correctamente elaborado	15%	2.00	0.30
7	Conocimiento en comercio internacional	10%	3.00	0.30
8	Orientación al servicio al cliente	10%	2.00	0.20
9	Local alquilado	10%	-2.00	-0.20
TOTAL		100%		0.89

Fuente: Elaboración propia

Personal capacitado y comprometido: La organización contará con personal capacitado y comprometido con los objetivos, además de proactivos y con deseo de aprender.

Producto biodegradable, ecoamigable, reciclable: Los protectores para celular están elaborados con residuos naturales, se degradan en el medio ambiente en periodos cortos a comparación del plástico, y son completamente reciclables.

Alianzas estratégicas: Se busca alianzas con otras empresas o instituciones con el fin de llegar a mayor parte del mercado y cumplir con el compromiso de responsabilidad ambiental de la empresa a través de la realización de actividades o eventos ecológicos.

Empresa sin experiencia por ser nueva: Al ser una nueva organización que recién se establecerá en el mercado, puede cometer errores u omisiones debido a la falta de experiencia.

Capacidad de compra limitada: Al ser una microempresa que recién incursionará en el mercado será difícil brindar una oferta fuerte al público objetivo

ya que no se tiene la capacidad económica como la competencia, que ya se encuentra posicionada.

Plan de negocios correctamente elaborado: ECOPROTECT S.A.C cuenta con un plan de negocios que será guía para ingresar al mercado y ser competitivos, generando rentabilidad.

Conocimiento de Comercio Exterior: La empresa tiene en su planilla un asistente de comercio exterior, así como también un accionista cuenta con estudios superiores en este rubro.

Orientación al servicio al cliente: La empresa tendrá una correcta atención a los clientes y seguimiento de la cartera. Al estar enfocado en los clientes se buscará las ofertas más atractivas a beneficio de ellos y de la empresa. Se realizarán campañas para concientizarlos ambientalmente. Se busca tener un cliente informado, satisfecho y fidelizado.

Local alquilado: la empresa contara con un espacio alquilado en el distrito de San Martín de Porres, el cual implica un gasto fijo que debemos cubrir con la venta de los productos.

3.3.6.2 Micro ambiente

En la empresa, se refiere a todos los micro factores que tienen influencia en la estrategia, la toma de decisiones y el rendimiento empresarial.

Por ello, se considerará las 5 fuerzas de Porter para analizar la empresa ECOPROTECT S.A.C, ya que este modelo nos permite estudiar el nivel de competencia de nuestra organización dentro del sector al que pertenecemos.

RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES

En la actualidad no existe rivalidad entre competidores ya que son pocos los importadores de este producto. El consumo actual de estos productos no es elevado, pero está en crecimiento, impulsado por la tendencia a consumir productos ecoamigables.

PODER DE NEGOCIACIÓN CON PROVEEDORES

A nivel internacional China es el principal proveedor de este producto, sin embargo, existe una gran variedad de empresas proveedoras dentro del mercado; si optamos por cambiar de proveedor de un país diferente como USA, este cambio no agregara un valor agregado al producto, por lo cual se puede observar que el poder del proveedor es débil.

PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES

Al ser un producto que cuenta con muchas alternativas como sustitutos, en el mercado local ya existe competencia, el cambio de un proveedor a otro no tiene restricciones ya que es un producto genérico. Según la tendencia, a partir del 2022 la demanda por este producto aumentará, por tal motivo se desarrollará estrategias marketing y de fidelización del cliente.

AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES (BARRERAS DE ENTRADA)

Debido a que los protectores para celular ecológicos biodegradables son un producto nuevo en el mercado peruano existe una potencial amenaza de ingreso de competidores al mercado, además que no existen barreras para el ingreso de

la comercialización de este producto (para la importación no tiene barreras arancelarias ni no arancelarias, en el mercado local no requiere de validación, las certificaciones de calidad son suficientes). La empresa a fin de afrontar esta futura problemática piensa diversificar su cartera de productos y llevar a cabo estrategias de fidelización.

AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS (BARRERAS DE SALIDA)

Los clientes en su mayoría usan los protectores para celular tradicionales de plástico y TPU pero las opciones eco-amigables pueden ser biodegradables y reciclables. Considerando que el producto es elaborado con residuos naturales como paja de trigo, se puede decir que no hay mayores sustitutos.

3.4. Estrategias de venta y distribución nacional

En este punto se tocarán las estrategias para cumplir con los objetivos definidos de la empresa ECOPROTECT S.A.C

3.4.1. Estrategias de segmentación

La empresa ECOPROTECT S.A.C en puntos anteriores segmentó el mercado obteniendo un resultado que se convertirá en el segmento objetivo de los esfuerzos de la empresa.

De lo antes mencionado, la empresa aplicará una “estrategia concentrada” básicamente porque al incursionar en un nuevo mercado como empresa pequeña se carece de los recursos suficientes para abarcar el mercado completo, además se reducen costos en campañas personalizadas para un

mercado más amplio. Esta estrategia de segmentación nos permite llegar de forma más rápida y precisa, logrando la satisfacción de las necesidades, ya que conocemos mejor al cliente al tener un target y sector geográfico definido.

Para obtener la segmentación concentrada se utilizó los siguientes criterios:

- Nivel Socioeconómico: Personas que pertenezcan al NSE A y B.
- Rango de edad: entre 18 a 39 años.
- Tipo de celular: Iphone
- Geográfico: Distritos de Miraflores, San Isidro, San Borja, Santiago de Surco, La Molina

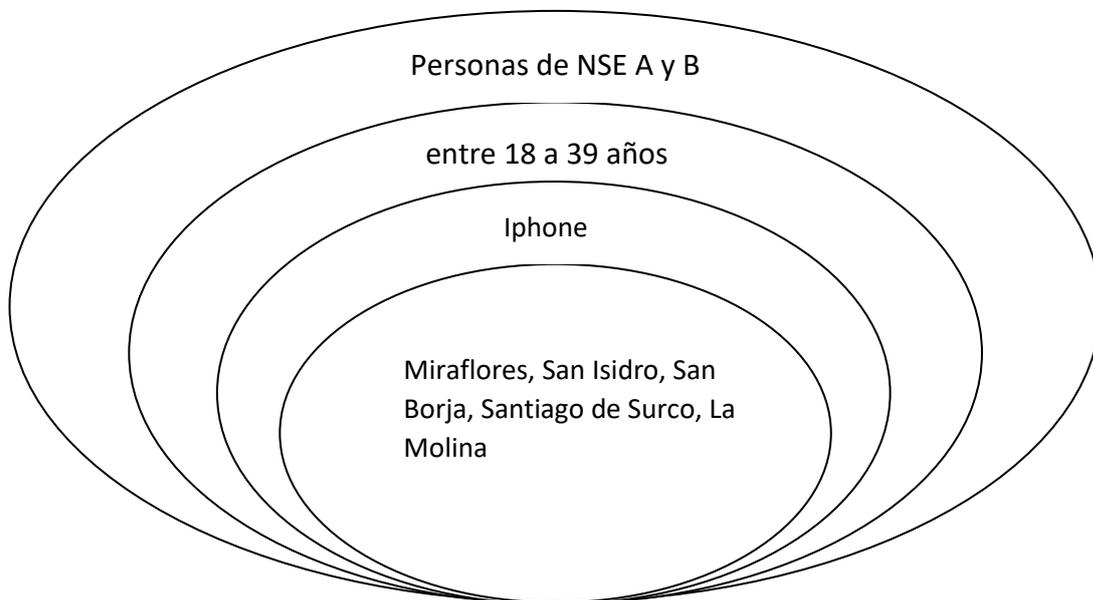


Figura 14: Segmentación del mercado

Fuente: Elaboración propia

3.4.2. Estrategias de posicionamiento

Llamamos posicionamiento a la imagen que ocupa nuestra marca, producto o empresa en la mente del consumidor;

La estrategia es un proceso que tiene como objetivo llevar nuestra marca, empresa o producto desde su imagen actual a la imagen que deseamos.

ECOPROTECT S.A.C aplicará las siguientes estrategias de posicionamiento:

- Por sus características: El producto es eco-amigable y biodegradable ya que es elaborado a base de residuos del trigo, su elaboración demandó un bajo costo de energía para su producción y redujo las emisiones de CO2 en comparación con los de plástico y TPU.
- Por los beneficios: El producto es biodegradable y reciclable por lo cual reduce su impacto en el medio ambiente al degradarse en un tiempo reducido (meses en lugar de siglos). Además, no produce daños en el consumidor final ya que no es tóxico.

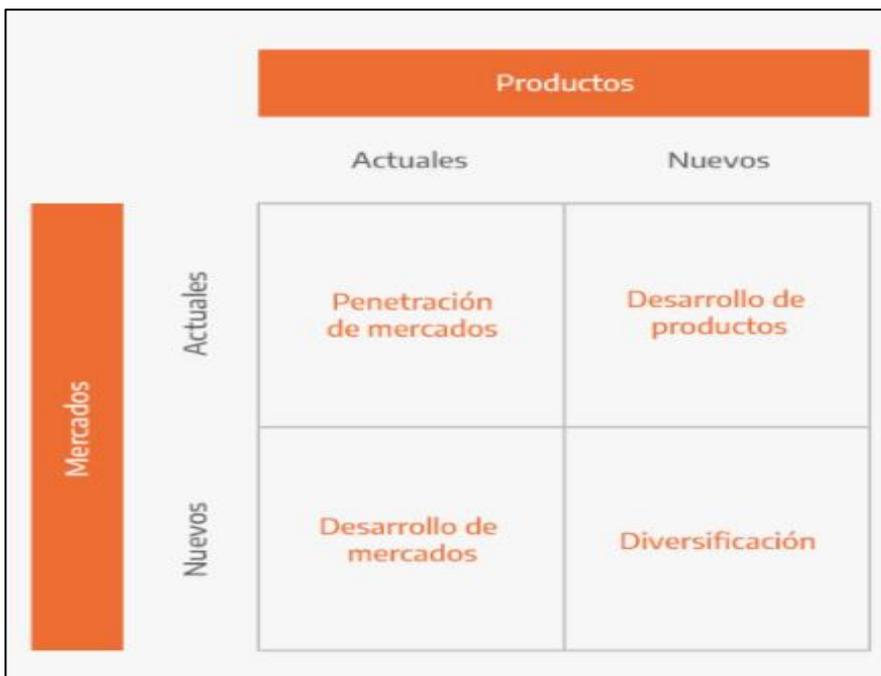
Para lograr el posicionamiento anhelado en los clientes se resaltará lo amigable que llega a ser el producto con el medioambiente, además de complementarlo con un servicio basado en la satisfacción del cliente.

3.4.3. Estrategias de ingreso al mercado

Para este punto se tomará la matriz Ansoff para lograr definir la estrategia que aplicaremos en el mercado elegido. Esta matriz relaciona el mercado y el producto basándose en si son nuevos o existentes, generando 4 cuadrantes de oportunidades de negocio.

Se analizará la matriz y se elegirá el cuadrante que más se adapte a su situación a fin de obtener mejor retorno a la inversión realizada.

Figura 15: Matriz ANSOFF



Fuente: Enciclopedia Económica

ECOPROTECT S.A.C se está enfocando en un mercado existente, las empresas que venden o distribuyen accesorios para celulares, que llevan años ofreciendo un producto que es del consumo de la mayoría de las personas en el Perú. El producto, protectores para celular ecológicos existen en el mercado, pero son

relativamente nuevos en el país; De acuerdo a las características del producto y del mercado objetivo tenemos que aplicar estrategias de penetración de mercado.

La empresa para captar una parte del mercado se orientará a ofrecer un producto con un precio competitivo que incluye un fuerte enfoque en el servicio al cliente. Además, establecerá alianzas estratégicas con empresas dedicadas a la venta de una variedad de productos eco-amigables y aquellas que venden solo productos complementarios como protectores de pantalla, selfie sticks y otros accesorios, de esta forma se podrá ingresar de forma más rápida.

3.4.4. Estrategias de distribución comercial

ECOPROTECT S.A.C aplicará una estrategia de distribución selectiva, ya que tenemos un ámbito geográfico donde buscamos posicionarnos; al utilizar esta estrategia estamos reduciendo los costos de distribución al tener un público delimitado.

Dentro de esta estrategia debemos de considerar lo siguiente:

- El medio de transporte será propio por lo cual se caracterizará para mostrar la imagen que se desea proyectar de la empresa. La unidad se debe encontrar en óptimas condiciones, mostrar el logotipo de la empresa y mantener una imagen adecuada al público en general.

- Se debe diseñar rutas y programas de entrega con el fin de optimizar la distancia recorrida y los costos de distribución, así como llegar a los clientes en el plazo indicado y abarcar mayor cantidad de pedidos por día.
- El proceso de entrega y descarga debe ser lo óptimo posible para evitar tener la unidad parada y generar retrasos en otros puntos. Para ello, se debe coordinar con el cliente previamente para conocer la dirección de entrega.

3.4.5. Estrategias de branding

El producto ofertado no mencionará la marca, principalmente porque el mercado no lo demanda de esa forma al ser un producto genérico, el colocarle la marca aumenta el costo ya que se necesitaría un molde específico; debemos tener en cuenta que las micro y pequeñas empresas se enfocan en la reducción de costos para mejorar su rentabilidad.

ECOPROTECT S.A.C busca contribuir con el medio ambiente a través de actividades o eventos ecológicos que organizaremos en alianza con instituciones sin fines de lucro, dirigidas tanto a los clientes como a los usuarios finales, a fin de promocionar el nombre comercial de la empresa y asociarlo con el cuidado del medio ambiente.

3.5. Estrategias de promoción nacional

En los siguientes puntos se detallarán las estrategias que se utilizará para promocionar el producto al mercado objetivo.

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

ECOPROTECT S.A.C es una empresa nueva en el mercado, que ofrece un producto no muy conocido por el cliente o consumidor final, por tal motivo se realizara las siguientes estrategias:

ASISTENCIA A FERIAS

La asistencia a ferias permite en un lugar determinado juntar la oferta con la demanda, y ello, para incursionar en el mercado es necesario ya se pone a prueba las habilidades de venta, convencimiento y se estudia si la oferta que se quiere expresar es bien recibida por el cliente.

Además, genera beneficios como:

- Tener contacto directo con potenciales clientes, lo cual es mejor al hacer contacto visual, lo cual juega un punto importante en una negociación.
- Ayuda a poder aplicar mayores herramientas de comunicación teniendo al cliente presente, así el mensaje llegará de forma más clara y existe más posibilidades de cerrar la venta.

- Los clientes asisten de forma voluntaria buscando ofertas por lo cual existe predisposición de ser escuchados.
- Establecer una red de contactos que son potenciales clientes o socios estratégicos.
- Permite conocer a la competencia y reconocer cuáles son los que dominan el mercado, de esa forma, estudiarlos y poder mejorar la propuesta al público (investigación de mercados).

ECOPROTECTS.A.C considera asistir a 3 ferias:

- Ecoferia Lince (Parque Castilla): Es una feria donde se ofertan productos ecológicos que son de consumo masivo y también otros productos que presenten características para el cuidado del medio ambiente.
- ECOFEST: Es el primer festival Ecológico en Lima, impulsado y promovido por el Ministerio del Ambiente.
- Ferias eco-amigables: Existen varias ferias anualmente que se desarrollan en Lima, la asistencia a estas ferias no está dirigida a captar clientes sino alianzas estratégicas para poder repotenciar el ingreso al mercado.

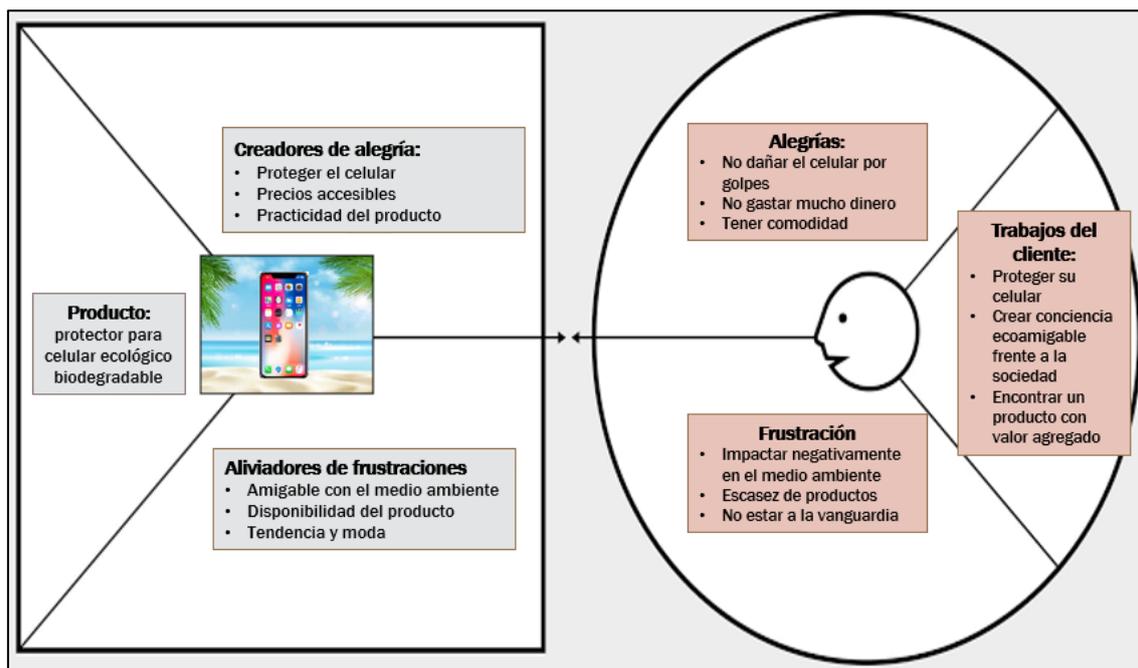
3.5.2. Propuesta de valor

Una propuesta de valor es transmitir de manera objetiva y clara las ventajas de la empresa frente a la competencia.

Dicho esto, ECOPROTECT S.A.C tiene la siguiente propuesta de valor:

Los protectores para celular “ECOPROTECT” son un producto novedoso en el mercado peruano, hecho a base de residuos naturales los cuales se ajustan a la tendencia creciente por el cuidado del medio ambiente, a un precio accesible.

Figura 16: Lienzo propuesta de valor



Fuente: Elaboración propia

3.5.3. Estrategias de marketing digital y uso del e-commerce

En la actualidad casi todo pasa por internet, una herramienta que se ha convertido en uno de los medios por excelencia para cualquier tipo de proceso.

El usuario actual es más independiente que los clientes tradicionales, está mejor formado, busca información, compara productos y, generalmente, se mueve a través de la red.

Dicho esto, queda claro que la red es, ante todo, una oportunidad para el crecimiento, el posicionamiento y la difusión de una marca ya que la gran mayoría de los clientes potenciales están ahora en internet; Entre sus ventajas tenemos (Vercheval, 2016):

- Medible: Conoces el impacto de la estrategia, la repercusión, en qué sectores y el retorno de la inversión, todo a tiempo real.
- Balanceable: Se puede ajustar la estrategia para mejorar los resultados de forma inmediata.
- Flexible y dinámica: Gracias a que la estrategia es ajustable, permite que sea flexible y así poder adoptar la dinámica del mercado y ejecutar mejores estrategias en periodos cortos.
- Económico: Es accesible financieramente a comparación de los métodos tradicionales como televisión, radio, prensa, etc, y su alcance va desde grandes a pequeñas empresas.
- Mejor segmentación: permite aplicar categorías de segmentación para poder llegar a nuestro público objetivo.
- Permite crear branding: Impacta de forma directa e indirecta en la marca y branding por ello se debe transmitir un mensaje con el cual quieres asociar a tu empresa.
- Permite crear una comunidad: Creas una audiencia ya que agrupa a personas o empresas que tienen intereses similares por lo que ofertas por lo cual permite interactuar de manera directa con los clientes y potenciales clientes.
- Permanente y omnipresente: Permite acceder a todos los espacios deseados, sin fronteras ni límites.

De acuerdo con lo expuesto ECOPROTECT S.A.C utilizara 3 plataformas virtuales para transmitir su marketing digital en el mercado objetivo:

CREACION DE PAGINA WEB

La creación de la página web supone una de las estrategias principales de marketing para la empresa. Esta página será diseñada detallando:

- Aspectos generales de la empresa (historia, misión, visión, entre otros)
- Sección de información de contacto: teléfono, correo, ubicación. Esta sección incluirá un lugar donde el cliente potencial puede enviar sus consultas o dudas.
- La oferta de productos con sus especificaciones y precios, así el cliente estará correctamente informado del producto que comprará.
- Sección de aliados estratégicos: tanto los aliados comerciales como los aliados ambientales.
- Sección de próximos eventos o actividades a realizarse, acompañado de una galería de fotos y videos de eventos realizados.

El diseño general de la página web será el de la responsabilidad ambiental y cuidado del planeta. por lo cual se resaltará las certificaciones de los productos, los beneficios y el impacto en el ambiente. Toda la página tendrá colores derivados del verde y celeste (resaltando el impacto sobre el planeta: naturaleza y mar)

ECOPROTECT S.A.C considera que esta plataforma es un medio que soportará gran parte de sus actividades y generará beneficios como un servicio 24/7 (24 horas los 7 días a la semana) además de llegar a masas sin necesidad de asumir altos costos de publicidad.

REDES SOCIALES: INSTAGRAM y FACEBOOK

Las redes sociales son un fenómeno mundial que congrega millones de usuarios y ECOPROTECT S.A.C busca estar dentro para poder acceder a mayor cantidad de personas, obteniendo contactos y seguidores interesados en el producto. En ese sentido, la empresa tendrá perfil de Facebook (fan page) e Instagram como empresa, se pagará por promoción delimitando ciertos filtros, poder llegar al público objetivo de forma más sencilla. Estos perfiles al tener chat activo permiten un contacto más directo con relación humana-sentimental y se volverá un canal adicional de atención al cliente. Los perfiles en Facebook e Instagram tendrán las siguientes características:

- Perfiles con contenido interesante, diseño simple, pero mostrando una imagen profesional y de confianza.
- Se vinculará con la página web para poder concretar la compra.
- Las publicaciones serán constantes mostrando el producto, beneficios, fotos de eventos, siempre resaltando la responsabilidad social de la empresa.
- Se generarán eventos desde Facebook para toda la comunidad de ECOPROTECT S.A.C

- Las cuentas de Facebook e Instagram estarán vinculadas por lo que las publicaciones, estados, videos que se publiquen, estarán en ambas plataformas a fin de mantenerse actualizadas con la misma información.

La creación de perfiles en estas redes sociales nos permite captar público que por otros medios no se lograría, además tiene tiempo de duración ilimitada, es visible para un gran número personas y permite segmentar el público a donde debemos de enfocar los esfuerzos.

PUBLICIDAD POR GOOGLE (GOOGLE ADWORDS)

Google Adwords es la plataforma de anuncios de Google que permite que la página web, a través de anuncios, aparezca en las búsquedas que se hacen relacionadas al negocio mediante el uso de palabras claves.

ECOPROTECT S.A.C utilizará esta herramienta (anuncios por búsqueda) a nivel local para poder potenciar las visitas a la página web y así tener mayor alcance a clientes potenciales. Cabe mencionar que se paga por los resultados obtenidos, clicks dirigidos al sitio web y llamadas realizadas al negocio.

3.6. Políticas de estrategias de precio

El precio es un elemento clave en la propuesta al cliente ya que muchos lo definen como el elemento decisivo para cerrar la venta y para ECOPROTECT S.A.C representa la fuente de sus ingresos; por tal motivo la empresa buscará

ofrecer un precio competitivo en el mercado o sustentar si el precio es más alto al de la media.

Durante el ejercicio de la empresa, el precio se ve afectado por diversos factores por lo cual fijarlo a largo plazo es poco factible, estos factores pueden ser internos o externos como es el caso de los costos de importación, donde no se mantienen constantes ya sea por una diferencia en el precio inicial ofertado por el proveedor o el costo de los fletes internacionales. Otro ejemplo sería el ingreso de productos sustitutos o mayor competencia lo que involucra mejorar el precio para mantenerse en el mercado.

Figura 17: Factores a considerar para la fijación de precios



Fuente: Yurika Mercadeo

La empresa debe tener en cuenta los factores mencionados en la figura 16 para lograr definir el precio y obtener rentabilidad. Por ello se trabajará con las siguientes políticas:

- Análisis de los costos: Tener claro los costos tanto directos como indirectos, para poder definir el margen de rentabilidad.
- Análisis de la competencia: Conocer el precio de nuestros competidores de productos semejantes y sustitutos con el fin de establecer un precio para ser competitivos.
- Análisis de las características y beneficios del producto: Definir el precio acorde a los atributos del producto.
- Promoción por volumen: Se ofrecerá mejores precios por la compra de volúmenes mayores.

De acuerdo con lo detallado, ECOPROTECT busca obtener un precio de penetración que sea competitivo sin dejar de generar ganancias para la empresa.

4.- PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

4.1. Envases, empaques y embalajes

Para iniciar las actividades de comercio exterior, en este caso la importación, se debe de revisar con el proveedor cómo saldrá el producto del país de origen, es decir, cómo han preparado la carga para la exportación, ya que deben de cumplir con los requerimientos mínimos para que el producto se encuentre protegido y no sufra daños ni en el país de origen, tránsito internacional y país de destino, hasta el ingreso al almacén de ECOPROTECT S.A.C. Para ello se debe considerar todas las maniobras que sufrirá el producto, el peso que soporta para apilamiento, las condiciones ambientales, entre otros puntos.

En el caso del producto de ECOPROTECT S.A.C que son protectores para celular y se venden por unidad y al por mayor, el primer contacto que tendrá el producto será con bolsas de **OPP**/CPP polipropileno que tienen como objetivo proteger el producto para una fácil manipulación, y actuar como barrera protectora contra la humedad y evitar raspaduras o fricciones.

Figura 18: Bolsas polipropileno



Fuente: Todo Envase

Tabla 44: Información técnica de las bolsas de **OPP/CPP** polipropileno

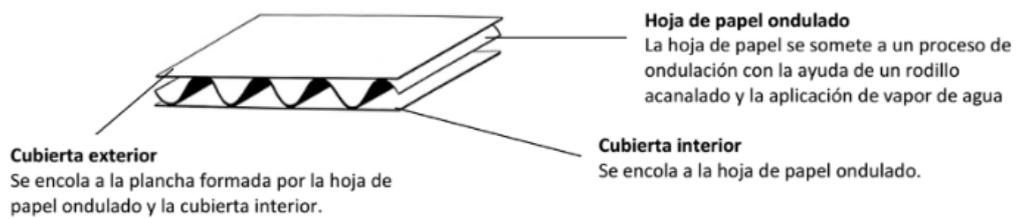
BOLSA DE POLIPROPELENO	
MEDIDAS DE LA BOLSA	19 X 10 cm
LARGO	19 cm
ANCHO	10 cm
NÚMERO DE UNIDADES A CONTENER	Un solo articulo
PESO BRUTO	0.050 kg

Fuente: Shenzhen Huaaoxing Technology Co., Ltd.

En cuanto al embalaje se usará caja de cartón para contener, proteger y mantener el producto en óptimas condiciones durante el manipuleo y tránsito internacional, así como para facilitar el almacenaje. El proveedor de ECOPROTECT S.A.C hará uso de cajas de cartón corrugado por sus características de resistencia, de fácil rotulado y manipuleo. Estas cajas serán

de canal simple con dos cubiertas (2 caras o cubiertas y una capa intermedia, que consta de papel corrugado).

Figura 19: Caja de cartón corrugado de canal simple y dos cubiertas



Fuente: Rajapack

Figura 20: Caja de cartón corrugado



Fuente: Shenzhen Huaoxing Technology Co., Ltd.

Cada caja contendrá 100 protectores para celular ecoamigables biodegradables, cada uno en bolsas de polipropileno de 1 unidad.

Tabla 45: Información técnica de las cajas de cartón corrugado

CAJA DE CARTON CORRUGADO	
LARGO	38.50 cm
ANCHO	33.00 cm
ALTO	25.50 cm
NÚMERO DE UNIDADES A CONTENER	100 unidades
PESO DE LA CAJA VACIA	0.40 kg
PESO NETO DEL PRODUCTO	5.00 kg
PESO BRUTO	5.40 kg

Fuente: Shenzhen Huaaoxing Technology Co., Ltd.

Las cajas que contendrán los productos son apilables hasta lograr 9 niveles por lo que permite llenar el contenedor, aprovechando al máximo el espacio disponible.

4.2. Diseño del rotulado y marcado

4.2.1 Diseño del rotulado

El rotulado es la presentación de las especificaciones del producto que permitirá que el cliente tenga presente las características principales de lo adquirido. En ese sentido, el rotulo declarará:

- Denominación del producto
- Medidas del producto
- Peso neto
- País de origen

Figura 21: Rotulado



Fuente: Elaboración propia

4.2.2 Diseño del marcado

El marcado para el comercio internacional se refiere a las marcas que se colocan en el embalaje para lograr su identificación, facilitar su manejo y su ubicación al momento de revisarlos. Estas marcas deben ser claras con el fin de no generar dudas en el lugar de destino y la correcta manipulación.

En ese sentido, el proveedor de ECOPROTECT S.A.C enviará las cajas con las siguientes marcas:

- Marcas principales: Contiene información del consignatario (nombre y dirección), número de referencia, puerto y país de descarga.

CONSIGNEE: ECOPROTECT S.A.C

ADDRESS: AV. EDUARDO DE HABICH 460 - SMP

DESTINATION COUNTRY: PERÚ

PORT OF DISCHARGE: CALLAO-PERÚ

PURCHASE ORDER: 001-20

- **Marcas informativas:** Contiene información adicional como información del exportador, peso bruto, cantidad de paquetes, referencia, lote, entre otros. Estas marcas van separadas de las marcas principales.

MANUFACTURER: Huaxing Technology Co., Ltd

ADDRESS: FLOOR 3TH, BLDG A1, THE 1ST INDUSTR SHENZHEN - GUANGDONG, CHINA

ORIGIN COUNTRY: CHINA

PORT OF CHARGE: Shenzhen

SHIPPER NO.: 1 OF 843

GROSS WT.: 5.40 KG

TARE WT.: 0.40 KG

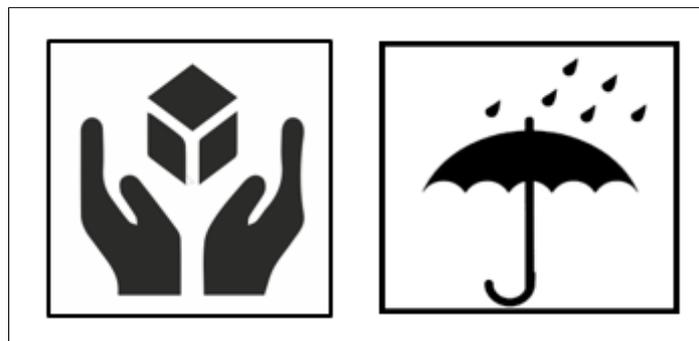
NET WT.: 5.00 KG

PACK SIZE: 100 UNITS (1 UNITS/PP BAG)

- Marcas de manipuleo: Instrucciones gráficas o símbolos que hacen referencia a la manipulación brindando advertencia de peligro, contenido, fragilidad, entre otros. En este caso se usará los pictogramas, que son símbolos reconocidos a nivel internacional usados para el correcto manipuleo de productos en el transporte.

El proveedor de ECOPROTECT S.A.C usará el pictograma de “Proteger contra la humedad” ya que el producto al ser expuesto puede alterar las características organolépticas de los protectores para celular biodegradables; así mismo se usará el pictograma de “Manipular con las manos” para prevenir la integridad del producto si se utiliza maquinaria para el transporte.

Figura 22: Pictograma usado en importación



Fuente: Google

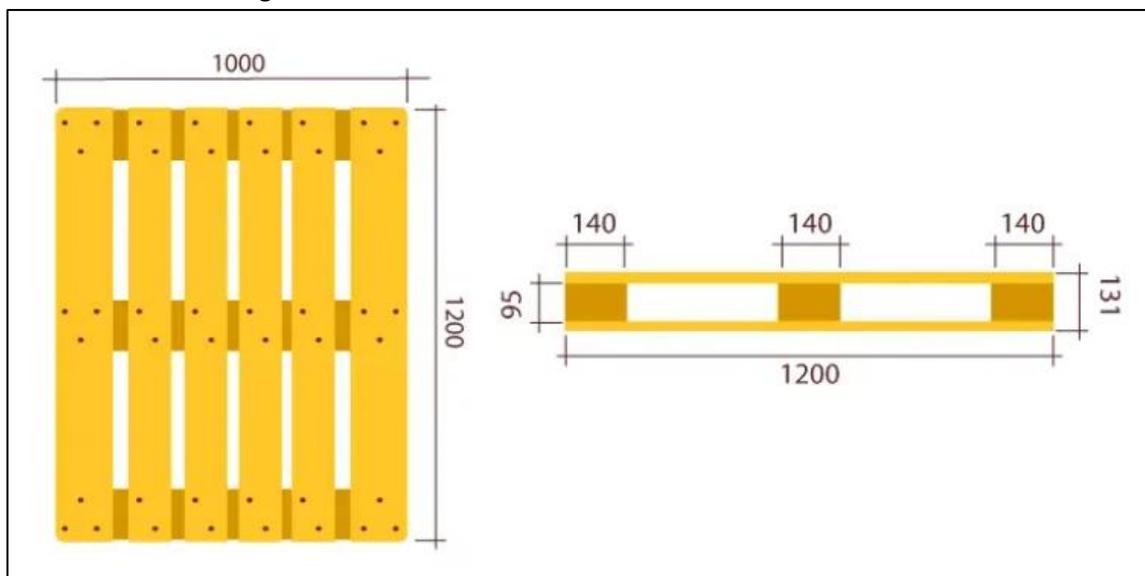
4.3. Unitarización y cubicaje de la carga

Se trabajará la unitarización a través de la paletización, ECOPROTECT S.A.C realizará importación en LCL (less than container load) para optimizar costos y que estos representen el menor porcentaje posible del valor FOB total, ya que

nos estamos enfocando en el 5% del mercado objetivo; Además de ello, los productos no son frágiles y son apilables.

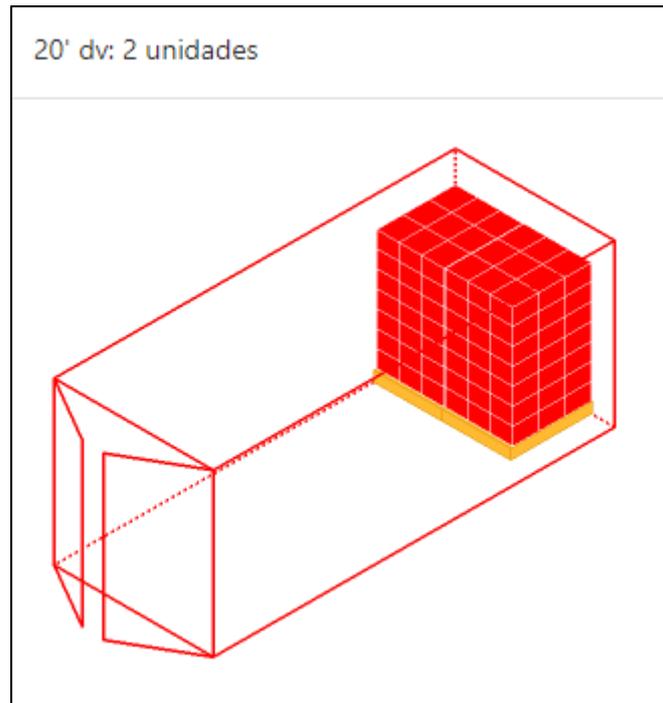
Se utilizara el pallet americano o universal, las medidas del pallet americano son de 1200 x 1000 mm, pesa alrededor de los 25 kg y puede cargar hasta los 1200 kg; Su gran capacidad de carga hace que sea el más adecuado para el transporte de mercancías.

Figura 23: Pallet Americano



Fuente: Google

Figura 24: Carga y paletización en contenedor de 20 pies



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con lo mostrado en la Figura 24, se importara 126 cajas que contienen 100 protectores para celular ecológico biodegradable en 2 pallets, ya que de esa manera podemos aprovechar todo el nivel de apilamiento de los pallets en un contenedor de 20 pies; asimismo se está cubriendo la oferta del mercado objetivo y a su vez nos deja un margen de productos como reserva para cubrir ventas inesperadas.

Tabla 46: Cubicaje de la importación

	20' DRY
UNIDADES	12,600.00
CAJAS	126.00
PESO NETO (KG)	730.4
TARA DEL CONTENEDOR	2,250.00
PESO BRUTO (KG)	2,980.4

Fuente: Huaoxing Technology Co., Ltd

4.4. Cadena de DFI de exportación/importación

La cadena de distribución física internacional es el conjunto de actividades u operaciones que se deben de llevar a cabo para desplazar la carga de un punto de origen a un punto de destino. Entre los involucrados se encuentran el exportador, operador logístico, agente de aduana, puerto de origen, transporte internacional, puerto de destino, transporte interno, e importador.

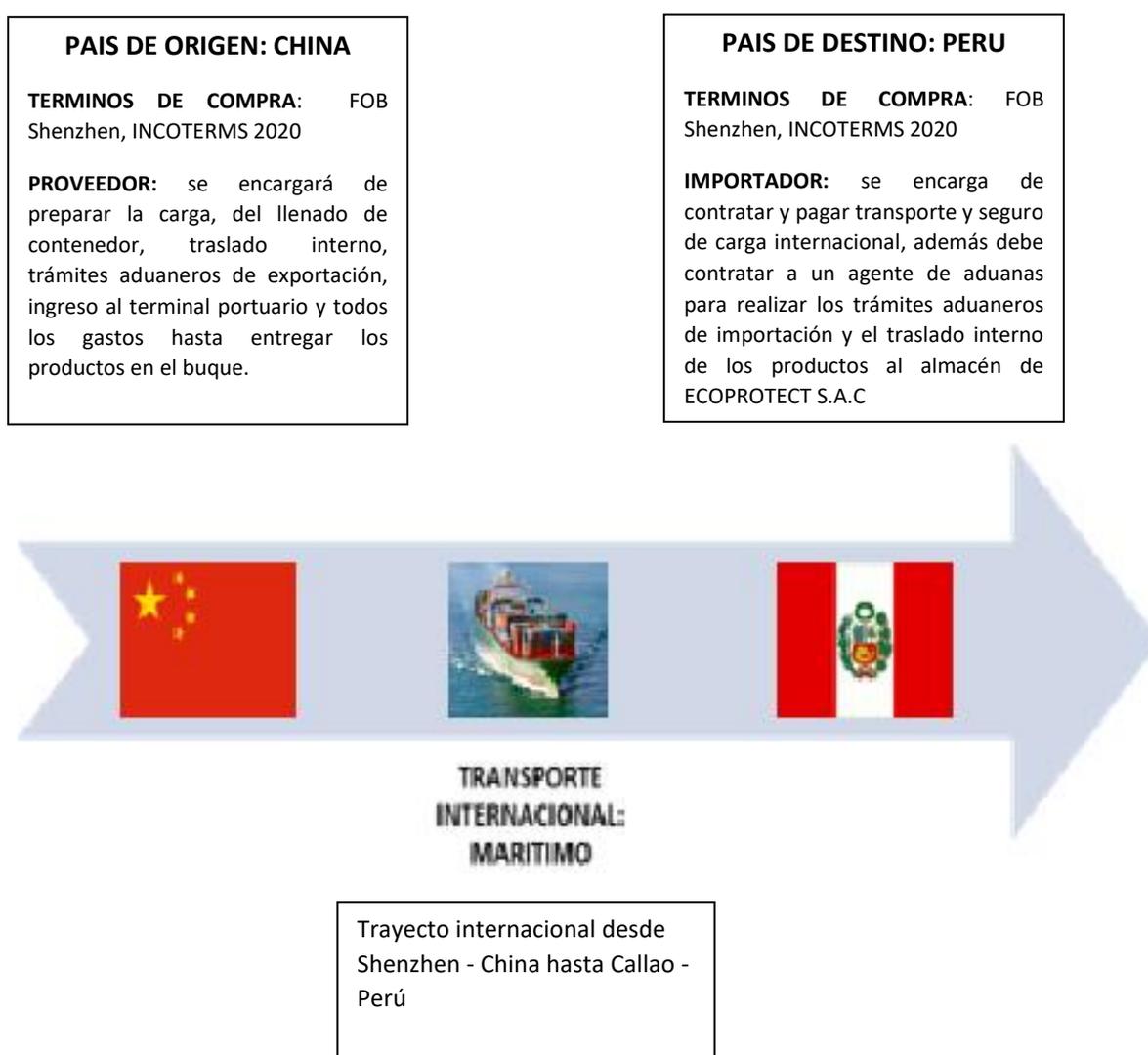


Figura 25: DFI ECOPROTECT S.A.C

Fuente: Elaboración propia

DFI EN EL PAÍS DE ORIGEN

El proveedor elegido por ECOPROTECT S.A.C en China es Huaxing Technology Co., Ltd, empresa especializada en productos para la industria digital, para estar a la vanguardia utilizan el proceso de convertir materias primas vegetales en protectores para dispositivos móviles, laptops, biodegradables y compostables. a fin de ampliar su portafolio de productos.

El proveedor fue seleccionado básicamente por su precio competitivo, tiempo de entrega menor y reputación a través del portal ALIBABA.

Tabla 47: Comparativo de proveedores potenciales

	Shenzhen Thaitanol Technology Co. Ltd	Huaxing Technology Co., Ltd
PRODUCTO	Protector de celular ecológico biodegradable a base de paja de trigo	Protector de celular ecológico biodegradable a base de paja de trigo
ORIGEN	Guangdong, China	Guangdong, China
PRECIO	\$1.05	\$ 0.90
AÑO DE FUNDACION	2018	2019
TIEMPO DE ENTREGA	30 días	27-30 días
REPUTACION VÍA ALIBABA	5 estrellas	4.8 estrellas
DISTANCIA	30-35 días	30-35 días

Fuente: Huaxing Technology Co., Ltd , Shenzhen Thaitanol Technology Co. Ltd

En base a los criterios definidos, se le otorgó un peso a cada criterio para poder obtener un puntaje general y determinar qué proveedor se adecua mejor para trabajar con TRIYUMMY PACK S.A.C.

Tabla 48: Evaluación de los proveedores potenciales

	NIVEL DE IMPORTANCIA	Huoxing Technology Co., Ltd		Shenzhen Thaitanol Technology Co. Ltd	
		CALIFICACION	PUNTAJE FINAL	CALIFICACION	PUNTAJE FINAL
PRODUCTO	5%	4	0.20	4	0.20
ORIGEN	5%	4	0.20	4	0.20
PRECIO	25%	5	1.25	4	1.00
AÑO DE FUNDACION	15%	3	0.45	4	0.60
TIEMPO DE ENTREGA	20%	5	1.00	4	0.80
REPUTACION VÍA ALIBABA	15%	3	0.45	4	0.60
DISTANCIA	15%	4	0.60	4	0.60
TOTAL	100%		4.15		4.00
*Calificación: Rango de 0 (Muy malo) – 5 (Muy bueno)					

Fuente: Elaboración propia

El proveedor Huoxing Technology Co., Ltd al cotizarnos el producto en Incoterm FOB SHENZHEN se debe hacer responsable de lo siguiente:

- Preparación de la carga: El proveedor debe de acondicionar la carga de la mejor forma posible de acuerdo con la necesidad del producto para evitar que sufra daños en cada etapa de la cadena.
- Unitarización y llenado: En este caso aplica la contenedorización, por lo cual el proveedor debe de realizar el cargue y acomodo de las cajas dentro del contenedor de la mejor forma para optimizar el espacio y evitando que existan la posibilidad de daño de la carga.
- Coordinación del embarque: El proveedor debe de tomar contacto con el agente de carga asignado por ECOPROTECT S.A.C., brindando las instrucciones de embarque para que el agente, de acuerdo con ello,

pueda responder con la reserva de salida más próxima. El proveedor asume los gastos hasta que el producto se encuentre a bordo del buque.

- Trámite aduanero de exportación: El proveedor debe de contratar a un agente de aduanas para que lo apoye con los trámites ante su Aduanas con el fin de liberar la carga para su salida en la reserva asignada.
- Traslado interno: El proveedor debe realizar el traslado del contenedor desde su planta hasta el puerto de Shenzhen.
- Envío de documentos: El proveedor con la carga liberada y embarcada debe de enviar documentos finales a ECOPROTECT S.A.C vía correo electrónico y vía Courier para que se pueda realizar los trámites de nacionalización en Perú.

DFI TRANSITO DE LA MERCANCIA

En este punto se evaluará al agente de carga que estará a cargo de coordinar el transporte internacional.

ECOPROTECT S.A.C solo consideró óptima la importación de los productos vía marítima en FCL por las siguientes razones:

- Optimizar el porcentaje del costo sobre el valor CIF.
- Se busca aprovechar los días libres de almacenaje del FCL.
- Disponer de stock local del producto para entregas rápidas y evitar importaciones de poca cantidad.

Se han considerado 3 agentes de carga conocidos en el rubro para poder comparar sus costos y tiempos, de esta manera seleccionar la opción más viable.

Los criterios para evaluar son los siguientes:

- Flete ALL IN (incl. DTHC).
- Gastos locales vinculados a la naviera y al almacén (Vistos buenos, gate in y retiro).
- Tiempo de tránsito.
- Sobreestadía del contenedor.
- Días libres de almacenaje.

Dicho esto, se compara a las agencias C.H. Robinson, Top Cargo y Grupo de Transporte Integral.

Tabla 49: Comparativo de Agentes de Carga

	C.H. ROBINSON	GDT INTEGRAL
LINEA NAVIERA	WAN HAI	CMA CGM
FLETE ALL IN (INCL. DTHC)	\$ 220.50	\$ 205.20
TIEMPO DE TRANSITO	29 días	30 días
SOBREESTADÍA	21 días	21 días
ALMACENAJE	25 días	25 días

Fuente: Cotización a agencias

De acuerdo con el comparativo se procederá a trabajar con GDT INTEGRAL debido a la tarifa totalizada competitiva y los tiempos que brinda. Dentro de sus funciones se encuentran:

- Coordinar el embarque con el proveedor para obtener reserva de salida.
- Enviar aviso de llegada con 15 días de anticipación al arribo de la nave.
- Direccionar la carga con un plazo de 10 días antes del arribo de la nave.
- Presentar desglose dentro del plazo indicado.
- Brindar la información necesaria para la nacionalización al agente de aduanas.

- Comunicación efectiva para evitar retrasos o sobrecostos y que la operación fluya.

DFI EN EL PAÍS DE DESTINO

En este punto nos enfocaremos en los requisitos documentarios para poder nacionalizar la importación y el agente de aduanas que ayudará con todos los trámites ante la SUNAT y con el transporte interno.

Documentación para la declaración de Aduanas:

SUNAT exige documentos necesarios para la declaración y también documentos complementarios. Para el caso de ECOPROTECT S.A.C los productos no se encuentran restringidos para la importación por lo cual no se requiere presentar algún permiso o licencia para autorizar su ingreso.

Se presentan los siguientes documentos a la Aduanas a través de nuestro agente:

- Factura comercial: Documento emitido por el proveedor donde se detalla las condiciones de venta. Debe contener principalmente: Número de factura, fecha de emisión, datos del exportador e importador, número de referencia del importador, país de origen, listado de productos con cantidades, lote, precio unitario, precio total, incoterm acompañado del lugar pactado y la versión, condiciones de pago, medio de transporte.

- Packing list: Documento donde se detalla de forma exacta los pesos, dimensiones y cantidades de bultos o cajas que van dentro del contenedor.
- Certificado de origen: Documento que certifica y garantiza el origen de un producto en particular, en nuestro caso los protectores para celular originarios de China. Este documento ayudará a liberar el pago del advalorem de 6% de la subpartida nacional 3926.90.90.90 dentro del marco del TRATADO DE LIBRE COMERCIO PERU – CHINA.
- Documento de embarque: El conocimiento de embarque o específicamente el Bill of Lading (B/L) para el transporte marítimo es el recibo auténtico entregado por el transportista, que confirma que los productos detallados en el documento se han cargado en un buque designado para el transporte a un puerto especificado. Este documento es requerido para declarar el valor del flete internacional en la Declaración de Aduanas.
- Póliza de seguro: Documento que certifica que el asegurador asume la responsabilidad por daños o pérdidas de la carga a cambio del pago de una prima y cumpliendo ciertas condiciones. Este documento es requerido para declarar el valor del seguro internacional en la Declaración de Aduanas, caso contrario se declara seguro de tabla.

Selección del agente de aduanas:

Se han considerado 2 agentes de aduanas con el fin de comparar el aspecto económico, y así determinar cuál será el agente de aduanas que asuma la representación de la empresa.

Tabla 50: Comparativo de Agentes de Aduanas

	DHL	GDT INTEGRAL
COMISIÓN	\$ 200.00	\$ 150.00
GASTOS OPERATIVOS	\$ 80.00	\$ 50.00
TRANSPORTE SMP	\$ 120.00	\$ 80.00
AFORO (Canal Rojo)	\$ 90.00	\$ 80.00
SERVICIO EXTRAORDINARIO (Canal Rojo)	\$ 85.00	\$ 75.00
MOVILIZACION (Canal Rojo)	\$ 70.00	\$ 70.00

Fuente: Cotización a agencias

De acuerdo con la tabla 50 el agente de aduanas elegido es GDT INTEGRAL.

GDT INTEGRAL deberá realizar las siguientes funciones:

- Recojo de documentos.
- Recepcionar y revisar documentos de importación.
- Preparar la declaración para Aduanas.
- Ejecutar una buena gestión logística, buscando minimizar costos.
- Pago de gastos vinculados a la importación y derechos de aduanas.
- Desaduanaje y otros procesos que se requieran.
- Transporte interno del puerto o almacén extraportuario al almacén de ECOPROTECT S.A.C.
- Enviar liquidación de los documentos pagados para reembolso.

COSTOS Y TIEMPOS DE LA DFI

La empresa elegida como proveedor es Huaxing Technology Co., Ltd ubicada en Guangdong - Shenzhen, por lo cual desde ese punto se cuantificará los costos y tiempos hasta el ingreso al almacén de ECOPROTECT S.A.C.

Tabla 51: Cuantificación de tiempos de la cadena DFI de ECOPROTECT S.A.C

ACTIVIDADES	TIEMPO (DÍAS)
Generación y envío de la O/C	2
Aceptación y primer pago	2
Producción	28
Coordinación con agente de carga, ingreso a puerto y segundo pago	7
Tiempo de transito	30
Ingreso al almacén extraportuario y tarjado	4
Nacionalización y levante	3
Retiro del contenedor y devolución	2
TIEMPO TOTAL	78 días

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se puede visualizar que todo el proceso completo de DFI tiene un tiempo aproximado de 78 días, los cuales pueden sufrir variaciones por retrasos en la producción, roleos de naves, requerimientos de Aduanas o por elección de dejar el contenedor hasta el último día libre de sobreestadía con el fin de aprovechar ese tiempo para poder potenciar las ventas.

Tabla 52: Resumen de costos de la cadena DFI de ECOPROTECT S.A.C

Costo FOB del producto (2 pallets, 126 cajas)	\$	11,340.00
Gastos en origen y flete internacional	\$	205.20
Seguro de la carga -GDT INTEGRAL	\$	70.80
Gastos agenciamiento de aduanas	\$	330.40
TOTAL	\$	11,946.40

Fuente: Elaboración propia

Para resumir lo expuesto sobre la cadena de distribución física internacional, a continuación, se muestra una figura donde se incluye las etapas y los involucrados de la cadena de importación de ECOPROTECT S.A.C.



Figura 26: Cadena detallada de DFI de ECOPROTECT S.A.C

Fuente: Elaboración propia

4.5. Seguro de las mercancías

El seguro de mercancía es muy importante incluirlo en el proceso de importación a fin de estar cubiertos ante cualquier riesgo o siniestro (robo, pérdida, daño, etc) y de esta forma tener un tercero que asuma este hecho y que pueda reembolsar a la empresa el monto afectado.

En ese sentido, se debe de tener en cuenta aseguradoras conocidas que generen confianza y trasmitan seguridad y protección, además de complementar su credibilidad con una buena oferta (Franquicia Deducible baja o nula junto con una prima neta baja).

Cabe señalar que las agencias de carga también ofertan cobertura de seguro para embarques puntuales con tarifas competitivas; En el caso de ECOPROTECT S.A.C se tenía las siguientes propuestas de las agencias de carga:

Tabla 53: Opciones de seguro DOOR to DOOR

	C.H. ROBINSON	GDT INTEGRAL
PRIMA DE SEGURO	\$ 90.00	\$ 70.80
MINIMO	\$ 55.00	\$ 50.00
DEDUCIBLE	SIN DEDUCIBLE	SIN DEDUCIBLE

Fuente: Cotización a agencias

5.- PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

5.1.- Fijación de precios

Para fijar el precio de nuestro producto, se utilizará el método basado en costos y basado en competencias.

- El método basado en los costos considera hallar el costo unitario del producto y aumentarle un margen de ganancia, para así obtener el precio que se ofrecerá al mercado.
- El método basado en competencia es en esencia evaluar el precio que ofrece la competencia al mercado.

5.1.1 Costos y precio

Se tomará como referencia el precio en el mercado de la competencia, en la siguiente tabla se detallan los precios unitarios (incl. IGV) de 5 empresas que se encuentran dentro del listado de principales importadores de la sub-partida arancelaria 3926.90 (tabla 32)

Tabla 54: Precios de venta de los principales competidores

PRINCIPALES IMPORTADORES	PRECIO UNITARIO
TIENDAS ISHOP DEL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - TIENDAS ISHOP PERU S.A.C.	S/ 45.00
SUPERAZ INVERSIONES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - SUPERAZ INVERSIONES S.A.C.	S/ 22.00
VERA CONDORI JOSE LUIS	S/ 15.50
DURA CASE S.A.C.	S/. 19.90
FF IMPORT PERU E.I.R.L.	S/ 25.00

Fuente: Cotización a Proveedores

Pasamos a la fijación de precios en base a los costos, debemos detallar los costos en los que se incurre para poder fijar un margen de ganancia y determinar

el precio de venta; por lo expuesto se calculara los costos vinculados a la importación, gastos administrativos, costos fijos y variables, así como los directos e indirectos.

Tabla 55: Costeo de importación en dólares de ECOPROTECT S.A.C

VALOR FOB	\$ 11,340.00
FLETE	\$ 205.20
SEGURO	\$ 70.80
VALOR EN ADUANAS CIF	\$ 11,616.00
ADV (6%)	\$ 696.96
IGV (16%)	\$ 1,858.56
IPM (2%)	\$ 232.32
TDA (2.35%*UIT/TC)	\$ -
PERCEPCION ANTICIPADA (3.5%)	\$ 504.13
ANTIDUMPING	\$ -
COSTO TRIBUTARIO	\$ -
GASTOS TRIBUTARIOS Y DEMÁS DERECHOS	\$ 3,291.97
TRANSPORTE INTERNO	\$ 80.00
PREVIOS Y AFORO A. ADUANAS	\$ 80.00
GASTOS OPERATIVOS A.ADUANAS	\$ 50.00
COSTO OPERATIVO LOGISTICO	\$ 210.00
AGENTE DE ADUANA	\$ 150.00
TRANSFERENCIA BANCARIA	\$ 78.00
COSTOS DE GESTIÓN OPERATIVO	\$ 167.60
COSTO OPERATIVO DE IMPORTACIONES	\$ 438
VALOR DE MERCANCIA IMPORTADA	\$ 11,616.00
COSTO DE COMPRA INTERNACIONAL	\$ 12,054.00
COSTO TOTAL	\$ 12,054.00

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 55 se desagregó los costos relacionados a la importación, el costeo inicia desde el precio que nos vende el proveedor del producto en términos FOB, es decir, precio puesto a bordo del buque, los gastos y costos anteriores son asumidos por el proveedor y se encuentran dentro de su precio de venta. La percepción para esta importación es de 3.5% ya que anteriormente se tiene previsto traer una muestra para tener historial de operaciones y que la segunda importación (de mayor monto e importación principal) sea afectada por un porcentaje más bajo.

Continuando, en la siguiente tabla se detalla el resumen de los costos fijos que se deben de tener en cuenta para la fijación del precio, dando como resultado un costo fijo total anual de S/ 81,195 que incluye los gastos del personal, materiales indirectos, gastos indirectos, gastos administrativos y gastos de ventas.

Tabla 56: Costo fijo total de ECOPROTECT S.A.C

	TOTAL ANUAL	
GASTOS DEL PERSONAL	S/	50,095.00
MATERIALES INDIRECTOS(ART LIMPIEZA)	S/	936.00
GASTOS INDIRECTOS(LOCAL, SERVICIOS)	S/	22,200.00
GASTOS ADMINISTRATIVOS (MAT OFICINA Y ASESORIA)	S/	15,750.00
COSTO FIJO TOTAL	S/	88,981.00

Fuente: Elaboración propia

El costo variable es el costo del producto importado puesto en el almacén, convertido en soles (TC S/ 3.6) y considerando la cantidad de importaciones anuales (1):

Tabla 57: Costo variable total de ECOPROTECT S.A.C

COSTO DEL PRODUCTO	S/	43,394.40
COSTO VARIABLE TOTAL	S/	43,394.40

Fuente: Elaboración propia

En relación con las tablas 56 y 57, podemos obtener el costo total anual:

Tabla 58: Costo total de ECOPROTETC S.A.C

COSTO FIJO		COSTO VARIABLE		COSTO TOTAL
S/	88,981.00	S/	43,394.40	S/ 132,375.40

Fuente: Elaboración propia

A fin de obtener el precio de venta, en la tabla 59 se detalla el costeo por unidad:

Tabla 59: Cálculo del precio de venta de ECOPROTECT S.A.C

COSTO VARIABLE UNITARIO	S/	3.44
COSTO FIJO UNITARIO	S/	7.06
COSTO UNITARIO	S/	10.50
MARGEN DE GANANCIA		50%
VALOR DE VENTA	S/	21.00
IGV	S/	3.78
PRECIO DE VENTA	S/	24.78

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con el análisis, podemos observar que nuestro precio se encuentra acorde a lo ofrecido en el mercado que se detalla en el Tabla 56.

5.1.2 Cotización internacional

La búsqueda de proveedores se realizó a través de ALIBABA, una plataforma confiable para iniciar operaciones de comercio exterior. Dicho esto, se realizó la búsqueda, se eligieron 2 potenciales proveedores y bajo una comparación y evaluación se determinó uno (ver Tabla 48: Evaluación de los proveedores potenciales)

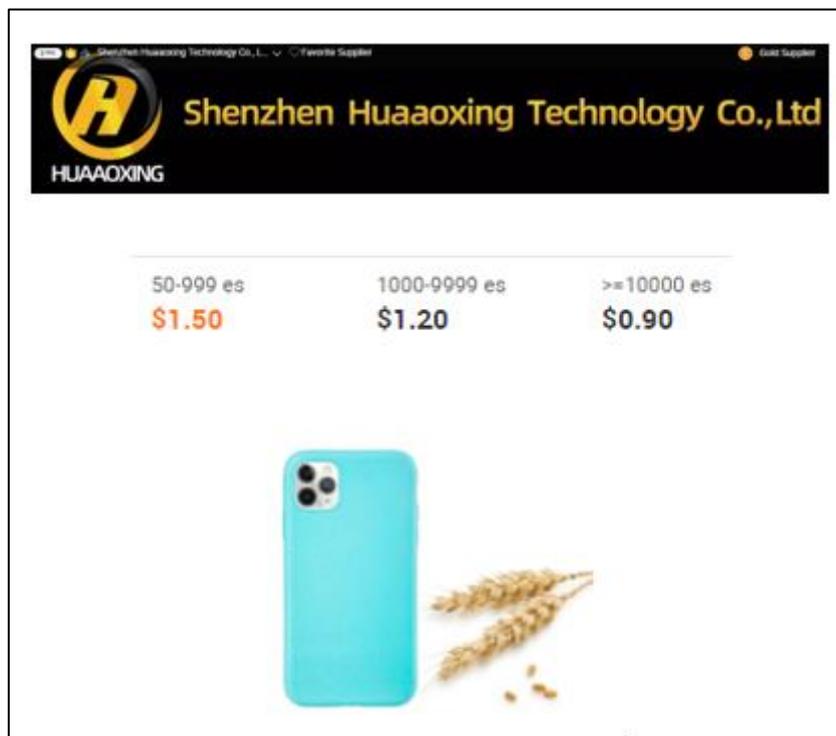
Los potenciales proveedores enviaron sus cotizaciones indicando los principales términos comerciales de la negociación entre ellos se detalla el producto, la cantidad de compra, el precio, el incoterm, el tiempo de entrega y las condiciones de pago. Después de la evaluación se eligió a Huaxing Technology Co., Ltd como proveedor principalmente por el precio y tiempo de entrega.

Tabla 60: Comparativo de cotizaciones de potenciales proveedores

	Shenzhen Thaitanol Technology Co. Ltd	Huaxing Technology Co., Ltd
ORIGEN	Guangdong, China	Guangdong, China
PRECIO	\$1.05	\$ 0.90
AÑO DE FUNDACION	2018	2019
TIEMPO DE ENTREGA	30 días	27-30 días
FORMA DE PAGO	30% producción, 70% entrega de carga en puerto	30% producción, 70% fecha de embarque
DISTANCIA	30-35 días	30-35 días

Fuente: Huaxing Technology Co., Ltd , Shenzhen Thaitanol Technology Co. Ltd

Figura 27: Cotización de : Huaoxing Technology Co, Ltd



Payment Terms: T/T 30% to start production, 70% departure date.
Delivery Time: 25 days after the P.O and first payment.

Fuente : Huaoxing Technology Co., Ltd

5.2.- Contrato de compra venta internacional y sus documentos

El contrato de compra-venta internacional es un acuerdo donde voluntariamente, tanto el comprador (importador) como el vendedor (exportador) ubicados en diferentes países, suscriben para tener a través de un documento formal las obligaciones, responsabilidades y condiciones que se negociaron previamente y que giran alrededor de la transferencia física de una mercancía a otro país a cambio del pago de un precio.

Este documento es un aval por si alguna de las partes no cumple con sus obligaciones, lo cual puede generar el pago de multas.

En el ANEXO 8 se detalla el contrato que suscribirá ECORPOTECT S.A.C y Huaoxing Technology Co., Ltd

Una vez firmado el contrato se colocará la orden de compra donde se detallará los embarques anuales, fecha de entrega y cantidad de compra por cada uno, además de los términos generales de la compra-venta

5.3 Elección y aplicación del Incoterm

En la negociación entre HUAOXING TECHNOLOGY CO. LTD y ECOPROTECT S.A.C se acordó que la compra- venta internacional se daría bajo el incoterm FOB con la versión 2020 (última versión vigente) ya que la mercancía será transportada vía marítima, y nos permite tener mayor control del proceso de la cadena, sobre el flete y costos vinculados

Tabla 61: Comparación cualitativa Incoterms FOB - CFR

ITEM	RESPUESTA	FOB	CFR
¿qué medio de transporte se utilizará para el envío?	Marítimo	Aplica	Aplica
¿el exportador se encargará de realizar los trámites aduaneros?	Solo en origen	Aplica	Aplica
¿la mercadería será enviada en contenedor?	Si	Aplica	Aplica

¿El importador asume los costos de transporte internacional y seguro?	Con la mercancía embarcada hasta puerto destino y almacén	Aplica	No Aplica
¿el exportador asume el embalaje y transporte hasta embarque de origen?	Si	Aplica	Aplica

Fuente: elaboración propia

La compra-venta de protectores para celular ecológicos biodegradables se dará en término FOB SHENZHEN, INCOTERMS 2020, lo que significa que el proveedor entregará la mercancía bajo su responsabilidad a bordo del buque elegido por el comprador en el puerto de Shenzhen, a partir de dicho punto se realiza el traslado de costos, derechos y riesgos a ECOPROTECT S.A.C.

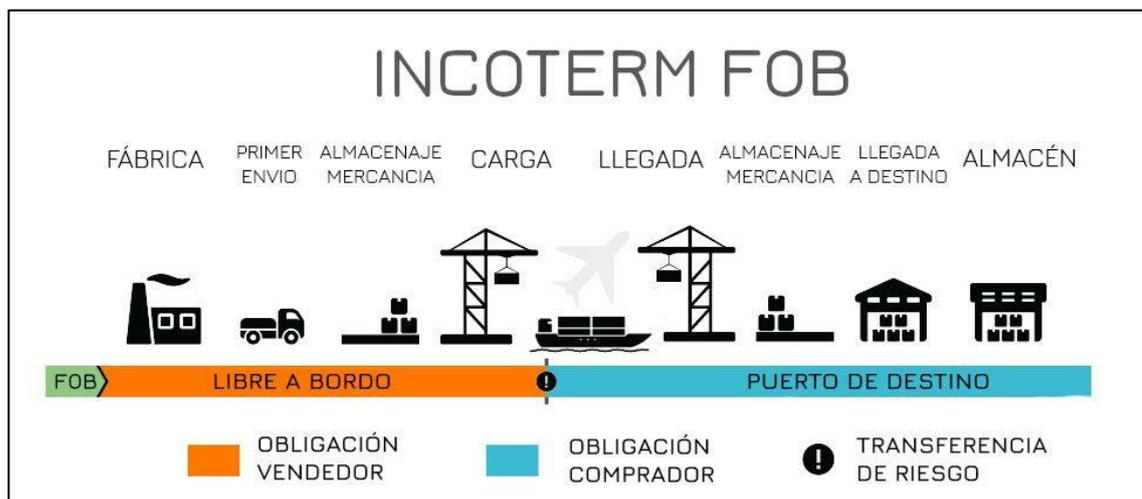
OBLIGACIONES, COSTOS Y RIESGOS ASUMIDOS POR HUAOXING TECHNOLOGY CO., LTD (VENDEDOR)

- Alertar y entregar la mercancía a bordo del buque indicado convenido.
- Pagar todos los costos hasta que la mercancía se encuentra a bordo del buque,
- Brindar prueba de entrega de la mercancía en óptimas condiciones y con el correcto embalaje para el trayecto internacional.
- Enviar con anticipación la factura comercial, lista de empaque y aquellos documentos necesarios para su nacionalización en destino como el certificado de origen. Estos deberán ser enviados vía electrónica y por courier.

OBLIGACIONES, COSTOS Y RIESGOS ASUMIDOS POR ECOPROTECT S.A.C (COMPRADOR)

- Pagar el precio de la mercancía según lo negociado.
- Contratar el medio de transporte para el traslado marítimo internacional.
- Recibir la mercancía en conformidad, después de haber sido cargada en el buque convenido.
- Asumir todos los costos y riesgos desde la recepción de la carga como el flete internacional, el seguro internacional (opcional), los costos y gastos en destino así como también el despacho aduanero de importación y traslado al almacén de ECOPROTECT S.A.C.
- Recibir y aceptar los documentos enviados por el vendedor y enviarlos al Agente de Aduanas para la nacionalización de la importación.
- Pagar por servicios o documentos adicionales solicitados al vendedor.

Figura 28: Incoterm FOB 2020



Fuente: Google

5.4.- Determinación del medio de pago y cobro

De acuerdo con lo pactado con el proveedor, la forma de pago es de 30% adelantado, necesaria para que pueda iniciar la producción y posterior a la producción, entrega y teniendo la fecha de embarque definida se procede a efectuar el pago del 70% restante en la fecha de salida de la nave. Esto se acompaña con fotografías del cargue de los productos al contenedor y entrega al puerto.

De esta forma ha determinado que el medio de pago a utilizar será la transferencia bancaria al exterior.

La transferencia al exterior es un medio de pago muy utilizado en el comercio internacional ya que se realiza el pago de forma simple y rápida a proveedores de otros países por un costo bajo, esta transacción internacional se realiza de forma transparente, segura y rápida, además se puede hacer seguimiento a este proceso para saber el estado real de la transferencia.

Para poder efectuar la transferencia al exterior se necesita tener una cuenta corriente o de ahorros en el banco elegido por ECOPROTECT S.A.C para que pueda ser la cuenta de origen y salida de dinero. Adicional a esto, se debe brindar información general y bancaria del proveedor (beneficiario) quien debe recibir la transferencia. Dentro de la información que se debe proporcionar se encuentra:

- Datos del beneficiario
 - Nombre o Razón social del beneficiario
 - Tipo de cuenta (Regular, IBAN, CABLE)
 - Número de cuenta
 - Dirección

- Datos del banco pagador (Emisor)
 - Nombre del banco
 - Tipo de código del banco: SWIFT, ABA o BLZ, entre otros
 - Número de código del banco
 - Dirección, Ciudad o Estado
 - País
- Moneda de la transferencia
- Gastos para asumir
- Referencia de la transferencia
- Si hay banco intermediario, brindar la información completa

Finalmente, se compara dos bancos para elegir el que cobra menor comisión y realizar los pagos a través de este.

Tabla 62: Comparativo de bancos para transferencias al exterior

	BCP	INTERBANK
COMISIÓN PRIMER PAGO	\$ 39.00	\$ 30.00
COMISIÓN SEGUNDO PAGO	\$ 39.00	\$ 41.00
		\$ 25.00
TOTAL	\$ 78.00	\$ 96.00

Fuente: BCP e INTERBANK

Según la tabla 61, las transferencias al exterior se trabajarán mediante el BCP (Banco de Crédito del Perú) ya que por montos menores a \$10,000 no cobra por envío de SWIFT. Asimismo, cabe mencionar que no se asumirán GASTOS OUR,

es decir, se trabajará asumiendo GASTOS SHA, donde cada parte paga sus gastos bancarios.

5.5.- Elección del régimen de importación

ECOPROTECT S.A.C eligió el régimen de importación para el consumo ya que lo importado no retornará al extranjero y se venderá dentro del territorio peruano en el más breve plazo posible.

El régimen de importación para el consumo permite el ingreso de mercadería al territorio aduanero para su consumo luego del pago o garantía, según corresponda, de los derechos arancelarios y demás impuestos aplicables, así como el pago de recargos y multas que pudieran haberse generado y del cumplimiento de las formalidades y otras obligaciones aduaneras (SUNAT, 2014).

A partir del 1 de Julio del 2020 la modalidad de despacho anticipado es obligatoria para el régimen de importación para el consumo, con ciertas excepciones, cabe señalar que ECOPROTECT S.A.C debe declarar ante SUNAT la importación antes de la llegada de la nave para no caer en una infracción. La sanción por no destinar la mercancía a la modalidad de despacho anticipado, es decir, por destinar a despacho diferido es de 0.2 de la UIT, sin

embargo, si la multa se paga antes de cualquier requerimiento o notificación de la Administración Aduanera la sanción se convierte en 0.1 de la UIT.

Los documentos que ECOPROTECT S.A.C debe presentar para la declaración ante Aduanas son:

- Fotocopia autenticada del documento de transporte.
- Fotocopia autenticada de la factura o su equivalente.
- Fotocopia simple del comprobante de pago.
- Fotocopia autenticada del seguro de transporte.
- Fotocopia autenticada del certificado de origen, cuando corresponda.
- Documentos adicionales que la Autoridad Aduanera puede solicitar como: lista de empaque, cartas aclaratorias, volante, contratos, documentos bancarios, entre otros.

El producto importado por ECOPROTECT S.A.C no es prohibido ni restringido por lo cual no requiere de autorizaciones o permisos para su ingreso.

En la importación para el consumo existen 3 canales de control a los cuales puede ser asignado el despacho de importación y se basa en la gestión de riesgos. Este canal se muestra cuando se realiza el pago o garantía de la deuda tributaria aduanera y cuando la declaración se encuentra relacionada al manifiesto de carga. Los canales de control son:

- Canal verde: La mercancía no requiere revisión física ni documentaria y es de libre disposición.
- Canal naranja: La mercancía requiere de revisión documentaria.
- Canal rojo: La mercancía requiere reconocimiento físico.

Para iniciar las operaciones de comercio exterior, se tendrá que tramitar el mandato electrónico a través de la plataforma de SUNAT de Operaciones en Línea y usando su número de RUC y Clave SOL, es un proceso sencillo donde autorizas o encomiendas al agente de aduanas designado, en este caso GDT INTEGRAL, para que pueda gestionar el despacho de importación sin realizar el endose físico de los documentos ni tramitar poderes notariales.

5.6.- Gestión aduanera del comercio internacional

El proceso inicia cuando la nave zarpe del puerto de China, ya que tendremos los documentos finales de forma digital (factura comercial, lista de empaque, certificado de origen, documento de embarque, póliza de seguro), más la traducción de factura (detalle de nombre en español del producto, marca, modelo, uso o función, país de origen, entre otros del producto a importar) y el aviso de llegada, el agente puede clasificar la mercancía e ir avanzando con la declaración a la SUNAT antes de la llegada de la nave al puerto del Callao. El agente de aduanas para obtener canal de control debe transmitir la información complementaria y su respectiva validación, así como también realizar la cancelación de la deuda tributaria aduanera y la liquidación de cobranza complementaria por percepción del IGV. La cancelación de esta deuda puede ser en efectivo, cheque en las oficinas bancarias autorizadas o mediante pago electrónico, desde el día que se numera la DUA (Declaración Única de Aduanas) hasta la fecha del término de la descarga, desde el día calendario siguiente de la fecha de término de la descarga, se liquidan los intereses moratorios por día calendario hasta la fecha de pago inclusive, exceptuando la percepción del IGV. Como se mencionó en el punto anterior, la asignación de canal está en base a

una gestión de riesgos, y al ser importadores nuevos nuestra importación estará sujeta a canal rojo, es decir, realizarán reconocimiento físico al contenedor arribado y revisión a la documentación original enviada por el proveedor vía courier.

El proceso con la SUNAT ya se encontrará avanzado cuando la nave llegue al puerto del Callao, se descargue e ingrese al depósito temporal, procedería que el agente de aduanas realice el pago al agente de carga de los costos detallados en el aviso de llegada a nombre del importador para poder efectuar el recojo de los documentos, gestionar los vistos buenos y paralelamente revisar el tema del reconocimiento físico derivado del canal de control, el cual debe ser programado con anticipación. Cabe mencionar que no se está realizando SADA (Sistema Anticipado de Despacho Aduanero) descarga directa sino en su lugar SADA punto de llegada ya que se busca aprovechar los días libres de almacenaje y sobre-estadía del contenedor para poder potenciar las ventas en dicho plazo y así el ingreso al almacén sea de menor nivel. Para siguientes importaciones se evaluará el manejar SADA descarga directa dependiendo de la urgencia.

El aforo físico implica aperturar el contenedor por el personal asignado por la SUNAT y hacer una revisión exhaustiva de lo importado, de no obtener observaciones por parte del funcionario aduanero, procederá a otorgar el levante de la carga y ponerla a disposición del importador para poder efectuar el retiro. En caso que el funcionario tenga observaciones y solicite información adicional, esta debe ser presentada para sustentar que lo declarado se encuentra conforme con lo recibido físicamente y documentariamente.

Al obtener levante de la carga y tener la necesidad de proceder con el retiro, se coordina con el agente de aduanas para que pueda efectuar el pago al almacén

de los gastos vinculados y coordine con su transporte para que proceda con el recojo de la carga y entrega en el almacén de ECORPOTECT S.A.C.

La numeración del despacho bajo modalidad SADA está sujeta a regularización, es decir, el despachador de aduana debe de transmitir la actualización de los pesos de acuerdo a la nota de tarja, donde se expresa el peso y bultos recibidos; para ello se tiene un plazo de quince hábiles contados a partir del día siguiente del término de descarga.

En este punto se los pagos relacionados son:

- Advalorem: 6% (liberación arancelaria)
- Impuesto general a las ventas: 16% (sobre el valor en Aduanas)
- Impuesto de Promoción municipal: 2% (sobre el valor en Aduanas)
- Percepción: 3.5%
- Comisión del Agente de Aduanas por el servicio de nacionalización de mercancía (Aplica valor mínimo)
- Gastos operativos al Agente de Aduanas
- Gastos en almacén TPP
- Vistos buenos
- Gate in: Devolución del vacío
- Aforo al Agente de Aduanas, si el canal es rojo
- Transporte interno para traslado del contenedor al almacén de la empresa y devolución del contenedor
- Custodia para acompañar al contenedor y tener mayor seguridad
- Cuadrilla para ayudar con la descarga del contenedor en el almacén de la empresa

5.7.- Gestión de las operaciones de importación: Flujo grama

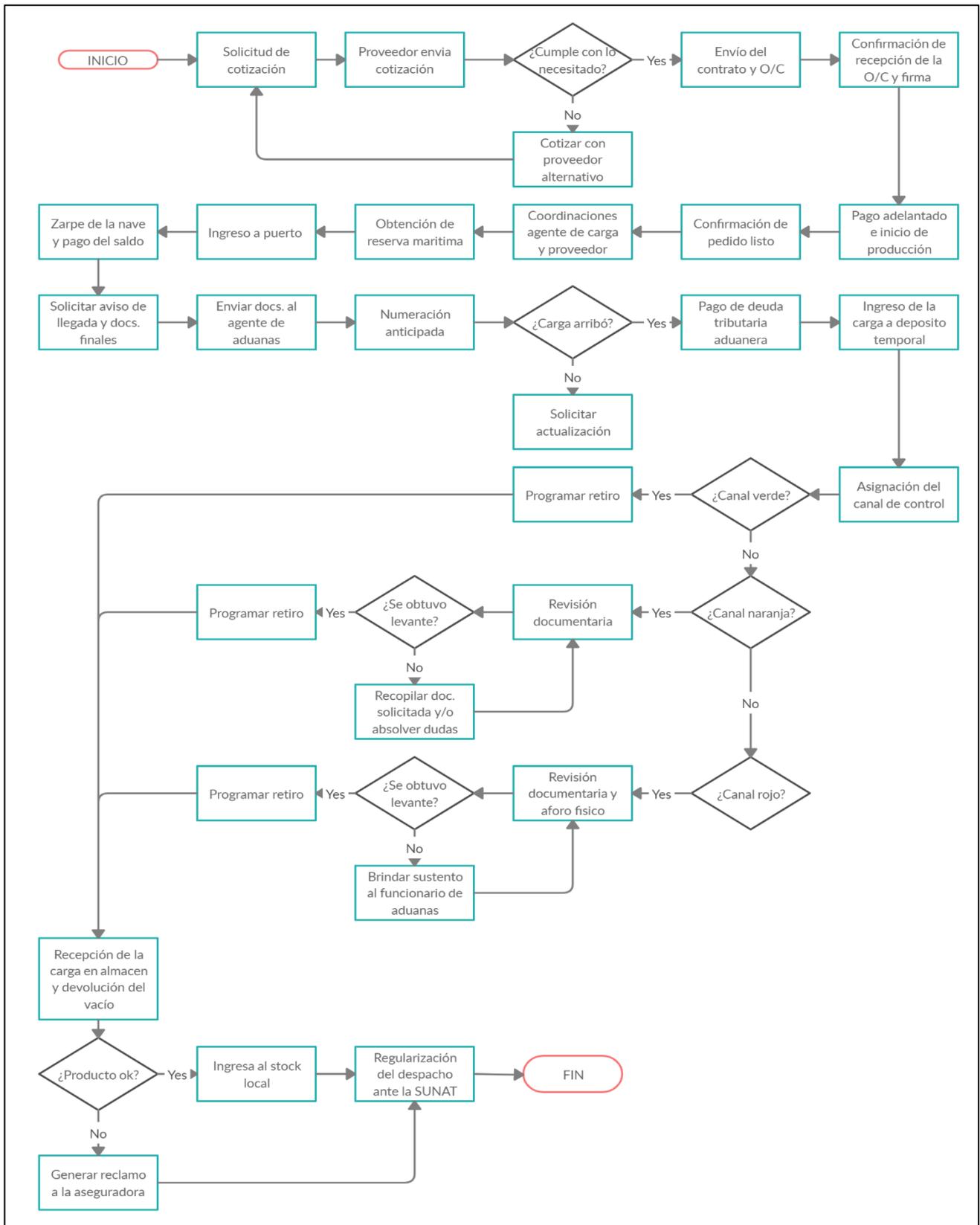
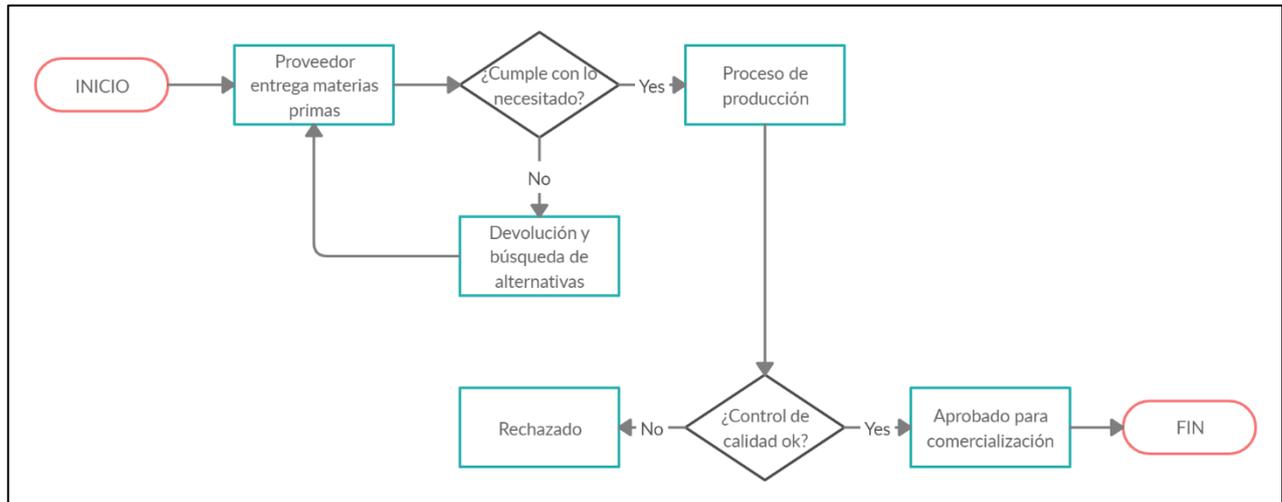


Figura 29: Flujograma de las operaciones de importación

Fuente: Elaboración propia

5.8.- Gestión de las operaciones de producción del bien o servicio a ejecutar: Flujo Grama.

Figura 30: Flujograma de operaciones de producción



Fuente: Elaboración propia

6.- PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

6.1 Inversión Fija

Forma parte indispensable para el desarrollo del proyecto pero no forma parte directamente de la producción, y está conformada por bienes (tangibles) y servicios (intangibles).

6.1 1 Activos tangibles

Forman parte de la inversión en bienes palpables que ayudan a cumplir los objetivos de la empresa.

Tabla 63: Activos fijos tangibles

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
EQUIPOS O ARTEFACTOS			
COMPUTADORA	5.00	S/ 1,600.00	S/ 8,000.00
IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	1.00	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00
VENTILADOR	2.00	S/ 200.00	S/ 400.00
MICROONDAS	1.00	S/ 250.00	S/ 250.00
HERVIDOR	1.00	S/ 100.00	S/ 100.00
MUEBLES			
SILLA GIRATORIA	6.00	S/ 100.00	S/ 600.00
ESCRITORIO	5.00	S/ 200.00	S/ 1,000.00
MUEBLE DE ESPERA	1.00	S/ 600.00	S/ 600.00
ESTANTE DE MADERA	2.00	S/ 200.00	S/ 400.00
MESAS (DE REUNION/COMEDOR)	2.00	S/ 320.00	S/ 640.00
TOTAL	26.00	S/ 4,770.00	S/ 13,190.00

Fuente: Elaboración propia

ECOPROTECT S.A.C invertirá en activos tangibles un total de S/ 13,190. Para determinar la cantidad de bienes a adquirir se tuvo en cuenta el tamaño de la empresa y la cantidad necesaria de equipos y muebles para iniciar las actividades logrando un ambiente adecuado, a fin de generar un buen desempeño por parte del personal.

6.1.2 Activos intangibles

Forman parte de la inversión en bienes o servicios que no tienen existencia física, pero que son necesarios para el desarrollo de las actividades.

Tabla 64: Activos fijos intangibles

DETALLE	COSTO TOTAL
CONSTITUCION DE LA EMPRESA	S/ 650.00
LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	S/ 110.00
DEFENSA CIVIL	S/ 50.00
DISEÑO DE PAGINA WEB	S/ 1,200.00
TOTAL	S/ 2,010.00

Fuente: Elaboración propia

ECOPROTECT S.A.C invertirá en activos intangibles un total de S/ 2,010.00 derivados principalmente del pago de las actividades relacionadas a la creación de la empresa y marca, así como de portal web que será esencial para tener presencia en el comercio electrónico.

6.2. Capital de Trabajo

El capital de trabajo es la capacidad que tiene la empresa para poder realizar sus actividades con normalidad en el corto plazo, está vinculado a los recursos financieros que dispone para seguir operando.

En la tabla N° 65 se presenta aquellos gastos o egresos de dinero que la empresa incurrirá en los primeros 3 meses de existencia, que son los meses más críticos ya que recién se ingresa al mercado y existe la posibilidad de no tener ingresos suficientes para poder soportar los egresos.

Tabla 65: Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO						
CONCEPTO	COSTO UNITARIO		COSTO MENSUAL		COSTO TRIMESTRAL	
1. EXISTENCIAS						
1.1 UTILES DE LIMPIEZA						
	S/		S/	78.00	S/	160.00
RECOGEDOR	S/	8.00	S/	8.00	S/	8.00
ESCOBA	S/	11.00	S/	11.00	S/	11.00
JABÓN LIQUIDO	S/	12.00	S/	12.00	S/	36.00
PAÑOS	S/	6.00	S/	18.00	S/	18.00
DESINFECTANTE	S/	18.00	S/	18.00	S/	54.00
PAPEL HIGIENICO JUMBO	S/	11.00	S/	11.00	S/	33.00
1.2 UTILES DE OFICINA						
	S/		S/	312.50	S/	312.50
HOJAS BOND (MILLAR)	S/	20.00	S/	20.00	S/	20.00
ARCHIVADOR	S/	5.00	S/	75.00	S/	5.00
LAPICEROS (CAJA X 50)	S/	22.00	S/	22.00	S/	22.00
LÁPICES (CAJA X 12)	S/	4.50	S/	9.00	S/	9.00

TAJADORES	S/ 1.50	S/ 7.50	S/ 7.50
BORRADOR	S/ 1.00	S/ 5.00	S/ 5.00
TAMPON	S/ 3.00	S/ 9.00	S/ 9.00
TINTA PARA TAMPON	S/ 3.00	S/ 6.00	S/ 6.00
SELLO	S/ 22.00	S/ 66.00	S/ 66.00
PERFORADOR	S/ 10.00	S/ 50.00	S/ 50.00
ENGRAPADOR	S/ 8.00	S/ 40.00	S/ 40.00
GRAPAS	S/ 3.00	S/ 3.00	S/ 3.00
2.1 GASTOS DEL PERSONAL		S/ 4,950.00	S/ 14,850.00
GERENTE GENERAL	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00	S/ 3,600.00
ASISTENTE MKT YCOMMUNITY MANAGER	S/ 950.00	S/ 950.00	S/ 2,850.00
VENDEDOR	S/ 850.00	S/ 850.00	S/ 2,550.00
ASISTENTE LOGISTICA Y COMEX	S/ 950.00	S/ 950.00	S/ 2,850.00
ASESOR CONTABLE	S/ 500.00	S/ 500.00	S/ 1,500.00
ASISTENTE TI	S/ 500.00	S/ 500.00	S/ 1,500.00
2.2 GASTOS INDIRECTOS		S/ 1,850.00	S/ 5,550.00
PAGO DE ALQUILER DE LOCAL	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00	S/ 4,500.00
SERVICIOS (LUZ,AGUA,TELEFONO E INTERNET)	S/ 350.00	S/ 350.00	S/ 1,050.00
2.3 COSTO DE PRODUCTO		S/ 173,502.00	S/ 173,502.00
COSTO DE PRODUCTO	S/ 10.50	S/ 173,502.00	S/ 173,502.00
2.4 GASTOS DE VENTAS		S/ 6,075.00	S/ 7,425.00
PAGINA WEB	S/ 400.00	S/ 400.00	S/ 400.00
ESPACIO EN LA FERIA (STAND)	S/ 3,500.00	S/ 3,500.00	S/ 3,500.00
MOVILIDAD	S/ 250.00	S/ 250.00	S/ 750.00
ALIMENTACIÓN	S/ 125.00	S/ 125.00	S/ 375.00
MERCHANDISING (FOLLETOS, TARJETAS)	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00
GOOGLE ADWORDS	S/ 200.00	S/ 200.00	S/ 600.00
FANPAGE FACEBOOK	S/ 100.00	S/ 100.00	S/ 300.00

2.5 IMPREVISTOS		S/ 6,000.00	S/ 6,000.00
CAJA		S/ 6,000.00	S/ 6,000.00
3. EXIGIBLE		S/ 1,500.00	S/ 1,500.00
GARANTIA DE ALQUILER DE LOCAL	S/1,500.00	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		S/ 194,267.50	S/ 209,299.50

Fuente: Elaboración propia

6.3. Inversión Total

Se considera inversión total tanto la inversión fija como el capital de trabajo, y es necesaria para iniciar las actividades de la empresa. La inversión se puede cubrir con el aporte propio de los socios o un préstamo.

Tabla 66: Inversión total

INVERSIONES	MONTO
1. INVERSION FIJA	S/ 15,200.00
INVERSIÓN FIJA TANGIBLE	S/ 13,190.00
INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE	S/ 2,010.00
2. CAPITAL DE TRABAJO	S/ 209,299.50
INVERSIÓN TOTAL	S/ 224,499.50

Fuente: Elaboración propia

ECOPROTECT S.A.C en total debe invertir S/ 224,499.50 para comenzar con sus operaciones, incluye la inversión de activos y capital de trabajo necesario para cubrir el primer trimestre.

6.4. Estructura de Inversión y Financiamiento

ECOPROTECT S.A.C considera la siguiente estructura de financiamiento:

Tabla 67: Estructura de financiamiento

FUENTE DE FINANCIAMIENTO	INVERSIÓN	ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO
APORTE SOCIOS	S/ 134,699.70	60.00%
PRESTAMO/DEUDA	S/ 89,799.80	40.00%
TOTAL	S/ 224,499.50	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar, el capital propio será del 60.00% mientras que la diferencia se financiará a través de un préstamo bancario.

6.5. Fuentes financieras y condiciones de crédito

La determinación de la entidad financiera con la cual se tramitará el financiamiento ha sido evaluada en base a la tasa de interés a pagar. En primer lugar se evaluó el préstamo como empresa, donde facilitan recursos económicos para el capital de trabajo. A continuación se muestra las tasas que brindaron las entidades.

Tabla 68: Comparativo de préstamos de capital de trabajo

	CREDISCOTIA	CAJA CENTRO	PRESTAMYPE	SCOTIABANK
TIPO	FINANCIERA	CAJA	FINANCIERA	BANCO
MONTO SOLICITADO	S/ 89,799.80	S/ 89,799.80	S/ 89,799.80	S/ 89,799.80
PERIODO	24 meses	36 meses	36 meses	36 meses
TASA EFECTIVA ANUAL (TEA)	30.00%	39.41%	31.00%	25.00%
TASA EFECTIVA MENSUAL (TEM)	2.21%	2.81%	2.28%	1.88%

TASA DE COSTO EFECTIVA ANUAL (TCEA)	31.50%	40.38%	32.74%	26.17%
--	--------	--------	--------	---------------

Fuente: Crediscotia, Caja Centro, Prestamype y Scotiabank

Como se aprecia en la tabla 68, el banco SCOTIABANK ofrece la tasa menor con una TEA de 25% y una TCEA de 26.17%, por tal motivo será nuestro banco elegido para el financiamiento.

Tabla 69: Flujo de caja de deuda

Numero cuota	Valor de la Cuota	Intereses	Capital	Saldo
				S/.89,799.80
1	S/.3,453.84	S/.1,685.48	S/.1,768.37	S/.88,031.43
2	S/.3,453.84	S/.1,652.29	S/.1,801.56	S/.86,229.87
3	S/.3,453.84	S/.1,618.47	S/.1,835.37	S/.84,394.50
4	S/.3,453.84	S/.1,584.02	S/.1,869.82	S/.82,524.68
5	S/.3,453.84	S/.1,548.93	S/.1,904.92	S/.80,619.76
6	S/.3,453.84	S/.1,513.17	S/.1,940.67	S/.78,679.09
7	S/.3,453.84	S/.1,476.75	S/.1,977.10	S/.76,701.99
8	S/.3,453.84	S/.1,439.64	S/.2,014.20	S/.74,687.79
9	S/.3,453.84	S/.1,401.83	S/.2,052.01	S/.72,635.78
10	S/.3,453.84	S/.1,363.32	S/.2,090.52	S/.70,545.25
11	S/.3,453.84	S/.1,324.08	S/.2,129.76	S/.68,415.49
12	S/.3,453.84	S/.1,284.11	S/.2,169.74	S/.66,245.75
13	S/.3,453.84	S/.1,243.38	S/.2,210.46	S/.64,035.29
14	S/.3,453.84	S/.1,201.90	S/.2,251.95	S/.61,783.34
15	S/.3,453.84	S/.1,159.63	S/.2,294.22	S/.59,489.13
16	S/.3,453.84	S/.1,116.57	S/.2,337.28	S/.57,151.85
17	S/.3,453.84	S/.1,072.70	S/.2,381.15	S/.54,770.70
18	S/.3,453.84	S/.1,028.01	S/.2,425.84	S/.52,344.86
19	S/.3,453.84	S/.982.47	S/.2,471.37	S/.49,873.49
20	S/.3,453.84	S/.936.09	S/.2,517.76	S/.47,355.74
21	S/.3,453.84	S/.888.83	S/.2,565.01	S/.44,790.73
22	S/.3,453.84	S/.840.69	S/.2,613.16	S/.42,177.57
23	S/.3,453.84	S/.791.64	S/.2,662.20	S/.39,515.37
24	S/.3,453.84	S/.741.67	S/.2,712.17	S/.36,803.20
25	S/.3,453.84	S/.690.77	S/.2,763.08	S/.34,040.12
26	S/.3,453.84	S/.638.91	S/.2,814.94	S/.31,225.18
27	S/.3,453.84	S/.586.07	S/.2,867.77	S/.28,357.41
28	S/.3,453.84	S/.532.25	S/.2,921.60	S/.25,435.82
29	S/.3,453.84	S/.477.41	S/.2,976.43	S/.22,459.38
30	S/.3,453.84	S/.421.55	S/.3,032.30	S/.19,427.08
31	S/.3,453.84	S/.364.63	S/.3,089.21	S/.16,337.87
32	S/.3,453.84	S/.306.65	S/.3,147.19	S/.13,190.68
33	S/.3,453.84	S/.247.58	S/.3,206.27	S/.9,984.41
34	S/.3,453.84	S/.187.40	S/.3,266.44	S/.6,717.97
35	S/.3,453.84	S/.126.09	S/.3,327.75	S/.3,390.21
36	S/.3,453.84	S/.63.63	S/.3,390.21	S/.0.00

TOTAL	S/.124,338.41	S/.34,538.61	S/.89,799.80	
-------	---------------	--------------	--------------	--

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se detalla el flujo de caja de la deuda, donde se muestra la cuota, la amortización y el interés mensual. También se puede observar que en total por el préstamo solicitado se pagará S/ 124,338.41.

6.6. Presupuesto de costos

COSTOS DIRECTOS

El costo directo es aquel costo que la empresa incurrirá ya que está directamente vinculado con producción y/o comercialización de los bienes, por lo cual para nuestra empresa los costos directos son los costos vinculados a la importación.

Tabla 70: Costo de importación

VALOR FOB	\$ 11,340.00
FLETE	\$ 205.20
SEGURO	\$ 70.80
VALOR EN ADUANAS CIF	\$ 11,616.00
ADV (6%)	\$ 696.96
IGV (16%)	\$ 1,858.56
IPM (2%)	\$ 232.32
TDA (2.35%*UIT/TC)	\$ -
PERCEPCION ANTICIPADA (3.5%)	\$ 504.13
ANTIDUMPING	\$ -
COSTO TRIBUTARIO	\$ -
GASTOS TRIBUTARIOS Y DEMÁS DERECHOS	\$ 3,291.97
TRANSPORTE INTERNO	\$ 80.00
PREVIOS Y AFORO A. ADUANAS	\$ 80.00

GASTOS OPERATIVOS A.ADUANAS	\$	50.00
COSTO OPERATIVO LOGISTICO	\$	210.00
AGENTE DE ADUANA	\$	150.00
TRANSFERENCIA BANCARIA	\$	78.00
COSTOS DE GESTIÓN OPERATIVO	\$	167.60
COSTO OPERATIVO DE IMPORTACIONES	\$	438
VALOR DE MERCANCIA IMPORTADA	\$	11,616.00
COSTO DE COMPRA INTERNACIONAL	\$	12,054.00
COSTO TOTAL	\$	12,054.00
UNIDADES IMPORTADAS		12,600
COSTO UNITARIO POR PRODUCTO	s/	10.50

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se muestra un cuadro en moneda nacional ya que el costeo y las ventas se harán en soles.

Tabla 71: Presupuesto de costos de producto

	COSTO UNITARIO	UNIDADE S	COSTO POR IMPORTACION	COSTO ANUAL
COSTO DEL PRODUCTO	S/ 10.50	12,600	S/ 47,010.60	S/ 47,010.60

Fuente: Elaboración propia

El costo por cada importación da un total de S/ 47,010.60 anuales, considerando que solo se realizara 1 importación por año.

COSTOS INDIRECTOS

Los costos indirectos son aquellos que no están directamente relacionados a la producción o actividad principal del negocio, es decir, son aquellos que incurre la empresa en el ejercicio de su actividad. Dentro de estos costos tenemos:

Gastos del personal: Son básicamente los sueldos de los trabajadores junto con sus beneficios laborales.

Tabla 72: Presupuesto de gastos de personal

TRABAJADOR	RETRIB. ECON. MENS					MENSUAL
		RETRIB. ECON. ANUAL	SIS	VACACIONES	ANUAL	
gerente general	S/.1,200	S/.14,400	S/.180	S/.600	S/.15,180	S/.1,265
asistente de mkt y community manager	S/.950	S/.11,400	S/.180	S/.475	S/.12,055	S/.1,005
vendedor	S/.850	S/.10,200	S/.180	S/.425	S/.10,805	S/.900
asistente logistica y comex	S/.950	S/.11,400	S/.180	S/.475	S/.12,055	S/.1,005
TOTAL					S/.50,095	S/.4,175

Fuente: Elaboración propia

Materiales indirectos: Aquellos materiales necesarios para mantener el aseo en la oficina.

Tabla 73: Presupuesto de materiales indirectos

MATERIALES DE LIMPIEZA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
RECOGEDOR	1.00	S/ 8.00	S/ 8.00	S/ 8.00
ESCOBA	1.00	S/ 11.00	S/ 11.00	S/ 11.00
JABÓN LIQUIDO	1.00	S/ 12.00	S/ 12.00	S/ 144.00
PAÑOS	3.00	S/ 6.00	S/ 18.00	S/ 36.00
DESINFECTANTE	1.00	S/ 18.00	S/ 18.00	S/ 216.00
PAPEL HIGIENICO JUMBO	1.00	S/ 11.00	S/ 11.00	S/ 132.00
TOTAL			S/ 78.00	S/ 547.00

Fuente: Elaboración propia

Gastos fijos: Aquellos gastos que se pagan mensualmente y no varían.

Tabla 74: Presupuesto de gastos fijos

DETALLE	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
PAGO ALQUILER LOCAL	S/. 1,500	S/. 18,000
SERVICIOS (LUZ,AGUA,TELEFONO E INTERNET)	S/. 350	S/. 4,200
TOTAL	S/. 1,850.00	S/. 22,200.00

Fuente: Elaboración propia

Gastos administrativos: Son los gastos que se incurren por tener materiales de oficina para el desarrollo de la actividad. Dentro de este punto también se considera al asesor contable y personal de TI.

Tabla 75: Presupuesto de gastos administrativos

MATERIAL DE OFICINA Y ASESORIA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
HOJAS BOND (MILLAR)	1.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 40.00
ARCHIVADOR	15.00	S/ 5.00	S/ 75.00	S/ 75.00
LAPICEROS (CAJA X 50)	1.00	S/ 22.00	S/ 22.00	S/ 44.00
LÁPICES (CAJA X 12)	2.00	S/ 4.50	S/ 9.00	S/ 18.00
TAJADORES	5.00	S/ 1.50	S/ 7.50	S/ 15.00
BORRADOR	5.00	S/ 1.00	S/ 5.00	S/ 10.00
TAMPON	3.00	S/ 3.00	S/ 9.00	S/ 9.00
TINTA PARA TAMPON	2.00	S/ 3.00	S/ 6.00	S/ 6.00
SELLO	3.00	S/ 22.00	S/ 66.00	S/ 66.00
PERFORADOR	5.00	S/ 10.00	S/ 50.00	S/ 50.00
ENGRAPADOR	5.00	S/ 8.00	S/ 40.00	S/ 40.00
GRAPAS	1.00	S/ 3.00	S/ 3.00	S/ 9.00
ASESOR CONTABLE	1.00	S/ 500.00	S/ 500.00	S/6,000.00
ASISTENTE TI	1.00	S/ 500.00	S/ 500.00	S/6,000.00
TOTAL			S/ 1312.50	S/6,882.00

Fuente: Elaboración propia

Gastos de ventas: Son los gastos derivados de las actividades de promoción y ventas.

Tabla 76: Presupuesto de gastos de ventas

DESCRIPCION	TOTAL ANUAL
PAGINA WEB	S/ 400.00
ESPACIO EN LA FERIA (STAND)	S/ 3,500.00

MOVILIDAD	S/	3,000.00
ALIMENTACIÓN	S/	1,500.00
MERCHANDISING (FOLLETOS, TARJETAS)	S/	1,500.00
GOOGLE ADWORDS	S/	2,400.00
FANPAGE FACEBOOK	S/	1,200.00
TOTAL	S/	13,500.00

Fuente: Elaboración propia

6.7. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio expresa el nivel de ventas que se debe alcanzar para lograr cubrir sus costos, es decir, es el punto donde los ingresos se igualan a los costos y no existe ganancia. En ese sentido, a continuación se hallará dicho punto tanto en unidades como en dinero.

Tabla 77: Costos totales

COSTO FIJO		COSTO VARIABLE		COSTO TOTAL	
S/	88,981.00	S/	43,394.40	S/	132,375.40

Fuente: Elaboración propia

Tabla 78: Estructura del precio

COSTO VARIABLE UNITARIO	S/	3.44
COSTO FIJO UNITARIO	S/	7.06
COSTO UNITARIO	S/	10.50
MARGEN DE GANANCIA		50%
VALOR DE VENTA	S/	21.00
IGV	S/	3.78
PRECIO DE VENTA	S/	24.78
PUNTO DE EQUILIBRIO (EN CANTIDAD)		6,064
PUNTO DE EQUILIBRIO (EN DINERO)	S/	150,267.49

Fuente: Elaboración propia

Para determinar el punto de equilibrio se debe considerar la siguiente fórmula:

$$Q = CF / (PVu - Cvu)$$

Punto de equilibrio en soles	S/. 150,267.49
Punto de equilibrio en cantidad	6,064

Al desarrollar la operación podemos visualizar que se necesita vender 6,064 unidades al año para poder cubrir los costos totales, la venta de una unidad adicional representa ganancia para la empresa.

6.8. Tributación de la importación

ECOPROTECT S.A.C tiene como principal actividad la importación de protectores para celular biodegradables, esta operación esta afecta al pago de tributos, como se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 79: Tributos de la importación

VALOR EN ADUANAS CIF	\$ 11,616.00
ADV (6%)	\$ 696.96
IGV (16%)	\$ 1,858.56
IPM (2%)	\$ 232.32
TDA (2.35%*UIT/TC)	\$ -
PERCEPCION ANTICIPADA (3.5%)	\$ 504.13
ANTIDUMPING	\$ -
COSTO TRIBUTARIO	\$ -
GASTOS TRIBUTARIOS Y DEMÁS DERECHOS	\$ 3,291.97

Fuente: Elaboración propia

6.9. Presupuesto de ingresos

Los ingresos de la empresa se producirán de las ventas, por ello anteriormente se definió una tasa de crecimiento de la demanda con el cual se trabajará para proyectar las ventas anuales de los próximos 5 años.

Tabla 80: Proyectado de ventas

	2021	2022	2023	2024	2025
% DE CRECIMIENTO		3.00%	5.00%	7.00%	9.00%
UNIDADES	12,600	12,972	13,224	13,476	13,728
VALOR DE VENTA	S/ 264,600.00	S/ 280,584.36	S/ 300,336.88	S/ 327,484.39	S/ 363,633.06
IGV 18%	S/ 47,628.00	S/ 50,505.18	S/ 54,060.64	S/ 58,947.19	S/ 65,453.95
PRECIO DE VENTA	S/ 312,228.00	S/ 331,089.54	S/ 354,397.51	S/ 386,431.58	S/ 429,087.01

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se proyectó las cantidades de ventas anuales en base a la tasa de crecimiento con respecto al año anterior, con ello, y considerando un precio de venta constante en el tiempo se determinó las ventas totales anuales

DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN

Los activos fijos tangibles se deprecian y los activos fijos intangibles se amortizan por lo cual se debe de considerar lo siguiente.

Tabla 81: Depreciación de activos tangibles

DETALLE	VALOR INICIAL	% DEPRECIACION	2021	2022	2023	2024	2025
COMPUTADORA	S/ 8,000.00	50%	S/ 4,000.00	S/ 4,000.00			
IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	S/ 1,200.00	50%	S/ 600.00	S/ 600.00			
VENTILADOR	S/ 400.00	20%	S/ 80.00	S/ 80.00	S/ 80.00	S/ 80.00	S/ 80.00
MICROONDAS	S/ 250.00	20%	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 50.00	S/ 50.00
HERVIDOR	S/ 100.00	20%	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00

SILLA GIRATORIA	S/ 600.00	20%	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00
ESCRITORIO	S/ 1,000.00	20%	S/ 200.00	S/ 200.00	S/ 200.00	S/ 200.00	S/ 200.00
MUEBLE DE ESPERA	S/ 600.00	20%	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 120.00
ESTANTE DE MADERA	S/ 400.00	20%	S/ 80.00	S/ 80.00	S/ 80.00	S/ 80.00	S/ 80.00
MESAS (DE REUNION Y COMEDOR)	S/ 640.00	20%	S/ 128.00	S/ 128.00	S/ 128.00	S/ 128.00	S/ 128.00
TOTAL			S/ 5,398.00	S/ 5,398.00	S/ 798.00	S/ 798.00	S/ 798.00

Fuente: Elaboración propia

Se puede observar que tiene una tasa de depreciación anual, esta es determinada en base al tipo de activo tangible y es brindada por la SUNAT. Cabe mencionar que el Poder Ejecutivo del Perú estableció tasas más altas de depreciación de activos tangibles a partir del 2021 y que son consideradas para este proyecto. En base a ello, las computadoras y la impresora se deprecian en 2 años mientras que los demás equipos y muebles se deprecian en 5 años.

Tabla 82: Amortización de activos intangibles

DETALLE	VALOR INICIAL	% AMORTIZACION	2021	2022	2023	2024	2025
CONSTITUCION DE LA EMPRESA	S/ 650.00	20%	S/ 130.00	S/ 130.00	S/ 130.00	S/ 130.00	S/ 130.00
LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	S/ 110.00	20%	S/ 22.00	S/ 22.00	S/ 22.00	S/ 22.00	S/ 22.00
DEFENSA CIVIL	S/ 50.00	20%	S/ 10.00	S/ 10.00	S/ 10.00	S/ 10.00	S/ 10.00
DISEÑO DE PAGINA WEB	S/1,200.00	20%	S/ 240.00	S/ 240.00	S/ 240.00	S/ 240.00	S/ 240.00
ACUMULADO			S/ 402.00	S/804.00	S/1,206.00	S/ 1,608.00	S/ 2,010.00

Fuente: Elaboración propia

Los activos intangibles se amortizan en un plazo de 5 años como se puede observar en la tabla anterior.

CRÉDITO FISCAL

El crédito fiscal se produce cuando el IGV por las compras es mayor al IGV de ventas, lo que genera un saldo a favor de la empresa que se utiliza para reducir el pago de impuestos para el siguiente año.

En la siguiente tabla se muestra los totales de compras y ventas afectas a IGV para poder determinar el crédito fiscal; la diferencia de ambas tablas da como resultado el IGV:

Tabla 83: Inversiones, costos y crédito fiscal

ITEM	AÑOS					
		1	2	3	4	5
IGV Compras	S/. 2,736.00	S/. 14,810.47	S/. 15,044.80	S/. 16,857.02	S/. 15,357.24	S/. 15,513.46
IGV Ventas	S/. -	S/. 47,628.00	S/. 50,505.18	S/. 54,060.64	S/. 58,947.19	S/. 65,453.95
Resultado	S/. 2,736.00	S/. (30,081.53)	S/. (35,460.38)	S/. (37,203.62)	S/. (43,589.95)	S/. (49,940.49)
Credito Fiscal	S/. 2,736.00	S/. (27,345.53)	S/. (62,805.91)	S/. (37,203.62)	S/. (43,589.95)	S/. (49,940.49)
PAGO IGV	S/. -	S/. -	S/. (62,805.91)	S/. (37,203.62)	S/. (43,589.95)	S/. (49,940.49)

Fuente: Elaboración propia

6.10 Presupuesto de egresos

El presupuesto de egresos está conformado por aquellos costos y gastos que representan una salida de dinero para la empresa. Dicho esto, se proyectó 5 años de egresos, donde algunos costos o gastos consideran la tasa de inflación promedio de los últimos 5 años y en otros, la variación de ventas, con el fin de obtener una proyección más real. En ese sentido, la tasa de inflación considerada en la proyección es de 2.8%.

Tabla 84: Tasa de inflación 2015-2019

2015	2016	2017	2018	2019	PROMEDIO
3.50%	3.60%	2.80%	2.19%	1.90%	2.80%

Fuente: BCR

COSTOS DIRECTOS

Dentro de los costos directos se considera el costo de la importación incluyendo todos los gastos locales de nacionalización del producto, es decir, el costo puesto en los almacenes de ECOPROTECT S.A.C. Este costo tiene una vinculación directa con la proyección de ventas por lo cual el costo directo total anual es el producto de las unidades proyectadas con el costo variable unitario.

Tabla 85: Proyectado de costo de ventas

	2021	2022	2023	2024	2025
COSTO DE COMPRA DE PRODUCTO	S/ 84,546.00	S/ 87,042.12	S/ 88,733.04	S/ 90,423.96	S/ 92,114.88
COSTO DE VENTA EN VALOR S/	S/ 84,546.00	S/ 87,042.12	S/ 88,733.04	S/ 90,423.96	S/ 92,114.88

Fuente: Elaboración propia

COSTOS INDIRECTOS

Dentro de los costos indirectos tenemos los gastos mencionados antes como fijos.

Tabla 86: Proyectado de costos indirectos

	2021	2022	2023	2024	2025
GASTOS DEL PERSONAL	S/ 47,400.00	S/ 48,822.00	S/ 50,286.66	S/51,795.25	S/ 53,349.10
MATERIALES INDIRECTOS	S/ 936.00	S/ 962.20	S/ 989.14	S/ 1,016.83	S/ 1,045.30
G. INDIRECTOS-ALQUILER	S/ 18,000.00	S/ 18,360.00	S/ 18,727.20	S/ 19,101.74	S/ 19,483.77
G. INDIRECTOS -SERVICIOS	S/ 4,200.00	S/ 4,317.52	S/ 4,438.32	S/ 4,562.50	S/ 4,690.16
G. ADM-MATERIALES OFICINA	S/ 312.00	S/ 320.73	S/ 329.71	S/ 338.974	S/ 348.43
ASESORES	S/ 12,000.00	S/ 12,600.00	S/ 13,356.00	S/ 14,290.92	S/ 15,434.20
GASTO DE VENTAS	S/ 15,000.00	S/ 15,419.70	S/ 15,851.14	S/ 16,294.66	S/ 16,750.58

Fuente: Elaboración propia

Los costos se han proyectado teniendo en cuenta lo siguiente:

- Gastos de personal: Por política empresarial se ha considerado un incremento por año de 3% por el tipo de empresa que es ECOPROTECT S.A.C y para frenar la rápida rotación del personal.
- Materiales indirectos: Para la proyección de los productos de limpieza se ha considerado la tasa de inflación anteriormente mencionada de 2.8%.
- Gastos indirectos: Sobre el alquiler, en el contrato con el arrendador se incluye una tasa máxima de aumento de 2% por año. Con respecto a los servicios, se considera la tasa de inflación de 2.8% para la proyección.
- Gastos administrativos: Para la proyección de los materiales de oficina se ha considerado la tasa de inflación de 2.8%. Con respecto a la proyección del pago al asesor contable se proyectó en base al crecimiento de las ventas, ya que a mayores ventas implica mayor trabajo por parte del contador.
- Gastos de ventas: Para la proyección de los gastos de ventas se ha considerado la tasa de inflación de 2.8%.

6.11. Flujo de caja proyectado

El flujo de caja es un informe financiero donde se detalla las entradas y salidas de efectivo con el fin de conocer el saldo final de caja que puede ser un excedente o un déficit. Este informe es un indicador de liquidez importante que debe tener en cuenta las empresas.

Tabla 87: Flujo de caja Económico

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS		S/. 264,600	S/. 280,584	S/. 300,337	S/. 327,484	S/. 363,633
Ingresos operativos		S/. 264,600	S/. 280,584	S/. 300,337	S/. 327,484	S/. 363,633
Ingresos no operativos		S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
COSTO Y GASTOS		S/. 133,555	S/. 145,682	S/. 159,300	S/. 167,868	S/. 185,486
Costos fijos		S/. 88,981	S/. 99,806	S/. 112,556	S/. 120,256	S/. 137,006
Costos Variables		S/. 43,394	S/. 44,696	S/. 45,564	S/. 46,432	S/. 47,300
Depreciación		S/. 1,180	S/. 1,180	S/. 1,180	S/. 1,180	S/. 1,180
Amortización intangible		S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
UTILIDAD OPERATIVA		S/. 131,045	S/. 134,902	S/. 141,037	S/. 159,616	S/. 178,147
Impuesto renta		S/. 3,969	S/. 4,209	S/. 4,505	S/. 4,912	S/. 5,454
UTILIDAD NETA		S/. 127,076	S/. 130,693	S/. 136,532	S/. 154,704	S/. 172,693
Depreciación		S/. 1,180	S/. 1,180	S/. 1,180	S/. 1,180	S/. 1,180
Amortización intangible		S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
Valor Residual						S/. (1,180)
Inversiones	- 22450 0	S/. -	S/. -	S/. (9,200)	S/. -	S/. -
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	- 22450 0	S/. 128,256	S/. 131,873	S/. 128,512	S/. 155,884	S/. 172,693
FCF ACUMULADO	- 22450 0	S/. (96,244)	S/. 35,629	S/. 164,141	S/. 320,025	S/. 492,718

Fuente: Elaboración propia

Tabla 88: Flujo de caja Financiero

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS		264600	280584.36	300336.87 6	327484.38 62	363633.06 34
Ingresos operativos		S/. 264,600	S/. 280,584	S/. 300,337	S/. 327,484	S/. 363,633
Ingresos no operativos		S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
COSTO Y GASTOS		S/. 151,447	S/. 157,686	S/. 163,943	S/. 167,868	S/. 185,486
Costos fijos		S/. 88,981	S/. 99,806	S/. 112,556	S/. 120,256	S/. 137,006
Costos Variables		S/. 43,394	S/. 44,696	S/. 45,564	S/. 46,432	S/. 47,300
Intereses		S/. 17,892	S/. 12,004	S/. 4,643		
Depreciación		S/. 1,180	S/. 1,180	S/. 1,180	S/. 1,180	S/. 1,180
Amortización intangible		S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
UTILIDAD OPERATIVA		S/. 113,153	S/. 122,899	S/. 136,394	S/. 159,616	S/. 178,147
Impuesto renta		S/. 3,969	S/. 4,209	S/. 4,505	S/. 4,912	S/. 5,454
UTILIDAD NETA		S/. 109,184	S/. 118,690	S/. 131,889	S/. 154,704	S/. 172,693
Depreciación		S/. 1,180	S/. 1,180	S/. 1,180	S/. 1,180	S/. 1,180
Amortización intangible		S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
Valor Residual						S/. (1,180)
capital del trabajo						S/. 209,300
Amortización		S/. (23,554)	S/. (29,443)	S/. (36,803)		
Inversiones	S/. (224,500)	S/. -	S/. -	S/. (9,200)	S/. -	S/. -
Prestamo	S/. 89,800					
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	S/. (134,700)	S/. 86,809	S/. 90,427	S/. 87,066	S/. 155,884	S/. 381,992
FCF ACUMULADO	S/. (134,700)	S/. (47,890)	S/. 42,537	S/. 129,603	S/. 285,487	S/. 667,479

Fuente: Elaboración propia

Como se puede ver en la tabla anterior, el flujo de caja económico es el resultado de los ingresos operativos descontando los egresos operativos, sin considerar el financiamiento. El año cero es negativo básicamente por la inversión total

realizada pero los siguientes años se muestra de forma positiva ya que las ventas (ingresos) son mayores a los costos (egresos).

Con respecto al flujo de caja financiero, se debe considerar el financiamiento necesario para dar inicio de actividades de la empresa. Por ello, el resultado del año cero disminuye con respecto al flujo económico ya que tenemos un ingreso. Para los 5 años proyectados, se debe tener en cuenta que los primeros 3 años se deberá de pagar la amortización y los intereses derivados de la deuda adquirida, lo que genera que el flujo de caja financiero sea menor al económico para los años 2021,2022 y 2023.

ECOPROTECT S.A.C posterior a los egresos derivados de los costos operativos y del pago del préstamo mantiene un flujo de caja positivo, por lo cual cuenta con liquidez.

6.12. Estado de Ganancias y Pérdida

El estado de ganancias y pérdidas es un informe financiero que muestra la rentabilidad de la empresa por año de forma detallada, donde se detalla la utilidad bruta (directamente relacionada con el producto: las ventas proyectadas, el precio y el costo variable), la utilidad operativa (que incluye los demás gastos indirectamente relacionados con el producto, así como la depreciación y amortización de los activos que forman parte de la operación), la utilidad antes de impuestos (que agrega los intereses derivados del financiamiento), y finalmente la utilidad neta (utilidad donde se descuenta el pago del impuesto a la renta). Esta utilidad es el beneficio económico que obtienen los socios de la empresa.

Tabla 89: Estado de ganancias y pérdidas

RECURSOS	Expresado en Soles por año				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) VENTAS NETAS	S/. 264,600	S/. 280,584	S/. 00,337	S/. 327,484	S/. 363,633
(-) COSTO DE VENTAS	S/. 43,394	S/. 44,696	S/. 45,564	S/. 46,432	S/. 47,300
UTILIDAD BRUTA	S/. 21,206	S/. 35,888	S/. 254,773	S/. 281,052	S/. 316,333
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/. 88,981	S/. 99,806	S/. 112,556	S/. 20,256	S/. 137,006
(-) GASTOS DE VENTAS	-	-	-	-	-
(-) DEPRECIACIÓN	S/. 1,180	S/. 1,180	S/. 1,180	S/. 1,180	S/. 1,180
UTILIDAD OPERATIVA	S/. 31,045	S/. 134,902	S/. 141,037	S/. 59,616	S/. 78,147
(-) GASTOS FINANCIEROS	S/. 17,892	S/. 12,004	S/. 4,643		
UTILIDAD ANTES IMPUESTO	S/. 113,153	S/. 122,899	S/. 136,394	S/. 159,616	S/. 178,147
(-) IMPUESTO A LA RENTA	S/. 31,683	S/. 34,412	S/. 38,190	S/. 44,693	S/. 49,881
UTILIDAD NETA	S/. 81,470	S/. 88,487	S/. 98,204	S/. 14,924	S/. 128,266

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se puede visualizar resultados positivos, es decir, ECOPROTECT S.A.C después de asumir los costos, gastos y tributos correspondientes al desarrollo de la operación presenta utilidades para los socios, es decir, es rentable.

6.13 Evaluación de la Inversión

6.13.1.- Evaluación Económica

Para determinar la viabilidad económica del proyecto, se ha determinado el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR).

Tabla 90: Flujo de caja económico

	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	S/. (224,499.50)	S/. 128,255.60	S/. 131,873.36	S/. 128,511.70	S/. 155,884.12	S/. 172,692.68
FCF ACUMULADO	S/. (224,499.50)	S/. (96,243.90)	S/. 35,629.46	S/. 164,141.17	S/. 320,025.29	S/. 492,717.97

Fuente: Elaboración propia

Para poder hallar el Valor Actual Neto de los 5 años del proyecto se utilizó la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) que es del 15%. Esta tasa considera el coste promedio ponderado del capital (CPPC) del 13% + 2% para cubrir eventualidades como la inflación. En ese sentido se obtuvo un VAN de S/ S/. 280,374.21 que al ser mayor a cero significa que el proyecto es rentable económicamente (genera beneficios).

La Tasa Interna de Retorno es mayor a la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento por lo cual el proyecto es aceptable económicamente.

Tabla 91: Resultados económicos

	VALOR
VANE	S/. 280,374.21
TIRE	53%

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la tabla N° 89, la inversión se recuperara en 12 meses, ya que a partir del año 2 el flujo de caja se vuelve positivo.

6.13.2. Evaluación Financiera

Para determinar la viabilidad financiera del proyecto, se ha determinado el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR).

Tabla 92: Flujo de caja financiero

	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	S/. (134,699.70)	S/. 86,809.46	S/. 90,427.23	S/. 87,065.57	S/. 155,884.12	S/. 381,992.18
FCF ACUMULADO	S/. (134,699.70)	S/. (47,890.24)	S/. 42,536.99	S/. 129,602.56	S/. 285,486.68	S/. 667,478.85

Fuente: Elaboración propia

Para poder hallar el Valor Actual Neto de los 5 años del proyecto se utilizó la tasa del Costo de Oportunidad del Capital (COK) que es del 13%. En ese sentido se obtuvo un VAN de S/ 311,045.93 que al ser mayor a cero significa que el proyecto es rentable financieramente (genera beneficios).

La Tasa Interna de Retorno es mayor al Costo de Oportunidad del Capital por lo cual el proyecto es aceptable financieramente.

Tabla 93: Resultados financieros

	VALOR
VANF	S/. 311,045.93
TIRF	75%

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la tabla N° 91, la inversión se recuperara en 12 meses, ya que a partir del año 2 el flujo de caja se vuelve positivo.

6.13.3. Evaluación social

El proyecto no produce ningún conflicto social puesto que trata de comercialización de protectores para celular ecológicos biodegradables de origen extranjero, por el contrario, genera conciencia en la población al promover el consumo responsable y generar conciencia en el cuidado del medio ambiente.

6.13.4 Impacto ambiental

El proyecto tiene un impacto ambiental positivo ya que contribuye a preservar el medio ambiente al comercializar protectores para celular biodegradables hechos a base de residuos de productos vegetales, los cuales no generan residuos que se quedan por años en el ambiente como los hechos a base de poliestireno expandido sino que se degradan en pocos meses y se convierten en abono. Esto conllevará a menos contaminación de mares, de ecosistemas, de ciudades, menos daño a la fauna marina principalmente, y, menos emisión de gases efecto invernadero.

Figura 31 : Protectores de plástico vs. Protectores biodegradables



Fuente: Sunflex

6.14.-Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo

El costo de oportunidad del capital de trabajo es básicamente el costo de la opción a la cual renunciamos cuando tomamos decisión vinculada a una elección, es decir, lo que dejamos de obtener percibir por elegir una opción alterna. El cálculo del costo de oportunidad puede darse de diversas formas, una de ellas es la tasa de retorno de la segunda mejor opción, en este caso, se tenía la opción de invertir en el proyecto de creación de ECOPROTECT S.A.C o invertir el capital en fondos mutuos.

Los fondos mutuos son una alternativa de inversión conformado por la suma de aportes voluntarios de dinero de personas naturales y jurídicas destinados a la inversión en acciones, instrumentos de deuda o su combinación, dependiendo de la elección del aportante (Fondos Mutuos Perú, s.f). Omar Gutiérrez, Superintendente Adjunto de Supervisión Prudencial de la SMV indicó que los fondos que más rindieron durante el 2019 fueron los fondos de fondos en dólares registrando una rentabilidad promedio de 16,01%, mientras que el fondo de acciones en dólares fue de 12,02%, el segundo más rentable (Alcalá, 2020).

El proyecto toma el histórico del 2019, la tasa de rentabilidad anual promedio de 16.00%, como costo de oportunidad del capital.

6.15.-Cuadro de riesgo del tipo de cambio

ECOPROTECT S.A.C al estar inmerso en el comercio internacional, por la importación del producto que va a comercializar, lo coloca en una posición sensible a la volatilidad del tipo de cambio, en otras palabras, si el sol se fortalece

significa que la empresa tiene mayor poder de compra al entregar menos soles por cada dólar pagado, mientras que si el dólar se fortalece significa que la empresa tendrá menor poder de compra al entregar más soles por cada dólar pagado.

Según lo comentado, a continuación se toma en cuenta 3 escenarios donde el tipo de cambio aumenta o disminuye para ver el impacto sobre los indicadores económicos y financieros.

Tabla 94: Análisis de sensibilidad en base al tipo de cambio

	T/C	VANE	TIRE	VANF	TIRF
PESIMISTA	3.60	S/. 280,374.21	53.17%	S/. 311,045.93	75.30%
CONSERVADOR	3.348	S/. 285,288.21	54.65%	S/. 314,644.50	77.93%
OPTIMISTA	3.14	S/. 289,320.21	55.91%	S/. 317,556.93	80.22%

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar, mientras menor sea el tipo de cambio, mayor es la rentabilidad del proyecto. Además, a pesar de la volatilidad del tipo de cambio en los distintos escenarios presentados el proyecto es rentable y viable, tanto económica como financieramente.

Cabe señalar que debido a la coyuntura actual del país y del mundo, estamos en un escenario pesimista ya que el tipo de cambio esta constantemente a la alza, sin embargo se tomo como referencia el T/C mas constante en el ultimo semestre.

7.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1.- Conclusiones

- ECOPROTECT S.A.C. será una microempresa ubicada en el distrito de San Martín de Porres dedicada a la comercialización de protectores para celular ecológicos biodegradables, importados de China, a personas residentes en los distritos de Miraflores, San Isidro, San Borja, Santiago De Surco y La Molina. La potencial demanda de este producto por temas ambientales, tendencias de mercado y políticas del gobierno hace que sea un proyecto atractivo para desarrollar. Para acceder al mercado se seleccionó a China como país proveedor por su oferta accesible que permite ofrecer un precio de venta al mercado nacional, específicamente al seleccionado, acorde al promedio de la competencia. La oferta económica se complementará con un servicio orientado a la satisfacción del cliente y a concientización de ellos y de los consumidores finales acerca del impacto del ser humano sobre el medio ambiente.
- La negociación con el proveedor involucró el acordar el envase y embalaje adecuado para el medio de transporte a usar, con el fin de garantizar que en toda la cadena el producto se encuentre en óptimas condiciones para llegar al punto final. El incoterm con el cual se trabajará es FOB 2020 por lo cual involucró la evaluación y negociación con agentes de carga y aduanas, para que formen parte de la cadena de distribución física

internacional y ayuden a la empresa al traslado internacional y nacionalización de su fuente de ingresos, los productos a comercializar.

- La empresa realizó una búsqueda y evaluación de proveedores donde se determinó a SHENZHEN HUAAOXING TECHNOLOGY CO., LTD. como proveedor. Se ejecutará la firma de un contrato de compra venta internacional que cubra los aspectos generales de esta compra, así como la resolución de conflictos, en caso ocurrieran. Dentro del contrato se incluye el incoterm FOB, las responsabilidades y costos que asumen cada parte así como el medio de pago: transferencia bancaria.
- El producto será traído a Lima a través del régimen de importación para el consumo.
- Mediante el desarrollo de informes e indicadores financieros se determinó que el proyecto es rentable y viable económica y financieramente. Dentro de los resultados económicos se tiene un VANE de S/ 280,374.21 y un TIRE de 53.17% mayor a la TMAR del 15%. Adicional, dentro de los resultados financieros tenemos un VANF S/ 297,608.61 y un TIRF 73.10%, mayor al COK del 16%.
- Finalmente, si el tipo de cambio sufre una variación entre 3.00 a 3.60 soles el proyecto sigue presentando indicadores positivos para el desarrollo del proyecto.

7.2.- Recomendaciones.

- Aprovechar la tendencia Ecoamigable para ingresar al mercado a tiempo e ir ganando fidelidad de los clientes con los productos de ECOPROTECT S.A.C, porque al ser un mercado en crecimiento el potencial de ingreso de competidores será alto.
- Tener stock suficiente para que cubra la demanda de los clientes mientras se da la reposición ya que al ser un producto importado el lead time total con el cual se debe contar es de 78 días.
- Realizar contratos anuales con los agentes de carga y aduanas ya que al garantizar carga con ellos se puede llegar a obtener tarifas más competitivas que al darle solo una carga esporádica.
- Al tener historial de compra con el proveedor chino y de acuerdo a la calidad del producto vendido, mejorar los términos de la compra y venta como por ejemplo obtener crédito o precios más bajos.
- Estar en constante revisión de los precios del mercado, de precios de otros proveedores en China y de aquellos que forman parte de la cadena de DFI, para mejorar en los costos y mejorar la oferta al mercado.
- Revisar periódicamente los informes financieros e indicadores para poder tener información más actualizada y tener proyecciones más claras, de esa forma tomar decisiones a tiempo.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. Plataforma digital única del Estado Peruano. (21 de Octubre de 2019). *Tipos de empresa (Razón Social o Denominación)*. Recuperado de <https://www.gob.pe/254-tipos-de-empresa-razon-social-o-denominacion>
2. Asesorías Perú, (s.f). *Qué es el CIU de Sunat?, su importancia empresarial y actualización obligatoria*. Recuperado de <https://www.asesoriasperu.com/index/asesoria-contable/22-ciu-sunat-actividades-economicas-del-peru>
3. INEI. (Enero de 2010). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas Revisión 4*. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf
4. Mercapide, M. y Albanese, D. (2019). *Principio de empresa en marcha en el informe del auditor*. Recuperado de [file:///D:/Users/nicole.zamora/Downloads/1826-Texto%20del%20art%C3%ADculo-5549-1-10-20191112%20\(2\).pdf](file:///D:/Users/nicole.zamora/Downloads/1826-Texto%20del%20art%C3%ADculo-5549-1-10-20191112%20(2).pdf)
5. Escalante, E. (24 de Setiembre de 2016). *Promulgan Ley N° 30056 que modifica la actual Ley MYPE y otras normas para las micro y pequeñas empresas*. Recuperado de <https://www.mep.pe/promulgan-ley-no-30056-que-modifica-la-actual-ley-mype-y-otras-normas-para-las-micro-y-pequenas-empresas/>
6. Canive, T. y Balet, R. (s.f). *La Estructura organizacional*. Recuperado de <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/estructura-organizacional>
7. INDECOPI. (s.f). *Nombre Comercial*. Recuperado de <https://indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/nombre-comercial>
8. INDECOPI. (s.f). *Registro de Marca y Otros Signos*. Recuperado de <https://indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>
9. Emprender-SUNAT. (01 de Marzo de 2019). *¿Cómo me inscribo en el RUC?*. Recuperado de <http://emprender.sunat.gob.pe/como-me-inscribo-en-el-ruc>

10. SUNAT. (s.f). *01. Concepto - Planilla Electrónica*. Recuperado de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/informacion-general-planilla-electronica/3196-01-concepto-planilla-electronica>
11. Orihuela, K. (13 de Marzo de 2020). *Contratos mercantiles: tipos y características*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/contratos-mercantiles-tipos-y-caracteristicas/>
12. El Peruano. (08 de diciembre de 2018). *LEY N° 30884*. Recuperado de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-regula-el-plastico-de-un-solo-uso-y-los-recipientes-ley-n-30884-1724734-1/>
13. Marketinginteli. (s.f). *Qué es la propuesta valor?* . Recuperado de <https://www.marketinginteli.com/documentos-marketing/fundamentos-de-marketing/la-propuesta-de-valor/>
14. INEI. (11 de julio de 2019). *PERÚ TIENE UNA POBLACIÓN DE 32 MILLONES 131 MIL 400 HABITANTES AL 30 DE JUNIO DEL PRESENTE AÑO*. Recuperado de http://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/noticias/notadeprensa123_1.pdf
15. El Peruano. (14 de febrero de 2020). *La actividad económica se incrementó 2.16% en 2019*. Recuperado de <https://elperuano.pe/noticia-la-actividad-economica-se-incremento-216-2019-89845.aspx#:~:text=Durante%20el%202019%2C%20el%20producto,inform%C3%B3%20el%20Instituto%20Nacional%20de>
16. BCRP. (31 de diciembre de 2019). *Memoria 2019*. Recuperado de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Memoria/2019/memoria-bcrp-2019.pdf>
17. Lyonnet, J. (02 de enero de 2020). *Inflación en Perú fue de 1,9% en 2019, dentro del rango meta del Gobierno*. Recuperado de https://www.hosteltur.com/lat/133646_inflacion-en-peru-fue-de-19-en-2019-dentro-del-rango-meta-del-gobierno.html
18. El Comercio. (07 de junio de 2020). *Dólar en Perú: Tipo de cambio cerró a la baja tras positivo dato de empleo en EE.UU*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/mercados/precio-del-dolar-en-peru-hoy->

- [domingo-7-de-mayo-del-2020-tipo-de-cambio-cotizacion-compra-venta-bcr-interbancario-ocona-coronavirus-noticia/?ref=ecr](#)
19. INEI. (Febrero 2020). *Demografía empresarial en el Perú*. Recuperado de http://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/demografia_empresarial_ene2020.pdf
 20. INEI. (Febrero 2020). *Producción nacional*. Recuperado de <http://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe-de-produccion.pdf>
 21. INEI. (Marzo 2020). *Producción nacional*. Recuperado de http://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/produccion_marzo2020.pdf
 22. INEI. (Noviembre 2019). *Perú: estructura empresarial, 2018*. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1703/libro.pdf
 23. Economía3. (16 de febrero de 2020). *El 61% de los millennials, dispuestos a pagar más por productos sostenibles y ecológicos*. Recuperado de <https://economia3.com/2020/02/16/250071-el-61-de-los-millennials-dispuestos-a-pagar-mas-por-productos-sostenibles-y-ecologicos/>
 24. Roberto Espinosa. (s.f). *BENCHMARKING: qué es, tipos, etapas y ejemplos*. Recuperado de <https://robertoespinosa.es/2017/05/13/benchmarking-que-es-tipos-ejemplos>
 25. Vercheval, S. (13 de setiembre de 2016). *Las 8 ventajas del marketing digital para tu empresa*. Recuperado de <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/ventajas-marketing-digital>
 26. SUNAT. (27 de setiembre de 2014). *Importación para el consumo*. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/importacion/importac/procGeneral/despa-pg.01.htm>
 27. SUNAT. (10 de diciembre de 2017). *Ventajas*. Recuperado de <https://oea.sunat.gob.pe/ventajas>
 28. Fondos Mutuos Perú. (s.f). *¿Qué es un fondo mutuo*. Recuperado de <https://fondosmutuos.pe/que-es-un-fondo-mutuo/>

29. Alcalá, C. (26 de enero de 2020). *Rentabilidad de los fondos mutuos superó el 16%*. Recuperado de <https://larepublica.pe/economia/2020/01/24/fondos-mutuos-rentabilidad-promedio-supero-el-16-en-el-2019/>
30. Peru limpio. Recuperado de <https://perulimpio.minam.gob.pe/>
31. Municipalidad de San Martín de Porres: Clasificación de las zonas comerciales. Recuperado de https://www.mdsmp.gob.pe/data_files/archivo%2025.pdf
32. Municipalidad de San Martín de Porres: Requisitos para Licencia de Funcionamiento. <https://www.mdsmp.gob.pe/gestion.php?sec=16&id=173>
33. Grupseld asesores empresariales. Recuperado de <https://www.youtube.com/channel/UCjnA8TKun-4ZJavplUQDnIQ>
34. CPI Market Report. Recuperado de <https://www.cpi.pe/banco/market-report.html>
35. Cuota de mercado de proveedores móviles Perú . Recuperado de <https://gs.statcounter.com/vendor-market-share/mobile>
36. Fórmulas para calcular el pronóstico con regresión lineal. Recuperado de <https://ingenioempresa.com/regresion-lineal/>
37. Matriz ANSOFF. Recuperado de <https://enciclopediaeconomica.com/matriz-de-ansoff/#:~:text=La%20matriz%20de%20Ansoff%20es,a%20trav%C3%A9s%20de%204%20cuadrantes.>
38. Factores a considerar para la fijación de precios. Recuperado de http://yurikamercadeo.blogspot.com/2011/06/estrategia-de-determinacion-de-los_24.html

ANEXO 1 – FORMULARIO SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA



ANEXO 1: FORMULARIO

SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA

SEÑOR REGISTRADOR DEL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS:

Yo, _____ identificado con:

DNI° CIP CE OTROS _____ N° _____

en mi calidad de (titular socio abogado notario representante) domiciliado en _____ distrito de _____, Provincia de _____, ante Ud. con el debido respeto me presento y digo:

SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA para:

Constitución Modificación de Estatuto

Podrá indicar hasta 03 nombres y de forma opcional sus correspondientes abreviaturas tratándose de denominaciones.¹

Sólo se concederá la reserva de un nombre (completo o abreviado) de forma excluyente.

NOMBRE COMPLETO DE LA PERSONA JURÍDICA OBLIGATORIO	NOMBRE ABREVIADO DE LA PERSONA JURÍDICA OPCIONAL
1. _____ _____	1. _____ _____
2. _____ _____	2. _____ _____
3. _____ _____	3. _____ _____

TIPO DE PERSONA JURÍDICA: (Marque una opción)

S.A ASOCIACIÓN S.R.L COMITÉ S. CIVIL
 S.A.C E.I.R.L COOPERATIVA OSB

OTROS (precisar el tipo de persona jurídica) _____

NOMBRE (S) Y APELLIDOS DE TODOS LOS INTEGRANTES DE LA PERSONA JURÍDICA EN CONSTITUCIÓN O NOMBRE DE LA PERSONA JURÍDICA CONSTITUIDA EN CASO DE MODIFICACIÓN DE ESTATUTOS O NOMBRE DE LAS PERSONAS AUTORIZADAS PARA LA FORMALIZACIÓN (letra imprenta):

_____	_____
_____	_____
_____	_____

Lima, _____ de _____ del 20 ____

Firma del Solicitante

¹ También podrá solicitar la reserva de nombre ingresando a la página web www.sunarp.gob.pe, servicios en línea, donde podrá indicar hasta cinco (5) nombres y de forma opcional sus abreviaturas tratándose de denominaciones.



ANEXO 2 – SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA DE PRODUCTO



Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA DE PRODUCTO / SERVICIO Y/O MULTICLASE

1. DATOS DEL SOLICITANTE

N° de Solicitantes (en caso de ser más de 1 solicitante llenar el anexo A por cada solicitante adicional)

<input type="checkbox"/> PERSONA NATURAL	<input type="checkbox"/> PERSONA JURÍDICA
Tipo de empresa (*) (marque de corresponder): <input type="checkbox"/> Micro <input type="checkbox"/> Pequeña <input type="checkbox"/> Mediana <input type="checkbox"/> Otra: _____	
Nombre o Denominación / Razón Social (conforme aparezca en su documento de identidad o de constitución)	
Nacionalidad / País de Constitución:	
Documento de Identidad (marcar y llenar según corresponda): Persona Natural: DNI <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> Persona Jurídica: RUC <input type="checkbox"/>	
Representante Legal (Llenado obligatorio en caso de ser Persona Jurídica):	
Domicilio para envío de notificaciones en el Perú	
Dirección:	
Distrito: Referencias de domicilio:	Provincia: Departamento:
En caso de contar con el servicio de correo electrónico, indicar el número de usuario de cuenta (previa suscripción de contrato en www.indecopi.gob.pe) De llenar este campo, todas las notificaciones serán enviadas a esta casilla.	Número de teléfono fijo y/o celular

2. INFORMACIÓN REFERENTE AL PODER DE REPRESENTACIÓN (marcar la opción de corresponder):

(De tener el solicitante un documento de poder activo, se considerará como denominación del solicitante la señalada en el encabezado del documento de poder; en caso de tener una partida registral, se tomará la denominación que corre en dicha partida)

<input type="checkbox"/> Se adjunta documentación que acredita representación.
<input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación ha sido presentada en el expediente N°: _____ (Este expediente no debe tener una antigüedad mayor de 06 años, conforme a lo establecido en el artículo 40 de la Ley N° 27444)
<input type="checkbox"/> Bajo declaración jurada informo que la facultad de representación se encuentra inscrita ante Sunarp, en la Partida registral N° _____ Asiento N° _____

3. PAGO DE TASA ADMINISTRATIVA (No llenar si adjunta voucher)

N° de comprobante _____	Fecha de pago _____
-------------------------	---------------------

4. PRIORIDAD EXTRANJERA (marcar la opción de corresponder):

<input type="checkbox"/> Marcar este recuadro si reivindica Prioridad Extranjera (Llenar ANEXO C)

5. INTERÉS REAL PARA OPOSICIÓN ANDINA (llenar sólo de ser el caso):

5.1 Esta solicitud se presenta para acreditar el interés real de la oposición formulada en el(los) Expediente(s) N°	5.2 Clase(s)

(*) De acuerdo con el D.S. 013-2013-PRODUCE será considerada como pequeña empresa, aquella que tenga ventas anuales no mayor a las 150 U.I.T.; pequeña empresa, aquella que tenga ventas anuales no mayor a las 150 U.I.T. ni mayor a las 1700 U.I.T. y mediana empresa, aquella que tenga ventas anuales no mayor a las 1700 U.I.T. ni mayor a las 2300 U.I.T.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Tlf: 226 7800

E-mail: asesoriavirtualidad@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

F-MAR-03/03

6. DATOS RELATIVOS A LA MARCA A REGISTRAR

<p>6.1. Tipo de Marca:</p> <p><input type="checkbox"/> Denominativa (compuesta sólo por palabras y/o números)</p> <p><input type="checkbox"/> Denominativa con grafía (compuesta por una o más palabras con un tipo de letra particular, con o sin color)</p> <p><input type="checkbox"/> Mixta (combinación de palabras y elementos gráficos)</p> <p><input type="checkbox"/> Tridimensional (constituida por envases u otras formas, vistas de todas sus ángulos)</p> <p><input type="checkbox"/> Figurativa (compuesta sólo por una o más figuras, con o sin colores)</p> <p><input type="checkbox"/> Otros: _____</p>	<p>6.2. En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA, escriba la denominación a colliotar</p>	<p>6.3. Reproducción del Signo</p> <p>En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA CON GRAFÍA, MIXTA, FIGURATIVA O TRIDIMENSIONAL, insertar la reproducción de la marca.</p> <p><small>Se sugiere enviar copia fiel del mismo producto al correo: marca-del-indecopi@indecopi.gob.pe (formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 píxeles)</small></p> <p><small>Se considerarán los colores que se aparecen en la reproducción adjunta, salvo comunicación en contrario en cada expediente.</small></p>						
<p>6.4. Precise si desea proteger el color o colores como parte de la Marca: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> (en caso de NO MARCAR alguna opción, y de contener el signo algún color, se protegerán éstos conforme aparecen en la reproducción adjuntada)</p>								
<p>6.5. LISTA DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS (De solicitar una marca multiclase, deberá pagar una tasa de tramitación por cada clase en la que solicita el registro. Asimismo, es responsabilidad del usuario la correcta inclusión de los productos y/o servicios en la solicitud y su posterior verificación en la Gaceta electrónica del Indecopi)</p>								
<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="288 907 427 952">Clase</th> <th data-bbox="427 907 1345 952">Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Niza en el buscador PERLANZADO que se encuentra disponible en la página web del Indecopi)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="288 952 427 1019"> </td> <td data-bbox="427 952 1345 1019"> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="288 1019 427 1081"> </td> <td data-bbox="427 1019 1345 1081"> </td> </tr> </tbody> </table>	Clase	Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Niza en el buscador PERLANZADO que se encuentra disponible en la página web del Indecopi)						
Clase	Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Niza en el buscador PERLANZADO que se encuentra disponible en la página web del Indecopi)							
<p>De no ser suficiente el espacio anterior, incluir las clases, productos y/o servicios adicionales en el ANEXO B</p>								

7. FIRMA DEL SOLICITANTE O DEL REPRESENTANTE, DE SER EL CASO

<p align="center">Firma (conforme aparece en su documento de identidad)</p>	<p align="center">Nombre y/o calidad del firmante</p>

IMPORTANTE: Toda información consignada en esta solicitud se considera cierta, en atención al Principio de presunción de veracidad reconocido en el Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, la misma que estará sujeta a fiscalización posterior.

EXAMEN DE FORMA: Dentro de los quince (15) días hábiles contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud, la Dirección verificará si la misma cumple con todos los requisitos previstos en los artículos 50 y 51 del Decreto Legislativo 1075. Si la solicitud contiene todos los requisitos, la Dirección emitirá la correspondiente orden de publicación.

PLAZO DEL PROCEDIMIENTO: 180 días hábiles contados desde el día siguiente ~~de~~ presentación de la solicitud de registro.

En cumplimiento de lo dispuesto por la Ley N° 29733, Ley de protección de Datos Personales, le informamos que los datos personales que usted nos proporcione serán utilizados y tratados por el Indecopi (por sí mismo o a través de terceros), estricta y únicamente para administrar el sistema de promoción, registro y protección de derechos de propiedad intelectual (signos distintivos, invenciones y nuevas tecnologías, y derecho de autor) en sede administrativa, así como, de ser el caso, para las actividades vinculadas con el registro de usuarios del sistema de patentes, pudiendo ser incorporados en un banco de datos personales de titularidad del Indecopi.

Se informa que el Indecopi podría compartir y/o usar y/o almacenar y/o transferir su información a terceras personas, estrictamente con el objetivo de realizar las actividades antes mencionadas.

Usted podrá ejercer, cuando corresponda, sus derechos de información, acceso, rectificación, cancelación y oposición de sus datos personales en cualquier momento, a través de las mesas de partes de las oficinas del Indecopi.

ANEXO 3 - SOLICITUD DECLARACIÓN JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

 <p>MUNICIPALIDAD SANTO DOMINGO SAN MARTÍN DE PORRES</p>	FORMATO DE DECLARACIÓN JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO LEY Nº 28976 - Ley Marco de Licencia de Funcionamiento y Modificaciones	Versión: 01	Nº de expediente:
		Página: 1 de 2	Fecha de recepción:
		Nº de recibos de pago:	

VER INSTRUCCIONES PARA EL LLENADO (Página 2)

I MODALIDAD DEL TRÁMITE QUE SOLICITA (marcar más de una alternativa si corresponde)				
Licencia de funcionamiento <input type="checkbox"/> Indeterminada <input type="checkbox"/> Temporal <input type="checkbox"/> Licencia de funcionamiento más autorización de anuncio publicitario Tipo de anuncio (especificar) <input type="checkbox"/> Licencia para estacionario <input type="checkbox"/> Licencias para mercados de abastos, galletas comerciales y centros comerciales		Cambios o modificaciones <input type="checkbox"/> Modificación de área <input type="checkbox"/> Cambio de denominación o nombre comercial de la persona jurídica (sólo completar secciones I, II y III) N° de licencia de funcionamiento Indicar nueva denominación o nombre comercial		Otros <input type="checkbox"/> Cese de actividades (sólo completar secciones I, II y III) N° de licencia de funcionamiento <input type="checkbox"/> Transferencia de Licencia de Funcionamiento (sólo completar secciones I, II, III y adjuntar copia simple de contrato de transferencia) N° de licencia de funcionamiento <input type="checkbox"/> Otros (especificar)
II DATOS DEL SOLICITANTE				
Apellidos y Nombres/ Razón social				
N° DNI/ N° C.E.	N° RUC	N° Teléfono	Correo electrónico	
Dirección				
Az./V./Ca./Pta./Otros	N°/Int./Mz./Ls./Otros	Urb./ AA/HH/Otros	Distrito y Provincia	
III DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO				
Apellidos y Nombres		N° DNI/ N° C.E.	N° de partida electrónica y asiento de inscripción SUNARP (de corresponder)	
IV DATOS DEL ESTABLECIMIENTO				
Nombre comercial				
Código CIU*	Grupo*	Actividad	Zonificación	
Dirección				
Az./V./Ca./Pta./Otros	N°/Int./Mz./Ls./Otros	Urb./ AA/HH/Otros	Provincia	
Autorización Sectorial (de corresponder)				
Entidad que otorga autorización	Denominación de la autorización sectorial	Fecha de autorización	Número de autorización	
Área total solicitada (m ²)		Grupos de ubicación		

* Esta información es llevada por el representante de la municipalidad.

 <p>MUNICIPALIDAD DISTRITO DE SAN MARTÍN DE PORRES</p>	<p>FORMATO DE DECLARACIÓN JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO</p> <p>LIT Nº 28876 - Ley Marco de Licencia de Funcionamiento y Modificaciones</p>	Versión: 01	Nº de expediente:
		Página: 2 de 2	Fecha de recepción:
		Nº de recibo de pago:	

V DECLARACIÓN JURADA

Declaro (DE CORRESPONDER MARCAR CON X)

Cuento con poder suficiente vigente para actuar como representante legal de la persona jurídica conductora (alternativamente, de la persona natural que represento).

El establecimiento cumple con las condiciones de seguridad en edificaciones y me someto a la inspección técnica que corresponda en función al riesgo, de conformidad con la legislación aplicable.

El establecimiento cumple con la dotación reglamentaria de estacionamientos, de acuerdo con lo previsto en la ley.

Cuento con título profesional vigente y estoy habilitado por el colegio profesional correspondiente (en el caso de servicios relacionados con la salud).

Tengo conocimiento de que la presente Declaración Jurada y documentación está sujeta a la fiscalización posterior. En caso de haber proporcionado información, documentos, formatos o declaraciones que no corresponden a la verdad, se me aplicarán las sanciones administrativas y penales correspondientes, declarándose la nulidad o revocatoria de la licencia o autorización otorgada. Asimismo, brindaré las facilidades necesarias para las acciones de control de la autoridad municipal competente.

Observaciones o comentarios del solicitante:

Fecha:

Firma del solicitante/ Representante legal/ Apoderado

DNI:

Nombres y Apellidos:

VI CALIFICACIÓN DE RIESGO (Para ser llenado por el calificador designado de la municipalidad) *

(RSE) Riesgo bajo (RSE) Riesgo medio (RSE) Riesgo alto (RSE) Riesgo muy alto

Firma y sello del calificador municipal

Nombres y Apellidos:

* Esta información debe ser llenada por el representante de la municipalidad.

INSTRUCCIONES PARA EL LLENADO

Sección I: Marcar con una "X" en la casilla según la modalidad del trámite que solicita, en caso de corresponder puede marcar más de una alternativa. De haber marcado "Cambio de denominación o nombre comercial de la persona jurídica" o "Cese de actividades", solo debe completar las secciones I, II y III. De haber marcado "Transferencia de Licencia de Funcionamiento", debe adjuntar una copia simple del contrato de transferencia y solo debe completar las secciones I, II y III.

Nota: Si el establecimiento ya cuenta con una licencia de funcionamiento y el titular o un tercero se a realizar alguna de las actividades simultáneas y adicionales establecidas por el Ministerio de la Producción mediante Decreto Supremo Nº-2017-PRODUCE, no corresponde utilizar este Formato sino el "Formato de Declaración Jurada para informar el desarrollo de actividades simultáneas y adicionales a la licencia de funcionamiento".

Si el establecimiento ya cuenta con una licencia de funcionamiento, el titular puede realizar actividades de cajería corresponden sin necesidad de solicitar una modificación, ampliación o nueva licencia de funcionamiento al realizar ningún trámite adicional.

Sección II: En caso de persona natural, consignar los datos personales del solicitante. En caso de persona jurídica, consignar la razón social y el número de RUC.

Sección III: En caso de representación de personas naturales, adjuntar carta poder simple firmada por el poderdante indicando de manera obligatoria su número de documento de identidad. En caso de representación de personas jurídicas consignar los datos del representante legal, número de partida electrónica y asiento de inscripción en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP).

Sección IV: Consignar los datos del establecimiento, el tipo de actividad a desarrollar y la certificación. Los campos correspondientes al "Código CRP" y "Circu" son completados por el representante de la municipalidad.

Para aquellas actividades que, conforme al D.S. N° 006-2013-PCM, requieren autorización sectorial previa al otorgamiento de la licencia de funcionamiento, consignar los datos de la autorización sectorial.

Consignar el área total para la que solicita la licencia de funcionamiento.

Consignar en el croquis la ubicación exacta del establecimiento.

Sección V: De corresponder, marcar con una X.

Sección VI: Sección llenada por el calificador designado de la municipalidad.

ANEXO 4

CONTRATO DE TRABAJO SUJETO A MODALIDAD

Conste por el presente documento, el contrato de trabajo sujeto a modalidad temporal por necesidades de mercado que celebran de conformidad con el DECRETO LEGISLATIVO N° 1086 LEY DE PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD, FORMALIZACIÓN Y DESARROLLO DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA Y DEL ACCESO AL EMPLEO DECENTE y su reglamento DECRETO SUPREMO N° 008-2008 TR y el TUO de la Ley de promoción de la formación de competitividad y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente LEY MYPE aprobado por Decreto Supremo N° 007-2008-TR de una parte ECOPROTECT S.A.C con RUC N° XXXXXXXXX y domicilio en XXXXXXXXXXXX, a quien en adelante se le denominará EL EMPLEADOR, identificada con DNI N° XXXXXXXX y de la otra parte XXXXXXXXXXXX identificada con DNI N° XXXXXXXX con domicilio en XXXXXXXXXXXXXX quien en adelante se denominará EL TRABAJADOR; en los términos y condiciones siguientes:

ANTECEDENTES:

PRIMERA: EL EMPLEADOR es una persona jurídica incorporada en el REMYPE (Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa), cuya actividad principal comprende XXXXXXXXX por lo que requiere los servicios de una XXXXXXXXX para realizar las funciones propias del puesto.

OBJETO DEL CONTRATO:

SEGUNDA: En virtud del presente contrato, EL EMPLEADOR contrata los servicios personales de EL TRABAJADOR, los mismos que se desarrollan bajo subordinación a cambio de la remuneración convenida.

PRESTACIÓN DE SERVICIOS:

TERCERA: por medio del presente contrato EL TRABAJADOR se obliga a cumplir con las funciones, órdenes e instrucciones que imparta EL EMPLEADOR, así como las demás normas que se impartan por necesidades del servicio.

EL EMPLEADOR se encuentra facultado a efectuar modificaciones en las funciones de EL TRABAJADOR, sin que dichas variaciones signifiquen menoscabo de remuneración. Queda entendido que la prestación de servicios es personal, no pudiendo EL TRABAJADOR ser reemplazado ni ayudado por tercera persona.

JORNADA Y HORARIO DE TRABAJO

CUARTA: En virtud de lo establecido por el D.S N° 008-2002-TR, Texto Único Ordenado de la Ley de Jornada de Trabajo, Horario y Trabajo en Sobre tiempo, y sus modificatorias, las partes estipulan que la jornada laboral de EL TRABAJADOR será de 48 horas a la semana, distribuidas según las necesidades de EL EMPLEADOR, con 60 minutos de refrigerio que no son computables a efectos de la citada jornada ni del horario de trabajo.

EL EMPLEADOR en uso de sus facultades directrices está facultado a efectuar modificaciones razonables en la jornada de trabajo de acuerdo a las disposiciones legales vigentes, respetando el máximo legal de 48 horas semanales, sin que diversas variaciones signifiquen menoscabo de categoría y/o remuneración.

REMUNERACIÓN:

QUINTA: EL TRABAJADOR percibirá como contraprestación por sus servicios una remuneración mensual ascendente a S / .XXXX (XXXXXXX soles), durante el tiempo que dure la relación laboral, de conformidad con la Constitución y otros estándares legales y vigentes.

Las ausencias injustificadas por parte de EL TRABAJADOR implican la pérdida de la remuneración en forma proporcional a la duración de dicha ausencia, del mismo modo, las impuntualidades o tardanzas injustificadas serán deducidas de la remuneración mensual de EL TRABAJADOR de manera proporcional y su reiteración será sancionada de acuerdo a ley, las partes convienen que la remuneración total establecida en esta cláusula será pagada en dos armadas quincenales.

VACACIONES:

SEXTA: De acuerdo a LEY MYPE aprobado por Decreto Supremo N° 007-2008-TR. EL TRABAJADOR tendrá derecho a máximo de 15 (quince) días de calendario de descanso vacacional por año de trabajo, seguro de salud SIS y aportes al sistema de pensiones que elija (nacional o privado).

DURACIÓN DEL CONTRATO:

SETIMA: El presente contrato es de duración determinada, puesto que se celebra para el incremento de la actividad productiva de la microempresa, y su vigencia se extiende del XX-XX-XXXX hasta el XX-XX-XXXX.

Queda entendido que EL EMPLEADOR no está obligado a dar aviso alguno adicional referente al término del presente contrato, operando su extinción en la fecha de su vencimiento conforme a la cláusula séptima, oportunidad en la cual se abonara a EL TRABAJADOR los beneficios sociales que le pudieran corresponder de acuerdo al Régimen Laboral Especial de la Microempresa, previsto en el Decreto Legislativo Nro. 1086 Ley de Promoción al Empleo.

EL TRABAJADOR, está sujeto a un período de prueba de tres (03) meses, el período de prueba podrá amplificarse a seis (06) seis meses, por ser un puesto calificado y de confianza, dentro de este período EL EMPLEADOR podrá finalizar el contrato en cualquier momento, de conformidad con lo establecido en los artículos 10° y 75° de la LPCL abonando a EL TRABAJADOR el pago que corresponda de acuerdo al régimen laboral especial de la Microempresa.

OBLIGACIONES DE EL TRABAJADOR:

OCTAVA: EL TRABAJADOR se compromete a cumplir con sus obligaciones con Lealtad y Eficiencia, aplicando para tal fin toda su experiencia y capacidad, y velando por los intereses de EL EMPLEADOR. Del mismo modo, debemos ejercer las funciones propias de su cargo con la mayor diligencia y responsabilidad.

EL TRABAJADOR se obliga a:

- a) Cumplir con todas las funciones inherentes a su cargo y que le serán proporcionadas e informadas al momento de asumir el cargo y dentro del proceso de inducción.
- b) Realizar personal, diligente y eficazmente las labores que se le encomiendan, demostrando respeto y cortesía en el trato con sus superiores y con los demás.
- c) Velar en todo momento por la buena imagen de ECOPROTECT S.A.C, asumiendo la defensa de los intereses del EMPLEADOR, denunciando las acciones que atenten contra el.
- d) Cumplir con las normas y procedimientos que se imparten por necesidades del servicio en la aplicación de las facultades administrativas definidas por EL EMPLEADOR
- e) Mantener en reserva la información que por naturaleza de sus funciones le sea confiada.
- f) Responsabilizarse por los bienes y equipos que se le facilitan para el cumplimiento de su trabajo.

Esta obligación subsistirá aun después de terminada la relación laboral y su incumplimiento genera la correspondiente responsabilidad por daños y perjuicios.

El TRABAJADOR se obliga también a informar sobre cualquier acto Irregular que ocurrió durante el desarrollo de sus actividades.

CONFIDENCIALIDAD

NOVENO: Será información confidencial cualquier información empresarial, societaria, comercial, técnica, de procesos, de costos, de arte y diseño o de convenios con los clientes, proveedores y entidades financieras y en general, toda información referida a EL EMPLEADOR, independiente del medio o soporte que la contenga, a la que tenga acceso EL TRABAJADOR en virtud a la celebración y ejecución del presente contrato.

En ese sentido y con la finalidad de resguardar la seguridad de la información confidencial detallada, EL EMPLEADOR se encuentra facultado para verificar el ingreso y salida de toda la información física que maneje EL TRABAJADOR para el cumplimiento de sus funciones, pudiendo comprobar, revisar y verificar la información electrónica en la cuenta de correo asignada a EL TRABAJADOR.

El trabajador se compromete a mantener en reserva la información que llega a su conocimiento en relación con la gestión del negocio, Know How y operatividad de la empresa. Esta obligación subsistirá aun después de terminar la relación laboral y su incumplimiento generara la responsabilidad por daños y perjuicios, sin el desmedro de la persecución penal por el delito previsto en el Artículo 165° del Código Penal.

NORMAS INTERNAS

DÉCIMO. EI TRABAJADOR autoriza a EL EMPLEADOR a que se realice el descuento de sus remuneraciones mensuales y extraordinarias y/o, en caso de que se produzca la resolución de la relación contractual por cualesquiera de los supuestos citados en la ley, en los siguientes supuestos y luego de que el proceso de investigación determine la responsabilidad del TRABAJADOR en lo citado a continuación:

- a) XXXXXXXXXXXXXXXX
- b) XXXXXXXXXXXXXXXX

EXTINCIÓN DEL CONTRATO

DÉCIMO PRIMERO: Asimismo el vínculo laboral se extinguirá en virtud de las demás causas causales de extinción del contrato de trabajo, señaladas en el artículo 16° de la LPCL (Ley de productividad y competitividad laboral):

- a) Por el incumplimiento de las obligaciones pactadas en el presente contrato.
- b) Por acuerdo común de ambas partes.
- c) Por renuncia de EL TRABAJADOR, observando las formalidades de la Ley.
- d) Por lo contemplado en el Reglamento Interno de Trabajo y las normas internas
- e) Por otras causas que las disposiciones legales pertinentes lo establezcan.

En todo lo no previsto en el presente contrato, se estará a las disposiciones establecidas en el D.S. Nro. 007-2008-TR y su reglamento el D.S. Nro. 008-2008-TR y normas modificatorias.

COMPETENCIA TERRITORIAL

DÉCIMO SEGUNDO: Para efectos de cualquier controversia que se genere con motivo de la celebración y ejecución de este contrato, las partes se someten a la competencia territorial de los jueces y Autoridades Administrativas de Lima

DOMICILIO

DECIMA PRIMERA: Las partes señaladas como sus respectivos domicilios en la introducción del presente contrato, por lo que serán consideradas validas todas las comunicaciones y notificaciones dirigidas a las mismas con motivo de la ejecución del presente contrato. El cambio de domicilio de cualquiera de las partes surtirá efecto desde la fecha de comunicación de dicho cambio a la contraparte, por cualquier medio escrito.

En señal de conformidad, las partes suscriben este documento en dos ejemplos de un mismo tenor y para un solo efecto que se firman en la ciudad de Lima al XX del mes de XXX del XXXX.

ANEXO 5

CONTRATO DE LOCACIÓN DE SERVICIOS

Conste por el presente documento privado el Contrato de Locación de Servicios, que celebran de una parte, **EL LOCADOR** cuyas generales de Ley se encuentran detalladas en el **ANEXO I** del presente Contrato; y de la otra parte, **EL COMITENTE**, cuyas generales de Ley se encuentran detalladas en el **ANEXO I** del presente contrato, bajo los términos y condiciones siguientes:

CLÁUSULA PRIMERA: **EL COMITENTE** es una empresa que para el cumplimiento de su objeto social, requiere que contar con los servicios profesionales descritos en el presente Contrato.

CLÁUSULA SEGUNDA: Por el presente contrato **EL LOCADOR** prestará sus servicios profesionales a **EL COMITENTE**, en forma temporal e independiente, estos servicios profesionales comprenderán las actividades descritas en el **ANEXO I**, de acuerdo a lo solicitado por **EL COMITENTE**.

CLÁUSULA TERCERA: En virtud del presente documento **EL COMITENTE** contrata los servicios profesionales de **EL LOCADOR** para que éste le brinde el servicio de XX.

CLÁUSULA CUARTA: En el desarrollo de sus servicios, **EL LOCADOR** se desempeñará en forma independiente y sin exclusividad respecto de **EL COMITENTE**, sin perjuicio de lo cual y, únicamente para fines operativos, las partes realizarán reuniones periódicas de coordinación para determinar los objetivos o el avance de los servicios que se hubieran encomendado.

CLÁUSULA QUINTA: Son obligaciones de **EL LOCADOR**, cumplir con la ejecución, a satisfacción de **EL COMITENTE**, de los servicios listados en el **ANEXO I** en el plazo y forma establecidos.

CLÁUSULA SEXTA: Los servicios que prestará **EL LOCADOR** iniciarán y concluirán en el plazo establecido en el **ANEXO I** del presente Contrato. El plazo podrá ser renovado en caso sea necesario, previo acuerdo de las partes. En caso las partes no decidieran renovar el presente contrato, se entenderá resuelto de pleno derecho a partir del día siguiente de cumplido el plazo pactado.

Sin embargo el presente contrato podrá ser resuelto por **EL COMITENTE** mediante comunicación escrita, surtiendo efectos la resolución desde el día siguiente de recibida la comunicación por **EL LOCADOR**, sin que esto origine para **EL COMITENTE** la obligación de pago alguno de indemnización u otros en favor de **EL LOCADOR**.

Asimismo, **EL COMITENTE** podrá resolver el contrato, en caso se produzca el incumplimiento de las obligaciones asumidas por **EL LOCADOR** en virtud del mismo. Para tal efecto, bastará remitir una carta por conducto notarial, precisando el incumplimiento en que se ha incurrido con una anticipación de cinco (05) días calendarios, entendiéndose resuelto el contrato a partir del vencimiento del plazo señalado, sin perjuicio de las acciones legales que correspondan por daños y perjuicios por el incumplimiento de los acuerdos contenidos en el presente instrumento.

CLÁUSULA SÉPTIMA: Las partes acuerdan que por los servicios que preste **EL LOCADOR**, **EL COMITENTE** le abonará la suma establecida en el **ANEXO I** del presente Contrato.

Sobre las cantidades establecidas se aplicarán los descuentos y retenciones de ley.

El pago de la contraprestación queda sujeto a la conformidad previa por parte de **EL COMITENTE** de las actividades realizadas por **EL LOCADOR**. El pago se realizará, previa presentación del recibo correspondiente por parte de **EL LOCADOR**.

CLÁUSULA OCTAVA: Se deja expresa constancia que el presente contrato es de naturaleza civil, por tratarse de una locación de servicios y se rige por las normas contenidas en los artículos 1764 y siguientes del Código Civil vigente, estando excluido del régimen del Decreto Legislativo N° 728 y demás leyes laborales o conexas a una relación laboral.

Queda igualmente establecido que **EL COMITENTE** no asume vínculo alguno laboral o comercial con terceras personas que pudieran depender de **EL LOCADOR** o que éste utilice para el mejor desarrollo de los servicios que se le encomienden.

EL LOCADOR asume en forma exclusiva todas las responsabilidades de carácter laboral, tributario, comercial y de otra índole frente a los asistentes o personal que pudiera contratar para el desarrollo de sus servicios.

CLÁUSULA NOVENA: EL LOCADOR, no podrá subcontratar total o parcialmente a terceras personas el servicio pactado en el presente contrato. Asimismo, si éste contara con trabajadores a su cargo, bajo vínculo de dependencia, será de su exclusiva responsabilidad el pago de remuneraciones y beneficios sociales que adeude a dicho personal.

CLÁUSULA DÉCIMA: EL LOCADOR se obliga a mantener absoluta confidencialidad y a no divulgar los métodos, sistemas o procedimientos de trabajo, ni a prestar información sobre los datos, cuadros estadísticos o cualquier otra información referida a **EL COMITENTE**, a los que pudiera tener acceso o sobre los cuales tenga conocimiento, debiendo guardar absoluta discreción sobre los mismos.

EL LOCADOR se obliga a garantizar la total reserva y confidencialidad respecto de la información que el personal que designe obtenga y/o tenga acceso, como consecuencia de la ejecución del servicio contratado, reconociendo además que dicha información y la documentación correspondiente serán en todo momento de propiedad exclusiva de **EL COMITENTE**, estando por ende **EL LOCADOR** obligado a evitar que su personal divulgue, reproduzca o suministre la información a cualquier persona natural o jurídica. Esta prohibición alcanza también a los documentos y demás materiales que **EL COMITENTE** entregue a **EL LOCADOR**, quien en consecuencia, al concluir los servicios o al finalizar el presente contrato por cualquier causa, deberá devolver íntegramente y de manera inmediata a **EL COMITENTE** los documentos o materiales recibidos.

La presente obligación de confidencialidad tiene la misma vigencia del presente contrato y subsistirá posterior a su vencimiento, y su incumplimiento hará responsable a **EL LOCADOR** de los daños y perjuicios que ocasione a **EL COMITENTE**.

El incumplimiento de las obligaciones antes referidas, dará derecho a **EL COMITENTE** a resolver de pleno derecho el presente contrato, sin necesidad de dar aviso previo a **EL LOCADOR** e independientemente de su derecho a exigir una indemnización y a ejercer las acciones legales que correspondan.

CLÁUSULA UNDÉCIMA: Las Partes acuerdan que el incumplimiento de las obligaciones del presente contrato por parte de **EL LOCADOR** le generará la obligación de pagar a **EL COMITENTE**, a modo de penalidad el equivalente a 5% del monto total a pagar por los servicios por cada día que dure el incumplimiento, lo que resulte mayor.

Estos montos podrán ser descontados de los pagos a **EL LOCADOR** que se encontraran pendientes; asimismo, **EL COMITENTE** podrá ejercer su derecho a retener cualquier monto y/o factura pendiente de pago a **EL LOCADOR**, hasta la fecha efectiva en que cese el incumplimiento.

En caso el monto de la penalidad supere el 10% del monto total a pagar por los servicios, **EL COMITENTE** se encontrará facultado para resolver el presente Contrato de pleno derecho y reclamar la correspondiente indemnización por daños y perjuicios en la vía correspondiente.

CLÁUSULA DUODÉCIMA: **EL LOCADOR** debe cumplir con la legislación local respecto de todas las obligaciones laborales, incluyendo las horas de trabajo y los salarios y respetar, entre otros, los siguientes puntos:

- Los trabajadores de **EL LOCADOR** relacionados con los servicios materia del presente contrato, deben tener más de dieciocho (18) años.
- En ningún caso **EL LOCADOR** puede recurrir a trabajo forzado, encubierto, peligroso o penitenciario (excepto en el caso de prisioneros que tienen la libertad de elegir trabajar y de recibir sueldos de mercado).
- **EL LOCADOR** debe respetar la libertad de asociación.
- **EL LOCADOR** debe prohibir toda forma de discriminación, distinción, exclusión o preferencia basada en motivos de raza, color, sexo, orientación sexual, religión opinión política, ascendencia nacional u origen social, que tenga por efecto anular o alterar la igualdad de oportunidades o de trato en el empleo y la ocupación.
- Cualquier otra obligación laboral y previsional sustentada en los convenios internacionales de la OIT.

EL LOCADOR cumplirá el presente contrato con plena adecuación a lo dispuesto en la normativa laboral (tanto general como específica), de seguridad social, fiscal y de prevención de riesgos laborales que le sea aplicable, exonerando a **EL COMITENTE** de cualquier coste que pudiera originarle una actuación judicial o administrativa que tuviera su origen en la inobservancia de dichas obligaciones por parte de **EL LOCADOR**.

Tanto **EL COMITENTE** como **EL LOCADOR** se obligan a dar cumplimiento a la normatividad de riesgos laborales prevista en la Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo (Ley N° 29783), su Reglamento (Decreto Supremo N° 005-2012-TR) y la y normativa complementaria o normas que la sustituyan, así como a hacerse responsables de las obligaciones que en materia de seguridad y salud les sean aplicables.

CLÁUSULA DÉCIMO TERCERA: **EL LOCADOR** manifiesta que conoce y se obliga a cumplir con todos los requerimientos de las leyes y disposiciones aplicables en materia de anti-corrupción, tanto nacionales como extranjeras, y manifiesta que no entregará, efectuará, ofrecerá, prometerá o concederá pagos, ventajas o cualquier otra cosa indebida, pecuniaria o de otra índole, directa o indirectamente, a (i) ninguna persona; (ii) ninguna empresa; (iii) ninguna asociación; (iv) ningún organismo público gubernamental o no (incluyendo pero no limitado a servidores públicos o empleados de cualquiera de las antes mencionadas); (v) ninguna empresa de participación estatal cualquiera que sea su modalidad; (vi) ningún partido político o candidato a cualquier cargo público; quién, actuando en representación o por sí mismo, se encuentre en la posición de obtener, influir, asegurar o retener cualquier negocio y/o proveer cualquier ventaja financiera o de cualquier otra índole para **EL COMITENTE**, para la consecución de los fines de este Contrato.

EL LOCADOR deberá dar aviso a **EL COMITENTE**, en el momento en que tenga conocimiento de ello, si sus accionistas, directores, funcionarios y/o trabajadores cuentan con antecedentes penales y/o judiciales.

CLÁUSULA DÉCIMO CUARTA: Las partes acuerdan que no podrán ceder o transferir, parcial o totalmente, el presente contrato o los derechos y/o obligaciones que de él emanan, a menos que sea expresamente autorizado por escrito por la otra parte.

CLÁUSULA DÉCIMO QUINTA: El retraso, la falta de ejercicio o el ejercicio parcial de cualquier derecho derivado de este instrumento de cualquier parte que no implica una renuncia o abandono de ellos.

CLÁUSULA DÉCIMO SEXTA: Para la validez de todas las comunicaciones y notificaciones a las partes, con motivo de la ejecución de este contrato, ambas señalan como sus respectivos domicilios los indicados en la introducción del presente documento. El cambio de domicilio de cualquiera de las partes surtirá efecto desde la fecha de comunicación de dicho cambio a la otra parte, por vía notarial.

CLÁUSULA DÉCIMO SÉPTIMA: El presente Contrato se regirá e interpretará de acuerdo con las leyes de la República del Perú.

Las partes acuerdan que cualquier controversia, diferencia o reclamación que se produzca entre ellas relativa a la interpretación, ejecución, resolución, rescisión, eficacia, validez u otro asunto vinculado al presente contrato o por cualquier otro motivo o circunstancia relacionada directa o indirectamente con el presente contrato y con los que por causa de este contrato se celebren, se solucionará siguiendo el procedimiento siguiente:

1. En primer lugar, las partes harán sus mayores esfuerzos para encontrar una solución amigable.
2. En caso de no tener éxito en lograr una solución directa en un plazo no mayor a diez (10) días hábiles, las partes acuerdan expresamente someterse a un arbitraje de derecho, de conformidad con los Reglamentos Arbitrales del Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Lima, a cuyas normas, administración y decisión se someten las partes en forma incondicional.
3. El arbitraje será resuelto por un Tribunal Arbitral conformado por tres (03) árbitros, siendo que cada parte nombrará un (01) árbitro en el plazo de quince (15) días naturales de recibido el requerimiento para que lo haga y los dos (02) árbitros así nombrados, en el plazo de quince (15) días naturales de producida la aceptación del último de ellos, nombrarán al tercero, quien presidirá el Tribunal Arbitral. A falta de acuerdo o en caso de duda, el nombramiento será efectuado, a solicitud de cualquiera de las partes, por el Centro de Arbitraje indicado en el párrafo precedente.

El Laudo Arbitral emitido es vinculante para las partes y pondrá fin al procedimiento de manera definitiva, siendo el laudo inapelable ante el Poder Judicial o ante cualquier instancia administrativa.

El lugar de arbitraje será la ciudad de Lima, República del Perú y se llevará a cabo en el idioma español.

CLÁUSULA DÉCIMO OCTAVA: En caso de que cualquier disposición de este contrato sea considerada inválida o inejecutable, dicha disposición se apartará del resto de este contrato y no provocará la invalidez o nulidad de las demás disposiciones contenidas en el mismo. Las partes tratarán de sustituir dichas disposiciones válidas de efecto económico similar.

Los encabezados en este contrato se incluyen sólo por comodidad o referencia y no serán utilizados en la interpretación de este contrato.

Este contrato establece todas las intenciones, acuerdos, pactos, promesas, garantías, representaciones, condiciones, derechos y obligaciones entre las partes y sustituye todos los anteriores y actuales acuerdos, entendimientos, negociaciones y propuestas relacionadas con el objeto del mismo. Ninguna modificación o enmienda posterior a este contrato será vinculante para las partes, a menos que se haga por escrito y sea debidamente firmada por sus apoderados.

Este instrumento se firma en dos (02) ejemplares originales de igual contenido y valor, en la fecha establecida en el **ANEXO I.**

ANEXO I

I. **EL LOCADOR:**

<<**RAZON SOCIAL DEL LOCADOR**>>, con RUC N° <<**Número de RUC**>>, con domicilio en <<**Domicilio fiscal de EL LOCADOR según ficha RUC**>>; representada por <<**Nombre del Representante Legal**>>, identificado con DNI N° <<**Número de DNI**>>; según poder que corre inscrito en la Partida Electrónica N° <<**Número de Ficha Registral**>> del Registro de Personas Jurídicas de Lima.

II. **EL COMITENTE:**

ECOPROTEC S.A.C con RUC N° <<**Número de RUC**>>, con domicilio en <<**Domicilio fiscal de EL COMITENTE según ficha RUC**>>; representada por <<**Nombre del Representante Legal**>>, identificado con DNI N° <<**Número de DNI**>>; según poder que corre inscrito en la Partida Electrónica N° <<**Número de Ficha Registral**>> del Registro de Personas Jurídicas de Lima.

III. **SERVICIOS Y ACTIVIDADES:**

Los servicios y/o actividades a ser ejecutados por **EL LOCADOR** a **EL COMITENTE** en razón al presente contrato, son los siguientes: XXXXXXXX

IV. **PLAZO DEL CONTRATO:**

XXXXXX (XX) días calendario.

V. **CONTRAPRESTACIÓN:**

Por los servicios contratados, **EL COMITENTE** pagará a **EL LOCADOR** la suma total de [soles / dólares].

VI. **FORMA DE PAGO:**

El pago se realizará mediante transferencia electrónica hacia la cuenta de **EL LOCADOR**, dentro de XXXXXX (XX) días contados desde la conformidad de **EL COMITENTE** de los servicios ejecutados por **EL LOCADOR**.

Banco : XXXXXXXX.

Cuenta N° : XXXXXXXX.

Moneda : XXXXXXXX.

VII. **PROPIEDAD INTELECTUAL Y DERECHOS DE AUTOR:**

Los títulos de propiedad, derechos de autor y todo otro tipo de derechos de cualquier naturaleza sobre cualquier material producido bajo las estipulaciones de este contrato son cedidos a **EL COMITENTE** en forma exclusiva y sin costo adicional alguno. La información obtenida por **EL LOCADOR** dentro del cumplimiento de sus obligaciones, así como sus informes y toda clase de documentos que produzca o tenga a su alcance de manera directa o indirecta, relacionados o no con la ejecución de sus actividades, serán confidenciales y de propiedad exclusiva de **EL COMITENTE**, no pudiendo ser divulgados sin la autorización expresa previa y por escrito de éste.

VIII. **FECHA EFECTIVA DEL CONTRATO:**

XXXX (XX) de XXXXXXXX de 20XX.

ANEXO 6 - BUYER PERSONA

PATRICIA GABRIELA GARCÍA DE LA CRUZ

Patricia Gabriela García de la cruz es una diseñadora grafica profesional. Tiene 30 años, es casada y tiene dos hijos. Por su trabajo requiere estar conectada casi todo el día con su celular ya que es el medio mas rápido para coordinaciones con sus clientes. Esto ha generado que su celular sufra caídas , golpes y rayaduras que dañan al celular. Asimismo ella tiene un gran sentido por el cuidado del medio ambiente el cual inculca desde pequeños a sus hijos. Patricia busca un producto con características que ayuden a proteger su celular y a la vez sentirse satisfecha que el producto adquirido es ecoamigabe.



Tiene 30 años y busca adquirir un producto que proteja su celular



Vive con su familia en el distrito de San Borja, donde también se encuentra su oficina.



Tiene un salario de 4,500 soles mensual.



Es una diseñadora grafica profesional.



Su objetivo es encontrar un producto que proteja su celular y le brinde un valor agregado al ser biodegradable.
Su reto es que utiliza su celular para comunicarse con sus clientes pero por la rutina diaria no le da el cuidado necesario a su celular.

Fuente: elaboracion propia

ANEXO 7 - TABULACIÓN DE RESULTADOS ENCUESTA

Tabulación de Resultados Mercado Objetivo					
MUESTRA: 100 personas encuestadas					
N°	ITEM	OPCIONES DE RESPUESTA			
		SI		NO	
1	¿Estas entre los 18 y 39 años de edad?	63	63%	37	37%
2	¿Vives en Miraflores, San Isidro, San Borja, Santiago de Surco, ¿La Molina?	90	90%	10	10%
3	¿Tienes un Iphone como celular?	65	65%	35	35%
4	¿Lo proteges con algún accesorio como un protector?	93	93%	7	7%
5	Respuesta Si: ¿Renuevas el protector de celular 1 vez al año?	79	79%	21	21%
6	¿Comprarías un protector de celular ecológico que no genera contaminación ambiental al desecharse?	85	85%	15	15%
7	el precio sería un factor que considerarías al adquirir el producto?	97	97%	3	3%

Fuente: elaboracion propia

ANEXO 8 - CONTRATO DE COMPRA-VENTA INTERNACIONAL

CONTRATO DE COMPRA-VENTA INTERNACIONAL

Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte: Huaxing Technology Co., Ltd, empresa constituida bajo las leyes de la República China, debidamente representada por Hugh Xiang, con Documento de Identidad N° 13549553(8), domiciliado en su Oficina principal ubicado en No. 912, Xueziwei Juji Technology Building, Yabian, Shajing Street, Shenzhen, Guangdong, China, a quien en adelante se denominará **EL VENDEDOR** y, de otra parte ECOPROTECT S.A.C., inscrito en la Partida N° XXXXXX Del Registro de Personas Jurídicas de la Zona Registral N° XXXXXX, debidamente representado por su Gerente General don Paul Martin Linares Cardenas, identificado con DNI N° 47497409, y señalando domicilio el ubicado en Av. Eduardo de Habich N° 460 urbanización Ingeniería, distrito de San Martin de Porres, provincia y departamento de Lima, República del Perú, a quien en adelante se denominará **EL COMPRADOR**, 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, CIF, 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: Protectores para celular ecológicos biodegradables (19x10”), y **EL COMPRADOR** pagará el precio de dichos productos de conformidad con la cotización.
- 2.2. También es acordado que cualquier información relativa a los productos descritos anteriormente referente al uso, peso, dimensiones, ilustraciones, no tendrán efectos como parte del contrato a menos que esté debidamente mencionado en el contrato.

PLAZO DE ENTREGA

CLAUSULA TERCERA:

EL VENDEDOR se compromete a realizar la entrega en el periodo de 28 días luego de recibida la orden de compra debidamente firmada por el comprador y habiendo efectuado el primer pago.

PRECIO

CLAUSULA CUARTA:

Las Partes acuerdan el precio total de \$11,946.40 por el envío de 12,600 unidades por embarque de los productos de conformidad con la carta oferta recibida por EL COMPRADOR el 21 de octubre de 2020.

A menos que se mencione de otra forma por escrito, los precios no incluyen impuestos, aranceles, costos de transporte o cualquier otro impuesto.

El precio ofrecido es sobre la base del Incoterms FOB, versión 2020 ("Free on Board"), por vía marítima.

CONDICIONES DE PAGO

CLAUSULA QUINTA:

Las Partes han acordado que el pago del precio o de cualquier otra suma adeudada por **EL COMPRADOR** al **EL VENDEDOR** deberá realizarse por pago adelantado el TREINTA POR CIENTO (30 %) para poder iniciar la producción, y el restante del SETENTA POR CIENTO (70 %) en la fecha de embarque.

Las cantidades adeudadas serán acreditadas, salvo otra condición acordada, por medio de transferencia electrónica a la cuenta del vendedor en Bank of China en su 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.

BANCO: BANK OF CHINA

N° CUENTA: 418272950453

MONEDA: DOLARES AMERICANOS

N° SWIFT: BKCHCNBJ73A

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 UNO POR CIENTO (1 %) por cada día de retraso, hasta un máximo por cargo de retraso de DIEZ POR CIENTO (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:

Las Partes han acordado que la compra-venta de este contrato se realizará en FOB Shenzhen, Incoterms 2020, donde **EL VENDEDOR** debe asumir las siguientes responsabilidades:

- Preparar adecuadamente la mercancía para el trayecto internacional (Envase: Bolsas polipropileno/ Embalaje: Cajas de cartón corrugado)
- Realizar la paletización.
- Efectuar el transporte en origen.
- Realizar y asumir los gastos de los trámites aduaneros en origen.
- Encargarse de toda la gestión necesaria hasta que los pallets se encuentren en el contenedor a bordo del buque elegido en el puerto de Shenzhen.
- Asumir el riesgo sobre la mercancía desde su fábrica hasta que el contenedor es colocado a bordo del buque.
- Enviar con anticipación la factura comercial, lista de empaque y aquellos documentos necesarios para su nacionalización en destino como el certificado de origen. Estos deberán ser enviados primero vía electrónica y posterior a la aprobación, por courier.

RETRASO DE ENVIOS

CLAUSULA NOVENA:

EL COMPRADOR tendrá derecho a reclamar a **EL VENDEDOR** el pago de daños equivalente al 2 % 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 por escrito a **EL VENDEDOR** cualquier inconformidad con los productos dentro de 15 días desde la fecha en que **EL COMPRADOR** descubra dicha inconformidad 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 45 días contados desde el día de llegada de los productos al destino acordado.

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 y sus gastos vinculados de traslado internacional junto con los gastos locales.

COOPERACIÓN ENTRE LAS PARTES

CLAUSULA DECIMO PRIMERA:

EL COMPRADOR deberá informar inmediatamente a **EL VENDEDOR** de cualquier reclamo realizado contra **EL COMPRADOR** de parte de los clientes o de terceras partes en relación con los productos enviados o sobre los derechos de propiedad intelectual relacionado con estos.

EL VENDEDOR deberá informar inmediatamente a **EL COMPRADOR** de cualquier reclamo que pueda involucrar la responsabilidad de los productos por parte de **EL COMPRADOR**.

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.

RESOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS

CLAUSULA DECIMO TERCERA:

El presente Contrato se registrará e interpretará de acuerdo con las leyes de la República del Perú.

Las partes acuerdan que cualquier controversia, diferencia o reclamación que se produzca entre ellas relativa a la interpretación, ejecución, resolución, rescisión, eficacia, validez u otro asunto vinculado al presente contrato o por cualquier otro motivo o circunstancia relacionada directa o indirectamente con el presente contrato y con los que por causa de este contrato se celebren, se solucionará siguiendo el procedimiento siguiente:

1. En primer lugar, las partes harán sus mayores esfuerzos para encontrar una solución amigable.
2. En caso de no tener éxito en lograr una solución directa en un plazo no mayor a diez (10) días hábiles, las partes acuerdan expresamente someterse a un arbitraje de derecho, de conformidad con los Reglamentos Arbitrales del Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Lima, a cuyas normas, administración y decisión se someten las partes en forma incondicional.
3. El arbitraje será resuelto por un Tribunal Arbitral conformado por tres (03) árbitros, siendo que cada parte nombrará un (01) árbitro en el plazo de quince (15) días naturales de recibido el requerimiento para que lo haga y los dos (02) árbitros así nombrados, en el plazo de quince (15) días naturales de producida la aceptación del

último de ellos, nombrarán al tercero, quien presidirá el Tribunal Arbitral. A falta de acuerdo o en caso de duda, el nombramiento será efectuado, a solicitud de cualquiera de las partes, por el Centro de Arbitraje indicado en el párrafo precedente.

El Laudo Arbitral emitido es vinculante para las partes y pondrá fin al procedimiento de manera definitiva, siendo el laudo inapelable ante el Poder Judicial o ante cualquier instancia administrativa.

El lugar de arbitraje será la ciudad de Lima, República del Perú y se llevará a cabo en el idioma español.

ENCABEZADOS

CLAUSULA DECIMO CUARTA:

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 la otra parte mencionada anteriormente o a cualquier otra dirección que la parte haya, de igual forma, designado por escrito a la otra parte.

ACUERDO INTEGRAL

CLAUSULA DECIMO SEXTA:

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 en la ciudad de Lima-Perú, a los 22 días del mes de noviembre 2020.

.....
EL VENDEDOR
HUAOXING TECHNOLOGY CO., LTD

.....
EL COMPRADOR
ECOPROTECT S.A.C