



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

**EXPORTACIÓN DE ACCESORIOS Y PRODUCTOS
PERSONALIZADOS HECHOS EN CERÁMICA AL FRÍO AL
MERCADO DE CALIFORNIA, ESTADOS UNIDOS**

**PRESENTADA POR
JESÚS DANIEL RUIZ CHUMPÉN**

PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

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

LIMA – PERÚ

2018



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 NEGOCIOS INTERNACIONALES**

PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**EXPORTACIÓN DE ACCESORIOS Y PRODUCTOS PERSONALIZADOS HECHOS
EN CERÁMICA AL FRÍO AL MERCADO DE CALIFORNIA, ESTADOS UNIDOS.**

PARA OPTAR

EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES

PRESENTADO POR:

Jesús Daniel Ruiz Chumpén

LIMA, PERÚ

2018

Dedicatoria

Este plan de negocio va dedicado a:

Mery.

Agradecimientos

Quiero agradecer en forma especial a mi familia por el apoyo incondicional y a los docentes que a lo largo del camino participaron en mi formación profesional y un agradecimiento de manera muy especial a Diana Quinteros.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	1
1.- ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	
1.1. Nombre o razón social.	2
1.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)	2
1.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial	3
1.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha	6
1.5. Ley de MYPE, Micro y Pequeña empresa, características	7
1.6. Estructura Orgánica	8
1.7. Cuadro de asignación de personal	11
1.8. Forma Jurídica Empresarial	12
1.9. Registro de marca y procedimiento en INDECOPÍ	13
1.10. Requisitos y Trámites Municipales	18
1.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y modalidades	19
1.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME)	21
1.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral	22
1.14. Modalidades de Contratos Laborales	23
1.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los accionistas	23
2.- PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL	
2.1.- Descripción del producto	25
2.1.1. Clasificación arancelaria	26
2.1.2. Propuesta de valor	27
2.1.3. Ficha técnica comercial	30
2.2. Investigación del Mercado Objetivo	31
2.2.1. Segmentación de mercado objetivo	35

2.2.2. Tendencias de consumo	41
2.3. Análisis de la oferta y la demanda	43
2.3.1. Análisis de la oferta	43
2.3.2. Análisis de la demanda	48
2.4. Estrategias de Ventas y Distribución	53
2.4.1. Estrategias de segmentación	53
2.4.2. Estrategias de posicionamiento	54
2.4.3. Estrategias de distribución	54
2.5. Estrategias de Promoción	60
2.6. Tamaño de planta. Factores condicionantes	61

3.- PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

3.1. Envases, empaques y embalajes	62
3.2. Diseño del mercado y rotulado	65
3.2.1. Diseño del mercado	65
3.2.2. Diseño del rotulado	67
3.3. Unitarización y cubillaje de la carga	70
3.4. Cadena de DFI de exportación	71
3.5. Seguro de las mercancías	77

4.- PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

4.1.- Fijación de precios	79
4.1.1. Costos y precio	79
4.1.2. Cotización internacional	82
4.2. Contrato de compra venta internacional y sus documentos	83
4.3. Elección y aplicación del Incoterm	84
4.4. Determinación del medio de pago y cobro	85
4.5. Elección del régimen de exportación	86

4.6. Gestión aduanera del comercio internacional	86
4.7. Gestión de las operaciones de exportación: flujograma	88

5.- PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

5.1. Inversión fija	89
5.1.1. Activos tangibles	89
5.1.2. Activos intangibles	90
5.2. Capital de trabajo	91
5.3. Inversión total	92
5.4. Estructura de Inversión y Financiamiento	93
5.5. Fuentes financieras y condiciones de crédito	93
5.6. Presupuesto de costos	94
5.7. Punto de Equilibrio	94
5.8. Tributación de la exportación	95
5.9. Presupuesto de ingresos	95
5.10. Presupuesto de egresos	95
5.11. Flujo de caja proyectado	96
5.12. Estado de Ganancias y Pérdidas	96
5.13. Evaluación de la Inversión	97
5.13.1. Evaluación Económica	97
5.13.2. Evaluación Financiera	97
5.13.3. Evaluación social	98
5.13.4. Impacto ambiental	98
5.14. Evaluación de costo de oportunidad del capital de trabajo	98
5.15. Cuadro de riesgo del tipo de cambio	99

6.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones	100
6.2. Recomendaciones	101

7.- REFERENCIAS

102

ANEXOS

RESUMEN EJECUTIVO

CAJA DE IDEAS S.AC. tiene como objetivo la exportación de accesorios hechos artesanalmente en cerámica al frío destinados al mercado de California, Estados Unidos. Este plan describe las razones por las cuales se eligió el país de destino e incluye un análisis de los factores de ambiente externo e interno para luego determinar las estrategias más apropiadas de penetración de mercado. Para la selección de proveedores se realizó una matriz de ponderación y puntaje según criterios determinantes para la empresa.

Al analizar el perfil del consumidor y mercado objetivo se espera vender en el primer año de operaciones US\$ 36,613.35. La comercialización se realizará a través de alianzas estratégicas con las tiendas Hot Topic y Spencer las cuales cuentan con un gran número de tiendas en los distintos centros comerciales de California.

Del mismo modo se hace mención de los aspectos legales para la organización, tipo de sociedad, el personal, cargos y funciones según el régimen tributario y laboral elegido.

Para la realización de este proyecto es necesario una inversión de \$ 9,578.26 dólares americanos, con un capital propio de 3,831.31 (40%) y 5,746.96 (60%) financiado por el banco, deuda que será amortizada dentro de un año

En la evaluación financiera, el VAN económico arrojó la cantidad de \$ 33,953.12 mientras el VAN financiero, para interés de los inversionistas, arrojó un monto de \$ 43,194.70 A pesar que hemos obtenido un financiamiento del banco, el VAN es positivo, lo que permite generar utilidades mostrando un proyecto rentable.

El estudio financiero determinó, según el flujo económico que la tasa interna de retorno TIR fue de 74% siendo mayor al COK, resulta positivo al generarnos un mayor rendimiento en comparación a este. Para el flujo de caja financiero, se obtuvo una TIR de 80%. Después del mencionado análisis, se concluyó que es recomendable realizar el presente plan de negocio.

1.- ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

1.1. Nombre o Razón Social

Razón Social: CAJA DE IDEAS S.A.C.

Nombre Comercial: Amazing Little Things

RUC: 20135745221

Se decidió tomar como razón social CAJA DE IDEAS S.A.C. debido a que nuestros productos cuentan con diseños novedosos e innovadores.

El nombre comercial es Amazing Little Things, que en español significa pequeñas cosas asombrosas, ya que consideramos que nuestros productos tienen esas cualidades, son pequeños, pero asombrosos, se optó por el idioma inglés, ya que nuestros productos se comercializarán en los Estados Unidos de América.

1.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

La CIIU es una clasificación de actividades cuyo alcance abarca a todas las actividades económicas, las cuales se refieren tradicionalmente a las actividades productivas, es decir, aquellas que producen bienes y servicios. El propósito principal de la CIIU es ofrecer un conjunto de categorías de actividades productivas que se pueda utilizar cuando se diferencian las estadísticas de acuerdo con esas actividades. (INEI, 2010)



Figura 1: Jerarquía CIIU

Fuente : INEI

Elaboración: Propia

1.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

1.3.1. Ubicación

Tabla 1: Método de Factores Ponderados para la localización del proyecto – opciones de distrito

Opciones	Distritos
A	Miraflores
B	San Miguel
C	Santa Anita
D	San Borja

Elaboración Propia

Tabla 2: Método de factores ponderados para la Localización del Proyecto

FACTORES	PESO RELATIVO	CALIFICACIÓN			
		A	B	C	D
Cercanía a proveedores	30%	5	5	10	5
Cercanía a colaboradores	25%	5	4	9	4
Cercanía a Serpost	20%	8	6	7	6
Transporte interno	15%	6	6	7	6
Rutas de acceso	10%	8	7	8	6
Puntaje Total	100%	6.05	5.30	8.50	5.20

Elaboración Propia

Puntuación A: $(0.3*5+0.25*5+0.2*8+0.15*6+0.1*8)= 6.05$

Puntuación B: $(0.3*5+0.25*4+0.2*6+0.15*6+0.1*7)= 5.30$

Puntuación C: $(0.3*10+0.25*9+0.2*7+0.15*7+0.1*8)= 8.50$

Puntuación D: $(0.3*5+0.25*4+0.2*6+0.15*6+0.1*6)= 5.20$

Podemos observar que la opción C (Santa Anita), es la más adecuada ya que es la que ha obtenido mayor calificación convirtiéndose en la mejor alternativa para la localización.

El distrito de Santa Anita se encuentra en una ubicación estratégica, ya que cuenta con acceso a la vía de Evitamiento, Carretera Central, este Distrito también cuenta con un Centro Bancario lo cual es una ventaja, asimismo la cercanía y rapidez para llegar al Centro de Lima, lugar donde se encuentran nuestros principales proveedores es muy importante.

El domicilio fiscal de la empresa será en Calle Ramón Zavala 428, Santa Anita.



Figura 2: Ubicación de la empresa Cada de Ideas S.A.C.

Fuente : Google Maps

1.3.2. Factibilidad Municipal

Para obtener la licencia de funcionamiento, la Municipalidad de Santa Anita pide los siguientes requisitos:

- 1.- Formato de Solicitud o Declaración Jurada. (Debidamente llenada; número de DNI, RUC y/o Carné de Extranjería del solicitante), Recibo de pago S/. 36.30 Soles (Incluye inspección de Defensa civil)
- 2.- Vigencia de poder de representante legal, en el caso de personas jurídicas u otros entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada.
- 3.-Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad o Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones de hasta 100 m² y capacidad de almacenamiento no mayor del 30% del área total del local. (Municipalidad de Santa Anita, 2013)

1.4. Objetivos de la empresa, principios de la empresa en marcha

1.4.1 Misión

- Ofrecer los mejores accesorios brindando por medio de ellos, sentimientos, recuerdos, experiencias y convicciones personales a nuestros clientes.

1.4.2 Visión

- Trascender en el mercado de accesorios como los pioneros en brindar emociones a través de nuestros productos y ser líderes en la producción de accesorios en cerámica al frío

1.4.3. Objetivos de la Empresa

- Ser una nueva alternativa en el mercado de accesorios tradicional
- Satisfacer la demanda de accesorios del mercado de California EE.UU.
- Crear y recrear grandes momentos mediante lo que llamamos “la experiencia del accesorio”
- Cumplir con las regulaciones de ingreso al mercado de California EE.UU.
- Ofrecer a nuestros clientes la cualidad de exteriorizar sentimientos y causas personales a través de nuestros accesorios

1.4.4. Principios de la Empresa

- Adaptación y Personalización de acuerdo a los gustos y preferencias de nuestros clientes
- Superar las expectativas de los clientes con nuestros diseños, estableciendo tendencias y enviando un agradecimiento personalizado por cada compra.
- Innovación e Investigación por medio del análisis de las tendencias venideras y adaptándolas a nuestros productos.
- Enfoque en el cliente, priorizando sus necesidades y requerimientos.

1.4.5. Valores de la Empresa

- **Creatividad:** En lo referente a nuestros diseños y colaboradores, siempre encontrar nuevos diseños y nuevos caminos para realizar los procesos.
- **Pasión:** Reflejado en hacer lo que nos gusta y amamos, entregando el 100%.
- **Calidad:** Ofreciendo el mejor producto a nuestros clientes, con los mejores insumos y controles de calidad.
- **Innovación:** Siempre renovándonos, con nuevos diseños y procesos.
- **Libertad:** Respetar convicciones personales, credos, ideas, de clientes y colaboradores, que no haya temor a expresarlas.

1.5. LEY DE MYPE, MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA, CARACTERÍSTICAS

Para la creación de la empresa Caja de Ideas SAC hemos considerado que lo más conveniente es acogernos a la Ley N° 30056, la cual modifica ciertas características siendo la más importante que ya no se toma en cuenta el número de trabajadores sino las ventas anuales para ser considerada una Micro o Pequeña Empresa, por lo que hemos decidido ser una microempresa, básicamente porque el negocio recién empieza y los beneficios que otorga.

Tabla 3: Cuadro Microempresa Ley N° 30056

NORMA	CATEGORÍA	CARACTERÍSTICAS	VIGENCIA
Ley N° 30056	MICROEMPRESA	Hasta 150 UIT	Aplicable a MYPES registradas a partir del 03/07/13
	PEQUEÑA EMPRESA	Más de 150 UIT y hasta 1700 UIT	
	MEDIANA EMPRESA	Más de 1700 UIT y hasta 2300 UIT	

Fuente: Sunat

Elaboración: Propia

1.6. Estructura Orgánica

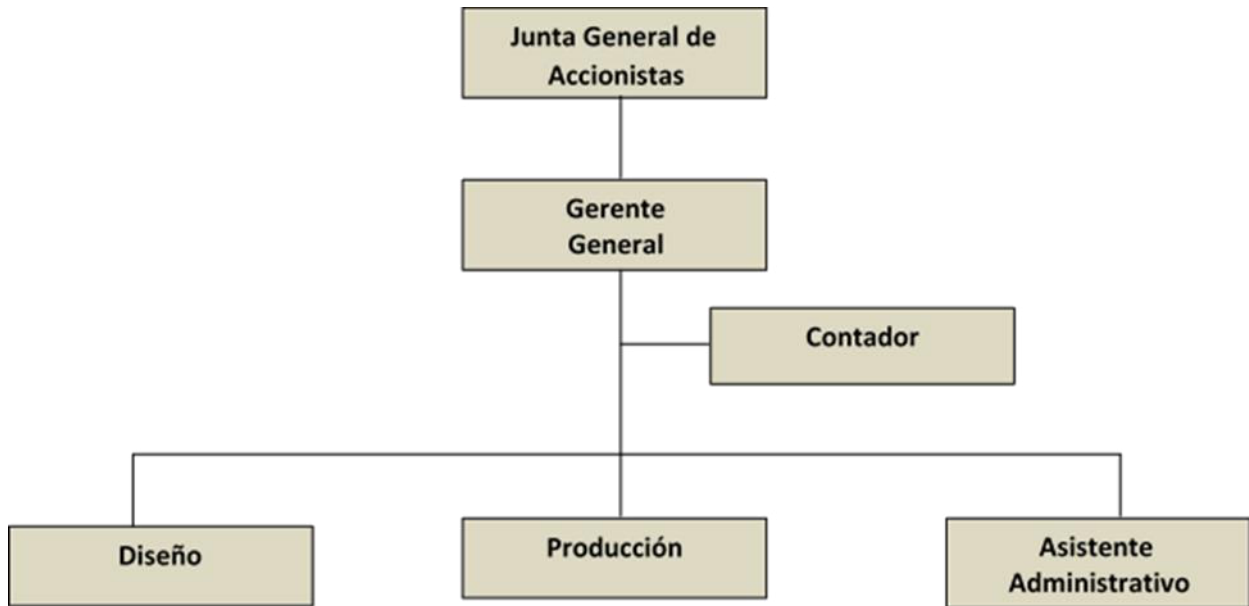


Figura 3: Organigrama de la empresa Caja de Ideas S.A.C.

Elaboración : Propia

Gerente General:

El Gerente General será un profesional en Administración de Negocios Internacionales, lo que le permitirá:

- Planificar estratégicamente las actividades y desarrollo de estrategias comerciales de la empresa.
- Fijar las políticas y los objetivos de la organización.
- Supervisar, controlar y administrar los trámites correspondientes al comercio exterior.
- Diseña estructuras organizacionales acordes a las demandas del entorno y de los mercados, organiza la empresa en forma concordante con los objetivos de la organización y las condiciones del mercado. (Psicología y Empresa, s.f.)

- Ejerce el liderazgo para guiar y motivar a las personas, así como trabajar y velar por el logro de los objetivos de la organización.
- Toma decisiones y dirige el rumbo de la empresa hacia sus objetivos, para lo cual efectúa análisis de la situación y evalúa y sopesa las acciones por adoptar y elige las más convenientes. (Psicología y Empresa, s.f.)
- Controla el desempeño de las personas, verifica los logros de la organización, evalúa la producción y la productividad, mide las ventas, la rentabilidad y las utilidades alcanzadas y establece las medidas correctivas en caso de que no se estén alcanzando (Psicología y Empresa, s.f.)
- Es el que realiza las negociaciones y representa los intereses de la organización ante los proveedores, clientes, grupos de presión, organismos gubernamentales y no gubernamentales. (Psicología y Empresa, s.f.)

Diseño:

- Responsable de desarrollar nuevos diseños y perfeccionar los existentes
- Realiza investigación y desarrollo de tendencias
- Plasma bocetos de nuevos diseños para su aprobación

Producción:

- Responsable de la elaboración de los accesorios
- Realiza los requerimientos necesarios de los materiales y insumos.
- Verifica que los productos e insumos se encuentren en buen estado para su uso en producción
- Vigila el consumo de las materias primas para evitar desperdicios.
- Es el encargado de controlar la limpieza del área de producción

Asistente Administrativo:

- Realizar los inventarios de los insumos de los productos para fabricar los accesorios y figuras (materias primas).
- Responsable de realizar la exportación de los accesorios por el sistema exporta fácil de Serpost.
- Evaluar diferentes proveedores para asegurar el abastecimiento de materia prima.
- Verificación de la compra de los insumos (materiales de producción).
- Compras de materiales, insumos, mobiliarios y otros.
- Realiza los reportes de costos.
- Elaboración de planillas para el pago de haberes.

Contador:

- Llevar a cabo el cierre de operaciones contables de forma mensual.
- Emisión de los Estados Financieros que respaldan la operación de la entidad, con base en las balanzas de comprobación, estados de cuenta.
- Revisión y registro de las operaciones contables derivadas de las actividades diarias en las distintas áreas de la empresa.
- Análisis e interpretación de las cuentas contables.
- Revisión, control y registro de los diversos gastos.

1.7. Cuadro de Asignación de Personal

Tabla 4: Cuadros de asignación de personal

Puesto	Remuneración básica teórica mensual	Remuneración básica teórica anual	ONP Anual	Remuneración neta Anual	Vacaciones (15 días por año) Anual	ESSAL UD 9% Anual	Costo sueldo base anual (Soles)	Costo Sueldos base anual (Dólares)	Beneficios Sociales Anual (Soles)	Beneficios Sociales Anual (Dólares)
Gerente General	1,800.00	21,600.00	2,808.00	18,792.00	900	1,944.00	21,600.00	6,646.15	2,844.00	875.08
Diseñador	1,500.00	18,000.00	2,340.00	15,660.00	750	1,620.00	18,000.00	5,538.46	2,370.00	729.23
Asistente de producción	930.00	11,160.00	1,450.80	9,709.20	465	1,004.40	11,160.00	3,433.85	1,469.40	452.12
Asistente de producción	930.00	11,160.00	1,450.80	9,709.20	465	1,004.40	11,160.00	3,433.85	1,469.40	452.12
Asistente Administrativo	930.00	11,160.00	1,450.80	9,709.20	465	1,004.40	11,160.00	3,433.85	1,469.40	452.12
Total	6,090.00	73,080.00	9,500.40	63,579.60	3,045.00	6,577.20	73,080.00	22,486.15	9,622.20	2,960.68

Elaboración: Propia

Tabla 5: Cuadros de servicios de terceros

Puesto	Mensual	
	Soles	Dólares
Contador	500.00	153.85
Total	500.00	153.85

Elaboración: Propia

1.8. Forma Jurídica Empresarial

La Forma Jurídica que adoptará la empresa Caja de Ideas será la Sociedad Anónima Cerrada, ya que por ser una pequeña empresa esta forma es la más conveniente ya que se amolda a los requerimientos y necesidades de los accionistas y no requiere directorio.

Tabla 6: Cuadro de Forma Jurídica Empresarial Elegida

	Sociedad Anónima Cerrada
CARACTERÍSTICAS	De 2 a 20 accionistas, Los socios no responden con su patrimonio personal
DENOMINACIÓN	La denominación es seguida de las palabras "Sociedad Anónima Cerrada", o de las siglas "S.A.C."
ÓRGANOS	Junta General de Accionistas, Directorio (opcional) y Gerencia
CAPITAL SOCIAL	Aportes en moneda nacional y/o extranjera y en contribuciones tecnológicas intangibles.
DURACIÓN	Determinado o Indeterminado

Fuente: Proinversión – PromPerú

Elaboración: Propia

CAJA DE IDEAS S.A.C:

- Participan 2 accionistas.
- El Capital Social está representado por acciones nominativas y se conforma con los aportes en efectivo de los socios, quienes no responden personalmente por las deudas sociales.
- Es una persona jurídica de responsabilidad limitada.
- Los órganos de la empresa conformarán la Junta General de Accionistas y el Gerente sin Directorio.

La ley general de sociedades N° 26887 estipula lo siguiente:

- El capital social está constituido por el aporte de los socios o accionistas. Está conformado por (1) bienes no dinerarios (muebles, equipos y maquinarias), (2) bienes dinerarios (efectivo) y (3) bienes mixtos (dinerarios y no dinerarios). Estos bienes, que constituyen patrimonio social de la empresa, deben ser susceptibles de valorarse económicamente y transferirse a la sociedad.
- El objeto social se establece como determinante para aquellos negocios u operaciones lícitas que circunscriben sus actividades. Es decir que describen detalladamente las actividades que constituyen su objetivo social. En la descripción se incluyen las actividades relacionadas a sus fines. El objeto social puede ser múltiple, pero siempre está referido a la actividad principal de la empresa.

1.9. Registro de Marca y Procedimiento en Indecopi

Como somos una empresa nueva, hemos optado por diferenciarnos de la competencia con una distinción de marca:



Figura 4: Diseño de marca Amazing Little things

Elaboración: Propia

La autoridad competente para el registro de marca es la Dirección de Signos Distintivos de INDECOPI la cual trabaja bajo la norma nacional con decreto legislativo N° 1075.

El registro de una marca no es obligatorio, pero se recomienda para evitar plagios y mal uso por parte de terceros. La vigencia de la marca es de 10 años teniendo validez únicamente en el territorio nacional.

La Dirección de Signos Distintivos cuenta con los servicios de búsquedas fonéticas y figurativas. Para clasificar los productos y servicios a los cuales se aplican las marcas, se deberá utilizar la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de Marcas, establecida por el Arreglo de Niza.

Requisitos para la solicitud de registro de marcas de productos y/o servicios:

- Completar y presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente (dos para la Autoridad y uno para el administrado).
- Indicar los datos de identificación del(s) solicitante(s):
 1. Para el caso de personas naturales: consignar el número del Documento Nacional de Identidad (DNI), Carné de Extranjería (CE) o Pasaporte e indicar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
 2. Para el caso de personas jurídicas: consignar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
 3. En caso de contar con un representante, se deberá de indicar sus datos de identificación y será obligado presentar el documento de poder. *
- Señalar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú (incluyendo referencias, de ser el caso).
- Indicar cuál es el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros).

1. Si la marca es mixta, figurativa o tridimensional se deberá adjuntar su reproducción (tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores si se desea proteger los colores).
 2. De ser posible, se sugiere enviar una copia fiel del mismo logotipo al correo electrónico: logos-dsd@indecopi.gob.pe (Formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles).
- Consignar expresamente los productos y/o servicios que se desea distinguir con el signo solicitado, así como la clase y/o clases a la que pertenecen. Para saber las clases a las cuáles pertenecen los productos o servicios a distinguir, se sugiere entrar al buscador PERUANIZADO.
 - En caso de una solicitud multiclase, los productos y/o servicios se deben indicar agrupados por la clase, precedidos por el número de clase correspondiente y en el orden estipulado por la Clasificación Internacional de Niza.
 - De reivindicarse prioridad extranjera sobre la base de una solicitud de registro presentada en otro país, deberá indicarse el número de solicitud cuya prioridad se reivindica, así como el país de presentación de la misma. En esta situación particular, se deberá adjuntar copia certificada emitida por la autoridad competente de la primera solicitud de registro, o bien certificado de la fecha de presentación de esa solicitud, y traducción al español, de ser el caso.
 - Firmar la solicitud por el solicitante o su representante.
 - Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo es equivalente al 13.90% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) por una clase solicitada, esto es S/. 534.99 Soles. Este importe deberá pagarse en la sucursal del Banco de la Nación ubicado en el Indecopi-Sede Sur, Calle De La Prosa N° 104-San Borja, o bien realizar el pago a través de una de las modalidades que se ofrecen. (INDECOPI, s.f.)


 PERÚ		Presidencia del Consejo de Ministros		INDECOPI	
DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA DE PRODUCTO / SERVICIO Y/O MULTICLASE					
1. DATOS DEL SOLICITANTE			<input type="checkbox"/> N° de Solicitantes (En caso de ser más de 1 solicitante llenar el anexo A por cada solicitante adicional)		
<input checked="" type="checkbox"/> PERSONA NATURAL		<input type="checkbox"/> PERSONA JURIDICA			
Nombre o Denominación / Razón Social (conforme aparece en su documento de identidad o de constitución):		Tipo de empresa (*) (marque de corresponder): <input type="checkbox"/> Micro <input type="checkbox"/> Pequeña <input type="checkbox"/> Mediana <input type="checkbox"/> Otra:			
JESÚS DANIEL RUIZ CUMPEN					
Nacionalidad / País de Constitución:		Documento de identidad (marcar y llenar según corresponda): Persona Natural: DNI <input checked="" type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> / Personas Jurídicas RUC <input type="checkbox"/>			
PERUANA / PERÚ					
Representante Legal (Llenado obligatorio en caso de ser Persona Jurídica):					
Domicilio para envío de notificaciones en el Perú					
Dirección: RAYON ZAVALA 928					
Distrito: SANTA ANITA		Provincia: LIMA		Departamento: LIMA	
Referencias de domicilio:					
En caso de contar con el servicio de casilla electrónica, indicar el número de usuario de cuenta (previa suscripción de contrato en www.indecopi.gob.pe)			Número de teléfono fijo y/o celular		
De llenar este campo, todas las notificaciones serán enviadas a esta casilla:			440-2830		
2. INFORMACIÓN REFERENTE AL PODER DE REPRESENTACIÓN (marcar la opción de corresponder): <small>(De tener el solicitante un documento de poder privado, se considerará como denominación del solicitante la señalado en el encabezado de documento de poder; en caso de tener una partida registral, se tomará la denominación que consta en dicha partida)</small>					
<input checked="" type="checkbox"/> Se adjunta documentación que acredita representación.					
<input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación ha sido presentada en el expediente N°: _____ <small>(Este expediente no debe tener una antigüedad mayor de 35 años, conforme a lo establecido en el artículo 40 de la Ley N° 27444)</small>					
<input type="checkbox"/> Bajo declaración jurada informo que la facultad de representación se encuentra inscrita ante Sunarp, en la Partida registral N° _____ Asiento N° _____					
3. PAGO DE TASA ADMINISTRATIVA (No llenar si adjunta voucher)					
N° de comprobante _____		Fecha de pago _____			
4. PRIORIDAD EXTRANJERA (marcar la opción de corresponder):					
<input type="checkbox"/> Marcar este recuadro si reivindica Prioridad Extranjera (Llenar ANEXO C)					
5. INTERÉS REAL PARA OPOSICIÓN ANDINA (llenar sólo de ser el caso):					
5.1 Esta solicitud se presenta para acreditar el interés real de la oposición formulada en el(los) Expediente(s) N° _____				5.2 Clase(s) _____	
<small>(*) De acuerdo con el D.S. 013-2013-PRODUCE será considerada como micro empresa, aquella que tenga ventas anuales no mayor a las 150 U. T., pequeña empresa, aquella que tenga ventas anuales no menor a las 160 U.T. ni mayor a las 1700 U.T. y mediana en presa, aquella que tenga ventas anuales no menor a las 1700 U.T. ni mayor a las 2300 U.T.</small>					
INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELLECTUAL Calle de la Prosa 504, San Borja, Lima 01, Perú Telf: 324 3900 E-mail: asesor@vtc.atsd@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe					
<small>1-MAR-02/03</small>					

Figura 5: Solicitud de registro de marca

Fuente: Indecopi



PERÚ

Presidencia del Consejo de Ministros

INDECOPI

DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS SOLICITUD DE REGISTRO DE NOMBRE COMERCIAL

1. DATOS DEL SOLICITANTE

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

<input type="checkbox"/> PERSONA NATURAL	<input checked="" type="checkbox"/> PERSONA JURÍDICA
Tipo de empresa (*) (marque de corresponder): <input checked="" type="checkbox"/> Micro <input type="checkbox"/> Pequeña <input type="checkbox"/> Mediana <input type="checkbox"/> Otra: _____	
Nombre o Denominación / Razón Social (conforme aparezca en su documento de identidad o de constitución) <u>CIUD DE IDEAS S.A.C.</u>	
Nacionalidad / País de Constitución: <u>PERUANO / PERÚ</u>	Documento de Identidad (marcar y llenar según corresponda: Persona Natural: DNI <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> / Persona Jurídica RUC <input checked="" type="checkbox"/>) <u>20145345221</u>
Representante Legal (Llenado obligatorio en caso de ser Persona Jurídica): <u>JESÚS DANIEL RUIZ CHURPEN</u>	
Domicilio para envío de notificaciones en el Perú Dirección: <u>BARION ZONALA LEZB</u> Distrito: <u>SANTA ANITA</u> Provincia: <u>URUB</u> Departamento: <u>LIMA</u> Referencias de domicilio: _____	
En caso de contar con el servicio de casilla electrónica, indicar el número de usuario de cuenta (previa suscripción de contrato en www.indecopi.gob.pe) De llenar este campo, todas las notificaciones serán enviadas a esta casilla	Número de teléfono fijo y/c celular

2. INFORMACIÓN REFERENTE AL PODER DE REPRESENTACIÓN (marcar la opción de corresponder); (De tener el solicitante un instrumento de poder privado, se considerará como denominación del solicitante lo señalado en el encabezado del documento de poder; en caso de tener una partida registral, se tomará la denominación que consta en dicha partida)

<input checked="" type="checkbox"/> Se adjunta documentación que acredita representación.
<input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación ha sido presentada en el expediente N°: _____ (Este expediente no debe tener una antigüedad mayor de 05 años, conforme a lo establecido en el artículo 40 de la Ley N° 27444)
<input type="checkbox"/> Bajo declaración jurada informo que la facultad de representación se encuentra inscrita ante Sunarp, en la Partida registral N° _____ Asiento N° _____

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

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

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

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Praxa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf. 224 7800
E-mail: asociativirtual@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

1-MAR-05/03

Figura 6: Solicitud de registro de nombre comercial

Fuente: Indecopi

1.10. Requisitos y Trámites Municipales

1.10.1 Licencia de Funcionamiento

Para la licencia de funcionamiento en el distrito de Santa Anita se requiere lo siguiente:

1.- Formato de Solicitud o Declaración Jurada. (Debidamente llenada; número de DNI, RUC y/o Carné de Extranjería del solicitante), Recibo de pago S/. 36.30 Soles (Incluye inspección de Defensa civil)

2.- Vigencia de poder de representante legal, en el caso de personas jurídicas u otros entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada.

3.-Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad o Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones de hasta 100 m² y capacidad de almacenamiento no mayor del 30% del área total del local. (Municipalidad de Santa Anita, 2013)

1.10.2 Requisito para el Certificado de Defensa Civil

Requisitos para ITSE Básica Ex Post

Artículo N° 9.1. (D.S. N° 058-2014-PCM ITSE Básica Ex Post):

a) En este tipo de ITSE Básica, el administrado presentará;

Declaración Jurada de Observancia de las Condiciones de Seguridad adjunto a su solicitud de Licencia de Funcionamiento.

b) La ITSE Básica es ejecutada con posterioridad al otorgamiento de la Licencia de Funcionamiento por el órgano ejecutante, respecto de los establecimientos de hasta cien metros cuadrados (100m²) y capacidad de almacenamiento no mayor del 30% del área total del local.

C) Se excluye de este tipo de ITSE a los giros de pub-karaokes, licorerías, discotecas,

bares, ferreterías, talleres mecánicos, talleres de costura y cabinas de internet, carpinterías, imprentas, casinos, máquinas tragamonedas, juegos de azar o giros a fines a los mismos; así como aquellos cuyo desarrollo implique el almacenamiento, uso o comercialización de productos tóxicos o altamente inflamables y aquellos que por su naturaleza requieran la obtención de un certificado de ITSE de Detalle o Multidisciplinaria. La verificación de las condiciones de seguridad por parte del órgano ejecutante se realizará con posterioridad a la emisión de la Licencia de Funcionamiento. (Municipalidad de Santa Anita, 2014)

1.11. Régimen Tributario Procedimiento Desde la Obtención del RUC y Modalidades

Pasos para realizar la Inscripción al RUC por internet usando el Sistema Integrado de Intermediación Digital

1. Ingresa al Portal de SUNARP: www.sunarp.gob.pe y selecciona en el modulo Sistema de Intermediación Digital. Este sistema te pedirá que te registres previamente para otorgarte acceso.
2. Inscríbete e ingresa los datos que el sistema te solicita (nombre, socios, objeto social, representantes, y demás) y recibe del Notario seleccionado tu RUC, Clave SOL y Constancia de Inscripción de la persona jurídica constituida.
3. Activa tu RUC en forma virtual ingresando a SUNAT Operaciones en Línea en la opción: Inscripción al Registro Único de Contribuyentes – Personas Jurídicas ó acércate a una Dependencia o Centro de Servicios de la SUNAT de tu jurisdicción y presenta los requisitos necesarios para la inscripción al RUC – Persona Jurídica. (SUNAT, 2017)

Tabla 7: Modalidades de Regímenes Tributarios

Conceptos	REGIMÉN ESPECIAL DE RENTA-RER
Persona Natural	Sí
Persona Jurídica	Sí
Límite de ingresos	Hasta S/.525,000 anuales.
Límite de compras	Hasta S/.525,000 anuales.
Comprobantes que pueden emitir	Factura, boleta y todos los demás permitidos.
DJ anual - Renta	No
Pago de tributos mensuales	Renta: Cuota de 1.5% de ingresos netos mensuales (Cancelatorio).
	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).
Restricción por tipo de actividad	Si tiene
Trabajadores	10 por turno
Valor de activos fijos	S/ 126,000
Posibilidad de deducir gastos	No tiene
Pago del Impuesto Anual en función a la utilidad	No tiene

Fuente: SUNAT
Elaboración: Propia

La Empresa Caja de Ideas SAC por su naturaleza y características, se acogerá al Régimen Especial de Renta RER.

1.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME)

La Empresa Caja de Ideas SAC llevará una planilla electrónica, por medio del Sistema PLAME, que es el documento llevado a través de los medios informáticos desarrollados por la SUNAT, en el que se encuentra la información de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación – modalidad formativa laboral y otros (practicantes), personal de terceros y derechohabientes.

A partir del 08 de enero del 2011 la Planilla electrónica tiene dos componentes que son el Registro de Información Laboral (T-Registro) y la Planilla Mensual de Pagos (PLAME). (SUNAT, 2011)

Tabla 8: Cuadro Informativo PLAME

PLANILLA ELECTRÓNICA	DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN	MEDIO DE ACCESO
PLAME	Planilla Mensual de Pagos	Comprende información laboral, de seguridad social y otros datos sobre el tipo de ingresos de los sujetos registrados, trabajadores y derechohabientes	Se descarga el programa en www.sunat.gob.pe , se elabora, genera archivo y envía en SUNAT Operaciones en Línea.

Fuente: SUNAT

Elaboración: Propia

1.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral

La Empresa Caja de Ideas SAC, por su naturaleza de microempresa y por ser una empresa que recién inicia actividades se acogerá al Régimen Laboral Especial.

Tabla 9 Características Régimen Especial

CONCEPTO	RÉGIMEN ESPECIAL
Persona Natural	Sí puede acogerse.
Persona Jurídica	Sí puede acogerse.
Límite de Ingresos	Hasta S/. 525,000 anuales de ingreso netos.
Límite de compras	Hasta S/. 525, 000 anuales.
Comprobantes de pago que pueden emitir	Factura, boleta de venta y los demás permitidos.
Pago de tributos mensuales	Renta: Cuota de 1.5% de ingresos netos mensuales (Cancelatorio).
Declaración anual – renta.	No
Libros obligados a llevar	Registro de compras y ventas.

Fuente: Guía para el desarrollo de la micro y pequeña empresa.
Elaboración: Propia

1.14. Modalidades de Contratos Laborales

La Empresa Caja de Ideas SAC se acogerá a la modalidad de contratos de naturaleza temporal por inicio, específicamente por inicio o lanzamiento de una nueva actividad, cuya duración máxima es de 3 años.

- **Contratos de Naturaleza Temporal**

Relacionados principalmente con la coyuntura y necesidades de la empresa.

Comprende las siguientes modalidades:

a) Por inicio o lanzamiento de nueva actividad: Son aquellos que se originan ante el inicio de una nueva actividad empresarial. El plazo máximo de su duración es de 3 años.

b) Por necesidad de mercado: Se celebran con la intención de hacer frente a los incrementos coyunturales de la producción, se originan ante el aumento de demanda en el mercado pudiendo ser renovados sucesivamente por un máximo de 5 años.

c) Por reconvención empresarial: Es aquel que se genera ante el acaecimiento de sustitución, ampliación o modificación de actividades dentro de una empresa. Su plazo máximo de duración es de 2 años.

1.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad Civil de los Accionistas

Existen diversos tipos de contratos comerciales, nosotros como empresa Caja de Ideas SAC emplearemos los siguientes tipos de contratos comerciales:

- Contrato de Cuenta Corriente Bancaria: Mediante el cual se realizarán pagos a proveedores, planillas, del mismo modo se recibirán los ingresos correspondientes y se generará también una chequera.

- Contrato de Compra Venta: Utilizado para pedidos de gran volumen.

- Contrato con Proveedores: Para garantizar el suministro de los insumos necesarios en el momento oportuno, en este tipo de contrato vamos a establecer una penalidad por no entregar los insumos requeridos en el tiempo previsto.

La responsabilidad de los Directores y Gerentes de sociedades se analiza en la Ley General de Sociedades 26887 y Caja de Ideas S.A.C debe considerar lo siguiente:

- Responsabilidad civil

La Ley General de Sociedades establece que el directorio debe ejercer sus funciones con la diligencia de un ordenado comerciante y de un representante leal, debiendo guardar reserva respecto de los negocios de la sociedad y de la información social a que tengan acceso, aun después de cesar en sus funciones. Esta disposición, aunque es de carácter general, contiene los elementos principales de los que se deriva la responsabilidad de los miembros del directorio. La misma Ley regula el mecanismo por el cual la sociedad puede reclamar la responsabilidad de un miembro del directorio, lo que se denomina como pretensión de responsabilidad social. Esta pretensión es de naturaleza civil y tiene por finalidad obtener una indemnización por parte del director que hubiera perjudicado a la sociedad con una actuación dolosa o culposa.

Tomando en cuenta el artículo 177^º de la Ley General de Sociedades, La Ley determina la responsabilidad de los directores por los daños y perjuicios que estos causen a la sociedad, los accionistas y terceros, ya sea por los acuerdos o actos que realicen en contra de las normas legales o estatutarias, o por actos realizados en forma dolosa o negligente. Asimismo, la Ley dispone que los directores son responsables también por los actos realizados por sus predecesores cuando hubieran tomado conocimiento de dichos actos y no se hubieran informado a la junta.

- Responsabilidad Penal
- Responsabilidad Administrativa

2.- PLAN MARKETING INTERNACIONAL

2.1. Descripción del producto



Figura 7: Diseño de aretes



Figura 8: Diseño de anillos

Collares



Figura 9: Diseño de collar 1

Elaboración: Propia



Figura 10: Diseño de collar 2

Los accesorios que va a exportar la empresa Caja de Ideas S.A.C. son aretes, anillos, collares, broches y llaveros hechos artesanalmente en cerámica al frío todos con temática y diseños propios e innovadores, así como de personajes de videojuegos, dibujos animados clásicos y actuales, diseños de los clásicos del cine, logos de bandas de música, frutas, reinventados al estilo de Caja de Ideas S.A.C.

Caja de Ideas S.A.C cuenta con su propia receta para producir la masa, la cual ha sido perfeccionada a través de los años, lo que da a la masa el punto perfecto de consistencia y secado rápido, se empleara pintura acrílica y barniz para un acabado A1 y de gran calidad, las bases de anillos, broches de aretes y cadenas son de acero inoxidable para evitar reacciones alérgicas.

Cabe resaltar que cada uno de los productos de Caja de Ideas S.A.C son modelados y pintados a mano en el taller de la empresa.

2.1.1. Clasificación Arancelaria

Tabla 10: Clasificación arancelaria

Sección	XIV Perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, chapados de metal precioso (plaque) y manufacturas de estas materias; bisutería; monedas
Capítulo	71 Perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, chapados de metal precioso (plaque) y manufacturas de estas materias
71.17	Bisutería.
7117.90.00.0	Las demás

Fuente: SUNAT

Elaboración: Propia

Tabla 11: Gravámenes partida elegida

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	3%
Sobretasa	0%
Unidad de Medida:	(*)

Fuente: SUNAT

Elaboración: Propia

Tabla 12: Acuerdo de Promoción Comercial Perú – EE.UU.

País	Convenio Internacional	Fecha de vigencia	Arancel Base/Preferencial	Porcentaje Liberado ADV
EE.UU.	802 - ACUERDO DE PROMOCION COMERCIAL PERU - EE.UU.	01/01/2012	12%	100%

Fuente: SUNAT

Elaboración: Propia

2.1.2. Propuesta de Valor

La propuesta de valor de Caja de Ideas S.A.C se concreta de la siguiente manera:

- Se quiere implantar la “Experiencia del accesorio” en la cual la persona refleje su personalidad, gustos, causas y contacto con recuerdos y grandes momentos, vida saludable, conciencia animal, por medio de los accesorios de la marca Amazing Little Things.
- Diseño único y exclusivo, hecho a mano artesanalmente.

Logo y Diseño de Marca:



Figura 11: Diseño de Logo y Marca

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

Diseño de Hangtag:

En este caso será un pequeño autoadhesivo que irá adherido a la caja en la que se presentarán los productos de Amazing Little Things.



Figura 12: Diseño de Hangtag

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

Packaging del Producto:

El packaging de los productos será en una caja de cartón de las siguientes medidas:

Largo: 08cm; Ancho: 06cm; Alto: 02cm



Figura 13: Packaging de la marca Amazing Little Things

Fuente: Propia

Elaboración: Propia




Figura 14: Diseño presentación de productos

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

2.1.3. Ficha Técnica Comercial

Tabla 13: Ficha Técnica Comercial

PRODUCTO	PARÁMETROS
Producto :	Accesorios de Cerámica al frío
Nombre Común :	Aretes, anillos, collares, broches, llaveros
Marca:	Amazing Little Things
Nombre en Inglés :	Accessories made of cold porcelain
Características	Hecho a mano
	Textura: Liso
	Color: Variado
	Consistencia: Duro y resistente
	Tiempo de vida: 3 años
	Peso: de 5 a 10 gramos
	Diseños: Variados
Forma: De acuerdo a producto específico	
Temperatura Conservación	0 – 40 ° C
Presentación País :	Cajas de Cartón de 8cm de largo x 6cm / EE.UU.
Exportación :	Aérea (Exportafácil)
Lugar de elaboración	Lima - Perú
Imágenes	

Elaboración: Propia

2.2. Investigación del Mercado Objetivo

Empezamos por conocer a los principales importadores de bisutería a nivel mundial, claramente EE.UU. es el país número uno en importaciones de bisutería y muy por debajo le sigue Francia.

Tabla 14: Principales 10 Países Importadores de Bisutería

Nº	País	Total Imp. (millón US\$)
1	Estados Unidos	1,269.54
2	Francia	408.7
3	Alemania	439.47
4	Hong Kong	256.24
5	Reino Unido	242.55
6	Austria	186.9
7	Japón	177.92
8	Canadá	172.76
9	España	185.64
10	Suiza	140.46

Fuente: Comtrade

Elaboración: Propia

Tabla 15: Opciones para mercado de destino

Opciones	PAÍSES
A	Estados Unidos
B	Francia
C	Alemania

Elaboración: Propia

Tabla 16: Matriz EFI para determinar país a comercializar nuestros productos

FACTORES	PESO RELATIVO	CALIFICACIÓN		
		A	B	C
Población	30%	9	7	7
Ingreso per cápita	25%	8	8	7
Menos barreras arancelarias	20%	9	7	7
Obstáculos burocráticos	15%	8	7	7
Ubicación Geográfica	10%	9	7	7
Puntaje Total	100%	8.6	7.25	7

Elaboración: Propia

Puntuación A: $(0.3*9+0.25*8+0.2*9+0.15*8+0.1*9)= 8.6$

Puntuación B: $(0.3*7+0.25*8+0.2*7+0.15*7+0.1*7)= 7.25$

Puntuación C: $(0.3*7+0.25*7+0.2*7+0.15*7+0.1*7)= 7$

Podemos observar que la opción A (Estados Unidos), es la más adecuada ya que de acuerdo a los factores seleccionados es la que ha obtenido mayor calificación ha obtenido convirtiéndose en la mejor alternativa para comercializar nuestros productos.

Tabla 17: Ranking Poblacional de cada Estado de los Estados Unidos

Posición	Estado	Población
1	California	37,253,956
2	Texas	27,469,114
3	Florida	20,271,272
4	New York	19,795,791
5	Illinois	12,859,995
6	Pennsylvania	12,802,503
7	Ohio	11,613,423
8	Georgia	10,214,860
9	North Carolina	10,042,802
10	Michigan	9,922,576
11	New Jersey	8,958,013
12	Virginia	8,382,993
13	Washington	7,170,351
14	Arizona	6,828,065
15	Massachusetts	6,794,422
16	Indiana	6,619,680
17	Tennessee	6,600,299
18	Missouri	6,083,672
19	Maryland	6,006,401
20	Wisconsin	5,771,337
21	Minnesota	5,489,594
22	Colorado	5,456,574
23	South Carolina	4,896,146
24	Alabama	4,858,979
25	Louisiana	4,670,724
26	Kentucky	4,425,092
27	Oregon	4,028,977
28	Oklahoma	3,911,338
29	Connecticut	3,590,886
30	Puerto Rico	3,474,182
31	Iowa	3,123,899
32	Utah	2,995,919
33	Mississippi	2,992,333
34	Arkansas	2,978,204
35	Kansas	2,911,641
36	Nevada	2,890,845

37	New Mexico	2,085,109
38	Nebraska	1,896,190
39	West Virginia	1,844,128
40	Idaho	1,654,930
41	Hawaii	1,431,603
42	New Hampshire	1,330,608
43	Maine	1,329,328
44	Rhode Island	1,056,298
45	Montana	1,032,949
46	Delaware	945,934
47	South Dakota	858,469
48	North Dakota	756,927
49	Alaska	738,432
50	District of Columbia	672,228
51	Vermont	626,042
52	Wyoming	586,107

Fuente: World Atlas
Elaboración: Propia

Tabla 18: Ranking de Estados que conforman Estados Unidos por PBI

POSICIÓN	ESTADO	PBI EN MILLONES DE US\$
1	California	2,305,921
2	Texas	1,641,044
3	New York	1,395,488
4	Florida	838,939
5	Illinois	736,285
6	Pennsylvania	658,290
7	Ohio	576,056
8	New Jersey	551,828
9	North Carolina	481,876
10	Georgia	474,696

Fuente: World Atlas
Elaboración: Propia

De las dos tablas anteriores se llega a la conclusión que California es el estado con mayor población y con mayor PBI de todo Estados Unidos.

2.2.1. Segmentación de Mercado Objetivo

Tabla 19: Población del Estado de California EE.UU. filtrada por edad y sexo

RANGO DE EDAD	SEXO MASCULINO	SEXO FEMENINO	TOTAL
Menor a 5 años	1,294,056	1,237,277	2,531,333
5 a 9 años	1,279,563	1,226,276	2,505,839
10 a 14 años	1,325,915	1,265,015	2,590,930
15 a 19 años	1,455,082	1,368,858	2,823,940
20 a 24 años	1,440,785	1,325,164	2,765,949
25 a 29 años	1,408,698	1,335,711	2,744,409
30 a 34 años	1,304,347	1,269,121	2,573,468
35 a 39 años	1,291,370	1,282,209	2,573,579
40 a 44 años	1,313,323	1,295,808	2,609,131
45 a 49 años	1,341,984	1,347,835	2,689,819
50 a 54 años	1,266,543	1,296,009	2,562,552
55 a 59 años	1,069,976	1,134,320	2,204,296
60 a 64 años	879,171	953,026	1,832,197
65 a 69 años	610,224	693,334	1,303,558
70 a 74 años	443,402	528,376	971,778
75 a 79 años	337,174	429,797	766,971
80 a 84 años	245,402	357,837	603,239
85 años a mas	210,815	390,153	600,968
TOTAL	18,517,830	18,736,126	37,253,956

Fuente: United States Census Bureau

Elaboración: Propia

Considerando la población del Estado de California y filtrándola por Sexo y Edad, obtenemos la siguiente información, se cuenta con un mercado potencial de 5,298,854, conformado por adolescentes y mujeres de 15 a 34 años de edad.

Análisis del Macro Entorno: Actualmente EE.UU. es el mayor importador de bisutería en el mundo.

Tabla 20: Datos Generales de Estados Unidos de América

Datos Generales	
Nombre Oficial	Estados Unidos de América
Capital	Washington D.C.
Idioma	Inglés
Moneda	Dólar Estadounidense
Población	321 millones

Fuente: World FactBook

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

1.- Factores sociales, culturales y demográficos:

Los consumidores Norteamericanos están cada vez más interesados en la sostenibilidad, la responsabilidad y transparencia de los productos que consumen, actualmente está muy en boga la tendencia por lo artesanal y hay un mercado conformado por adolescentes y adultos del sexo femenino y que California es la segunda capital del anime y de las cosas kawaii en el mundo) los las cuales no encuentran en los productos industrializados y masivos la respuesta a sus necesidades de poseer algo exclusivo y no común, que les de esa sensación de sentirse únicos.

La población de California se caracteriza por tener una mentalidad muy abierta, siempre dispuesta a probar y consumir nuevos productos.

Perfil del consumidor Estadounidense:

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

- Responsabilidad ambiental
- Consumo de productos que no hayan dañado medio ambiente.
- Control de uso de químicos y pesticidas.
- Crecimiento de consumo de productos orgánicos.

(Carrión Tello, 2013)

2. Factores Económicos

Luego de recuperarse de la recesión mundial, el PBI de Estados Unidos creció y se ha mantenido estable en los últimos 3 años.

Tabla 21: Indicadores Macroeconómicos

Año	2016	2017	2018
Crecimiento PBI (%)	2.4	2.5	2.4
PBI Per cápita (US\$)	57,220.00	58,952.00	61,053.00
Tasa de Inflación (%)	0.8	1.5	2.4
Tasa de desempleo (%)	4.8	4.8	4.8

Fuente: FMI

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Se debe resaltar que existe un acuerdo de promoción comercial entre Perú y EE.UU, lo con lo cual no se paga el impuesto Ad Valorem

3. Factores Políticos

Estados Unidos constituye una República Federal Constitucional, con un régimen presidencialista como forma de gobierno basado en la separación de poderes en tres ramas: ejecutivo, legislativo y judicial. (Economista.es, 2016)

Actualmente los ánimos y opiniones están muy divididas respecto al mandato de Donald Trump, sobre todo con su política exterior y la tensión con Corea del Norte, Rusia e Irán.

4. Factores Tecnológicos

Estados Unidos se encuentra a la vanguardia de la tecnología en todas las industrias, basta con mencionar que el Estado de California alberga Silicon Valley, donde se encuentran las más importantes empresas que innovan y desarrollan tecnología.

Estados Unidos es un país que se caracteriza por el amplio uso internet y sus ciudadanos están conectados a través de smartphones, tablets, laptops, esto facilita que los consumidores busquen a través de los distintos navegadores y sitios web las características y cualidades de un producto antes de adquirirlo, por lo que es un requisito indispensable tener un sitio web con información actualizada y estar en contacto con los clientes por medio de las redes sociales.

5. Factores Ecológicos

La población Norteamericana prefiere consumir alimentos orgánicos, productos de comercio justo, amigable con el medio ambiente y que fomenten el desarrollo sostenible.

La conciencia y ética de la población respecto al medio ambiente se ve contrastada con las políticas del gobierno ya que recientemente Estados Unidos se retiró del Acuerdo de París sobre el Cambio Climático Global.

Análisis del Micro entorno

El estado de California tiene un Producto Bruto Interno de US\$ 2,305.921, lo que lo convierte en el sexto estado con mayor PBI.

El ingreso per cápita del Estado de California es el sexto mayor ingreso per cápita a nivel de todos los Estados que conforman los EE.UU. y supera en casi 8 mil US\$ el ingreso per cápita promedio de EE.UU.

Tabla 22: PBI del Estado de California

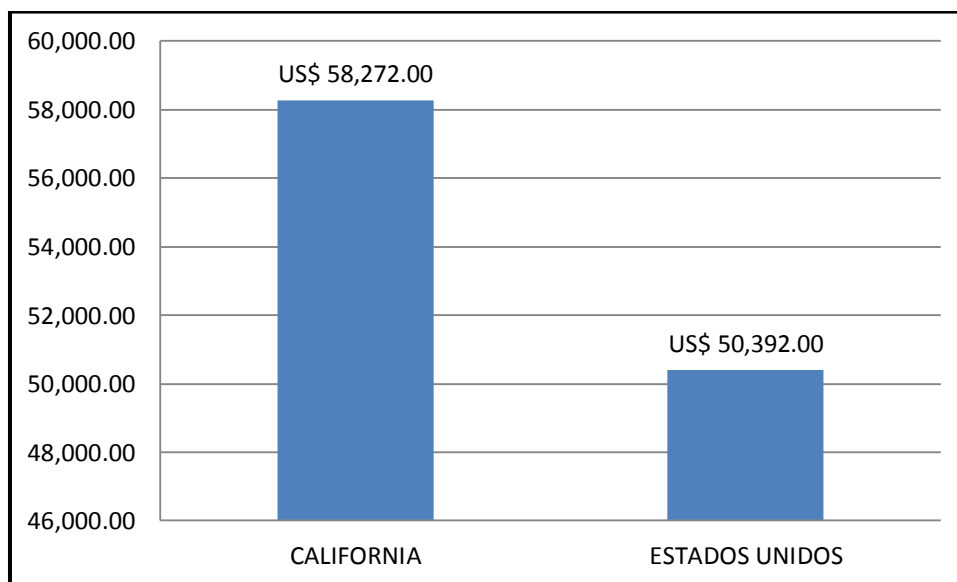
ESTADO	PBI EN MILLONES DE US\$
California	2,305,921

Fuente: World Atlas

Elaboración: Propia

California es el Estado con mayor Producto Bruto Interno, el cual asciende a US\$ 2,305,921; si el Estado de California fuera un país, sería la sexta economía del mundo.

Figura 15 Ingreso Per Cápita del Estado de California en comparación con el Ingreso Per Cápita Promedio de EE.UU.



Fuente: Bureau of Economic Analysis

Elaboración: Propia

El ingreso per cápita del Estado de California es el sexto mayor ingreso per cápita a nivel de todos los Estados que conforman los EE.UU. y supera en casi 8 mil US\$ el ingreso per cápita promedio de EE.UU.

California es conocida por su diversidad. Pero no es solo la gente; las industrias también son diversas. Las compañías más grandes del estado se encuentran en las áreas de la banca, la biotecnología, los equipos de comunicaciones y otros hardwares de tecnología, la salud, el comercio minorista en línea, el petróleo y el gas, las películas y el entretenimiento, los semiconductores, y varios otros campos de software. En contraste, más del 60% de las empresas de Texas que cotizan en la bolsa están vinculadas al sector del gas y el petróleo. (Diario Gestión.pe, 2016)

Ningún estado se acerca a California en términos de reconocer el peligro del calentamiento global y en hacerle frente con políticas que amplíen la oportunidad de desarrollar energía limpia o alternativa. (Diario Gestión.pe, 2016)

El estado de California en EE.UU. es el mercado objetivo ideal ya que es un estado que mezcla todas las sangres, su ideología es muy liberal y progresista, no se limitan ni restringen, siempre manteniendo un pensamiento abierto y están muy al tanto de lo que es tendencia, es verano todo el año lo que permite el uso de accesorios como aretes, anillos y collares sin ningún problema.

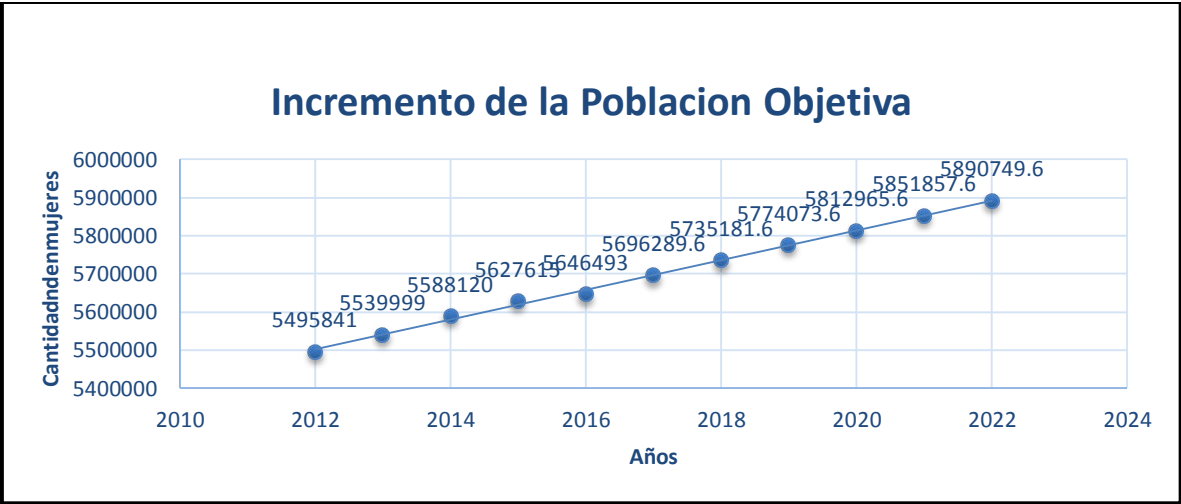


Figura 16: Proyección de la población objetiva
Fuente: Census Bureau - Elaboración propia.

En la figura se puede apreciar que la población objetiva aumenta anualmente en razón de 38,586 lo que nos indica que la población objetiva tiene un crecimiento acelerado.

Según las 5 fuerzas de Porter:

1. Rivalidad entre competidores:

Respecto al mercado de accesorios hecho en cerámica al frío se competirá con marcas como Clay & Clasp y Tiny Supply que venden sus productos por internet.

2. Posible ingreso de nuevos competidores

Es muy probable que ingresen nuevos competidores que ofrezcan los mismos productos con temáticas parecidas, lo que va a diferenciar a la marca Amazing Little Things es la calidad y acabado A1 de sus productos

3. Poder de negociación de los proveedores

Amazing Little Things ha estado trabajando por varios años con sus proveedores, estableciendo una relación de confianza, para complementar esto se negociara por contrato para que los insumos nunca falten y de esta forma garantizar el abastecimiento al cliente.

4. Poder de negociación de los compradores

La naturaleza artesanal de los productos que ofrece la marca Amazing Little Things, permite que se establezca un precio por encima del precio de mercado, ya que los clientes están dispuestos a pagar ese extra por la calidad y naturaleza del producto que van a adquirir.

5. Amenaza de sustitutos

Los productos bisutería proveniente de China, la cual se caracteriza por tener precios más bajos pero la calidad no es buena.

2.2.2 Tendencias de Consumo

En relación a las tendencias de consumo se observa que el bienestar sigue siendo un factor clave. Esto hace a las personas más conscientes de la necesidad de llevar una

vida saludable. Por eso, aumenta su preferencia por productos libres de grasas transgénicas y aditivos químicos.

El consumidor está dispuesto a probar productos novedosos. Pero sigue siendo exigente, está bien informado y tiene conciencia del cuidado del medio ambiente. Los productos que sean novedosos, eco amigable, funcional y orgánico, serán valorados por su calidad y no por su precio.

Actualmente la tendencia por adquirir productos de origen artesanal y hecho a mano, va creciendo cada día más y los consumidores están dispuestos a pagar precios altos por este tipo de productos.

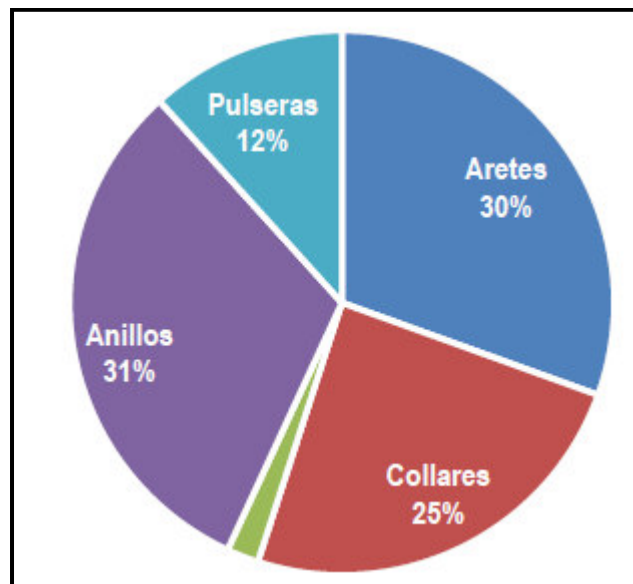


Figura 17: Participación de productos de bisutería en Estado Unidos 2017
Fuente: Euromonitor

Se puede apreciar en la tabla anterior que los productos de bisutería con mayor participación en el mercado de Estados Unidos son los anillos, aretes y collares, justamente Amazing Little Thing produce estos productos, lo cual indica que se cubre la comercialización de productos de bisutería con mayor demanda.

2.3. Análisis de la Oferta y la Demanda

2.3.1. Análisis de la Oferta

Producción mundial

Actualmente hay un gran volumen de producción de bisutería a nivel mundial y el primer productor a nivel mundial es china, pero en cuanto a bisutería hecha artesanalmente en cerámica al frío hay pocos países que la producen pero podemos mencionar a Italia, Singapur y Australia, lugares donde hay empresas que exportan las bisuterías hechas en cerámica al frío

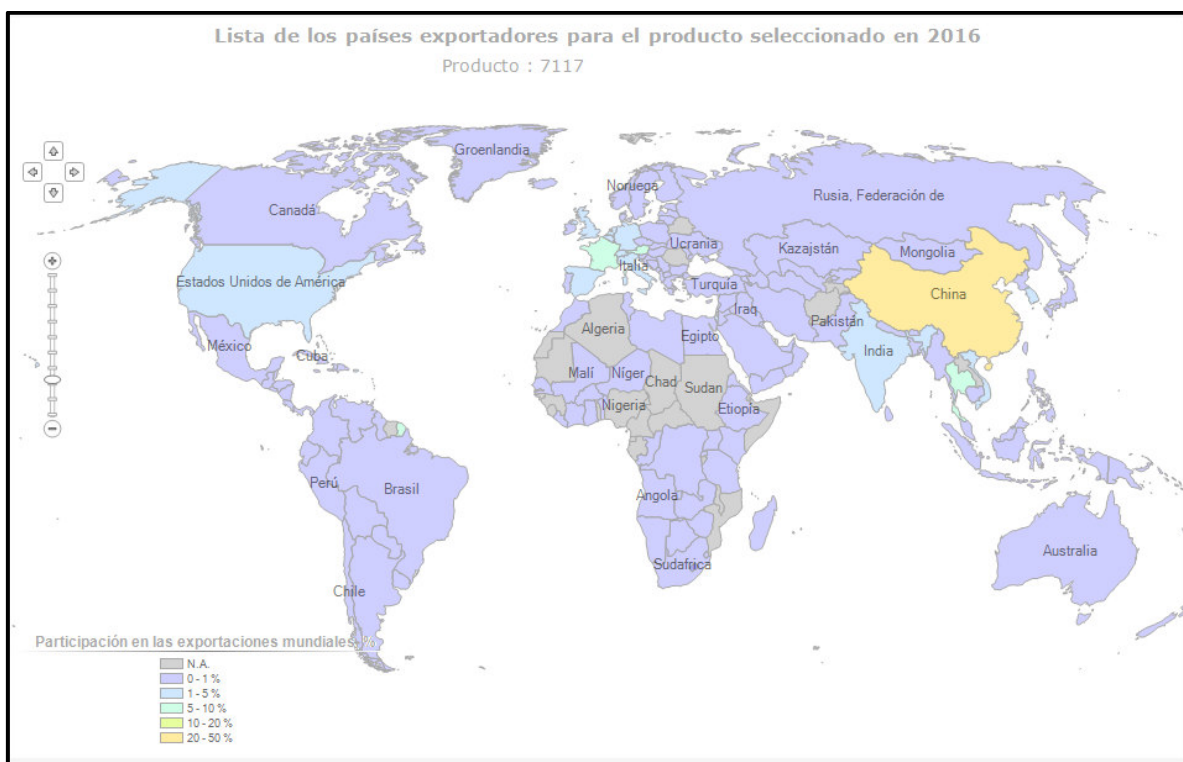


Figura 18: Lista de países exportadores de bisutería

Fuente: Trademap

Elaboración: Trademap

Tabla 23: Exportaciones mundiales de la partida 7117.90.00.00

Exportadores	valor exportada en 2013	Participación % en 2013	valor exportada en 2014	Participación % en 2014	valor exportada en 2015	Participación % en 2015	valor exportada en 2016	Participación % en 2016	valor exportada en 2017
Mundo	1,763,134.00	100	1,863,617.00	100	2,254,152.00	100	2,260,761.00	100	2,262,018.00
China	151,453.00	8,6	250,001.00	13,4	521,158.00	23,1	619,290.00	28,1	481,130.00
Hong Kong, China	244,375.00	13,9	256,484.00	13,8	275,587.00	12,2	346,628.00	15,7	350,282.00
Francia	172,750.00	9,8	175,325.00	10,3	180,727.00	11,5	183,459.00	12,4	185,003.00
Italia	135,184.00	7,7	165,220.00	11,9	170,443.00	13,5	172,944.00	14,7	175,399.00
India	232,048.00	13,2	235,267.00	14,4	238,233.00	15	240,438.00	17,1	243,289.00

Fuente: Trademap

Elaboración: Propia

Unidad: Miles de Dólares Americanos

China es el principal exportador de bisutería en el mundo, con una participación de 28,1% al cierre del año 2016.

Exportaciones Peruanas de bisutería

Tabla 24: Cuadro de exportaciones Peruanas de bisutería

Importadores	Valor exportada en 2013	Participación % en 2013	Valor exportada en 2014	Participación % en 2014	Valor exportada en 2015	Participación % en 2015	Valor exportada en 2016	Participación % en 2016	Valor exportada en 2017	Participación % en 2017
Mundo	7434	100	5501	100	4055	100	3390	100	2985	100
Estados Unidos de América	1657	22,3	1504	27,3	1434	35,4	989	29,2	979	33,8
Venezuela, República Bolivariana de	979	13,2	320	5,8	90	2,2	639	18,8	423	14,6
España	638	8,6	667	12,1	420	10,4	335	9,9	282	9,7
México	440	5,9	429	7,8	223	5,5	314	9,3	160	6,8
Colombia	128	1,7	540	9,8	639	15,8	283	8,3	141	5,5

Fuente: Trademap

Elaboración: Propia

Podemos observar que el principal destino de las exportaciones de bisutería Peruana es Estados Unidos de América.

Producción del principal insumo para la preparación de los accesorios de Caja de Ideas S.A.C en el Perú

Se ha tomado como referencia el maíz, ya que los productos que se van a comercializar son hechos en cerámica al frío, la empresa cuenta con su propia receta para elaborar la cerámica al frío dentro de la cual el insumo predominante es la maicena la misma que es derivada del maíz, por esta razón, se analiza la producción de maíz en el Perú para poder tener la certeza que se podrá abastecer a lo largo del tiempo de este insumo según los requerimientos de la demanda.

Tabla 25: Producción total de maíz por departamentos (toneladas)

DEPARTAMENTO	2013	2014	2015	2016	2017	TOTAL POR DEPARTAMENTO
AMAZONAS	6253	5743	6499	8821	6568	33884
ANCASH	11734	12934	11902	13100	10546	60216
APURIMAC	34414	41456	39453	39634	36373	191330
AREQUIPA	9085	10534	7903	8539	7263	43324
AYACUCHO	17099	17454	21241	20774	18188	94756
CAJAMARCA	30626	34895	32906	31442	28384	158253
CALLAO						0
CUZCO	63239	68981	67908	64848	60239	325215
HUANCAVELICA	26815	27269	26882	25576	25368	131910
HUANUCO	18523	19569	18799	17937	12015	86843
ICA	457	286	314	448	240	1745
JUNIN	17706	18446	18852	19033	17003	91040
LA LIBERTAD	18590	18908	20985	23109	23721	105313
LAMBAYEQUE	3334	3997	5308	7659	5288	25586
LIMA	1317	1503	1257	1038	952	6067
LORETO						0
M. DE DIOS						0
MOQUEGUA	830	795	771	806	779	3981
PASCO	1142	1646	16264	5615	1187	25854
PIURA	11927	16264	12211	16789	15080	72271
PUNO	6012	5615	5812	5707	6069	29215
SAN MARTIN						0
TACNA	1800	1187	1116	688	969	5760

TUMBES						0
UCAYALI						0
TOTAL POR AÑO	280903	307482	316383	311563	276232	

Fuente: Minagri

Elaboración: Propia

Tabla 26: Superficie cosechada en (hectáreas)

DEPARTAMENTO	2013	2014	2015	2016	2017	TOTAL SUPERFICIE COSECHADA POR DEPARTAMENTO
AMAZONAS	7401	6983	7965	10731	7511	40591
ANCASH	9881	10630	9801	10959	8932	50203
APURIMAC	23046	25041	24819	23657	22035	118598
AREQUIPA	2900	2848	2493	2781	2346	13368
AYACUCHO	17452	17557	19716	19132	17013	90870
CAJAMARCA	41136	43367	41803	40040	37673	204019
CALLAO						0
CUZCO	26642	25472	26091	25431	24589	128225
HUANCAVELICA	17505	17972	17961	17033	16176	86647
HUANUCO	16207	16076	16030	15253	13596	77162
ICA	162	98	128	162	72	622
JUNIN	8139	8411	8241	8169	7826	40786
LA LIBERTAD	14319	14197	14701	14729	14486	72432
LAMBAYEQUE	1952	2294	3013	3705	2616	13580
LIMA	729	761	639	556	477	3162
LORETO						0
M. DE DIOS						0
MOQUEGUA	730	654	659	464	640	3147
PASCO	1294	1632	1561	1562	1573	7622
PIURA	15508	19075	13412	17877	15447	81319
PUNO	3654	3359	3543	3496	3824	17876
SAN MARTIN						0

TACNA	615	405	385	326	480	2211
TUMBES						0
UCAYALI						0
TOTAL POR AÑO	209272	216832	212961	216063	197312	

Fuente: Minagri

Elaboración: Propia

Podemos apreciar que Cuzco es el departamento más productor de maíz con 325,215 toneladas, sin embargo Cajamarca ocupa el primer lugar cuando se trata de superficie cosechada con 204,019 hectáreas.

Tabla 27: Rendimiento (kilogramos/hectáreas)

DEPARTAMENTO	2013	2014	2015	2016	2017	TOTAL
AMAZONAS	845	822	816	822	874	4179
ANCASH	1188	1217	1214	1195	1181	5995
APURIMAC	1493	1656	1590	1675	1673	8087
AREQUIPA	3133	3699	3170	3071	3096	16169
AYACUCHO	980	994	1077	1086	1069	5206
CAJAMARCA	744	805	787	785	753	3874
CALLAO						0
CUZCO	2374	2708	2603	2550	2450	12685
HUANCAVELICA	1532	1517	1497	1502	1568	7616
HUANUCO	1143	1217	1173	1176	884	5593
ICA	2811	2913	2450	2768	3328	14270
JUNIN	2175	2193	2288	2330	2173	11159
LA LIBERTAD	1298	1332	1427	1569	1633	7259
LAMBAYEQUE	1708	1742	1762	2067	2021	9300
LIMA	1807	1975	1967	1867	1996	9612
LORETO						0
M. DE DIOS						0
MOQUEGUA	1136	1216	1170	1246	1217	5985
PASCO	883	1008	1253	1225	1165	5534
PIURA	769	853	910	939	976	4447
PUNO	1645	1671	1640	1633	1587	8176
SAN MARTIN						0
TACNA	2922	2931	2891	2110	2019	12873

TUMBES						0
UCAYALI						0
TOTAL POR AÑO	30586	32469	31685	31616	31663	

Fuente: Minagri

Elaboración: Propia

Se puede apreciar que el departamento con mayor rendimiento es Arequipa con 16,169 kilogramos por hectárea.

2.3.2. Análisis de la demanda

Tabla 28: Principales importadores del mundo de la partida 711790000

Importadores	valor importada en 2013	Participación % en 2013	valor importada en 2014	Participación % en 2014	valor importada en 2015	Participación % en 2015	valor importada en 2016	Participación % en 2016	valor importada en 2017	Participación % en 2017
Mundo	2709874	100	2678369	100	2679453	100	2334792	100	2197536	100
Estados Unidos de América	721704	26,6	733325	27,4	735454	28,1	738255	30,7	740965	32,3
Hong Kong, China	131207	4,8	14476	5,5	116906	7,2	117517	4,8	190010	5,9
Alemania	161004	5,9	155291	5,8	152828	5,7	130200	5,6	127606	5,8
Reino Unido	218325	8,1	208780	7,8	203085	7,6	159361	6,8	127363	5,8
Francia	132515	4,9	130632	4,9	156375	5,8	113833	4,9	112027	5,1

Fuente: Trademap

Elaboración: Propia

Unidad: Miles de Dólares Americanos

Claramente se puede apreciar en la tabla anterior que Estados Unidos es el principal importador de bisutería a nivel mundial con un 32% de participación a nivel mundial en el año 2017.

Tabla 29: Importaciones de bisutería desde Estados Unidos

Exportadores	Valor importada en 2013	Participación % en 2013	Valor importada en 2014	Participación % en 2014	Valor importada en 2015	Participación % en 2015	Valor importada en 2016	Participación % en 2016	Valor importada en 2017	Participación % en 2017
Mundo	721704	100	733325	100	735454	100	740255	100	742965	100
China	553529	76,7	554632	77,4	494298	73,4	500949	78,1	525447	80,2
Tailandia	42864	5,9	64385	8,8	65369	9	66346	10,1	73868	13,3
Italia	19499	2,7	20307	3,5	21932	4,5	22468	5,4	23183	6,3
India	19839	2,7	20735	3,0	21888	3,8	22944	4,8	23709	5,5
Francia	15016	2,1	17719	2,4	19370	3	21726	3,8	22021	4,3

Fuente: Trademap

Elaboración: Propia

Unidad: Miles de Dólares Americanos

Tabla 30: Importaciones de EE.UU de bisutería de Perú

Importadores	Valor exportada en 2013	Participación % en 2013	Valor exportada en 2014	Participación % en 2014	Valor exportada en 2015	Participación % en 2015	Valor exportada en 2016	Participación % en 2016	Valor exportada en 2017	Participación % en 2017
Mundo	6135	100	7434	100	7560	100	7755	100	7890	100
Estados Unidos de América	1511	24,6	1657	22,3	1760	28,3	1834	30,4	1956	32,2

Fuente: Trademap

Elaboración: Propia

Unidad: Miles de Dólares Americanos

Estados Unidos de América es el primer importador de bisutería Peruana, en el año 2016 tuvo una participación del 32,2% en las importaciones de bisutería respecto a Perú.

En la siguiente figura se puede apreciar que la población objetiva aumenta anualmente en razón de 38,586 lo que nos indica que la población objetiva tiene un crecimiento acelerado.

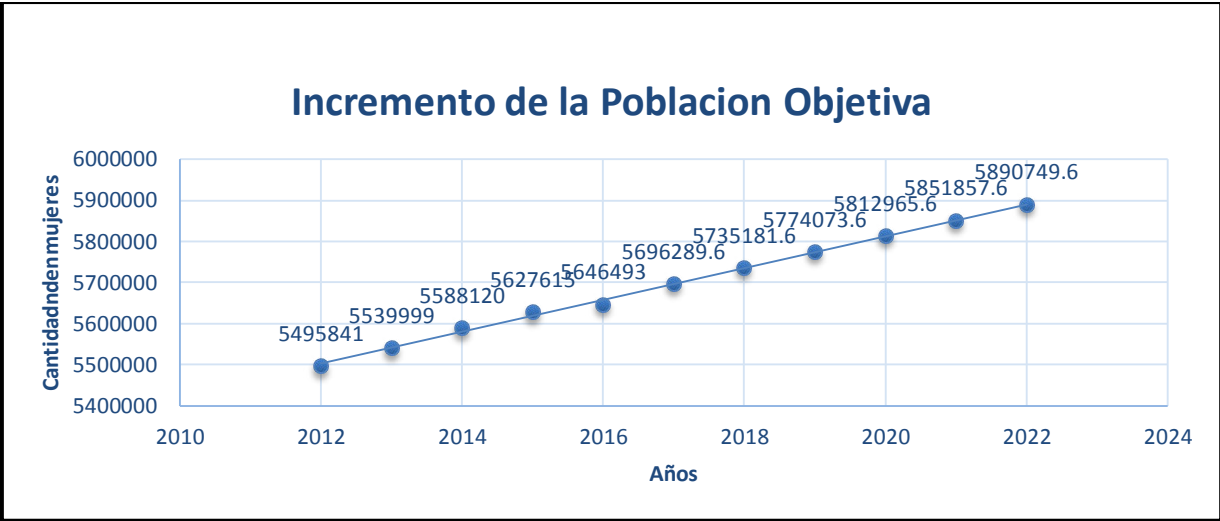


Figura 19: Proyección de la población objetiva

Fuente: Census Bureau - Elaboración propia.

En la figura se puede apreciar que la población objetiva aumenta anualmente en razón de 38,586 lo que nos indica que la población objetiva tiene un crecimiento acelerado.

Proyección de la demanda

Tabla 31 - Demanda Histórica de bisutería en Estados Unidos

Años	2013	2014	2015	2016	2017
	721704	733325	735454	740255	742965

Fuente: Elaboración propia en base a Trade Map

Tabla 32 - Métodos de mínimos cuadrados

X	X = Años	Y = Demanda	XY	X^2
2013	1	721704	721704	1
2014	2	733325	1466650	4
2015	3	735454	2206362	9
2016	4	740255	2961020	16
2017	5	742965	3714825	25
Total	15	3673703	11070561	55

Fuente: Elaboración propia

Fórmula de regresión lineal:

$$A = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2} ; B = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

B =	4945.2
A =	719905

Fórmula para proyectar linealmente:

$$Y = a + bx$$

$$Y = 719905 + 4945.2 \cdot x$$

Proyección 2018	749576.2
Proyección 2019	754521.4
Proyección 2020	759466.6
Proyección 2021	764411.8
Proyección 2022	769357

Tabla 33 - Demanda proyectada de bisutería en EE.UU

2018	2019	2020	2021	2022
749576.2	754521.4	759466.6	764411.8	769357

Fuente: Elaboración propia

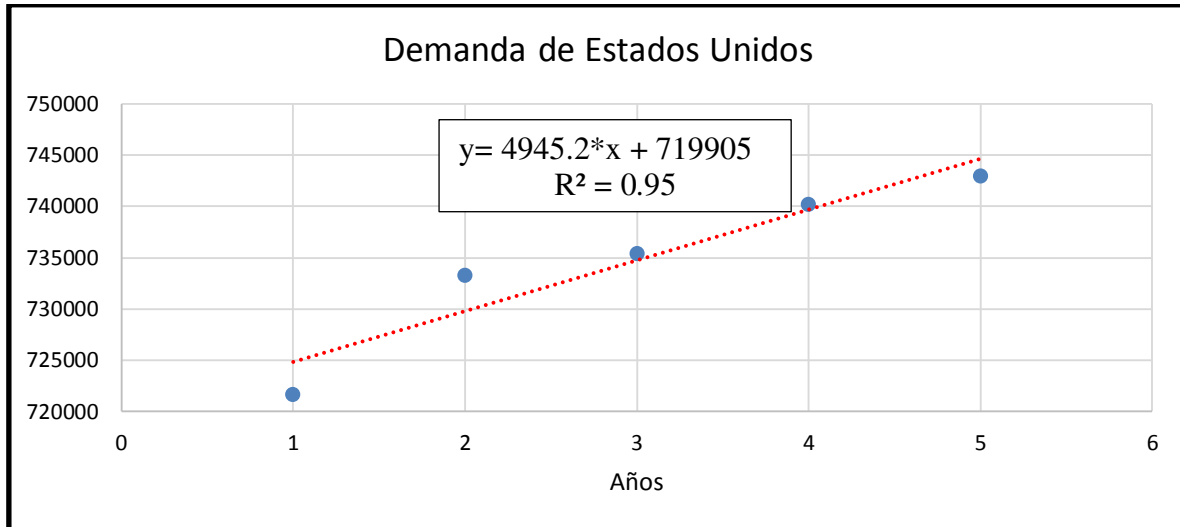


Figura 20: Coeficiente de correlación

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la figura 20, $R^2 = 0.95$, el monto es mayor a 0.85 por consiguiente se acepta esta regresión.

Tabla 34: Pronóstico de la demanda de bisutería en EE.UU.

Año	Período	Demanda Histórica	Año	Período	Demanda Proyectada
2013	1	721704	2018	6	749576.2
2014	2	733325	2019	7	754521.4
2015	3	735454	2020	8	759466.6
2016	4	740255	2021	9	764411.8
2017	5	742965	2022	10	769357

Elaboración: Propia

Para el pronóstico de la demanda de bisutería en EE.UU. se está tomando como referencia la demanda histórica y se ha utilizado el método de regresión lineal para proyectar la demanda hasta el año 2022.

Tabla 35: Escenario de Ventas Proyectado

Año	Ventas
2018	35,613.35
2019	72,651.24
2020	111,156.39
2021	151,172.69
2022	192,745.18

Elaboración: Propia

2.4. ESTRATEGIAS DE VENTAS Y DISTRIBUCIÓN

2.4.1. Estrategias de Segmentación

El consumidor Norteamericano tiene mayor conciencia en todo lo que adquiere y consume. El segmento de consumidores estadounidense de accesorios hecho en cerámica se encuentra principalmente dentro del grupo de 15 a 34 años. Personas que tienen predilección y valoran el trabajo artesanal hecho a mano y de manera responsable con el medio ambiente y el desarrollo sostenible.

A continuación se define el segmento de mercado al que van dirigidos los productos de la marca Amazing Little Things:

“Amazing Little Things está dirigido a adolescentes y mujeres de 15 a 34 años de edad del Estado de California – EE.UU. y que a través del uso de accesorios buscan reflejar y demostrar, sus luchas, convicciones, estados de ánimo y gustos personales”

2.4.2. Estrategias de Posicionamiento

La estrategia de posicionamiento se basa directamente con la propuesta de valor como empresa.

Establecer la “Experiencia del accesorio” en la cual la persona refleje su personalidad, gustos, causas y contacto con recuerdos y grandes momentos, vida saludable, conciencia animal, por medio de los accesorios de Amazing Little Things y resaltando los diseños únicos y exclusivos, hecho a mano artesanalmente, esto último va de la mano con la proyección que se quiere dar de responsabilidad social y que la empresa hace uso respetuoso de los recursos naturales orientado a una sostenibilidad ambiental, y social.

Se tendrá una página web donde se afiance los objetivos del posicionamiento y también a través de redes sociales como Facebook e Instagram.

Dirección Página Web: <https://amazinglittlething.wixsite.com/amazinglittlethings>

2.4.3. Estrategias de Distribución

Para la distribución de los accesorios de la marca Amazing Little Things, se establecerán alianzas estratégicas con las empresas Hot Topic y Spencer’s quienes tienen locales en los principales centros comercial de California como: “Hollywood Highland”, “Brea Mall”, “Westside Pavilion”, “Stonewood Center”, “Westminster Mall”, de esta manera los productos de Amzing Little Things se ofrecerán en las tiendad de Hot Topic y Spencer del Estado de California, llegando a la gran cantidad de público que visita estos centros comerciales.

Información de Hot Topic:



Figura 21: Logo socio estratégico Hot Topic

Fuente: Hot Topic

Página Web: www.hottopic.com

Reseña Historica:

Es de una cadena estadounidense especializada en música, ropa de la cultura pop, punk y post-Hardcore y accesorios. La mayoría de las tiendas están ubicadas en centros comerciales. La primera tienda Hot Topic fue inaugurada en 1988 por Orv Madden, quien se retiró como [director ejecutivo](#) en 2000 y fue reemplazado por Betsy McLaughlin, quien dirigió la empresa hasta el año 2011. Lisa Harper recientemente asumió el cargo de [director ejecutivo](#) en marzo de 2011. La compañía salió a la bolsa y comenzó a cotizar en el NASDAQ en 1996. En 2006, Hot Topic fue puesto en el número 53 en la lista "Fortune" de las 500 mejores compañías para trabajar.

Hasta el 50% de las ventas de Hot Topic se generan por los accesorios, incluyendo gafas, marcas privadas, joyería corporal, medias, maquillaje, música y otros artículos diversos de la cultura pop. Los accesorios representan la cantidad más significativa de las ganancias para la empresa. Hot Topic impulsa el margen de beneficio por el uso de mercadotecnia y venta sugestiva, actualmente cuenta con 79 tiendas solo en el Estado de California. (Hot Topic, 2016)

Tiendas de Hot Topic en los principales Malls de California:

- Tienda de Hot Topic ubicada en el Brea Mall



Figura 22: Tienda Hot Topic Brea Mall
Fuente: Hot Topic

- Tienda de Hot Topic ubicada en Mall de Hollywood Highland



Figura 23: Tienda Hot Topic Hollywood Highland
Fuente: Hot Topic

- Tienda de Hot Topic ubicada en el Mall de Stonewood Center



Figura 24: Tienda Hot Topic Stonewood Center
Fuente: Hot Topic

Información de Spencer's:



Figura 25: Logo socio estratégico Spencers

Fuente: Spencers

Página Web: www.spencersonline.com

Reseña Historica:

Spencer Gifts LLC, que opera como Spencer's, es un minorista de centros comerciales de América del Norte con más de 650 tiendas en los Estados Unidos, Canadá y Puerto Rico. Sus tiendas se especializan en regalos de novedad y bromas, y también venden merch, de bandas de música, decoración de habitaciones, figuras coleccionables, joyas de moda y de piercings corporales, y artículos de fantasía y terror.

Empezó como una empresa de pedidos por correo en 1947, Spencer's abrió su primera tienda minorista en 1963 en el Cherry Hill Mall de Nueva Jersey. Desde el principio, Spencer's se convirtió rápidamente en un oasis dentro del entorno del centro comercial, ofreciendo al público una experiencia entretenida, a través de su comercialización y mezcla de productos, y se convirtió en una cadena nacional a mediados de los 70's. En 2003, bajo nueva administración, Spencer levantó el listón y se dispuso a reinventarse a sí mismo. Manteniéndose fiel a sus raíces, el proceso de reinención se mantuvo enfocado en la sólida historia de Spencer y su compromiso con la irreverencia, el humor y la diversión. El resultado de esta reinención puso a Spencer en el camino de la grandeza en un cambio sutil de Spencer Gifts a Spencer en espacios industriales funky recién rediseñados con un galardonado aspecto de club del centro de la ciudad.

En la actualidad, Spencer's opera más de 650 tiendas en Estados Unidos, Canadá y en línea, y se enorgullece de ser uno de los espectáculos más antiguos del centro comercial. (SPENCERS, s.f.)

Tiendas de Spencer's en los principales Malls de California:

- Tienda de Spencer's ubicada en Westminster Mall



Figura 26: Tienda Spencers Westminster Mall
Fuente: Spencers

Tienda de Spencer's ubicada en Newpark Mall



Figura 27: Tienda Spencers Stonewood Center
Fuente: Spencers

2.5. Estrategias de Promoción

Marketing Digital

Prácticamente el 100% de la población cuenta con internet, al consumidor estadounidense le gusta informarse y saber que comprará, por lo que se tendrá una páginas web actualizada con todos los diseños que vayan produciendo y el precio de los mismo, también se contará con un correo especial para feedback y sugerencias por medio del cual se enviarán boletines con nuevos productos, diseños y promociones a la base de datos de clientes del mismo modo se implementará un listado con todos los proveedores de Caja de Ideas S.A.C. para que el potencial cliente se sienta seguro de que los insumos del producto que va a adquirir son de calidad y social y ambientalmente responsables.

Asimismo, se implementarán páginas en Facebook e Instagram, donde se realizará la publicidad de la marca y productos de la marca Amazing Little Things, también se sortearán packs de nuestros productos a través de concursos para generar más seguidores.

2.6 Tamaño de planta. Factores condicionantes

Los insumos que se utilizarán en la producción de los accesorios se comprarán a proveedores con los que se viene trabajando años y hay una relación amical y de confianza, por lo que Caja de Ideas S.A.C. podrá respaldarse en sus proveedores cuando la situación así lo requiera.

Para la producción de Caja de Ideas S.A.C contará con 02 personas encargadas de la mano de obra y empaquetamiento y 01 diseñador que se encargará de innovar y crear diseños de acuerdo al concepto de que desea implantar la empresa.

Los tiempos están bien establecidos ya que los productos Caja de Ideas S.A.C se van ensamblando según sus partes, esto depende claro está del tipo de producto, del detalle del mismo, si hay más detalles toma un poco más de tiempo y del secado de la masa, la pintura y el barnizado.

3. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

La gestión logística se centra en obtener la máxima eficiencia en la cadena de suministro de un producto y si esto tiene una proyección exportadora, se habla de logística internacional.

La cadena logística tiene un pilar fundamental, el transporte de las mercancías. El producto que se exporta debe encajar con un sistema de transporte adecuado al mismo, también es preciso analizar la forma de carga adecuada.

Los trámites aduaneros son igualmente determinantes a la hora de realizar una operación de logística internacional.

En este sentido hay un aspecto fundamental en la logística internacional, la gestión correcta del tiempo de entrega, pues en cualquier actividad comercial hay un compromiso sobre los plazos de entrega. (Definición ABC, s.f.)

3.1. Envases, empaques y embalajes

Durante la exportación los productos deben ingresar a nuevos mercados en que compiten productos de calidad y que posiblemente ya están posicionados; se enfrentan a legislaciones y costumbres de consumidores diferentes y se exponen a mayores riesgos durante el transporte y almacenado debido a la complejidad de los ciclos de distribución. Por estas razones, durante el proceso de exportación es necesario contar con un sistema de empaques y embalaje eficaz que proteja al producto de los riesgos que se pueden presentar, le agregue valor y esté acorde con los requerimientos del consumidor y de la normativa y legislación del país de destino. La calidad de los sistemas de empaque y embalaje utilizados para la exportación no debe subestimarse, sobre todo cuando las exportaciones se dirigen a mercados industrializados, sofisticados, con altos estándares de calidad y clientes acostumbrados a empaques de gran funcionalidad.

3.1.1. Empaque

Se entiende por empaque todo producto fabricado con materiales de cualquier naturaleza y que se utilice para proteger, manipular, distribuir y presentar los productos. Las características que tendrá este empaque serán las más utilizadas para las artesanías, son aquellas que presentan dimensiones y especificaciones de un empaque óptimo, el cual varía de acuerdo al tipo de producto y preferencias del mercado.

El empaque de los productos de Caja de Ideas S.A.C. será en pequeñas cajas de cartón de largo 08 cm, 06cm de ancho x 02 cm de alto con relleno de espuma de las mismas medidas de la caja, donde irán enganchados los accesorios ya sean aretes, collares, anillos, pines o llaveros, esto con el fin que estén correctamente amortiguados y no sufran daño alguno.

Tabla 36: Características del Envase

Características	
Envase	Caja de Cartón
Medidas	Largo: 08cm; Ancho: 06cm; Alto: 02cm
Color	Diversos
Peso	20 gramos
Peso de producto	30 gramos

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

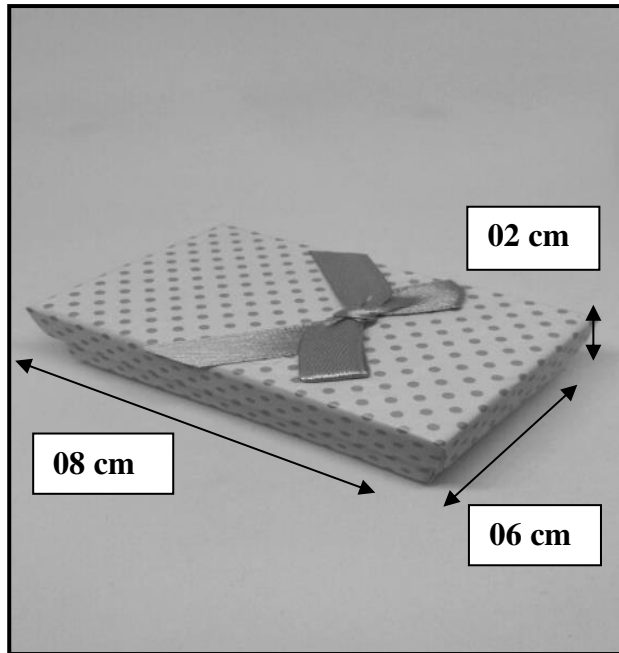


Figura 28: Envase de productos
Elaboración: Propia

3.1.2. Embalaje

Objeto manufacturado que protege, de manera unitaria o colectiva, bienes o mercancías para su distribución física, a lo largo de la cadena logística; es decir, durante las operaciones de manejo, carga, transporte, descarga, almacenamiento, estiba y posible exhibición. (Rodríguez Tarango, 2012)

Idiomas permitidos en el embalaje: el inglés es obligatorio. Otros idiomas son optativos.

Unidades de medida autorizadas: Unidades métricas de medida y peso.

Marcado de origen "Hecho en" Es obligatorio.

Seguidamente se describirá el tipo de embalaje a utilizar para los productos de Caja de Ideas S.A.C.:

Tabla 37: Características del Embalaje de Caja de Ideas S.A.C.

Características	
Envase	Caja de cartón corrugado
Medidas	Largo: 64cm; Ancho: 36cm; Alto: 24cm
Color	Marrón
Peso	250 gramos
Contiene	576 cajas pequeñas de 50 gramos c/u

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

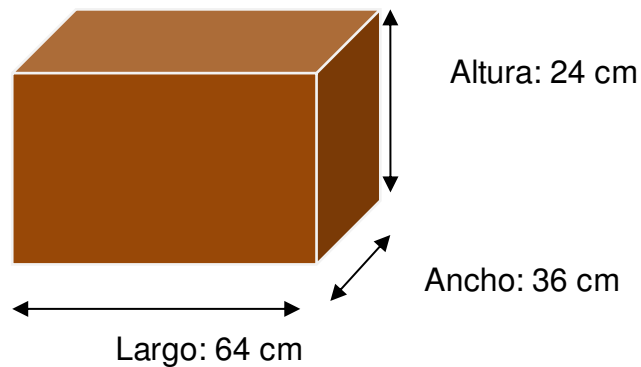


Figura 29: Modelo de caja de cartón corrugado para embalaje
Elaboración: Propia

3.2. Diseño del rotulado y marcado

3.2.1 Diseño del marcado

El marcado o rotulado del “paquete”, “carga” o “bulto”, es el elemento de ayuda para identificar los productos, facilitando su manejo y ubicación en el momento de ser monitoreados. El rotulado, complementa al acondicionamiento y embalaje. Facilita la identificación de cada “paquete o “bulto” que el exportador envía, de manera que éste llegue al cliente o destinatario en el mercado de destino, en condiciones óptimas. Los paquetes o bultos deben estar debidamente marcados a fin de identificarlas sin equívoco, durante su manipuleo y transporte, y no se tengan dudas en cuanto al lugar de destino y el modo como manipularlas. (Marco, 2009)

Características del Mercado:

- a) Está en estrecha relación con el embalaje y sujeto a estándares internacionales.
- b) Marcas estándar o principales: Nombre y dirección del consignatario, Número de Referencia, Puerto o aeropuerto de descarga País y lugar de Descarga. Para el caso de uso postal no es necesario colocar el puerto o país de descarga
- c) Marcas informativas o adicionales: Número de cada bulto en un lote. Permite identificar a cada uno de los bultos pertenecientes a un mismo cargamento; cubierto por un conocimiento de embarque con la misma marca principal, Peso Bruto y Neto Dimensiones, Puerto o aeropuerto de carga, País de carga, Vehículo y Contenido.
- d) Marcas de manipuleo y auxiliares: Instrucciones para el manipuleo mediante el uso de símbolos internacionalmente aceptados que advierten peligro, fragilidad, contenido, etcétera. Siempre que sea posible se debe utilizar el sistema métrico, los materiales que se usan son: pintura indeleble, rótulos, placas, entre otros. Debe cumplirse con las características de legibilidad, localización, suficiencia y conformidad. (Marco, 2009)

Tipos de Marcas

El mercado debe ser claro y si es posible en los cuatro paredes de la caja, porque es el modo eficaz para facilitar el manipuleo rápido y seguro de las mercaderías en todos los puntos por los que pasa durante su “travesía” (almacenes, aeropuerto, puertos, etcétera). (Marco, 2009)

Se realiza mediante impresión directa, rótulos etiquetas adhesivas o caligrafía manual, de preferencia en los cuatro costados del paquete en un costado visible del empaque.

No se debe usar las marcas comerciales ya que indican el contenido.

Las marcas del consignatario y las marcas de puerto de destino y trasbordo deben ser grandes, claras e impresas con tinta a prueba de agua. Deben ser aplicadas en tres caras del embalaje preferentemente lados, o extremidades y arriba.

Pictogramas

En las operaciones de manipuleo, se usa símbolos denominados “pictogramas”, las cuales son indicaciones abreviadas (se utilizan gráficos, marcas o ilustraciones) que permiten identificar algunos detalles relativos a las mercancías de exportación. Para el caso de la carga aérea, los pictogramas, debe hacerse en idioma inglés. Salvando las barreras de los idiomas permiten tomar precauciones en las operaciones de manipuleo a que se somete las mercancías durante el transporte. Puede realizarse de modo manual utilizando matrices impresas en las cajas de preferencia, para identificar y facilitar el manipuleo, transporte y almacenamiento. (Marco, 2009)

Para el rotulado del embalaje de los productos de Caja de Ideas S.A.C. se utilizarán los siguientes pictogramas:



Figura 30: Pictograma proteger de la humedad

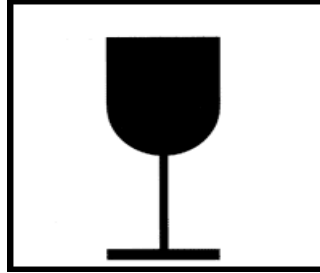


Figura 31: Pictograma Frágil



Figura 32: Pictograma manipular con cuidado

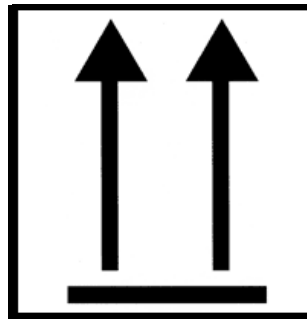


Figura 33: Pictograma hacia arriba

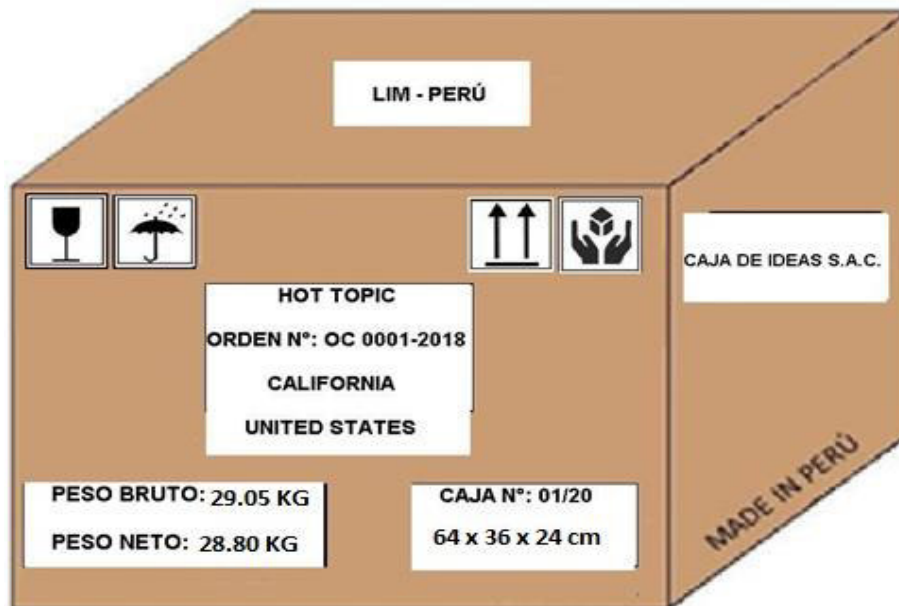


Figura 34: Marcado del embalaje
Elaboración: Propia

3.2.2. Rotulado

La sección 304 del Tariff Act, exige que los productos que vayan a ser exportados a los EE.UU., deberán estar etiquetados en un lugar visible, tangible, imborrable y que pueda permanecer tanto como lo permita la naturaleza del artículo. (Heras, 2002)

La etiqueta generalmente contiene diseños gráficos e información impresa relativa al producto. Recientemente han aparecido las ecoetiquetas, que informan sobre la calidad de impacto ambiental del conjunto envase – producto (www.mercadeoypublicidad.com, 2008). Las siguientes son las especificaciones que traerá la etiqueta del producto:

Debido al tamaño de los artículos de bisutería, el Departamento de Aduanas autoriza la utilización de etiquetas adhesivas. Si en el momento de pasar el control de aduanas el marcado del artículo es defectuoso, se pueden imponer tasas adicionales que pueden alcanzar el 10 por ciento sobre el valor de aduana, salvo que sea destruido, reexportado o corregido el marcaje bajo la supervisión de los servicios aduaneros. El

marcado o etiquetado incorrecto también es considerado práctica desleal por lo que pueden imponerse sanciones adicionales.

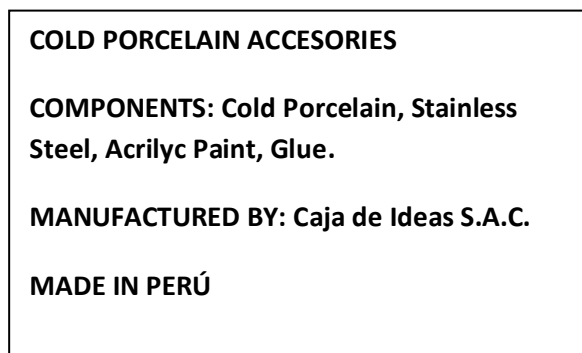


Figura 35: Diseño etiqueta de productos Caja de Ideas S.A.C
Elaboración: Propia

3.3. Unitarización y cubicaje de la carga

Por la naturaleza de los productos de Caja de Ideas S.A.C. que tienen un peso muy ligero, 50 gramos por producto aproximadamente, los productos se enviarán vía el servicio exporta fácil de Serpost que permite exportar mercadería hasta por un peso máximo de 30kg y un valor FOB máximo de US\$ 7,500.00, pudiendo realizar múltiples envíos y el tiempo de entrega al proveedor es de 5 días hábiles, para este tipo de envíos se tiene que llenar un formato de declaración exporta fácil (DEF) de contenido en el cual se describe la mercancía que se está exportando y su valor.

Por esta razón, se harán envíos de varios paquetes según los requerimientos y necesidad del cliente Hot Topic o Spencer en este caso, que son las cadenas a través de las cuales se comercializarán nuestros productos.

Tabla 38: Determinación de peso por envío

PESO POR PRODUCTO INCLUIDO CAJA PRESENTACIÓN (KG)	CANTIDAD DE PRODUCTOS POR ENVÍO	PESO NETO TOTAL POR ENVÍO (KG)	PESO CAJA EMBALAJE (KG)	PESO BRUTO POR ENVÍO (KG)
0.05	576	28.80	0.25	29.05

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

En este caso hemos determinado que el peso por paquete a enviar es de 29.05 kg y el precio por este tipo de envío tomando en cuenta el peso es de S/. 1,607.00 Soles.

3.4. Cadena de DFI de exportación/importación

3.4.1. Determinación de requerimientos de insumos e infraestructura

a) Del insumo

Caja de Ideas S.A.C. adquirirá sus insumos y materias primas del siguiente proveedor:

Adhercol E.I.R.L: Proveedor de goma artesanal (Adhercola), goma tragacanto, benzoato de sodio, blanco de titanio, barniz matecol brillo mate, pinturas acrílicas, pigmentos para masa.

Tabla 39: Determinación de peso por envío

EMPRESA	RUC	PRODUCTO	UBICACIÓN
ADHERCOL E.I.R.L	20126738251	GOMA ARTESANAL, GOMA TRAGCANTO, BENZOATO DE SODIO, BLANCO DE TITANIO, BARNIZ MATECOL BRILLO MATE, PINTURAS ACRILICAS Y PIGMENTOS PARA MASA	SAN JUAN DE LURIGANCHO, LIMA

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

b) De la infraestructura:

La ubicación de la empresa Caja de Ideas S.A.C. es:

Tabla 40: Ubicación de Caja de Ideas S.A.C.

Localización de la Empresa	
País:	Perú
Departamento:	Lima
Provincia:	Lima
Distrito:	Santa Anita
Dirección:	Calle Ramón Zavala 428

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

Se eligió el distrito de Santa Anita porque se determinó a través de una matriz EFI que Santa Anita es el lugar más adecuado de acuerdo a los requerimientos de Caja de Ideas S.A.C.se encuentra en una ubicación estratégica, ya que cuenta con acceso a la vía de Evitamiento, Carretera Central, este Distrito también cuenta con un Centro Bancario lo cual es una ventaja, asimismo la cercanía y rapidez para llegar al Centro de Lima, lugar donde se encuentran nuestros principales proveedores es muy importante.

El local tiene un área de 100 m² y está conformado por oficina administrativa, aérea de producción y diseño, Almacén.

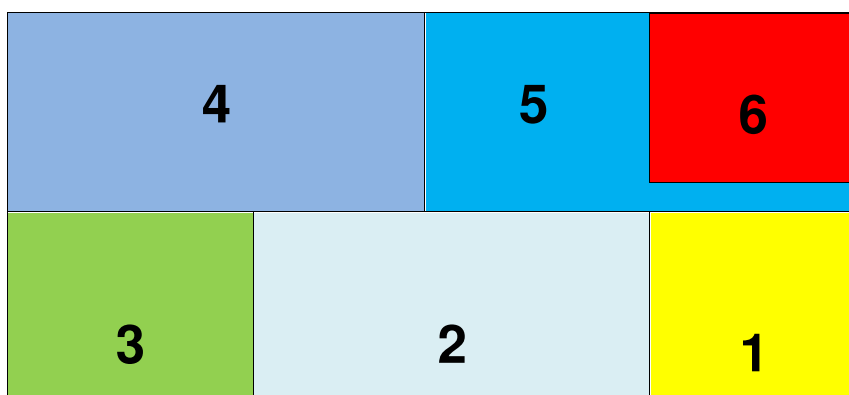


Figura 36: Layout Ambientes Caja de Ideas S.A.C. (100m²)
Elaboración: Propia

Tabla 41: Distribución de los ambientes de la empresa

Número de ambiente	Ambiente
1	Recepción
2	Oficinas Administrativas
3	Servicios Higiénicos
4	Producción y Empaquetado
5	Diseño
6	Almacén

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

Los ambientes de la empresa Caja de Ideas S.A.C. estarán correctamente señalizados según la normativa del Instituto Nacional de Defensa Civil, según se detalla a continuación:



Figura 37: Señalización de seguridad de la empresa Caja de Ideas S.A.C
Fuente: Indeci

3.4.2.- Establecer estrategias de suministro

La cadena de suministro se refiere a las actividades y procesos que involucran a clientes y proveedores para que la mercancía sea producida y distribuida en las cantidades, lugares y tiempos correctos con el fin de satisfacer los niveles de servicios requeridos por el consumidor. Incluye todas las empresas que participan en la producción, distribución, manipulación, almacenaje y comercialización de un producto y sus componentes. (Fernandez, 2016)

Intervienen:

- Proveedores (de todos los insumos y materias primas requeridas por Caja de Ideas S.A.C.)
- Producción (proceso productivo realizado por Caja de Ideas S.A.C.)
- Empaquetado (proceso realizado por Caja de Ideas S.A.C.)
- Transportistas (Servicio Exportafácil de Serpost)

Con una buena elección de cadena de suministro se brinda un adecuado servicio al consumidor final, entrega de productos a tiempo según las especificaciones.

Tabla 42: Criterios para elección de proveedor

Criterios		Corporación Huallpa Hnos S.A.C.	Adhercol E.I.R.L	Apu Enterprise S.A.C.
1	Precio frasco pintura 250ml	S/. 15.00	S/. 13.00	S/. 13.00
2	Experiencia	10 años	22 años	13 años
3	Ubicación del proveedor	Cercado de Lima	San Juan de Lurigancho	Comas
4	Puntualidad	Buena	Muy Buena	Muy Buena
5	Calidad	Buena	Muy Buena	Muy Buena

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

Tabla 43: Matriz de selección de proveedor

	Criterios	Nivel de importancia	Corporación Huallpa Hnos S.A.C.	Puntaje	Adhercol E.I.R.L	Puntaje	Apu Enterprise S.A.C.	Puntaje
1	Precio	0.25	4	1	5	1.25	5	1.25
2	Experiencia	0.20	3	0.6	5	1	4	0.8
3	Ubicación del proveedor	0.15	3	0.45	4	0.6	3	0.45
4	Puntualidad	0.20	4	0.8	5	1	5	1
5	Calidad	0.2	3	0.6	5	1	5	1
	Total	1		3.45		4.85		4.5

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

Puntos críticos en la cadena:

Compras y abastecimiento: Control de la relación con los proveedores, y del grado de fiabilidad de las entregas. Para asegurar este punto se debe crear una relación con los proveedores mediante un contrato que asegure nos proveerán para el abastecimiento a nuestros clientes.

Producción: Es el proceso clave dentro de la cadena de suministro, Caja de Ideas S.A.C., se debe asegurar la disponibilidad de insumos y materias primas y de la capacidad instalada para poder cumplir con los requerimientos de los clientes.

3.4.3.- Análisis de los procesos

El proceso productivo necesario para tener el producto en su presentación final, listo para exportar, se muestra en la siguiente figura:

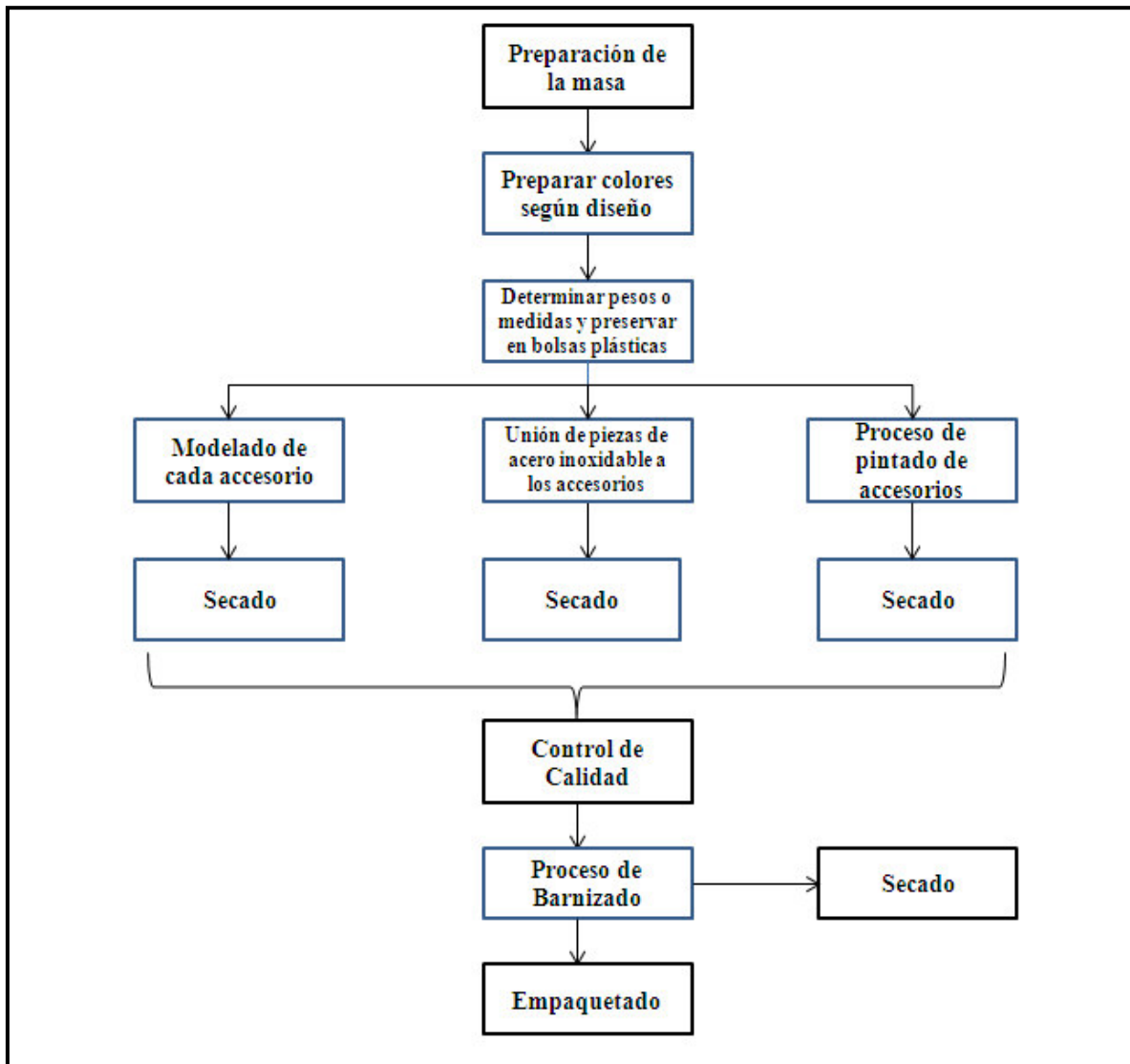


Figura 38: Proceso Productivo Accesorios de Caja de Ideas S.A.C.

Fuente: Elaboración: Propia

3.4.4.- Elección de la cadena de Distribución Física Internacional

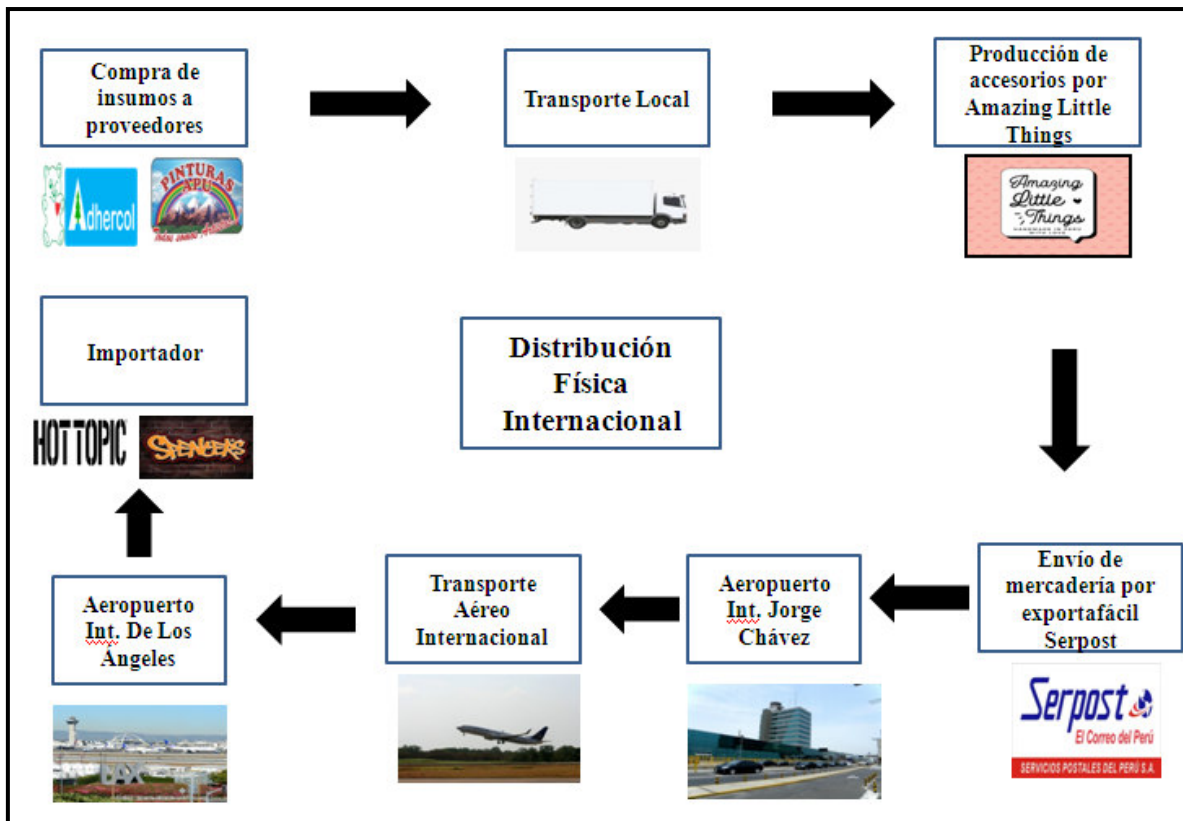


Figura 39: Cadena de Distribución Física Internacional

Elaboración: Propia

3.5 Seguro de las Mercancías

El Seguro de Transporte de Mercancías, es aquel contrato por medio del cual, el Asegurador, asume, es decir, se compromete con indemnizar (pagar), por los daños y pérdidas materiales sobrevenidos a los objetos transportados, en caso de traslado o viaje por vía marítima / fluvial, aérea o terrestre. (Fernandez, 2016)

Tipos de riesgos:

1. Los peligros del mar (del transporte): hundimiento, naufragio, temporal, zozobra, varadura, encalladura, colisión, contacto y abordaje casual (fortuito)
2. Los peligros “sobre” el mar: incendio (fuego) y explosión.

3. Los peligros menores: representados por la caída de bultos al mar durante faenas de carga, descarga y daños en maniobras de transbordo.

4. Los peligros específicos para ciertas mercancías: constituidos por la mojadura de agua dulce o de mar, sudor del buque o vaho de bodega, oxidación, roturas, derrames, manchas por aceite, barro, lodo, contacto con otra carga y contaminación; raspaduras, abolladuras o despostilladuras.

5. Los peligros originados por la interferencia humana: negligencia de transportistas y operadores en el transporte, negligencia del capitán de la nave y de la tripulación; robo, hurto y falta de entrega de las mercancías.

6. Los peligros de la naturaleza: terremoto, erupción volcánica y rayo

7. Los Peligros de carácter social y político: guerra, guerra civil, hostilidades, enfrenamientos, cierre de puertos; minas submarinas - flotantes, bombas.

(Fernandez, 2016)

En el caso de Caja de Ideas S.A.C., la mercadería se asegurará mediante la tasa de indemnización del servicio exporta fácil de Serpost el cual equivale al 1% mas IGV sobre valor FOB declarado.

4. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

4.1. Fijación de precios

Caja de Ideas S.A.C. cuenta con una línea de accesorios hechos en cerámica al frío que incluyen aretes, anillos, collares, llaveros y prendedores, a continuación, se realiza el costeo y fijación de precio del producto estrella, los aretes.

4.1.1. Costos y precio

Tabla 44: Costos de Producción

					Mensual		Anual	
					Soles	Dólares	Soles	Dólares
Costos de Materia Prima e Insumos								
Costo de materiales	Costo unitario	Unidad de medida	Cantidad necesaria	Costo total	Total	Total	Total	Total
Insumo masa	0.50	Unidad	576.00	288.00	244.07	75.10	2,928.81	901.17
Pintura	0.80	Unidad	576.00	460.80	390.51	120.16	4,686.10	1,441.88
Preservantes	0.50	Unidad	576.00	288.00	244.07	75.10	2,928.81	901.17
Accesorios	1.00	Unidad	576.00	576.00	488.14	150.20	5,857.63	1,802.35
Costo de envases y embalajes	Precio unitario	Unidad de medida	Cantidad necesaria	Precio total	Total	Total	Total	Total
Envase	0.80	Unidad	576.00	460.80	390.51	120.16	4,686.10	1,441.88
Etiquetado	0.20	Unidad	576.00	115.20	97.63	30.04	1,171.53	360.47
Empaque	0.30	Unidad	1.00	0.30	0.25	0.08	3.05	0.94
Costo de Materia Prima e Insumos					1,855.17	570.82	22,262.03	6,849.86

Elaboración: Propia

Tabla 45: Costos de envío internacional

					Mensual		Anual	
					Soles	Dólares	Soles	Dólares
Costos de Operaciones Internacionales								
Costos de envío internacional	Precio por operación mensual	Unidad de medida	Cantidad necesaria	Precio total	Total	Total	Total	Total
Tarifa por transferencia bancaria deposito en cta cte	81.60	Por operación	1.00	81.60	69.15	21.28	829.83	255.33
Movilidad a Serpost	60.00	Por operación	1.00	60.00	50.85	15.65	610.17	187.74
Costo Flete y Seguro por Serpost	2,133.36	Por operación	1.00	2,133.36	1,807.93	556.29	21,695.19	6,675.44
Costos de envío internacional					1,927.93	593.21	7,711.73	2,372.84

Elaboración: Propia

Tabla 46: Gastos Administrativos

					Mensual		Anual	
					Soles	Dólares	Soles	Dólares
Gastos Administrativos								
Material de Oficina y Mantenimiento	Precio total				Total	Total	Total	Total
Materiales de Oficina	100.00				84.75	26.08	1,016.95	312.91
Materiales de Mantenimiento	50.00				42.37	13.04	508.47	156.45
Total Gastos Administrativos					127.12	39.11	1,525.42	469.36

Elaboración: Propia

Tabla 47: Costo de Suministros

					Mensual		Anual	
					Soles	Dólares	Soles	Dólares
Costos de Oficina								
Costo de suministros y alquiler	Costo	Unidad de medida	Cantidad necesaria	Costo total	Total	Total	Total	Total
Luz	150.00	Mensual	1.00	150.00	127.12	39.11	1,525.42	469.36
Agua	80.00	Mensual	1.00	80.00	67.80	20.86	813.56	250.33
Teléfono e Internet	120.00	Mensual	1.00	120.00	101.69	31.29	1,220.34	375.49
Costo total suministros					296.61	91.26	3,559.32	1,095.18

Elaboración: Propia

Tabla 48: Determinación de precio

Determinación del precio		
	Soles	Dólares
Costos Fijos	3,932.00	1,209.85
Costos Variables	1,855.17	570.82
Costo CIP	5,787.17	1,780.67
Margen	40%	40%
Precio CIP paquete	9,645.28	2,967.78

Elaboración: Propia

Si tenemos en cuenta que cada paquete contiene 576 unidades, el precio CIP por cada par de aretes es de US\$ 5.15.

4.1.2. Cotización Internacional

Se cotizará a la empresa Norteamericana Hot Topic Inc, la cantidad de 576 pares de aretes, según detalle:

CAJA DE IDEAS S.A.C Calle Ramón Zavala 428, Santa Anita, Lima – Perú Teléfono: (51-1) 440-2830	
Lima 02 de mayo de 2018	
Señores Hot Topic Inc.	
Atención. - Mr. Donald H. Hendricks – Chief Product Officer	
Mediante la presente le hacemos llegar nuestra cotización de acuerdo a las especificaciones establecidas por ustedes:	
PRODUCTO	: ARETES HECHOS ARTESANALMENTE
PRINCIPAL COMPONENTE	: CERÁMICA AL FRÍO
PRESENTACION	: CADA CAJA CONTIENE UN PAR DE ARETES
PARTIDA ARANCELARIA	: 7117.90.00.00
CANTIDAD	: 576 CAJAS
PROPORCION EMBALAJE	: CAJAS DE CARTON CORRUGADO L: 64CM X A:36CM X H:24CM
PRECIO CIP LIMA	: US \$ 5.15 X PAR DE ARETES
FORMA DE PAGO	: T/T
FECHA DE DESPACHO	: 50% AL INICIO, 50% FECHA DE EMBARQUE 30 DIAS DESPUES DE HABER ACEPTADO EL PRIMER PAGO
MODO DE TRANSPORTE	: AEREO
AEROPUERTO DE EMBARQUE	: AEROPUERTO INT. JORGE CHAVEZ CALLAO – PERÚ
VALIDEZ DE LA OFERTA	: 30 DIAS
En señal de conformidad y aceptación de las condiciones arriba expresadas, suscribimos el presente documento.	
Atentamente	
JESÚS RUIZ CHUMPÉN	
GERENTE GENERAL	

Figura 40: Cotización Internacional Caja de Ideas S.A.C.
Elaboración: Propia

4.2. Contrato de compra venta internacional

Para la elaboración de un contrato existen puntos específicos que mencionar y describir, con el objeto de tener la información necesaria útil para ambas partes. Los puntos a considerar son:

Identificación del vendedor e importador, nombre de la empresa, RUC, persona a contactar con identificación personal de ambas partes.

Objeto del contrato: La razón del contrato, lo que se va a ofrecer, características del producto y forma que será entregada.

Precio: Según la negociación, el precio acordado.

Condiciones de entrega: El INCOTERM a utilizar.

Tiempo de entrega: Según la negociación se escribirá el plazo de entrega.

Forma de entrega: Descripción de cómo será entregada la mercancía.

Inspección de los bienes: Determinar el lugar de inspección.

Condiciones de pago: Descripción de la obligación de cumplimiento de pago.

Documentos: Los documentos necesarios a presentar para dar proceso a la exportación.

Resolución del contrato: Forma de resolución del contrato si se genera conflicto.

Responsabilidad en Demora: Disminución del valor por demora.

Ley aplicable: Se aplicará la Convención de Viena.

El modelo de contrato se puede apreciar en el Anexo N° 1.

4.3. Elección y aplicación del Incoterm

Para aplicar las reglas Incoterms 2010 en el contrato, se debe establecer en el mismo la expresión específica regla Incoterms 2010.

La última versión son los Incoterms 2010 publicada por la Cámara de Comercio Internacional (CCI). Los Incoterms son términos comerciales internacionales que utilizan los exportadores e importadores en todos los países, con el objeto de concretar una compraventa bajo un mismo idioma, que les permita ver el grado de responsabilidad de cada uno de ellos, en lo que respecta a las obligaciones, riesgos y costos.

Para el envío de los productos de Caja de Ideas S.A.C. se ha visto por conveniente optar por el Incoterm CIP (Carriage and Insurance Paid To), esto debido a la naturaleza ligera de nuestros productos y porque los envíos se realizaran vía aérea por medio del servicio exporta fácil de Serpost y porque el flete y el seguro se cargaran en la factura comercial al comprador, estas condiciones hacen que el Incoterm CIP sea el más adecuado.

Del Incoterm CIP se desprenden las siguientes obligaciones:

- Transporte y seguro pagados hasta (lugar de destino convenido)
- El vendedor tiene las mismas obligaciones que el CPT, pero además debe conseguir un seguro a su cargo.
- El vendedor contrata el seguro y paga la prima correspondiente. El seguro mínimo deberá cubrir la carga desde el punto de entrega hasta, al menos, el punto de destino designado.
- El vendedor realiza la entrega de las mercancías cuando las pone a disposición del transportista designado por él mismo. Además, debe pagar costos del transporte necesario para llevar las mercancías al destino convenido.
- El comprador asume los riesgos desde el momento en que las mercancías han sido entregadas al primer transportista.

4.4. Determinación del medio de pago y cobro

Por la naturaleza de los productos que ofrece Amazing Little Things los cuales son hechos a mano artesanalmente y con diseños únicos y exclusivos y de alta calidad, se determinará con el comprador que el medio de pago será la transferencia internacional (T/T), el comprador abonará el 50% del monto total al inicio y el 50% restante cuando la mercadería haya sido despachada.

Información requerida para el pago vía (T/T):

Nombre del Banco : Banco de crédito del Perú

Beneficiario : Jesús Ruiz Chumpén

Número de Cuenta : 002-191-000777777141-56

Código SWIFT : BCPLPEPL

País : Perú

El costo por (T/T) en el Banco de Crédito del Perú es de US\$ 24.00 y será asumido por Caja de Ideas S.A.C.

Se determinó el pago vía transferencia bancaria ya que es la forma más segura de garantizar el pago y debido a que somos una empresa que recién inicia sus actividades, así aseguramos el pago a diferencia si el pago se realiza recién cuando la mercadería llegue al comprador, lo cual es muy riesgoso.

4.5. Elección del régimen de exportación

El régimen aduanero se refiere a los procedimientos y obligaciones a los que se someterán las mercaderías que ingresan y/o salen de un territorio nacional. Esta exportación se someterá al régimen denominado exportación definitiva.

Exportación definitiva es el régimen aduanero que permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior y no está afecta a tributo alguno. (Vivanco Sigwas, 2013)

Se determinó que el régimen a utilizar por Caja de Ideas S.A.C. es el de exportación definitiva ya que permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior y no está afecta a tributo alguno.

4.6. Gestión aduanera del comercio internacional

Como ya se ha mencionado anteriormente se utilizará el servicio exportafácil de Serpost para la exportación de los productos, A continuación se detalla el proceso de gestión del servicio exportafácil:

1. Para utilizar el sistema es necesario contar con el Registro Único del Contribuyente (RUC), ya sea como persona natural con negocio propio o persona jurídica. Incluso personas naturales del Régimen Único Simplificado (RUS) pueden exportar a través de Exporta Fácil, utilizando boletas de venta.
2. La DEF se completa en línea a través del portal de la Sunat utilizando la clave para operaciones en línea (SOL). La declaración tiene campos muy sencillos y no existe penalidad por equivocación.
3. Al culminar esta etapa se procede con la impresión de cuatro copias de la DEF y una adicional por cada bulto enviado (esto es lo que se conoce como trámite aduanero).
4. Finalizado el trámite aduanero, el exportador debe acudir a cualquier oficina autorizada de Serpost en el país llevando la mercancía a exportar, las copias de la

declaración firmadas, comprobante de pago y la documentación que requiera la mercancía para su salida al exterior.

5. En la oficina de Serpost proceden con la identificación del exportador o del representante legal (si es persona jurídica) y luego asignan el número de guía postal para consignarla en la DEF.

6. Finalmente, la mercancía y documentación entregada son trasladadas al Centro de Clasificación Postal de Serpost, en Lima, para su control aduanero y posterior embarque en las líneas aéreas comerciales.

(SIICEX, 2016)

La documentación generada es:

- Declaración Exporta Fácil - DEF (Ver Anexo N° 2)
- Factura Comercial (Ver Anexo N° 3)

4.7. Gestión de las operaciones de exportación: Flujograma

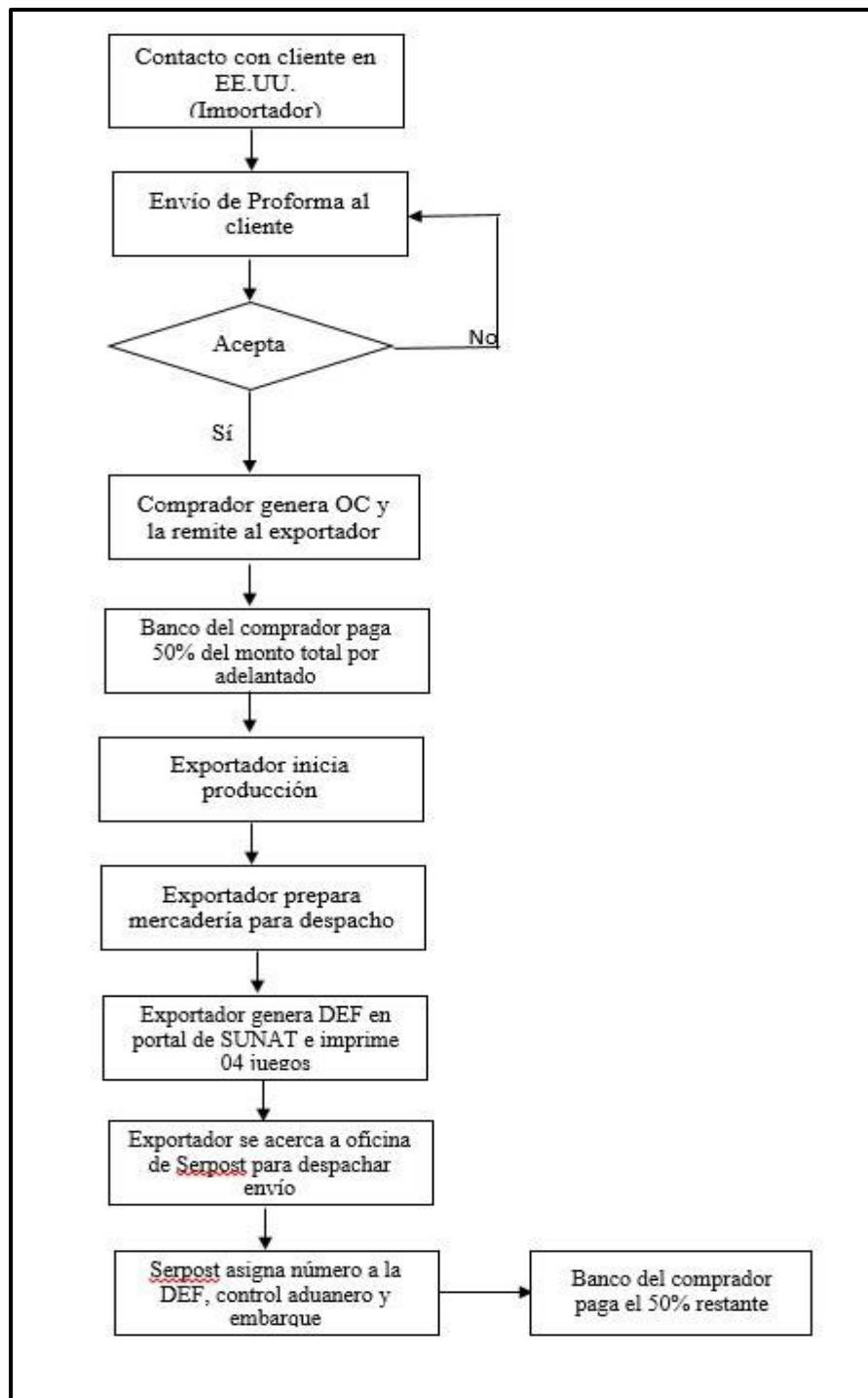


Figura 41: Flujograma proceso de exportación Caja de Ideas S.A.C.
Elaboración: Propia

5. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

En este capítulo se desarrollan los indicadores financieros y económicos que van a reflejar la viabilidad del proyecto. Para este plan se ha tomado en cuenta un tipo de cambio de 3.25.

5.1 Inversión Fija

5.1.1. Activos Tangibles

Para dar inicio a las actividades se determinó los siguientes activos fijos son parte de la inversión

Tabla 49: Activos tangibles

Activo Tangible				
Concepto	Costo Unitario	Unidades	Costo total (Soles)	Costo total (Dólares)
Equipos de cómputo			2,066.10	635.72
Lap Top	1,950.00	1	1,652.54	508.47
Impresora multifuncional	488.00	1	413.56	127.25
Muebles y enseres			3,783.90	1,164.28
Escritorio de madera (oficina)	650	2	1,101.69	338.98
Sillas	80	6	406.78	125.16
Muebles (recibidor)	813	1	688.98	211.99
Estante (documentos)	163	1	138.14	42.50
Mesa de granito	488	2	827.12	254.50
Mesa de madera	325	1	275.42	84.75
Ventilador	163	2	276.27	85.01
Extintores	82	1	69.49	21.38
Materiales de trabajo			550.85	169.49
Pinceles	60.00	3	152.54	46.94
Punzones	30.00	2	50.85	15.65
Cutter	20.00	5	84.75	26.08
Tijeras	25.00	10	211.86	65.19
Amasador	15.00	4	50.85	15.65
TOTAL			6,400.85	1,969.49

Elaboración: propia

En el cuadro anterior se aprecia que el total de los activos tangibles suma un total de US\$ 1,969.49

5.1.2. Activos Intangibles

Tabla 50: Activos Intangibles

Activo Intangible				
Concepto	Costo Unitario	Unidades	Costo total (Soles)	Costo total (Dólares)
Gastos de constitución y organización	750	1	635.59	195.57
Registro de marca y nombre comercial	1069.98	1	906.76	279.00
Total				474.57

Elaboración: Propia

Los costos del cuadro anterior forman parte de la inversión en activos intangibles.

5.2. Capital de trabajo

Capital de trabajo son los recursos que una empresa requiere para iniciar operaciones.

Tabla 51: Capital de trabajo

					Soles	Dólares
	Costo unitario	Unidad de medida	Cantidad necesaria	Costo total	Total	Total
Insumo masa	0.50	Unidad	576.00	288.00	244.07	75.10
Pintura	0.80	Unidad	576.00	460.80	390.51	120.16
Preservantes	0.50	Unidad	576.00	288.00	244.07	75.10
Accesorios	1.00	Unidad	576.00	576.00	488.14	150.20
Costo de materiales					1,366.78	420.55
Costos de Servicios públicos y alquiler	Costo mensual				Total	Total
Luz	150.00				127.12	39.11
Agua	80.00				67.80	20.86
Telefono e Internet	120.00				101.69	31.29
Costo total suministros					296.61	91.26
Costo de envases y embalajes	Precio unitario	Unidad de medida	Cantidad necesaria	Precio total	Total	Total
Envase	0.80	Unidad	576.00	460.80	390.51	120.16
Etiquetado	0.20	Unidad	576.00	115.20	97.63	30.04
Empaque	0.30	Unidad	1.00	0.30	0.25	0.08
Costo de envases y embalajes					488.39	150.27
Costo de Movilidades					Total	Total
Tansporte a Serpost	60.00	Unidad	1.00	60.00	50.85	15.65
Costos de envío internacional	Precio por operación mensual	Unidad de medida	Cantidad necesaria	Precio total	Total	Total
Tarifa por transferencia bancaria deposito en cta cte	81.60	Por operación	1.00	81.60	69.15	21.28
Costo Flete y Seguro	2,022.93	Por operación	1.00	2,022.93	1,714.35	527.49
Costos de envío internacional					1,783.50	548.77
Gastos Remuneraciones					Costo Remuneraciones	Costo Remuneraciones
Planilla					6,090.00	1,873.85
Terceros					500.00	153.85
Gastos Remuneraciones					6,590.00	2,027.69
Material de Oficina y Mantenimiento	Precio total				Total	Total
Materiales de Oficina	100.00				84.75	26.08
Materiales de Mantenimiento	50.00				42.37	13.04
Total Gastos Administrativos					127.12	39.11

Elaboración: Propia

Tabla 52: Determinación Capital de trabajo

DETERMINACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO		
CONCEPTO	Costo mensual Soles	Costo Mensual Dólares
Costo de materiales	1,366.78	420.55
Costo de Servicios públicos	296.61	91.26
Costo de envases y embalajes	488.39	150.27
Movilidades	50.85	15.65
Costos de envío internacional	1,783.50	548.77
Gastos Remuneraciones	6,590.00	2,027.69
Material de Oficina y Mantenimiento	127.12	39.11
Total	10,703.246	3,293.306
Total Anual	128,438.949	39,519.677

Elaboración: Propia

5.3. Inversión total

En la inversión total se considera el activo tangible e intangible, gastos pre operativos, y el capital de trabajo anual, se considera solo el capital de trabajo del primer año.

Tabla 53: Inversión total

Inversión total		
	Soles	Dólares
Equipos de cómputo	2,066.10	635.72
Muebles y enseres	3,783.90	1,164.28
Maquinaria y artefactos	0.00	0.00
Materiales	550.85	169.49
Total Activo Fijo	6,400.85	1,969.49
Activo Intangible	Soles	Dólares
Gastos de constitución y organización	635.59	195.57
Registro de marca y nombre comercial	906.76	279.00
Total Activo Intangible	1,542.36	474.57
Gastos preoperativos	Soles	Dólares
Constitución de la empresa	84.75	26.08
Marketing y ventas	1,694.92	521.51
Total gastos preoperativos	1,779.66	547.59
Capital de trabajo	Soles	Dólares
Costo de materiales	1,366.78	420.55
Costo de suministros	296.61	91.26
Costo de envases y embalajes	488.39	150.27
Movilidades	50.85	15.65
Costos de envío internacional	1,783.50	548.77
Gastos Remuneraciones	6,590.00	2,027.69
Material de Oficina y Mantenimiento	127.12	39.11
Total Capital de trabajo	10,703.25	3,293.31
Total de Inversiones	31,129.36	9,578.26

Elaboración: Propia

5.4. Estructura de inversión y financiamiento

Tomando en cuenta el total de inversiones de la tabla anterior, se tendrá un 40% de aporte propio y de 60% de aporte financiado, según se detalla en el siguiente cuadro:

Tabla 54: Estructura de inversión y financiamiento

Estructura de Inversión y Financiamiento	
Aporte del titular	40%
Aporte financiado	60%
Base de Inversión necesaria	\$ 9,578.26
Total a Financiar	\$ 5,746.96
Aporte del titular	\$ 3,831.31

Elaboración: propia

5.5. Fuentes financiera y condiciones de crédito

Para el financiamiento luego de consultar en las principales instituciones financieras, se llegó a determinar que la tasa más baja del mercado la ofrece el Banco Scotiabank, razón por la cual es elegido para financiar el préstamo.

Tabla 55: Fuentes financiera y condiciones de crédito

AMORTIZACIÓN (TASA EFECTIVA ANUAL DE 11.71% - SCOTIABANK)				
MES	CUOTA	INTERES	AMORTIZACIÓN	SALDO
0				\$ 5,746.96
1	\$ 508.26	\$ 53.28	\$ 454.98	\$ 5,291.98
2	\$ 508.26	\$ 49.06	\$ 459.20	\$ 4,832.78
3	\$ 508.26	\$ 44.80	\$ 463.46	\$ 4,369.32
4	\$ 508.26	\$ 40.51	\$ 467.75	\$ 3,901.57
5	\$ 508.26	\$ 36.17	\$ 472.09	\$ 3,429.47
6	\$ 508.26	\$ 31.79	\$ 476.47	\$ 2,953.01
7	\$ 508.26	\$ 27.38	\$ 480.88	\$ 2,472.12
8	\$ 508.26	\$ 22.92	\$ 485.34	\$ 1,986.78
9	\$ 508.26	\$ 18.42	\$ 489.84	\$ 1,496.94
10	\$ 508.26	\$ 13.88	\$ 494.38	\$ 1,002.56
11	\$ 508.26	\$ 9.29	\$ 498.97	\$ 503.59
12	\$ 508.26	\$ 4.67	\$ 503.59	\$ -
Total	\$ 6,099.13	\$ 352.17	\$ 5,746.96	

Elaboración: propia

Datos	
Financiamiento	\$ 5,746.96
N	\$ 12.00
TEM	0.93%
R	\$ 508.26
TEA	11.71%

5.6. Presupuesto de costos

El presupuesto de costos consideran los costos capital de trabajo, activos tangibles e intangibles, el costo de planillas, servicio a terceros y otros costos que no se consideran dentro del capital de trabajo.

Tabla 56: Presupuesto de costos

	Soles	Dólares
Costos Fijos	3,932.00	1,209.85
Costos Variables	1,855.17	570.82
Costo CIP	5,787.17	1,780.67
Margen	40%	40%
Precio CIP paquete	9,645.28	2,967.78

Elaboración: propia

5.7. Punto de equilibrio

Tabla 57: Punto de equilibrio

Datos	
Precio Dólares	5.15
Costos fijos Dólares	1,209.85
Costos variables Dólares	0.99

Elaboración: propia

$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Precio de venta} - \text{Costos variables}} = \frac{1,209.85}{4.16} = \mathbf{290.73}$

El punto de equilibrio nos indica cuanto se necesita producir físicamente para no perder ni ganar en el ejercicio del proyecto, en este caso 291 unidades.

5.8. Tributación a la exportación

Según las leyes peruanas de tributación cuando se exporta bienes o servicios, estos no se encuentran afectos por el IGV.

La empresa Caja de Ideas S.A.C. ha decidido no acogerse al drawback ni a la devolución del saldo a favor del exportador.

5.9. Presupuesto de ingresos

El presupuesto de ingresos refleja las ventas que se darán según lo pronosticado

Tabla 58: Presupuesto de ingresos

Presupuesto de ingresos					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Paquetes Anuales	12.00	24.00	36.00	48.00	60.00
Precio de venta por paquete	2,967.78	3,027.13	3,087.68	3,149.43	3,212.42
Ventas	35,613.35	72,651.24	111,156.39	151,172.69	192,745.18

Elaboración: Propia

5.10. Presupuesto de egresos

El presupuesto de egresos refleja los costos del estado de resultados anual pero que no forman parte de los costos de ventas, los activos tangibles, intangibles, gastos pre operativo, exceptuando la depreciación.

Tabla 59: Presupuesto de egresos

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Personal Administrativo	17,464.62	17,813.91	18,170.19	18,533.59	18,904.26
Alquiler	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Costo Social	2,960.68	3,019.89	3,080.29	3,141.89	3,204.73
Depreciación	292.31	292.31	292.31	292.31	133.38
Servicios	375.49	383.00	390.66	398.47	406.44
Otros	469.36	478.75	488.32	498.09	508.05
Total	21,562.45	21,987.85	22,421.76	22,864.35	23,156.86

Elaboración: Propia

5.11. Flujo de caja proyectado

En el flujo de caja proyectado la utilidad neta del estado de ganancias y pérdidas vienen a ser los ingresos, se deducen los egresos del pago de capital de las amortizaciones.

Tabla 60: Flujo de caja proyectado

Flujo de Caja Proyectado						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad		- 7,554.24	6,966.5 5	21,710.1 8	37,040.6 5	53,132.0 9
Aporte Titular	3,831.31					
Préstamo Bancario	5,746.96					
Inversión Inicial	9,578.26	- 7,554.24	6,966.5 5	21,710.1 8	37,040.6 5	53,132.0 9
Pago de Capital		352.17				
Recuperación del capital de trabajo		3,293.31				
		-	-	6,966.5	21,710.1	37,040.6
Total Flujo de Caja	9,578.26	4,613.10	5	8	5	9

Elaboración: Propia

5.12. Estado de ganancias y perdidas

En el siguiente estado de ganancias y pérdidas se aprecia que se obtienen ganancias que se incrementan a partir del segundo año.

Tabla 61: Estado de ganancias y pérdida

Estado de Ganancias y pérdidas					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades(paquetes) mensuales	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00
Paquetes Anuales	12.00	24.00	36.00	48.00	60.00
Precio de venta por paquete	2,967.78	3,027.13	3,087.68	3,149.43	3,212.42
Costo de venta por paquete	1,780.67	1,816.28	1,852.61	1,889.66	1,927.45
Ventas	35,613.3 5	72,651.2 4	111,156. 39	151,172. 69	192,745.18
Costo de ventas	21,368.0 1	43,590.7 4	66,693.8 3	90,703.6 1	115,647.11
Utilidad bruta en ventas	14,245.3 4	29,060.4 9	44,462.5 6	60,469.0 8	77,098.07
Gastos Administrativos					
Personal Administrativo	17,464.6 2	17,813.9 1	18,170.1 9	18,533.5 9	18,904.26

Alquiler	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Costo Social	2,960.68	3,019.89	3,080.29	3,141.89	3,204.73
Depreciación	292.31	292.31	292.31	292.31	133.38
Servicios	375.49	383.00	390.66	398.47	406.44
Otros	469.36	478.75	488.32	498.09	508.05
Gastos Financieros					
Interés del préstamo	352.17	0.00	0.00	0.00	0.00
Utilidades Antes de participación e impuestos	-7,669.28	7,072.64	22,040.79	37,604.72	53,941.21
Impuesto a la renta (1.5%)	-115.04	106.09	330.61	564.07	809.12
Utilidad neta del ejercicio	-7,554.24	6,966.55	21,710.18	37,040.65	53,132.09
Utilidad líquida del ejercicio	-7,554.24	6,966.55	21,710.18	37,040.65	53,132.09

Elaboración: Propia

5.13. Evaluación de la inversión

5.13.1. Evaluación económica

Para el cálculo del VANE se tomó en cuenta una tasa mínima de rendimiento del 20% y arroja un resultado mayor a 0, lo que quiere decir que el proyecto es viable. Asimismo, se obtuvo una TIRE de 74%, lo que indica que el proyecto es rentable.

Tabla 62: Evaluación económica

VAN (E) =	\$33,953.12
TIR (E) =	74%

Elaboración: Propia

5.13.2. Evaluación financiera

Para la evaluación financiera también se tomó en cuenta una tasa mínima de rendimiento del 20%, obteniendo un VANF de US\$ 43,194.70 y una TIRF de 80%, lo que refleja la rentabilidad del proyecto.

Tabla 63: Evaluación financiera

VAN (F)=	\$43,194.70
TIR (F) =	80%

Elaboración: Propia

5.13.3. Evaluación social

Caja de Ideas SAC no genera ningún conflicto social por el contrario por medio de sus productos y valores, busca la unión y el fortalecimiento de las relaciones interpersonales, siempre con un espíritu de paz y solidaridad, transmitiendo a través de sus productos el cariño y sentimiento con el que son estos creados.

5.13.4. Impacto ambiental

Caja de Ideas S.A.C. emplea insumos y materias primas eco amigables, por otro lado nuestros productos al ser hechos artesanalmente no producen ningún impacto negativo en el medio ambiente y no se realiza proceso químico alguno que dañe el ecosistema.

5.14. Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo

Para este proyecto se obtiene un COK de 4.44%, siendo menor a la TIR, lo que indica que hay un un bajo riesgo en rentabilidad obtenida.

En el caso del costo promedio ponderado de capital el nivel de riesgo es de 6.70% siendo menor a la TIR, lo que indica la viabilidad del proyecto.

Tabla 64: Costo de Oportunidad del capital de trabajo

COK (Kproy)	Costo de capital propio	4.44%
CPPK	Costo Promedio Ponderado de Capital	6.70%

Elaboración:Propia

5.15. Cuadro de riesgo del tipo de cambio

Para el análisis de sensibilidad se tomó en cuenta un escenario positivo con un tipo de cambio mayor y un escenario negativo con un tipo de cambio menor.

Tabla 65: Riesgo del tipo de cambio

Item	Concepto		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Unidades		12	24	36	48	60
	Precio Unitario	\$ 1,780.67	\$ 21,368.01	\$ 42,736.02	\$ 64,104.03	\$ 85,472.04	\$ 106,840.05
Total soles Escenario Positivo (TC: 3.32)	3.32		70,941.79	141,883.59	212,825.38	283,767.18	354,708.97
Total soles Escenario Actual	3.25		69,446.03	138,892.07	208,338.10	277,784.14	347,230.17
Total Soles Escenario Negativo (3.19)	3.19		68,163.95	136,327.91	204,491.86	272,655.81	340,819.77
Diferencia Escenario Positivo			1,495.76	2,991.52	4,487.28	5,983.04	7,478.80
Diferencia Escenario Negativo			- 1,282.08	- 2,564.16	- 3,846.24	- 5,128.32	- 6,410.40

Elaboración: Propia

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

1. Se adoptó la razón social Caja de Ideas S.A.C y la forma jurídica de sociedad anónima cerrada debido que no se requiere de directorio, asimismo se optó el régimen especial de renta, por ser una empresa que recién empieza y por el beneficio que brinda este régimen respecto al pago de impuesto a la renta de 1,5%.

2. Se concluye que existe poca información acerca de la partida o producto a exportar por ser novedoso, poco a poco se tuvo que ir armando y afinando la data estadística, se determinó el mercado de destino California por su densidad poblacional, porcentaje de mujeres, tendencia de crecimiento del público objetivo y por sus características culturales y sus costumbres, adicionalmente se creó una marca en inglés para tener mayor llegada el mercado objetivo.

3. Se concluye exportar a través del servicio exporta fácil de Serpost, ya que brinda las facilidades necesarias para empresas que recién empiezan y facilitan el proceso de exportación, al no tener la necesidad de requerir un agente de aduanas y ayuda a reducir costos.

4. Se eligió el Incoterm CIP ya que al ser de naturaleza aérea los envíos es el que más se amolda a nuestras necesidades, los trámites de exportación se vieron facilitados por la modalidad exporta fácil donde solo se llena una declaración exporta fácil y se puede asegurar la mercancía mediante una tasa de indemnización.

5. Se concluye que en el aspecto financiero se denota que este proyecto es viable lo cual es respaldado por su van de US\$ 33,953.12 y una TIR de 74%, los cuales avalan la ejecución de este proyecto de negocio.

6.2 Recomendaciones

1. Elegir la forma jurídica adecuada de acuerdo al tipo de negocio que se va a desarrollar, considerar cambios en la forma jurídica de acuerdo al crecimiento del negocio.
2. La creación de base de datos por parte de instituciones como PromPerú y Prompex, que sean gratuitas para el acceso a información estadística que permita tomar decisiones. Por otro lado, se recomienda tener página web actualizada con los productos que se ofrecen.
3. Determinar el embalaje que más se adecua a la mercadería según su naturaleza, asimismo, se recomienda el uso del servicio exporta fácil de Serpost, para empresas que ofrecen productos de pesos ligero, desean competitividad en costos y rapidez en los tiempos de entrega.
4. Prestar atención especial en la elección del Incoterm pactado en el contrato de compra venta, tener sumo cuidado al momento de transmisión de riesgos y costos a asumir, ya que esto puede impactar en el costo de producción del producto a ofrecer.
5. Aprovechar los números positivos del análisis financiero y la tendencia de crecimiento de la población objetiva y llevar a cabo este proyecto, con potencial para incursionar en otros estados del país de destino.

7. REFERENCIAS

1. Carrión Tello, P. (2013). *Prompex*. Obtenido de <http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=A0E07CA8-6796-45A3-A36B-B7A633E9F16D.PDF>
2. Definición ABC. (s.f.). Obtenido de <https://www.definicionabc.com/economia/logistica-internacional.php>
3. Diario Gestión.pe. (2016). Obtenido de <https://gestion.pe/economia/california-economia-estados-unidos-grande-122976>
4. Economista.es, E. (2016). *www.eleconomista.es*. Obtenido de <http://www.eleconomista.es/especiales/elecciones-estados-unidos/sistema-politico.php>
5. Fernandez, J. (2016). *www.slideshare.net*. Obtenido de <https://www.slideshare.net/JoseMiguelFernandezC/clase-1-cadena-de-suministros-y-logstica-internacional>
6. Gonzales Polar, J. M. (06 de 2016). *www.siicex.gob.pe*. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/770566482rad79695.pdf>
7. Heras, D. (12 de 2002). *www.exportapymes.com*. Obtenido de http://www.exportapymes.com/documentos/productos/le1503_estu_bisuteria_eeuu.pdf
8. Hot Topic. (2016). Obtenido de www.hottopic.com
9. INDECOPI. (s.f.). *www.indecopi.gob.pe*. Obtenido de <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>
10. INEI. (enero de 2010). *www.inei.gob.pe*. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf
11. Marco, E. (05 de 2009). *www.siicex.gob.pe*. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/3405193rad609A3.pdf>
12. Municipalidad de Santa Anita. (2013). *www.munisantanita.gob.pe*. Obtenido de [file:///D:/ruiz/Downloads/req%20%20licencia%20de%20funcionamiento%20\(2\).pdf](file:///D:/ruiz/Downloads/req%20%20licencia%20de%20funcionamiento%20(2).pdf)

13. Municipalidad de Santa Anita. (2014). Obtenido de https://www.munisantanita.gob.pe/tdefensa_civil.php
14. Psicología y Empresa. (s.f.). *www.psicologiayempresa.com*. Obtenido de <https://psicologiayempresa.com/tareas-roles-y-funciones-principales-del-gerente.html>
15. Rodríguez Tarango, J. (2012). *www.elempaque.com*. Obtenido de <http://www.elempaque.com/temas/cuando-usar-las-palabras-envase,-empaque-y-embalaje+4040278?idioma=en>
16. SIICEX. (2016). *www.siicex.gob.pe*. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/281905404rad5E959.pdf>
17. SPENCERS. (s.f.). Obtenido de www.spencersonline.com
18. SUNAT. (2011). Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/informacion-general-planilla-electronica>
19. SUNAT. (01 de 03 de 2017). Obtenido de <http://emprender.sunat.gob.pe/como-me-inscribo-en-el-ruc>
20. Vivanco Sigvas, J. (18 de 03 de 2013). *www.siicex.gob.pe*. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/capacitacion/2013-1-SUNAT4-Exportacion%20definitiva.pdf>
21. *www.mercadeoypublicidad.com*. (06 de 2008). Obtenido de http://mercadeoypublicidad.com/Secciones/Biblioteca/DetalleBiblioteca.php?recordID=9951&pageNum_Biblioteca=2&totalRows_Biblioteca=208&Tema=1&list=Ok
22. *www.siicex.gob.pe*. (2013). Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/capacitacion/d16f8846-03e7-4031-9916-0f2a9197c3b5.pdf>

8. ANEXOS

Anexo N° 1: Modelo de Contrato de Compra Venta Internacional

CONTRATO DE COMPRA - VENTA INTERNACIONAL

Conste por el presente documento, el contrato de COMPRAVENTA INTERNACIONAL que celebran de una parte **CAJA DE IDEAS S.A.C**, con RUC N° 20135745221, inscrita en los Registros Públicos, debidamente representada por su Gerente General, Sr. Jesús Daniel Ruiz Chumpén, identificado con DNI N° 42113654, domiciliado en Calle Ramón Zavala 428, Santa Anita, Lima – Perú, a quien en adelante se le denominará EL VENDEDOR; y de la otra parte, la empresa **HOT TOPIC Inc.**, debidamente representada por su encargado de compras, Sr. Donald H. Hendricks, domiciliado en domicilio en 18305 East San Jose Avenue, City of Industry, CA 91748, Estados Unidos, en adelante EL COMPRADOR, en los términos y condiciones siguientes:

CLAUSULA PRIMERA: Objeto del contrato

Mediante el presente documento, las partes convienen en celebrar una compraventa internacional de mercaderías, las cuales deberán cumplir con las condiciones siguientes:

Exportación de aretes artesanales hechos en cerámica al frío con las siguientes características y especificaciones:

- Diseños variados
- Peso aproximado de 50 gramos por producto
- Todos los productos deben estar barnizados
- Todos los productos deben tener seguros de acero inoxidable

La cantidad será 576 cajas de aretes, en total son 576 cajas de aretes por bulto, equivalentes a 28.80 kg por caja, esta caja tendrá las siguientes medidas L: 80cm x A: 36cm x A: 24 cm

CLAUSULA SEGUNDA: Precio

El precio de la mercadería descrita en la cláusula anterior asciende a la suma de US\$ 5.15 por cada par de aretes.

CLAUSULA TERCERA: Incoterms

Las partes acuerdan que el Incoterm a utilizarse será el CIP (Carriage and Insurance Paid to),

Por la naturaleza del envío, se especifica que el vendedor pagará al momento del despacho de la mercadería el flete y el seguro pero este costo será cargado al comprador en la factura comercial.

CLAUSULA CUARTA: Tiempo de entrega

Las partes convienen en que la entrega de la mercadería objeto del presente contrato se realizará después de 05 días de la fecha de despacho, fecha en la cual EL VENDEDOR deberá cumplir con esta obligación.

CLAUSULA QUINTA: Forma de entrega

EL VENDEDOR se obliga a hacer entrega de la mercadería objeto del presente contrato en el tiempo y lugar señalado en el mismo y cumpliendo con las especificaciones siguientes:

En cuanto al envase y embalaje se va a considerar los siguientes:

- Cajas de cartón corrugado
- Las dimensiones de la cajas son las siguientes: L: 80cm x A: 36cm x A: 24 cm
- Envío por vía aérea

CLAUSULA SEXTA: Inspección de los Bienes

Las partes convienen en que la inspección de la mercadería será realizada antes del despacho de los bultos en Serpost.

CLAUSULA SEPTIMA: Condiciones de pago

EL COMPRADOR se obliga al cumplimiento del pago del precio estipulado en la cláusula segunda bajo la modalidad de T/T, 50% al inicio, 50% en la fecha de embarque.

CLAUSULA OCTAVA: Documentos

EL VENDEDOR deberá cumplir con la presentación de los siguientes documentos:

- Declaración Exportafácil
- Factura comercial
- Packing List
-

CLAUSULA NOVENA: Resolución del Contrato

Las partes podrán resolver el presente contrato si se produce el incumplimiento de alguna de las obligaciones estipuladas en el presente contrato.

CLAUSULA DECIMA: Responsabilidad en la Demora

Si se modifica el tiempo de entrega disminuirá el valor de la mercancía en un 1% por cada día de demora.

CLAUSULA DECIMO PRIMERA: Ley Aplicable

Las partes acuerdan que la ley para las obligaciones estipuladas en el presente contrato será la de la Convención de las Naciones Unidas sobre Compraventa Internacional.

CLAUSULA DECIMO SEGUNDA: Solución de Controversias

Para los efectos del presente contrato, las partes contratantes señalan como sus domicilios los mencionados en la parte introductoria de este documento, sometiéndose ambas partes al arbitraje del Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio

Internacional de Lima, a cuyas normas y procedimiento se someten de manera voluntaria.

CLAUSULA DECIMO TERCERA: Encabezados

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

CLAUSULA DECIMO CUARTA: Notificaciones

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

CLAUSULA DECIMO QUINTO: Acuerdo Integral

Este acuerdo constituye el entendimiento integral entre las partes.

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

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


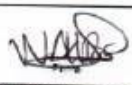
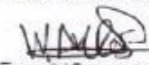
.....

EL VENDEDOR

.....

EL COMPRADOR

Anexo N° 2: Declaración Exporta fácil Caja de Ideas S.A.C.

 DECLARACIÓN EXPORTA FÁCIL <small>Guía Postal: CP-72, EM-1, CN-22, CI-23 (A)</small> D SE N° 244-2018- 50-000365-5 Aford: Fecha: 04/05/18		Código de Barras Número de Guía Postal	
1 Exportador (remittente) CAJA DE IDEAS S.A.C.		R.U.C. del Exportador 20145745221	
DIRECCIÓN Dirección: CALLE RAMON ZAVAL 428, SANTA ANITA - LIMA			
País: PERÚ		Ciudad: LIMA	
Código Postal: LIMA 43		Persona de Contacto: JESÚS RUIZ CHUMPÉN	
Tel/Fax: 274-7522		E-Mail: INFO@CAJADEIDEAS.COM.PE	
2 Importador (destinatario) HOT TOPIC INC			
DIRECCIÓN Dirección: 18305 EAST SAN JOSE AVENUE, CITY OF INDUSTRY			
País: ESTADOS UNIDOS		Ciudad: CALIFORNIA	
Código Postal: 91748		Persona de Contacto: DONALD H. HENDRICKS	
Tel/Fax: 540-8993221		E-Mail: INFO@HOTTOPIC.COM	
3 DESCRIPCIÓN DE MERCANCÍA			
SERIE Subpenda Nacional	Descripción de la Mercancía	Valor Venta / N° de Bultos	Cant./TUF N° y Fed. U. de pago Regimen Paga. V/O Ad.
1 7117.90.00.00	ARETES HECHOS EN CERAMICA AL FRIO	2,967.78 1/1	576 U 001-000015 04/05/18
2			
3			
4			
5			
4 Diligencia de Aduanas		Total V. Venta: 2,967.78	Total Bultos: 1
Fecha: 04/05/18 Hora: 09:30AM		Moneda de V.: US\$	N° Certificado de Origen
Tipo de Cambio: S/. 3.25		Otros Doc. Adj.: INVOICE FACTURA	
Firma y Sello		Total Serie: 1	
5 Instrucciones del Exportador en caso de no efectuarse la entrega: <input checked="" type="checkbox"/> Devolver <input type="checkbox"/> Abandonar		Controles sanitarios, fitosanitarios u otras restricciones: <input type="checkbox"/> Si <input checked="" type="checkbox"/> No	
6 Oficina de Origen de SERPOST Fecha: 04/05/18 Hora: 10:00AM Nombre: Código del Expedidor:		7 Entrega en Destino Fecha: 11/05/2018 Hora: 11:00AM Nombre: Documento de Identidad:	
8 Persona que Entrega el Envío a SERPOST Nombre: JESÚS RUIZ CHUMPÉN N°DNI: 42215355		9 Peso Bruto (en KG): 28.80 KG	
Firma: 		10 Valor Total Paga: US\$ 494.46	
<small> Certifico que la información contenida en la presente declaración es cierta, es decir, que las mercancías declaradas no constituyen objeto de gravamen y/o prohibición de las normas de la Unión Real Universal por la legislación interna, salvo en caso de ser responsable de un delito, deli. tributaria y/o penal, que utilice algún eximido de origen. Declaro también a SERPOST S.A. Asimismo, asumo toda la responsabilidad de la declaración de las mercancías declaradas en caso de que el envío no pueda ser enviado. Declaro, además, como dueño o remitente de la mercancía declarada en esta declaración, autorizo a SERPOST S.A. para que en mi representación, participe en el procedimiento fiscal de las mercancías declaradas, que como intermediario, hace de Banco Peruano de Fidejussurancia los envíos postales a nivel mundial. </small>			
Firma del Exportador: 			

Fuente: Serpost

Anexo N° 3: Factura comercial Caja de Ideas S.A.C

COMMERCIAL INVOICE								
Exporter: Caja de Ideas S.A.C. Calle Roman Zavala 428 Santa Anita, Lima Lima 34, Perú P.274-7522			Invoice No. & Date: 001/00000-15 04-MAY-2018		Buyer's Order No. & Date: IMP550 04-APR-2018			
			Other reference (s):		Prufarma			
					Bill of Lading No. & Date:			
Consignee: Hat Topic Inc. 1805 East San Jose Avenue City of Industry, CA 91748 United States			Buyer (if other than consignee):					
Pre-carriage By AIR		Place of Receipt		Country of origin PERU		Country of destination UNITED STATES		
				Payment Terms: T/T 50% at the beginning and the other 50% on the date of dispatch				
Sea Details		Part of Loading LIM						
Part of Discharge LAX		Final Destination CALIFORNIA						
Buyer Mark Container No.		Number of the box	Number of Boxes	Description of Goods	Quantity	representation	FCA Price USD	Total FCA USD
Caja de Ideas S.A.C.		1.00	1	Handmade Earrings Cold Porcelain Diversity of models	576	Units	4.07	2,344.32
		1		TOTAL FCA			2,344.96	
AMOUNT CHARGEABLE (IN WORDS): Eight thousand six hundred sixty four and 46/100 dollars								
Manufacturer: Caja de Ideas S.A.C.						Freight	494.46	
Total Net Wt:		Total Shipper: 1.000				Insurance	127.98	
Total Gross Wt: 28.80 KG		Total CBM:				TOTAL CIP		2,967.40
WE HEREBY CERTIFY THAT THE GOODS ARE OF PERUVIAN ORIGIN								
WE DECLARE THAT THIS PACKING LIST SHOWS THE CORRECT SPECIFICATION OF GOODS DESCRIBED AND THAT ALL PARTICULARS ARE TRUE AND CORRECT								

Elaboración: Propia