



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**IMPLEMENTACION DE UN CENTRO DE RECREACION
Y ENTRETENIMIENTO CON JUEGOS DIDACTICOS
INFANTILES EN EL DISTRITO DE SAN JUAN**

DE LURIGANCHO

PRESENTADO POR

GEYFER ELVYS ORE QUIÑONES

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

LIMA – PERÚ

2020



CC BY-NC-SA

Reconocimiento – No comercial – Compartir igual

El autor permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

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



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

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**IMPLEMENTACION DE UN CENTRO DE RECREACION Y
ENTRETENIMIENTO CON JUEGOS DIDACTICOS INFANTILES EN EL
DISTRITO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO**

Presentado por

Bachiller: Geyfer Elvys Ore Quiñones

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

**LIMA-PERÚ
2020**

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	8
1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN.....	10
2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES.....	11
2.1. Nombre o razón social.....	11
2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)	11
2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial.....	12
2.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha.....	13
2.4.1 Misión.....	13
2.4.2 Visión	13
2.4.3 Valores.....	13
2.4.4 Principios	14
2.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa características.....	14
2.6. Estructura Orgánica.....	16
2.7. Cuadro de asignación de personal.....	18
2.8. Forma Jurídica Empresarial.....	20
2.8.1 Empresa Individual de Responsabilidad Limitada:	20
2.8.2 Requisitos:.....	20
2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI.....	21
2.10. Requisitos y Trámites Municipales.....	23
2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades...24	
2.11.1 Personas Comprendidas.....	24
2.11.2 Excluidos del Régimen	24
2.11.3 Pagos de Impuestos.....	25
2.11.4 Libros contables del RMT	26
2.11.5 Inscripción al Ruc.....	26
2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME)	27
2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.....	29
2.13.1 Indemnización por despido injustificado	30
2.13.2 Seguridad social de salud	30
2.14. Modalidades de Contratos Laborales	30
2.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.....	30
3. ESTUDIO DE MERCADO	31

3.1 DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO DEL MERCADO:	31
3.1.1 OBJETIVO GENERAL:	31
3.1.2 METODOLOGÍA:	31
3.1.3 LIMITACIONES:	31
3.1.4 PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO:	32
3.1.5 FACTORES MACRO AMBIENTALES	33
3.1.6 ANALISIS FODA	37
3.1.7 VENTAJA COMPETITIVAS	38
3.1.8 Identificación de los Atributos Determinantes	41
3.1.9 Matriz de Posicionamiento de la Competencia	42
3.2 Ámbito de acción del negocio	42
3.3 Descripción del bien o del servicio	45
3.3.1 Descripción completa del modelo de negocio CANVAS	45
3.3.2 Segmentos de mercado	45
3.3.3 PROPUESTA DE VALOR	45
3.3.4 CANALES DE DISTRIBUCIÓN	46
3.3.5 RELACION CON LOS CLIENTES	46
3.3.6 INGRESOS	46
3.3.7 RECURSOS CLAVES	47
3.3.8 PROCESOS O ACTIVIDADES CLAVES	47
3.3.9 ASOCIACIONES CLAVES – STAKEHOLDERS	47
3.3.10 ESTRUCTURA DE COSTOS	48
3.4. Estudio de la demanda	49
3.4.1 Cuadro de la estimación de la demanda	49
3.5. Estudio de la oferta	50
3.6. Determinación de la demanda insatisfecha	52
3.7. Proyecciones y provisiones para comercializar	53
3.8. Descripción de la política comercial	55
3.8.1 Estrategia de producto / servicio	55
3.8.2 Estrategia de precios	57
3.8.3 Estrategia de Plaza o Distribución	58
3.8.4 Estrategia de Promoción	58
3.9. Cuadro de la demanda proyectada para el negocio	59
4. ESTUDIO TÉCNICO	60
4.1. Tamaño del negocio, Factores determinantes	60
4.1.1 Capacidad Financiera	60
4.2. Proceso y Tecnología	60

4.2.1. Descripción y diagrama de los procesos	60
4.2.2 Diagrama de Gantt.....	63
4.2.3. Capacidad instalada y operativa	65
4.2.4. Cuadro de requerimientos de bienes de capital, personal e insumos	68
4.2.5. Infraestructura y características físicas.....	72
4.3. Localización del negocio, Factores determinantes	74
4.3.1 Macro Localización	74
4.3.2 Micro Localización	75
5. ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO	78
5.1. Inversión Fija	78
5.1.1. Inversión Tangible.....	78
5.1.2 Inversión Intangible.....	80
5.2 Capital de Trabajo.....	80
5.3 Inversión Total.....	82
5.4. Estructura de la inversión y financiamiento	83
5.5. Fuentes Financieras	84
5.6. Condiciones de Crédito	86
6. ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS	88
6.1 presupuestos y costos.....	88
6.2 Punto de Equilibrio.....	93
6.3 Estado de ganancias y perdidas.....	94
6.4 Presupuesto de ingresos.....	95
6.5 Presupuesto de egresos	96
6.6 Caja de Flujo Proyectado.....	97
6.7 Balance General	98
7. EVALUACIÓN.....	99
7.1 Evaluación Económica, Parámetros de Medición.....	99
7.2 Evaluación Financiera, Parámetros de Medición.....	101
7.3 Evaluación Social.....	102
7.4 Impacto Ambiental	102
8 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	103
8.1 Conclusiones.....	103
8.2 Recomendaciones	105
REFERENCIAS:	106
ANEXO	110

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Ley de MYPES	15
Tabla 2. Cuadro de asignaciones de la empresa Mosh Toys E.I.R.L.....	18
Tabla 3. Renta Anual.....	25
Tabla 4. Requisitos de Inscripciones.....	26
Tabla 5. Requisitos Adicionales	27
Tabla 6. T-Registro y PLAME.....	28
Tabla 7. Segmentación por rango de edades.....	49
Tabla 8. Estimación de la demanda	49
Tabla 9. Competidores directos.....	50
Tabla 10. Cuadro de oferta.....	51
Tabla 11. Cuadro de oferta.....	52
Tabla 12. Provisiones para comercializar	53
Tabla 13. Demanda proyectada	59
Tabla 14. Diagrama de Gantt Proceso de Compra	63
Tabla 15. Diagrama de Gantt Proceso de Venta.....	64
Tabla 16. Equipos y materiales	68
Tabla 17. Gastos de Constitución	69
Tabla 18. Gasto de Planilla	70
Tabla 19. Gastos de servicios	71
Tabla 20. Cuadro de inversión total de la empresa Mosh Toys.....	82
Tabla 21. Cuadro de estructura de inversión y financiamiento de la empresa Mosh Toys.....	83
Tabla 22. Cuadro de fuentes de financiación de la empresa Mosh Toys	84
Tabla 23. Fuentes de Financiamiento	84
Tabla 24. Cuadro de condición financiera Scotiabank	86
Tabla 25. Cuadro de condición de crédito Financiera Scotiabank.....	87
Tabla 26. Costos de personal de la empresa MOSH TOYS.....	88
Tabla 27. Costo personal proyectada de la empresa MOSH TOYS.....	88
Tabla 28. Gastos fijos de la empresa MOSH TOYS.....	89
Tabla 29. Costos fijos proyectada de la empresa MOSH TOYS	89
Tabla 30. Gastos de ventas de la empresa MOSH TOYS.....	90
Tabla 32. Costos variables de la empresa MOSH TOYS	91
Tabla 33. Costos variables proyectada de la empresa MOSH TOYS	91

Tabla 34. Cuadro de Depreciación de la empresa MOSH TOY	92
Tabla 35. Cuadro de Depreciación de la empresa MOSH TOY	92
Tabla 36. Cuadro de Punto de Equilibrio de la empresa MOSH TOYS	93
Tabla 37. Estado de ganancia y perdida de la empresa MOSH TOYS	94
Tabla 38. Proyección de ingresos	95
Tabla 39. Proyección de ingresos anuales.....	95
Tabla 40. Proyección de egresos anuales.....	96
Tabla 41. Flujo de caja proyectada de la empresa MOSH TOYS	97
Tabla 42. Balance General de la empresa MOSH TOYS.....	98
Tabla 43. Costo promedio ponderado WACC	99
Tabla 44. Tabla de periodo de recuperación	99
Tabla 45. Evaluación económica.....	99
Tabla 46. Resumen evaluación económica.....	100
Tabla 47. Evaluación financiera	101
Tabla 48. Tabla de Periodo de recuperación.....	101
Tabla 49. Evaluación Financiera	101
Tabla 50. Resumen evaluación Financiera	102

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Ubicación del negocio	12
Ilustración 2. Organigrama de la empresa E.I.R.L	17
Ilustración 3. Creación de empresas	32
Ilustración 4. Índice de pobreza	33
Ilustración 5. Cuadro de control de riesgos	35
Ilustración 6. Población en el Distrito de San Juan de Lurigancho.....	36
Ilustración 7: 5 fuerzas de Porter	40
Ilustración 8. Mapa satelital del Distrito San Juan de Lurigancho	43
Ilustración 9. Distribución por zonas según nivel socioeconómico (horizontal).....	43
Ilustración 10. Distribución por zonas según nivel socioeconómico (vertical).....	44
Ilustración 11. Logotipo de la empresa MOSH TOYS	56
Ilustración 12. Proyección de la demanda	59
Ilustración 13. Cuadro de Flujograma de Ventas.....	61
Ilustración 14. Cuadro de Flujograma de Compra	62
Ilustración 15. Plano de distribución.....	66
Ilustración 16. Infraestructura y característica	72
Ilustración 17. Infraestructura y características	73
Ilustración 18. Mapa de Lima Metropolitana	74
Ilustración 19. Ubicación del negocio	75
Ilustración 20. Mercado el Bosque	76
Ilustración 21. Cuadro de inversión tangible de la empresa MOSH TOYS.	79
Ilustración 22. Cuadro de inversión intangible de la empresa Mosh Toys.....	80
Ilustración 23. Capital de Trabajo de Mosh Toys	81
Ilustración 24. Financiera Scotiabank, crédito MYPE	85

RESUMEN EJECUTIVO

En este plan de negocio desarrollaremos un proceso de estrategias para la implementación de una empresa de servicios de entretenimientos para niños determinando la demanda en el mercado, viabilidad financiera y económica.

Con esta idea de negocio buscamos resolver el sano entretenimiento que los padres buscan para sus hijos, y así satisfacer la tranquilidad de los padres donde sus hijos juegan y aprendan en un lugar confortable, con los debidos protocolos de desinfección y salud que se establecerán dentro de nuestro establecimiento.

Nuestros portafolios de servicios de entretenimiento son:

Sala de juegos infantiles de 2 a 5 años, sala de espera de lo padres, sala de entretenimiento para niños de 6 a 8 años y un cafetín para que puedan disfrutar de diferentes snacks.

A nivel demográfico resalta la demanda creciente, ya que hoy en día no encontramos centros o establecimientos donde puedan compartir confortablemente con la familia

Se han identificados fortalezas y debilidades a través de la cadena de valor y determinando así la ventaja competitiva en la credibilidad y confiabilidad teniendo como experiencia clave para así poder captar a nuestros consumidores de nuestro servicio.

Con este negocio pretendemos vender entretenimiento para los niños mediante ambientes que van a estar adecuados especialmente para ellos, a su vez un espacio para que los padres puedan descansar y dialogar mientras disfrutan de algún snack.

De acuerdo a nuestra evaluación financiera, el proyecto es viable, debido a que contamos con un VAN económico de S/63,423.67 y financiero de S/68,256.77, a su vez, nuestra TIR económica y financiera son de 54 % y 63% respectivamente. En vista de ello la rentabilidad de nuestro proyecto es importante y nos permitirá recuperar el financiamiento invertido, no ajeno de ello, los flujos proyectados nos garantizan importantes crecimientos en los próximos 5 años.

Nuestras ventajas competitivas son los servicios diferenciados teniendo así, un valor agregado y ser unos de las primeras empresas en tener esto tipos de servicio de entretenimiento en el distrito de San Juan de Lurigancho.

La empresa MOSH TOYS es una empresa nueva el cual desde sus inicios generara empleo en su comunidad esto ayudara al bienestar social de la zona y al desarrollo. Por parte de la empresa no habrá discriminación alguna por parte de los colaboradores de la empresa hacia los clientes, además como parte de una labor social invitaremos a niños de escasos recursos a nuestras instalaciones de entretenimiento para que pase un momento agradable.

Nuestro proyecto será amigable con el medio ambiente ya que nosotros utilizaremos materiales que no afectan al medio ambiente debido que los juegos adquiridos son de materiales que no generan contaminación.

Finalmente, podemos concluir que el plan de negocios presentado para cubrir una demanda insatisfecha cumple con las expectativas a nivel de rentabilidad y viabilidad.

ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

La presente idea de negocio busca proporcionar entretenimiento para niños a través de materiales, accesorios y mobiliarios de origen nacional e internacional que cumplen con todos los estándares de calidad. El plan de negocio permitirá atender a los consumidores que buscan entretenerse de una forma sana, además de pasar un buen momento familiar.

El negocio tendría éxito porque gozarían de una estadía única de entretenimiento y desarrollo creativo, ya que hoy en día no se ve en este distrito tan grande como lo es san juan de Lurigancho

Los clientes preferirán nuestro servicio, porque le darían confianza, confortabilidad y ambientes diseñados especialmente para padre e hijos.

Finalmente, se espera que el presente proyecto cumpla con todas las expectativas y exigencias planteadas por la institución académica, dado que, en un futuro, la idea de negocio se pondrá en marcha y permitirá generar ingresos para fortalecer un ambiente de nuevos emprendedores comprometidos con el país.

ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1. Nombre o razón social

Realizamos la búsqueda en SUNARP bajo el nombre de MOSH TOYS E.I.R.L donde no se encontró resultado para la búsqueda.

Se realizó también la búsqueda en SUNAT bajo el mismo nombre, donde existe el registro de una empresa con un nombre muy parecido que se encuentra en el Estado de Contribuyente con Baja de Oficio desde el 29 de enero del 2006

2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

La actividad económica donde se ubica MOSH TOYS E.I.R.L esta codificada con **ACTIVIDADES CREATIVAS, ARTÍSTICAS Y DE ENTRETENIMIENTO- 9000**

Esta clase comprende la explotación de instalaciones y la prestación de servicios para atender a los intereses culturales y de entretenimiento de los clientes.

Abarca la producción y promoción de espectáculos, actos o exposiciones destinados al público, y la participación en ellos; y la aportación de conocimientos y aptitudes artísticos, creativos o técnicos para la creación de productos artísticos y espectáculos.

2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

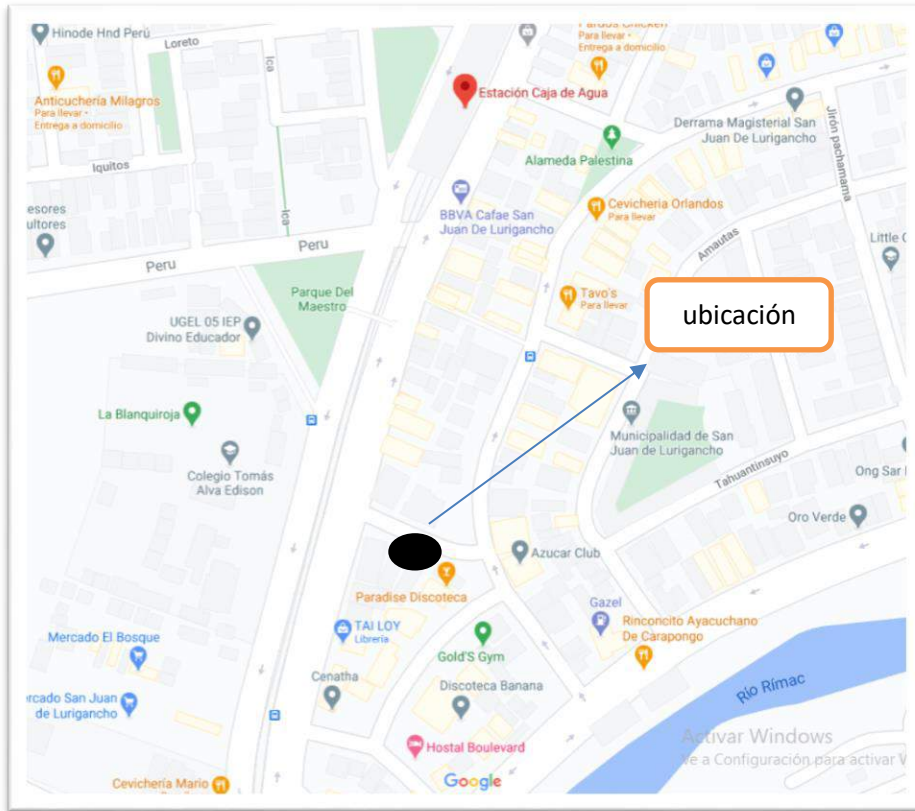


Ilustración 1. Ubicación del negocio

Fuente: Google,2020

Nuestra ubicación geográfica se centrará en el distrito de SAN JUAN DE LURIGANCHO, primera cuadra de la avenida próceres de la independencia. Altura de la estación caja de agua.

MOSH TOYS contará con una oficina de operaciones dentro el local de entretenimiento de acuerdo a lo permitido por la Municipalidad de San Juan de Lurigancho con todas sus medidas de seguridad según de acuerdo a ley.

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

MOSH TOYS tiene como objetivo principal de brindar servicio de entretenimiento incrementar las ventas a finales del 2021 en un 10 % como resultado del aumento de clientes.

Nuestros objetivos específicos es hacer conocer nuestro servicio por medio de publicidades en redes sociales.

Por medio de la publicidad agresiva, hoy en día las campañas publicitarias han ido adquiriendo un carácter que podemos catalogar de: publicidad agresiva para llamar más la atención del consumidor.

Con la publicidad agresiva buscamos influenciar directamente en las creencias y las decisiones del espectador para inducirlo a consumir nuestro servicio que brinda Mosh Toys, sobre marcas competidoras.

2.4.1 Misión

Somos una empresa que ofrece servicios de juegos infantiles brindando a los niños juegos recreativos y seguros, la confianza necesaria aplicando altos estándares de calidad y seguridad, con responsabilidad social y ambiental siguiendo todos los protocolos de salud que hoy en día el gobierno central nos solicita.

2.4.2 Visión

Llegar hacer un entretenimiento de primer nivel de juegos infantiles y convertirse en una franquicia de cadenas de juegos infantiles en Lima Metropolitana para el año 2030.

2.4.3 Valores

* Responsabilidad: nosotros somos una empresa responsable desde el primer contrato que se da.

*Solidaridad: que la empresa está encargada de desarrollar la responsabilidad social y desarrollo sostenible

* Puntualidad: que los trabajadores lleguen a la hora de ingreso establecido

* Responsabilidad: nuestra empresa tiene la obligación de guardar respeto mutuo con nuestras carteras de cliente.

* Eficiencia: utilización social y económica de los recursos administrativos, técnicos y financieros de la institución, para prestar una atención en salud adecuada, oportuna y suficiente.

* Compromiso:

*Honestidad:

* Eficacia: capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera.

2.4.4 Principios

*Calidad: compromiso de todos los empleados para ofrecer una atención que garantice el mayor beneficio, los menores riesgos, con los recursos disponibles y que logre la satisfacción de las necesidades y expectativas de las personas.

* Comunicación asertiva: disponibilidad para transmitir información, ideas y sentimientos en forma veraz, coherente, clara, directa, precisa y oportuna.

2.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa características

Mosh Toys de acogerá a la ley MIPYMES desde el inicio de sus operaciones, siendo una micro empresa contando con sus beneficios que este ofrece.

La micro empresa debe reunir las siguientes características

- El número total de trabajadores: De uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive en planilla.
- Ventas anuales: Hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT)

Tabla 1. Ley de MYPES

MICROEMPRESA	
NÚMERO DE TRABAJADORES	De uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive.
VENTAS ANUALES	Hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) (*)

PEQUEÑA EMPRESA	
NÚMERO DE TRABAJADORES	De uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive.
VENTAS ANUALES	Hasta el monto máximo de 1,700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) (*)

Fuente: Sunat, 2019

Los beneficios por ser una Mype son los siguientes

- Pueden asociarse para tener un mayor acceso al mercado privado y a las compras estatales.
- Gozan de facilidades del Estado para participar eventos feriales y exposiciones regionales, nacionales e internacionales.
- Cuentan con un mecanismo ágil y sencillo para realizar sus exportaciones denominado exporta fácil a cargo de la SUNAT.
- Pueden participar en las contrataciones y adquisiciones del Estado. (Sunat, 2019)

2.6. Estructura Orgánica

Mosh Toys estará organizada de manera formal, su estructura está diseñada bajo elementos de jerarquía. Esta estructura es un aspecto fundamental de la comprensión de esta empresa, una buena organización es garante de una funcionalidad más armónica y de alcanzar objetivos deseados.

MOSH TOYS E.I.R.L

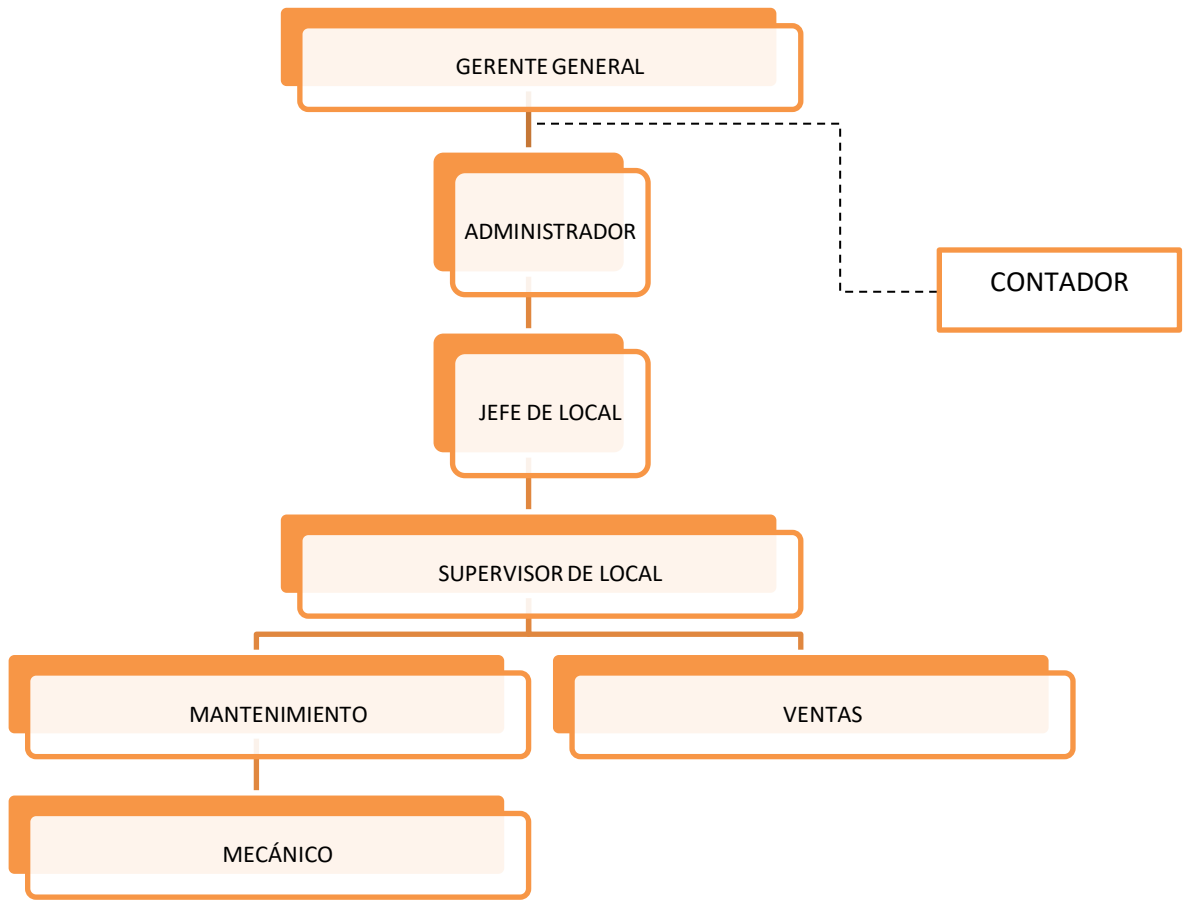


Ilustración 2. Organigrama de la empresa E.I.R.L

Fuente: elaboración propia

2.7. Cuadro de asignación de personal.

Tabla 2. Cuadro de asignaciones de la empresa Mosh Toys E.I.R.L

CANTIDAD	CARGO	FUNCIÓN	COSTO MENSUAL	VACACIONES	SIS	TOTAL, MENSUAL
1	GERENTE GENERAL	Gestión Administrativa y Comercial. Firma de contratos comerciales. Toma de decisiones de inversión. Representante legal de la empresa	930	465	15	945
2	GERENTE COMERCIAL	Diseña estrategias que permite el logro de objetivos empresariales, dirigiendo el desarrollo de marketing	930	465	15	945
3	SUB GERENTE DE ZONA	*Asistir al gerente en la organización, planificación. *Coordinar operaciones en el establecimiento.	930	465	15	945
4	ADMINISTRADOR	*Comunicación con los trabajadores, planeación, organización, rendición de cuentas, liderazgo	930	465	15	945
5	JEFE DEL LOCAL/SUPERVISOR DE LOCAL	Encargado de realizar, Formular políticas y procedimientos de	930	465	15	945

		funcionamiento para el establecimiento siguiendo las directrices de la empresa.				
6	MANTENIMIENTO/MECANICO	Se encargará de realizar la inspección de los juegos que están en mal estado.	930	465	15	945
7	VENTAS	Se encargará de realizar las ventas, recepción de tickets, en la ventanilla.	930	465	15	945

Fuente: Elaboración propia

2.8. Forma Jurídica Empresarial

Esta empresa será E.I.R.L porque al principio no facturaremos en grandes cantidades además nos permite tomar decisiones individualmente sin socios.

2.8.1 Empresa Individual de Responsabilidad Limitada:

- Persona jurídica.
- Solo integrada por una persona.
- La Empresa tendrá una denominación que permita individualizarla, seguida de las palabras “Empresa Individual de Responsabilidad Limitada”, o de las siglas “E.I.R.L.”
- Duración indeterminada.
- Se podrá aportar dinero, bienes muebles e inmuebles. La responsabilidad es solo a dichos aportes

2.8.2 Requisitos:

- Búsqueda y reservar nombre
- Elaboración de la minuta de constitución de la empresa o sociedad
- Aporte de capital
- Elaboración de escritura pública ante el notario
- Inscripción de la empresa en la Sunarp
- Inscripción al ruc para personas jurídica

2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

Nuestro registro de marca será en Indecopi el cual llevara el nombre de MOSH TOYS los requisitos serán

- 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 Nuevos Soles

Fuente (Indecopi, 2019)

2.10. Requisitos y Trámites Municipales

Formato de solicitud de licencia de funcionamiento (de distribución gratuita o de libre de Trámite Formalización Desarrollo (La capacidad de almacenamiento no debe ser mayor al 30% del área reproducción), con carácter de declaración jurada, que incluya:

- *Documentario y Promoción Económico total del establecimiento
- * Número de RUC y DNI o Carné de Extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas y archivo Empresarial o naturales, según corresponda. BASE LEGAL
- * Número de DNI o Carné de Extranjería del representante legal, en caso de persona jurídica u
- *Copia simple de la vigencia de poder de representante legal en caso de personas jurídicas u
- * Ley Marco de Licencia de Funcionamiento, Ley N° 28976 (05.02.07). Arts. 7, 8 entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requiere Carta poder (numeral 1), 11 y 15. Simple con firma legalizada.
- * Ley del Silencio Administrativo, Ley N° 29060 (07.07.07). Art. 1 3 Indicación del número de comprobante de pago por derecho de trámite
- * Reglamento de Inspecciones Técnicas de Seguridad en Edificaciones, presentar la Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad

Fuente: Municipalidad de San Juan de Lurigancho, 2019

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

Mosh Toys E.I.R.L se acogerá al beneficio del régimen tributario MYPE (RMT) otorgado por el estado, la cual mencionaremos a continuación.

2.11.1 Personas Comprendidas

Es un régimen especialmente creado para las micro y pequeñas empresas con el objetivo de promover su crecimiento al brindarles condiciones más simples para cumplir con sus obligaciones tributarias. Comprende a personas naturales y jurídicas, cuyos ingresos netos anuales no superen las 1700 UIT o 7,310,000 en el año. (Sunat, 2019)

2.11.2 Excluidos del Régimen

- Los contribuyentes con vinculación directa o indirecta en función de capital y cuyos ingresos netos anuales en conjunto superen las 1700 UIT o S/ 7,310,000.00.
- Las sucursales, agencias o cualquier otro establecimiento permanente de empresas constituidas en el exterior.
- Personas naturales o jurídicas con ingresos netos anuales superiores a 1700 UIT o S/ 7,310,000.00 en el año anterior.

(Sunat, 2019)

Para pertenecer a este régimen debes declarar dentro de la fecha de vencimiento el periodo de inicio de actividades.

2.11.3 Pagos de Impuestos

En este régimen se realizan declaraciones mensuales, en el cual se determina el pago de dos impuestos:

- El Impuesto General a las ventas (IGV) del 18%, y
- El impuesto a la renta depende del monto de ingresos que estés obteniendo (hasta 300 UIT o S/ 1,290,000.00 solo pagas el 1% de los ingresos netos mensuales, y si superas las 300 UIT o S/ 1,290,000.00 será el que resulte mayor de aplicar el coeficiente o 1.5%). (Sunat, 2020)

También el RMT te permite descontar los gastos relacionados a tu negocio de tus ingresos, de esta manera pagas el impuesto sobre la utilidad final del año, por lo que deberás presentar una declaración jurada anual aplicando las siguientes tasas:

Tabla 3. Renta Anual

Tramo de ganancia	Hasta 15 UIT o S/64,500.00	Tasa sobre la utilidad: 10%
Tramo de ganancia	Hasta 15 UIT o S/64,500.00	Tasa sobre la utilidad: 29.5%

Fuente: (Sunat,2019)

2.11.4 Libros contables del RMT

a) Contribuyentes con ingresos netos anuales hasta 300 UIT: Registro de Ventas
Registro de Compras Libro diario de Formato Simplificado

b) Contribuyentes con ingresos netos anuales superiores a 300 UIT: Libros conforme a lo dispuesto por el segundo párrafo del Artículo 65 de la Ley del impuesto a la renta. (Sunat, 2019)

2.11.5 Inscripción al Ruc

Es un padrón en el que deben registrarse los contribuyentes, este registro permite otorgar a cada persona, entidad o empresa un ruc la cual consta de 11 dígitos que es de carácter permanente.

Tabla 4. Requisitos de Inscripciones

REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN PARA EMPRESAS		
PERSONA NATURAL CON NEGOCIO (*)		PERSONA JURÍDICA
SI LA DIRECCIÓN QUE VA A REGISTRAR ES LA MISMA QUE FIGURA EN EL DNI	SI LA DIRECCIÓN QUE VA A REGISTRAR NO ES LA MISMA QUE FIGURA EN EL DNI	DNI del Representante Legal
Exhibir el original del DNI	Exhibir el original del DNI	Ficha o partida electrónica certificada por Registros Públicos, con una antigüedad no mayor a treinta (30) días calendario. <i>(verificar requisitos adicionales según tipo de contribuyente a inscribir).</i>
		Cualquier documento privado o público en el que conste la dirección del domicilio fiscal que se declara.

Fuente: (Sunat,2019)

Tabla 5. Requisitos Adicionales

REQUISITOS ADICIONALES	
<p>Carta Poder con firma legalizada notarialmente o autenticada por fedatario de SUNAT, que lo autorice expresamente a realizar el trámite de inscripción en el RUC.</p>	<p>Presentar los siguientes formularios correctamente llenados y firmados por el titular:</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> Formulario 2119: Solicitud de inscripción o comunicación de afectación de tributos. Formulario 2046: Declaración de establecimientos anexos (sólo en caso de requerir establecimiento adicional para sus actividades). <p>Y además, para acreditar su representante en el RUC:</p> <ul style="list-style-type: none"> Formulario 2054: Representantes Legales, Directores, Miembros Del Consejo Directivo. Formulario 2054-Anexo: Domicilio de los Representantes Legales.

Fuente: (Sunat,2019)

2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME)

Mosh Toys hará el uso de planilla electrónicas PLAME.

Se denomina PLAME a la Planilla Mensual de Pagos, segundo componente de la Planilla Electrónica, que comprende información mensual de los ingresos de los sujetos inscritos en el Registro de Información Laboral (T-REGISTRO), así como de los Prestadores de Servicios que obtengan rentas de 4ta Categoría; los descuentos, los días laborados y no laborados, horas ordinarias y en sobretiempo del trabajador; así como información correspondiente a la base de cálculo y la determinación de los conceptos tributarios y no tributarios cuya recaudación le haya sido encargada a la SUNAT.

(Sunat, 2019)

Tabla 6. T-Registro y PLAME

PLANILLA ELECTRONICA	DESCRIPCION	DESCRIPCION	MEDIO DE ACCESO
T REGISTO	Registro de información laboral	Es el registro de información laboral de los empleadores trabajadores pensionistas prestadores de servicios, personal en formación – modalidad formativa	A través de la clave SOL, RUC Y OTROS REGISTROS
PLAME	Planilla mensual de pagos	Comprende información laboral seguridad social y otros datos sobre el tipo de ingresos de los sujetos registrados	Se descarga en el programa de www.sunat.gob.pe

Fuente: (SUNAT, 2016)

2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.

Mosh Toys se acogerá al Régimen Laboral especial de contratación de la Ley Mype ya que está dirigido a fomentar la formalización y desarrollo de las Micro y Pequeña Empresa, y mejorar las condiciones de disfrute efectivo de los derechos de naturaleza laboral de los trabajadores de las mismas.

- Remuneración

Los trabajadores del régimen especial tienen derecho a percibir por lo menos la remuneración mínima vital (actualmente, S/. 930.00), de conformidad con la Constitución y demás normas legales vigentes. (Sunat,2019)

- Jornada de trabajo, horario de trabajo y trabajo en sobretiempo

La jornada de trabajo de los trabajadores de las MYPE es de ocho (08) horas diarias o cuarenta y ocho (48) semanales, al igual que el régimen laboral común. Sin embargo, en los centros de trabajo cuya jornada laboral se desarrolle habitualmente en horario nocturno, no se aplicará la sobretasa del 35% de la remuneración vital prevista para el régimen común. (Sunat,2019)

- Descanso semanal obligatorio

El descanso semanal obligatorio y el descanso en días feriados se rigen por las normas del régimen laboral común de la actividad privada. (Sunat,2019)

- Descanso vacacional

El trabajador de las MYPE que cumpla el récord establecido en el artículo 10 del Decreto Legislativo N° 713, Ley de consolidación de descansos remunerados de los trabajadores sujetos al régimen laboral de la actividad privada, tendrá derecho como mínimo, a quince (15) días calendario de descanso por cada año completo de servicios. En ambos casos rige lo dispuesto en el Decreto Legislativo N° 713 en lo que le sea aplicable, asimismo, el descanso vacacional podrá ser reducido de

quince (15) a siete (07) días, con la respectiva compensación de ocho días de remuneración. El acuerdo de reducción debe constar por escrito. (Sunat,2019)

2.13.1 Indemnización por despido injustificado

El importe de la indemnización por despido injustificado para el trabajador de la microempresa es equivalente a diez (10) remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de noventa (90) remuneraciones diarias. Las fracciones de año se abonan por dozavos. (Sunat,2019)

2.13.2 Seguridad social de salud

Los conductores y trabajadores de las microempresas deben ser afiliados, como mínimo, al Componente Semi contributivo del Sistema Integral del Salud (SIS), el cual cubre determinadas prestaciones médicas y algunos gastos. (Sunat,2019)

2.14. Modalidades de Contratos Laborales

MOSH TOYS EIRL emitirá contrato laboral de naturaleza temporal, además de contratación por locación de servicios ya que hay trabajadores que nos prestará sus servicios por cierto tiempo o para un trabajo determinado.

- Contrato de naturaleza temporal
- Contrato por locación de servicios

2.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas

MOSH TOYS firmara contratos laborales de diferentes modalidades:

- a) Contrato por locación de servicios
- b) Contrato por prestación de servicios

La empresa al ser una EIRL la responsabilidad civil es limitada, en caso se descubre una acción fraudulenta que manche con la reputación de la organización, el titular se hará responsable de sus acciones realizadas.

Si en caso el gerente general y el titular son personas distintas, la responsabilidad caerá depende quien haya tomado malas decisiones mediante una investigación previa.

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 DESCRIPCION DEL ENTORNO DEL MERCADO:

3.1.1 OBJETIVO GENERAL:

Describir cómo se encuentra el mercado actualmente, las competencias existentes en el distrito de San Juan de Lurigancho.

3.1.2 METODOLOGIA:

En la presente descripción del entorno de mercado se elabora en base a fuente de información aplicando diferentes criterios y procedimientos. Se utilizó la data disponible de diferentes números de empresas que existe en Lima Metropolitana.

La información que nos brindo fue mediante el INE

3.1.3 LIMITACIONES:

La principal limitación que podemos obtener es la falta de información que nos proporcionara la INEI, así como también al poco acceso de información de nuestras competencias.

3.1.4 PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO:

De acuerdo al último informe brindado por el INEI, el número de empresas en el Perú creció en 6.2% en los últimos 5 años, significando un total de 2 393 033 organizaciones este crecimiento es importante debido a que las empresas del sector privado poseen un rol importante en lo que es empleo e inversión, así permitiendo mejorar la calidad de vida de personas, y a su vez dando confianza a que nuevas empresas puedan emprender en su proyecto propio.



Ilustración 3. Creación de empresas

Fuente: La república, 2019

3.1.5 FACTORES MACRO AMBIENTALES

a) FACTORES ECONOMICO:

Al analizar el macro entorno de la empresa Mosh Toys hemos deducido que los aspectos económicos que afectan a dicha empresa son los siguientes:

- Pobreza:

Si bien es cierto que san juan de Lurigancho es el distrito más grande del territorio nacional, este a su vez tiene un índice de pobreza entre 20,0%- 24.1% sobre Lima Metropolitana

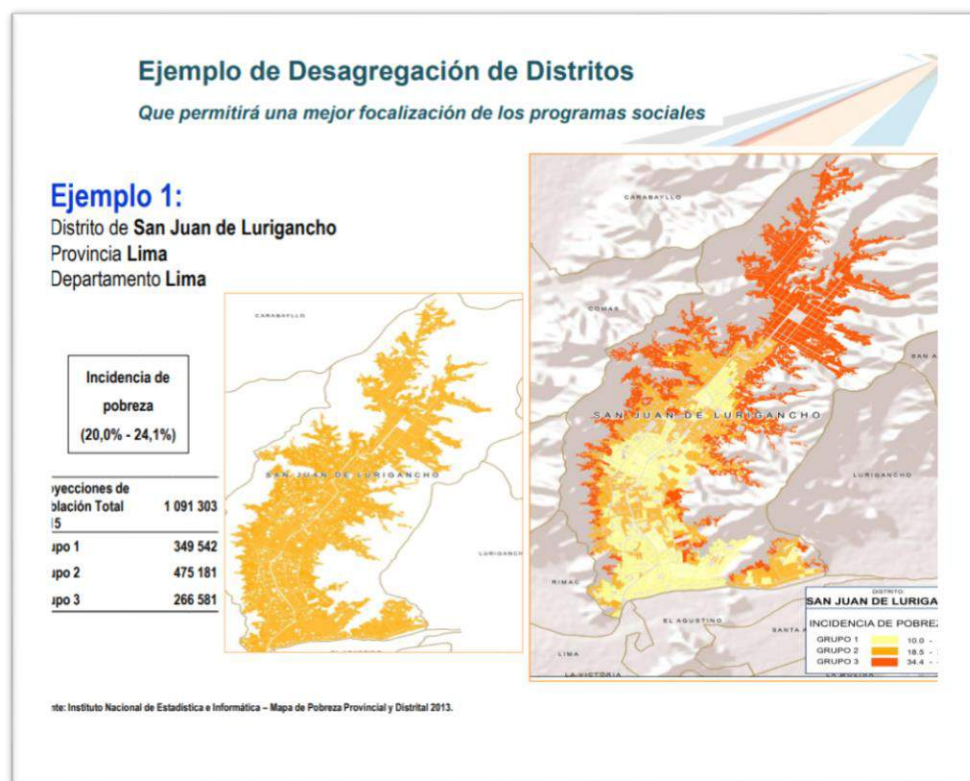


Ilustración 4. Índice de pobreza

FUENTE: INEI, 2020

Al ver que el distrito tiene un porcentaje entre el 20% y 24 % no accederán a los servicios de Mosh Toys ofrece, este a su vez deberá reducir la oferta, así afectando al crecimiento que la empresa desea obtener.

b) FACTORES TECNOLÓGICOS:

Representa un factor crítico debido a la fuerte influencia e impacto. En los últimos tiempos se viene dando un ritmo de cambios tecnológicos bastante marcado los cuales influyen directamente sobre Mosh Toys, se desarrollan nuevas aplicaciones en diferentes dispositivos, hoy en día la mayoría de personas cuentan con un teléfono celular los cuales son accesibles para el público.

c) FACTORES POLÍTICOS LEGALES:

Actualmente, existe una fuerte incertidumbre en el ámbito político en nuestro país ya sea por el covid 19 o por la inestabilidad en el gobierno que este año ha golpeado en lo económico a las mayorías de las personas, lo cual ha traído como consecuencia la deserción de muchas empresas privadas, generando desempleo, desequilibrio económico en las familias, y como consecuencia la disminución de asistencia a este lugar recreativo.

La ley 29783 nuestra empresa se acogerá a las leyes y normativas que el gobierno solicite en el inicio de participación en el mercado para el cumplimiento de las normas legales peruanas.

La ley de seguridad y salud en el trabajo tiene como objetivo promover una cultura de prevención de riesgos laborales en el país. Para ello, cuenta con el deber de prevención de los empleadores, el rol de fiscalización y control del Estado y la participación de los trabajadores y sus organizaciones sindicales, quienes, a través del diálogo social, velan por la promoción, difusión y cumplimiento de la normativa sobre la materia. (peruano, 2020).



Ilustración 5. Cuadro de control de riesgos

Fuente: Diario el Peruano (2020)

d) FACTORES SOCIALES

- Demográfico

Según las proyecciones poblacionales del INEI al 2015, San Juan de Lurigancho albergaba una población de 1'091,303 habitantes.

DISTRITO	POBLACION
SAN JUAN DE LURIGANCHO	1, 091, 303 habitantes



Ilustración 6. Población en el Distrito de San Juan de Lurigancho

Fuente: (INEI, 2015)

d) FACTOR ECOLÓGICO:

Desde el punto de vista ecológico Mosh Toys no cuenta con contribuciones para el medio ambiente, ni con fuentes de energía renovables.

3.1.6 ANALISIS FODA

- Fortaleza
- * Variados modelos y diseños de nuestros juegos
- * Mejor comodidad
- * Norma de calidad
- * Propuesta de valor y temáticos
- * Capacidad de gestión para convenios
- Debilidad
- * Poseer un precio diferente al mercado
- * Poseer un número limitado de juegos que no satisfacen al cliente
- * Infraestructura del alquiler
- * Un servicio nuevo al mercado
- Amenaza
- * Nuevas competencia
- * Imitación de nuestros servicios.
- * Que se expanda la pandemia
- * Denegación de los permisos municipales
- Oportunidades
- * Ser conocidos a nivel nacional en el mercado
- * Expandirnos logrando formar una franquicia de juegos infantiles
- * Conocimientos de nuestro servicio por mayoría de clientes
- * Mercado mal atendido
- * Que los niños necesitaran un entretenimiento post pandemia

* creciente mercado del e-commerce en lima

3.1.7 VENTAJA COMPETITIVAS

Para identificar la ventaja competitiva se realizó la teoría de las 5 fuerzas de Michael Porter.

- Amenaza de nuevos competidores

En los últimos años el incremento de competidores se ha focalizado en la capital Lima Metropolitana, particularmente atacando segmentaciones de entretención y/o sectores demográficos de alta densidad. La industria a nivel local no opera con economías de escala y no existe un poder de marca diferenciado, salvo el competidor directo existente que es Supermercado Metro la hacienda, La red de distribuidores no está colapsada, ya que, al existir un competidor con todas las características y variedad de competidores focalizados o sustitutos, queda espacio para el desarrollo del servicio y lograr vínculos con distribuidores relacionados.

Hoy no existe muchas empresas en el distrito que se dedique al servicio especializado de la entretención infantil, esto impulsa a nuevos participantes a ingresar en temas focalizados (animación, centros de eventos, etc.), aprovechando el momento de crecimiento que vive el mercado, pudiendo convertirse en especialista en el rubro.

- Rivalidad entre competidores existentes

En el mercado donde ingresará Mosh Toys en el distrito no tiene una alta competencia, sin embargo, existe una probabilidad que los competidores reconocidos se pueden establecer, por tanto, es importante la renovación e innovación en entretenimiento, calidad de servicios y atención focalizada, basada en el modelo de negocio.

a) Ubicación y Espacio, donde el sector debe concentrar la mayor cercanía y relación con los usuarios y clientes, además de ser de fácil acceso y con comodidades básicas.

b) Seguridad y Tecnología, orientado al servicio y al lugar, ya que se debe establecer una relación de confianza con los clientes, a través de la vigilancia y mantenimiento continuo de las instalaciones.

c) Innovación, pensando en mantener cautivo a usuarios y clientes se debe buscar continuamente nuevas propuestas de entretenimiento.

- Sustituto

Los sustitutos principales son los centros recreación, eventos y lugares de comida rápida. Además de centros de diversión o recreativos que se encuentra especialmente en metro la hacienda, entre otros.

- Poder de negociación de los clientes

Los principales consumidores corresponden al estrato socioeconómico A, B, C busca alternativas de entretención en el distrito. El poder de negociación de los compradores es bajo, si bien es cierto los clientes se pueden cambiar de proveedor, la oferta en Distrito de San Juan de Lurigancho para estos servicios es limitada, por lo tanto, no hay muchas alternativas de elección de prestadores de este tipo de servicio.

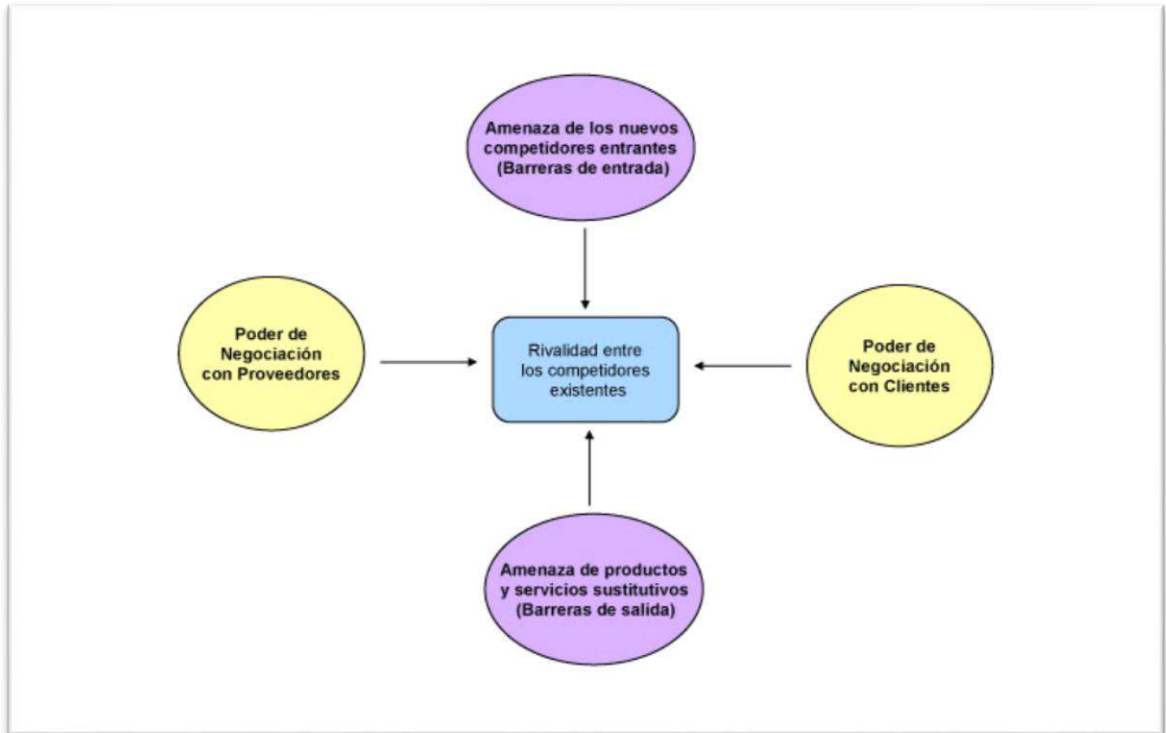
- Poder negociador de los proveedores

Los proveedores para este tipo de servicio son los relacionados con insumos, tanto de alimentación, animación e infraestructura en juegos, para los primeros el poder de estos proveedores es baja, por la alta variedad de que existe, para la

implementación de juegos es media dado la especialización que se requiere por la temática definida.

Por todo lo mencionado anteriormente MOSH TOYS define su ventaja competitiva dentro del mercado como una empresa confiable y con un servicio de calidad.

Ilustración 7: 5 fuerzas de Porter



Fuente: Ventaja competitiva. Creación y sostenimiento de un desempeño superior, Porter

3.1.8 Identificación de los Atributos Determinantes

MOSH TOYS luego de determinar y evaluar los valores de su ventaja competitiva, identifico que sus ventajas frente a otras organizaciones son:

- a) Calidad de servicio brindado hacia los clientes cumpliendo todos los estándares de calidad que puede exigir el mercado, reforzando de esta manera la visión y misión como empresa hacia los clientes.
- b) La experiencia brindada hacia el cliente al momento de utilizar nuestras instalaciones, siendo confortable y cómodo.

3.1.9 Matriz de Posicionamiento de la Competencia

De acuerdo a la Matriz de posicionamiento de la competencia, es una empresa la que se dedican actualmente al entrenamiento como actividad secundaria.

- Cine Star – La hacienda, ubicada actualmente en el distrito de San Juan de Lurigancho que cuenta con una variedad de juegos mecánicos

3.2 Ámbito de acción del negocio

La empresa se desarrollará en el distrito de San Juan de Lurigancho. Consideramos en nivel socioeconómico B y C. Así mismo consideramos a padres de familia que buscan un entretenimiento sano y divertido con sus hijos y que quieran compartir diferentes experiencias juntos a sus engréidos.

El distrito de San Juan de Lurigancho es uno de los cuarenta y tres distritos de la provincia de Lima, ubicada en el departamento de Lima. Ubicado en la parte este de la ciudad y con 1 117 629 de habitantes, según las proyecciones del INEI para el año 2020; es oficialmente, el distrito más poblado del país. Es un distrito habitado por familias de nivel socioeconómico medio, medio bajo y bajo. Además, es el primer distrito de Lima en alcanzar el millón de habitantes y representa el 12% de la población total de la provincia de Lima.

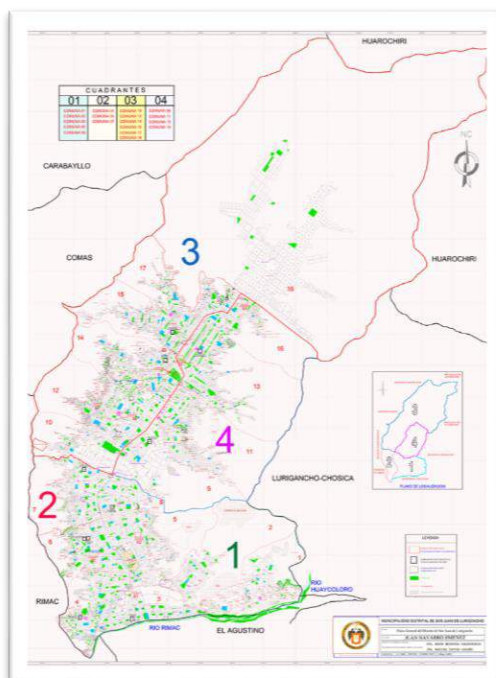


Ilustración 8. Mapa satelital del Distrito San Juan de Lurigancho

Fuente: Municipalidad de Lima Metropolitana

Zona	TOTAL	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E	Muestra	Error (%)
Total	100%	4.4%	22.0%	42.8%	24.8%	6.0%	4030	1.5%
Zona 1 (Puente Piedra, Comas, Carabaylo)	100%	0.6%	12.9%	43.3%	33.6%	9.6%	296	5.7%
Zona 2 (Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras)	100%	0.8%	25.8%	43.1%	25.9%	4.3%	345	5.3%
Zona 3 (San Juan de Lurigancho)	100%	0.3%	14.7%	49.8%	26.9%	8.4%	273	5.9%
Zona 4 (Cercado, Rímac, Breña, La Victoria)	100%	1.5%	24.1%	44.2%	23.8%	6.4%	524	4.3%
Zona 5 (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino)	100%	0.4%	14.3%	42.6%	35.8%	6.9%	341	5.3%
Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel)	100%	16.8%	46.7%	30.7%	4.8%	1.0%	272	5.9%
Zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina)	100%	33.0%	45.3%	16.1%	5.1%	0.5%	344	5.3%
Zona 8 (Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores)	100%	3.5%	20.5%	50.6%	22.2%	3.2%	288	5.8%
Zona 9 (Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Lurín, Pachacamac)	100%	0.4%	13.6%	50.6%	28.4%	7.1%	305	5.6%
Zona 10 (Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Carmen de la Legua, Ventanilla, Mi)	100%	0.9%	18.6%	46.0%	27.0%	7.6%	1009	3.1%
Otros	100%	3.4%	8.5%	45.9%	26.5%	15.7%	33	17.1%

Ilustración 9. Distribución por zonas según nivel socioeconómico (horizontal)

Fuente: APEIM, estructura socioeconómica 2020

Zona	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Zona 1 (Puente Piedra, Comas, Carabayllo)	1.2%	5.6%	9.8%	13.1%	15.4%
Zona 2 (Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras)	1.8%	11.5%	9.9%	10.3%	7.0%
Zona 3 (San Juan de Lurigancho)	0.7%	6.1%	10.6%	9.9%	12.7%
Zona 4 (Cercado, Rímac, Breña, La Victoria)	5.4%	17.4%	16.4%	15.2%	16.8%
Zona 5 (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino)	1.2%	7.6%	11.7%	16.9%	13.4%
Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel)	23.1%	13.0%	4.4%	1.2%	1.0%
Zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina)	55.9%	15.5%	2.8%	1.6%	0.7%
Zona 8 (Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores)	6.7%	7.8%	9.9%	7.5%	4.5%
Zona 9 (Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Lurín, Pachacamac)	1.0%	6.5%	12.4%	12.0%	12.3%
Zona 10 (Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Carmen de la Legua, Ventanilla, Mi)	2.0%	8.5%	10.8%	10.9%	12.6%
Otros	1.0%	0.5%	1.4%	1.4%	3.4%
Muestra	209	1025	1691	895	210
Error	6.8%	3.1%	2.4%	3.3%	6.8%

Ilustración 10. Distribución por zonas según nivel socioeconómico (vertical)

Fuente: APEIM, estructura socioeconómica 2020

3.3 Descripción del bien o del servicio

La propuesta de valor que ofrecemos corresponde a la venta de entretenimiento orientado principalmente a los niños, pero que integre a los adultos y familia en general, otorgando un bienestar y placer en la entretención de nuestros clientes, definiendo una temática central y los servicios de entretención como proyección del eje central, logrando variedad de contenidos. Nuestra diferenciación respecto de la competencia estará dada por el alcance de los servicios incorporando a los adultos como participantes de la entretención y no de espectadores, además de entregar continuas actualizaciones de las presentaciones a través de animaciones variadas por temática, adicionando la posibilidad de utilizar el lugar como centro de eventos particulares.

3.3.1 Descripción completa del modelo de negocio CANVAS

A través del modelo CANVAS desarrollaremos el plan de negocio, ayudando a la estrategia de relaciones entre diferentes aspectos de modelo de negocio.

3.3.2 Segmentos de mercado

El segmento de mercado al cual nos enfocamos son las familias conformado por padres entre 20 años a 50 años, con niños en edad escolar entre 3 a 8 años pertenecientes al nivel socioeconómico B, C del distrito de San Juan de Lurigancho.

3.3.3 PROPUESTA DE VALOR

MOSH TOY ofrece un servicio de entretenimiento integral, orientada a satisfacer no solo a los más pequeños, sino que también brindarles un espacio o ambiente encantador a los adultos.

Se busca establecer un alto entretenimiento, contando con un servicio de alta calidad, precios competitivos y accesibles.

3.3.4 CANALES DE DISTRIBUCION

MOSH TOYS inicialmente contará con un solo local que se ubicará en el sector bajo (puerta de entrada de la ciudad) del distrito de San Juan de Lurigancho, un lugar altamente potencial ya que se situará frente de uno de los mercados más grande del Distrito donde concurren cientos de personas diariamente, con áreas amplias y fáciles de estacionar conformando una ventaja por el espacio y comodidad que se desea brindar al cliente final, otro canal de distribución donde llegaremos al consumidor son mediante las páginas web, redes sociales, además de ofrecer volantes.

3.3.5 RELACION CON LOS CLIENTES

La relación con los clientes será directa, informando a través de los diferentes medios permitidos (website, redes sociales, y publicidad) los servicios entregados. También, de acuerdo a los mercados meta establecidos, se estudiará la realización de convenios y/o promociones especiales a colegios, jardines infantiles e instituciones públicas y privadas, para abarcar mayor clientela, y realización de alianzas con servicios afines y complementarios para efectos de publicidad.

3.3.6 INGRESOS

La venta individual con respecto a establecimiento de membresías, los clientes tendrán opción a adquirir sus entradas con tarjeta de débito o crédito mediante página web (para evitar la aglomeración de personas) con ofertas continuos que permitirá a sus miembros el uso de beneficios como descuentos y preferencia ante eventos particulares.

Con respecto al uso de las instalaciones, buscando la calidad y continua mejora del servicio, se brindará una atención personalizada de monitores entrenados para guiar la experiencia, además de la difusión de eventos a través de nuestras redes sociales.

3.3.7 RECURSOS CLAVES

Los recursos que permitirá ofrecer nuestra propuesta de valor son:

- Infraestructura: el espacio, ubicación y comodidad en nuestro servicio serán la base para lograr el reconocimiento, además generar diferenciación con respecto a la competencia, así satisfacer las necesidades del cliente.
- Recursos Humanos: Nuestro personal serán altamente entrenado para atender las necesidades que el cliente busca que sea atendido.
- Financieros: se requiere alta solvencia en capital inicial y crédito bancario para soportar una inversión inicial.
- Equipos de juegos de alta calidad: nuestros equipos de entretenimiento serán de material HDPE (polietileno de alta densidad) este es un plástico más rígido y de alta durabilidad.

3.3.8 PROCESOS O ACTIVIDADES CLAVES

Las actividades claves que realizará MOSH TOY será la administración, el servicio de atención al cliente y la capacitación constante al personal.

- Publicidad de redes sociales, puntos de ventas.
- Fidelización de clientes
- Entrenamiento constante al personal directo, para mantener una calidad de atención de servicios.
- Contar con tecnologías que permiten complementar con nuestros servicios, así generar una experiencia diferente a la competencia.

3.3. 9 ASOCIACIONES CLAVES – STAKEHOLDERS

Nuestros socios claves serían los Colegios primarios e Instituciones Públicas y Privadas (empresas), estableciendo propuestas de proyectos de innovación en el segmento de entretención logrando ampliar la red de contactos y fidelización con el centro y la marca.

Los proveedores de las maquinas que nos ofrecerán las variedades de juegos que en nuestro establecimiento abarcaremos.

Además, como ya mencionamos nuestro establecimiento estará situado frente a uno de los mercados más grande del distrito esto hace que este sea uno de los socios más importantes ya que se encontrara un gran número de demanda cerca de nuestro local.

3.3.10 ESTRUCTURA DE COSTOS

Nuestra estructura de costos estará dispuesta por:

- Empleados
- Alquiler de local
- Compra de equipos
- Publicidad y marketing
- Pago de comisión por uso de servicio (página web-paipal, visa o MasterCard)
- Impuestos
- Servicio técnicos y profesionales

3.4. Estudio de la demanda

De acuerdo a la información entregada por el INE, al 2016 existen aproximadamente 186,406 niños del segmento objetivo establecido a nivel distrital. En el distrito de San Juan de Lurigancho según el informe de proyección poblacional, en el tramo de 1 a 4 años, un total 95,247 mil niños, en el tramo de 5-9 un total de 91,159 mil niños.

Tabla 7. Segmentación por rango de edades

NIVEL SOCIOECONOMICO	RANGO DE EDADES	CANTIDAD
SEGMENTO B y C	1-4 AÑOS	95,247 MIL
SEGMENTO B y C	5-9 AÑOS	91,159 MIL

Fuente: elaboración propia

3.4.1 Cuadro de la estimación de la demanda

Donde el promedio de hogares en San Jun de Lurigancho es 250,000 donde el porcentaje del segmento A, B, C, D, E es de 1.0%, 20.8%, 60.4%, 36.8%, 21.1% respectivamente.

Tabla 8. Estimación de la demanda

SEGMENTOS	DISTRITO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO		CONSUMO DE ENTRETENIMIENTO EN JUEGOS				FRECUENCIA ANUAL DE COMPRA	TOTAL COMPRA MES	DEMANDA ANUAL	PRECIO POR JUEGO	VALOR DEL MERCADO ANUAL
	%	Total hogares	%	Hogares	Cantidad media de compra por vez	Frecuencia de consumo mes	VECES al año	juegos	UNIDADES	SOLES	MILES DE SOLES
A	1.0	2,500	70.0	1,750	3.0	4.0	144	12	252,000	17.0	4,284,000.00
B	20.8	52,000	60.0	31,200	3.0	3.0	81	9	2,527,200	15.0	37,908,000.00
C	60.4	151,000	50.0	75,500	2.0	1.0	4	2	302,000	10.0	3,020,000.00
D	36.8	92,000	30.0	27,600	1.0	1	1	1	27,600	5.0	138,000.00
E	21.1	52,750	0.0	0			0				0
TOTAL	140.1	250,000	54.4	136,050	2.25	2.25	46.0	6.0	3,108,800.0	11.75	45,350,000.00

Fuente: elaboración propia

3.5. Estudio de la oferta

En la actualidad los centros de entretenimiento infantil en el Distrito de San Juan de Lurigancho son escasas, los únicos centros de entretenimiento es el de metro la hacienda y Mac Donald siendo estos competidores directo que cuenta con juegos mecánicos limitados, pequeña sala de entretenimiento respectivamente, que se encuentra dentro de sus establecimientos, dejando así de atender gran parte de porcentaje en el mercado ya que no cuenta con un espacio confortable para los niños y padres. por ende, encontraremos un gran número de demanda no atendidos.

Tabla 9. Competidores directos

Nombre de la empresa	Principales servicios
<ul style="list-style-type: none"> • Metro la Hacienda 	<ul style="list-style-type: none"> • Juegos limitados mecánicos • Ventas de alimentos
<ul style="list-style-type: none"> • Mac Donald 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio de comida rápida • Pequeña sala de entretenimiento
<ul style="list-style-type: none"> • Entretenimientos Informales (los encontramos a fueras de algunos comercios de comida) 	<ul style="list-style-type: none"> • Juegos electrónicos con monedas

Fuente: Elaboración Propia

Para poder estimar la oferta proyectada, se obtuvieron datos de la APEIM, número de niños en total 186,406 niños, siendo del sector B un 19.1%, cada año el crecimiento poblacional en niños es de 1 %.

Tabla 10. Cuadro de oferta

año	2020	2021	2022	2023	2024
Demanda	35,603x12= 427,236	35,959x12= 431,508	36,318x12= 435,816	36,681x12= 440,172	37,048 x12 = 444,576
oferta	4500x12= 54000	2800(lo que voy a ofrecer mensual) *12=33,600 +54000= 87600	87,600*1%= 88476	89,360.7	90,254.3

Fuente: Elaboración propia

3.6. Determinación de la demanda insatisfecha

El cálculo de la demanda insatisfecha viene hacer la diferencia de la demanda menos la oferta se calcula de la siguiente manera

- Formula:

$$DI = D - O$$

Donde:

DI= Demanda insatisfecha

D= Demanda

O= Oferta

Tabla 11. Cuadro de oferta

año	2020	2021	2022	2023	2024
<i>Demanda</i>	427,236	431,508	435,816	440,172	444,576
<i>oferta</i>	54,000	87,600	88,476	89,360.7	90,254.3
<i>Demanda Insatisfecha</i>	373,236	343,908	347,340	350,812	354,322

Fuente: Elaboración propia

Como podemos observar en el cuadro durante los próximos 4 años se deja de atender un promedio de 350,000 niños por año, teniendo un nicho de mercado muy grande para nuestro negocio del entretenimiento.

3.7. Proyecciones y provisiones para comercializar

Para el desarrollo de las actividades se adquirirá los equipos necesarios mínimos para brindar comodidad y entretenimiento, suministros para las instalaciones en nuestro establecimiento, uniformes para los instructores. Para contar un stock de seguridad inicialmente hemos adquirido más equipos.

Tabla 12. Provisiones para comercializar

DESCRIPCION	unidad	cantidad	unitario	Sub Total	IGV	TOTAL
cama saltarina 360°	pzs	3	800	S/ 2,033.90	S/ 366.10	S/ 2,400.00
camas saltarinas 250 °	pzs	2	250	S/ 423.73	S/ 76.27	S/ 500.00
gusano morado marca feber	pzs	3	500	S/ 1,271.19	S/ 228.81	S/ 1,500.00
pack tobogán panda + balancín	pzs	3	270	S/ 686.44	S/ 123.56	S/ 810.00
pack tobogán pantera + piso	pzs	3	390	S/ 991.53	S/ 178.47	S/ 1,170.00
sube y baja jirafa	pzs	3	150	S/ 381.36	S/ 68.64	S/ 450.00
tobogán columpio colores	pzs	4	450	S/ 1,525.42	S/ 274.58	S/ 1,800.00
tobogán columpio conejo	pzs	4	450	S/ 1,525.42	S/ 274.58	S/ 1,800.00
casita corazón marca feber	pzs	4	850	S/ 2,881.36	S/ 518.64	S/ 3,400.00
cocinita convertible	pzs	4	400	S/ 1,355.93	S/ 244.07	S/ 1,600.00
corral con patas	pzs	6	150	S/ 762.71	S/ 137.29	S/ 900.00
balancín princesa	pzs	4	200	S/ 677.97	S/ 122.03	S/ 800.00
balancín dino	pzs	4	200	S/ 677.97	S/ 122.03	S/ 800.00
pizarra chica doble	pzs	4	150	S/ 508.47	S/ 91.53	S/ 600.00
montaña rusa marca feber	pzs	3	1350	S/ 3,432.20	S/ 617.80	S/ 4,050.00
cocina hogareña	pzs	5	350	S/ 1,483.05	S/ 266.95	S/ 1,750.00
casitas de juego	pzs	5	400	S/ 1,694.92	S/ 305.08	S/ 2,000.00
pisos armables	caj	40	150	S/ 5,084.75	S/ 915.25	S/ 6,000.00
juguetes Marvel	pzs	10	85	S/ 720.34	S/ 129.66	S/ 850.00
TOTAL				S/ 28,118.64	S/ 5,061.36	S/ 33,180.00
Muebles e insumos						
polo manga corta/larga	juego	5	40	S/ 169.49	S/ 30.51	S/ 200.00
útiles de escritorio	pzs	1	50	S/ 42.37	S/ 7.63	S/ 50.00
escritorio	pzs	3	250	S/ 635.59	S/ 114.41	S/ 750.00
andamios para almacén	pzs	2	100	S/ 169.49	S/ 30.51	S/ 200.00
jabón liquido /alcohol	pzs	4	100	S/ 338.98	S/ 61.02	S/ 400.00
medidor de temperatura	pzs	2	150	S/ 254.24	S/ 45.76	S/ 300.00
TOTAL				S/ 1,610.17	S/ 289.83	S/ 1,900.00
Equipo y Maquinaria						
computadora	pzs	2	2000	S/ 3,389.83	S/ 610.17	S/ 4,000.00
tiquetera	pzs	2	600	S/ 1,016.95	S/ 183.05	S/ 1,200.00
celular	pzs	1	300	S/ 254.24	S/ 45.76	S/ 300.00

luces de emergencia	pzs	3	50	S/ 127.12	S/ 22.88	S/ 150.00
extintor	pzs	3	50	S/ 127.12	S/ 22.88	S/ 150.00
TOTAL				S/ 4,915.25	S/ 884.75	S/ 5,800.00
INVERSION TOTAL				S/ 34,644.07	S/ 6,235.93	S/40,880.00

Fuente: Elaboración propia

3.8. Descripción de la política comercial

3.8.1 Estrategia de producto / servicio

La estrategia para introducir los servicios de MOSH TOYS tiene relación con el modelo de negocio y la sinergia con proveedores, diseñando un espacio especialmente para la combinación de entretenimiento novedoso, al cual se le agregaran los servicios complementarios para la comodidad del cliente.

Un valor agregado de diferenciación frente a la competencia será la estrategia de zona y sectores diseñados para el entretenimiento de niños y padres, guiados por personal capacitado para la guía del lugar, viviendo así una experiencia diferente.

Otro valor agregado de diferenciación del establecimiento serán sus servicios complementarios, el cual se ofrecerá el servicio de snack a través de un colaborador asociado, seguridad monitoreada.

- Contar con capacitaciones al personal para brindar un mejor servicio
- brindar soporte online para aclarar dudas a nuestros clientes
- reducir riesgos ambientales según la ISO 14001
- La venta de ticket será en base a página web, así evitaremos el mayor contacto físico en nuestros establecimientos, debido a los protocolos del gobierno reduciremos un aforo de 30%.
- Cumplir con los requisitos brindados por el gobierno como las leyes y normas.

3.8.1.1 Diseño del servicio

La descripción del lugar se dará de la siguiente forma:

- Lugar del establecimiento: esquema de un parque temático, con zonas diferenciadas para una amplia concurrencia, con todos los servicios básicos, más un sector para compartir snacks, comida rápida. Cada zona tendrá un guía para poder monitorear.
- Zona central: escenario central, para animación.
- Zona baby: especialmente para niños de 2 a 3 años de edad, zona pensada para entretenimiento con la temática de safari, que contara con balancines, cocinitas, etc., con figuras de animales.
- Zona aventura: especialmente para niños de 4 a 6 años de edad, orientada a juegos tipos de carrera, rapel amoblado con diferentes tipos de juegos.
- Zona de servicios: un pequeño patio especialmente para poder compartir unos snacks con los pequeños

3.8.1.2 Diseño de logotipo

Ilustración 11. Logotipo de la empresa MOSH TOYS



Fuente: Elaboración propia

3.8.2 Estrategia de precios

Los precios establecidos para las entradas: normal y preventa, se han estimado y tarifado de acuerdo a un estudio de precios de competidores locales y representantes a nivel distrital, además de considerar los factores de capacidad del establecimiento y disposición de pago de los clientes. Bajo estas consideraciones, se establece que los precios se encuentran en un rango equivalente al mercado nacional. Los factores que consideramos son:

- Comparar precio por lo menos con dos competidores distintos
- La entrada a nuestro establecimiento será de acuerdo a nuestros costos fijos y variables de acuerdo a estos puntos se establecerá nuestro precio de acceso al público
- por cada 15 días tendrá acceso limitado por horas al establecimiento por un precio de 30 soles.
- por 1 mes tendrá acceso limitado por horas al establecimiento por un precio de 50 soles
- por 15 min en el área de juegos el monto a cobrar es de 6 soles

Como parte de estrategia comercial optaremos las siguientes medidas a fin de poder incrementar las ventas:

- A través de membresía, por un pago único al mes.
- Descuentos por cantidad de inscripciones
- Descuentos corporativos
- Garantizar el servicio ofrecido al 100%

3.8.3 Estrategia de Plaza o Distribución

La estrategia de distribución de los servicios se plantea desde las ventas a través de promociones por personal capacitado y presentación de la marca a través de medios y de un mensaje que genere la relación marca e innovación.

Otra forma de distribución es la alianza con instituciones de educación (Colegios, Universidades), por promoción o estrategia de innovación para así poder captar y fidelizar clientes.

Los principales canales de distribución serán:

- Internet y Redes Sociales (Twitter, Facebook, Instagram), mediante la comunicación continua e información de la nueva marca mediante volantes.
- Relaciones Públicas y Comerciales, asociado a la interacción con Colegios en la promoción de participación de eventos, con el fin de dar a conocer la marca y el modelo de negocio, ganando acercamiento a clientes potenciales.

3.8.4 Estrategia de Promoción

- Programar o asistir a ferias que promocionan estos servicios
- Solicitar a cada uno de nuestros clientes a dejar su opinión, comentario en nuestras páginas web o Facebook
- Promover la presencia de la marca en cada red social
- Visitar a las empresas corporativas y ofrecerle una oferta para que puedan conocer nuestro establecimiento.

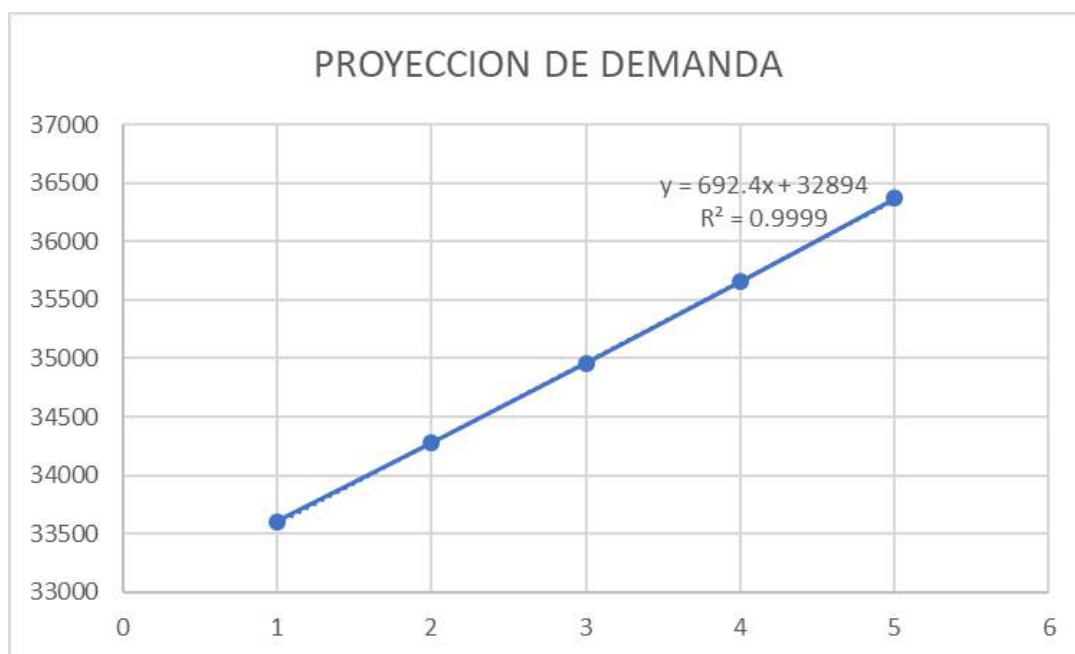
3.9. Cuadro de la demanda proyectada para el negocio

Tabla 13. Demanda proyectada

AÑOS	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Demanda anual	0	33600	34272.00	34957.44	35656.59	36369.72
Precio Unitario promedio/costo del servicio	15	15	15	15	15	15
ingreso por ventas	0	S/ 504,000.00	S/ 514,080.00	S/ 524,361.60	S/ 534,848.83	S/ 545,545.81

demanda mensual	2800
tasa de crecimiento	1%

Ilustración 12. Proyección de la demanda



Vemos el R es mayor 0.85

ESTUDIO TECNICO

4.1. Tamaño del negocio, Factores determinantes

4.1.1 Capacidad Financiera

El tamaño de nuestro mercado será un estimado de 2800 niños por mes, en el sector de entretenimiento, Los aspectos que intervienen en la determinación del tamaño del proyecto está basado en la capacidad financiera, además se cuenta con un respaldo de una inversión en aporte de capital y financiero para la compra de equipos, muebles, variedades de juegos de entretenimiento, entre otros.

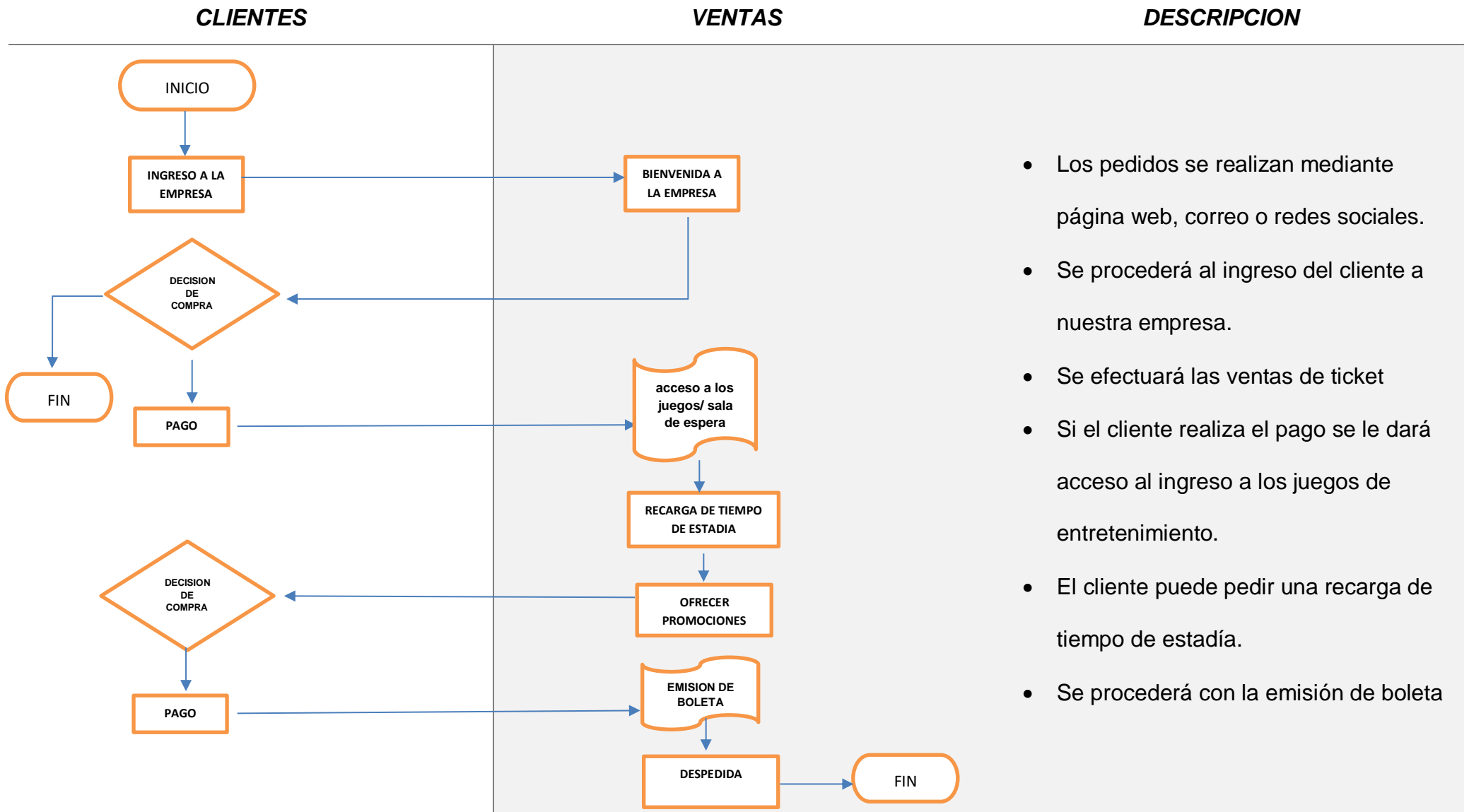
Se tomará en cuenta que el local alquilado donde estará los juegos de entretenimiento cuenta con un área de 200 m². El tamaño se mantendrá constante debido a que el local no ofrece la posibilidad de ampliación del lugar.

4.2. Proceso y Tecnología

4.2.1. Descripción y diagrama de los procesos

La organización brinda el servicio de venta y entretenimiento a todas las familias que deseen optar por nuestros servicios, mediante los siguientes procesos:

- a) Proceso de venta
- b) Proceso de adquisición de juegos

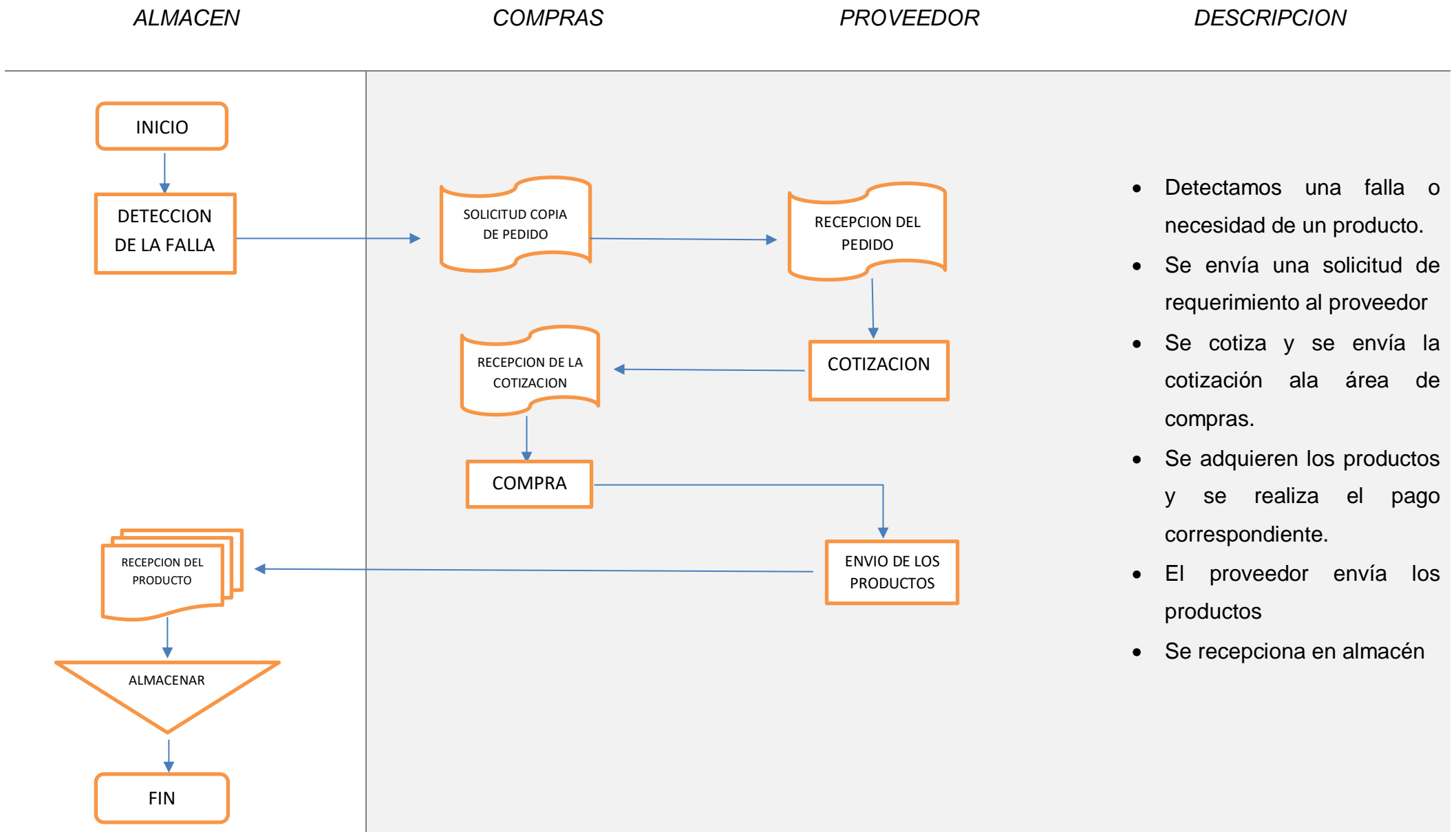


A) PROCESO DE VENTAS

Ilustración 13. Cuadro de Flujograma de Ventas

Fuente: elaboración propia

B) Proceso de Compra
 Ilustración 14. Cuadro de Flujoograma de Compra



4.2.2 Diagrama de Gantt

El diagrama de Gantt es una popular herramienta grafica cuyo objetivo es demostrar en que tiempo se realizara las diferentes actividades o tareas a lo largo de un tiempo determinado.

Nuestro gráfico, está representado por 6 actividades descritas en el proceso de compra, le asignaremos un tiempo determinado expresado en días.

Tabla 14. Diagrama de Gantt Proceso de Compra

ACTIVIDADES	DIA 1	DIA 2	DIA 3	DIA 4	DIA 5
Detectamos una falla o necesidad de un producto					
Se envía una solicitud de requerimiento al proveedor					
Se cotiza y se envía la cotización ala área de compras					
Se adquieren los productos y se realiza el pago correspondiente					
El proveedor envía los productos					
Se recepciona en almacén					

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 15. Diagrama de Gantt Proceso de Venta

ACTIVIDADES	1 min	2 min	3 min	4 min
Bienvenida al cliente				
se procedera el ingreso del cliente				
Se solicita su requerimiento				
Se efectura la venta de tickets				
Realizara el pago correspondiente				
Se emite el comprobante				
Se le da el ingreso a la sala de entretenimiento				

Fuente: Elaboración Propia

4.2.3. Capacidad instalada y operativa

4.2.3.1 Capacidad instalada

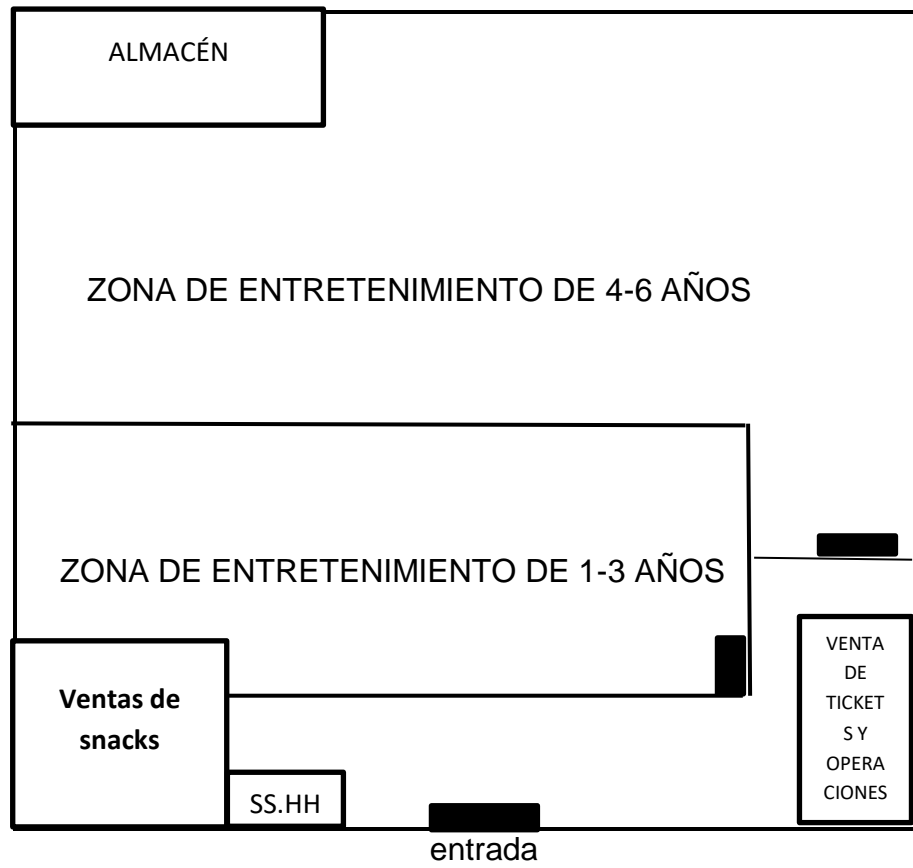
Se contará con un área de 200 mt² distribuidos por 5 zonas o áreas, en cada área estará implementado según los servicios que requiera el cliente, el cual también se establecerá el centro de operaciones de MOSH TOYS. Diariamente tendremos una estimación por día de 100 niños, además contaremos con 6 personas. El cual contaremos con dos vendedores una en la zona de tickets y el otro en la zona de snacks los cuales serían nuestra capacidad instalada.

La implementación constara de:

- Área de degustación de snacks
- Área de juegos de entretenimiento de 1- 3 años
- Área de juegos de entretenimiento de 4 - 6 años
- Área de venta de tickets- área de operaciones
- Área de almacén.

4.2.3.1.1 Distribución de instalaciones

Ilustración 15. Plano de distribución



Fuente: elaboración propia

4.2.3.2 Capacidad Operativa

Si bien nuestra capacidad máxima al día de hoy por protocolos de salud que el gobierno está implementando no es el 100 %, nos regularemos a los que nos exige el estado. Como mencionamos antes atenderemos un aproximado de 2800 niños al mes esto hace un total de 100 niños aproximadamente por día (en diferentes horarios).

4.2.3 Capacidad Ociosa

Nuestra capacidad ociosa serán los días no laborables, como los días festivos según calendario, igual los trabajadores recibirán sus remuneraciones con total normalidad según la ley del estado peruano.

Además, en días de semana sabemos que habrá poca afluencia de persona el cual la cantidad de nuestros diferentes juegos de entretenimiento no serán copadas en su totalidad, habiendo así una capacidad ociosa por los juegos que no se están utilizando.

4.2.4 Disponibilidad de insumos y equipo

El mercado local de insumos se encuentra abastecido para la elaboración de nuestras operaciones dentro de nuestra organización tales como para nuestras oficinas (papel bond, micas, lapiceros, entre otros.)

Por otro lado, los equipos adquiridos para nuestros establecimientos son de procedencia importada por tanto debemos de tener cuidado en la manipulación de las mismas, haciendo su respectivo mantenimiento cada 2 meses para así poder evitar futuros daños físicos a nuestros clientes.

4.2.4. Cuadro de requerimientos de bienes de capital, personal e insumos

Tabla 16. Equipos y materiales

DESCRIPCION	unidad	cantidad	unitario	Sub Total	IGV	TOTAL
cama saltarina 360°	pzs	3	800	S/ 2,033.90	S/ 366.10	S/ 2,400.00
cama saltarinas 250°	pzs	2	250	S/ 423.73	S/ 76.27	S/ 500.00
gusano morado marca feber	pzs	3	500	S/ 1,271.19	S/ 228.81	S/ 1,500.00
pack tobogan panda + balancin	pzs	3	270	S/ 686.44	S/ 123.56	S/ 810.00
pack tobogan pantera + piso	pzs	3	390	S/ 991.53	S/ 178.47	S/ 1,170.00
sube y baja jirafa	psz	3	150	S/ 381.36	S/ 68.64	S/ 450.00
tobogan columpio colores	psz	4	450	S/ 1,525.42	S/ 274.58	S/ 1,800.00
tobogan columpio conejo	pzs	4	450	S/ 1,525.42	S/ 274.58	S/ 1,800.00
casita corazon marca feber	pzs	4	850	S/ 2,881.36	S/ 518.64	S/ 3,400.00
cocinita convertible	pzs	4	400	S/ 1,355.93	S/ 244.07	S/ 1,600.00
corral con patas	pzs	6	150	S/ 762.71	S/ 137.29	S/ 900.00
balalacin princesa	pzs	4	200	S/ 677.97	S/ 122.03	S/ 800.00
balancin dino	pzs	4	200	S/ 677.97	S/ 122.03	S/ 800.00
pizarra chica doble	pzs	4	150	S/ 508.47	S/ 91.53	S/ 600.00
montaña rusa marca feber	pzs	3	1350	S/ 3,432.20	S/ 617.80	S/ 4,050.00
cocina hogareña	pzs	5	350	S/ 1,483.05	S/ 266.95	S/ 1,750.00
casitas de juego	pzs	5	400	S/ 1,694.92	S/ 305.08	S/ 2,000.00
piso armables	caj	40	150	S/ 5,084.75	S/ 915.25	S/ 6,000.00
juguetes marvel	pzs	10	85	S/ 720.34	S/ 129.66	S/ 850.00
TOTAL				S/ 28,118.64	S/ 5,061.36	S/ 33,180.00
Muebles e insumos						
polo manga corta/larga	juego	5	40	S/ 169.49	S/ 30.51	S/ 200.00
utiles de escritorio	pzs	1	50	S/ 42.37	S/ 7.63	S/ 50.00
escritorio	pzs	3	250	S/ 635.59	S/ 114.41	S/ 750.00
andamios para almacen	pzs	2	100	S/ 169.49	S/ 30.51	S/ 200.00
jabon liquido /alcohol	pzs	4	100	S/ 338.98	S/ 61.02	S/ 400.00
medidor de temperatura	pzs	2	150	S/ 254.24	S/ 45.76	S/ 300.00
TOTAL				S/ 1,610.17	S/ 289.83	S/ 1,900.00
Equipo y Maquinaria						
computadora	pzs	2	2000	S/ 3,389.83	S/ 610.17	S/ 4,000.00
tiketera	pzs	2	600	S/ 1,016.95	S/ 183.05	S/ 1,200.00
celular	pzs	1	300	S/ 254.24	S/ 45.76	S/ 300.00
luces de emergencia	pzs	3	50	S/ 127.12	S/ 22.88	S/ 150.00
extintor	pzs	3	50	S/ 127.12	S/ 22.88	S/ 150.00
TOTAL				S/ 4,915.25	S/ 884.75	S/ 5,800.00
INVERSION TOTAL				S/ 34,644.07	S/ 6,235.93	S/ 40,880.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 17. Gastos de Constitución

<i>Descripción</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Costo incl. Igv.</i>
<i>Abogado-constitución de la empresa</i>	1	200
<i>Notaria Gastos y Costos</i>	1	350
<i>Sunat tramites RUC</i>	1	200
<i>Registros contables-legalización de la empresa</i>	2	300
<i>Gastos Municipales de licencia de Funcionamiento</i>	1	300
<i>Publicidad</i>	1	450

Fuente: elaboración propia

Tabla 18. Gasto de Planilla

CANTIDAD	CARGO	COSTO MENSUAL	VACACIONES /15 días	S/S	TOTAL, MENSUAL
1	GERENTE GENERAL	930	465	15	930
2	GERENTE COMERCIAL	930	465	15	930
3	SUB GERENTE DE ZONA	930	465	15	930
4	ADMINISTRADOR	930	465	15	930
5	JEFE DEL LOCAL/SUPERVISOR DE	930	465	15	930
6	MANTENIMIENTO/MECANICO/LIMPIEZA	930	465	15	930
7	VENTAS	930	465	15	930

Fuente: elaboración propia

Tabla 19. Gastos de servicios

<i>Gastos fijos</i>	<i>unidad</i>	<i>costo mensual</i>	<i>costo anual</i>
<i>Agua</i>	m3	85	S/ 1,020.00
<i>Energía eléctrica</i>	kw	300	S/ 3,600.00
<i>Internet+ teléfono</i>	tarifa mes	90	S/ 1,080.00
<i>telefonía móvil</i>	tarifa mes	40	S/ 480.00

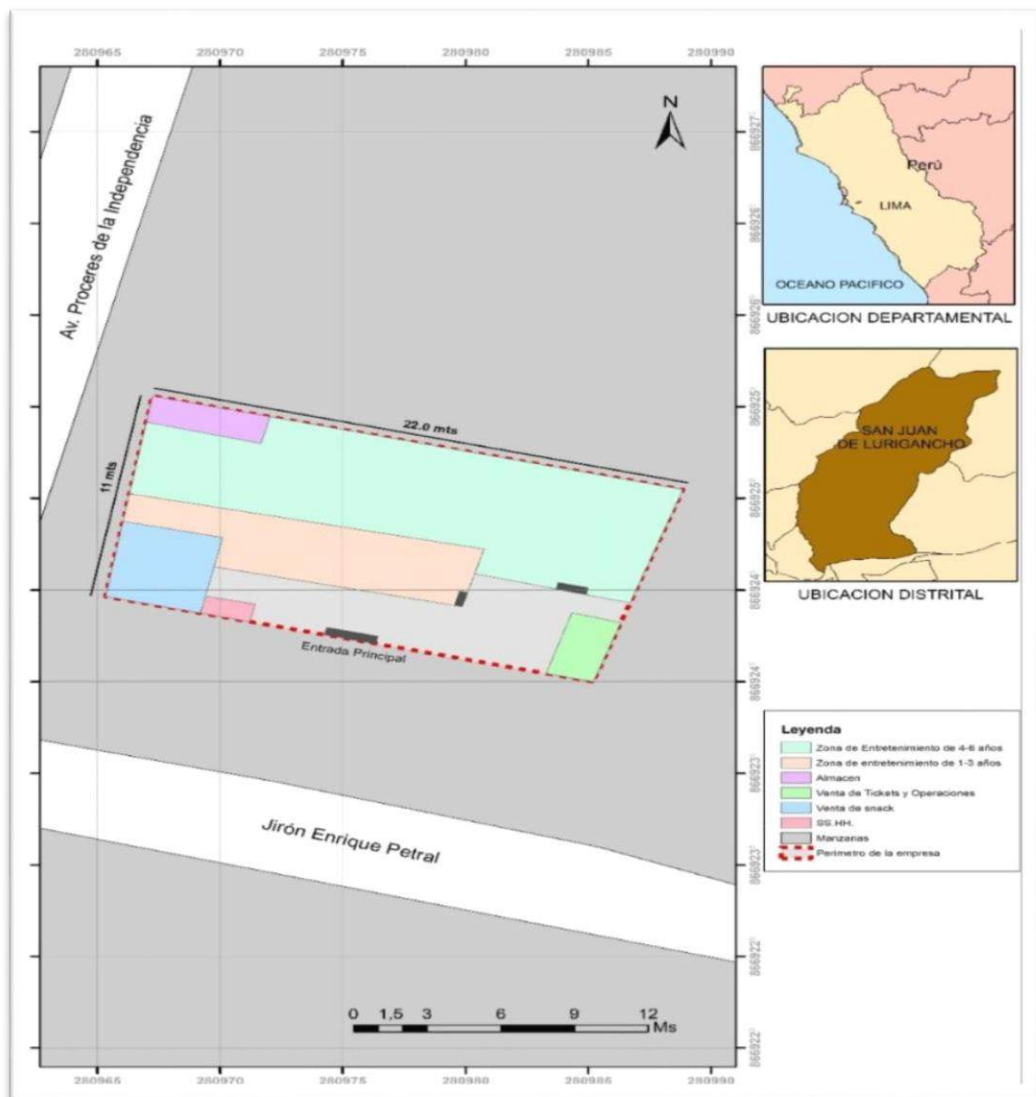
Fuente: elaboración propia

4.2.5. Infraestructura y características físicas

La organización contará con un área de 200 m² en cual estará conformada por un área para las operaciones (venta de tickets, facturaciones). Además, se contará con un servicio higiénico la cual se ubicará por el lado de la venta de snacks.

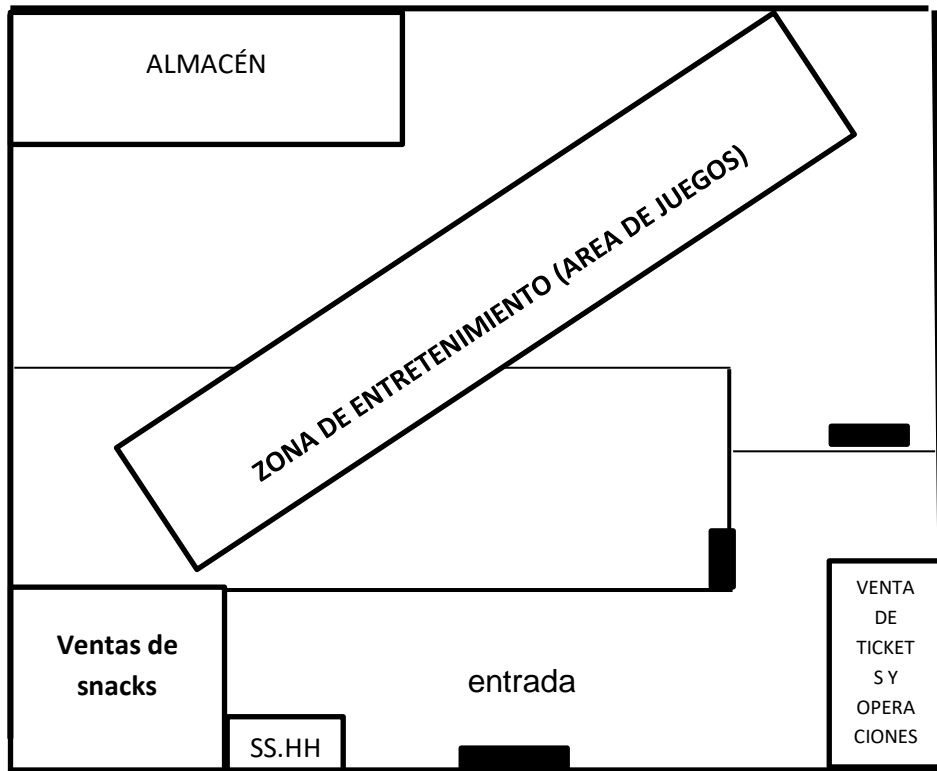
Se contará con un almacén para los juegos de entretenimiento recién adquiridos, así como también insumos de elaboración de oficina.

Ilustración 16. Infraestructura y característica



Fuente: elaboración propia

Ilustración 17. Infraestructura y características



Fuente: elaboración propia

4.3. Localización del negocio, Factores determinantes

Mosh Toys se encuentra ubicado en la primera cuadra de la avenida próceres de la independencia, en el Distrito de San Juan de Lurigancho.

Para poder establecer nuestro negocio en el lugar que escogimos, se definieron los siguientes criterios estratégicos a usar:

4.3.1 Macro Localización

Nuestra macro localización será en la provincia de Lima Metropolitana ya que nuestro mercado objetivo se encuentra en Lima además de nuestros principales proveedores la cual está ubicada en el parte centro del Distrito, además también está considerada como un distrito con gran demanda de consumir servicios.

Puntos que se consideró:

- Mercado con gran demanda
- Cuenta con todos los servicios (agua, luz, internet, etc.)
- Proximidad a proveedores
- Facilidad de acceso al negocio

Ilustración 18. Mapa de Lima Metropolitana



Fuente: Google maps

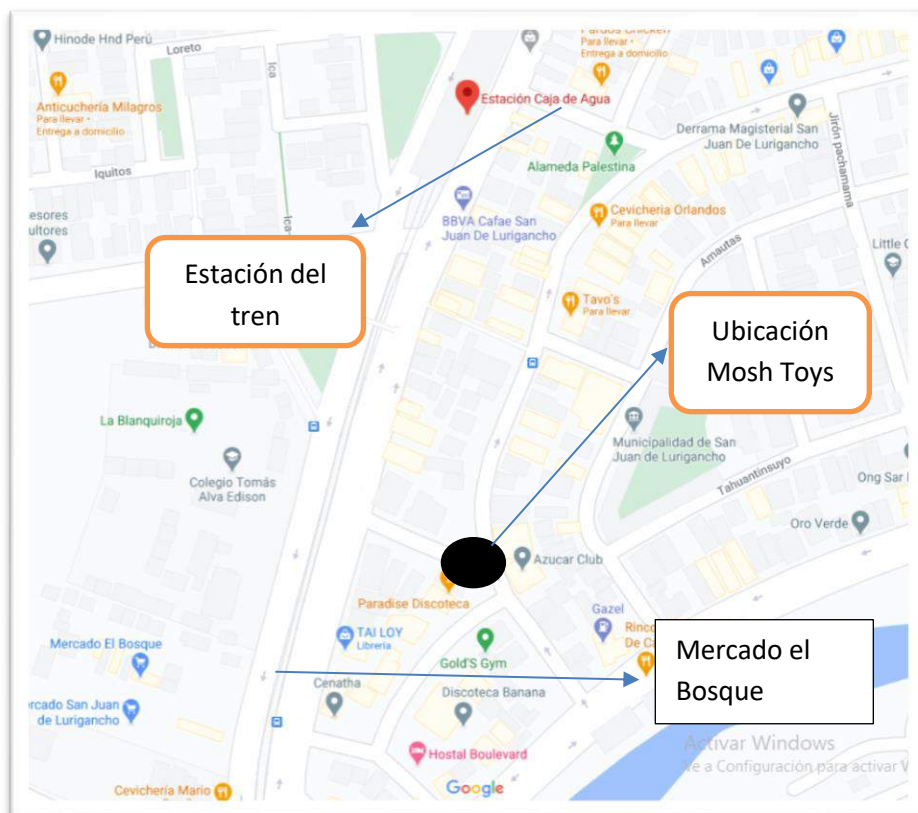
4.3.2 Micro Localización

a) Acceso a medios de transporte

Nuestro local se encontrará cerca de la avenida principal donde transitan la mayoría de líneas de transporte además es la única avenida que conecta en distrito San Juan de Lurigancho con los otros distritos aledaños como Rímac y Cercado de Lima. Además

Nos encontraremos a solo 4 cuadras de la estación Caja de Agua de la Línea 1 del Tren eléctrico, siendo este último una gran alternativa para que nuestros clientes recurran con más frecuencias a nuestros establecimientos.

Ilustración 19. Ubicación del negocio



Fuente: Google maps

b) Proximidad a Mercados

Nuestro establecimiento se encontrará frente a uno de los mercados más grandes del distrito llamado “El Bosque” diariamente un aproximado de 4000 padres de familia recurren al mercado a realizar sus compras, siendo este una gran vitrina para nuestro negocio si queremos poner un stand de publicidad para poder captar clientes.

Ilustración 20. Mercado el Bosque



Fuente: elaboración propia

c) Infraestructura Publica

En esa zona del Distrito cuenta con su totalidad los servicios de energía eléctrica, telefonía móvil y acceso de agua potable. Además, la avenida principal se encuentra asfaltada en su totalidad, el cual no generaría inconvenientes.

d) Seguridad Ciudadana

Al estar cerca de la estación Caja de Agua de la línea 1 del metro y frente a uno de los mercados más grandes del distrito, nos permite tener un poco de confianza ya que encontramos efectivos policiales.

e) Clima

El clima de la zona resulta ser propicio para nuestra zona. En el distrito que se implementara el negocio, el soleado, húmedo y caliente en los veranos (diciembre- abril), nuboso y templado en los inviernos (junio-noviembre). Casi no hay lluvia.

ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

5.1. Inversión Fija

5.1.1. Inversión Tangible

Los bienes tangibles son bienes mensurables que se utilizan en las operaciones de una empresa, el cual incluye diferentes bienes para utilizar en el servicio que se brindará, como muebles e insumos y equipos y maquinaria para el área administrativa y almacén.

El monto total de la inversión tangible es de S/. 40,880, mobiliario es de S/. 33,180.00; muebles e insumos es S/. 1,900.00 y equipo y maquinaria es S/. 5,800.00.

Ilustración 21. Cuadro de inversión tangible de la empresa MOSH TOYS.

DESCRIPCION	unidad	cantidad	unitario	Sub Total	IGV	TOTAL
cama saltarina 360°	pzs	3	800	S/ 2,033.90	S/ 366.10	S/ 2,400.00
cama saltarinas 250°	pzs	2	250	S/ 423.73	S/ 76.27	S/ 500.00
gusano morado marca feber	pzs	3	500	S/ 1,271.19	S/ 228.81	S/ 1,500.00
pack tobogan panda + balacin	pzs	3	270	S/ 686.44	S/ 123.56	S/ 810.00
pack tobogan pantera + piso	pzs	3	390	S/ 991.53	S/ 178.47	S/ 1,170.00
sube y baja jirafa	psz	3	150	S/ 381.36	S/ 68.64	S/ 450.00
tobogan columpio colores	psz	4	450	S/ 1,525.42	S/ 274.58	S/ 1,800.00
tobogan columpio conejo	pzs	4	450	S/ 1,525.42	S/ 274.58	S/ 1,800.00
casita corazon marca feber	pzs	4	850	S/ 2,881.36	S/ 518.64	S/ 3,400.00
cocinita convertible	pzs	4	400	S/ 1,355.93	S/ 244.07	S/ 1,600.00
corral con patas	pzs	6	150	S/ 762.71	S/ 137.29	S/ 900.00
balacin princesa	pzs	4	200	S/ 677.97	S/ 122.03	S/ 800.00
balacin dino	pzs	4	200	S/ 677.97	S/ 122.03	S/ 800.00
pizarra chica doble	pzs	4	150	S/ 508.47	S/ 91.53	S/ 600.00
montaña rusa marca feber	pzs	3	1350	S/ 3,432.20	S/ 617.80	S/ 4,050.00
cocina hogareña	pzs	5	350	S/ 1,483.05	S/ 266.95	S/ 1,750.00
casitas de juego	pzs	5	400	S/ 1,694.92	S/ 305.08	S/ 2,000.00
piso armables	caj	40	150	S/ 5,084.75	S/ 915.25	S/ 6,000.00
juguetes marvel	pzs	10	85	S/ 720.34	S/ 129.66	S/ 850.00
TOTAL				S/ 28,118.64	S/ 5,061.36	S/ 33,180.00
Muebles e insumos						
polo manga corta/larga	juego	5	40	S/ 169.49	S/ 30.51	S/ 200.00
utiles de escritorio	pzs	1	50	S/ 42.37	S/ 7.63	S/ 50.00
escritorio	pzs	3	250	S/ 635.59	S/ 114.41	S/ 750.00
andamios para almacen	pzs	2	100	S/ 169.49	S/ 30.51	S/ 200.00
jabon liquido /alcohol	pzs	4	100	S/ 338.98	S/ 61.02	S/ 400.00
medidor de temperatura	pzs	2	150	S/ 254.24	S/ 45.76	S/ 300.00
TOTAL				S/ 1,610.17	S/ 289.83	S/ 1,900.00
Equipo y Maquinaria						
computadora	pzs	2	2000	S/ 3,389.83	S/ 610.17	S/ 4,000.00
tiketera	pzs	2	600	S/ 1,016.95	S/ 183.05	S/ 1,200.00
celular	pzs	1	300	S/ 254.24	S/ 45.76	S/ 300.00
luces de emergencia	pzs	3	50	S/ 127.12	S/ 22.88	S/ 150.00
extintor	pzs	3	50	S/ 127.12	S/ 22.88	S/ 150.00
TOTAL				S/ 4,915.25	S/ 884.75	S/ 5,800.00
INVERSION TANGIBLE				S/ 34,644.07	S/ 6,235.93	S/ 40,880.00

Fuente: Elaboración propia

5.1.2 Inversión Intangible

La inversión intangible son bienes que no son percibidos físicamente, pero tienen una gran importancia en la implementación del negocio. Estos bienes son los tramites que se realizan para constituir y formalizar en negocio ante el estado. El monto total de la inversión intangible es de S/. 5,043.00

Ilustración 22. Cuadro de inversión intangible de la empresa Mosh Toys

INVERSION INTANGIBLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUBTOTAL	IGV	TOTAL
Licencia de funcionamiento	1	200	S/ 169.49	S/ 30.51	S/ 200.00
Solicitud de RUC - SUNAT	1	0	S/ -	S/ -	S/ -
Patente de marca INDECOPI	1	550	S/ 466.10	S/ 83.90	S/ 550.00
Gastos de constitución y formalización notarial	1	350	S/ 296.61	S/ 53.39	S/ 350.00
Busqueda y reserva de nombre en SUNARP	1	20	S/ 16.95	S/ 3.05	S/ 20.00
Abogado- constitución de la empresa	1	200	S/ 169.49	S/ 30.51	S/ 200.00
soporte pagina web	1	2000	S/ 1,694.92	S/ 305.08	S/ 2,000.00
REMODELACION DE LOCAL	1	1500	S/ 1,271.19	S/ 228.81	S/ 1,500.00
certificado INDECI	1	223	S/ 188.98	S/ 34.02	S/ 223.00
TOTAL					S/ 5,043.00

Fuente: Elaboración propia.

5.2 Capital de Trabajo

El capital de trabajo son aquellos recursos necesarios para realizar operaciones diarias, poder administrarlo correctamente toma un papel fundamental en el régimen financiero y la toma de decisiones de cualquier institución. Está compuesta por personal, materiales de oficina, asesoría contable, servicios públicos (agua, luz, teléfono), internet, alquiler de local y seguro de personal.

Ilustración 23. Capital de Trabajo de Mosh Toys

DETALLE	TOTAL	PARA 2 MESES
CAPITAL DE TRABAJO	S/ 13,786.60	S/ 27,573.20
Personal Administrativo/ventas	S/ 6,060.00	S/ 12,120.00
Personal de Mantenimiento/limpieza	S/ 930.00	S/ 1,860.00
Ventas	S/ 930.00	S/ 1,860.00
counter de ventas	S/ 930.00	S/ 1,860.00
asistente de control de juegos	S/ 930.00	S/ 1,860.00
Materiales de Limpieza y operativos	S/ 641.60	S/ 1,283.20
Asesoría contable	S/ 250.00	S/ 500.00
Servicios Públicos (agua, luz, teléfono)	S/ 425.00	S/ 850.00
Internet	S/ 90.00	S/ 180.00
Alquiler de Local	S/ 2,000.00	S/ 4,000.00
Gastos de Ventas	S/ 600.00	S/ 1,200.00

Fuente: elaboración Propia

5.3 Inversión Total

Para desarrollar nuestras funciones y operaciones de la empresa MOSH TOYS se requiere una inversión total de s/73,496.20 nuevos soles, el cual un 56 % es de inversión tangible con S/40,880.00, el 7% es la inversión intangible es de s/ 5,043.00 y el 37% es el capital de trabajo con un monto de s/27,573.20.

Tabla 20. Cuadro de inversión total de la empresa Mosh Toys

<i>INVERSION</i>		
<i>DETALLE</i>	<i>TOTAL</i>	<i>%</i>
<i>INVERSION TANGIBLE</i>	S/ 40,880.00	56%
<i>INVERSION INTANGIBLE</i>	S/ 5,043.00	7%
<i>CAPITAL DE TRABAJO</i>	S/ 27,573.20	37%
<i>INVERSION TOTAL</i>	S/ 73,496.20	100%

Fuente: elaboración Propia

5.4. Estructura de la inversión y financiamiento

La inversión total del proyecto es de S/. 73,496.20, siendo 80% de capital propio con S/. 58,496.20 y el 20% es de financiamiento bancario con S/. 15,000.00.

Tabla 21. Cuadro de estructura de inversión y financiamiento de la empresa Mosh Toys

ESTRUCTURA DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO			
INVERSIÓN	APORTE		TOTAL
	PROPIO	PRESTAMO	
<i>Inversión tangible</i>	S/25,880.00	S/15,000.00	S/ 40,880.00
<i>Inversión intangible</i>	S/ 5,043.00		S/ 5,043.00
<i>Capital de trabajo</i>	S/27,573.20		S/ 27,573.20
TOTAL, INVERSION	S/58,496.20	S/15,000.00	S/ 73,496.20
%	80%	20%	100%

Fuente: Elaboración Propia

5.5. Fuentes Financieras

La empresa Mosh Toys tendrá financiado el 80% con capital propio de S/58,496.20 y recurriremos a una entidad bancaria para financiar el 20% de la inversión del proyecto por un monto de S/15,000.00.

Se elaboró la consulta a dos entidades financieras, que ofrecen diferentes beneficios, las cuales fueron Banco del Crédito del Perú y Scotiabank, cada entidad poseía distintas tasas de interés.

Tabla 22. Cuadro de fuentes de financiación de la empresa Mosh Toys

FUENTES DE FINANCIACIÓN	
DETALLE	MONTO
PERSONAL/ CAPITAL PROPIO	S/.58,496.20
ENTIDAD FINANCIERA	S/.15,000.00
TOTAL, INVERSION	S/.73,496.20

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 23. Fuentes de Financiamiento

ENTIDAD FINANCIERA	SERVICIO	TASA DE INTERES
BANCO DEL CRÉDITO DEL PERÚ	Capital de Trabajo	36%
SCOTIABANK	CAPITAL DE TRABAJO	31%

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la tasa más baja, decidimos optar por la entidad bancaria Financiera SCOTIABANK porque con su servicio “Paga Tu préstamo el otro año y Reactiva Perú” nos ofrece el monto solicitado a una tasa de interés de 31% TCA, que nos parece que es la más adecuada.

Ilustración 24. Financiera Scotiabank, crédito MYPE

Concepto		Tarifas		Forma de Aplicación	Observaciones
		M. N. (S/)	M. E. (US\$)		
Tasas (*)					
Tasa Efectiva Anual (T.E.A.) Capital de Trabajo Empresarial - Préstamo en Cuotas	25.00%	20.00%	En cada operación	A cargo del Deudor	
Interés Compensatorio por cuota vencida	TEA x 1.50 Min: 22.00% Máx: 47.00%	TEA x 1.50 Min: 20.00% Máx: 35.00%	Desde el vencimiento hasta su cancelación	A cargo del deudor (Todos los Segmentos)	
Interés Moratorio	15.25%	12.00%	En la cancelación.	A cargo del Deudor	
Comisiones					
Portes					
Personas y Negocios	S/10.00	US\$ 2.94 (S/ 9.70)	Por cada envío de información	A cargo del Deudor	
Empresas	S/10.00	US\$ 3.50 (S/ 11.55)			

Fuente: Financiera Scotiabank

5.6. Condiciones de Crédito

Solicitaremos un préstamo bancario para cubrir el 20% de la inversión total. Este monto es de S/. 15,000.00 el cual será cancelado en 36 cuotas a una TEA de 31%, Dicho préstamo nos otorgará la financiera Scotiabank, el cual nos ofrece mayor facilidad para para otorgar el préstamo, con una tasa accesible. Los requisitos a solicitar son los siguientes:

- Ser mayor de edad.
- Tener un documento de identidad en vigor (DNI, pasaporte, carnet de conducir...)
- Explicar la cantidad exacta que necesitas y el fin para el que vas a usar el dinero.
- Demostrar solvencia.
- No superar tu capacidad de endeudamiento máximo

Tabla 24. Cuadro de condición financiera Scotiabank

CONDICIÓN DE CREDITO

ENTIDAD FINANCIERA	SCOTIABANK
TIPO DE MONEDA	SOLES
PRÉSTAMO	S/.15,000.00
CUOTA MENSUAL	S/.630.72
TEA	31.00%
TCEA	33.04%
PLAZO	36 MESES

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 25. Cuadro de condición de crédito Financiera Scotiabank

N° Cuota	F. Vencimiento	Días	Amortización	Interés	Comisiones	Seguro de Desgravamen	Cuota	Saldo pendiente
1	22/12/2020	30	282.17	348.55	0	0	630.72	15,315.78
2	22/01/2021	31	277.06	353.66	0	0	630.72	15,033.61
3	22/02/2021	31	283.58	347.14	0	0	630.72	14,756.55
4	22/03/2021	28	323.54	307.18	0	0	630.72	14,472.97
5	22/04/2021	31	297.86	332.86	0	0	630.72	14,149.43
6	22/05/2021	30	315.5	315.22	0	0	630.72	13,851.57
7	22/06/2021	31	312.29	318.43	0	0	630.72	13,536.07
8	22/07/2021	30	329.78	300.94	0	0	630.72	13,223.78
9	23/08/2021	32	317.49	313.23	0	0	630.72	12,894.00
10	22/09/2021	30	344.51	286.21	0	0	630.72	12,576.51
11	22/10/2021	30	352.35	278.37	0	0	630.72	12,232.00
12	22/11/2021	31	351.25	279.47	0	0	630.72	11,879.65
13	22/12/2021	30	368.36	262.36	0	0	630.72	11,528.40
14	22/01/2022	31	368.18	262.54	0	0	630.72	11,160.04
15	22/02/2022	31	376.84	253.88	0	0	630.72	10,791.86
16	22/03/2022	28	409.67	221.05	0	0	630.72	10,415.02
17	22/04/2022	31	395.35	235.37	0	0	630.72	10,005.35
18	23/05/2022	31	404.65	226.07	0	0	630.72	9,610.00
19	22/06/2022	30	421.23	209.49	0	0	630.72	9,205.35
20	22/07/2022	30	430.82	199.9	0	0	630.72	8,784.12
21	22/08/2022	31	434.21	196.51	0	0	630.72	8,353.30
22	22/09/2022	31	444.43	186.29	0	0	630.72	7,919.09
23	22/10/2022	30	460.62	170.1	0	0	630.72	7,474.66
24	22/11/2022	31	465.72	165	0	0	630.72	7,014.04
25	22/12/2022	30	481.7	149.02	0	0	630.72	6,548.32
26	23/01/2023	32	483.34	147.38	0	0	630.72	6,066.62
27	22/02/2023	30	503.66	127.06	0	0	630.72	5,583.28
28	22/03/2023	28	522.91	107.81	0	0	630.72	5,079.62
29	22/04/2023	31	523.52	107.2	0	0	630.72	4,556.71
30	22/05/2023	30	538.94	91.78	0	0	630.72	4,033.19
31	22/06/2023	31	548.52	82.2	0	0	630.72	3,494.25
32	22/07/2023	30	563.68	67.04	0	0	630.72	2,945.73
33	22/08/2023	31	574.68	56.04	0	0	630.72	2,382.05
34	22/09/2023	31	588.2	42.52	0	0	630.72	1,807.37
35	23/10/2023	31	602.04	28.68	0	0	630.72	1,219.17
36	22/11/2023	30	617.13	14.04	0	0	631.17	617.13
TOTAL			15,315.78	7,390.59	0	0	22,706.37	0

Fuente: Financiera Scotiabank

ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS

6.1 presupuestos y costos

Los costos usados para análisis financiero fueron los, costo de venta, gastos financieros, gastos de personal y venta.

Tabla 26. Costos de personal de la empresa MOSH TOYS

Gastos de personal y Administrativos	Remuneración	Pago Anual	Vacaciones	Sub-total anual	SIS	Costo Mensual	Costo Anual
G.general	S/ 2,000.00	S/ 24,000.00	S/ 1,000.00	S/ 25,000.00	S/ 180.00	S/ 2,098.33	S/ 25,180.00
Administrador	S/ 1,200.00	S/ 14,400.00	S/ 600.00	S/ 15,000.00	S/ 180.00	S/ 1,265.00	S/ 15,180.00
supervisor	S/ 1,000.00	S/ 12,000.00	S/ 500.00	S/ 12,500.00	S/ 180.00	S/ 1,056.67	S/ 12,680.00
Mecanico/limpieza	S/ 930.00	S/ 11,160.00	S/ 465.00	S/ 11,625.00	S/ 180.00	S/ 983.75	S/ 11,805.00
total	S/ 5,130.00	S/ 61,560.00	S/ 2,565.00	S/ 64,125.00	S/ 720.00	S/ 5,403.75	S/ 64,845.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 27. Costo personal proyectada de la empresa MOSH TOYS

Gastos de Personal	2021	2022	2023	2024	2025
G.general	S/ 25,180.00	S/ 25,935.40	S/ 26,713.46	S/ 27,514.87	S/ 28,340.31
Administrador	S/ 15,180.00	S/ 15,635.40	S/ 16,104.46	S/ 16,587.60	S/ 17,085.22
Local de supervisor	S/ 12,680.00	S/ 13,060.40	S/ 13,452.21	S/ 13,855.78	S/ 14,271.45
Mecanico/limpieza	S/ 11,805.00	S/ 12,159.15	S/ 12,523.92	S/ 12,899.64	S/ 13,286.63
total	S/ 64,845.00	S/ 66,790.35	S/ 68,794.06	S/ 70,857.88	S/ 72,983.62

Fuente: Elaboración propia

Estos costos tendrán una variación del 3% durante los 5 años de acuerdo a la proyección de tiempo establecido para el proyecto. Entre los más importantes

tenemos al Gerente General, Zonal y Comercial seguido por el administrador, local de supervisor, mecánico y limpieza.

Tabla 28. Gastos fijos de la empresa MOSH TOYS

Gastos Fijos	Costo unitario Soles	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Asesoría contable	S/ 250.00	1	S/ 250.00	S/ 3,000.00
Servicios Públicos (agua, luz, teléfono)	S/ 425.00	1	S/ 425.00	S/ 5,100.00
Internet	S/ 90.00	1	S/ 90.00	S/ 1,080.00
Alquiler de Local	S/ 2,000.00	1	S/ 2,000.00	S/ 24,000.00
Materiales de Limpieza, oficina	S/ 641.60	1	S/ 641.60	S/ 7,699.20
total	S/ 3,406.60		S/ 3,406.60	S/ 40,879.20

Fuente: Elaboración propia

Tabla 29. Costos fijos proyectada de la empresa MOSH TOYS

Gastos Fijos	2021	2022	2023	2024	2025
Asesoría contable	S/ 3,000.00	S/ 3,120.00	S/ 3,244.80	S/ 3,374.59	S/ 3,509.58
Servicios Públicos (agua, luz, teléfono)	S/ 5,100.00	S/ 5,304.00	S/ 5,516.16	S/ 5,736.81	S/ 5,966.28
Internet	S/ 1,080.00	S/ 1,123.20	S/ 1,168.13	S/ 1,214.85	S/ 1,263.45
Alquiler de Local	S/ 24,000.00	S/ 24,960.00	S/ 25,958.40	S/ 26,996.74	S/ 28,076.61
Materiales de Limpieza, oficina	S/ 7,699.20	S/ 8,007.17	S/ 8,327.45	S/ 8,660.55	S/ 9,006.98
TOTAL	S/ 40,879.20	S/ 42,514.37	S/ 44,214.94	S/ 45,983.54	S/ 47,822.88

Fuente: Elaboración propia

Estos costos tendrán una variación del 4% durante los 5 años de acuerdo a la proyección de tiempo establecido para el proyecto

Tabla 30. Gastos de ventas de la empresa MOSH TOYS

GASTOS DE VENTAS	Costo unitario Soles	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Mantenimiento y soporte página web	S/ 100.00	1	S/ 100.00	S/ 1,200.00
Publicidad en redes sociales	S/ 200.00	1	S/ 200.00	S/ 2,400.00
Community Manager	S/ 300.00	1	S/ 300.00	S/ 3,600.00
<i>total</i>	S/ 600.00		S/ 600.00	S/ 7,200.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 31. Gasto de ventas proyectada de la empresa MOSH TOYS

Gastos de Ventas	2021	2022	2023	2024	2025
Mantenimiento y soporte página web	S/ 1,200.00	S/ 1,248.00	S/ 1,297.92	S/ 1,349.84	S/ 1,403.83
Publicidad en redes sociales	S/ 2,400.00	S/ 2,496.00	S/ 2,595.84	S/ 2,699.67	S/ 2,807.66
Community Manager	S/ 3,600.00	S/ 3,744.00	S/ 3,893.76	S/ 4,049.51	S/ 4,211.49
<i>total</i>	S/ 7,200.00	S/ 7,488.00	S/ 7,787.52	S/ 8,099.02	S/ 8,422.98

Fuente: Elaboración propia

Tabla 32. Costos variables de la empresa MOSH TOYS

Mano de obra directa	Remuneración	Pago Anual	Vacaciones	Sub-total anual	SIS	Costo Mensual	Costo Anual
Ventas	S/ 930.00	S/ 11,160.00	S/ 465.00	S/ 11,625.00	S/ 180.00	S/ 983.75	S/ 11,805.00
counter de ventas	S/ 930.00	S/ 11,160.00	S/ 465.00	S/ 11,625.00	S/ 180.00	S/ 983.75	S/ 11,805.00
asistente de control de juegos	S/ 930.00	S/ 11,160.00	S/ 465.00	S/ 11,625.00	S/ 180.00	S/ 983.75	S/ 11,805.00
total	S/ 2,790.00	S/ 33,480.00	S/ 1,395.00	S/ 34,875.00	S/ 540.00	S/ 2,951.25	S/ 35,415.00

costos de servicio	Costo unitario Soles	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
juegos de uniforme	S/ 200.00	6	S/ 1,200.00	S/ 14,400.00

	costo mensual	costo anual
total de variables	S/ 4,151.25	S/ 49,815.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 33. Costos variables proyectada de la empresa MOSH TOYS

año	2021	2022	2023	2024	2025
costo venta	49815	52305.75	54921.0375	57667.0894	60550.4438
tasa de crecimiento		5%	5%	5%	5%

Fuente: Elaboración propia

Estos costos tendrán una variación del 5% durante los 5 años de acuerdo a la proyección de tiempo establecido para el proyecto.

Tabla 34. Cuadro de Depreciación de la empresa MOSH TOY

Concepto / Periodo	Valor inicial	Tasa Anual	1	2	3	4	5
equipos de juegos	33,180	20%	6636	6636	6636	6636	6636
muebles insumos	750	25%	188	188	188	188	0
computadora/tiquetera/celular	5,500	25%	1375	1375	1375	1375	0
Total			8,198.50	8,198.50	8,198.50	8,198.50	6,636.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 35. Cuadro de Depreciación de la empresa MOSH TOY

Concepto / Periodo	Valor inicial	Tasa Anual	1	2	3	4	5
Amortizaciones intangibles Acumulado	5043	20%	1,009	1,009	1,009	1,009	1,009
* los activos intangibles se amortizan			1,009	2,017	3,026	4,034	5,043
Deprec +Amortizacion			9,207.10	9,207.10	9,207.10	9,207.10	7,644.60

Fuente: Elaboración propia

6.2 Punto de Equilibrio

En términos de contabilidad de costos, es aquel punto de actividad (volumen de ventas) donde los ingresos totales son iguales a los costos totales, es decir, el punto de actividad donde no existe utilidad ni pérdida.

Tabla 36. Cuadro de Punto de Equilibrio de la empresa MOSH TOYS

COSTOS	DETALLE	
PRECIO UNITARIO	13.5	
COSTO FIJO	9410.35	-
COSTO VARIABLE UNITARIO	3.21	-
PUNTO DE EQUILIBRIO ANUAL	10,977	-
PUNTO DE EQUILIBRIO MENSUAL	914.8	COSTO FIJO / PRECIO VENTA - COSTO VARIABLE

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a los datos arrojados en la Tabla N°31 podemos indicar que se desarrolló el punto de equilibrio, que nos da la cantidad de 914.8 quiere decir que tenemos que vender 914.8 unidades mensualmente para no perder ni ganar.

6.3 Estado de ganancias y pérdidas

Se muestra el Estado de Ganancias y Pérdidas de la empresa MOSH TOYS donde se puede observar que no existe perdida alguna en la utilidad neta, al contrario, va aumentado con un monto inicial de S/21,001.29 soles, gracias a esto podemos demostrar que genera rentabilidad a partir del año 1.

Tabla 37. Estado de ganancia y perdida de la empresa MOSH TOYS

	2021	2022	2023	2024	2025
<i>Ventas</i>	S/	S/	S/	S/	S/
	S/209,304.00	230,234.40	253,257.84	278,583.62	306,441.99
<i>Costo de venta</i>	S/	S/	S/	S/	S/
	49,815.00	52,305.75	54,921.04	57,667.09	60,550.44
<i>Utilidad bruta</i>	S/	S/	S/	S/	S/
	159,489.00	177,928.65	198,336.80	220,916.53	245,891.54
<i>Gastos de ventas</i>	S/	S/	S/	S/	S/
	7,200.00	7,488.00	7,787.52	8,099.02	8,422.98
<i>gastos administrativos</i>	S/	S/	S/	S/	S/
	64,845.00	66,790.35	68,794.06	70,857.88	72,983.62
<i>Gastos fijos</i>	S/	S/	S/	S/	S/
	40,879.20	42,514.37	44,214.94	45,983.54	47,822.88
<i>Otros costos fijos</i>	S/	S/	S/	S/	S/
	-	-	-	-	-
<i>Depreciación y amortización</i>	S/	S/	S/	S/	S/
	9,207.10	9,207.10	9,207.10	9,207.10	7,644.60
<i>Utilidad de Operación</i>	S/	S/	S/	S/	S/
	37,357.70	51,928.83	68,333.18	86,768.99	109,017.46
<i>Gastos Financieros</i>	S/	S/	S/	S/	S/
	7,568.64	7,568.64	7,568.64	-	-
<i>Utilidad Ante de Impuestos</i>	S/	S/	S/	S/	S/
	29,789.06	44,360.19	60,764.54	86,768.99	109,017.46
<i>Impuesto a la renta (10% - 29.5%)</i>	S/	S/	S/	S/	S/
	8,787.77	13,086.26	17,925.54	25,596.85	32,160.15
Utilidad neta	S/	S/	S/	S/	S/
	21,001.29	31,273.94	42,839.00	61,172.14	76,857.31

Fuente: Elaboración Propia

6.4 Presupuesto de ingresos

Tabla 38. Proyección de ingresos

	PRECIO	PORCENTAJE		MENSUAL	ANUAL
1HORA	S/ 25.00	20%	258.40	S/ 6,460.00	S/ 77,520.00
1/2 HORA	S/ 15.00	30%	387.60	S/ 5,814.00	S/ 69,768.00
15 MIN	S/ 8.00	50%	646.00	S/ 5,168.00	S/ 62,016.00
	S/ 13.50			S/ 17,442.00	S/ 209,304.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 39. Proyección de ingresos anuales

Años	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas	209,304	230,234	253,258	278,584	306,442
Tasa de crecimiento		10%	10%	10%	10%

Fuente: Elaboración Propia

La tabla N°34 muestra la cantidad de ventas proyectadas a 5 años, de acuerdo a la proyección de participación para cada año De un incremento de 10% ya que, según estudio, el mercado de entrenamiento ira en aumento en un 10% anual.

6.5 Presupuesto de egresos

Se muestran los gastos y costos que son necesarios para el inicio de las operaciones de la empresa MOSH TOYS durante los primeros 5 años.

Tabla 40. Proyección de egresos anuales

	2021	2022	2023	2024	2025
<i>Costo de venta</i>	S/ 49,815.00	S/ 52,305.75	S/ 54,921.04	S/ 57,667.09	S/ 60,550.44
<i>Gastos de ventas</i>	S/ 7,200.00	S/ 7,488.00	S/ 7,787.52	S/ 8,099.02	S/ 8,422.98
<i>Gastos fijos</i>	S/ 40,879.20	S/ 42,514.37	S/ 44,214.94	S/ 45,983.54	S/ 47,822.88
<i>Gastos Financieros</i>	S/ 7,568.64	S/ 7,568.64	S/ 7,568.64	S/ -	S/ -
<i>Impuesto a la renta (10% - 29.5%)</i>	S/ 8,787.77	S/ 13,086.26	S/ 17,925.54	S/ 25,596.85	S/ 32,160.15
<i>gastos administrativos</i>	S/ 64,845.00	S/ 66,790.35	S/ 68,794.06	S/ 70,857.88	S/ 72,983.62
<i>total</i>	S/ 179,095.61	S/ 189,753.36	S/ 201,211.74	S/ 208,204.39	S/ 221,940.08

Fuente: Elaboración Propia

6.6 Caja de Flujo Proyectado

El flujo de caja nos muestra los ingresos y egresos de efectivo de la empresa MOSH TOYS E.I.R.L. durante los 5 años proyectados.

Tabla 41. Flujo de caja proyectada de la empresa MOSH TOYS

	2021	2022	2023	2024	2025
<i>Ingresos Operativos</i>	S/	S/	S/	S/	S/
	209,304.00	230,234.40	253,257.84	278,583.62	306,441.99
<i>Egresos Operativos</i>	S/	S/	S/	S/	S/
	179,095.61	189,753.36	201,211.74	208,204.39	221,940.08
Flujo de Caja Operativo	S/	S/	S/	S/	S/
	30,208.39	40,481.04	52,046.10	70,379.24	84,501.91
<i>Inversiones en Activo Fijo Tangible</i>	-S/				
	40,880.00				
<i>Inversiones en Activos Fijo intangible</i>	-S/				
	5,043.00				
<i>Inversiones en Capital de Trabajo</i>	-S/				
	27,573.20				
<i>Valor residual</i>	S/	-			
Total, flujo de Inversiones	-S/				
	73,496.20				
Flujo de Caja Económico	-S/	S/	S/	S/	S/
	73,496.20	30,208.39	40,481.04	52,046.10	70,379.24
<i>FCA</i>	-S/	-S/	-S/	S/	S/
	73,496.20	43,287.81	2,806.78	49,239.32	119,618.56
					204,120.47

Fuente: Elaboración propia

6.7 Balance General

Se muestra el Balance General de la empresa MOSH TOYS donde se muestra los activos, pasivos y patrimonios de la empresa, estos indican la misma cantidad de inversión que se solicita para iniciar operaciones de la empresa.

Tabla 42. Balance General de la empresa MOSH TOYS

<i>ACTIVO</i>		<i>PASIVO</i>	
<i>ACTIVO CORRIENTE</i>		<i>PASIVO CORRIENTE</i>	
<i>Caja y Bancos</i>	S/ 27,573.20	Préstamo bancario	S/ 15,000.00
<i>Total, Activo Corriente</i>	S/ 27,573.20	Total, pasivo	S/ 15,000.00
<i>ACTIVO NO CORRIENTE</i>		<i>PATRIMONIO</i>	
<i>equipo</i>	S/ 5,800.00	Capital Social	S/ 58,496.20
<i>Muebles y enseres</i>	S/ 1,900.00	Total, patrimonio	S/ 58,496.20
<i>maquinaria</i>	S/ 33,180.00		
<i>Activos Intangibles</i>	S/ 5,043.00		
<i>Total, Activo No Corriente</i>	S/ 45,923.00		
<i>TOTAL, ACTIVO</i>	S/ 73,496.20	<i>TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO</i>	S/ 73,496.20

Fuente: elaboración propia

EVALUACIÓN

7.1 Evaluación Económica, Parámetros de Medición

Para realizar a evaluación económica se contará con el Costo promedio ponderado del capital WACC, que es la tasa de descuento que se utiliza para descontar los flujos de caja futuros y generar valor presente. (Plan de negocios Perú, 2020)

Tabla 43. Costo promedio ponderado WACC

		<i>Detalles</i>	
- Capital	80.00%		
- Deuda	20.00%		
- Cok	20.00%	COSTO DE OPORTUNIDAD	
- Kd	31.00%	COSTO DE DEUDA DEL BANCO	
- Tax Perú	29.50%	IMPUESTO A LA RENTA	
- WACC	20.371%	TASA DE DESCUENTO	

Fuente: Elaboración Propia.

Obtenido el costo promedio ponderado WACC, se procede a realizar el cálculo y la evaluación económica.

Tabla 44. Tabla de periodo de recuperación

Periodo de recuperación	0	1	2	3	4	5
<i>FCE 0</i>	-73,496	25,096	27,939	29,842	33,524	33,439
<i>FCE 0 Acumulado</i>		25,096	53,035	82,877	116,401	149,840

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 45. Evaluación económica

<i>VAN ECONOMICO</i>	<i>S/63,423.67</i>
<i>TIR ECONOMICO</i>	<i>54%</i>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 46. Resumen evaluación económica

EVALUACION ECONOMICA		
VAN Económico (Valor actual neto Económico)	S/.63,423 .67	El VAN económico es mayor a 0, por lo tanto, se acepta el proyecto.
TIR económico (Tasa interna de retorno Económico)	54%	El TIR económico es mayor al WACC (20.427%) por lo tanto se acepta el plan.
B/C (Beneficio costo)	2.04	El B/C es mayor a 1, por lo tanto, se acepta el proyecto.

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la evaluación económica, con un costo promedio ponderado (WACC) de 20.427% se obtiene que el VAN es de S/. 63,423.67 siendo mayor a 0 y positivo, lo cual indica que el proyecto es viable y rentable, por lo tanto, conviene realizar la inversión. Por el lado de la TIR es de 54%, por lo cual se debe de ejecutar el proyecto.

7.2 Evaluación Financiera, Parámetros de Medición

Tabla 47. Evaluación financiera

AÑOS		1	2	3	4	5
Flujo de Caja Económico real	-S/ 73,496.20	S/30,208.39	S/ 40,481.04	S/52,046.10	S/ 70,379.24	S/84,501.91
Flujo de deuda						
- Ingresos por préstamos	S/ 15,000.00					
- Egresos por servicio de deuda	S/ 5,043.00	S/ 7,568.64	S/ 7,568.64	S/ 7,569.09		
Total, flujo de deuda	S/ 20,043.00	S/ 7,568.64	S/ 7,568.64	S/ 7,569.09		
Escudo						
Total, Flujo de Caja Financiero	-53453.2	22,639.75	32,912.40	44,477.01	70,379.24	84,501.91

Fuente: elaboración propia

Tabla 48. Tabla de Periodo de recuperación

Periodo de recuperación	0	1	2	3	4	5
FCE	-53,453	18,866	22,856	25,739	33,941	33,959
FCE Acumulado		18,866	22,856	25,739	33,941	33,959

Fuente: elaboración propia

Tabla 49. Evaluación Financiera

VAN FINANCIERO	S/68,256.77
TIR FINANCIERO	63%

Fuente: elaboración propia

Tabla 50. Resumen evaluación Financiera

EVALUACIÓN FINANCIERA		
<i>VAN Financiero (Valor actual neto Financiero)</i>	S/.68,256 .77	<i>El VAN económico es mayor a 0, por lo tanto, se acepta el proyecto.</i>
<i>TIR Financiero (Tasa interna de retorno Financiero)</i>	63%	<i>El TIR económico es mayor al COK (20%) por lo tanto se acepta el plan.</i>
<i>COK (Costo de Oportunidad del Capital)</i>	20%	

De acuerdo a la evaluación financiera, con un costo de oportunidad del capital (COK) de 20% se obtiene que el VAN es de S/. 68,256.77 siendo mayor a 0 y positivo, lo cual indica que el proyecto es viable y rentable.

Por otro lado, la TIR es de 63% esto significa que el proyecto presenta un monto mayor al costo de oportunidad, por lo cual debe ser ejecutado.

7.3 Evaluación Social

La empresa MOSH TOYS es una empresa nueva el cual desde sus inicios generara empleo en su comunidad esto ayudara al bienestar social de la zona y al desarrollo. Por parte de la empresa no habrá discriminación alguna por parte de los colaboradores de la empresa hacia los clientes, además como parte de una labor social invitaremos a niños de escasos recursos a nuestras instalaciones de entretenimiento para que pase un momento agradable.

7.4 Impacto Ambiental

Nuestro proyecto será amigable con el medio ambiente ya que nosotros utilizaremos materiales que no afectan al medio ambiente debido que los juegos adquiridos son de materiales que no generan contaminación.

8 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1 Conclusiones

- La implementación de un centro de entretenimiento en el distrito de San Juan de Lurigancho es viable debido a que la industria de entretenimiento es atractiva, tiene una tasa de crecimiento a nivel nacional de un 10% y localmente competidores focalizados, dándose un espacio que se pretende ocupar.
- En términos de comportamiento de clientes, existe una necesidad insatisfecha en el distrito, que se espera abarcar con nuestro centro de entretenimiento, ya que actualmente solo un competidor directo de la industria tiene participación local, (Metro la Hacienda) pero aun así no satisface la necesidad de entretenimiento familiar, centrándose exclusivamente en los niños. En otras palabras, no existe una especialización o propuestas que considere la entretenimiento familiar. La ubicación del local tiene un alto potencial para el negocio frente a uno de los mercados más grande del distrito y a una cuadra de la estación caja de agua del metro, puesto que uno de los factores claves del éxito es la cercanía al segmento objetivo.
- Los factores críticos de éxito para el centro de entretenimiento y que permitirán diferenciación con la competencia son: Modelo de Negocio, Seguridad, Entretenimiento Familiar, Diversidad de Entretenimientos enlazadas a una temática e Innovación. En relación a los riesgos principales, en cuanto a financiamiento se debe considerar la realización de un plan robusto, de evaluación continua y que se ajuste a la realidad del mercado local.
- En base a una buena estrategia de marketing y un excelente servicio podremos fidelizar nuevos clientes y así convertirnos en referentes del sector.

- En cuanto a la imitación del negocio, si bien la probabilidad es alta, la propuesta de valor es diferenciada ocupando un modelo de negocio que busca innovar continuamente frente a los nuevos competidores que desean ingresar a la industria del entretenimiento.
- De acuerdo a la evaluación económica, con un costo promedio ponderado (WACC) de 20.427% se obtiene que el VAN es de S/. 63,423.67 siendo mayor a 0 y positivo, lo cual indica que el proyecto es viable y rentable, por lo tanto, conviene realizar la inversión. Por el lado de la TIR es de 54% y el B/C es mayor a 1 por lo tanto se acepta el plan.

8.2 Recomendaciones

- Es recomendable que las empresas que se dedican al rubro del entretenimiento sean consideradas al igual que otras empresas de otros rubros, pues tiene un aporte significativo ya que este negocio tiene como finalidad la reconexión familiar.
- Para los que recién inicien un negocio, se sugiere leer bien los contratos o documentos para establecer una empresa formal como el régimen tributario, forma jurídica, laboral y todo el marco legal ya que si no se lee correctamente podemos obviar documentos importantes, que más adelante podemos ser afectados hasta con multas.
- Para determinar la demanda insatisfecha, se sugiere que las encuestas sean ejecutadas de manera cuidadosa y verídica porque tiene un impacto decisivo en los cálculos de las futuras ventas e ingresos ya que puede afectar a tu estado de pérdidas y ganancias.

REFERENCIAS:

1. APEIM (2016). Niveles Socioeconómicos 2016. Recuperado de: <http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE2016.pdf>
2. APOYO Opinión y Mercado. (2007). Perfiles zonales de la gran Lima 2007. Lima, Perú: Autor.
3. Ley de la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (1976) Universidad de San Martín de Porres. Recuperado de: http://www.derecho.usmp.edu.pe/centro_derecho_registral/Normas/Leyes/DL%20E%20IRL.pdf
4. Instituto Nacional de Estadística e Informática (2015). Estadísticas de las tecnologías de Información y Comunicaciones en los hogares. Recuperado de: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informetecnico_tecnologias-informacion-oct-nov-dic2014.pdf
5. Torres, M (2017) Régimen Mype Tributario. Recuperado de: <https://www.noticierocontable.com/regimen-mype-tributario/>
6. Davila, W. (2010) Tipos de Sociedades. Recuperado de: <http://resultadolegal.com/tipos-de-sociedades/>
7. Aswath Damodaran (2017) Beta. Recup
6. Pancorvo Corcuera, Jorge (2010). Organizaciones de Servicios. Lima, Editorial Impresa
Cadillo S.R.L. Cuarta edición.
7. Bradley Richard y Myers, Stewart (2003). "Principios de finanzas corporativas". En Finanzas corporativas. Madrid: McGraw-Hill. Séptima edición.

8. Ross, Westerfield & Jaffe (2008). "Flujo de Caja y Proyecciones Financieras con

Análisis de Riesgo". En Finanzas Corporativas. Ciudad: Mc Graw Hill. Octava edición.

9. Radio Capital. Pe (2016). ¿Cuánto Gastan los peruanos en Fiestas Infantiles? Recuperado de:

<http://www.capital.com.pe/actualidad/cuanto-gastan-los-peruanos-en-fiestas-infantilesnoticia-971893>.

10. SEMANA ECONÓMICA 2017. Recuperado de:
<http://semanaeconomica.com/tema/economiaperuana-en-el-2017/>

11. Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI (2016). Tecnologías de la Información. Recuperado de: <https://www.inei.gob.pe/biblioteca-virtual/boletines/tecnologias-de-lainformaciontic/1/>.

12. Correo. (3 de abril de 2019). 6 pasos para constituir una empresa en Perú. Correo. Recuperado de <https://diariocorreo.pe/economia/pasos-para-constituir-una-empresaen-peru-839715/> [Consulta: 6 de abril de 2019]. Cúdate Plus (2019).

13. Stutely, R (2000) Plan de negocios: La estrategia inteligent. Prentice Hall. México.

14. Davila, W. (2010) Tipos de Sociedades. Recuperado de:
<http://resultadolegal.com/tipos-de-sociedades/>

15. APOYO Opinión y Mercado. (2007). Perfiles zonales de la gran Lima 2007. Lima, Perú: Autor.

16. Banco Scotiabank. (01 de diciembre). Préstamos para capital de trabajo. Recuperado de <https://www.scotiabank.com.pe/Personas/Prestamos/Prestamos/prestamo-de-libre-disponibilidad/simulador>.

17. Superintendencia Nacional de Administración Tributaria SUNAT. (enero de 2017). Régimen MYPE Tributario - RMT. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/caracteristicasmicroPequenaEmpresa.html>

18. IPSOS APOYO S.A. (mayo de 2009). Conociendo la economía del Perú. Recuperado el 25 de agosto de 2018, de <https://slideplayer.es/slide/2978984/>

19. La República. (15 de febrero de 2018). ECONOMÍA IMPRESA CRECIMIENTO Y DESARROLLO ECONOMÍA Y SOCIEDAD INVERSIÓN PÚBLICA. Recuperado el 2018 de agosto de 23, de <https://larepublica.pe/economia/1197538-peru-crecio-25-el-2017-y-es-pordebajo-de-lo-esperado>.

20 INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS E INFORMATICA. (enero de 2010). Clasificación Industrial Internacional Uniforme. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf

21 INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS E INFORMATICA. (enero de 2017). Población en el Distrito de San Juan de Lurigancho. Recuperado de <http://censo2017.inei.gob.pe/resultados-definitivos-de-los-censos-nacionales-2017/>

22 INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS E INFORMATICA. (diciembre de 2016). INGRESO PROMEDIO MENSUAL PROVENIENTE DEL TRABAJO, SEGÚN ÁMBITO GEOGRÁFICO. Recuperado el 23 de agosto de 2018, de <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/income/>

23 Porter, Michael E. (2013). Ventaja competitiva. Creación y sostenimiento de un desempeño superior. Undécima reimpresión. México: Grupo Editorial Patria.

24 Porter, Michael E. (1995). Estrategia competitiva. Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia. Decimonovena reimpresión. México: Editorial Continental, SA, de CV.

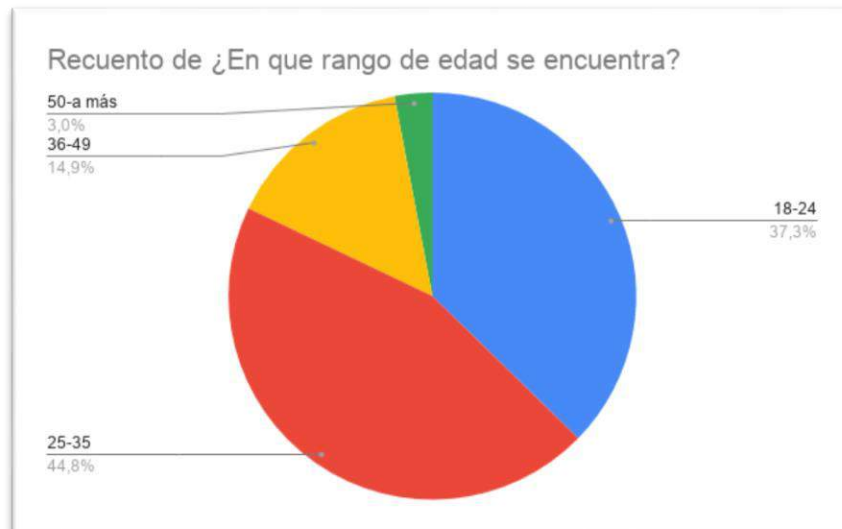
25 INDECOPI, Servicio de Solicitud de Registro de Marcas de Marcas, 2018. Recuperado de <http://servicio.indecopi.gob.pe/registroSolicitudes/index.seam>

26. CIIU – Clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas, Instituto Nacional de Estadística e Informática, Lima, enero de 2010 Dirección Nacional de Cuentas Nacionales del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaless/Est/Lib0883/Libro.pdf

ANEXO

Anexo n°1 Validación de encuesta

1. En que rango de edad se encuentra

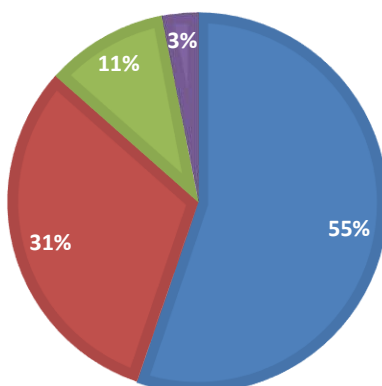


Entre el rango de edades, la que resalto entre los encuestados fue de 18 a 24 años con 37.3 % personas. Siguiéndole el rango de 25 a 35 con 44,8%. Siguiéndole el rango de 36 a 49 con 14.9% y por último el rango de 50 a más con 3%.

2. ¿Cuántos son los integrantes que viven en su hogar?

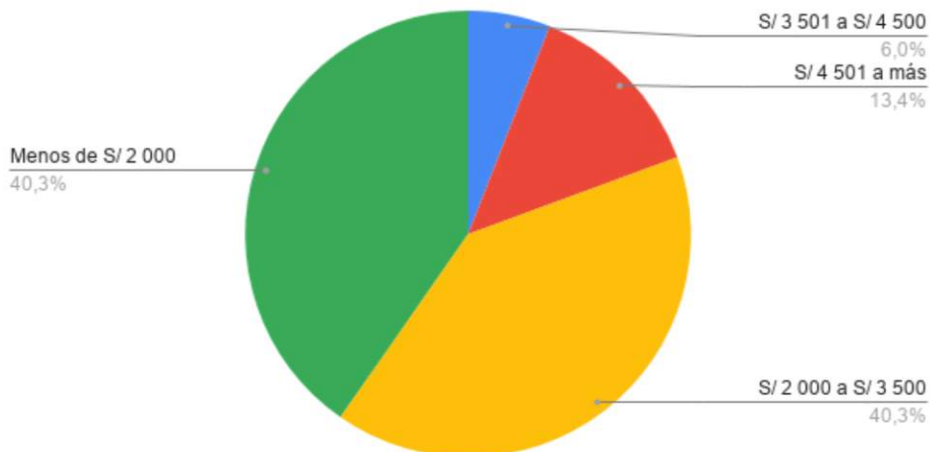
¿CUÁNTOS SON LOS INTEGRANTES QUE VIVEN EN SU HOGAR?

■ 1 INTEGRANTE ■ 2 INTEGRANTE ■ 3 INTEGRANTES ■ MAS DE 3



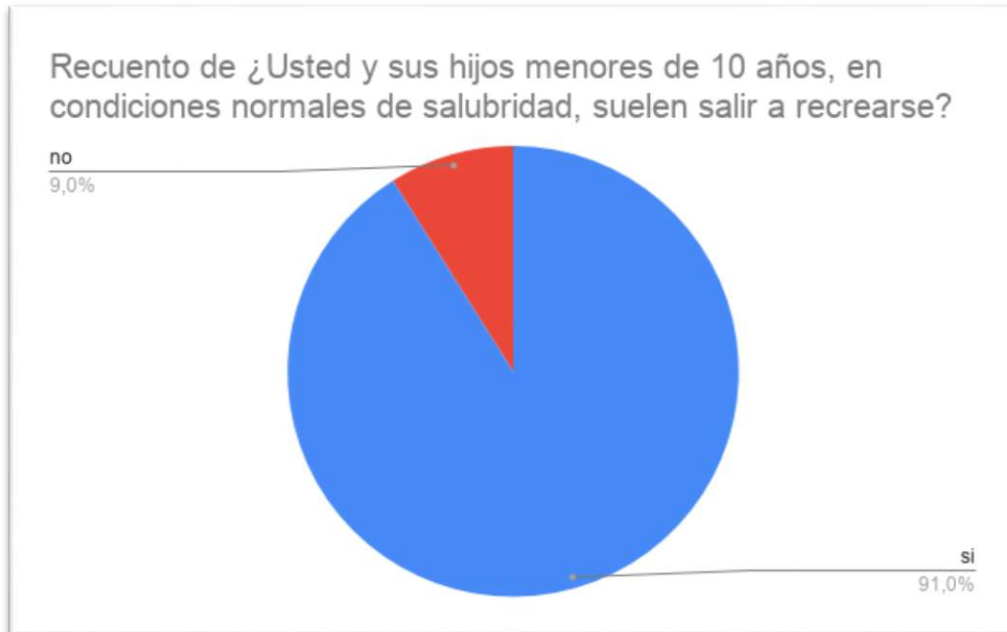
3. ¿En qué rango de ingreso familiar (todos los integrantes en edad de trabajar) mensual se encuentra su hogar?

Recuento de ¿En qué rango de ingreso familiar (todos los integrantes en edad de trabajar) mensual se encuentra su



Entre el rango de los ingresos familiares, la que resalto entre los encuestados fue de menos de s/2000 con 40.3 % personas. Siguiéndole el rango de s/2000 a S/3500 con 40,3%. Siguiéndole el rango de s/3501 a s/4500 con 6.0% y por último el rango de s/4501 a más con 13.4%.

4. ¿Usted y sus hijos menores de 10 años, en condiciones normales de salubridad, suelen salir a recrearse?



En la pregunta de si suelen salir a recrearse, la que resalto entre los encuestados fue un no con 9.0% y un si con 91.0%

5. Si su respuesta a la pregunta anterior fue Sí, por favor indique ¿A dónde suele ir a recrearse con sus hijos en San Juan de Lurigancho?



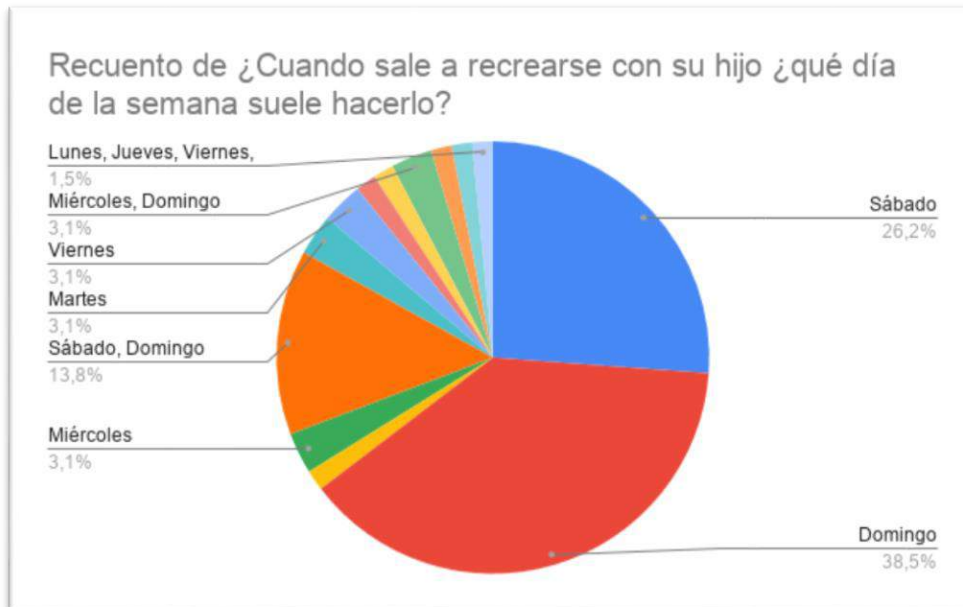
Entre los encuestados el 1.5 % eligió la casa de abuela, el 6.0% Mac Donald, el 4.5% el parque, el 14.9 % prefieren ir al cine, el 1.5 % montar bicicleta y el juego de pollería un 11.9 %.

6. ¿Con qué frecuencia suele salir a recrearse con sus niños?



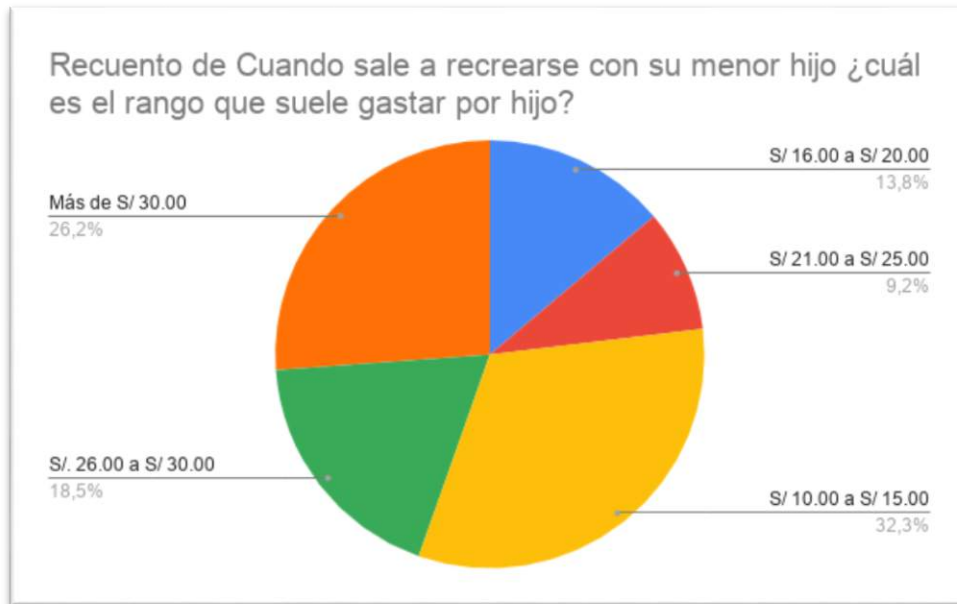
Entre los encuestados el 72.7 % suele ir a recrearse 1 vez por semana, el 21.2% 2 veces por semana y el 6.1 % 3 veces por semana.

7. Cuando sale a recrearse con su hijo ¿qué día de la semana suele hacerlo?



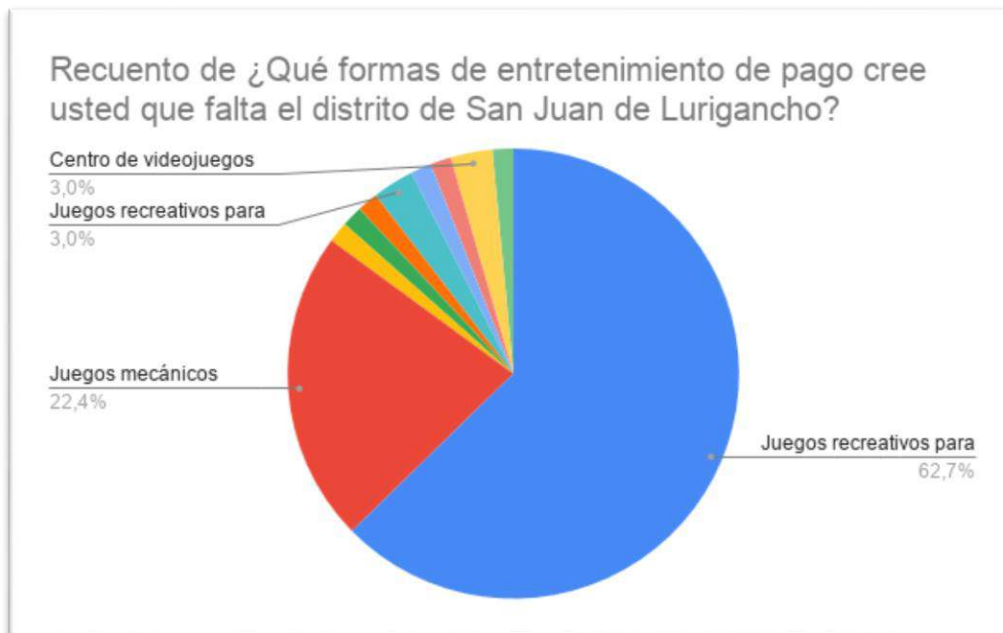
Entre los encuestados el día lunes, jueves y viernes son el 1.5 %, los días miércoles y domingos el 3.1 % solo los viernes un 3.1%, solos los días martes un 3.1%, solo los sábados un 26.2 % y solamente el domingo un 35,5%.

8. Cuando sale a recrearse con su menor hijo ¿cuál es el rango que suele gastar por hijo?



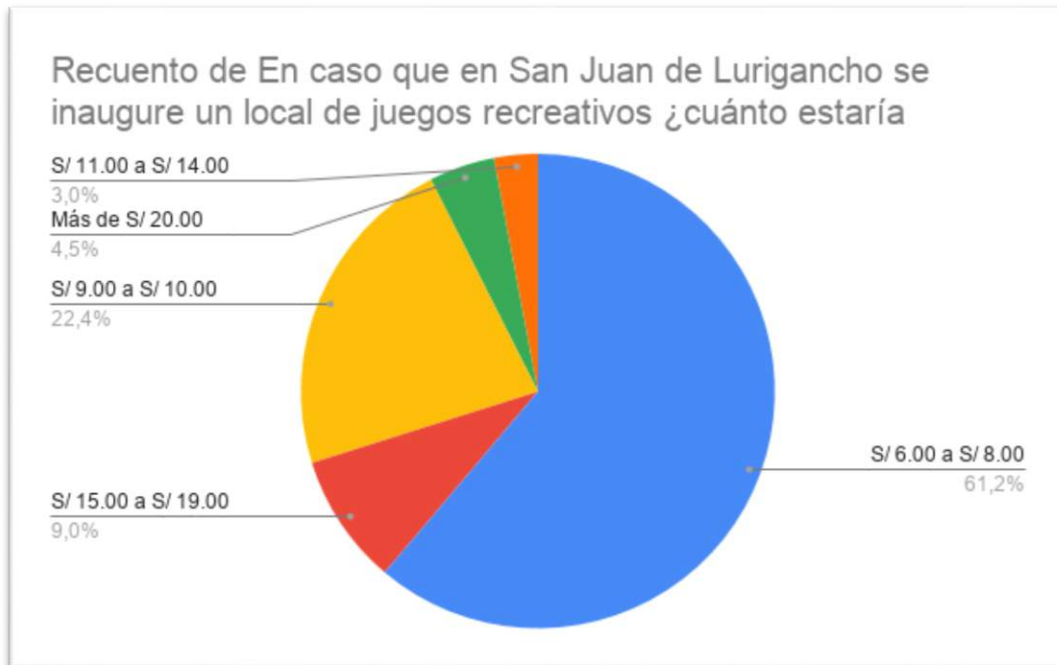
Entre los encuestados prefieren gastar en sus hijos más de s/30 un 26.2%, entre s/26 a s/30 un 18.5%, entre s/16 a s/20 un 13.8 % y entre s/21 a s/25 un 9.2% y finalmente entre s/10 a s/15 un 32.3%.

9. ¿Qué formas de entretenimiento de pago cree usted que falta el distrito de San Juan de Lurigancho?



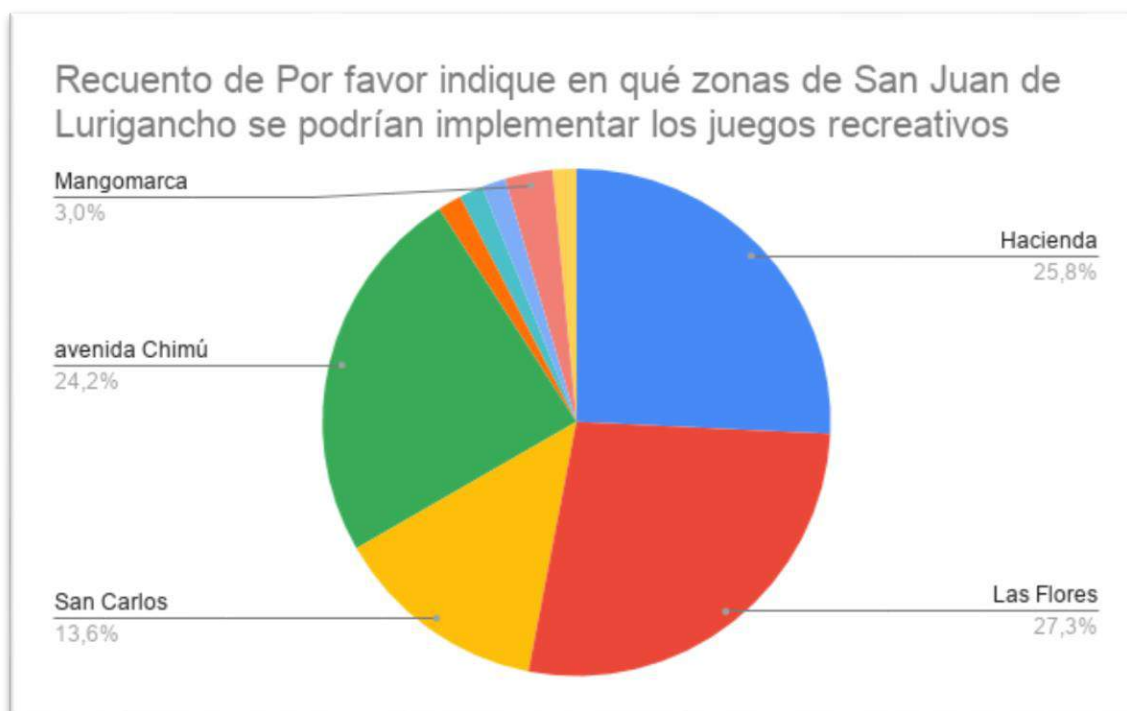
Entre los encuestados el 62.7% creen que le falta al distrito implementar juegos recreativos, seguido por un 22.4% de juegos mecánicos, y finalmente seguidos por un 3.0% centro de videojuegos.

10. en caso que en San Juan de Lurigancho se inaugure un local de juegos recreativos ¿cuánto estaría dispuesto a pagar por juego (cama saltarina, resbaladiza, laberinto, piscina de pelotas, etc.)?



Entre los encuestados el 61.2% estarían dispuesto a pagar entre s/6 a s/8, seguido por un 9% que estaría dispuesto a pagar entre s/15 a s/19, seguido por un 22.4% estaría dispuesto pagar entre s/9 a s/10, un 4.5% más de s/20, finalmente un 3% entre s/11 a s/14.

11. Por favor indique en qué zonas de San Juan de Lurigancho se podrían implementar los juegos recreativos



Entre los encuestados el 27.3% eligieron la avenida las flores, seguido por un 25.8% metro la hacienda, seguido por un 24.2% por la avenida gran chimú y finalmente un 13.6% en san Carlos.

12. ¿Qué tan dispuesto estaría usted en comprar a través de la web (online) los tickets para los juegos recreativos?



Entre los encuestados el 35.8% compraría los tickets online, seguido por probablemente un 34.3%, seguido por definitivamente no un 7.5%, un 7.5% no sabe/no opina, un 10.4% podría/ no podría y finalmente un 4.5 % probablemente no.

Anexo n°2: Solicitud de registro de Marca de producto y/o servicio



DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS

SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA DE PRODUCTO Y/O SERVICIO

SECCIÓN 1. SOLICITANTE		<input type="checkbox"/> Persona Natural	<input type="checkbox"/> Persona Jurídica
1.1. Datos del Solicitante			
Nombre o Denominación / Razón Social _____			
Documento de Identidad _____		RUC _____	
NACIONALIDAD / PAÍS DE CONSTITUCIÓN	DIRECCIÓN DEL SOLICITANTE, CALLE, N°, DISTRITO, PROVINCIA, DPTO.		
CORREO ELECTRÓNICO DEL SOLICITANTE	N° FAX	N° TELEFONO	
1.2 Datos del Representante o Apoderado (llenar sólo en el caso de contar con representante)			
Nombre o Denominación / Razón Social _____		Documento de Identidad _____	RUC _____
DIRECCIÓN DEL REPRESENTANTE EN EL PERÚ, CALLE, N°, DISTRITO, PROVINCIA, DPTO. (DOMICILIO PARA EFECTO DE NOTIFICACIONES)			
CORREO ELECTRÓNICO DEL REPRESENTANTE EN EL PERÚ	N° FAX	N° TELEFONO	
<input type="checkbox"/> Se adjunta documentación que acredita representación.			
<input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación ha sido presentada en el Expediente N°:			
<input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación se entregará en una fecha posterior.			

SECCIÓN 2. DATOS RELATIVOS A LA MARCA		
2.1. Tipo de Marca		
<input type="checkbox"/> DENOMINATIVA	<input type="checkbox"/> FIGURATIVA	<input type="checkbox"/> OTROS (especificar:)
<input type="checkbox"/> DENOMINATIVA CON GRAFÍA ESPECIAL	<input type="checkbox"/> MIXTA	_____

2.2. Indicación de la Marca
(En caso de ser una marca denominativa consignar la denominación)

2.3. Reproducción de la Marca
(En caso de marcas mixtas, figurativas, denominativas con grafía especial o otras, adjunte o inserte el facsímil)

2.4. Precise si desea proteger el color o colores como parte de la Marca: - SI NO

2.5. Lista de Productos y/o Servicios (deberá pagar una tasa de tramitación por cada clase en la que solicite el registro)

CLASE	PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

MARCAR ESTE RECUADRO SI EL ESPACIO ANTERIOR NO ES SUFICIENTE. EN TAL CASO, INDIQUE LOS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS EN EL ANEXO A.

SECCIÓN 3. REIVINDICACIÓN DE PRIORIDAD (llenar sólo en caso de tenerla)

3.1. Número de la solicitud cuya prioridad que reivindica	3.2. Fecha de presentación	3.3. País de presentación

3.4. Documentos relativos a la prioridad extranjera

CÓPIA DE LA SOLICITUD CERTIFICADA POR LA AUTORIDAD QUE LA EXPIDIO (traducida al Español, de ser el caso)

- SE ADJUNTA CON LA PRESENTE SOLICITUD
- SE APORTARÁ DENTRO DEL PLAZO ESTABLECIDO EN EL ARTICULO 16 DE LA DECISIÓN 486

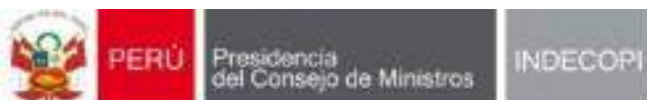
SECCIÓN 4. INTERÉS REAL PARA OPOSICIÓN ANDINA (llenar sólo de ser el caso)

Esta solicitud se presenta para acreditar el interés real de la oposición formulada en el Expediente N°

.....
Firma

.....
Nombre del firmante

Anexo N° 03: Solicitud de registro de nombre comercial



DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS

SOLICITUD DE REGISTRO DE NOMBRE COMERCIAL

SECCIÓN 1. SOLICITANTE		<input type="checkbox"/> Persona Natural	<input type="checkbox"/> Persona Jurídica
1.1. Datos del Solicitante			
Nombre o Denominación / Razón Social _____			
Documento de Identidad _____		RUC _____	
NACIONALIDAD / PAIS DE CONSTITUCIÓN	DIRECCIÓN DEL SOLICITANTE: CALLE, N°, DISTRITO, PROVINCIA, DPTO.		
CORREO ELECTRÓNICO DEL SOLICITANTE	N° FAX	N° TELEFONO	
1.2 Datos del Representante o Apoderado (llenar sólo en el caso de contar con representante)			
Nombre o Denominación / Razón Social _____		Documento de Identidad _____	RUC _____
DIRECCIÓN DEL REPRESENTANTE EN EL PAIS: CALLE, N°, DISTRITO, PROVINCIA, DPTO. (DOMICILIO PARA EFECTOS DE NOTIFICACIONES)			
CORREO ELECTRÓNICO DEL REPRESENTANTE EN EL PAIS	N° FAX	N° TELEFONO	
<input type="checkbox"/> Se adjunta documentación que acredita representación.			
<input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación ha sido presentada en el Expediente N°:			
<input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación se entregará en una fecha posterior.			
SECCIÓN 2. DATOS RELATIVOS DEL NOMBRE COMERCIAL SOLICITADO			
2.1. Tipo de Nombre Comercial			
<input type="checkbox"/> DENOMINATIVO	<input type="checkbox"/> FIGURATIVO	<input type="checkbox"/> OTROS (especificar): _____	
<input type="checkbox"/> DENOMINATIVO CON GRAFÍA ESPECIAL	<input type="checkbox"/> MIXTO	_____	

2.2. Indicación del Nombre Comercial

(En caso de ser un nombre comercial denominativo, consigne la denominación)

2.3. Reproducción del Nombre Comercial

(En el caso de nombres comerciales mixtos, figurativos, denominativos con grafía u otros, adjunte o inserte el facsímil)

2.4. Precise si desea proteger el color o colores como parte del Nombre Comercial: SI NO

2.5. Lista de Actividades Económicas (deberá pagar una tasa de tramitación por cada clase en la que solicite el registro)

CLASE	ACTIVIDADES ECONÓMICAS

MARCAR ESTE RECUADRO SI EL ESPACIO ANTERIOR NO ES SUFICIENTE. EN TAL CASO, INDIQUE LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS EN EL ANEXO A.

2.6. Fecha de primer uso (el cual deberá ser anterior a la fecha de presentación de la solicitud)

____/____/____
Dia Mes Año

Se adjunta documentación que sustenta el primer uso del Nombre Comercial.

Documentación que acredita el primer uso ha sido presentado en el expediente N°:

Documentación que sustenta el primer uso se entregará en una fecha posterior.

SECCIÓN 3. REIVINDICACIÓN DE PRIORIDAD (llenar sólo en caso de tenerla)

3.1. Número de la solicitud cuya prioridad que reivindica

3.2. Fecha de presentación

3.3. País de presentación

3.4. Documentos relativos a la prioridad extranjera

COPIA DE LA SOLICITUD CERTIFICADA POR LA AUTORIDAD QUE LA EXPIDIÓ (traducida al Español, de ser el caso)

SE ADJUNTA CON LA PRESENTE SOLICITUD

SE APORTARÁ DENTRO DEL PLAZO ESTABLECIDO EN EL ARTÍCULO 16 DE LA DECISIÓN 486

.....
Firma

.....
Nombre del firmante

Anexo N° 04: Minuta de constitución de empresa E.I.R.L.

SIRVASE EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PÚBLICAS UNA DE CONSTITUCION DE **EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA** QUE OTORGAN DON:

....., NACIONALIDAD
PERUANA,
OCUPACION....., DNI N°....., ESTADO CIVIL CASADO
CON....., NACIONALIDAD
PERUANA,
OCUPACION....., DNI N°..... CON DOMICILIO
UBICADO
EN.....N°..... URBANIZACION

DISTRITO....., PROVINCIA LIMA, DEPARTAMENTO DE LIMA, EN LOS TERMINOS DE LAS CLAUSULAS SIGUIENTE:

PRIMERA. - POR LA PRESENTE, DON..... CONSTITUYE UNA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA BAJO LA DENOMINACION DE E.I.R.L.
CON DOMICILIO EN LA CIUDAD DE LIMA, INICIA SUS OPERACIONES A PARTIR DE SU INSCRIPCION EN EL REGISTRO MERCANTIL CON UNA DURACION INDEFINIDA, PUDIENDO ESTABLECER SUCURSALES EN TODO EL TERRITORIO NACIONAL.

SEGUNDA. - LA EMPRESA TIENE POR OBJETO DEDICARSE A: -----

SE ENTIENDE INCLUIDO EN EL OBJETO LOS ACTOS RELACIONADOS CON EL MISMO, QUE COADYUVEN A LA REALIZACION DE SUS FINES EMPRESARIALES, PARA CUMPLIR DICHO OBJETO, PODRA REALIZAR TODOS AQUELLOS ACTOS Y CONTRATOS QUE SEAN LICITOS, SIN RESTRICCION ALGUNA.

TERCERA. -
EL CAPITAL DE LA EMPRESA ES DE S/
(
..... CON 00/100 NUEVOS SOLES), DISGREGADO DE LA SIGUIENTE MANERA:

- EN EFECTIVO S/.

ESTOS BIENES SE DETALLAN EN LA DECLARACION JURADA QUE SE ANEXA A LA PRESENTE Y FORMA PARTE INTEGRANTE DE LA ESCRITURA PUBLICA QUE ESTA MINUTA ORIGINE.

EL CAPITAL ESTA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO.

CUARTA. - SON ORGANOS DE LA EMPRESA EL TITULAR Y LA GERENCIA. EL REGIMEN QUE LE CORRESPONDE ESTA SEÑALADO EN EL DECRETRO LEY 21621, ARTICULO 39° Y 50° RESPECTIVAMENTE Y DEMAS NORMAS MODIFICATORIAS Y COMPLEMENTARIAS.

QUINTA. - LA GERENCIA ES EL ORGANO QUE TIENE A SU CARGO LA ADMINISTRACION Y REPRESENTACION DE LA EMPRESA. SERA DESEMPEÑADA POR UNA O MAS PERSONAS NATURALES, EL CARGO DE GERENTE ES INDELEGABLE.

EN CASO DE QUE EL CARGO DE GERENTE RECAIGA EN EL TITULAR, ESTE SE DENOMINARA TITULAR GERENTE.

SEXTA. - LA DESIGNACION DEL GERENTE SERA EFECTUADA POR EL TITULAR, LA DURACION DEL CARGO ES INDEFINIDA, AUNQUE PUEDE SER REVOCADO EN CUALQUIER MOMENTO.

SEPTIMA. - CORRESPONDE AL GERENTE:

A.- ORGANIZAR EL REGIMEN INTERNO DE LA EMPRESA

B.- CELEBRAR CONTRATOS INHERENTES AL OBJETO DE LA EMPRESA, FIJANDO SUS CONDICIONES, SUPERVIGILAR Y FISCALIZAR EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES DE LA EMPRESA.

C.- REPRESENTAR A LA EMPRESA ANTE LOS PODERES DEL ESTADO, INSTITUCIONES NACIONALES Y EXTRANJERAS, GOZANDO DE LAS FACULTADES GENERALES Y ESPECIALES A QUE SE REFIERE LOS ARTICULOS 74, 75, 77 Y 436 DEL CODIGO PROCESAL CIVIL. TAMBIEN GOZA DE LAS FACULTADES A QUE SE REFIERE EL ARTICULO 10° DE LA LEY N° 26636.

D.- CUIDAR LOS ACTIVOS DE LA EMPRESA

E.- ABRIR Y CERRAR CUENTAS CORRIENTES, BANCARIAS, MERCANTILES, Y GIRAR CONTRA LAS MISMAS, COBRAR Y ENDOSAR CHEQUES DE LA EMPRESA ASI COMO ENDOSAR Y DESCONTAR DOCUMENTOS DE CREDITO, SOLICITAR SOBREGIROS, PRESTAMOS, CREDITOS O FINANCIACIONES PARA DESARROLLAR EL OBJETO SOCIAL CELEBRANDO LOS CONTRATOS RESPECTIVOS.

F.- SUSCRIBIR CONTRATOS DE ARRENDAMIENTO

G.- AUTORIZAR A SOLA FIRMA LA ADQUISICION DE BIENES, CONTRATACION DE OBRAS Y PRESTACION DE SERVICIOS PERSONALES.

H.- NOMBRAR, PROMOVER, SUSPENDER Y DESPEDIR A LOS EMPLEADOS Y SERVIDORES DE LA EMPRESA.

I.- CONCEDER LICENCIA AL PERSONAL DE LA EMPRESA.

J.- CUIDAR DE LA CONTABILIDAD Y FORMULAR EL ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS, EL BALANCE GENERAL DE LA EMPRESA Y LOS DEMAS ESTADOS Y ANALISIS CONTABLES QUE SOLICITE EL TITULAR.

OCTAVA. - PARA TODO LO NO PREVISTO RIGEN LAS DISPOSICIONES CONTENIDAS EN EL D.L. 21621 Y AQUELLAS QUE LO MODIFIQUEN O COMPLEMENTEN.

DISPOSICION TRANSITORIA. - DON EJ
..... EJ
ERCERA

EL CARGO DE TITULAR GERENTE DE
LA EMPRESA.....
.....E.I.R.L., CON DOMICILIO EN AQUEL SEÑALADO EN LA
INTORDUCCION DEL PRESENTE.

CLAUSULA ADICIONAL I.- DE CONFORMIDAD CON EL ARTICULO 315° DEL
CODIGO CIVIL INTERVIENE
CONYUGE

DE, AUTORIZANDO
EXPRESAMENTE EL
APORTE DE BIENES MUEBLES. AGREGUE USTED SEÑOR NOTARIO LO QUE
FUERE DE LEY, Y CURSE LAS PARTES RESPECTIVOS A LOS REGISTROS
PUBLICOS DE LIMA.

..... DE..... DEL
2020.

DECLARACION JURADA DE APORTE DE BIENES

POR EL PRESENTE DOCUMENTO, YO....., EN
MI CALIDAD DE TITULAR GERENTE DESIGNADO DE LA EMPRESA
DENOMINADA “..... E.I.R.L.”, QUE SE
CONSTITUYE, DECLARO BAJO JURAMENTO HABER RECIBIDO LOS BIENES
MUEBLES QUE A CONTINUACION SE PRECISAN, COMO APORTE AL CAPITAL
SOCIAL DE LA PRECITADA EMPRESA:

DETALLE DE LOS BIENES APORTADOS VALORIZADOS EN S/.

.....

....., **APORTA A LA EMPRESA LOS SIGUIENTES BIENES MUEBLES:**

1.- S/.....

2.-

S/.....

3.- S/.....

TOTAL, S/:

LO QUE HACE UN TOTAL GENERAL DE S/..... (..... Y 00/100 NUEVOS SOLES), COMO APORTE EN BIENES MUEBLES AL CAPITAL DE LA EMPRESA.

..... DE..... DEL
2020.

(NOMBRES Y APELLIDOS) TITULAR GERENTE
DNI N°

ANEXO nº05: CONTRATO DE TRABAJO DE NATURALEZA TEMPORAL POR INICIO O INCREMENTO DE NUEVA ACTIVIDAD

Conste por el presente documento el Contrato de Trabajo a plazo fijo bajo la modalidad de “Contrato por inicio o incremento de actividad” que celebran al amparo del Art. 57º de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. Nº 003-97-TR y normas complementarias, de una parte (1)....., con R.U.C. Nº.....y domicilio fiscal en, debidamente representada por el señor (2)con D.N.I. Nº....., a quien en adelante se le denominará simplemente EL EMPLEADOR; y de la otra parte don (3).....; con D.N.I. Nº....., domiciliado en.....a quien en adelante se le denominará simplemente EL TRABAJADOR; en los términos y condiciones siguientes: PRIMERO: EL EMPLEADOR (4)requiere cubrir las necesidades (colocar la justificación del uso de esta modalidad) SEGUNDO: Por el presente documento EL EMPLEADOR contrata a plazo fijo bajo la modalidad ya indicada, los servicios de EL TRABAJADOR quien desempeñará el cargo de (5)....., en relación con las causas objetivas señaladas en la cláusula anterior. TERCERO: El plazo de duración del presente contrato es de.....(máximo tres años), y rige desde eldel 2013, fecha en que debe empezar sus labores EL TRABAJADOR hasta eldedel 2013, fecha en que termina el contrato. CUARTO: EL TRABAJADOR estará sujeto a un período de prueba de tres meses, la misma que inicia elde del 2013 y concluye el.....de.....del 2013. QUINTO: EL TRABAJADOR cumplirá el horario de trabajo siguiente: De lunes a..... de.....horas a..... horas. SEXTO: EL TRABAJADOR deberá cumplir con las normas propias del Centro de Trabajo, así como las contenidas en el Reglamento interno de Trabajo (en caso cuente con uno debidamente registrado ante la AAT) y en las demás

normas laborales, y las que se impartan por necesidades del servicio en ejercicio de las facultades de administración de la empresa, de conformidad con el Art. 9º de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97-TR.

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

OCTAVO: Queda entendido que EL EMPLEADOR no está obligado a dar aviso alguno adicional referente al término del presente contrato, operando su extinción en la fecha de su vencimiento conforme la cláusula tercera, Sistema Normativo de Información Laboral. Oportunidad en la cual se abonará al TRABAJADOR los beneficios sociales que le pudieran corresponder de acuerdo a ley. NOVENO: Este contrato queda sujeto a las disposiciones que contiene el TUO del D. Ley. N° 728 aprobado por D. S. N° 003-97-TR Ley de Productividad y Competitividad Laboral, y demás normas legales que lo regulen o que sean dictadas durante la vigencia del contrato. Como muestra de conformidad con todas las cláusulas del presente contrato firman las partes, por triplicado a los.....días del mes de.....del año 2013. ----- EL EMPLEADOR EL TRABAJADOR

(1) Colocar nombre de la empresa

(2) Colocar el nombre del representante de la empresa

(3) Colocar el nombre del trabajador

(4) Colocar el Objeto Social de la empresa y la justificación del uso de esta modalidad.

(5) Indicar el cargo del trabajador

DEBEMOS TENER EN CUENTA

- Duración del contrato plazo máximo según modalidad.
- Modalidad, indicar causas objetivas de la contratación.

- Estatus laboral, puesto u ocupación.
- Período de prueba acordado, (el plazo convencional es de 03 meses).
- Ampliación del período de prueba acordada en caso sea necesario

Anexo n°05: Encuesta para la validación de preguntas

Estimados vecinos del distrito de San Juan de Lurigancho solicito su apoyo para poder responder la encuesta. El objetivo de la investigación es conocer las preferencias y hábitos de recreación de sus hijos menores de 10 años.

Sexo: Femenino

Masculin

n° integrantes en la

N° niños en el hogar

1. En que rango de edad se encuentra:

a) 18-24

b) 25-35

c) 36-49

d) 50 a más

2. ¿Cuántos son los integrantes que viven en su hogar?

a) 2

b) 3

c) 4

d) 5

e) Más de 5

3. ¿En qué rango de ingreso familiar (todos los integrantes en edad de trabajar) mensual se encuentra su hogar?

a) Menos de S/ 2 000

b) S/ 2 000 a S/ 3 500

c) S/ 3 501 a S/ 4 500

d) S/ 4 501 a más

4. ¿Usted y sus hijos menores de 10 años, en condiciones normales de salubridad, suelen salir a recrearse?

a) Sí

b) No

5. Si su respuesta a la pregunta anterior fue Sí, por favor indique ¿A dónde suele ir a recrearse con sus hijos en San Juan de Lurigancho?

- a) Cine
- b) McDonald's
- c) Juegos en el supermercado Metro
- d) Juegos de pollerías
- e) Comer
- f) Otro (indicar) _____

6. ¿Con qué frecuencia suele salir a recrearse con sus niños?

- a) 1 vez a la semana
- b) 2 veces a la semana
- c) 3 veces a la semana
- d) 4 veces a la semana
- e) Más de 4 veces a la semana

7. Cuando sale a recrearse con su hijo ¿qué día de la semana suele hacerlo?
Respuesta múltiple.

- a) lunes
- b) martes
- c) miércoles
- d) jueves
- e) viernes
- f) sábado
- g) Domingo

8. Cuando sale a recrearse con su menor hijo ¿cuál es el rango que suele gastar por hijo?

- a) S/ 10.00 a S/ 15.00
- b) S/ 16.00 a S/ 20.00

c) S/ 21.00 a S/ 25.00

d) S/. 26.00 a S/ 30.00

c) Más de S/ 30.00

9. ¿Qué formas de entretenimiento de pago cree usted que falta el distrito de San Juan de Lurigancho? Respuesta múltiple.

a) Juegos recreativos para niños

b) Centro de videojuegos para niños

c) Juegos mecánicos

d) Otro (indicar) _____

10. En caso que en San Juan de Lurigancho se inaugure un local de juegos recreativos ¿cuánto estaría dispuesto a pagar por juego (cama saltarina, resbaladiza, laberinto, piscina de pelotas, etc.)?

a) S/ 6.00 a S/ 8.00

b) S/ 9.00 a S/ 10.00

c) S/ 11.00 a S/ 14.00

d) S/ 15.00 a S/ 19.00

e) Más de S/ 20.00

11. Por favor indique en qué zonas de San Juan de Lurigancho se podrían implementar los juegos recreativos

a) Chimú

b) Las Flores

c) Hacienda

d) San Carlos

e) Otro (indicar) _____

12. ¿Qué tan dispuesto estaría usted en comprar a través de la web (online) los tickets para los juegos recreativos?

a) Definitivamente compraría

b) Probablemente compraría

- c) Podría/ no podría comprar
- d) Probablemente no compraría
- e) Definitivamente no compraría
- f) No Sabe /No Opina

