



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

**IMPORTACIÓN DE DINOSAURIOS DE PLASTICO
DESARMABLE DE CHINA-NINGBO PARA NIÑOS DE 3 A
5 AÑOS, PARA SU COMERCIALIZACION**

**PRESENTADO POR
JOAB LEVI BARDALES ICHACAYA**

**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/>



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

**IMPORTACIÓN DE DINOSAURIOS DE PLASTICO DESARMABLE DE
CHINA-NINGBO PARA NIÑOS DE 3 A 5 AÑOS, PARA SU
COMERCIALIZACION**

Presentado por:

Bachiller: Joab Levi Bardales Ichacaya

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

Lima - Perú

2021

DEDICATORIA

Dedico este plan de negocio a mis abuelos quienes me cuidan y guían desde el cielo por la gracia de DIOS, a mis padres quienes con su consejo me han inspirado a iniciar el proyecto, a mis hermanas y mi pareja que me han apoyado para conseguir mis objetivos que se cristalizan en este plan de negocio.

RESUMEN EJECUTIVO

Existen muchas investigaciones sobre la importancia de los juguetes en el desarrollo de las habilidades cognitivas de los niños, como el caso de (Barrera Cardozo, Perdomo Ordoñez, Serrato Serrato, Trujillo Hernández, & González González, 2015) en donde hace mención, como los juguetes pueden, a través de un proceso natural, lograr que el niño descubra nuevas cosas y fomente su creatividad. (Joyce M., Kathy E. , Mary E. , & Kelley, 2008) hacen mención en su investigación sobre las tendencias de interés que tienen los niños de 4 a 6 años, resaltando entre todos los dinosaurios, como resultado motiva a los niños a investigar y fomenta su aprendizaje.

Para el caso de Lima, tal como menciona (Vía De La Cruz, 2017), la gran mayoría de empresas que ofrecen juguetes se encuentran ubicados en el Centro de Lima, sin embargo, debido a la informalidad y a los problemas de acceso resulta complicado la comercialización de los productos, esto lo podemos ver reflejado en (Gestion, 2019) donde puntualizan una reducción del 70% de la venta de juguetes realizadas en el 2019 en comparación del año anterior, por las restricciones aplicadas por la Municipalidad; esta problemática se ha acrecentado con la llegada del COVID-19.

Teniendo en consideración que en el 2017 el Lima Norte proyectaba un total 2'624,610 personas, de las cuales 4287 se encuentran el rango de edad de 0 a 5 años (INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA E INFORMATICA DEL PERU, 2017) y que en líneas generales para la Provincia de Lima se reporta en promedio entre los años 2014 y 2018 un total de 173,127 inscripciones de nacimiento de niños (INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA E INFORMATICA DEL PERU, 2019), se ve conveniente emprender un negocio de Importación y comercialización de juguetes de plástico de dinosaurios desmontables, para niños de 3 – 5 años, siendo estos considerados como juguetes

didácticos, contribuyendo de esta manera en el desarrollo de los niños.

La importación del producto lo realizará la empresa J&J E.I.R.L desde China - Ningbo, para ser colocado inicialmente en los distritos de Lima Norte, buscamos diferenciarnos de la competencia a través del desarrollo de nuestra marca NEOTOYS y tenemos el objetivo de brindar momentos agradables a los niños en compañía de sus padres, implementado un código QR en los empaques de los productos que mostrarán pequeñas historias de los Dinosaurios.

Con una estrategia enfocada en la eficiencia en costos, un correcto manejo de la cadena de suministros; uso de las redes sociales y página web para su difusión del producto, se estima lograr poner el producto a un precio de venta al consumidor final de S/. 16.75 soles.

La comercialización de los productos será realizada, a través de diferentes plataformas, resaltando la comercialización en los puestos comerciales de Norte y a través de canales online.

Contenido

I.	ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN	1
1.2.	Idea del negocio	1
1.3.	Justificación de la idea de negocio	1
II.	ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	2
2.1.	Nombre o razón social.....	2
2.2.	Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU)	4
2.3.	Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial.....	4
2.4.	Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha	7
2.5.	Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características.	8
2.6.	Estructura Orgánica.....	8
2.7.	Cuadro de asignación de personal.....	11
2.8.	Forma Jurídica Empresarial	12
2.9.	Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI	12
2.10.	Requisitos y Trámites Municipales	13
2.11.	Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades	15
2.12.	Registro de Planillas Electrónica (PLAME).....	16
2.13.	Régimen Laboral Especial y General Laboral.	18
2.14.	Modalidades de Contratos Laborales.	19
2.15.	Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.....	19
III.	PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL.....	20
3.1.	Identificación, descripción y justificación del producto a importar	20
3.1.1.	Clasificación arancelaria (en ambos países)	20
3.1.2.	Ficha técnica comercial.....	22
3.1.3.	Ecuación de valor para el mercado nacional	23
3.1.3.1.	Análisis de la industria (M. Porter).....	24
3.1.4.	Determinación de la marca a usar.....	27
3.2.	Investigación de mercado objetivo.....	28
3.2.1.	Segmentación de mercado objetivo (macro y microsegmentación)	28
3.2.2.	Medición del mercado objetivo.....	31
3.3.	Análisis de la oferta y demanda de mercado.....	32
3.3.1	Análisis de Oferta	32
3.3.2.	Análisis y cálculo de la demanda	35
3.3.3.	Análisis de competitividad y benchmarking	39

3.3.4. <i>Análisis de precio de importación</i>	41
3.3.5. <i>Análisis y determinación de formas de distribución</i>	44
3.3.6. <i>Análisis del entorno</i>	46
3.3.6.1 <i>Análisis macro ambiente (PESTEL)</i>	46
3.3.6.2 <i>Análisis microambiente</i>	48
3.4. <i>Estrategias de venta y distribución nacional</i>	50
3.4.1. <i>Estrategia de segmentación</i>	51
3.4.2. <i>Estrategia de posicionamiento</i>	51
3.4.3. <i>Estrategia de ingreso al mercado:</i>	51
3.4.4. <i>Estrategia de distribución comercial</i>	52
3.4.5. <i>Estrategias de Branding</i>	52
3.5. <i>Estrategia de promoción nacional</i>	53
3.5.1. <i>Establecer los mecanismos y definir estrategias de promoción, incluida promoción de ventas</i>	53
3.5.2. <i>Propuesta de valor</i>	53
3.5.3. <i>Estrategias de marketing digital y uso del e-commerce</i>	54
3.6. <i>Política de estrategia de precios</i>	54
IV. <i>PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL</i>	55
4.1. <i>Envases, empaques y embalajes</i>	55
4.2. <i>Diseño del rotulado y marcado</i>	58
4.2.1. <i>Diseño del rotulado</i>	58
4.2.2. <i>Diseño del mercado</i>	58
4.3. <i>Unitarización y cubicaje de la carga</i>	59
4.4. <i>Cadena de DFI de exportación/importación</i>	60
4.5. <i>Seguro de las mercancías</i>	63
V. <i>PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL</i>	69
5.2. <i>Fijación de precios</i>	69
5.1.1 <i>Costos y precio</i>	69
5.1.2 <i>Cotización internacional</i>	69
5.3. <i>Contrato de compra venta internacional (exportaciones/importaciones) y sus documentos</i>	71
5.4. <i>Elección y aplicación del Incoterm</i>	72
5.5. <i>Determinación del medio de pago y cobro</i>	75
5.6. <i>Elección del régimen de exportación o de importación</i>	78
5.7. <i>Gestión aduanera del comercio internacional</i>	79

5.8.	Gestión de las operaciones de importación/: Flujo grama	83
5.9.	Gestión de las operaciones de producción del bien o servicio a ejecutar:	84
VI.	PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	85
6.1.	Inversión Fija	85
6.1.2.	Activos tangibles	85
6.1.2	Activos intangibles	86
6.2.	Capital de Trabajo.....	87
6.3.	Inversión Total.....	87
6.4.	Estructura de Inversión y Financiamiento	87
6.5.	Fuentes financieras y condiciones de crédito	88
6.6.	Presupuesto de costos.....	89
6.7.	Punto de Equilibrio	92
6.8.	Presupuesto de ingresos	93
6.9.	Presupuesto de egresos	93
6.10.	Flujo de caja proyectado	94
6.11.	Estado de Ganancias y Pérdida.....	95
6.12.	Evaluación de la Inversión	96
6.12.1.	Evaluación Económica.....	96
6.12.2.	Evaluación Financiera.....	96
6.12.3.	Evaluación social.....	97
6.12.4.	Impacto ambiental	97
6.13.	Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo.....	98
6.14.	Cuadro de riesgo del tipo de cambio	98
VII.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	100
7.1.	Conclusiones.....	100
7.2.	Recomendaciones.	100
	Referencias.....	101

I. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

1.2. Idea del negocio

1.3. Justificación de la idea de negocio

Actualmente los padres de familia necesitan interactuar más con sus hijos, tomando como punto de partida la unión familiar y aprendizaje, nuestro producto es una muy buena opción para captar este tipo de consumidores; por tal motivo un dinosaurio armable es un juguete didáctico que el niño en compañía de sus padres puede aprender y divertirse juntos.

II. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1. Nombre o razón social

La SUNAT define la razón social como la denominación de la empresa, esta se encuentra adherido con el número de RUC, los cuales permiten su identificación, tramites e interacción con la SUNAT y otros operadores (Gobierno del Perú , 2019).

De acuerdo con la investigación realizada, existen varios tipos de empresas según su denominación las cuales se detallan en la Tabla N° 1, para nuestro plan de negocio se ha optado por formar una empresa con la denominación E.I.R.L debido a que estará compuesta por un único miembro que asumirá las funciones de gerente general y accionista.

La razón social de la empresa será J&J E.I.R.L., denominación que toma las iniciales de la persona que será el Gerente General de la empresa y su pareja que apoyará en la implementación del proyecto.

Una vez realizado la búsqueda del nombre de la empresa en el servicio de Publicidad Registral con pago de S/5.00 Soles y realizado la reserva del nombre con un costo de S/ 20.00 soles (SUNARP, 2020); la constitución de la empresa se realizará a través de la plataforma Sistema de Intermediación Digital (SID - SUNARP), canal digital desarrollado para facilitar diferentes tramites de inscripción de diferentes registros como testamentos, propiedad vehicular, personas jurídicas, entre otros (Gobierno del Perú , 2020). De esta forma se contribuye no solo se va a evitar el contagio en centros de aglomeración, impresión de documentos físicos, si no también se agiliza el trámite, puesto que es una plataforma integrada también con notarías.

Tabla N° 1: Tipos de empresas en el Perú.

Tipo de Empresa	Cantidad de accionistas / Socios	Organización	Capital y acciones
Sociedad Anónima (S.A.)	Mínimo: 2 Máximo: ilimitado	Junta general de accionistas. Gerencia. Directorio.	Capital definido por aportes de cada socio. Se deben registrar las acciones en el Registro de Matrícula de Acciones.
Sociedad Anónima cerrada (S.A.C.)	Mínimo: 2 Máximo: 20	Junta general de accionistas. Gerencia. Directorio. (Opcional)	Capital definido por aportes de cada socio. Se deben registrar las acciones en el Registro de Matrícula de Acciones.
Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)	Mínimo: 2 Máximo: 20	Normalmente empresas familiares pequeñas.	Capital definido por aportes de cada socio. Se debe inscribir en Registros Públicos.
Empresario Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)	Máximo: 1	Una sola persona figura como Gerente General y socio.	Capital definido por aportes del único aportante.
Sociedad Anónima Abierta (S.A.A.)	Mínimo: 750	Se debe establecer: Junta general de accionistas. Gerencia. Directorio.	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 Accione

Elaboración: Propia / Fuente: (GESTIÓN, 2019)

2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

El CIIU o la clasificación Industrial Internacional Uniforme, es una lista codificada de las actividades productivas de bienes y servicios, actualmente el Instituto Nacional de Estadística ha actualizado el listo a la versión CIIU Revisión 4, la cual es acogida por la SUNAT dentro de sus registros del RUC (SUNAT, 2020).

Teniendo en consideración que el rubro del negocio es la importación de dinosaurios de plásticos desde China, para ser colocados en los mercados de Lima Norte, se procedió a realizar la clasificación CIIU, detallada en el Gráfico N° 1.

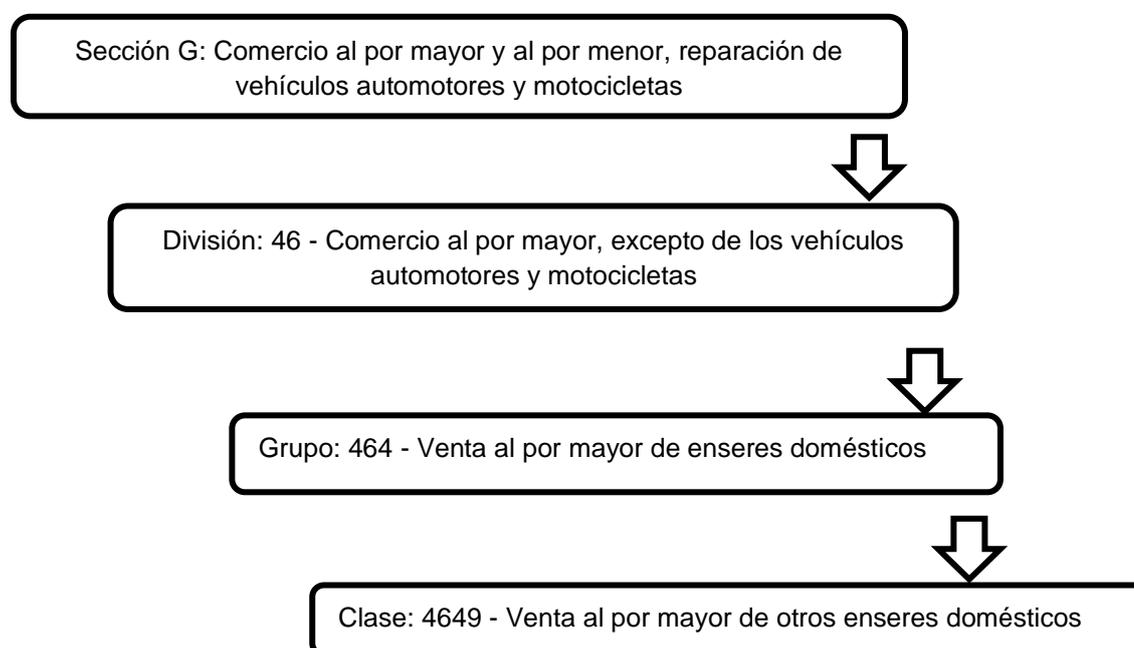


Figura 1: Clasificación de la Actividad Económica / Codificación CIIU Fuente: (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2010)

2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

La oficina y el almacén estará ubicado en la A.V. California, Mz. C3 Lt.32, Ventanilla, Callao. El local cuenta con unos 160 m2 de terreno, ubicado en una zona que facilita la distribución para todo Lima Norte y se encuentra cerca

a los depósitos marítimos como CONTRANS, VILLAS OQUENDO, entre otros, lo que nos genera una ventaja competitiva en costos logísticos de importación, en concepto de transporte local y tiempo de tránsito.

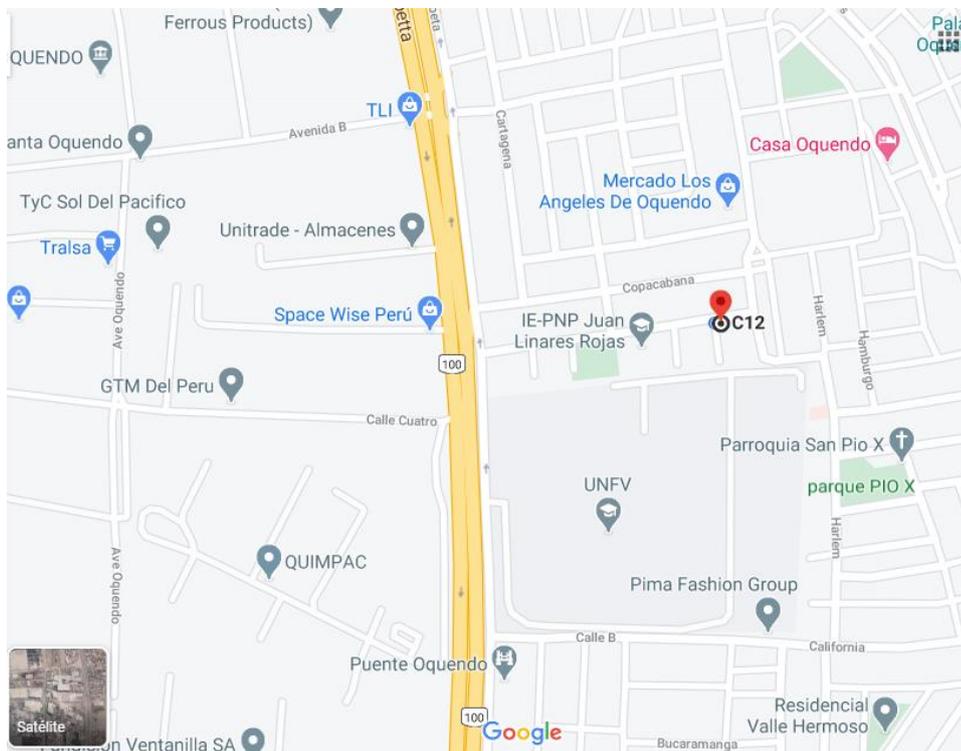


Figura N° 2: Ubicación Geográfica de la Oficina Administrativa y Almacén. /

Fuente: Google Maps

El local que es de pertenencia de la familia del dueño J&J E.I.R.L., el cual estará acondicionado para contar con un área de recepción, comedor, una oficina principal, oficinas del Gerente General, la cual también será usada para reuniones con clientes, proveedores o corporativas, de la misma forma se contará con un amplio espacio exclusivo para el almacenamiento y manipulación de los productos.

En la Figura N° 3, se puede apreciar el plano base de la oficina Administrativa y almacén

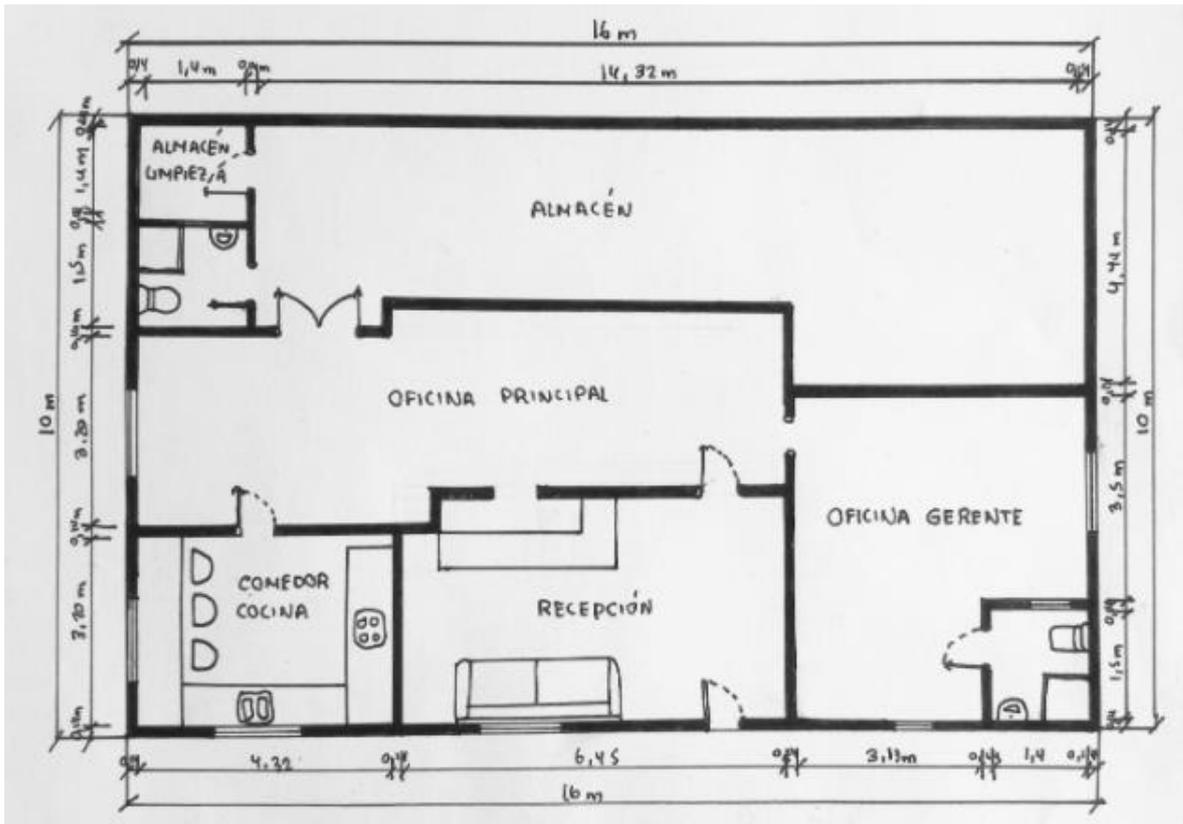


Figura N° 3: Mapa de la distribución de las Oficinas Administrativa y Almacén de J&J E.I.R.L.

La licencia de funcionamiento de la Municipalidad de Ventanilla es obligatoria para el inicio de las actividades comerciales de la empresa y esta debe ser tramitado, antes de la apertura. El plazo del trámite es de 15 días hábiles como máximo y tiene un costo de S/ 275,20 (MUNICIPALIDAD DE VENTANILLA, 2020).

Tramitado la licencia de funcionamiento, es obligatorio el trámite a través de la Ventanilla única de Comercio Exterior (VUCE) el Registro para la Comercialización de Juguetes – TUPA 39, el cual tiene un costo de S/ 299.00 soles y a fin de poder internar al país el producto se deberá tramitar la Autorización para la Importación de Juguetes TUPA 41 (DIGESA, 2020).

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

Misión

Ser una empresa líder en la importación y comercialización de juguetes de dinosaurios de plástico importados de China, involucrados en brindar un producto de calidad a precio razonable para las familias del Lima Norte.

Visión

Ser una de las marcas de juguetes reconocidas en el mercado nacional con productos de calidad con un costo accesible y que contribuyen con el desarrollo de los niños.

Objetivo General

Lograr obtener el 5% de la cuota de mercado en el Cono Norte.

Objetivos específicos

Posicionar la marca de la empresa para el 2023, como uno de los mejores juguetes didácticos para niños de 3 a 5 años en Lima Norte.

Colocar el producto en los principales mercados de Lima Norte, para el 2023.

Valores

La empresa fomentará valores en sus miembros que considera fundamentales para el éxito de esta, las cuales se detallan en la figura N° 4:



Figura N° 4: Principales Valores de la Empresa J&J EIRL

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

De acuerdo con la normativa vigente, se entiende como MYPE a toda unidad económica constituida por una persona natural y jurídica, que realiza operaciones de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes y servicios (SUNAT, 19); las cuales se encuentran clasificadas según su movimiento de ventas anuales.

Tabla N° 2: Tipos de MYPES en el Perú.

Tipo de Empresa	Ventas anuales
MICROEMPRESA	Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT.
PEQUEÑA EMPRESA	Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 UIT.

(Gobierno del Perú, 2019)

De lo indicado en la tabla N°2, la empresa J&J S.A.C., será clasificada inicialmente como una microempresa, debido al volumen de ventas proyectado para los primeros años.

2.6. Estructura Orgánica

Organigrama

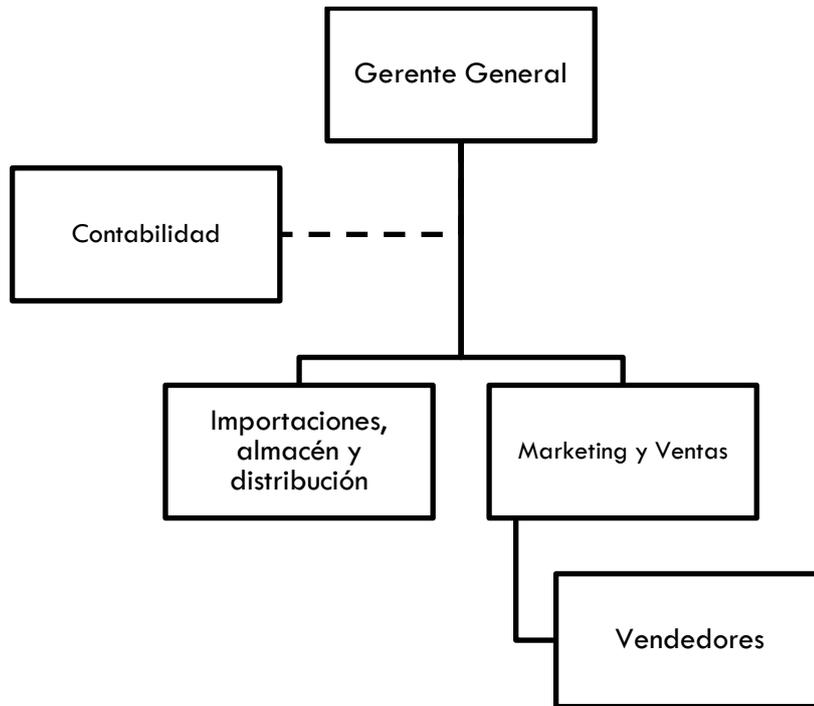


Figura N° 5: Estructura orgánica de J&J E.I.R.L. / Fuente Elaboración Propia.

La figura N° 5 indica las áreas con las que comenzará a operar la empresa, se debe considerar que este se irá mejorando de acuerdo con el crecimiento de esta; se ha optado por que el área contable sea tercerizada, contratando los servicios de una empresa especializada en la materia.

En la tabla N° 3 se detalla las funciones, responsabilidades correspondientes y el perfil profesional que debe contar cada personal a cargo para el correcto desempeño del área.

Tabla N^o 3: Funciones, Responsabilidades y perfil del profesional de la empresa J&J E.I.R.L.

Área	Funciones	Perfil del Profesional
Gerencia General	<ul style="list-style-type: none"> • Administración de los Recursos humanos, financieros y tecnológicos de la empresa. • Motivar, supervisar y dirigir al equipo de trabajo. • Autorizar firmas de documentos aduaneros y administrativos. • Revisar el plan de marketing. • Revisar el plan de Compras e importaciones. • Revisar el plan de almacenamiento y distribución. • Autorizar los pagos a los terceros y derechos aduaneros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Profesional en Administración de Negocios Internacionales o Ing. Industrial. • 10 años de experiencia coordinando operaciones de comercio exterior, del mercado chino. • Conocimiento de Ingles avanzado. • Capacidad de Negociación. • Análisis de indicadores.
Contabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Registro de comprobantes de pago. • Conciliaciones bancarias. • Análisis de cuenta. • Cálculo de la planilla. • Declaración de libros electrónicos. • Declaración Jurada Anual. 	<ul style="list-style-type: none"> • Técnica o Bachiller en contabilidad. • Experiencia de 1 año como asistente contable. • Responsable. • Proactiva.
Marketing y Ventas	<ul style="list-style-type: none"> • Responsable de elaborar el plan de Marketing y ventas. • Diseñar herramientas e instrumentos de ventas. • Análisis del mercado. • Elaboración de reporte de ventas. • Elaboración del Forecast. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller o técnico en Marketing o administración, • 1 año de experiencia como jefe de ventas y marketing. • Conocimiento básico de programas de diseño. • Conocimiento de investigación de mercado. • Manejo de Equipo. • Habilidades de Negociación. Liderazgo. Manejo de redes sociales.

		Conocimiento de Excel, generación de reportes y análisis de indicadores.
Importaciones, almacén y distribución.	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar el plan de Compras e importaciones. • Elaborar el Kardex. • Negociar con los proveedores de Transporte local, cuadrilla para recepción o entrega de carga. • Solicitar cotizaciones a los proveedores en el extranjero, para colocar la orden de compra. • Negociar y coordinar con el agente de aduana, agente de carga y transporte. • Revisar y conciliar documentos de importación. • Preparar y registrar el file de importación, para el pago de derechos y costeo de importación. • Usar obligatoriamente los equipos de seguridad asignados 	<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller o técnico en Comercio exterior. • Experiencia de 2 años en importación de juguetes u otros productos del mercado chino. • Manejo de VUCE. • Ingles Intermedio. • Manejo de Excel avanzado. <p>Conocimiento de Excel Intermedio.</p>
Vendedores	<ul style="list-style-type: none"> • Responsable de las ventas de los productos en los principales mercados del cono norte. • Confirmar la entrega de la carga de sus ventas al cliente final. 	<ul style="list-style-type: none"> • Secundaria completa o cursos técnicos inconclusos o truncos. • Experiencia de 2 años de venta de productos tangibles.

Elaboración: Propia

2.7. Cuadro de asignación de personal.

Tabla N^a 4, se detalla la remuneración asignada para cada colaborador de la empresa, junto con los beneficios correspondientes de acuerdo con la normativa vigente, sin embargo, se debe precisar que la contratación de todo personal será inicialmente mediante recibo por honorario por un periodo de prueba de 3 meses.

Tabla N°4: Asignación de Personal J&J E.I.R.L.

Cargo	Nº	Sueldo	Total, Sueldo	ESALUD	AFP	Total, Mensual	Total, Anual	Vacaciones	Total, General
Gerente General	1	S/. 2,500	S/. 2,500	S/. 225	S/. 250	S/. 2,725	S/. 32,700	S/. 1,250	S/. 33,950
Contabilidad	1	S/. 600	S/. 600	S/. 0	S/. 0	S/. 600	S/ 7200	S/. 0	S/ 7200
Marketing y Ventas	1	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 135	S/. 150	S/. 1,635	S/. 19,620	S/. 750	S/. 20,370
Importaciones almacén y distribución	1	S/. 1,800	S/. 1,800	S/. 162	S/. 180	S/. 1,962	S/. 23,544	S/. 900	S/. 24,444
Vendedores	2	S/. 930	S/. 1,860	S/. 167	S/. 186	S/. 2,027	S/. 24,329	S/. 1,097	S/. 25,426
Total	6	S/. 7,330	S/. 8,260	S/. 689	S/. 766	S/. 8,949	S/. 100,193	S/. 3,997	S/. 104,190

Elaboración propia.

2.8. Forma Jurídica Empresarial

Una de las decisiones más importantes al momento de iniciar un negocio, es decidir el tipo de empresa que se debe constituir, posterior a revisar la normativa vigente y teniendo en consideración que el emprendimiento del negocio es personal, se ha optado por una E.I.R.L.

2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

El registro de la marca tiene como finalidad, convertir al que suscribe como el representante autorizado para hacer uso de dicha herramienta en el mercado local; para ello se debe realizar la consulta y el registro con INDECOPI.

Según (INDECOPI, 2020), se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Obtener una marca en el sistema marcas, procediendo con el llenado del formulario F-MAR-03.
- Correo electrónico.
- Cumplir con los requerimientos mínimos de Marcas.
- Realizar pago de S/ 534.99 soles para una sola marca o S/ 533, por cada clase adicional.

J&J E.I.R.L., se encuentra en proceso de establecer una marca, que le permita diferenciarse en el mercado nacional de juguetes y que pueda convertirse en una ventaja competitiva en el mercado local.

Se debe mencionar que a raíz de la pandemia por el Covid – 19, el estado ha puesto al servicio de la comunidad, el registro virtual de marcas, resaltando páginas como peruanizado, búsqueda de antecedentes “Busca tu Marca, asesoría, registro y renovación virtual de marcas; y la Gaceta Electrónica de Propiedad Industrial. El plazo promedio es de aproximadamente 45 días (Perú, 2020).

2.10. Requisitos y Trámites Municipales

Como toda empresa que va a iniciar una actividad productiva, es necesario realizar el trámite de la licencia de funcionamiento, para el caso del distrito de Ventanilla, la información para realizar el trámite y pago correspondiente se encuentran publicados en la página oficial de la Municipalidad de Ventanilla. Siendo el local de la empresa no mayor a los 500m², se debe realizar un pago de S/ 275.20 soles y el plazo del trámite es de 15 días hábiles (Municipalidad de Ventanilla, 2020), los requisitos para el trámite:

1. Solicitud con:

- a) En caso de personas naturales: Número de RUC y Número de DNI o Carné de extranjería
- b) En caso de personas jurídicas u otros entes colectivos: Número de DNI o Carné de Extranjería del representante legal, o tratándose de personas naturales que actúen mediante representación.

2. Vigencia de poder de representante legal, en caso de personas jurídicas u otros entes colectivos, o tratándose de representación de personas naturales se requerirá carta poder con firma legalizada.
3. Certificado de Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil de Detalle o Multidisciplinaria según corresponda.
4. Comprobante de pago de la tasa municipal correspondiente, que incluye el costo por Inspección Técnica de Seguridad de Defensa Civil.

Adicionalmente de ser el caso, será exigible lo siguiente:

1. Copia simple del Título profesional en el caso de servicios relacionados con la Salud.
2. 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, de acuerdo con lo establecido en el Decreto Supremo N° 006-2013-PCM.
3. Copia simple de autorización expedida por el Instituto Nacional de Cultura, conforme a la Ley N° 28296, Ley General de Patrimonio Cultural de la Nación, cuando la Ley lo requiera.
4. Informar sobre el número de estacionamientos de acuerdo con la normativa vigente, en la Declaración Jurada.

Nota: El titular de la actividad deberá obtener el Certificado de Inspección Técnica en Defensa Civil de Detalle o Multidisciplinaria correspondiente previamente a la solicitud de licencia de funcionamiento. (EX ANTE)

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

El régimen tributario es la forma como la empresa va a pagar tributos y sus niveles de pago de estos frente a la SUNAT, actualmente se encuentran vigente el Nuevo Régimen Único Simplificado, Régimen Especial de Impuesto a la Renta, Régimen MYPE Tributario (RMT) y Régimen General (GOB, 2020)

J&J E.I.R.L. acogerá al Régimen MYPE, el cual cuenta con las siguientes características detalladas en la Tabla N° 5:

Tabla N°5: Características del Régimen MYPE Tributario

Persona Natural	Sí
Persona Jurídica	Sí
Límite de Ingresos	Ingresos netos que no superen las 1700 UIT en el ejercicio gravable (proyectado o del ejercicio anterior)
Límite de compras	Sin límite
Comprobantes de pago que puede emitir	Factura, boleta y todos los demás permitidos
Declaración Jurada anual - Renta	Sí
Valor de activos fijos	Sin límite
Trabajadores	Sin límite

Elaboración: Propia / Fuente: Plataforma Digital Única a del Gobierno

Peruano

El trámite para la obtención de RUC lo puede realizar el representante legal o una tercera persona. Para nuestra empresa J&J E.I.R.L., el encargado será el Gerente General quien presentará los siguientes documentos detallados en la Tabla N° 6 (SUNAT, 2018).

Tabla N°6: Requisitos para la Obtención del RUC

PERSONA JURIDICA
DNI del Representante Legal
Ficha o partida electrónica certificada por registros públicos con una antigüedad no mayor a treinta días calendario (verificar requisitos adicionales según tipo de contribuyentes a inscribir)
Cualquier documento privado o público en el que conste la dirección del domicilio fiscal que se declara.

Elaboración Propia: Fuente SUNAT.

2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).

La empresa J&J E.I.R.L, cuenta con 6 trabajadores por lo tanto estará obligado a proveer un informe a SUNAT sobre las obligaciones laborales de sus trabajadores, por ello ingresaremos al menú sol, con nuestro clave sol donde se realizara el llenado de la información de los trabajadores en el T-REGISTRO como su DNI, nacionalidad, estado civil, fecha de nacimiento, el día de ingreso, el puesto que ocupa, el ingreso que va a percibir, el régimen pensionario al que aporta, ESSALUD, entre otras informaciones.

11/10/2020 18:41 Bienvenido: Domicilio: Habido Salir

Registro de Trabajadores, Pensionistas y Otros Prestadores de Servicios

Datos de Identificación

Ingrese a la opción *Actualización de Datos de Identificación* actualice los datos de identificación de la persona

Tipo y Número de Documento: LE / DNI - Fecha de Nacimiento: País emisor de Documento:
 Apellidos y Nombres: Sexo: Estado Civil:

Nacionalidad:
 Teléfono (código y número): Primera dirección:
 Correo electrónico: Segunda dirección: [Detalle](#)

Categoría

Resumen de Prestadores Trabajador Pensionista Personal en formación laboral

Datos laborales

Fecha de Inicio (dd/mm/aaaa) Fecha de Fin (dd/mm/aaaa) Motivo de baja del registro

Periodo laboral: [Detalle](#)

Establecimiento donde labora: [Detalle](#)
 Cof. Local Local Tipo: DOMICILIO FISCAL

Jornada laboral: Jornada de trabajo mixta
 Jornada atípica o acumulativa
 Trabajo en horario nocturno

Situación especial:

¿Persona con discapacidad? Sí No
 ¿Sindicalizado? Sí No
 Situación: Activo

Datos de Seguridad Social

Datos de la Situación Educativa

Datos Tributarios

Aceptar

Figura N° 6: Imagen T-Registro Portal SUNAT.

Fuente: SUNAT.

Después pasamos a registrar la información de los trabajadores según el T-REGISTRO, continuamos con el PDT-PLAME donde se registrará los ingresos que percibe, ESSALUD, y el aporte según su régimen pensionario y las rentas de 3era y 4ta categoría si es que la hubiera (SUNAT, 2017).

Figura N° 7: Imagen Modelo Planilla Electrónica.

Fuente: SUNAT

2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.

J&J E.I.R.L., se acogerá al régimen especial laboral por lo cual debe brindar los siguientes beneficios a sus trabajadores (SUNAT , 2020):

- Remuneración: No menor a la Remuneración Mínima Vital (RMV).
- Jornada máxima de 08 horas diarias o 48 horas semanales.
- Descanso semanal y en días feriados.
- Remuneración por trabajo en sobretiempo.
- Descanso vacacional 15 días calendario.
- Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración).
- Cobertura de seguridad social en Salud a través del Seguro Integral de Salud - SIS (Incluye al titular del negocio, trabajadores y Derechohabientes).
- Cobertura Previsional, incluye un Sistema de Pensiones Sociales

Ello debido a que el nivel de ventas anuales no superará las 150 UIT anuales.

2.14. Modalidades de Contratos Laborales.

Según la normativa vigente existen 3 elementos esenciales para el contrato individual, la cual consisten en que la prestación de servicio de formule en forma individual, el pago por dicho servicio sea de libre disposición y finalmente que exista subordinación por parte del empleado, frente al empleador (Ministerio de Trabajo , 2010).

J&J E.I.R.L., ha optado por iniciar contrato de los trabajadores inicialmente por 3 meses bajo la modalidad de recibo por honorarios, como periodo de prueba, para posteriormente pactar un contrato por inicio o incremento de actividad por 6 meses.

2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.

J&J E.I.R.L., respetará los contratos suscritos con sus trabajadores y los acuerdos comerciales que suscriba con los operadores de comercio exterior, así como también con aquellos que logre suscribir con proveedores o socios estratégicos.

III. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

Es necesario señalar que el presente modulo se debe determinar cuantitativamente los aspectos de la oferta, demanda y las proyecciones correspondientes cuyos datos servirán para determinar la capacidad productiva (Tamaño de planta) del bien o servicio que se pretende ejecutar.

3.1. Identificación, descripción y justificación del producto a importar

La empresa J&J E.I.R.L. se dedicará a la importación de juguetes de plástico con forma de dinosaurio desarmable, considerados como juguetes didácticos, para ser comercializados en Lima, por lo que es muy importante conocer el producto, el cliente y el usuario final.

3.1.1. Clasificación arancelaria (en ambos países)

En la Tabla N° 7 se muestra la clasificación arancelaria, según el Arancel de Aduanas en el Perú el cual es elaborado en conjunto con los demás miembros de la CAN.

Tabla N° 7: Partida Arancelaria Perú

Dígitos			Denominación	P.A.
			Capítulo	95
			Partida del Sistema Armonizado	95.03
5° 6°			Subpartida del Sistema Armonizado	95.03.00
5° 6°	7° 8°		Subpartida NANDINA	95.03.00.93
5° 6°	7° 8°	9° 10°	Subpartida Nacional	95.03.00.93.00

Fuente: (SUNAT , 2016)

La figura N° 8, muestra la descripción de la Sección, Capítulo, Partida Sistemas Armonizado y Sub partida nacional de los dinosaurios de plástico.

SECCIÓN:XX MERCANCIAS Y PRODUCTOS DIVERSOS	
CAPITULO:95Juguetes, juegos y artículos para recreo o deporte; sus partes y accesorios	
95.02	Muñecas y muñecos que representen solamente seres humanos.
95.03	Los demás juguetes; modelos reducidos a escala y modelos similares, para entretenimiento, incluso animados; rompecabezas de cualquier clase.
9503.00.10.00	- Triciclos, patinetes, coches de pedal y juguetes similares con ruedas; coches y sillas de ruedas para muñecas o muñecos
9503.00.22.00	- Muñecas o muñecos, incluso vestidos
9503.00.28.00	- Prendas y sus complementos (accesorios), de vestir, calzado, y sombreros y demás tocados
9503.00.29.00	- Partes y demás accesorios
9503.00.30.00	- Modelos reducidos y modelos similares, para entretenimiento, incluso animados
9503.00.40.00	- Rompecabezas de cualquier clase
9503.00.91.00	- Trenes eléctricos, incluidos los carriles (rieles), señales y demás accesorios
9503.00.92.00	- De construcción
9503.00.93.00	- Que representen animales o seres no humanos

Figura N° 8: Clasificación Arancelaria Perú

Fuente: SUNAT.

En la figura N° 9 se puede observar las medidas impositivas para la subpartida nacional 9503.00.93.00.

TIPO DE PRODUCTO:	LEY 29666-IGV 20.02.11
	Gravámenes Vigentes
	Valor
Ad / Valorem	6%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General a las Ventas	16%
Impuesto de Promoción Municipal	2%
Derecho Específicos	N.A.
Derecho Antidumping	N.A.
Seguro	2.75%
Sobretasa Tributo	0%
Unidad de Medida:	(*)
Sobretasa Sanción	N.A.

Figura N° 9: Clasificación Arancelaria Perú

Fuente: SUNAT.

Para el caso de China, se detalla la figura N° 10, la partida asignada corresponde a la 9503.0083.90

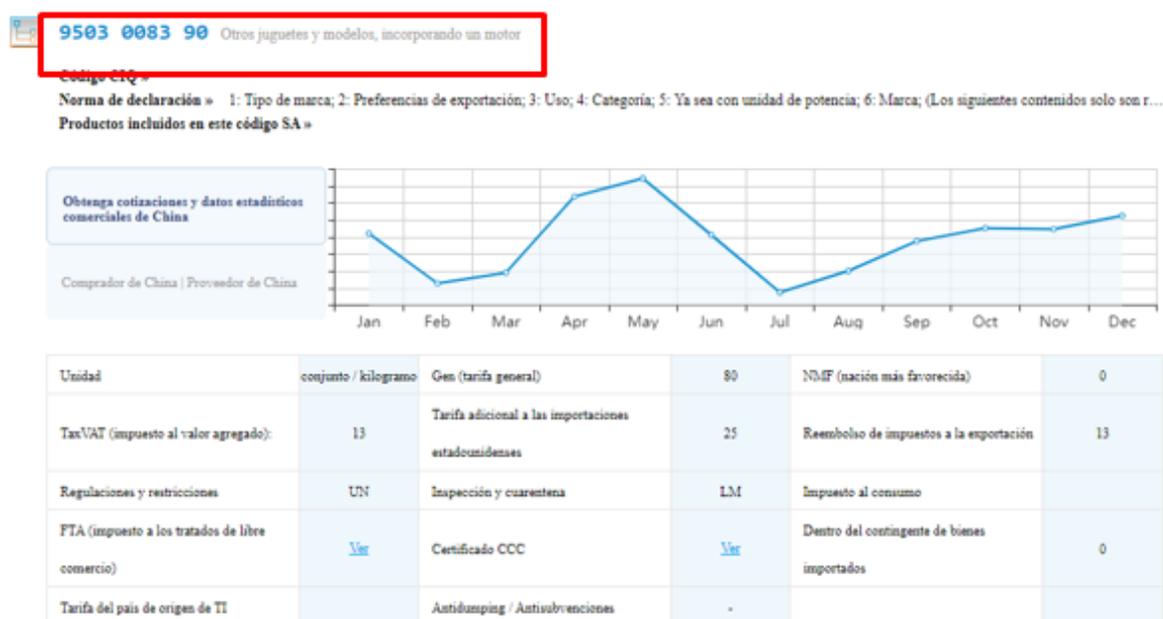


Figura N° 10: Clasificación arancelaria de China.

Fuente: (E-TO-CHINA, 2020)

3.1.2. Ficha técnica comercial

En la tabla N° 8 se presenta la ficha técnica comercial que detallan las características del producto a importar para la empresa J&J E.I.R.L., sin embargo, con lo referente al producto a comercializar la estrategia se enfoca en desarrollar un producto personalizado. Como resultado esperamos contar con un producto que contribuye al desarrollo de los niños junto con sus padres

Tabla N° 8: Ficha Técnica Comercial

Producto:	9503.00.93.00 - Los demás Juguetes. Que representen animales o seres no humanos.
Definición:	Juguetes didácticos
Producto:	Juguetes con forma de dinosaurio desarmable
Material:	Elaborado de polipropileno.
Uso:	Destinados para el entretenimiento y desarrollo cognitivo de los niños.
País de origen:	China
Modelo:	Varios
Imágenes referenciales:	
Presentación:	Bolsa de plástico, cada una con un modelo desmontable.
Empaque:	Cajas de cartón
Medida del empaque:	64x51x56 cm

Elaboración propia / Fuente: (ALIBABA, 2020)

3.1.3. Ecuación de valor para el mercado nacional

Precio: La empresa J&J E.I.R.L. plantea aplicar una estrategia de negocio enfocado en costos para la parte logística local e internacional de la compañía, aprovechando los sólidos conocimientos en el manejo de la cadena de suministros, lo cual permitirá colocar el producto a un precio accesible para el mercado de juguetes.

Beneficio: Se ofrece un producto que busca incentivar la creatividad de los niños, que cumpla la normativa vigente respecto al rubro, a fin de que sea seguro para ellos y que este sea duradero en el tiempo.

Valor: La empresa J&J E.I.R.L. referente al producto, plantea una estrategia enfocada en la innovación; de esta forma busca desarrollar un producto personalizado; a través de la creación de historias de sus personajes, como resultado de ello esperamos contar con un producto que contribuye al desarrollo de los niños y permita crear momentos especiales junto con sus padres.

3.1.3.1. Análisis de la industria (M. Porter)

Poder de negociación de los proveedores (Bajo)

Existe un gran número de empresas que pueden formar parte de los proveedores de J&J E.I.R.L., por tal motivo su poder de negociación es bajo.

Líneas abajo se detalla algunos proveedores de diferentes rubros:

Tabla N° 9: Proveedores de Producto:

Razón Social:	FEXIANG
Lugar:	china
Proveedor	Shantou Chenghai Shanyi Toys Co., Ltd.
Actividad Comercial	. FABRICANTE DE JUGUETES

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 10: Proveedores de Equipos: (Laptops e impresoras)

Razón Social:	IMPORTACIONES HIRAOKA
----------------------	-----------------------

RUC:	20100016681
Domicilio fiscal:	AV. ABANCAY 594 LIMA -
Representante legal:	Guerra Chombo de San Román Irene Sebastiana
	DNI: 10003780
Actividad comercial:	Empresa con 20 años en la importación de equipos

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 11: Proveedores de Servicios

Razón social:	PROCESOS DE MEDIOS DE PAGO S.A.
RUC:	20432405525
Domicilio fiscal:	Av. Jorge Chávez Nro. 275 Int. P 7 Lima - Lima - Miraflores
Representante legal:	Venturo Denegri Luis Felipe
	DNI: 09399713
Actividad comercial:	La Procesadora tiene como misión facilitar el negocio de medios de pago para sus clientes, con niveles óptimos de eficiencia e incentivar la preferencia de su red de establecimientos afiliados. (Procesos MC Perú, 2001)

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 12: Proveedores de Servicios Entrega.

Razón social:	GLOVOAPP PERU S.A.C.
RUC:	20602602941
Domicilio fiscal:	Av. Alfredo Benavides Nro. 3890 Lima - Lima - Santiago De Surco
	Campoy Peláez Carlos Javier

Representante legal:	C.EXT: 000711244
Actividad comercial:	La plataforma de Glovo ofrece diferentes categorías como restaurantes, snacks y bebidas, farmacias, regalos, mercados, y si ninguna de estas opciones es lo que buscas puedes ingresar en: "Lo que sea". Esta última permite pedir cualquier producto de cualquier tienda o lugar.

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 13: Proveedores de Servicios Entrega.

Razón social:	RAPPI S.A.C.
RUC:	20602985971
Domicilio fiscal:	Av. Pardo Nro. 434 Int. 16 Lima - Lima - Miraflores
Representante legal:	La Rosa Saba Eugenio Roberto
	DNI: 41747774
Actividad comercial:	Rappi es una empresa que permite a los consumidores adquirir bienes por medio de una aplicación y recibirlos a domicilio a través de un "rappitendero". (Presentan el nuevo servicio de Rappi, un «Uber de las cosas», 2020)

Fuente: Elaboración propia

Poder de Negociación de los Clientes: (Bajo)

Nuestro mercado objetivo sería las personas que compran juguetes didácticos de dinosaurios personalizados, son pocas las empresas que ofrecen este producto por lo tanto el poder negociación es bajo.

Amenazas de Productos Sustitutos: (Alto)

Existe una gama de juguetes didácticos que no son dinosaurios al igual que otros tipos de juguetes electrónicos; por lo tanto, la amenaza de productos sustitutos es alta.

Rivalidad entre Competidores: (baja)

Actualmente existe poca competencia en los productos de dinosaurios didácticos.

Amenaza de Nuevos Competidores: (Alta)

La amenaza de ingresos de nuevos competidores es alta, porque la inversión para importar estos productos no es muy costosa.

3.1.4. Determinación de la marca a usar

El proveedor en China cuenta con una marca propia de sus productos, sin embargo, se ha optado por desarrollar una propia para la colocación del producto en nuestro país.

Buscamos cambiar la idea sobre los productos provenientes de China, por lo que fomentamos el eslogan de un producto especial.





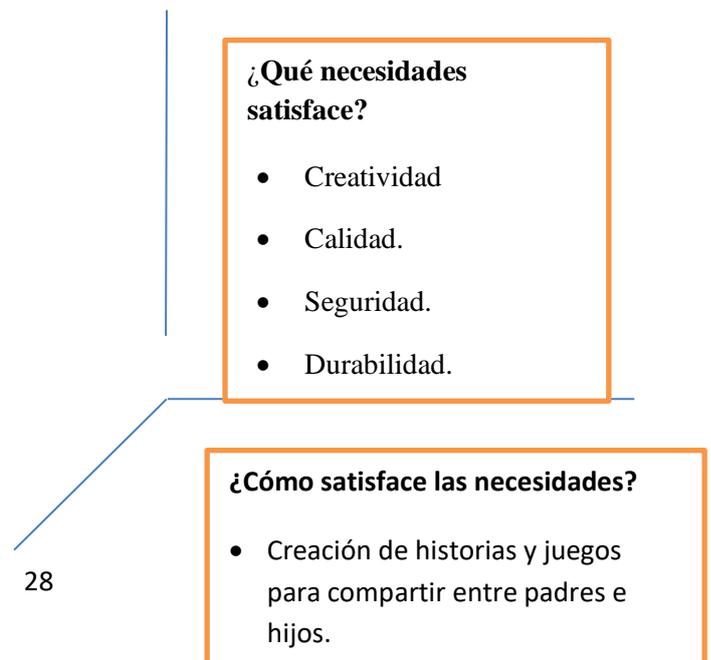
Figura N°11: Marca nombre de producto y eslogan de la empresa J&J E.I.R.L.

3.2. Investigación de mercado objetivo

3.2.1. Segmentación de mercado objetivo (macro y microsegmentación)

Análisis Macrosegmentación

(Aguirre Huamancayo, 2017) indica en su investigación que la macrosegmentación, es la conexión que existe entre el mercado y el producto, motivo por el cual se debe analizar tres factores detallados para el caso de la empresa J&J E.I.R.L. en la figura N° 12:



¿A quién satisface las necesidades?

- Niños y padres que desean compartir momentos juntos.

Figura N° 12: Macrosegmentación / Elaboración: Propia

Análisis Microsegmentación

Nuestro producto para importar busca ser comercializado en Lima metropolitana, enfocándonos inicialmente a las personas de 18 a 55 años que residen en Lima Norte. En tabla N° 14, podemos observar la cantidad de habitantes según datos extraídos del estudio realizado por la CPI.

Tabla N° 14: Segmentación Lima Metropolitana - Lima Norte Total habitante ambos sexos de 18-55 años.

Descripción	Total, de Habitantes	%
Total, de Lima Metropolitana	10580900	100.00
Total, de Lima Metropolitana 18-55 años	6127300	57.91
Total, Lima Norte 18-55 años	1,519,570	24.80

Elaboración: Propia / Fuente: (Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública, 2019)

El total de personas de 18-55 años representa el 14.361% del total de todo Lima Metropolitana.

Nuestro producto para importar se ha diseñado pensando en dirigirnos a los sectores económicos A y B, en la Tabla N° 15 se informa sobre la división porcentual del nivel socioeconómico para Lima Norte, contando con un total de 347981.62.

Tabla N° 15: Estructura Socio económica en porcentajes para Lima Norte.

Descripción	Porcentaje
NSE "A/B"	22.90%
NSE "C"	44.10%
NSE "D"	27.60%
NSE "E"	5.40%
Total	100.00%

Elaboración: Propia / Fuente: (Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública, 2019)

A continuación, se presente la tabla N° 16, que muestra el resumen de los criterios de microsegmentación para la empresa J&J E.I.R.L.

Tabla N°16: Criterios de segmentación para la empresa J&J E.I.R.L.

Criterio	Descripción:
Segmentación Geográfica	Perú, Lima Metropolitana, Lima Norte
Segmentación demográfica	Personas de ambos sexos entre 18-55 años
Segmentación Socioeconómica	Nivel socioeconómico A/B
Variable Conductual	Buscan juguetes de dinosaurios de plástico personalizados

Elaboración: Propia.

3.2.2. Definición del Perfil del consumidor.

Para poder elaborar el perfil del consumidor, se ha procedido a desarrollar la matriz Buyer persona, teniendo en consideración que buscamos comercializar nuestro producto a personas de 18 a 55 años, residentes en Lima Norte.

Estas personas con ingresos que les permite colocarse en el nivel socioeconómico A/B y que, por las características de su vida diaria ajetreada, les impide pasar momentos importantes con sus hijos, nietos, sobrinos, etc.

Como cualquier madre o padre de familia, responsable por el crecimiento de su hijo tanto emocional como cognitivo busca, tener momentos que le permitan potenciar los tiempos de caridad con sus seres queridos.

En nuestra matriz detallamos la vida y problemas de Naty, una mujer de 50 años, comerciante del mercado Fevacel y que reside en Los Olivos.

Hay que precisar que la investigación realizada por (CCR Cuore, 2017), en la que indica informa que en el canal tradicional suelen sugerir y vender marcas económicas. Por este motivo se buscará desarrollar una marca comercial, que nos permita diferenciarnos de los demás importadores de Juguetes.

3.2.2. Medición del mercado objetivo

A fin de poder establecer el mercado objetivo, se estableció la metodología de recolección de información por medio de encuestas cuantitativas, a través de Google Forms. El número de encuestas que se alcanzo fue de 384 correspondiente a Lima Norte. Las entrevistas se realizaron equitativamente entre todos los encuestados, con la finalidad de obtener una información consistente de todos los distritos,

La muestra será extraída en función a los criterios de segmentación, y para el cálculo se aplicará la fórmula para universos infinitos, donde el nivel de confianza será 95%, el margen de error será +/-5% y la probabilidad de aceptación es el 5%.

Este estudio permitió conocer las referencias y aceptación de nuestro producto. La investigación de mercado forma parte de la estrategia de la

empresa para introducir nuestro producto al mercado, por consiguiente, saber el nivel de aprobación de este.

Figura N° 13: Formula para Universos Finitos:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(N - 1)E^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

VALOR PARA ESTIMAR

n	Tamaño de muestra	384
Z	Nivel de confianza	1.96
P	Proporción esperada	0.5
q	=(1-p)	0.5
N	Tamaño de la población	347981.62
E	Error de estimación	0.05

3.3. Análisis de la oferta y demanda de mercado

3.3.1 Análisis de Oferta

Análisis Oferta Internacional

En la figura N° 14 podemos apreciar que la exportación de productos clasificados en la P.A. 950300 se concentran en el país de China y Vietnam, seguimos en menor cuantía por Estados Unidos.

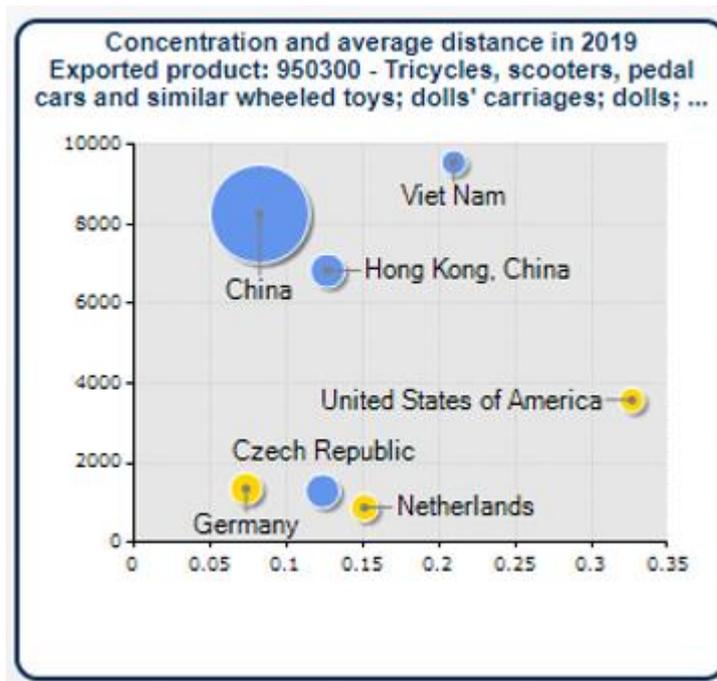


Figura N° 14: Concentración y promedio de exportadores en el 2019 para la P.A. 950300 / Fuente: (TRADE MAP, 2020)

En la figura N° 15, se muestra los principales mercados en principales para el abastecimiento de productos clasificados en la P.A. 950300, resaltando nuevamente China.

Finalmente, en la figura N° 16 se menciona los principales países que han tenido un incremento de sus exportaciones para los productos clasificados en la P.A. 950300, siendo China y Vietnam los que presentaron mejor desempeño durante el año 2019.



Figura N° 15: Mercados de abastecimiento en el 2019 para la P.A. 950300/

Fuente: (TRADE MAP, 2020)

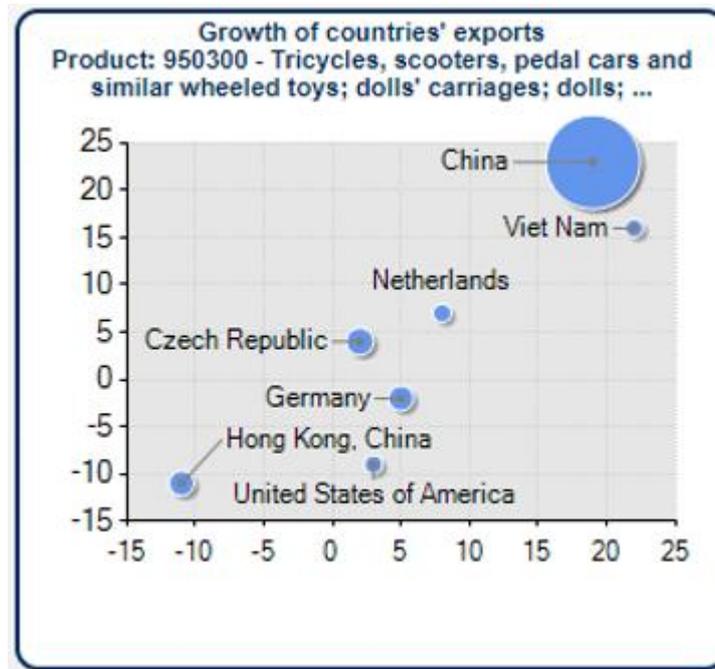


Figura N° 16: Promedio de países exportadores en el 2019 para la P.A.

950300 / Fuente: (TRADE MAP, 2020)

Análisis de la Oferta Nacional

Respecto a la oferta nacional, son los importadores de juguetes tanto los que colocan sus productos en el canal moderno como HASBRO Perú SRL o MATTEL Perú S.A. y los importadores de juguetes del Centro de Lima donde Roberto Díaz, presidente de la Asociación de Importadores Medianos del Perú (AIMP), afirma que hay alrededor de 200, con movimientos cada uno de 20 a 25 contenedores para la Campaña Navideña del 2019 e inversiones entre USD 1 millón y USD 1.5 millones (GESTIÓN, 2019).

Dentro de la ciudad de Lima, podemos encontrar:

- Tiendas especializadas en juguetes didácticos

Existen tiendas especializadas en juguetes didácticos por edades estas se convertirían en nuestros principales competidores.

- Tiendas por departamentos

Estos establecimientos ofrecen una gama de juguetes didácticos de mejor calidad y a un mayor precio.

- Supermercados

Los supermercados también realizan venta de juguetes didácticos, pero con poca variedad.

- Competencia Indirecta

Comerciantes que ofrecen productos por campañas o estación.

- Comercio informal

3.3.2. Análisis y cálculo de la demanda

En la tabla N° 17, podemos observar que, de la totalidad del universo, que corresponde 10,580,900 personas que residen el Lima Metropolitana,

aplicando los primeros criterios de segmentación (habitantes entre 18 a 55 años y residentes de Lima Norte) obtenemos un resultado de 10,580,900 lo que representa un 14.361% del universo, finalmente se aplica el criterio de segmentación por nivel socioeconómico, obteniendo un mercado potencial de 347,981.62 cliente.

Tabla N° 17: Cálculo del mercado potencial

Mercado Potencial (MP)		
Fórmula	=%Universo *criterio de segmentación	
Universo	10,580,900	habitantes
% del universo (18-55 Años, Lima Norte)	14.361%	1,519,570.400
NSE "A" Y "B"	22.90%	Criterio de segmentación
	MP	347,981.62 clientes

Fuente: (Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública, 2019) Elaboración propia

Establecido el mercado potencial para nuestro producto, se ha procedido a realizar el cálculo del mercado disponible, el cual se detalla en la Tabla N° 18, donde se recoge la data obtenida de la encuesta de la pregunta filtro (Pregunta 4) el 83% respondió que, si compran juguetes didácticos lo que representa 288,825 posibles consumidores.

Tabla N° 18: Cálculo del Mercado Disponible.

Mercado Disponible (MD)		
Para estimar el mercado disponible emplearemos la pregunta filtro.		
Fórmula	= MP * Pregunta filtro	
MP	347,982	
Pregunta 4, Si	83%	
MD	288,825	clientes

Elaboración Propia.

Como ya se ha indicado, nuestro negocio ofrecerá a la venta juguetes didácticos fabricados a base de plástico, el cual se encuentra totalmente libre de plomo que además será certificado por la DIGESA, según normativa vigente, como valor agregado estamos buscando personalizarlos, en el cuestionario se está considerando la siguiente pregunta, para poder establecer el mercado efectivo:

Si su respuesta es por sus componentes

¿Le gustaría comprar juguetes libres de plomo, pero personalizados con una historia del personaje coleccionables?, (Pregunta8)

El cálculo del mercado efectivo se detalla en la tabla N° 19.

Tabla N° 19: Cálculo del Mercado Efectivo

Mercado Efectivo (ME)		
Para hallar el mercado Efectivo emplearemos la pregunta de aceptación		
Fórmula	ME	= MD * Pregunta de aceptación
A) Si		85%
B) No		15%
		ME= 245,501

Elaboración: Propia

Como se observa el 85% dijo que si, lo que representa 245,501 posibles consumidores.

J&J E.I.R.L ofrecerá juguetes didácticos aun nuevo mejor precio en el mercado, esperamos alcanzar una cuota de participación del 5%, el total de clientes de nuestro mercado objetivo se detalla en la tabla N° 20.

Tabla N° 20: Calculo del Mercado Objetivo (MO)

Hallando el Mercado Objetivo (MO)

Para hallar el mercado Objetivo, debemos definir cuál será nuestra participación de mercado que queremos, y hemos llegado a la conclusión de que esperamos alcanzar una cuota de participación del 5%

Fórmula $MO = ME * \text{participación de mercado}$

Captación de mercado 5%
 Estimación de ventas M. $MO = 12,275.05$ clientes

Elaboración: Propia

Definido el mercado objetivo, se procede a estimar el consumo per cápita, para lo cual se emplea la pregunta Nro. 11 ¿Cuántas compras de juguetes didácticos realiza?, lo cual se detalla en la Tabla N° 21.

Tabla N° 21: Resultado porcentual de la pregunta N° 11 de la encuesta aplicada por la empresa J&J E.I.R.L.

Mes	Porcentaje
1 veces	45.80%
2 veces	39.40%
3 veces	14.80%

Elaboración: Propia.

Con la data obtenida de la pregunta N° 11, se procede a detallar en la Tabla N° 22 el número de veces que comprarían los clientes nuestros productos durante el mes.

Tabla N° 22: Cálculo del consumo Per cápita de los clientes.

Porcentaje	Frecuencia	Ponderación
45.80	1	0.46
39.40	2	0.79
14.80	3	0.44
Veces por mes		1.69
Consumo Per cápita		1.69

Elaboración: Propia.

Finalmente, para realizar el cálculo de la demanda, se detalla en la tabla N° 23, la cual se multiplica el factor de consumo per cápita con el mercado objetivo, obteniendo la demanda anual estimada, para nuestro producto.

Tabla N° 23: Cálculo de la demanda.

Calculando la demanda de los dinosaurios de juguetes para el proyecto:		
Demanda		
(D)	= MO*CPC	
D=	20,745	unidades

Elaboración: Propia.

En la tabla N° 24, se detalla la proyección de la demanda a 5 años a partir del 2021 hasta el 2025.

Tabla N°24: Estimación Consumo Per cápita

ESTIMACION DE LA DEMANDA E INGRESOS DEL AÑO 2021 AL 2025						
Factor	Universe	2021	2022	2023	2024	2025
		10,580,900	10,792,518	11,008,368	11,228,536	11,453,106
0.03	MP	347,982	354,941	362,040	369,281	376,666
0.83	MD	288,825	294,601	300,493	306,503	9,506,078
0.85	ME1	245,501	250,411	255,419	260,528	9,735,140
0.05	MO	12,275	13,257	14,318	15,463	16,700
Frecuencia CPC		1.69	1.69	1.69	1.69	1.69
Demanda (Ventas)		20,745	22,404	24,197	26,133	28,223
Ingresos Proyectados. S/20x und.		S/. 414,896.75	S/. 448,088.49	S/. 483,935.57	S/. 522,650.41	S/. 564,462.44

Elaboración Propia

3.3.3. Análisis de competitividad y benchmarking

Benchmarking

Estableceremos el Benchmarking competitivo en el cual se toma como referencia productos, servicios o proceso de trabajo de las empresas líderes (Mejía, 2001), para compararlos con nuestros productos y realizar mejoras para implementarlas en la empresa.

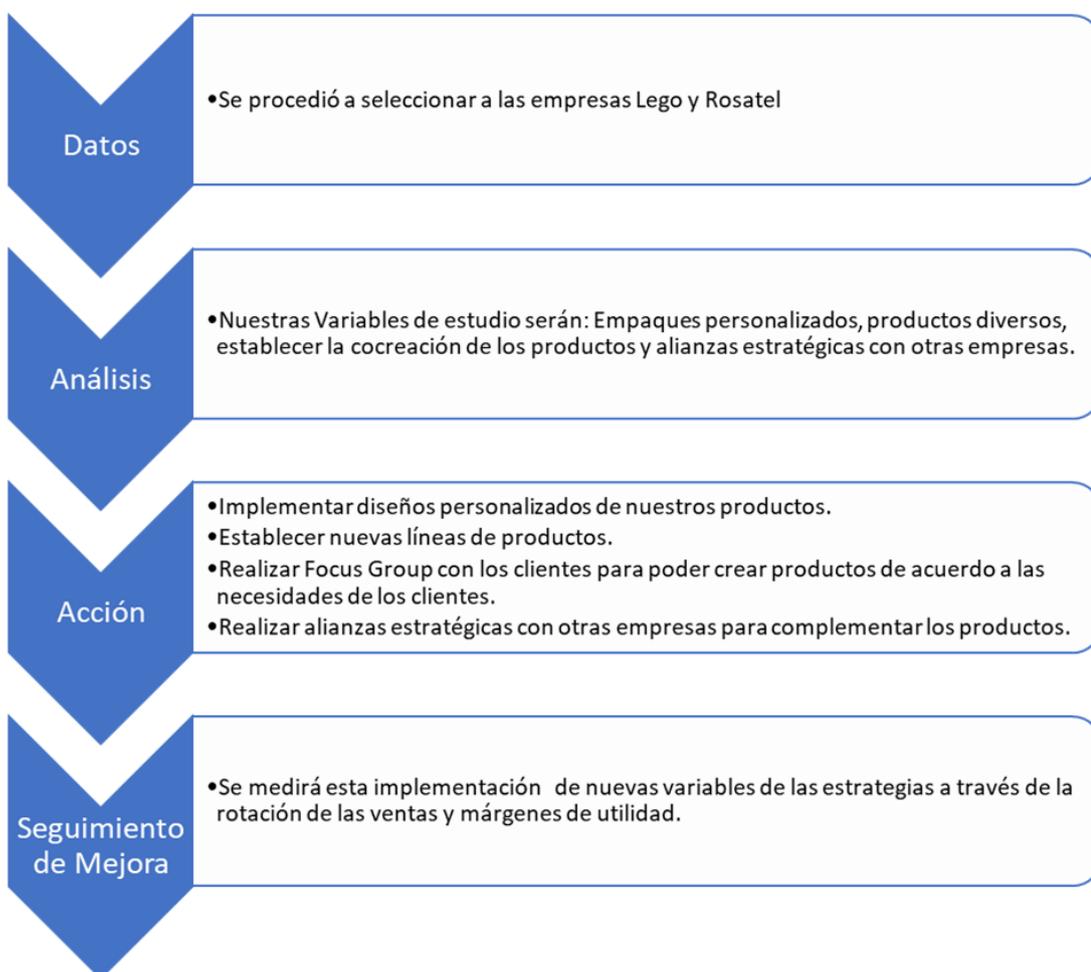


Figura N° 17: Diagrama de flujo para la Estrategia de Benchmarking para J&J E.I.R.L. / Elaboración propia.

Teniendo en consideración nuestro modelo de negocio, se ha tomado la decisión de analizar a las empresas de LEGO y ROSATEL, las cuales son líderes en sus rubros, siendo la figura N° 17 la que explica los procesos que deben llevarse a cabo para obtener resultados favorables en nuestra empresa.

Las variables para analizar de cada empresa se detallan en la tabla N° 18, siendo la cocreación de productos aplicada actualmente solo por la empresa LEGO.

Tabla N° 25: Variables analizadas para LEGO y ROSATEL.

Tipo Benchmarking Competitivo		Empresa	
		Legó	Rosatel
1	Empaques personalizados	x	x
2	Productos diversos	x	x
3	Establece la co-creación de sus productos con los clientes	x	
4	Alianza Estratégicas con otras empresas	x	x

Elaboración: Propia

Informe de Benchmarking

- 1) Los empaques deben ser atractivos para los niños cajas o bolsas personalizadas con historias.
- 2) Se tiene que proyectar una línea de productos con nuestra marca podría ser toma todo, cartucheras, relojes pulseras.
- 3) Con ayuda de los clientes se pueden crear historias y nuevos diseños para dinosaurios u otros productos, y el mejor diseño será premiado y publicitado en nuestra página con la debida premiación.
- 4) Realizar alianzas estratégicas con otras empresas para complementar nuestro producto podría ser con una empresa de área educativas, comida rápidas, cines etc.

3.3.4. Análisis de precio de importación

Elección del Producto

La elección del producto para la importación aparte de los atributos que tiene para nuestro mercado objetivo es:

La subpartida nacional del producto: **9503.0093.90** Tiene beneficio arancelario ya que el producto al venir de China su arancel base es de 9%, actualmente ya está liberado al 100%, con lo que el ad-Valorem actualmente es de 0 % como se muestra en la Figura N° 18 a continuación:

Figura N° 18: Convenios Internacionales para la P.A. 9503.0093.90

Ingrese la partida XXXXXXXXXXX, X es una de las 10 cifras de subpartida nac. no considere puntos. **CODIGO** : 9503009300

Ingrese la descripción de un producto sin tildes ni puntuaciones **DESCRIPCION** :

CONVENIOS INTERNACIONALES

SECCIÓN: XX : MERCANCIAS Y PRODUCTOS DIVERSOS
CAPITULO: 95 : Juguetes, juegos y artículos para recreo o deporte; sus partes y accesorios
95.03 Los demás juguetes; modelos reducidos a escala y modelos similares, para entretenimiento, incluso animados; rompecabezas de cualquier clase.
9503.00.93.00 -- Que representen animales o seres no humanos

PAIS	CONVENIO INTERNACIONAL	P.NALADISA	T.MARGEN	FECHA DE VIGENCIA	ARANCEL BASE/PREFERENCIAL	PORCENTAJE LIBERADO ADV	OBSERVACION
CHINA	805 - TRATADO DE LIBRE COMERCIO PERU - CHINA			01/01/2015-31/12/9999	9%	100%	

Fuente Sunat.

Al elegirse el producto para realizar su importación se tuvieron 2 opciones en cuanto su presentación. A continuación, se detalla las dos opciones de presentación para la elección de su importación:

- a- La primera presentación es una caja con medidas 16 X 11 X 17 cm de que contiene 1 producto desarmable, su precio FOB China es de USD 1.06, el cual se detalla en la figura N° 19.

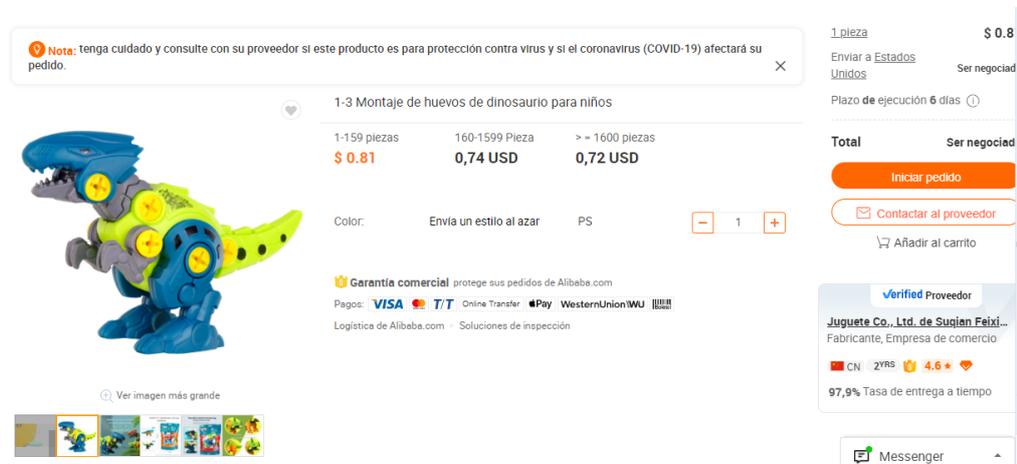
Figura N° 19: Dinosaurio de Plástico Desarmable, presentación en caja de cartón



Fuente: Alibaba.com

b-La segunda presentación es una bolsa cuyas medidas son: 18 x 12 cm, en el cual contiene un solo producto. Con precio FOB de USD0.72 cada uno, detallado en la figura N° 20.

Figura N° 20: Dinosaurio de Plástico Desarmable, presentación en bolsa de plástico.



Fuente: Alibaba.com

Elección del segundo Modelo

El segundo Modelo al tener un precio unitario de USD 0.72 \$ FOB NINGBO, Incoterms® 2020, es el elegido para la importación en nuestro negocio por las siguientes razones:

- Tiene un costo más competitivo que la primera opción.
- Al llegar embolsados tiene menos peso que la primera opción y nos facilita la unitarización y manipulación de estos, por tal motivo los costos de toda la cadena logística serán menores.
- Cotizando 60 cajas tenemos un USD 0.72 \$ FOB NINGBO por cada producto, esto nos permitirá que para la segunda importación del producto comprando más cantidad según proyección de ventas poder negociar un mejor precio con el proveedor.

3.3.5. Análisis y determinación de formas de distribución

Forma de distribución

J&J E.I.R.L, ha toma la decisión de aplicar una estrategia de distribución selectiva, la cual se usa cuando se distribuye artículos de calidad y de precios intermedios (IZQUIERDO, 2018) y aplica los sistemas de distribución mencionados en la tabla N° 26.

Tabla N° 26: Sistemas de distribución de la empresa J&J E.I.R.L.

Tipo de Sistema	Descripción
Sistema horizontal	Es buscar alianza estratégica entre empresas que persiguen nuevas oportunidades de marketing (Kotler & Gary, 2008).

Sistema híbrido de distribución o sistema multicanal	Se busca utilizar dos o más canales para llegar a más segmentos de consumidores, o que nos permita incrementar nuestras ventas (Kotler & Gary, 2008).
--	---

Elaboración Propia.

Canales de distribución

(Kotler & Gary, 2008), Define el canal de distribución, como el grupo de entidades que interceden para lograr colocar un producto a disposición del cliente o usuario final, para el caso de la empresa J&J SAC, se ha optado por desarrollar un canal directo, debido a que, se pondrá en contacto directo con los clientes a través del uso de redes sociales comerciales (Facebook, Instagram), página web y WhatsApp Business y el producto será entregado a ellos a través de opciones como Globo, Rapid o Savar Express, este proceso se detalla en la figura N° 21.

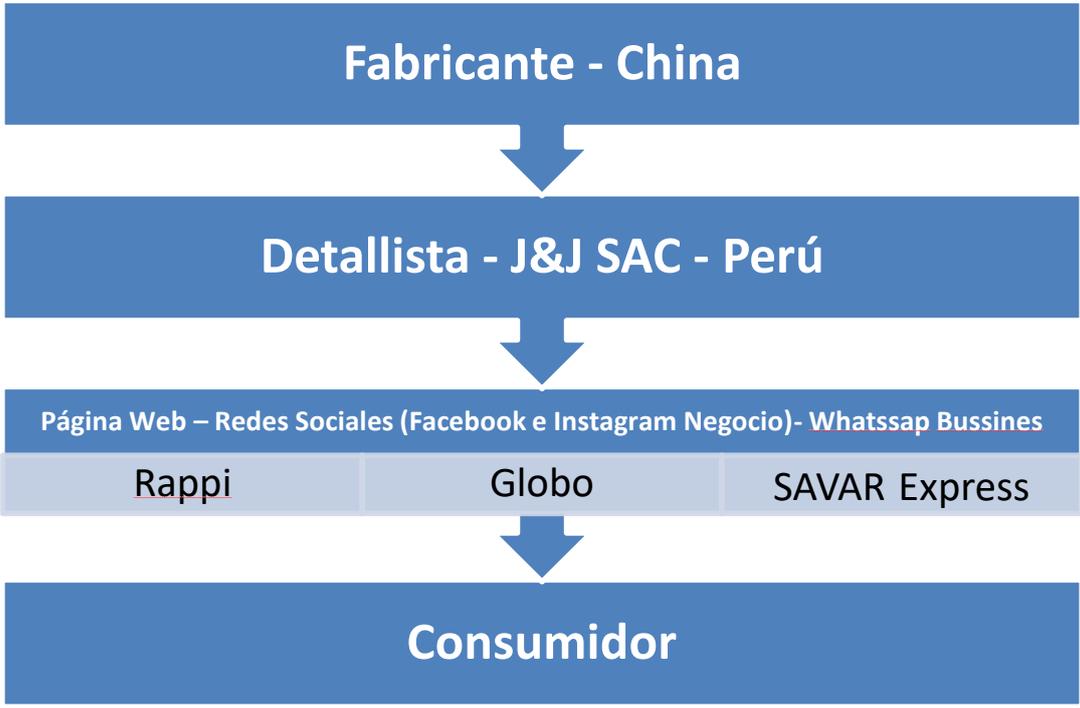


Figura N° 21: Canal de Marketing de J&J E.I.R.L.

3.3.6. Análisis del entorno

3.3.6.1 Análisis macro ambiente (PESTEL)

Política

La política internacional ejercida por el Perú, especialmente los TLC permiten reducir las barreras arancelarias y obtener precios competitivos para ambos países, solo en la región somos el segundo país en las inversiones chinas en la región. En el tema de importaciones las empresas chinas son nuestros principales proveedores (GESTIÓN, 2019).

Económica

El plan Reactiva país inyectó liquidez a las empresas con tasa de interés preferenciales lo cual, sirvió para que muchas empresas se mantengan el mercado y continúen con su cadena de pagos (GESTIÓN, 2020). Como ya se ha mencionado, nuestro principal inversionista es el gobierno chino y es el país que más rápido controló la pandemia y reactivó de manera inmediata su economía, demandando materia prima para sus industrias y productos diversos, esta demanda propicia que nuestra economía se reactive para el próximo año (GESTIÓN, 2020).

Demográfico

La población pobre en el Perú es la rural la cual asciende a 6,987,056 habitantes y la población vulnerable a la pobreza 10,463,824 habitantes, sin embargo, la población no pobre es de 14,675,390 habitantes, esto obliga al gobierno en prepararse en asignar mejor los recursos, reducir la pobreza y

mejorar según las naciones unidas el IDH (Índice de desarrollo humano) de la nación (Paucar, 2020).

Social y Cultural

Las sociedades cambian sus costumbres luego de la pandemia, muchas personas se acostumbran a seguir reglas. Los países latinoamericanos acostumbrados a ser efusivos en sus saludos cambiarán sus hábitos. La unidad familiar será reivindicada después del confinamiento, como el aporte emocional que nos permitió sobrevivir en tiempos de crisis y estos valores se mantendrán en las familias por varios años. Esto se puede ver reflejado en el estudio realizado por (CCR COURE , 2020), en el cual 84% de la población indica que ha pasado una experiencia familiar buena.

Tecnologías

La pandemia del Covid 19, ha obligado a las economías a realizar grandes cambios tecnológicos, para poder operar. Se dice que la cuarta revolución industrial llegó y que los países que no implementen mejoras en sus redes de comunicación, inteligencia artificial, internet en la mejora de sus procesos, no sobrevivirán en una economía POST COVID. Esta aumentaría el teletrabajo, las transacciones virtuales, compras online, capacitación y educación remota; la inteligencia artificial y el Big data se posicionarían como la nueva fuente de riqueza a explotar por los datos de los consumidores. En cada transacción que efectúan, los likes que dan a una página, dejan información importante para diseñar estrategias de respuestas para las empresas a sus consumidores y creación de nuevos productos y servicios (<http://repositorio.ual.es/>, 2020).

Las empresas están obligadas a agilizar sus procesos de adaptación y digitalizarlos a fin de seguir operando, sin embargo, algunas empresas en el Perú que a simple vista deberían estar preparadas para el cambio, se han visto sobrepasadas por las circunstancias (CCR CUORE, 2020).

Ecología

El confinamiento de la población permitió tener un impacto positivo en la naturaleza, lo cual crea un cambio en la actitud de las personas por preservar el medioambiente y tener una cultura ecológica al momento de comprar un producto. Los bancos centrales de los principales países del mundo están afirmando que es la oportunidad perfecta para diseñar una economía que sea equilibrada con el medio ambiente (GESTIÓN, 2020).

Legal

Las mejoras en las leyes de protección a los derechos intelectuales y marcas por parte de Indecopi y el respeto a los contratos internacionales en tiempo de COVID 19, ha demostrado una confianza en el país por parte del empresario.

De la misma forma se ha agilizados procesos en sectores muy importantes en el comercio exterior con la promulgación del decreto legislativo 1492, que tiene como finalidad promover y asegurar la reactivación de nuestra economía (Gobierno del Perú, 2020).

3.3.6.2 Análisis microambiente

La empresa:

Por ser una empresa nueva y de pocas áreas administrativas es más fácil coordinar nuestras metas y objetivos.

Los proveedores: Trabajamos con proveedores internacionales en el caso de nuestro producto, que son en su gran mayoría de origen chino, por lo que existe una gran cantidad de empresas que pueden proporcionarnos el producto a un precio competitivo.

Los intermediarios

Tenemos dos tipos de intermediarios

- **Distribución:** Empresas como Globo, Savar Express y Rapid entregaran nuestros productos en zonas alejadas a nuestro almacén y realizara una mejor cobertura de manera oportuna, cada vez hay más empresas de reparto por lo cual el precio se mantiene estable.
- **Difusión:** Utilizaremos plataformas virtuales y redes sociales para poder llegar al consumidor, esta se ha convertido en la forma más económica y ágil de publicidad

Los clientes

- **Mercados de consumidores:** Son consumidores finales dispuestos a comprar el producto para utilizarlo de forma inmediata.
- **Mercado de negocios:** Son personas que compran el producto para revenderlo a un mayor precio.
- **Mercado de sector público:** Si alguna entidad del estado decide adquirir nuestro producto para albergues, colegio, etc.

Públicos

- Publico financiero: Las entidades financieras, podrán evaluar en un futuro el desempeño financiero de nuestra empresa para poder otorgarnos un crédito.
- Publico de medios de comunicación: Las revistas, periódicos y redes sociales, pueden ejercer una opinión a favor o en contra de nuestra empresa.
- Publico gubernamental: Entidades del estado como la SUNAT.
- Publico de acción ciudadana: Ambientalistas, podrían solicitar apoyo a la empresa en crear una conciencia ecológica a nuestros clientes.
- Publico locales: Juntas vecinales que opiniones tendrían de nuestra sede administrativa y almacén en su distrito como vecino.
- Público en general: La imagen que tiene el público con la empresa
- Publico Interno: Como percibe nuestros trabajadores el clima laboral de la empresa.

3.4. Estrategias de venta y distribución nacional

En la tabla N° 27 se desarrolla el análisis FODA para la empresa J&J E.I.R.L.

Tabla N° 27: Análisis FODA para la empresa J&J E.I.R.L.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
------------	-------------

<p>F1: Solo se necesita una inversión moderada de aproximadamente S/97,711 como máxima inversión.</p> <p>F2: Los materiales para fabricación de nuestros productos son de buena calidad.</p> <p>F3: Nuestro personal tiene amplia experiencia en los temas marketing digital y logística.</p> <p>F4: Adaptarnos rápidamente a las preferencias de nuestros consumidores.</p>	<p>D1: Dificil acceso de créditos bancarios para empresas nuevas.</p> <p>D2: Ser nuevos en el mercado de juguetes didácticos</p> <p>D3: No tener una tienda física.</p> <p>D4: No contar con local propio.</p>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>O1: El 20% del total de juguetes vendidos son didácticos.</p> <p>O2: Las personas buscan comprar juguetes personalizados.</p> <p>O3: Son pocas empresas peruanas que se dedican al rubro de juguetes didácticos personalizados.</p> <p>O4: Se incremento las compras online.</p>	<p>A1: Al no requerir mucha inversión es fácil que nuevas empresas ingresen al mercado.</p> <p>A2: Cambio en los gustos y preferencias del mercado.</p> <p>A3: Cambio en las certificaciones sanitarias por parte de DIGESA.</p> <p>A4: Cambio tecnológicos.</p>

Elaboración Propia

3.4.1. Estrategia de segmentación

- Geográfica: Lima metropolitana, Lima Norte.
- Demográfica: Población ambos sexos entre 18- 55 años.
- Conductual: Buscan productos personalizados.

3.4.2. Estrategia de posicionamiento

Posicionamiento buscado: Estableceremos las características como familiar, educativo, rapidez, tecnológico, personalizado con las que nos tiene que recordar el consumidor.

3.4.3. Estrategia de ingreso al mercado:

		MATRIZ ANSOFF	
		PRODUCTO	
		ACTUAL	NUEVO
M E R C A D O	A C T U A L	Estrategia de penetración de mercado	Estrategia de desarrollo de producto
		Mas ventas por cliente y quitarle cliente a la competencia	Nuevo productos a clientes actuales
	N U E V O	Estrategia de desarrollo de mercado	Estrategia Diversificación
		Nuevos segmentos, mercados nuevos , nuevos territorios	Nuevos productos a clientes nuevos
		Nuevos canales	

Figura N° 22: Matriz ANSOFF / Fuente: (Contabilidad y Negocios, 2006)

En la figura N° 22, se muestra la matriz Ansoff acondicionada para la empresa J&J E.I.R.L., la cual utilizaría la estrategia de vender más a nuestros clientes y quitarle clientes a la competencia.

3.4.4. Estrategia de distribución comercial

Estrategia multicanal: Nuestro cliente debe tener la misma experiencia si lo compran por Facebook, Instagram o directo (López-Quesada, 2016).

3.4.5. Estrategias de Branding

Contenido: Fomentar la unión familiar a través de juegos didácticos.

Coherencia: Trabajar en la elaboración de historias de nuestros personajes que fomente valores a los niños.

Consistencia: Al momento de desarrollar nuevos productos no olvidar fomentar siempre la unión familiar y la educación.

Firmeza: Al ser una marca que utiliza los canales online debemos saber atender de manera eficientes sugerencias y reclamos de clientes con la misma energía que vendemos.

Confianza: Generar al cliente la seguridad en la calidad de nuestro producto y la atención post venta.

3.5. Estrategia de promoción nacional

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

Estableceremos una estrategia de empuje: hacer publicidad a través de canales digitales de docentes de inicial o programas educativos online. Realizar webinars de la importancia de los juguetes didácticos para la educación del niño y promocionar nuestro producto.

Estrategia de atracción: Una vez que el padre o el niño vean nuestros productos en estos canales o webinars se sentirá atraídos a realizar la compra.

3.5.2. Propuesta de valor

Nuestra propuesta de valor es la unión familiar y la educación a través de juegos entre padre e hijos que compartan un momento juntos, contando las historias de los personajes de nuestros juguetes, verificando juntos los video e imágenes QR, coleccionar y armar los dinosaurios didácticos. De esta manera ellos recogerán esos momentos felices que pueden volver a experimentar en la próxima compra, esto fideliza al cliente y obtendríamos su recomendación a sus amistades o comentarios positivos en redes.

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

Estrategia de marketing de contenidos: Utilizar webinar de educación con juguetes didácticos, hacer publicidad en canales digitales de docentes de educación inicial.

3.6. Política de estrategia de precios

Política de costos: Al ser nuestro proveedor de China, los precios de nuestro producto del rubro de juguete no pagan arancel y permite reducir el costo y llegar con un precio competitivo al mercado frente a la competencia.

IV. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

4.1. Envases, empaques y embalajes

Los envases y embalajes son herramientas poderosas en los negocios, que pueden contribuir en el incremento de las ventas y reducción de costos logísticos (García Arca & Prado, 2008).

Para la importación del producto se investigaron los siguientes datos proporcionados por el proveedor en China referentes a su logística:

- Envase: Bolsa de plástico que contiene el producto
- Empaque: Caja de cartón que contiene las bolsas de los productos
- Embalaje: El Pallet unitarizando la carga con el Film de embalaje

Se proporciona imágenes e información sobre el envase y embalaje proporcionado por el proveedor desde China en la figura N° 23, N° 24 y N° 25:



Figura N° 23: Medidas del producto / Fuente: Alibaba



Figura Nº 24: Envase del producto / Fuente: Alibaba

Especificación

artículo	valor
Tipo	Otros juguetes educativos
Lugar de origen	China
	Jiangsu
Nombre de la marca	feixiang
Número de modelo	PZ803
Color	Imagen mostrada
Años	3 años +
Embalaje	Ensacado

Embalaje y entrega



Para garantizar mejor la seguridad de sus productos, se proporcionarán servicios de embalaje profesionales, ecológicos, convenientes y eficientes.

Detalles Rápidos

Tipo: Otros juguetes educativos
Lugar de origen: Jiangsu, China
Número de modelo: PZ803
Años: 3 años +
Peso del Producto: 0,089 kg
Tamaño del cartón: Los 64 * 51 * 56cm

Rango de edad: 2 a 4 años, 5 a 7 años
Nombre de la marca: feixiang
Color: Imagen mostrada
Embalaje: Ensacado
Cantidad de embal... 160 piezas
NW / GW: 16,3 kg / 13,9 kg

Empaquetado y entrega

Unidades de venta: Objeto unico
Tamaño de paquet... 17X5X23,5 cm
Peso bruto único: 0,300 kilogramos

Tiempo de espera ^(?)

Cantidad (piezas)	1 - 160	> 160
Est. Tiempo (días)	6	Ser negociado

Figura N° 25: Modelo del Empaque / Fuente: Alibaba

4.2. Diseño del rotulado y marcado

4.2.1. Diseño del rotulado

Como se aprecia en las imágenes, el proveedor ofrece las cajas sin rotulado y marcado.

El rotulado del producto se realizará en las instalaciones de la empresa, el cual será colocado sobre el envase con la información detallada en la figura N° 25, a fin de cumplir con la normativa vigente de la ley N° 28376:

Importado por: J&J SAC
Ruc del Importador: 10475927911
Dirección del Importador: Avenida California Mz C3 LT 32, Ventanilla Callao
Made in: CHINA
Registro Nacional: 01476-08-JUE-DIGESA.
Autorización Sanitaria: 4965-2020/DCEA/DIGESA/SA
Edad Recomendable: Apto para niños de 3 años a más.

ADVERTENCIA

1. **Contiene partes pequeñas que podrían producir asfixia.**
2. **Utilizar bajo supervisión de un adulto.**
3. **Quitar etiqueta, sujetadores y bolsas, antes de entregar el juguete a sus niños**
4. **Mantener Lejos del fuego**
5. **No utilizar otros materiales que los suministrados en el juguete**

Un pictograma circular que muestra un bebé con un chupete en la boca, con una línea diagonal roja que cruza el círculo desde la esquina superior izquierda hasta la inferior derecha. Debajo del círculo, se encuentran los números "0-3". Este símbolo indica que el producto no es apto para niños menores de 3 años debido al riesgo de asfixia.

Figura N° 26: Diseño del Rotulado para la empresa J&J E.I.R.L.

Elaboración: Propia / Fuente: (DIGESA, 2007)

4.2.2. *Diseño del marcado*

- País de Origen: China
- Marca del embarcador: Shipper
- Datos del consignatario: J&J SAC
- Pictograma de manejo de la carga: Con dirección hacia arriba
- Puerto de destino: Callao
- Numero de bulto:

- Peso bruto: 978 kilos

4.3. Unitarización y cubicaje de la carga

Los siguientes datos son proporcionados en la cotización realizada por el Proveedor en China:

- 160 artículos por caja.
- 12 cajas por pallet.
- Se utilizarán 5 Pallets.
- Hacen un total de 9,600 unidades.
- Medidas del Pallet 1.20x96*200cm de alto.

unitarización y cubicaje, información proporcionado por el Proveedor en China.



Figura N° 27: Imagen de referencia Paletizado J&J E.I.R.L.

4.4. Cadena de DFI de exportación/importación

Para la importación de nuestra mercancía: Artículos de juguetes provenientes de Ningbo –China, hay que tener en cuenta que son 5 pallets y con ello entendemos que no es necesario solicitar un contenedor FLC (Contenedor Full container) lleno completamente por el Exportador.

Necesitamos un contenedor (LCL) Consolidado ya que solo pagaremos por el espacio que ocupa la carga dentro del contenedor; para ello debemos contactarnos con una agencia de carga internacional para que nos realice el servicio de traer nuestra carga desde China al Puerto del Callao.

Para empezar a cotizar con las agencias de carga es importante proporcionar los siguientes datos:

- Peso de la carga
- Medias de la carga
- Volumen de la carga

Con ello cotizamos el flete que nos va a cobrar la agencia de carga Internacional, es importante no solo cotizar el valor del flete, también se debe cotizar y negociar los costos que se originan cuando la carga llega a Perú.

Consultar y negociar con la agencia de carga internacional los costos en las siguientes Operaciones en nuestra cadena de DFI:

- Flete Internacional
- Handling
- Costo de almacenaje en Perú
- Días libres de almacenaje
- Servicios del depósito Temporal

- Comisiones de la agencia de aduana

El éxito de la cadena de DFI es que nuestra carga embarcada desde Ningbo China llegue a Perú en el tiempo acordado, en buenas condiciones, con los costos que hemos negociado con nuestra agencia de carga Internacional, con la documentación correcta por parte de nuestro proveedor y agencia de carga internacional.

Indicaremos a nuestro Proveedor en China que la carga sea paletizada, el costo de la carga aumentara por ser paletizada, pero se toma esa decisión porque de embarcarse solo en cajas, la carga corre el riesgo de dañarse durante la travesía y dañarse también al llegar al depósito temporal. Ya que al ser primerizos importadores nuestra carga pasará por canal rojo y las cuadrillas manipularan nuestra carga y lo más probable sufra daños.

Nosotros programamos el recojo de la mercadería por parte del embarcador, el embarcador nos indica la fecha que podemos recoger la mercadería.

El embarcador nos cobrara el transporte interno por recoger la mercadería en las instalaciones del proveedor para ser transportada hasta el puerto del callao.

En caso nuestro proveedor lleve la mercadería hacia el almacén del embarcador, Indicaremos a nuestro proveedor en qué lugar de China se va a realizar la recepción de la carga para que pueda ser embarcada hasta el puerto del Callao.

Embarque de la mercadería

El embarcador nos da una fecha máxima para la recepción de la carga dentro del contenedor LCL, realizándose el embarque aproximadamente dos días después.

Durante el viaje la naviera emite el BL Máster a nombre de la agencia de carga internacional y la agencia de carga internacional emitirá los BI hijos a nombre de los consignatarios del contenedor LCL.

Aviso de Arribo de la carga

La agencia de carga internacional, 7 días antes de la llegada de la carga nos emite el documento aviso de llegada donde nos indica la fecha de llegada de la nave; esa fecha permitirá a nuestra empresa coordinar con la agencia de aduana para iniciar el trámite de la nacionalización de la carga y poder retirarla de los depósitos temporales.

Los montos para cancelar a la agencia de carga por sus servicios son:

- Flete
- Handling
- Visto bueno
- Emisión de BL

Cancelado los montos a la agencia de carga internacional nos emitirá el BL para poder iniciar la nacionalización de nuestra carga para retirarla y llevarla a nuestras instalaciones.

Al arribar la carga, la mercancía se dirige al depósito temporal, donde este transmitirá la tarja para que la agencia de aduana pueda emitir el volante e informar sobre el estatus de esta.

Al no ser un importador frecuente e importar una carga restringida, es muy probable que nuestra carga sea asignada a un canal de control rojo, por lo que deberá pasar por aforo físico.

Haremos seguimientos constantemente con nuestra agencia de aduanas en el proceso de la nacionalización de nuestra carga y también para la coordinación del aforo, ya que existen casos en que las agencias de aduanas no se presentan en los aforos físicos en la fecha indicada por Sunat Aduanas, el depósito temporal vuelve a programar el aforo físico pero estos movimientos de la carga genera doble costos por el mismo concepto y nuestra empresa tendría que cancelarlos para que el depósito temporal nos permita retirar la carga después de obtenido el levante perjudicando en tiempo de entrega y costos para nuestro negocio de importación.

Otorgado el levante por parte de SUNAT Aduanas, coordinamos con nuestra agencia de aduanas para el retiro de nuestra carga. Corroborando el estado de nuestra carga desde su salida del depósito temporal hasta nuestras instalaciones.

4.5. Seguro de las mercancías

¿Porque nuestra empresa debe asegurar la carga?

Si durante el transporte, la naviera daña la mercancía, se realizará el reclamo a la naviera y ellos responden: Citando las reglas de la Haya VISBY que es parte del derecho comercial internacional donde Perú está suscrito (ESPINEL CORNEJO, 2013).

- La naviera es responsable por el monto de \$ 2.76 por kilo.
- Nuestra mercancía pesa 978 kilos
- Si la naviera asume \$ 2.76 x kilo y nuestra carga pesa 978 kilos

- El monto que asumiría la Naviera sería: \$ 2,699.28
- Tomando en cuenta que el valor de nuestra carga es de \$ 6,912.

Entonces nos damos cuenta de que el no asegurar nuestra carga estamos perdiendo dinero y nuestro negocio.

Seguro de Tabla de SUNAT Aduanas

Varios importadores al iniciar su camino en las importaciones toman la decisión de no contratar una póliza de seguro e indican que solo dejaran que SUNAT aplique el seguro de tabla, de esta forma ponen en riesgo su carga en caso le suceda un daño, también existen muchos importadores que al iniciarse piensan que al asumir el seguro de tabla de SUNAT están obteniendo un seguro y aclaro que no es así, SUNAT solo pone ese valor para poder calcular los derechos y tributos de la importación y obtener la deuda tributaria aduanera.

Por ello nuestra empresa toma la decisión de contratar una póliza de seguro para nuestra carga.

Es importante para contratar una póliza de seguro sea de preferencia en el mercado local, verificar que la compañía aseguradora este supervisada por la Sociedad de Banca y seguros (SBS) Como mostraremos a continuación:



Inicio > Supervisados y registros > Empresas supervisadas > Directorio del sistema de seguros > Empresas de Seguros

Empresas de seguros

ENTIDAD	CARGO	FUNCIONARIO	DIRECCIÓN	TELÉFONO	FAX	FECHA ACTUALIZA
Interseguro	Presidente de directorio	FELIPE MORRIS GUERINONI	Av. Javier Prado Este 492 - Oficina 2601, San Isidro, Lima, Lima	6114700	6114720	03/07/2018
Interseguro	Gerencia general	GONZALO BASADRE BRAZZINI	Av. Javier Prado Este 492 - Oficina 2601, San Isidro, Lima, Lima	6114700	6114708	03/07/2018
Rimac Seguros	Presidente de directorio	ALEX PAUL GASTON FORT BRESCIA	Calle LAS BEGONIAS 475, San Isidro, Lima, Lima	4113000		22/07/2016
Rimac Seguros	Gerencia general	FERNANDO ALFREDO RIOS SARMIENTO	Calle Begonias 475 - Oficina 2, San Isidro, Lima, Lima	4111000		05/10/2018

Figura N° 28: Empresas aseguradoras / Fuente: (SBS, 2020)

En caso un importador desee contratar una empresa aseguradora internacional deberá tomar en cuenta que esta empresa tenga un liquidador donde ocurra el siniestro, es decir, puede que la empresa aseguradora que contratamos, si en caso no tenga presencia en el lugar donde ocurra el siniestro, sea en las rutas de transito de nuestra carga o en Perú tenga una empresa asociada que hará las veces de liquidador, se apersonara en el lugar donde ocurrió el siniestro, para verificar los daños que sufrió la carga, investigar cómo se realizaron los daños, realizar su informe para que los seguros se puedan pagar al beneficiario.

Al contratar la póliza de seguro con la empresa aseguradora para nuestra carga que viene desde Ningbo china seria de la siguiente manera:

- Contratante: Importador
- Asegurador: Compañía de Seguro
- Beneficiario: Importador

Las modalidades de asegurar la Mercancía por parte de las aseguradoras son la siguiente:

- De puerta a puerta: Desde el local del Exportador hasta el local del Importador
- Asegurar la mercancía en travesía: El seguro no es retroactivo, por lo que se puede asegurar la carga, sin importar que está ya se encuentre en tránsito a su destino final.

Nuestra empresa ha cotizado con el proveedor bajo FOB NINGBO, Incoterms® 2020, por lo cual vamos a asegurar la carga desde que esta ingresa al almacén de consolidación, puesto que desde este punto se podrían generar daños o pérdidas que es importante cubrir.

Lo que se le paga a la aseguradora es una prima, llamado así porque es un pago único, este pago hace que en el caso de siniestro sobre la carga el seguro indemnicé al beneficiario, según ASPESEG hay 6 empresas en nuestro país que brindan seguros de transporte, Rimac, CHUUB, Mapfre, Pacífico, Liberty y la Positiva (ASOCIACIÓN PERUANA DE EMPRESAS DE SEGUROS, 2019).

Cuando ocurre el siniestro, la aseguradora con sus peritos va insitu a revisar los daños, donde el beneficiario deberá presentar la documentación requerida. Operativamente en unos 30 o 45 días se recibe la indemnización producto de haber contratado el seguro.

Existen dos tipos de pólizas en el Comercio Internacional

Póliza Abierta o Automática

Este tipo de pólizas son para empresas que tienen continuamente importaciones y la aseguradora le da la ventaja, primas más favorables por el volumen debido al volumen transportado y primas a pagar mensualmente (PROMPERU, 2000). Luego de analizar este tipo de póliza entendemos que nuestra empresa no está en las condiciones para cumplir y obtener este tipo de pólizas ya que es nuestra segunda importación.

La póliza de seguro que seleccionaremos para nuestra importación desde Ningbo China a Callao Perú, será la póliza individual.

Póliza específica Individual

Este tipo de pólizas es para aquellos empresarios que tienen un bajo volumen de mercancías a transportar y que no lo hacen de manera continua (PROMPERU, 2000).

Escogeremos este tipo de póliza ya que no tenemos aún un volumen continuo de importaciones sucesivas.

¿Qué se va a asegurar?

Pagaremos:

La Prima de Seguro: Es el pago por el servicio de seguro

El deducible: Es la parte que no cubre el seguro

Valores Mínimos para asegurar debe ser:

El Valor CIF + 10 %

Valor CIF: FOB + Flete + prima de seguro y sobre esa suma un 10 % adicional.

Porque el 10 % adicional para cubrir no solo la carga también:

- Derechos aduaneros
- Gastos de almacén
- Honorarios de agente de aduanas

- Transportes locales.

Puede que ese 10 % adicional alcance a cubrir los costos mencionados anteriormente en su totalidad o parte de ello.

Hay que tener en cuenta que no va a existir compañía de seguro que asegure nuestra carga nomas del 110%.

V. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

5.2. Fijación de precios

5.1.1 Costos y precio

J&J E.I.R.L. ha analizado los precios de ventas de los juguetes desarmables didácticos en el mercado local, a fin de poder establecer un precio de venta competitivo, junto con ello se ha tenido muy en cuenta los costos involucrados en nuestras operaciones de importación y operaciones locales.

5.1.2 Cotización internacional

La empresa J&J E.I.R.L., ha solicitado cotizaciones a proveedores a través de la plataforma de Alibaba, obteniendo dos propuestas en los INCOTERM EXW y FOB:

- Cotización en EXW No.1, Lane 3, West of Shunfa Road, Longtian, Chenghai District, Shantou City, Guangdong Province.China,
Precio unitario 0.75 \$ c/u x 9,600 unid - TOTAL: 7,200 \$
- Cotización en FOB NINGBO, Incoterms® 2020, Precio unitario
0.72 \$ c/u x 9,600 unid - TOTAL: 6,912 \$

Después de realizar el análisis de las 2 cotizaciones facilitadas por el proveedor, se ha tomado la decisión de trabajar con el precio FOB, puesto que es más competitivo que el precio EXW del otro Proveedor.

Teóricamente se podría creer que cotizar en un precio EXW siempre se tendrá un precio más competitivo a comparación del FOB.

Los empresarios pueden ofrecerte un precio más competitivo en FOB a comparación que el EXW por la siguiente razón:

- Porque la empresa China al vender en FOB, aparte del valor de la mercancía, te vende el servicio de toda la cadena logística desde la estiba de la mercancía en su almacén, hasta coordinar la carga de la mercancía en el buque.
- La operación de la cadena logística en FOB le permite al vendedor en China aumentar su margen de ganancia por ello que te da un precio competitivo.
- Por ello que al cotizarle en EXW, ellos dan un precio distinto y en varias oportunidades mayor que el FOB, porque su cadena de operación logística disminuye notablemente y con ello su margen de ganancia.

Citando un ejemplo

Si un importador en Perú le encarga a un operador logístico le cotice el servicio de flete China-Perú y el desaduanaje para su carga. El operador logístico le dará un precio competitivo porque le toma los dos servicios, pero si luego el importador le pide le cotice solo los servicios de la agencia de carga porque consiguió una agencia de aduanas por su cuenta, el operador logístico le dará un mayor precio que en la primera cotización porque solo utilizara un servicio.

Cotizaciones

Concluido la evaluación del precio y selección del INCOTERM con el proveedor, se procedió a cotizar con dos agencias de carga el servicio de flete China-Perú, indicando a las dos empresas que nuestra factura será en términos FOB.

Queda totalmente descartado cotizar el servicio de agencia de carga para la cotización en EXW, ya que su precio en fabrica es mayor en comparación al precio FOB del otro proveedor.

5.3. Contrato de compra venta internacional (exportaciones/importaciones) y sus documentos

En cargas consolidadas normalmente no se utiliza contratos de compra y venta internacional, siendo los mismos proveedores en China reacios a formalizar uno.

Al realizar la compra dentro de Alibaba al momento de confirmar la compra y verificar la orden de pedido Alibaba genera un contrato dentro de su portal que lo celebra tanto el proveedor en China como el comprador.

Cabe mencionar que la empresa J&J E.I.R.L., propondrá formalizar un contrato de compra venta internacional, teniendo presente los siguientes puntos:

- Información del Comprador y Vendedor.
- Tipo de INCOTERM a utilizar ya la versión de este.
- Condiciones de pago.
- Forma de empaque y embalaje de la mercancía.

- Legislación y jurisdicción aplicable, en caso de controversia.
- Lugar de entrega de la carga.

5.4. Elección y aplicación del Incoterm

El Incoterm elegido para nuestra importación es el Incoterm FOB NINGBO, Incoterms® 2020.

Aplicación del Incoterm FOB NINGBO, Incoterms® 2020

Al elegir hacer la compra de nuestra carga bajo el INCOTERM FOB, la responsabilidad de nuestro proveedor sobre la carga y los costos que asume son los siguientes:

- Embalaje por parte de nuestro proveedor
- Cargar al camión –Pick Up
- Transporte en origen hasta la bodega de nuestra agencia de carga -INLAND y gestiones para cargar en el buque la mercancía.
- Asume los costos de control en Aduanas en China

Al elegir comprar en FOB la responsabilidad y costos por parte de nosotros como importador sobre la carga serán las siguientes:

- Flete internacional de la carga.
- Emisión de BL.
- Vistos buenos.
- Desconsolidación.
- Seguro sobre la carga.
- Agenciamiento de Aduanas.
- Tributos de la importación.
- Costos de almacenaje en el depósito Temporal.

- Transporte desde el depósito temporal hasta nuestro local.

En la figura N° 29, se detalla un pequeño resumen referente a los costos y riesgos que asumen el vendedor y comprador de la mercancía, para el Incoterms® 2020 FOB.



Figura N° 29: Resumen Incoterms® 2020 FOB, Fuente: (TIBA GROUP, 2020)

Operatividad del Incoterm FOB en nuestra Importación

Al decidir realizar nuestra importación con el Incoterm FOB NINGBO, Incoterms® 2020, asumiremos responsabilidad desde que la carga se encuentre sobre el buque y del transporte internacional de China hacia el puerto del Callao.

Al momento que solicitamos la cotización al agente de carga, podemos solicitar los gastos de llegada como:

- Visto buenos
- Desconsolidación de la carga
- Los costos del almacén con el que trabaja nuestra agencia de carga

A la llegada de la carga estos costos ya no nos van a sorprender porque ya se sabían previamente al negociar los servicios de la agencia de carga Internacional, esto nos permite armar de una mejor manera nuestro presupuesto de Importación.

Una vez contratado los servicios del agente de carga, nuestro proveedor en China debe llevar la carga a la bodega que indique nuestra agencia de carga en China en la fecha indicada, para que luego nuestra agencia de carga lo lleve consolidado (LCL) a bordo del buque de la línea naviera.

Nuestro agente de carga con representación en China se comunicará con el proveedor y le dirá los gastos de embarque que debe cancelarle y el proveedor cancelará esos gastos de embarque para que la operación pueda seguir fluyendo.

Una vez que la carga ha sido entregada en el almacén indicado para su consolidación y la carga se encuentre sobre el buque, a partir de ese momento la responsabilidad pasa sobre nosotros como importador.

Nuestra agencia de carga internacional nos comunicara 7 días antes de la llegada de la carga a través del aviso de llegada los costos de su servicio como:

- Flete Marítimo
- Emisión de BL
- Transmisión
- Visto Bueno
- Desconsolidación

Al cancelar los servicios a la agencia de carga internacional, nos enviara el BL y con ello ya podemos entregarlo a nuestra agencia de aduana para que tramite el desaduanaje de nuestra carga.

5.5. Determinación del medio de pago y cobro

En esta sección explicaremos el medio de pago y cobro de nuestra Importación a través del portal Alibaba; si bien existe varias formas de pago en el comercio Internacional y hay opciones que representarían ser las formas más seguras para nuestra importación, en la práctica la forma de pago lo determina aquel que tiene mayor poder de negociación que este caso es el proveedor en China.

Teniendo en cuenta que nuestro precio FOB de nuestra compra no supera los USD 6,000, no representa un margen para negociar un medio de pago por parte de nosotros con el proveedor en China.

La forma que trabajan los proveedores en China es que te exigen el 100 % de adelanto del pago para poder realizar la transacción de compra y venta, entonces el medio de pago que utilizaremos para nuestra importación será el pago adelantado a nuestro proveedor en China.

EL pago adelantado para personas que recién se inician en la importación genera dudas en el que puedan ser estafados y perder su inversión y que no sea exitosa la importación; para que el pago adelantado no represente un alto riesgo para nuestra importación, se realizara las siguientes acciones:

- Se busca proveedores que estén verificados por Alibaba y ello representa que Alibaba verifico la existencia de la razón social del proveedor y todo su proceso de venta de la empresa.
- Se verifica que los proveedores cuenten con garantía de comercio por parte de Alibaba, significa que la plataforma de Alibaba asegura su compra, esto disminuye tremendamente el riesgo porque la transacción se hace a través de la misma página de Alibaba. Entendemos que si hay algún problema con el proveedor que incumplió con la entrega de la mercadería, se presenta el reclamo a Alibaba, será tomado el reclamo presentado la documentación que demuestra nuestra razón y será devuelto el dinero.
- Se verifica que el proveedor tenga volumen de compra por parte de sus clientes, ello nos indica que es una empresa que realiza varias ventas y que por ello no buscare perjudicarse incumpliendo transacciones dentro de su giro de negocio.
- Se verifica cuantos años tiene el proveedor en la plataforma de Alibaba vendiendo y cuál es la calificación que tiene por parte de sus clientes.
- Verificar que cuente con certificaciones la empresa
- Verificar la página web del proveedor

Es importante exista congruencia bancaria, es decir, que, si el proveedor tiene un nombre, el titular de la cuenta bancaria deba tener el mismo nombre; han existido estafas que el titular de la cuenta difiere al titular de la empresa.

Algunos proveedores se justifican que las comisiones bancarias por recibir tus transferencias son muy altas y que ellos no las pueden pagar porque no le es rentable, eso hace riesgoso el pago; de presentarse ese caso le preguntamos al proveedor cuanto le cobra de comisión su banco y nosotros asumimos la comisión de su banco.

No debemos utilizar pagos por Western Unión y Money Gram, en la boleta del giro no prueba ninguna transacción de compra y venta, los cual en caso de tener un ajuste de valor por parte de la aduana no, podremos sustentar lo pagado. Se tiene presente que la nueva normativa nos obliga para valores mayores de USD 2000 FOB, realizar pagos a través de medios financieros.

Momento de hacer el pago a nuestro proveedor

Las transferencias son a través de Swift bancario donde se involucran el banco peruano que trabajamos nosotros y el banco de nuestro proveedor en China través de la plataforma de Alibaba. Hay que tener en cuenta que la plataforma de Alibaba solo permite como monto máximo por transferencia hasta USD 5000, para nuestro caso haremos 2 transferencias que sumen nuestro monto que es de 6,912

5.6. Elección del régimen de exportación o de importación

Al realizar la compra desde nuestro proveedor en China, la mercancía ingresará a territorio Aduanero de nuestro país, ese ingreso será bajo el régimen aduanero de importación para el consumo.

Existen tres tipos de Régimen Aduanero de ingreso dentro de nuestra legislación aduanera, nombraremos brevemente cada uno de ellos y explicaremos cual elegimos (SUNAT, 2020) .

- Admisión temporal para reexportación en el mismo Estado

Son para mercancías que ingresan a territorio nacional por un determinado tiempo y luego deben retornar al extranjero. No pagaran tributos por la razón que no se quedaran definitivamente en el país, pero si se deben garantizar los tributos aduaneros. No perderán su condición de mercancía extranjera porque retornarán a su país de origen (SUNAT, 2020).

- Reimportación en el Mismo Estado

Régimen Aduanero que permite el ingreso al territorio aduanero de mercancías exportadas definitivamente, sin el pago de derechos arancelarios y demás impuestos aplicables a la importación para el consumo (SUNAT, 2020) .

- Importación para el Consumo

Régimen aduanero que permite el ingreso de mercancías al territorio aduanero para su consumo, luego del pago o garantía, según corresponda, de los derechos arancelarios y demás impuestos aplicables que luego de obtener el levante la mercancía se nacionaliza (SUNAT, 2020) .

De lo indicado en los párrafos precedentes, correspondería destinar la carga al régimen de importación para el consumo, puesto que los productos ingresarán a territorio nacional para ser comercializados.

5.7. Gestión aduanera del comercio internacional

Este año la ley general de aduanas indica que las mercancías deben ir a despacho anticipado de manera obligatoria, pero dentro de las excepciones están las mercancías restringidas. Nuestro producto es restringido y debe obtener la autorización de DIGEMID, a pesar de estar excepto a la obligatoriedad de trabajarse como anticipado, se solicitará a la agencia de aduana que nos representa destinar bajo esta modalidad, a fin de poder conocer el canal de control con anticipación y poder avanzar con las formalidades aduaneras para obtener el levante autorizado.

Se debe precisar que los pagos de los derechos aduaneros se realizarán cuando la nave arribe.

Nuestra mercancía al tener un valor FOB de USD 6,912 está en la obligación de contratar los servicios de una agencia de aduana para que la represente en su despacho Aduanero, por lo que realizaremos el mandato electrónico con anticipación por el periodo de 12 meses.

La numeración de la carga se realizará antes de la llegada de la nave al puerto del Callao, una vez terminada la descarga del contenedor, el depósito temporal realizará el traslado de estos a sus recintos para continuar con el proceso de desconsolidación.

En la tabla N° 28 se detalla el proceso aduanero para el internamiento de los productos de la empresa J&J E.I.R.L.

Tabla N° 28: Proceso de nacionalización para los productos importados por la empresa J&J E.I.R.L.

N°	Proceso	Descripción
1	Entrega de documentos de importación a la agencia de aduana	Envío de la factura electrónica, BL, traducción de F/C, formato B, packing list, registro sanitario y Documento resolutivo.
2	Solicitud del régimen a la agencia de aduana	Generación del mandato electrónico
3	Pagos a la agencia de carga.	Pagos a la agencia de carga para el envío del BL original.
4	Numeración de la DAM	Numeración de la DAM, anticipado punto de llegada depósito Temporal Villas Oquendo y revisión del canal de control.
5	Arribo de la Nave y traslado al depósito temporal	Llegada de la nave, descarga de la nave, servicio de tracción, desconsolidación de carga y transmisión de los pesos por parte del almacén
6	Levante autorizado	Concluir formalidades aduaneras y obtener el levante autorizado
7	Programar retiro de la carga	Pago por servicio de almacenamiento al depósito temporal, asignación de unidad y transporte local hasta el almacén para su recepción

Elaboración propia

Como se menciona en capítulos anteriores, se debe realizar el trámite de Registro como Importador de Juguetes ante DIGESA a través de la ventanilla única de Comercio Exterior (VUCE) TUPA 39

A continuación, explicaremos como se debe inscribir la empresa para su registro ante DIGEMID, a través de la VUCE para la importación, comercialización y distribución de juguetes, para finalmente presentar un resumen de los procedimientos a seguir en la figura N° 30.

Se debe cumplir con el procedimiento administrativo de DIGESA Texto único de procedimiento administrativo TUPA 39.

Se necesita hacer una solicitud única de comercio exterior (SUCE) a través de la VUCE con ese código de SUCE se debe tramitar a través de la VUCE con el número de SUCE o CPB (código de pago bancario).

Para registrarme por primera vez debo detallarlo en la memoria descriptiva si voy a importar, comercializar, distribuir. Así como las direcciones donde se van a realizar las actividades

Es importante presentar una declaración jurada de contar con licencia de funcionamiento

El documento se entregará al importador en un plazo aproximado de 7 días hábiles. Este trámite para registro inicial tiene un costo de S/ 299.10 soles, hay que tener en cuenta que este es el registro, como Importador.



Figura N° 30: Proceso del registro nacional para el fabricante y/o Importador de juguetes / Fuente: (DIGESA, 2020)

El siguiente trámite que se debe gestionar, es la autorización sanitaria de Importación de juguetes (TUPA 41), para que se ha elaborado un pequeño resumen en la figura N° 31.

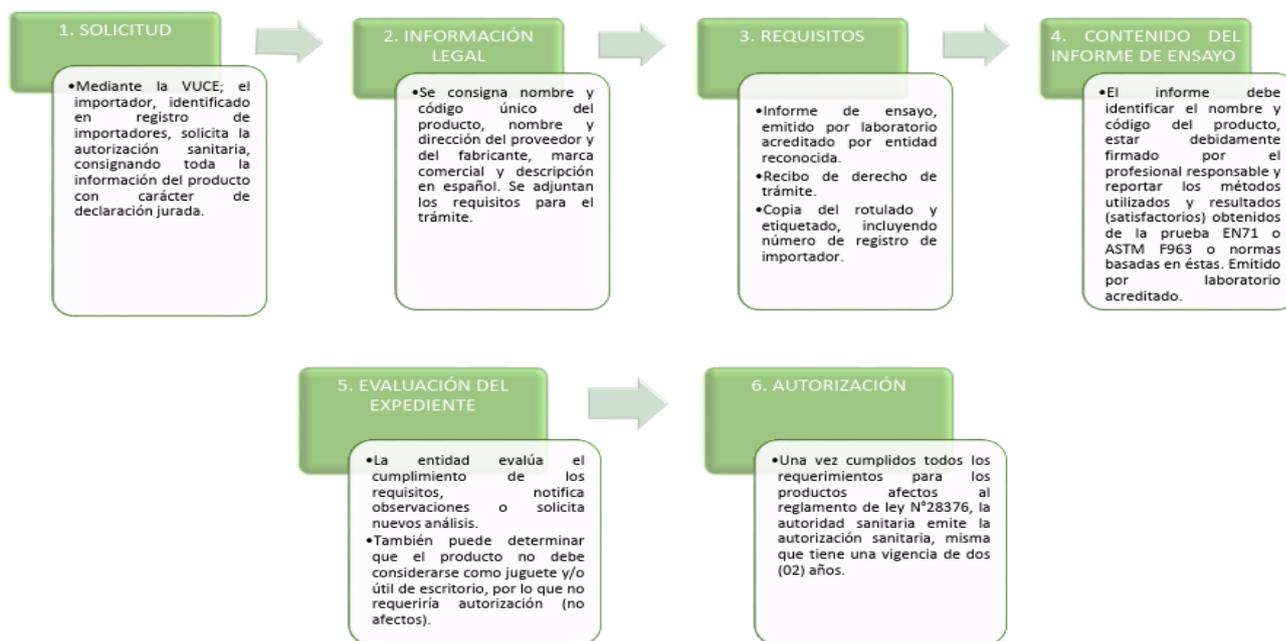


Figura N° 31: Procedimiento tramite autorización DIGESA (DIGESA, 2011)

El trámite inicia a través del portal de la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE).

Se tramita la (SUCE) La solicitud Única de Comercio Exterior, para obtener I SUCE debemos tramitarlo con su código pago bancario (CPB) El precio de este trámite es de S/ 555.9 soles.

En el campo correspondiente ingresaremos el número de registro como importador de juguetes (El registro que tramitamos con el TUPA 39)

Solicitaremos al proveedor enviar el certificado de informe de ensayo (prueba de calidad), para posterior presentar el proyecto de etiqueta del

producto a fabricar, la misma que deberá contener el número de registro del proveedor.

Finalmente se presenta a DIGEMID el borrador del contenido que ira en las etiquetas del producto que el proveedor le pondrá a los juguetes, de ser aprobado por DIGESA se le envía el diseño de las etiquetas y el contenido para que el proveedor lo coloque en los productos. De estar todo conforme DIGEMID emite la autorización sanitaria para poder importar los juguetes a nuestra empresa.

5.8. Gestión de las operaciones de importación/: Flujo grama

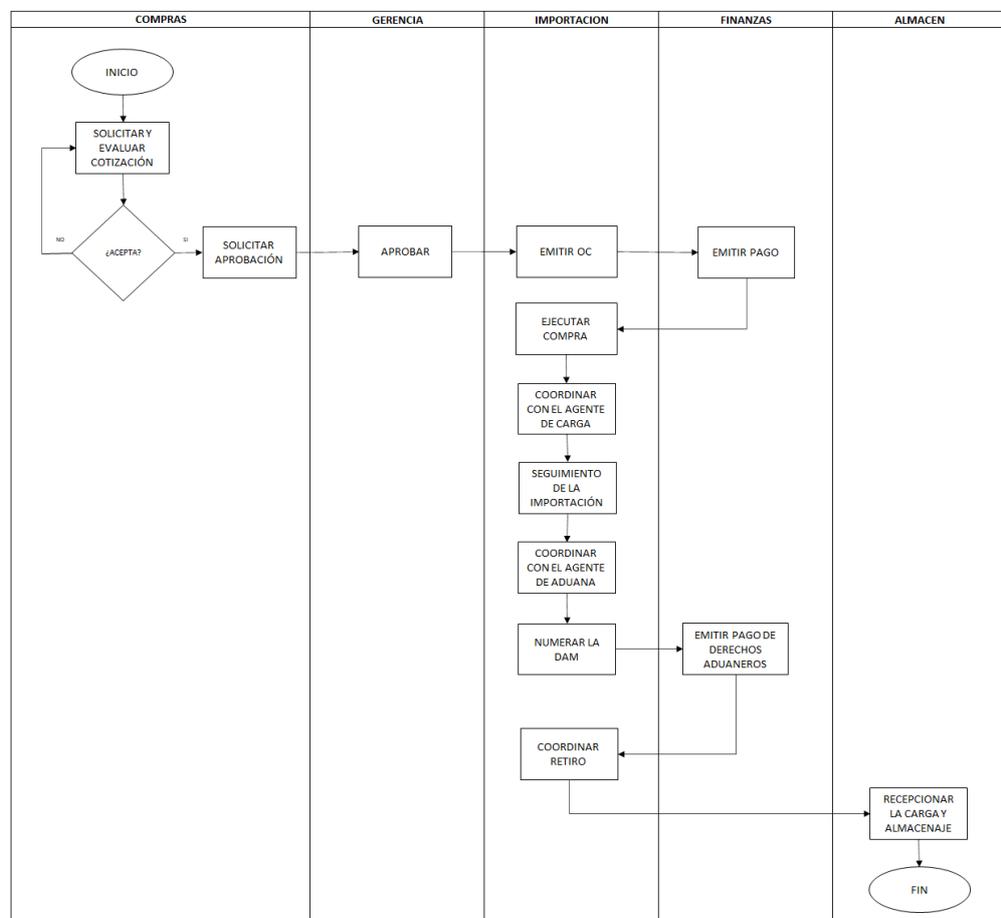


Figura N° 32: Flujograma, gestión de las operaciones de importación para la empresa J&J E.I.R.L / Fuente Elaboración Propia.

5.9. Gestión de las operaciones de producción del bien o servicio a ejecutar:

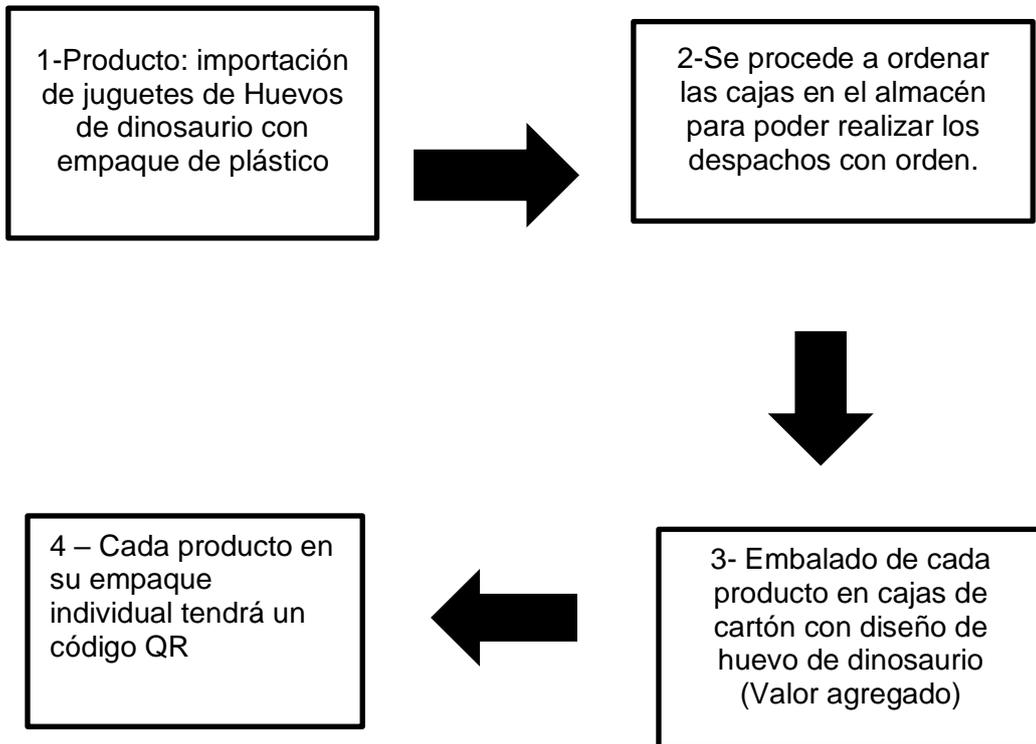


Figura N° 33: Flujograma gestión de las operaciones de producción para la empresa J&J E.I.R.L.

VI. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

En función al dimensionamiento de la capacidad productiva de bienes o servicios del proyecto se deberá determinar cuáles son los bienes de capital que se requieren para cumplir con la producción que se ofertara al mercado de consumo, así como el dinero en efectivo inicial para empezar la producción.

Así mismo se determinará los montos de dinero que se requieren para la elaboración de la producción que se determinó, así como los ingresos por la venta de esos productos que serán ofertados al mercado de consumo preparándose los aspectos que se consideran en los estados financieros

Además, se tendrá que fundamentar la ejecución del proyecto mediante la determinación de los parámetros de medición que justifica la inversión y el beneficio que pudiese determinarse desde el punto de vista económico, financiero y social.

6.1. Inversión Fija

Son inversiones se realizan en bienes y servicio intangibles que son indispensables del proyecto o empresa, pero no intervienen directamente en la producción.

6.1.2. Activos tangibles

La inversión tangible o física son gastos en bienes medibles, reales identificables, líneas abajo se presenta la tabla N° 29, la cual contiene información sobre la inversión tangible para la empresa J&J E.I.R.L.

Tabla N° 29: Activos tangibles para la empresa J&J E.I.R.L.

Inversiones (soles) con IGV

Concepto	Cant.	P. Unit S/	Total S/	IGV
Activos Fijos				
Maquinaria y equipos				
Laptops	5	2,500.00	12,500.00	2,250.00
Impresora multifuncional	2	400.00	800.00	144.00
VAN de carga	1	35,000.00	35,000.00	6,300.00
Sub total S/.			48,300.00	8,694.00
Escritorios	5	1,000.00	5,000.00	900.00
Estante	3	700.00	2,100.00	378.00
sillas giratorias	5	200.00	1,000.00	180.00
Estante de tienda	10	500.00	5,000.00	900.00
Sub total S/.			13,100.00	2,358.00
Extintor	1	69.90	69.90	12.58
tacho de basura	4	25.00	100.00	18.00
Utensilios diversos	1	564.40	564.40	101.59
Botiquín	1	99.90	99.90	17.98
dispensador de agua	1	180.00	180.00	32.40
luz de emergencia	4	85.00	340.00	61.20
Cámara de vigilancia	1	550.00	550.00	99.00
Sub total S/.			1,904.20	342.76
			63,304.20	11,394.76

Elaboración: Propia.

6.1.2 Activos intangibles

Esta inversión incluye los gastos preoperativos del proyecto que no sean identificados físicamente y son indispensables para el inicio de operaciones del proyecto.

Tabla N° 30: Activos intangibles para la empresa J&J E.I.R.L.

Gastos preoperativos	Cantidad	Precio Unitario	TOTAL	IGV
Plan de negocio, estudios	1	3000.00	3000.00	540.00
Licencias y constitución de empresa	1	1503.89	1503.89	270.70
Obras civiles (Instalaciones de servicio y ambientación)	1	4000.00	4000.00	720.00
Patente de marca	1	2000.00	2000.00	360.00

Impresión de tarjetas	1	150.00	150.00	27.00
Sitio Web	1	1624.36	1624.36	292.38
Sistema punto de Venta	1	2500.00	2500.00	450.00
Sub total S/.			14778.25	2660.085

Elaboración: Propia.

6.2. Capital de Trabajo

El capital de trabajo son los recursos financieros que la empresa necesita para seguir operando y explorar su actividad. Es importante para el funcionamiento correcto de la empresa. En nuestro proyecto podemos operar con un capital de trabajo de S/ 19,629.32, indicado en la Tabla N° 31.

Tabla N° 31: Capital de Trabajo mensual para la empresa J&J E.I.R.L.

Capital De Trabajo	Mensual
Costos variables	7,847.31
Costos y gastos fijos	11,782.02
Total	19,629.32

Elaboración: Propia

6.3. Inversión Total

La inversión total del proyecto considerando los activos fijos tangibles e intangibles y nuestro capital de trabajo para operar asciende a una inversión de S/ 97,711.8.

6.4. Estructura de Inversión y Financiamiento

La estructura de nuestra inversión se detalla en la tabla N° 32.

Tabla N° 32: Inversión total para la empresa J&J E.I.R.L.

Inversión total	Monto S/	%
Activos tangibles	63304.20	64.787
Activos intangibles	14778.25	15.124
Capital de trabajo	19629.32	20.089

Total	97711.8	100
--------------	----------------	------------

Elaboración: Propia.

Se financiará a través de capital propio S/65,711,8 y un crédito bancario con el BANCO DE CREDITO DEL PERU (BCP). Por el monto de S/32,000 por 36 meses y una TCEA 23.29%, CUOTA MENSUAL S/1,215.

Tabla: N° 33: Participación de financiamiento para la Empresa J&J

Aporte	Monto S/	%
Socio	32000.00	32.75
Banco	65711.80	67.25
Inversión total	97711.80	100.00

Elaboración: propia.

6.5. Fuentes financieras y condiciones de crédito

Para la selección de la fuente de financiamiento se tomó en cuenta los bancos que se encuentra en la base de datos de la SBS y finalmente de acuerdo con las facilidades y flexibilidad se decidió requerir el préstamo al banco BCP.

Tabla N° 34: Bancos Autorizados por la SBS

BANCO		
BANCO AZTECA	BANCO GNB	CITIBANK DEL PERU
BBVA	BANBIF	ICBC BANK
BANCO DE COMERCIO	INTERBANK	MIBANCO
BANCO DE CREDITO NACION	BANCO PICHINCHA	SCOTIABANK PERU
	BANCO RIPLEY	-
	SANTANDER PERU	-
BANCO FALABELLA	PERU	-

Fuente: (SUPERINTENDENCIA DE BANCA, SEGUROS Y AFP, 2020)

Tabla N° 35: Entidades Financieras Autorizados por las SBS

FINANCIERA		
COMPARTAMOS FINANCIE	FINANC. CREDINKA FINANCIERA	FINANC. PROEMPRESA FINANCIERA
CREDISCOTIA FINANCIERA	EFFECTIVA	QAPAQ
CONFIANZA	FINANCIERA OH	-

Fuente: (SUPERINTENDENCIA DE BANCA, SEGUROS Y AFP, 2020)

Tabla N° 36: Cajas Municipales Autorizados por las SBS

CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CRÉDITO		
	CMAC	
CMAC CUSCO	HUANCAYO	CMAC PIURA
CMAC AREQUIPA	CMAC ICA	CMAC TACNA
CMAC SULLANA	CMAC MAYNAS	CMAC TRUJILLO
CMAC DEL SANTA	CMAC PAITA	CMCP LIMA

Fuente: (SUPERINTENDENCIA DE BANCA, SEGUROS Y AFP, 2020)

Tabla N° 37: Cajas Rurales de Ahorro y Crédito Autorizados por las SBS

CAJA RURAL DE AHORRO Y CRÉDITO		
CRAC CENCOSUD		
SCOTIA	CRAC SIPAN	CRAC INCASUR
	CRAC DEL	
CRAC LOS ANDES	CENTRO	CRAC PRYMERA
CRAC RAIZ	-	-

Fuente: (SUPERINTENDENCIA DE BANCA, SEGUROS Y AFP, 2020)

6.6. Presupuesto de costos

Los costos fijos mensuales son por S/ 11782.02, siendo los sueldos del personal de la empresa los que más proporción representan de estos con un 75%.

Tabla N° 38: Costos fijos mensuales para la empresa J&J E.I.R.L. en Soles.

Descripción	U.M.	Cantidad	Valor	
			Unitario	Monto
Agua	mes	1	200.00	200.00
Luz	mes	1	300.00	300.00
Útiles de limpieza	mes	1	250.00	250.00

Telefonía e Internet	mes	1	300.00	300.00
Sueldos Administrativos	mes	1	8949.00	8949.00
Arbitrios Municipales	mes	1	35.03	35.03
Depreciación	mes	1	417.99	417.99
Sistema punto de venta	mes	1	125.00	125.00
SIS	mes	6	15.00	90.00
Contador externo	mes	1	500.00	500.00
Útiles de oficina	mes	1	600.00	300.00
Sub total				11467.02
Costo fijo de importación				
BL			164.25	164.25
Costo transmisión de datos		1	150.75	150.75
Subtotal				315.00
TOTAL, COSTOS FIJOS MENSUAL				11782.02

Elaboración: Propia.

El costo variable total es de S/ 7847.31, de los cuales el valor FOB es el que mayor porcentaje representa del total con un 57,03%, mientras que el costo de las cajas unitarias de los productos representa un 19,82%.

Tabla N° 39: Costos variables mensual para la Empresa J&J E.I.R.L en Soles.

Descripción	U.M.	Cantidad	Valor Unitario	Costo Variable por Mes	COSTO VARIABLE X producto
FOB UNITARIO	Unds	1729	2.59	4475.34	2.59
Flete	Unds	1729	0.06	105.12	0.06
Seguro	Unds	1729	0.07	124.83	0.07
IPM		0.02	4705.30	94.11	0.05
IGV		0.16	4705.30	752.85	0.44
Percepción		0.035	5552.25	194.33	0.11
Visto Bueno	Unds	1729	0.07	124.11	0.07
Desconsolidación	Unds	1729	0.09	147.38	0.09
Descarga almacén	Unds	1729	0.04	67.95	0.04
Transporte interno	Unds	1729	0.01	13.15	0.01
Comisión agente de aduana	Unds	1729	0.05	78.89	0.05
Gastos operativos AA	Unds	1729	0.01	13.15	0.01
Alquiler de montacarga		1	100.00	100.00	0.06

Caja pequeña	Unds	1729	0.90	1556.10	0.90
				0.00	0.00
Total, costos variables				7847.31	4.54

Elaboración Propia.

Una vez que se tiene claridad de los costos fijos y variables para la puesta en marcha del negocio, detallado en las tablas anteriores, se procede a realizar el cálculo del Costo Total Unitario el cual se detalla en la tabla N° 40.

Tabla N° 40: Cálculo del Costo Total Unitario.

COSTO VARIABLE UNITARIO (CVU)	
CVU	4.54
COSTO FIJO UNITARIO (CFU)	
$CFU = \frac{CF}{Q}$	
Costo Fijo Mensual Producción Estimada Mensual (Cercana al punto de equilibrio)	
CF:	11,782.00
Q:	1,729
CFU	6.81
COSTO TOTAL UNITARIO (CTU)	
CTU = CVU + CFU	
Donde:	

Costo Variable CVU Unitario Costo Fijo CFU Unitario	CTU	11.35
--	------------	--------------

Elaboración: Propia.

Se ha establecido una rentabilidad del 25% aplicado al precio de venta, el cálculo para nuestro producto se desarrolla en la tabla N° 41.

6.7. Punto de Equilibrio

Tabla N° 41: Determinación del precio de venta para de los productos

PV = CTU/ (1-%MARGEN)					
Donde:					
PV	=		7.00		
CTU	=		11.35		
%G	=		25%		
Precio de Venta			14.19		
				18%	
COSTO UNITARIO TOTAL	MERGEN DE UTILIDAD BRUTA	UTILIDAD	PRECIO SIN IG V	IGV	PRECIO CON IG V
11.35	32.00%	2.84	14.19	2.55	S/. 16.75

Elaboración: Propia.

Tabla N° 42: Punto de equilibrio, para la empresa J&J E.I.R.L.

PUNTO DE EQUILIBRIO	
CONCEPTO	
Precio de Venta	14.191
Costo Variable Unitario	4.539
Costos Fijos	11782.017
PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES	1221
PUNTO DE EQUILIBRIO SOLES (es el PE en Unds. X Precio)	17321.904

PUNTO DE EQUILIBRIO FÓRMULA		
Punto de Equilibrio =	Total, de costos fijos	11782.02
	Precio - Costo variable unitario	9.65
	Unidades	1221

Elaboración: Propia.

6.8. Presupuesto de ingresos

Nuestro presupuesto de ingresos esta sobre las bases nuestro estudio de mercado en la proyección de ventas de acuerdo con la demanda.

Para cumplir con la meta se estima un crecimiento de 8% anual sobre las ventas.

Tabla N° 43: Proyección de ingresos para la empresa J&J en soles

Mes	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Unidad
	Unidades	En Soles	Unidades	En Soles	Unidades	En Soles	Unidades	En Soles	
Enero	1200	17029.49	1296	18391.85	1400	19863.20	1512	21452.25	163
Febrero	1250	17739.05	1350	19158.17	1458	20690.83	1575	22346.09	170
Marzo	1350	19158.17	1458	20690.83	1575	22346.09	1701	24133.78	183
Abril	1400	19867.74	1512	21457.16	1633	23173.73	1764	25027.63	190
Mayo	1597	22663.41	1725	24476.48	1863	26434.60	2012	28549.37	217
Junio	1700	24125.11	1836	26055.12	1983	28139.53	2142	30390.69	231
Julio	1729	24536.65	1867	26499.59	2017	28619.55	2178	30909.12	235
Agosto	1729	24536.65	1867	26499.59	2017	28619.55	2178	30909.12	235
Septiembre	1729	24536.65	1867	26499.59	2017	28619.55	2178	30909.12	235
Octubre	1729	24536.65	1867	26499.59	2017	28619.55	2178	30909.12	235
Noviembre	2666	37833.85	2879	40860.55	3110	44129.40	3358	47659.75	362
Diciembre	2666	37833.85	2879	40860.55	3110	44129.40	3358	47659.75	362
Total	20745	294397.28	22404.6	317949.06	24196.97	343384.99	26132.73	370855.79	28223

Elaboración: Propia.

6.9. Presupuesto de egresos

Para la elaboración de este presupuesto se requiere información de la proyección de costos por año, expuestos a detalle en las tablas desarrolladas en el punto 6.6.

Tabla N° 44: Proyección de egresos para la empresa J&J E.I.R.L. en Soles.

Mes	Año 1				Año 2				Unidad
	Unidades	Costo Fijo	Variable	Total	Unidades	Costo Fijo	Variable	Total	
Enero	1200	8177.22	5446.37	13623.59	1296	8831.40	5882.08	14713.48	140
Febrero	1250	8517.94	5673.30	14191.24	1350	9199.38	6127.16	15326.54	145
Marzo	1350	9199.38	6127.16	15326.54	1458	9935.33	6617.34	16552.66	157
Abril	1400	9540.09	6354.09	15894.19	1512	10303.30	6862.42	17165.72	163
Mayo	1597	10882.52	7248.21	18130.73	1725	11753.12	7828.06	19581.19	186
Junio	1700	11584.40	7715.69	19300.09	1836	12511.15	8332.94	20844.09	198
Julio	1729	11782.02	7847.31	19629.32	1867	12724.58	8475.09	21199.67	201
Agosto	1729	11782.02	7847.31	19629.32	1867	12724.58	8475.09	21199.67	201
Septiembre	1729	11782.02	7847.31	19629.32	1867	12724.58	8475.09	21199.67	201
Octubre	1729	11782.02	7847.31	19629.32	1867	12724.58	8475.09	21199.67	201
Noviembre	2666	18167.07	12100.01	30267.08	2879	19620.43	13068.01	32688.44	311
Diciembre	2666	18167.07	12100.01	30267.08	2879	19620.43	13068.01	32688.44	311
Total	20745	141363.76	94154.07	235517.82	22405	152672.86	101686.39	254359.25	241

Elaboración: Propia.

6.10. Flujo de caja proyectado

Se presenta el flujo de caja económico y financiero proyectado a 5 años para el plan de negocio de Importadora J&J E.I.R.L., donde se puede observar los resultados favorables del negocio, también se considera el FC acumulado para la determinación del PRI.

Tabla N° 45: Proyección de flujo de caja económico proyectado en soles para la empresa J&J E.I.R.L.

	PERIODO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	97711.77	294397.28	317949.06	343384.99	370855.79	400524.25
Ventas totales	-	294397.28	317949.06	343384.99	370855.79	400524.25
Egresos						
Costos fijos	-	141363.76	152672.86	164886.69	178077.62	192323.83
Costos variables	-	94154.07	101686.39	109821.30	118607.01	128095.57
Impuesto a la renta	-	664.49	735.15	811.45	1112.57	1201.57
Costos y gastos totales	0.00	236182.32	255094.40	275519.44	297797.20	321620.97

Inversión total	97711.77	-	-	-	-	-
Flujo de caja económico		58214.96	62854.67	67865.54	73058.59	78903.28
Flujo de caja acumulado	-97711.77	-39496.81	23357.86	91223.40	164281.99	243185.26

Elaboración: Propia.

Tabla N° 46: Proyección de flujo de caja financiero proyectado en soles para la empresa J&J E.I.R.L.

	PERIODO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑOS
Ingresos	97711.77	294397.28	317949.06	343384.99	370855.79	400524.25
Ventas totales	-	294397.28	317949.06	343384.99	370855.79	400524.25
Egresos						
Costos fijos	-	141363.76	152672.86	164886.69	178077.62	192323.83
Costos variables	-	94154.07	101686.39	109821.30	118607.01	128095.57
Impuesto a la renta	-	664.49	735.15	811.45	1112.57	1201.57
Costos y gastos totales	0.00	236182.32	255094.40	275519.44	297797.20	321620.97
Utilidad neta		58214.96	62854.67	67865.54	73058.59	78903.28
Inversión total	97711.77	-	-	-	-	-
Cuota del préstamo	32000	8526.64	10512.5	12960.86	0	
Flujo de caja financiero	-65711.77	49688.32	52342.17	54904.68	73058.59	78903.28
FCF acumulado	-65711.77	-16023.45	36318.72	91223.40	164281.99	243185.26

Elaboración: Propia

6.11. Estado de Ganancias y Pérdida

En la tabla N° 47 se desarrolla el estado de resultados para un periodo de 5 años, en cual se ha obtenido resultados positivos,

Tabla N° 47: Estado de resultados en soles para la empresa J&J E.I.R.L.

Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas netas	294397.28	317949.06	343384.99	370855.79	400524.25
Costos de ventas	94154.07	101686.39	109821.30	118607.01	128095.57
Utilidad bruta	200243.21	216262.67	233563.68	252248.78	272428.68
Gastos administrativos	141363.76	152672.86	164886.69	178077.62	192323.83
Depreciación	5015.84	5015.84	5015.84	5015.84	5015.84
Resultado operacional	53863.62	58573.97	63661.16	69155.32	75089.00
Gasto financiero	5964.38	3978.52	1530.16	0	0
Resultado desp. de part. y antes de imp	47899.24	54595.45	62131.00	69155.32	75089.00
Impuesto a la renta	664.49	735.15	811.45	1112.57	1201.57
Resultado del periodo	47234.75	53860.30	61319.54	68042.75	73887.43

Elaboración: Propia

6.12. Evaluación de la Inversión

6.12.1. Evaluación Económica

En la tabla N° 48 se evalúa el rendimiento de la inversión del capital sin considerar el financiamiento externo del proyecto, obteniendo resultados favorables.

En el caso del VANE el resultado es mayor a 0, por lo tanto, el proyecto es aceptable; la TIRE también logra un resultado favorable, debido a que esta ofrece, una alta rentabilidad, que supera al COK; finalmente nuestro indicador de B/C nos indica que por cada S/ 1 invertido obtenemos un beneficio S/ 0.111.

Después de 1 año y medio de iniciado el proyecto, se recupera el monto total invertido, para la puesta en marcha del proyecto.

Tabla N° 48: Evaluación económica para la empresa J&J E.I.R.L.

Indicadores	Valores
VANE	100666
TIRE	58.89%
PRIE	1.628
B/C Económico	1.111

Elaboración: Propia.

6.12.2. Evaluación Financiera

En la tabla N° 49 se evalúa el rendimiento de la inversión del capital considerando el financiamiento externo del proyecto, obteniendo resultados favorables.

En el caso del VANF el resultado es mayor a 0, por lo tanto, el proyecto es aceptable; la TIRF también logra un resultado favorable, debido a que esta ofrece, una alta rentabilidad, que supera al WACC; finalmente nuestro indicador de B/C nos indica que por cada S/ 1 invertido obtenemos un beneficio S/ 0.1086.

Después de 1 año y 3 meses de iniciado el proyecto, se recupera el monto total invertido, para la puesta en marcha del proyecto.

Tabla N° 49: Evaluación financiera para la empresa J&J E.I.R.L.

WACC	20.98%
VANF	S/. 106,685.14
TIRF	78%
PRIF	1.306128902
B/C Financiero	1.108622385

Elaboración: Propia.

6.12.3. Evaluación social

El plan busca fomentar la unidad familiar padres e hijos en las familias peruanas, así como también mejorar las habilidades cognitivas, motriz y de aprendizaje de los niños en el Perú.

6.12.4. Impacto ambiental

Nuestros juguetes no contienen plomo y evita contaminar el medioambiente, de igual forma los personajes se relacionan en habita naturales por tal motivo se crea conciencia con los niños a cuidar el planeta al no contaminar,

6.13. Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo

Se considera 5% como tasa de rendimiento promedio Anual, debido que esta es la tasa que normalmente están pagando las entidades financieras para los ahorros de plazo fijo y una tasa de riesgo del 15% para el inversionista, tasa que dejaría de percibir al no invertir el dinero en el negocio de su mejor amigo.

Tabla N° 50: Calculo del COK, para la empresa J&J E.I.R.L.

Descripción	%
Tasa de rendimiento del mercado promedio Anual	5.00%
Tasa de Riesgo del Inversionista (i)	15.00%
Costo de Oportunidad del Capital (COK)	20.00%

Elaboración: Propia.

Para el cálculo del WACC, se ha considerado los conceptos descritos en la tabla N° 51.

Tabla N°: 51: Calculo del WACC, para la empresa J&J E.I.R.L

Costo del patrimonio (COK)	20%
Participación del patrimonio	67.25%
Costo Financiamiento	23.29%
Participación de terceros	32.75%
Impuesto a la renta	1.29%
WACC	20.98%

Elaboración: Propia

6.14. Cuadro de riesgo del tipo de cambio

Para mitigar el riesgo de cambio se ha optado por recurrir al sistema bancario para contratar un tipo de cambio forward, lo cual nos permite según

(BANCO FINANCIERO, 2008) fijar un tipo de cambio futuro al momento de concretarse la operación.

VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

El estudio realizado nos ha permitido detectar un mercado objetivo que nos brinda muchas oportunidades para el desarrollo de nuestro negocio.

Después de realizar el análisis económico y financiero del proyecto, hemos podido corroborar su viabilidad, adicional a ello la recuperación de la inversión inicial se logra antes de los 3 años.

Estamos buscando desarrollar una marca propia en el mercado, que nos permita diferenciarnos de la competencia y que por sí misma pueda generar valor, por lo que, buscamos poder entrar en las familias limeñas y ser una alternativa para que los padres y niños puedan pasar tiempo juntos.

7.2. Recomendaciones.

Seguir analizando a la competencia y los nuevos canales de venta a los clientes finales, a fin de poder colocar nuestro producto con mayor fluidez en el mercado.

Poder obtener financista, que permita mover una mayor cantidad de productos para reducir aún más los costos logísticos y poder desarrollar economía de escala y diversificar el abanico de productos.

Encontrar un socio especializado en marketing y publicidad para desarrollar y potenciar la marca del producto, a fin de lograr diferenciarnos de la competencia.

Referencias

- Aguirre Huamancayo, J. C. (2016 de Diciembre de 2017). <http://repositorio.ucv.edu.pe/>. Obtenido de <http://repositorio.ucv.edu.pe/>:
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/18626/AGUIRRE_HJ.PDF?sequence=1&isAllowed=y
- ALIBABA. (15 de 09 de 2020). www.alibaba.com. Obtenido de www.alibaba.com:
<https://spanish.alibaba.com/product-detail/Hot-sale-plastic-cartoon-diy-disassembly-62497893855.html?spm=a2700.7735675.normalList.57.78b7635cEF660H&s=p&s=p>
- ASOCIACIÓN PERUANA DE EMPRESAS DE SEGUROS. (08 de 05 de 2019).
<https://repositorio.promperu.gob.pe/>. Obtenido de <https://repositorio.promperu.gob.pe/>:
https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/3823/Seguro_transporte_internacional_mercancias_2019_keyword_principal..pdf?sequence=1&isAllowed=y
- BANCO FINANCIERO. (20 de Febrero de 2008). <https://www.bcrp.gob.pe/>. Obtenido de <https://www.bcrp.gob.pe/>: <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Informes-Especiales/Cobertura-Cambiaria-Financiero.pdf>
- Barrera Cardozo, L. M., Perdomo Ordoñez, B. C., Serrato Serrato, M. E., Trujillo Hernández, Y. P., & González González, M. A. (22 de Mayo de 2015). <https://dialnet.unirioja.es/>. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/>: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5920344>
- CCR COURE . (Abril de 2020). <https://www.ccrlatam.com.pe/>. Obtenido de <https://www.ccrlatam.com.pe/>:
https://www.ccrlatam.com.pe/themes/ccr_cuore/pdf/CCR%20Bus-Cuarentena2.pdf
- CCR Cuore. (Abril de 2017). <https://www.ccrlatam.com.pe/>. Obtenido de <https://www.ccrlatam.com.pe/>:
https://www.ccrlatam.com.pe/themes/ccr_cuore/pdf/Bodegas-y-Puestos-de-Mercado.pdf
- CCR CUORE. (27 de mayo de 2020). <https://www.ccrlatam.com.pe/>. Obtenido de <https://www.ccrlatam.com.pe/>: <https://www.ccrlatam.com.pe/blog/e-commerce-en-tiempos-de-cuarentena>
- Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública. (Abril de 2019).
<http://www.cpi.pe/>. Obtenido de <http://www.cpi.pe/>:
http://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_poblacional_peru_201905.pdf
- Contabilidad y Negocios. (01 de Julio de 2006). <http://revistas.pucp.edu.pe/>. Obtenido de <http://revistas.pucp.edu.pe/>: <file:///C:/Users/Joab/Downloads/409-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1602-1-10-20120314.pdf>

- DIGESA. (27 de Septiembre de 2007). <http://www.digesa.minsa.gob.pe/>. Obtenido de <http://www.digesa.minsa.gob.pe/>:
http://www.digesa.minsa.gob.pe/DEPA/juguetes_utiles/disposiciones_generales.asp
- DIGESA. (19 de 09 de 2011). <https://www.vuce.gob.pe/>. Obtenido de <https://www.vuce.gob.pe/>:
https://www.vuce.gob.pe/manual_vuce/manuales/usuarios/DGS014_Autorizacion_Sanitaria_para_importacion_Juguetes_yo_Utiles_Escritorio.pdf
- DIGESA. (10 de 11 de 2020). <http://www.digesa.minsa.gob.pe>. Obtenido de <http://www.digesa.minsa.gob.pe>:
<http://www.digesa.minsa.gob.pe/expedientes/detalles.aspx?id=39>
- DIGESA. (05 de 10 de 2020). <http://www.digesa.minsa.gob.pe/>. Obtenido de <http://www.digesa.minsa.gob.pe/>:
<http://www.digesa.minsa.gob.pe/expedientes/tupas.aspx>
- ESPINEL CORNEJO, J. M. (2013). <http://www.espinelcornejoabogados.com/>. Obtenido de <http://www.espinelcornejoabogados.com/>:
<http://www.espinelcornejoabogados.com/wp-content/uploads/2019/05/EspinelCornejoJavierMauricio2013.pdf?i=1>
- E-TO-CHINA. (28 de 02 de 2020). <https://hs.e-to-china.com/>. Obtenido de <https://hs.e-to-china.com/>: <https://hs.e-to-china.com/ks-950300.html>
- García Arca, J., & Prado, J. (Octubre de 2008). <https://www.redalyc.org/>. Obtenido de <https://www.redalyc.org/>: <https://www.redalyc.org/pdf/433/43301704.pdf>
- GESTIÓN. (31 de 07 de 2014). <https://gestion.pe>. Obtenido de <https://gestion.pe>:
<https://gestion.pe/economia/empresas/cinco-distritos-concentran-40-total-mercados-abastos-lima-66976-noticia/?ref=gesr>
- Gestión. (21 de Noviembre de 2016). <https://gestion.pe/>. Obtenido de <https://gestion.pe/>:
<https://gestion.pe/economia/son-categorias-juguetes-lideran-ventas-peru-121794-noticia/?foto=5>
- GESTIÓN. (13 de 12 de 2019). <https://gestion.pe>. Obtenido de <https://gestion.pe> :
<https://gestion.pe/economia/empresas/navidad-comerciantes-de-mesa-redonda-dan-descuentos-para-sobrevivir-ante-endeudamiento-noticia/>
- Gestion. (24 de 12 de 2019). <https://gestion.pe/>. Obtenido de <https://gestion.pe/>:
<https://gestion.pe/economia/mesa-redonda-navidad-juguetes-navidad-venta-de-juguetes-en-mesa-redonda-registraria-una-caida-de-70-este-ano-noticia/>
- GESTIÓN. (26 de 06 de 2019). <https://gestion.pe/>. Obtenido de <https://gestion.pe/>:
<https://gestion.pe/economia/management-empleo/tipos-empresa-diferencia-sa-sac-srl-eirl-saa-razon-social-nnda-nnlt-251229-noticia/?ref=gesr>

GESTIÓN. (04 de 04 de 2019). <https://gestion.pe/>. Obtenido de <https://gestion.pe/https://gestion.pe/economia/tlc-peru-china-concluye-primera-ronda-negociaciones-optimizar-nndc-263319-noticia/>

GESTIÓN. (13 de 11 de 2020). <https://gestion.pe/>. Obtenido de <https://gestion.pe/https://gestion.pe/economia/depositos-bancarios-crecieron-19-en-septiembre-noticia/>

GESTIÓN. (19 de 10 de 2020). <https://gestion.pe/>. Obtenido de <https://gestion.pe/https://gestion.pe/economia/el-crecimiento-economico-en-china-se-recupera-tras-la-crisis-del-covid-19-noticia/>

GESTIÓN. (05 de 06 de 2020). <https://gestion.pe/>. Obtenido de <https://gestion.pe/https://gestion.pe/economia/pandemia-es-la-ocasion-de-fundar-una-economia-mas-ecologica-afirman-banqueros-centrales-noticia/>

GOB. (2019 de 10 de 2020). <https://www.gob.pe/>. Obtenido de <https://www.gob.pe/https://www.gob.pe/280-regimenes-tributarios>

Gobierno del Perú . (20 de Octubre de 2019). <https://www.gob.pe/>. Obtenido de <https://www.gob.pe/https://www.gob.pe/https://www.gob.pe/254-tipos-de-empresa-razon-social-o-denominacion>

Gobierno del Perú . (22 de Septiembre de 2020). <https://www.gob.pe/>. Obtenido de <https://www.gob.pe/https://www.gob.pe/https://www.gob.pe/institucion/sunarp/noticias/303436-conoce-todos-los-tramites-registrales-que-puedes-realizar-sin-salir-de-tu-casa>

Gobierno del Perú. (05 de Febrero de 2019). <https://www.gob.pe/>. Obtenido de https://www.gob.pe/https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/289279/Beneficios_sociales_de_la_micro_y_peque%C3%B1a_empresa_-_Final.pdf

Gobierno del Perú. (02 de Junio de 2020). <https://busquedas.elperuano.pe/>. Obtenido de <https://busquedas.elperuano.pe/https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-legislativo-que-aprueba-disposiciones-para-la-reacti-decreto-legislativo-n-1492-1866212-4/>

<http://repositorio.ual.es/>. (2020). Obtenido de <http://repositorio.ual.es/http://repositorio.ual.es/bitstream/handle/10835/4809/LA%20CUARTA%20REVOLUCION%20INDUSTRIAL.pdf>

INDECOPI. (13 de 10 de 2020). <https://www.indecopi.gob.pe/>. Obtenido de <https://www.indecopi.gob.pe/https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marcas-en-linea>

INEI. (Noviembre de 2018). <https://www.inei.gob.pe/>. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1590/libro.pdf

- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (28 de ENERO de 2010). <https://www.inei.gob.pe>.
Obtenido de <https://www.inei.gob.pe>:
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digiales/Est/Lib0883/Libro.pdf
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA E INFORMATICA DEL PERU. (DICIEMBRE de 2017).
<https://www.inei.gob.pe/>. Obtenido de <https://www.inei.gob.pe/>:
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digiales/Est/Lib1477/libro.pdf
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA E INFORMATICA DEL PERU. (Diciembre de 2019).
<https://www.inei.gob.pe/>. Obtenido de <https://www.inei.gob.pe/>:
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digiales/Est/Lib1714/Libro.pdf
- IZQUIERDO, E. S. (Enero de 2018). <https://anuariocompetencia.fundacionico.es/>. Obtenido de <https://anuariocompetencia.fundacionico.es/>:
<https://anuariocompetencia.fundacionico.es/files/original/3691b9112a3fb904a4c1a7b33741e7ae719353bf.pdf>
- Joyce M., A., Kathy E. , J., Mary E. , L., & Kelley, K. (04 de 11 de 2008). <https://www3.nd.edu/>.
Obtenido de <https://www3.nd.edu/>:
https://www3.nd.edu/~kkelley/publications/articles/Alexander_Johnson_Leibham_Kelley_CD_2008.pdf
- Kotler, P., & Gary, A. (2008). *FUNDAMENTOS DE MARKETING* . México: PEARSON EDUCACIÓN.
- LA COMISION PERMANENTE DEL CONGRESO DE LA REPUBLICA. (01 de Enero de 1998).
<https://www.wipo.int/>. Obtenido de <https://www.wipo.int/>:
<https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/pe/pe061es.pdf>
- López-Quesada, A. (15 de Agosto de 2016). Modelos de Distribución Comercial: la clave para llegar con eficacia a los consumidores. (ESAN, Entrevistador)
- Mejía, C. A. (Octubre de 2001). <https://planning.com.co/>. Obtenido de <https://planning.com.co/>:
<https://planning.com.co/bd/documentosPlanning/Octubre2001.pdf>
- Ministerio de Trabajo . (10 de Diciembre de 2010). <http://www.mintra.gob.pe/>. Obtenido de <http://www.mintra.gob.pe/>: http://www.mintra.gob.pe/boletin/boletin_2_1.html
- Municipalidad de Ventanilla. (14 de 10 de 2020). <https://muniventanilla.gob.pe>. Obtenido de <https://muniventanilla.gob.pe>: <https://muniventanilla.gob.pe/licencias-de-funcionamiento/>
- MUNICIPALIDAD DE VENTANILLA. (05 de 10 de 2020). <https://muniventanilla.gob.pe/>. Obtenido de <https://muniventanilla.gob.pe/>: <https://muniventanilla.gob.pe/contenidos-nfs/files/otrosEnlaces/licenciasFuncionamiento/2016/2.%20Preguntas%20Frecuentes.pdf>

- Paucar, T. (Abril de 2020). <https://ceep.mil.pe/>. Obtenido de <https://ceep.mil.pe/:https://ceep.mil.pe/2020/03/26/peru-analisis-prospectivo-del-covid-19-y-la-poblacion-vulnerable/>
- Perú, G. d. (27 de Julio de 2020). <https://www.gob.pe/>. Obtenido de <https://www.gob.pe/:https://www.gob.pe/institucion/indecopi/noticias/217720-los-servicios-virtuales-para-el-registro-de-marcas-simplifican-plazos-reducen-costos-y-contribuyen-al-crecimiento-economico-de-emprendedores-ante-la-covid-19>
- PROMPERU. (2000). <https://repositorio.promperu.gob.pe/>. Obtenido de https://repositorio.promperu.gob.pe/:https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/1988/Seguro_martimo_usted_debe_saber_2007_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- SBS. (10 de 10 de 2020). <https://www.sbs.gob.pe/>. Obtenido de <https://www.sbs.gob.pe/:https://www.sbs.gob.pe/supervisados-y-registros/empresas-supervisadas/directorio-del-sistema-de-seguros/empresas-de-seguros>
- SUNARP. (04 de 10 de 2020). <https://sid.sunarp.gob.pe/>. Obtenido de https://sid.sunarp.gob.pe/:https://sid.sunarp.gob.pe/sid/recursos/Requisitos/requisitos_para_el_cumplimiento.pdf
- SUNAT . (16 de Diciembre de 2016). <http://www.sunat.gob.pe/>. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/:http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/normasdua/gja-04.htm>
- SUNAT . (04 de 10 de 2020). <https://orientacion.sunat.gob.pe/>. Obtenido de <https://orientacion.sunat.gob.pe/:https://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/personas-menu/ruc-personas/modificacion-datos-ruc-personas/7163-actualizacion-de-actividad-economica>
- SUNAT. (2020 de Febrero de 19). <https://emprender.sunat.gob.pe/>. Obtenido de <https://emprender.sunat.gob.pe/:https://emprender.sunat.gob.pe/que-beneficios-tengo>
- SUNAT. (09 de MARZO de 2017). <https://emprender.sunat.gob.pe/>. Obtenido de <https://emprender.sunat.gob.pe/:https://emprender.sunat.gob.pe/si-tengo-trabajadores-que-obligaciones-y-beneficios-laborales-existen>
- SUNAT. (11 de 10 de 2018). <https://orientacion.sunat.gob.pe/>. Obtenido de <https://orientacion.sunat.gob.pe/:https://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/ruc-empresas/inscripcion-al-ruc-empresas>
- SUNAT. (10 de 11 de 2020). <http://www.sunat.gob.pe>. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/:http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/importacion/reimportac/proc-General/despa-pg.26.htm>
- SUNAT. (06 de 10 de 2020). <http://www.sunat.gob.pe/>. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/:http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=C1DED215-5C9C-44B1-9CE0-10484048C5F1.PDF>

- SUNAT. (19 de 11 de 2020). <http://www.sunat.gob.pe/>. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/>:
<http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/index.html>
- SUNAT. (22 de 10 de 2020). <http://www.sunat.gob.pe/>. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/>:
<http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/importacion/adTemporalR/procGeneral/despa-pg.04.htm>
- SUNAT. (14 de 05 de 2020). <http://www.sunat.gob.pe/>. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/>:
<http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/importacion/importac/procGeneral/despa-pg.01.htm>
- SUNAT. (04 de 10 de 2020). [orientacion.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe/). Obtenido de [orientacion.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe/):
<https://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/personas-menu/ruc-personas/inscripcion-al-ruc-personas/6745-03-tablas-anexas-ruc-personas>
- SUPERINTENDENCIA DE BANCA, SEGUROS Y AFP. (20 de 11 de 2020). <https://www.sbs.gob.pe/>. Obtenido de <https://www.sbs.gob.pe/>: <https://www.sbs.gob.pe/usuarios/informacion-financiera/informalidad-financiera/relacion-de-entidades-autorizadas-a-recibir-depositos-del-publico/relacion-de-entidades-autorizadas-a-captar-depositos>
- Thompson, I. (Agosto de 2005). <https://moodle2.unid.edu.mx/>. Obtenido de <https://moodle2.unid.edu.mx/>:
https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/pos/MD/MM/AM/03/Segmentacion_del_Mercado.pdf
- TIBA GROUP. (20 de 11 de 2020). <https://www.tibagroup.com/>. Obtenido de <https://www.tibagroup.com/>: <https://www.tibagroup.com/blog/incoterms-2020?lang=es>
- TRADE MAP. (11 de 11 de 2020). <https://www.trademap.org/>. Obtenido de <https://www.trademap.org/>:
<https://www.trademap.org/Index.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1>
- Vía De La Cruz, C. E. (2017). <http://repositorio.usmp.edu.pe/>. Obtenido de <http://repositorio.usmp.edu.pe/>: <http://repositorio.usmp.edu.pe/handle/usmp/3032>

Anexo N° 1: Modelo de contrato de trabajo de naturaleza temporal por inicio o incremento de nueva actividad

Conste por el presente documento el Contrato de Trabajo a plazo fijo bajo la modalidad de

“Contrato por inicio o incremento de actividad” que celebran al amparo del Art. 57° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97-TR y normas complementarias, de una parte (1), con R.U.C. N°.....y domicilio fiscal en....., debidamente representada por el señor (2)con D.N.I. N°....., a quien en adelante se le denominará simplemente EL EMPLEADOR; y de la otra parte don (3).....; con D.N.I. N°....., domiciliado en.....a quien en adelante se le denominará simplemente EL TRABAJADOR; en los términos y condiciones siguientes:

PRIMERO: EL EMPLEADOR (4)requiere cubrir las necesidades (colocar la justificación del uso de esta modalidad)

SEGUNDO: Por el presente documento EL EMPLEADOR contrata a plazo fijo bajo la modalidad ya indicada, los servicios de EL TRABAJADOR quien desempeñará el cargo de (5), en relación con las causas objetivas señaladas en la cláusula anterior.

TERCERO: El plazo de duración del presente contrato es de.....(máximo tres años), y rige desde eldel 20.., fecha en que debe empezar sus labores EL TRABAJADOR hasta eldedel 20.., fecha en que termina el contrato.

CUARTO: EL TRABAJADOR estará sujeto a un período de prueba de tres meses, la misma que inicia elde del 20.. y concluye el.....de.....del 20...

QUINTO: EL TRABAJADOR cumplirá el horario de trabajo siguiente: De lunes a.....de.....horas a..... horas.

SEXTO: EL TRABAJADOR deberá cumplir con las normas propias del Centro de Trabajo, así como las contenidas en el Reglamento interno de Trabajo (en caso cuente con uno debidamente registrado ante la AAT) y en las demás normas laborales, y las que se impartan por necesidades del servicio en ejercicio de las facultades de administración de la empresa, de conformidad con el Art. 9° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97-TR.

SETIMO: EL EMPLEADOR abonará al TRABAJADOR la cantidad de S/.....como remuneración mensual, de la cual se deducirá las aportaciones y descuentos por tributos establecidos en la ley que le resulten de aplicación.

OCTAVO: 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 la cláusula tercera, oportunidad en la cual se abonará al

TRABAJADOR los beneficios sociales que le pudieran corresponder de acuerdo con ley.

NOVENO: Este contrato queda sujeto a las disposiciones que contiene el TUO del D. Leg. N° 728 aprobado por D. S. N° 003-97-TR Ley de Productividad y Competitividad Laboral, y demás normas legales que lo regulen o que sean dictadas durante la vigencia del contrato.

Como muestra de conformidad con todas las cláusulas del presente contrato firman las partes,

por triplicado a los.....días del mes de.....del año 20...

EL EMPLEADOR

EL TRABAJADOR

Anexo N° 2: Ficha Técnica de la Encuesta

ENCUESTADOR	Joab Levi Bardales Ichacaya
N° DE REGISTRO	001 - 2020
RAZON SOCIAL	J&J E.I.R.L.
SISTEMA DE MUESTREO	Selección de personas a través del Grupo de Facebook (Rango de edad 18-55) PERU
PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN DE ENCUESTADOS	Método de preguntas cuantitativas a los consumidores a través de Google Forms.
TAMAÑO DE LA MUESTRA	384
MARGEN DE ERROR	0.05
NIVEL DE CONFIANZA	95%
UNIVERSO	347,981
FECHA DE INICIO DE LA ENCUESTA	Del 19 de septiembre al 25 de octubre del 2020
LUGAR EN QUE SE REALIZO LA ENCUESTA	SITIO WEB GOOGLE FORMS:

**Anexo N° 3: CUESTIONARIO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE DINOSAURIO DE PLÁSTICO DESARMABLES
DIDACTICO “J& J SAC”, EN LIMA NORTE.**

Somos una empresa dedicada a la comercialización de juguetes de dinosaurio de plástico desarmable, buscamos ofrecer una alternativa que permita el desarrollo emocional y cognitivos de los niños de 3 a 5 años con sus seres queridos.

1. Género:

Femenino	Masculino
----------	-----------

2. Edad:

3. Distrito:

4. Compra juguetes didácticos:

Sí	No
----	----

5. ¿Qué tipo de juguetes prefieres?

Muñecos	Rompecabezas
---------	--------------

6. ¿Es Ud. fiel a una marca en especial?

Sí	No
----	----

7. ¿Por qué compra juguetes didácticos?

Por sus componentes

Por su característica

8. Si su respuesta es por sus componentes, ¿le gustaría comprar un dinosaurio armable sin plomo y de características personalizadas?

Sí	No
----	----

9. ¿Le gustaría comprar un juguete de dinosaurio armable que además de ser de buena calidad tenga una historia personalizada para cada tipo de especie de dinosaurio?, o ¿Solo lo compraría por su calidad?

Solo por la calidad	Que tenga una historia	Otros
---------------------	------------------------	-------

10. Teniendo en cuenta que el precio promedio de un set de 4 dinosaurios es de S/ 25 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un set de dinosaurios?

Menos de 25 soles	25 soles	Más de 25 soles
-------------------	----------	-----------------

11. ¿Cuántas compras de juguetes didácticos realiza?

Más de 4 paquetes	De 2 a 4 paquetes	1 a 2 paquetes
-------------------	-------------------	----------------

12. ¿Dónde le gustaría hacer sus compras?, si es que opta por comprar

Online (Website, Facebook, Instagram o WhatsApp)	Minimarket	Supermercados
--	------------	---------------

13. ¿Con que frecuencia realizas compras online?

1 vez a la semana	5 veces a la semana	3 veces al mes
-------------------	---------------------	----------------

14. ¿Qué método de comunicación tiene Ud. mayor acceso?

Redes sociales	Televisión	Páginas webs	Periódico
----------------	------------	--------------	-----------

15. ¿Si, compra nuestro dinosaurio armable de manera online optarías por un servicio de delivery interno o un delivery externo?

Delivery Interno (Propio)	Delivery Externo (Globo, Rappi, Uber eats, entre otros)	Ambos
---------------------------	---	-------

Anexo N° 4: Cotización FOB SUQIAN FEIXIANG TOY CO.,LTD.

SUQIAN FEIXIANG TOY CO.,LTD.

No.18 Chuangye Road Chuangye Park Shiji street Siyang County Suqian City Jiangsu Province

TEL:+8617751072859

Invoice

IMPOTER: JOAB LEVI BARDALES ICHACAYA

R.U.C: 10475927911

TERMS OF PAYMENT: T/T

INCOTERM: FOB

TRANSPORT DETAILS:

FROM: NINGBO CHINA, TO Callao PERU

INV. NO:20201030

Contacts: +8617751072859

DATE:2020.10.30

WE HEREBY CERTIFY THAT THE ABOVE MENTIONED GOODS ARE OF CHINESE ORIGIN.

Product.	Description of goods	QTY	PACKAGE	Unit price (FOB NINGBO)	Total price
		(pcs)		(USD)	(USD)
	1-3 de huevos de dinosaurio para los niños	9600	carton	0.72	6912
Total					6912

Anexo N° 5: Cotización EXW YaCheng Toys Co.,Limited

YaCheng Toys Co.,Limited

ADD:No.1, Lane 3, West of Shunfa Road, Longtian, Chenghai District, Shantou City, Guangdong Province.China

Tel:0754-85637908 Phone:13715942520 E-Mail:sales1@yachengtoys.com

COMMERCIAL INVOICE

TO: JOAB LEVI BARDALES ICHACAYA

P.I.NO.:YC20201118

RUC: 10475927911

Invoice No: PI-YC20201118

Tel: +974150832

Trade Terms: EXW

Contact person:

TERM OF PAYMENT: CONTRACT AMOUNT PAYMENT BY 100% TT.

CLIENT ITEM NO.	Photo	DESCRIPTION	UNIT	CTN MEAS.			PACKAGE	EWX SHANTO U PRICE (USD)	PCS/C TN	Carton	TOTAL QTY	WEIG HT	TOTAL	TOTAL CBM	TOTAL EXW AMOUNT (USD)
				PCS	KG	KG									
20015		Juguete dinosaurio de plástico armable.	box	64	51	56	Box carton	0,75	160	60	9600	16.3	978	11.2	7200.00
TOTAL								0.79	160	60	9600	16.3	978	11.2	7200,00
TOTAL AMOUNT															7200,00
SHIPPING MARKS:															

Anexo N° 6: Packing SUQIAN FEIXIANG TOY CO.,LTD.

单位：宿迁飞翔玩具有限公司 联系电话：18261119833

NAME IMPOTER: JOAB LEVI BARDALES ICHACAYA R.U.C: 10475927911 PL / DATE: 30/10/2020 INVOICE N°:20201030

FROM: Ningbo china To: Peru Callao HS CODE :950300000

序号 No.	客户 Importer	名称 Product	数量及单位 Qty	unit price (USD)	Total price (USD)	size per Carton	Packing quantity	Weight per Carton (kg)	Total Cbm	Total kg	Total Carton	材料 material	产品图片 Picture
1	JOAB LEVI BARDALES ICHACAYA	Name 1-3 de huevos de dinosaurio para los niños	9600	0.72	6912	64*51*56	160	16.3	11.2	978	60	Plastic / plastic	

TOTAL CARTONS IN CONTAINER: SIXTY CARTONS ONLY NUMBER OF PALLETS: FIVE DIMENSIONS OF PALLETS: 120 x 96x 200cm

Anexo N° 7: Imágenes de las cajas de cartón



Anexo N° 7: Cotización Agente de Carga C&M Logistics



Cotización N° : 19000-1

Callao, 03 de noviembre de 2020

Señores

**JOAB LEVI BARDALES
ICHACAYA**

**RUC:
1475927911**

Atención:

De nuestra consideración:

Por medio del presente, le hacemos llegar según lo solicitado nuestra propuesta para la exportación de su mercadería, como se detalla a continuación:

Mercadería	CARGA GENERAL	Origen	NINGBO
Flete	COLLECT	Destino	CALLA O
Transporte	MARITIMA	Peso / Volumen	978.00 KG / 10.97 M3

CONCEPTO	IMPORTE \$		
FLETE MARÍTIMO:	USD	160.00	
BL:	USD	45.00	
TRANSMISIÓN	USD	41.30	incluido igv
VISTO BUENO:	USD	188.80	incluido igv
DESCONSOLIDACION:	USD	224.20	incluido igv
TOTAL A PAGAR	USD	659.30	

Notas:

- Valido hasta 15 de diciembre.
- Espacio sujeto a disponibilidad.
- No inc. gastos por almacén.
- No inc. Impuestos.
- Costos incluyen IGV.
- Valores referenciales.

Atentamente

,
Dpto. de Operaciones

Anexo N° 8: Cotización Agentes de aduana S.A.C.



COTIZACION N° 00380-2020 FECHA: 08/11/2020

Dirección: AV California MZ C3 Lt 32, Ventanilla Callao

Señores: JOAB LEVI BARDALES ICHACAYA

REGIMEN: IMPORTACION

Producto: HUEVOS DE DINOSAURIO, SIN MARCA, SIN MODELO

FOB		6,912.00	USD		
FLETE		205.00	USD		
SEGURO		190.08	USD		
CIF		7,307.08	USD		
ADVALOREM		0.00	USD		
DRERCHO					
ESPECIFICO		0.00	USD		
IPM		146.14	USD		
IGV		1,169.13	USD		
TASA DESPACHO		0.00	USD		
TOTAL, IMPUESTOS		1,315.27	USD	T/C 3.598	4,732.36 SOLES
PERCEPCION DE IGV	3.5%	301.78	USD	T/C 3.598	1,085.81 SOLES
HANDLING		0.00	USD		0.00 SOLES
FLETE MAS GASTOS EN					
CHINA		0.00	USD		0.00 SOLES
THC		0.00	USD		0.00 SOLES
DEVOLUCION DE					
CONTENEDOR		0.00	USD		0.00 SOLES
TRACCION		0.00	USD	APROX	0.00 SOLES
VISTO BUENOS		0.00	USD	APROX	0.00 SOLES
DESCARGA					
ALMACEN		103.40	USD	APROX	0.00 SOLES
MANIPULEO		0.00	USD	APROX	0.00 SOLES
AFORO PREVIO + ROTULADO		0.00	USD		0.00 SOLES
AFORO FISICO		0.00	USD		0.00 SOLES
GASTOS					
OPERATIVOS		20.00	USD		0.00 SOLES
TRAMITE DE					
ADUANAS		120.00	USD		0.00 SOLES
TRANSPORTE LOCAL		20.00	USD		0.00 SOLES
IGV		28.80	USD		0.00 SOLES
ABONOS			USD		0.00 SOLES
TOTAL (IMPUESTOS+GASTOS)		292.20	USD		5,818.17 SOLES



Interbank	E.F.V. ADUANAS Y CARGA
N° de Cuenta Soles:	200-3001622640
Código de cuenta Interbancario (CCI):	003-200-003001622640-36
N° de Cuenta Dólares:	200-3001622703
Código de cuenta Interbancario (CCI):	003-200-003001622703-32

Anexo N° 9: Cotización Far Logistic

				COTIZACION 001-001253 SEÑORES JOAB LEVI BARDALES ICHACAYA R.U.C 10475927911 DIRECCION :AV California MZ c3 Lt 32 Ventanilla Callao ATENCIÓN ANDRIU MENESES PROVEEDOR -	
		SALIDA	A.WB-B/L	ADUANA	ORDEN DESPC
			1	MARITIMA	COTIZACION
VOLUMEN	PESO	PRODUCTO		INCOTERM	FECHA
11,2 CBM	978 KG	JUGUETES		FOB NINGBO	31/10/2020
FOB	FLETE	SEGURO	CIF	T.C.	HS CODE
\$ 6.912,00	\$ 945,00	\$ 216,07	\$ 8.073,07	3,6	9503
DERECHOS DE ADUANA Y OTROS				TOTAL GASTOS EN DOLARES	
AD VALOREM	6%	\$	484,38	FLETE INTERNACIONAL	\$ 945,00
IGV 16%	\$ 1.369,19	IPM 2%	\$	GASTOS EN ORIGEN	\$ -
171,15				SEGURO \$	GASTOS OPERATIVOS \$
PERCEPCION	3,5%	\$	353,42	50,00 AFORO/ PREVIO \$	30,00
SEGURO TABLA	2,75%			DOCUMENTACIÓN	\$ -
TOTAL DERECHOS EN DOLARES			\$ 2.378,15	VISTO BUENO	\$ 150,00
TOTAL DERECHOS EN SOLES			S/ 8.561,33	DESCONSOLIDACIÓN	\$ 240,00
VALORES SON APROXIMADOS Y VARIA SEGÚN LOS COSTOS REALES				TRANSMISIÓN	\$ -
CUENTA CORRIENTES BANCO CONTINENTAL				ALMACENAJE	\$ 250,00
DOLARES 0011 0147 0100087138 62				MOVILIZACION	\$ -
CCI 0011 147 000100087138 62				CUADRILLA ALMACÉN \$	GASTOS
				ALMACEN \$	TRANSPORTE
				INTERNO \$	-
				RESGUARDO	\$ -
				COMISION AGENCIA ADUANA\$	120,00
				VALOR DE VENTA \$	1.665,00 IGV (18%)
				\$ 151,20	
				SERVICIO	\$ 1.936,20

*ESPACIO SUJETO A CONFIRMACIÓN

*33 DIAS TRANSITO

*21 DÍAS LIBRES DE SOBRESTADÍA

*EL SEGURO Y EL RESGUARDO ES A SOLICITUD DEL CLIENTE, SI REQUIERE O NO

*ENVIAR INSTRUCCIONES CON ANTICIPACIÓN.

Anexo N° 10: Preliquidación Villas Oquendo.



Año de la lucha contra la corrupción e impunidad

Fecha: 11/11/2020

Tipo Cambio: 3.5902020

N° Documento: 214-147-2020

Ruc: 10475927911

Cliente: BARDALES ICHACAYA JOAB LEVI

Dirección: Av. California, MZ C3 Lt 32, Ventanilla Callao.

Línea: COMPAGNE GENERALI MARITIME **Puerto:** NINGBO (CHINA) **Nave:** KURE **Viaje:** 045N

Nro. Bultos: 5

Peso: 978.00

Volumen: 10.97 m3 **S.I.:**

Fecha Ingreso: 08/11/2020

Días Alm.: 5

Conocimiento: GMQD20107748-B

Consolidadora: INCA LINES SAC

Ag. Aduana: 20552295383 E.F.V. AGENTES DE ADUANAS S.A.C

Observación:

Cargas: [1 - 0.094] - 0 - 43655816/[1 - 0.169] - 0 - 43655814/[1 - 0.179] - 0 - 43655813/[1 - 0.182] - 0 - 43655815/[1 - 0.200] - 0

Servicio	20' x 0	40' x 0	Importe
(102) GASTOS DOCUMENTARIOS CNT	0.00	0.00	35.00
(1444) INCREMENTO PUERTO DPW / APM (\$)	0.00	0.00	10.00
(169) SERVICIO DE TAL	0.00	0.00	30.00
(1880) VERIFICACION DE DATOS CARGA SUELTA \$	0.00	0.00	8.00
(61) USO DE PATIO	0.00	0.00	67.00
SUPERVISION DE CARGA (\$)	0.00	0.00	170.00
		Importe Inafecto	0.00
		Importe Afecto	320.00
		IGV (18%)	57.60
		Total US\$	377.60

Son: TRESCIENTOS SETENTA Y SIETE CON 60/100 DÓLARES AMERICANOS

* EXONERADO IGV D.S.N°055-99-EF APEND. II Inc.3 del 15/04/99 Agente de Retención R.S. 037-2002/SUNAT - 19/04/2002 PASADO 10 DIAS CALENDARIO NO HAY OPCION A RECLAMO

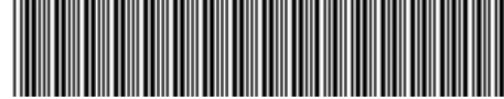
VILLAS OQUENDO SOLO EMITIRA FACTURAS ORIGINALES

Anexo N° 11: Volante



CAL. G NRO. S/N (PARCELA 1, TERRENO RIBEREÑO AL MAR) PROV. CONST. DEL 1 / 2
CALLAO.

15:11 WEB EFVADUANAS



MARITIMO

Volante Despacho Nro: 00000000274449

Nro Manifiesto: 2020 - 2074	Detalle aduana: 395	Do Hijo: GMQD20107748-B	Notificante: C & M LOGISTICS PERU SAC.
Nave: KURE		Do Madre: GMQD20107748	Ag Aduana: E.F.V. AGENTES DE ADUANAS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - E.F.V. AGENTES DE ADUANAS S.A.C. COSCO SHIPPING LINES (PERU) S.A
Fecha Llegada: 06/11/2020	Fecha Termino:	Pto Embarque: CHNGO NINGBO	Agente Maritimo: INCA LINES S.A.C.
Linea: COMPAGNIE GENERALI MARITIME	27/09/2020	Pto Final: PECLL CALLAO	Consolidador:
Consignatario: JOAB LEVI BARDALES ICHACAYAL. CAL. MARTIN DE MURUA NRO. 207 LIMA LIMA SAN ISIDRO			
Domicilio Legal: AV California MZ C3 Lt 32 ,Ventanilla ,Callao .			
Observación Aduana: -			

Estado Transmision: ACEPTADO
Dice Contener:
Empaques Recibidos: 1

Total General	Manifestado	Recepcionado	Malos	Faltantes	Sobrantes
Bulto	5	5	0	0	0
Peso	978.000	978.000	0.000	0.000	0.000

Mercaderia: 1-3 HUEVOS DE DINOSAURIO PARA LOS NIÑOS

Apertura Contenedores :											Recepcionados		Inventariado	
Contenedor	Tno	Tipo	Cond	Tara	F.Ingreso	RB	Imo	Sini	Descripción Producto	Precintos	Bultos	Peso	Bultos	Peso
TTNU8624572	40	RH	LCL	4640	06/11/2020	NO	NO	NO	MERCADERIA EN GENERAL	///	5	978.00	5	978.00

Carga Suelta				Recepcionado		Inventariado	
Item	F.Ingreso	Imo	Descripción Producto	Bultos	Peso	Bultos	Peso
1	06/11/2020	NO	MERCADERIA EN GENERAL	5	978.000	0	0.000

Nota 1: Por favor verifique que la Razón Social y el Domicilio Legal sean los correctos; el cobro por cambio de factura es USD 50.00 + IGV por concepto de Gastos Administrativos.

Nota 2: AVISO IMPORTANTE sobre RETIROS DE CARGA LCL: Si la mercaderia será retirada paletizada, y la unidad de transporte que será utilizada es cerrada, agradeceremos que, en caso lo vayan a requerir, soliciten con anticipación el Servicio "Uso de Stocka" o el "Servicio de Despaletizado" en el Módulo Ordenes de Servicio en nuestra Página Web, de manera que el cobro sea incluido en la Pre-liquidación y evitemos así demoras en el despacho

Nota 3: El consignatario o dueño de la mercancía reconoce que en mérito a lo dispuesto por la Ley General de Aduanas y el D. Leg. 1492, la mercancía consignada en el correspondiente documento de transporte sólo le será entregada -sin responsabilidad de ningún tipo para este DEPÓSITO TEMPORAL- cuando se acredite, además del levante aduanero y el cumplimiento de la legislación pertinente, que el documento de transporte remitido cuenta con la autorización comercial de entrega de la carga por parte de la agencia marítima y/o el agente de carga internacional material/contractual, según corresponda, mediante el cual se acredita el cumplimiento de sus obligaciones comerciales relacionadas al contrato de transporte internacional marítimo de las mercancías.

En consecuencia, el consignatario o dueño acepta que el DEPÓSITO TEMPORAL se encontrará autorizado a no entregar la mercancía objeto de depósito, en tanto no se evidencie el cumplimiento de los requisitos referidos en el párrafo precedente. La sola recepción del presente documento importa el sometimiento irrevocable y expreso al íntegro de sus términos y condiciones, y su plena conformidad respecto de estos últimos.

F-GO-015 v.00

CALLAO.