



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

**PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE FIGURAS CON
DIORAMAS DE ANIME A PEDIDO EN LA CIUDAD DE LIMA**

**PRESENTADO POR
JOSÉ LUIS MORALES LUYO**

PLAN DE NEGOCIO

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

LIMA – PERÚ

2017



Reconocimiento - No comercial

CC BY-NC

El autor permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, y aunque en las nuevas creaciones deban reconocerse la autoría y no puedan ser utilizadas de manera comercial, no tienen que estar bajo una licencia con los mismos términos.

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



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

Facultad de
Ciencias Administrativas
y Recursos Humanos

PLAN DE NEGOCIOS

**PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE FIGURAS CON DIORAMAS DE
ANIME A PEDIDO EN LA CIUDAD DE LIMA**

PRESENTADO POR

Bachiller: José Luis Morales Luyo

**PLAN DE NEGOCIO PRESENTADO PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL
DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

LIMA-PERÚ

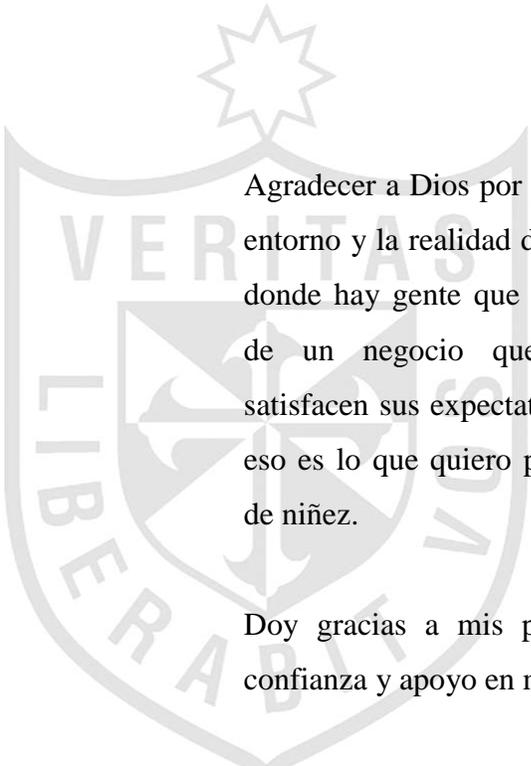
2017



DEDICATORIA

A mis padres y hermanos, quienes con todo su esfuerzo me han apoyado siempre en todo.

Muchas gracias por ayudarme a cumplir mis sueños en el sendero de la formación personal y profesional.



AGRADECIMIENTO

Agradecer a Dios por permitirme conocer todo el entorno y la realidad de un segmento de mercado donde hay gente que necesita el establecimiento de un negocio que provea productos que satisfacen sus expectativas y anhelos de infancia, eso es lo que quiero proyectar, el vender sueños de niñez.

Doy gracias a mis padres y hermanos por la confianza y apoyo en mí desde un inicio.

Doy gracias a todos mis profesores, por confiar en mí para la elaboración, evaluación y sustento de este plan de negocios, ya

Que sus aportes han sido de gran ayuda y refuerzo para culminarlo satisfactoriamente.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO.....	11
1.- ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN.....	12
2.- ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES.....	13
2.1. Nombre o razón social.....	13
2.2. Actividad económica o codificación internacional (CIU).....	13
2.3. Ubicación y factibilidad municipal y sectorial.....	14
2.4. Objetivos de la empresa, principio de la empresa en marcha.....	15
2.5. Ley de mypes, micro y pequeña empresa característicos.....	18
2.6. Estructura organizacional.....	19
2.7. Cuadro de asignación de personal.....	23
2.8. Forma jurídica empresarial.....	23
2.9. Registro de marca y procedimiento en Indecopi.....	24
2.10. Requisitos y trámites municipales.....	26
2.11. Régimen tributario procedimiento desde la obtención del RUC y modalidades.....	28
2.12. Registro de planillas electrónica (Plame).....	30
2.13. Régimen laboral especial y general laboral.....	30
2.14. Modalidades de contratos laborales.....	31
3.- ESTUDIO DE MERCADO.....	32
3.1. Descripción del entorno del mercado.....	38
3.2. Ámbito de acción del negocio.....	40
3.3. Descripción del bien o del servicio.....	41
3.4. Estudio de la demanda.....	42
3.5. Estudio de la oferta.....	44
3.6. Determinación de la demanda insatisfecha.....	44
3.7. Proyecciones y provisiones para comercializar.....	48
3.8. Descripción de la política comercial.....	50
3.9. Cuadro de la demanda proyectada para el negocio.....	51

4.- ESTUDIO TÉCNICO.....	53
4.1. Tamaño del negocio, factores determinantes.....	54
4.2. Proceso y tecnología.....	55
4.3. Localización del negocio, factores determinantes.....	65
4.4 Desarrollo del producto.....	68
4.5 Materia prima.....	68
5.- ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO.....	69
5.1. Inversión fija.....	69
5.2. Capital de trabajo.....	72
5.3. Inversión total.....	72
5.4. Estructura de la inversión y financiamiento.....	73
5.5. Fuentes financieras.....	73
5.6. Condiciones de crédito.....	74
6.- ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS.....	75
6.1. Presupuesto de los costos.....	75
6.2. Punto de equilibrio.....	78
6.3. Estado de ganancias y pérdidas.....	80
6.4. Presupuesto de ingresos.....	80
6.5. Presupuesto de egresos.....	81
6.6. Balance general.....	82
7.- EVALUACIÓN.....	83
7.1. Evaluación del costo de oportunidad – COK.....	83
7.2. Evaluación del costo promedio ponderado de capital - CPPK.....	85
7.3. Análisis de sensibilidad.....	86
7.4. Evaluación social.....	87
7.4. Evaluación ambiental.....	87

8.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	89
8.1. Conclusiones.....	89
8.2. Recomendaciones.....	89
<u>BIBLIOGRAFIA</u>	91
<u>ANEXOS</u>	93
Anexo N°01: Como realizar una figura con cerámica en frio.....	88
Anexo N° 02: Modelos de dioramas y figuras realizados por Dioramanga.....	90



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1: Costo para licencia de funcionamiento.....	15
Tabla N°2: Cuadro de la microempresa.....	19
Tabla N°3: Cuadro de planilla de sueldos.....	23
Tabla N°4: Cuadro de datos a tener en cuenta para elegir una SAC.....	24
Tabla N°5: Modalidades de grupos tributarios.....	29
Tabla N°6: Tabulaciones de mi sondeo de mi demanda insatisfecha.....	48
Tabla N°7: Oferta proyectada de la empresa Dioramanga S.A.....	55
Tabla N°8: Diagrama de gantt del subproceso compra de insumos a proveedores.....	57
Tabla N°9: Diagrama de gantt de pedido y fabricación.....	57
Tabla N°10: Diagrama de gantt de distribución.....	58
Tabla N°11: Equipos y mobiliarios.....	59
Tabla N°12: Inversión.....	59
Tabla N°13: Equipos y mobiliarios.....	63
Tabla N°14: Matriz de factores.....	66
Tabla N°15: Matriz ponderación de factores.....	67
Tabla N°16: Inversión en equipos.....	69
Tabla N°17: Inversión en mobiliario.....	70
Tabla N°18: Inversión de constitución.....	71
Tabla N°19: Inversión en instalación.....	71
Tabla N°20: Capital de trabajo.....	72

Tabla N°21: Inversión total.....	72
Tabla N°22: Estructura de la inversión y financiamiento.....	73
Tabla N°23: Fuentes de financiamiento.	73
Tabla N°24: Condiciones del financiamiento.	74
Tabla N°25: Costo unitario de los dioramas.....	75
Tabla N°26: Costo de los insumos.....	75
Tabla N°27: Costo de la mano de obra	76
Tabla N°28: Costos indirectos.	76
Tabla N°29: Depreciación de equipos.....	77
Tabla N°30: Depreciación y amortización.....	77
Tabla N°31: Gastos administrativos.....	77
Tabla N°32: Ingresos.....	78
Tabla N°33: Punto de equilibrio.....	78
Tabla N°34: Proyección de punto de equilibrio.....	79
Tabla N°35: Estado de ganancias y pérdidas.....	80
Tabla N°36: Egresos por el giro del negocio	81
Tabla N°37: Flujo de caja económico.....	81
Tabla N°38: Flujo de caja financiero.....	82
Tabla N°39: Estado de situación financiera.....	82
Tabla N°40: Evaluación financiera.....	84
Tabla N°41: Resumen de la evaluación económica	85
Tabla N°42: Evaluación financiera.....	85
Tabla N°43: Resumen de la evaluación financiera.....	86

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N°1: Estructura detalla del CIIU.....	13
Figura N°2: Ubicación de la empresa Dioramanga.....	14
Figura N°3: Principios de la empresa.....	16
Figura N°4: Valores.....	17
Figura N°5: Organigrama de la empresa.....	19
Figura N°6: Logo de la empresa.....	25
Figura N°7: Pasos para registrar mi marca en Indecopi.....	25
Figura N°8: Grupos de contratos sujetos a modalidades.....	31
Figura N°9: Hogares con acceso a las tecnologías de información y comunicación.....	36
Figura N°10: Micro entorno.....	38
Figura N°11: Las 5 fuerzas de Porter.....	39
Figura N°12: Análisis de Pestel.....	41
Figura N°13: Variación del índice de precios al consumidor.....	43
Figura N°14: Análisis de las 4 p's.....	48
Figura N°15: Distribución del producto.....	49
Figura N°16: Acción del negocio a desarrollar.....	50
Figura N°17: Ventas netas del mercado de anime.....	52
Figura N°18: Estudio técnico de mi negocio.....	53
Figura N°19: Plano del local de Dioramanga S.A.C.....	54
Figura N°20: Proceso y tecnología.....	55
Figura N°21: Desarrollo laboral de Dioramanga S.A.C.....	68

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico N° 1: Cuántos niños pueden celebrar su cumpleaños en el país.....	33
Gráfico N°2: Entorno socioeconómico.....	34
Gráfico N°3: Actividades de los niños.....	34
Gráfico N°5: Que edad tiene usted.....	44
Gráfico N°6: Le gustan los animes.....	45
Gráfico N°7: Usted ve o ha visto alguna vez anime.....	45
Gráfico N°8: Ud. Colecciona maquetas y figuras de anime en la actualidad.....	46
Gráfico N°9: Con qué frecuencia compra figuras de anime.....	46
Gráfico N°10: Podría pagar por figuras de anime.....	47
Gráfico N°11: Compraría figuras de anime con tu propio diseño.....	47
Gráfico N°12: Proyección del punto de equilibrio.....	79

RESUMEN EJECUTIVO

El mercado de venta de dioramas y figuras de anime, es un poco desconocida y nueva para muchas personas en Lima Metropolitana, que no conocen este mercado en potencia, para muchos jóvenes no solo limeños, también alrededor del país.

En los últimos años, la industria televisiva de animes japoneses ha presentado una tendencia creciente es así que las empresas dedicadas a importar estos productos a la integran diferentes procesos productivos para cumplir con la calidad y exigencia del cliente.

Existen muchos tipos de figuras también: figuras, dioramas o escenarios para dichas figuras y hacer como una maqueta. Es un mercado muy extenso, el cual quisiera abarcar y satisfacer este mercado tal vez desconocido para muchos, pero muy buena acogida en el país.

La venta es de maquetas de anime tiene una gran acogida en países de América Latina, ya que estas series animadas son retransmitidas en los canales de señal abierta y así las empresas de figuras las venden en las tiendas a nivel mundial. Este proyecto es una idea de negocio para el sector Lima y un reto personal, ya que de vez en cuando importo estas figuras por internet que brindan este servicio.

Esta propuesta es muy diferente a todas porque tendrá como valor agregado realizar *maquetas* de manera personalizada con diseños únicos, no solo para coleccionistas sino también para eventos infantiles con una temática a elección del cliente, el cual es un tipo de maqueta que muestra figuras humanas, y todo el entorno del dibujo animado como punto focal de su composición, con el propósito de representar una escena determinada.

El segmento de este mercado va dirigido no solo a niños, jóvenes y universitarios, sino a profesionales, los cuales hemos crecido viendo animes y por no pertenecer a la PEA (Población Económicamente Activa) no podríamos ni contábamos con el capital para comprar estas figuras de nuestra preferencia, me incluyo. Mis productos serán ha pedido y con una guía de los modelos y productos disponibles.

1.- ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

Para elaborar mi plan de negocios no existe una estructura o formato estándar que se utilice para todos los planes por igual, sino que uno debe adoptar la estructura que mejor crea conveniente de acuerdo a su tipo de negocio y a las necesidades u objetivos de su plan, ya sea el servir como guía de implementación, el conocer la viabilidad de un negocio, el conseguir financiamiento.

Este plan de negocio, lo más importante es que es rentable y muy viable para poder realizar y llevarlo a cabo.

Por ejemplo, si el objetivo principal de un plan de negocios es el de obtener un préstamo, el plan debería contar con argumentos bien sustentados y suficiente información como para convencer de la viabilidad del proyecto y de que uno será capaz de pagar la deuda oportunamente, aunque podría obviar algunas partes del estudio de mercado o del estudio técnico para dar mayor énfasis al estudio financiero.

El mercado de venta de maquetas de anime japonés y dioramas, es un poco desconocida y nueva para muchas personas, tanto en el Perú como en Lima Metropolitana, que no conocen este mercado en potencia, para muchos jóvenes no solo limeños, también alrededor del país.

En los últimos años, la industria de maquetas de anime presenta una tendencia creciente es así que las empresas dedicadas a importar estos productos a la integran diferentes procesos productivos para cumplir con la calidad y exigencia del cliente.

Existen infinidad de tipos de figuras también: figuras, dioramas o escenarios para dichas figuras y hacer como una maqueta. Es un mercado muy extenso el cual yo quisiera abarcar y satisfacer este mercado tal vez desconocido para muchos, pero de muy buena acogida en el país.

2.- ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1. Nombre o razón social

La razón social de la empresa es:

“DIORAMANGA” S.A.C

RUC: 20442467116

El nombre de mi empresa lo pensé juntando las palabras dioramas y animes que son las revistas que desde niño siempre he leído y muchos niños de mi generación, las series animadas del lejano país de Japón llegaron a Sudamérica, dándole un toque creativo y pegajoso al pronunciarlo.

2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU)

Estructura detalla del CIU, de revisión 4

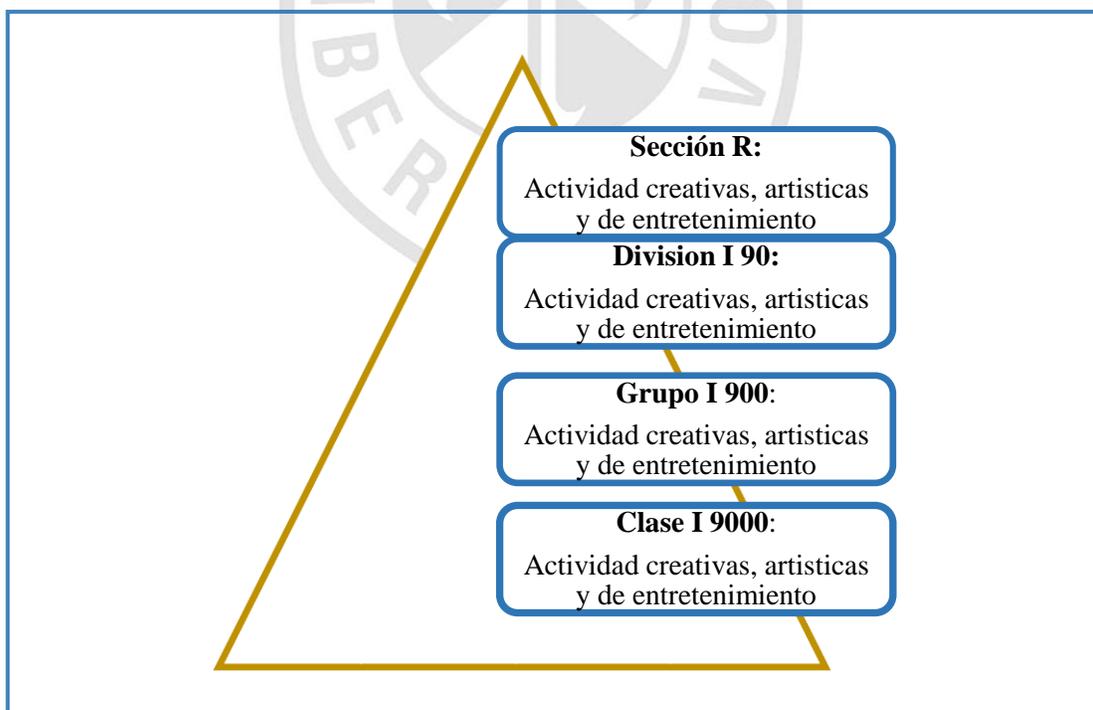


Figura N° 1: Jerarquía

Elaboración: Propia

2.3.2 Factibilidad y Municipalidad

Para obtener la licencia del funcionamiento del restaurante, se debe obtener los permisos necesarios para el otorgamiento de la licencia de funcionamiento para dicho servicio; trámite que se lleva a cabo en la Municipalidad de Lince, ubicada en Av. Juan Pardo de Zela 480, 1er. piso, en donde se presenta la solicitud y documentos pertinentes.

Tabla N° 1: Costo para Licencia de Funcionamiento

Licencia de Funcionamiento	
Costo (hasta 100 m2)	S/. 38.90

Fuente : Municipalidad de Lince

Elaboración: Propia

Los Requisitos para obtener la Licencia de Funcionamiento para establecimientos con un área de hasta 100 M² son:

1. Formato de Solicitud - Declaración Jurada (Archivo de la página web), debidamente llenada.
2. Copia de la vigencia de poder.
3. Número del comprobante de pago por derecho de trámite.
4. Declaración jurada de observancia de las condiciones de seguridad, debidamente llenada.

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

2.4.1 Objetivo a Corto Plazo

- Determinar la viabilidad económica financiera de un restaurante especializado en la elaboración de alimentos sanos y nutritivos para personas diabéticas, ubicado en el distrito de Jesús María.

2.4.2 Objetivos a Largo Plazo

- Determinar el número de personas que les gusta coleccionar figuras de anime ubicadas en el distrito Lince al año 2017.

2.4.3 Principios de la Empresa

Los principios que se difundirá en la empresa, son los siguientes:



Figura N° 3: Principios Empresa DIORAMANGA S.A.

Elaboración: Propia

2.4.3.1 Orientación a Nuestros Clientes:

Atender las necesidades del mercado de maquetas y figuras, para todo el público.

2.4.3.2 Diferenciación:

Se busca brindar un buen producto de materiales 100% ecológico y un producto peruano de calidad.

2.4.3.3 Trabajo en Equipo:

Estamos comprometidos en laborar en equipo de nuestro STAFF de colaboradores comprometidos con nuestra Empresa.

2.4.3.4 Aprendizaje Continuo:

Colaboradores que se encuentran en un aprendizaje continúa mediante la capacitación que se les brinda a nuestros colaboradores.

2.4.3.5 Bienestar de Nuestros Clientes:

Asegurar que nuestros clientes se sientan confiables con nuestros productos, ya que hoy en día encontramos productos nocivos, de procedencia extranjera.

2.4.4 Misión

“Somos una empresa que se dedica a dar felicidad, presentando un producto innovador y personalizado para el cliente que gusta del anime.”

2.4.5 Visión

“Tratar de proyectar una empresa ágil e innovadora satisfaciendo una necesidad como recrear los anhelos de una buena infancia viendo animes de manera tangible”.

2.4.6 Valores

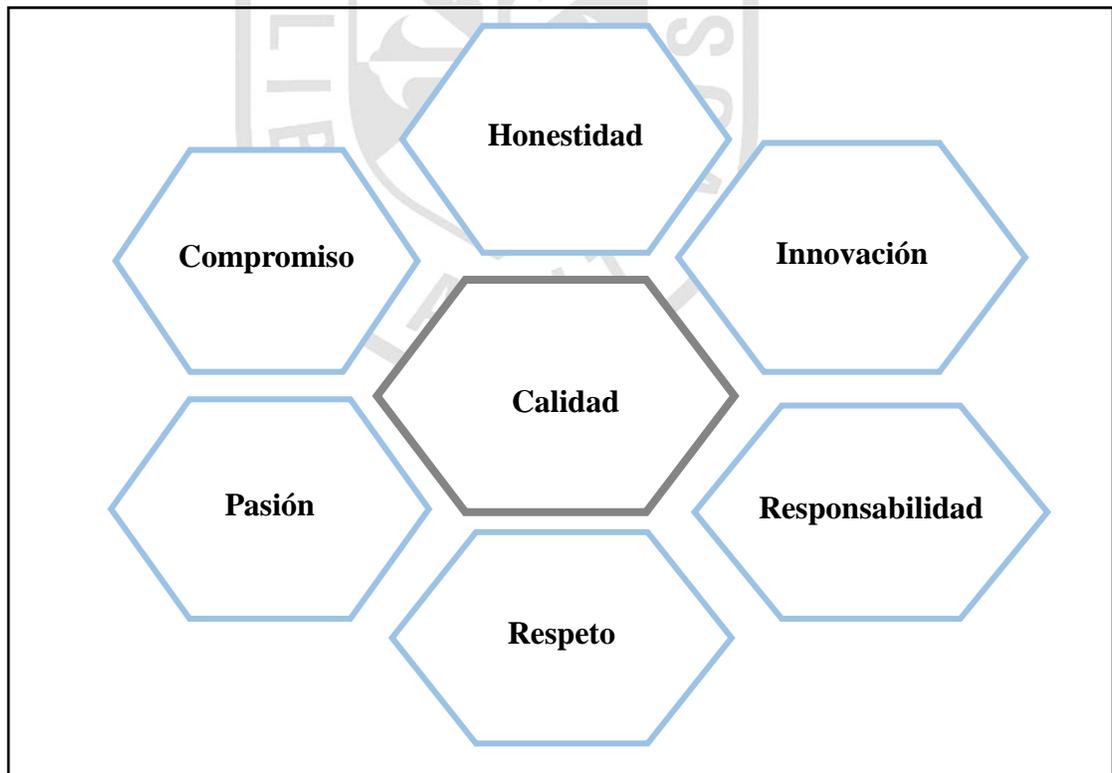


Figura N° 4: Valores de la empresa Dioramanga S.A.C
Elaboración: Propia

- **Calidad:** Se refiere a la calidad de los insumos con los que elaboramos nuestros productos de entretenimiento, siendo la clave que garantiza la calidad de nuestro producto final hacia el agrado del cliente.
- **Honestidad:** Se trabajará con transparencia y profesionalismo en labores que desarrollamos, en calidad de los insumos que utilizamos y en las preparaciones de los dioramas y figuras.
- **Fidelidad:** A través del cumplimiento de los compromisos adquiridos, lograremos la lealtad de nuestro mercado objetivo.
- **Responsabilidad:** Realizar adecuada y oportunamente las labores encomendadas que permitan lograr la satisfacción de los clientes y el cumplimiento de los servicios ofrecidos.
- **Respeto:** Comprender y valorar los intereses y necesidades de nuestro público objetivo y del entorno en que operamos.
- **Eficiencia:** Brindar un servicio y trato cordial que satisfaga los requerimientos de los clientes. Asimismo, la empresa buscará la satisfacción de los clientes y evitar demoras.
- **Compromiso:** Cumplir las necesidades de los clientes, al ofertar y brindar los productos tal cual ellos desean en sus dioramas.

2.5 Ley de MYPE, Micro y Pequeña Empresa Características

Para la creación del restaurante “DIORAMANGA S.A.C”, la empresa se acogerá a la nueva Ley N°30056, la cual modifica diversas características, facilitando la inversión e impulsando el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial. La empresa será una microempresa, ya que el nivel de ventas no superará las 150 UIT al año.

Tabla N° 2: Cuadro de la Microempresa

CATEGORIA	CARACTERISTICAS
MICROEMPRESA	<ul style="list-style-type: none"> • Ventas anuales hasta 150 UIT = S/. 607,500.00 • Se aplica a las MYPE registradas a partir del 1 ENERO 2017. • Falta de promoción en los mercados. • Flexible al cambio.

Elaboración: Propia

2.6 Estructura Organizacional

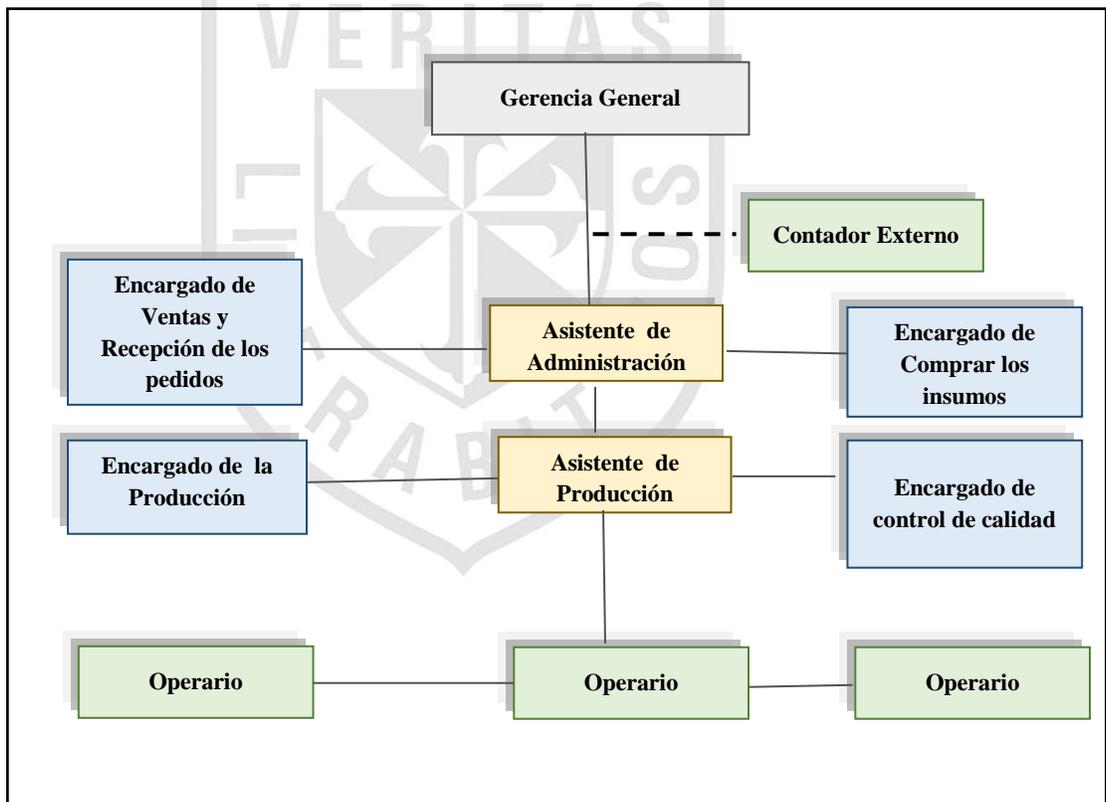


Figura N° 5: Organigrama de la Empresa Dioramanga S.A.C.

Elaboración: Propia

2.6.1 Principales Funciones de la Junta de Accionistas y del Personal

La Junta de Accionistas, estará conformada por dos (2) socios accionistas, quienes en forma equitativa proveerán el capital social inicial de la empresa Dioramanga S.A.C. Siendo sus funciones principales las siguientes:

- Tramitación inicial e implementación del negocio.
- Designación y Remoción del Gerente General.
- Realización de reuniones mensuales con el gerente general para conocer la marcha del negocio.
- Seguimiento económico financiero del negocio a través de la revisión y análisis de los estados financieros e informes mensuales.
- Resolución de los problemas que puedan afectar a la estrategia del negocio.
- Dar instrucciones necesarias para alcanzar los objetivos estratégicos establecidos.

Las funciones principales del personal de la empresa Dioramanga SAC son las siguientes:

2.6.1.1 Gerencia General:

- Responsable de la gestión financiera de la empresa y del cumplimiento de todos los requisitos legales del restaurante.
- Responsable de la supervisión de las actividades de cada área del restaurante.
- Informar a la Junta Directiva en forma permanente de la situación de la empresa.
- Promover buenas relaciones de todos los niveles para establecer el correcto uso de los recursos de la empresa con visión, estrategia e innovación.
- Orientar a la empresa hacia el logro de sus objetivos, así como el cumplimiento de sus metas a corto y largo plazo, logrando con ello el maximizar la rentabilidad.

- Realizar de elaborar y supervisar los presupuestos para controlar los gastos.
- Supervisar todas las actividades operativas y administrativas.
- Revisar los estados financieros.
- Autorizar las compras requeridas de la empresa.
- Delega y asigna diversas funciones.
- Establece los programas de capacitación para el personal.

2.6.1.2 Asistente de Administración:

- Realizar los inventarios de los insumos de los productos para fabricar los dioramas y figuras (materias primas).
- Evaluar diferentes proveedores para asegurar el abastecimiento de materia prima.
- Revisa y cuenta el dinero de la caja al iniciar la jornada.
- Verificación de la compra de los insumos (materiales de producción).
- Emisión de cheques para el pago de proveedores.
- Compras de materiales, insumos, mobiliarios y otros.
- Realiza el cuadro de caja.
- Emisión de los comprobantes de venta, así como del control de los mismos en la empresa.
- Realiza los reportes de costos.
- Elaboración de planillas para el pago de haberes.
- Encargado de realizar y supervisar los horarios del personal.
- Administrar, planificar y controlar las actividades de la empresa.
- Reclutamiento, selección y contratación del personal cuando se requiera.
- Elaboración de los contratos de trabajo, así como de las liquidaciones del sueldo del personal.
- Trabaja conjuntamente con el Contador, en aspectos de pagos de impuestos, estados financieros, etc.
- Es el encargado de controlar y asignar las tareas al motorizado.

2.6.1.3 Producción:

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

2.6.1.4 Asistente de Producción:

- Verificar que toda la materia prima sea la necesaria para la elaboración de las figuras y dioramas
- Verificar que todos los materiales e insumos de fabricación se mantengan en buen estado.
- Se encargarán de apoyar en la Elaboración del Producto.
- Cuidado de los materiales de fabricación y su almacenamiento.

2.6.1.5 Servicios de Terceros

Contabilidad:

- Lleva la información financiera y contable de la empresa
- Elabora, examina y evalúa los estados financieros, en apego a las normas contables y ética profesional.
- Actualización de los libros contables y el cálculo de los tributos.
- Trabaja en coordinación con el asistente de administración y producción.
- Analizar los resultados económicos, detectando áreas críticas y señalando cursos de acción que permitan lograr mejoras.
- Asesora a la gerencia en planes económicos y financieros.
- Certifica las planillas para pago de las remuneraciones, impuestos y aplicación de beneficios y reportes de dividendos.

2.7 Cuadro de Asignación de Personal

En la tabla siguiente se detalla la asignación y distribución de los sueldos y beneficios sociales del personal de la empresa “DIORAMANGA S.A.C”.

Tabla N° 3: Cuadro de Planilla de Sueldos

Detalle	N° de Empleados	Sueldos	Pago Mensual	Pago Anual	Gratificaciones	CTS	Sub Total	ESSALUD 9%	Total Anual
Gerente General	1	2,500.00	2,500.00	30,000.00	0.00	0.00	30,000.00	2,700.00	32,700.00
Asistente Administrativo	1	950.00	950.00	11,400.00	0.00	0.00	11,400.00	1,026.00	12,426.00
Asistente de producción	1	950.00	950.00	11,400.00	0.00	0.00	11,400.00	1,026.00	12,426.00
Operario 1	1	850.00	850.00	10,200.00	0.00	0.00	10,200.00	918.00	11,118.00
Operario 2	1	850.00	850.00	10,200.00	0.00	0.00	10,200.00	918.00	11,118.00
Operario 3	1	850.00	850.00	10,200.00	0.00	0.00	10,200.00	918.00	11,118.00
Total	6	6,950.00	6,950.00	83,400.00	0.00	0.00	83,400.00	7,506.00	90,906.00

Elaboración: Propia

2.8 Forma Jurídica Empresarial

La forma jurídica adoptada para la empresa Dioramanga S.A.C. será de Sociedad Anónima Cerrada, por su reducido número de personas (tener como mínimo dos y no más de veinte socios), que tienen el ánimo de constituir una sociedad y participar en forma activa y directa en la administración, gestión y representación social. La Sociedad Anónima Cerrada es una figura más dinámica y la más recomendable para nuestra empresa, como pequeño negocio que recién inicia; constituyéndose por escritura pública, en la que está contenido el pacto social que requiere de su inscripción en los registros públicos correspondientes (SUNARP).

Características:

Denominación: Al nombre que se le da a la empresa se le debe incluir la indicación: “Sociedad Anónima Cerrada” o estar acompañada de su abreviatura “S.A.C.”.

Capital Social: Está representado por acciones nominativas y se conforma con los aportes (en bienes y/o en efectivo) de los socios, quienes no responden personalmente por las deudas sociales. Si es en efectivo se debe de abrir una cuenta de una entidad financiera autorizada para este fin.

Objetivo Social: Dedicada a la elaboración, producción, distribución y comercialización. Asimismo la sociedad podrá ejercer actividades directamente relacionadas, afines o conexas a la actividad empresarial.

Tabla N° 4: Cuadro de Datos a Tener en Cuenta para Elegir una SAC

N° de Socios	Capital	Constitución	Órganos de la Empresa	Características
Mínimo 2 y máximo de 20	Puede aportarse dinero y bienes, maquinas, muebles etc.	Se constituye por escritura pública, en la que está contenido el pacto social, Requiere inscripción en el registro público correspondiente.	Junta General de Accionistas y Gerente General. El Directorio es facultativo.	Es una modalidad de la sociedad anónima pensada para pequeños negocios, con poco número de personas como accionistas. Las acciones no se pueden inscribir en Bolsa. Es la sociedad más usada. Los socios accionistas tienen preferencia para adquirir las acciones que se transfieran. La auditoría externa anual es facultativa.

Fuente : SUNAT – PROINVERSIÓN

Elaboración: Propia

2.9 Registro de Marca y Procedimiento en INDECOPI

La marca se refiere a distinguirnos dentro del mercado de entretenimiento y recreación ante la competencia de tal manera que el consumidor se sienta identificado con el servicio que se desea brindar en este caso de venta de figuras y dioramas de anime.



Figura N°6: Logo de la empresa Dioramanga
Elaboración: propia

Para la obtención del registro de nuestra marca se debe seguir los siguientes pasos en INDECOPI, en cual otorga dicho registro por el periodo de 10 años los cuales pueden ser renovados por el mismo tiempo, los requisitos son:

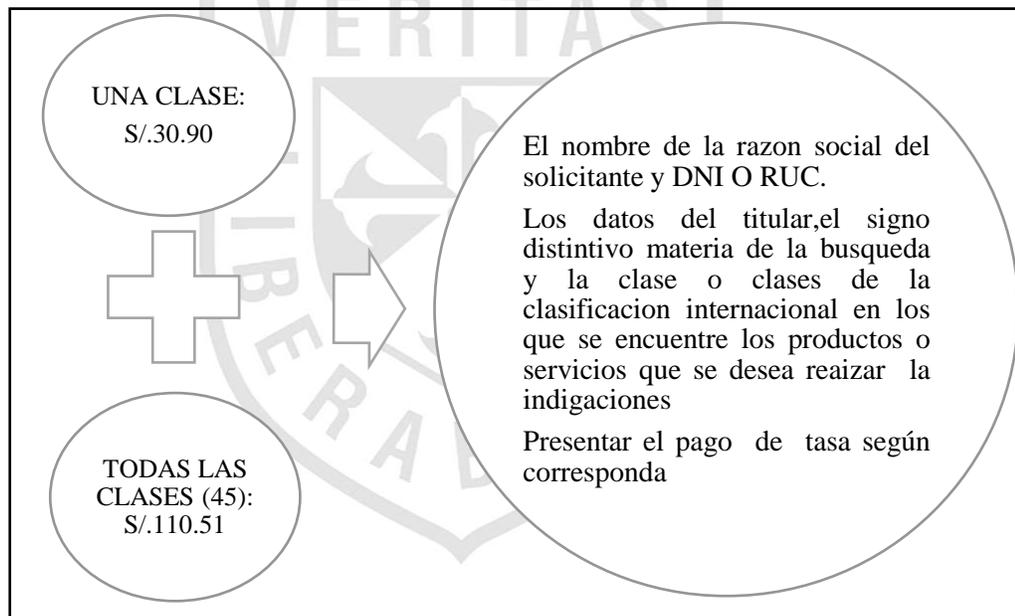


Figura N° 7: Pasos para registrar mi marca en Indecopi
Elaboración: Propia

Requisitos de Marca y Signos Distintivos

- Presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente, en el que se indiquen los datos de identificación del solicitante (incluyendo su domicilio para que se le remitan las notificaciones).

- Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite.
- Requisitos adicionales de acuerdo a cada caso:
http://www.indecopi.gob.pe/0/modulos/JER/JER_Interna.aspx?ARE=0&PFL=11&JER=302
- Costo de S/. 534.99 soles.

2.10 Requisitos y Trámites Municipales

2.10.1 Requisitos para la Licencia de Funcionamiento

La Municipalidad de Lince, establece los siguientes requisitos para obtener la licencia de funcionamientos son:

- Formato de Solicitud-Declaración Jurada (bajar archivo de la página web-hipervínculo “Licencias de Funcionamiento”), debidamente llenada.
- PERSONA JURÍDICA: Copia de la vigencia de poder.
- Informar sobre el número del comprobante de pago por derecho de trámite.
- Declaración Jurada de Observancia de las Condiciones de Seguridad, debidamente llenada.

Otros Requisitos:

- **Servicios Relacionados Con La Salud:** Copia simple del título profesional.
- **Estacionamientos:** Consignar en el formato de Solicitud-Declaración Jurada el número de estacionamientos según la normativa vigente.
- **Autorización Sectorial:** Copia simple de acuerdo a lo señalado en el Decreto Supremo N° 006-2013-PCM o norma que la sustituya o reemplace.
- **Locales calificados como patrimonio cultural de la nación ubicados en zona monumental:** Copia simple de la autorización expedida por el Ministerio de Cultura conforme a lo dispuesto en la Ley N° 28296, Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación. Excepto en los casos en

que el Ministerio de Cultura haya participado en las etapas de remodelación y monitoreo de ejecución de obras previas inmediatas a la solicitud de la licencia del local por el cual se solicita la licencia.

2.10.2 Requisitos para el Certificado de Defensa Civil

Para la obtención de certificado de defensa civil, la Municipalidad de Lince establece los siguientes requisitos:

- Solicitud de Inspección, debidamente suscrito por el representante legal o conductor del establecimiento (En caso de actuar como representante deberá acreditar su representación mediante Carta Poder).
- Plano de Ubicación
- Planos de Arquitectura (distribución) y detalle del cálculo de aforo por áreas.
- Plano de Diagramas Unifilares y Tableros Eléctricos y Cuadro de Cargas.
- Planos de Señalización y Rutas de Evacuación.
- Plan de Seguridad
- Protocolos de pruebas de operatividad y mantenimiento de los equipos de seguridad.
- Constancia de mantenimiento de calderas, cuando corresponda.
- Certificado Vigente de medición de resistencia del pozo a tierra
- Certificado de Conformidad emitidos por OSINERGMIN, cuando corresponda.
- Autorización del Ministerio de Cultura, en caso de edificaciones integrantes del Patrimonio Cultural de la Nación.
- Pago de Derecho.
- Plazo máximo: 30 días hábiles contados desde el inicio del procedimiento

2.11 Régimen Tributario para la Obtención del RUC y Modalidades

Procedimiento para la Obtención del RUC

El representante legal, se acercará a cualquier Centro de Servicios al Contribuyente, dependencia de la SUNAT, portando lo siguiente:

- El original y copia fotostática de su DNI vigente.
- El original y copia fotostática del documento que sustenta su domicilio fiscal con una antigüedad no mayor a 2 meses, según haya marcado cuando realizó su inscripción por Internet (recibo de agua, recibo de luz, recibo de cable, contrato de alquiler, etc.) o cualquiera de ellos si no marcó alguno.
- Copia de la minuta de inscripción en la notaria o Escritura.
- El trámite es personal, sin embargo, en caso la persona que va a activar su RUC sea un tercero autorizado, deberá adicionalmente exhibir el original de su DNI y copia fotostática, así como una carta poder legalizada notarialmente. En este caso ya no se requiere el original y copia del DNI del titular.
- Al momento de activar su RUC, solicite su código de usuario y clave de acceso (Clave SOL), la cual le permitirá realizar diversos trámites a través de Internet, tales como: pagar y presentar sus declaraciones, solicitar autorización de impresión de comprobantes de pago a través de imprentas conectadas a este sistema, entre otros. Ingrese aquí para descargar su solicitud de Clave SOL

Régimen Tributario

El régimen tributario son aquellas categorías en las cuales toda persona natural o jurídica que tenga o inicie un negocio deberá estar registrada en la SUNAT, los mismos que van a establecer los niveles de pagos de impuestos nacionales.

Tabla 5: Modalidades de Grupos Tributarios

Grupos Tributarios	Categoría	Régimen	Tributo
Negocios	Rentas de Tercera Categoría	Régimen General	Impuesto a la renta de tercera categoría IGV
		RER	Impuesto a la renta de tercera categoría
		Nuevo RUS	Cuota del Nuevo RUS (Incluye impuesto a la renta de tercera categoría y el IGV)

Fuente: Guía Tributaria-SUNAT

La empresa Dioramanga S.A.C, se acogerá al régimen Remype, las actividades a realizar son de producción con una tasa del 1.5% de los ingresos netos mensuales.

Requisitos para el Régimen MYPE son:

La SUNAT incorporará de oficio a los contribuyentes que al 31.12.2016 hubieren estado tributando en el Régimen General y cuyos ingresos netos del ejercicio 2016 no superaron las 1700 UIT, salvo que se hayan acogido al Nuevo RUS o Régimen Especial, con la declaración correspondiente al mes de enero del año 2017. También serán incorporados de oficio aquellos contribuyentes que al 31.12.2016 hubieran estado acogidos al Nuevo RUS en las categorías 3, 4 y 5 o tengan la condición de EIRL acogidas a dicho régimen, siempre que no hayan optado por acogerse en enero del 2017 al NRUS (categorías 1 y 2), Régimen Especial o Régimen General.

Asimismo, de acuerdo a la norma también pueden acogerse de manera voluntaria los contribuyentes que se encuentren en cualquiera de los regímenes ya existentes.

2.12 Registro de Planillas Electrónicas (PLAME)

La empresa Dioramanga S.A.C contará con planilla electrónica, la cual se activará a través del sistema 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 Cuarta 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. La PLAME se elabora obligatoriamente a partir de la información consignada en el T-REGISTRO.

2.13 Régimen Laboral Micro Empresa.

La empresa Dioramanga S.A.C se acogerá al régimen Mype Tributario debido a que es una Micro Empresa, siendo los beneficios para los trabajadores los siguientes:

Régimen Micro Empresa Laboral

- Remuneración mínima vital es de S/.850.00 soles.
- Descanso semanal obligatorio y feriados no laborables.
- Vacaciones de 15 días.
- Derecho a 45 minutos de refrigerio como mínimo.
- Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (SEGURO INTEGRAL DE SALUD) Sistema Pensionario SPP
- No participación de utilidad y de asignación familiar.
- Indemnización por despido arbitrario de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración)
- Sistema de Pensiones: Podrán optar por SNP, SPP o Sistema de Pensiones Sociales.

2.14 Modalidades de Contratos Laborales

La empresa Dioramanga S.A.C estará sujeta a la modalidad de contratos de naturaleza temporal, específicamente al Contrato por inicio de nueva actividad; aquél celebrado entre el empleador y el trabajador, para satisfacer las necesidades originadas por el inicio de una nueva actividad empresarial. Se entiende por nueva actividad, la apertura de un nuevo establecimiento, así como el inicio de nuevas actividades o el incremento de las ya existentes dentro de la misma empresa.

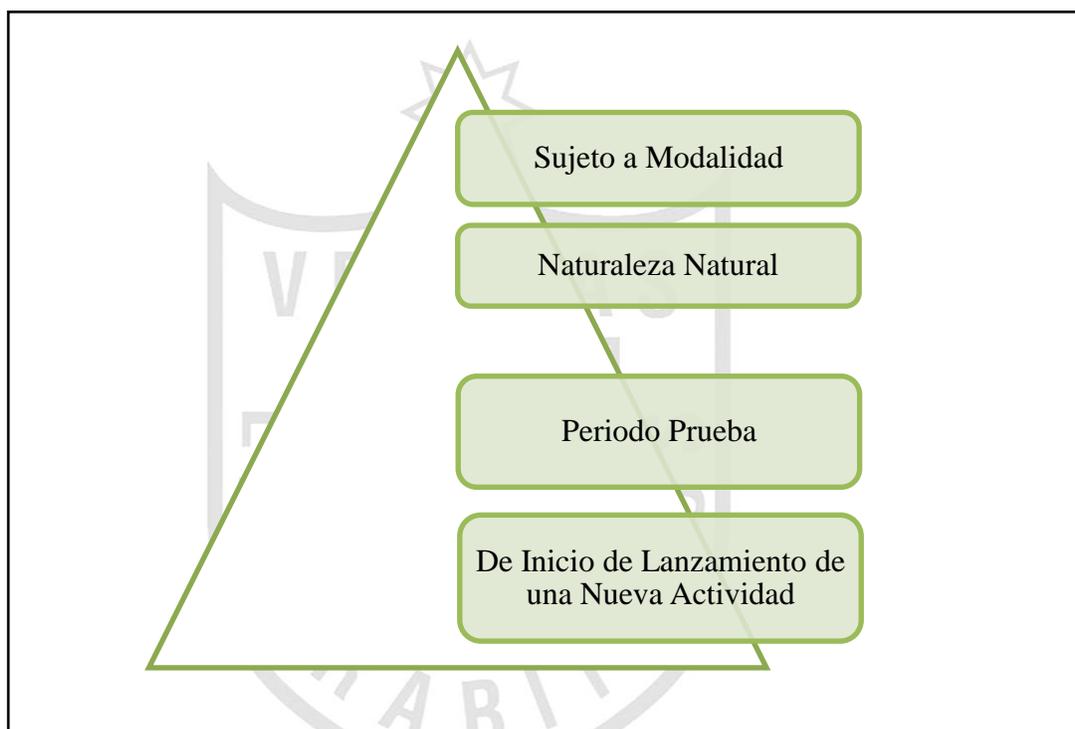


Figura N° 8: Grupos de Contratos Sujetos a Modalidades

Elaboración: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo

3.- ESTUDIO DE MERCADO

a. Análisis del sector

Nuestro compromiso como empresa, se enfoca en la parte Artística, social y cultural, hay una gran demanda por explotar en este sector, y casi el 70% necesita *conocer, aprender y saber* más sobre la cultura artística, en la que enfocamos nuestro estudio e investigación.

Una manera que desarrollamos es enfocarnos en la fabricación de maquetas de animes, ya que representa una atención en la niñez y la juventud en el Perú, actualmente por el acceso a internet, el *mundo anime* ha ingresado a países sudamericanos como el nuestro, gracias a la globalización e industrialización.

Y nuestra investigación de mercado se basa en satisfacer las necesidades de ambos géneros, en edades, de 01 a 50 años, Teniendo en cuenta que todos tenemos un niño adentro.

La pregunta sería ¿cómo hacerlo?

- Lo que se busca es impartir la cultura de la conservación del medio ambiente, elaborando maquetas de materiales principalmente utilizables y reciclables como el papel, el cartón, la madera, la arcilla, la plastilina, bolsas, colores y temperas.
- Difundir a la población de temprana edad al Arte y la cultura.
- La Oportunidad de Participar en Ferias Educativas Artísticas por medio de la elaboración de maquetas.
- Contribuir con los valores sociales de la niñez y juventud.
- Contribuir con la educación Artística en los centros Educativos.
- Diseñar muñecos y fabricar dioramas en varios modelos de material reciclable, de madera, papel, cartón, vinilo y trupan. Y en cualquier material que de una buena muestra y vista. Trabajar con estos materiales también garantizan cuidar el medio ambiente y cuidar la ecología del planeta.
- Tenemos la finalidad de Ingresar al mercado de fiestas *temáticas* a nivel Nacional, ya que es una novedad emplear animes y dioramas como parte

decorativa de una fiesta, esto a su vez nos permite ser los primeros en el mercado.

- Anualmente más del 60% de niños entre 1 a 10 años en el Perú celebran su onomástico en tradición de sus familias y amigos.
- Un 55% de la población se encuentra insatisfecha por las tradicionales fiestas de cumpleaños y buscan emplear nuevos detalles festivos.

¿Cantidad de niños que se le celebra cumpleaños en el país?

- a) Si celebra
- b) No Celebra

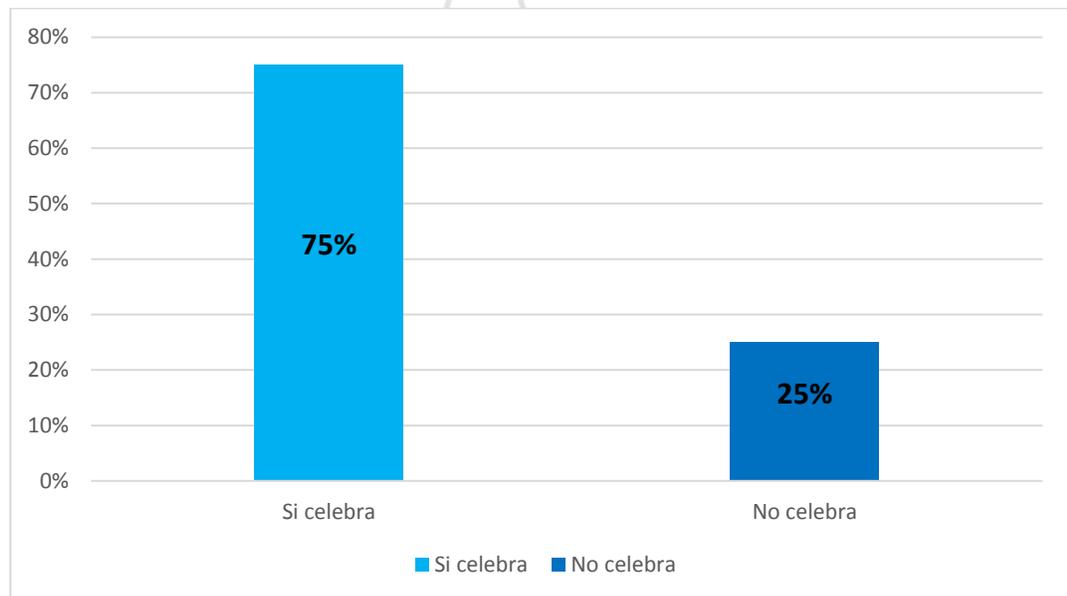


Gráfico 1: Cuántos niños pueden celebrar su cumpleaños en el país

Fuente: INEI

b. Entorno Socioeconómico

Estamos en la capacidad de adentrar en el mercado temático de animaciones culturales y de festividad, ya que hay una gran demanda en el mercado, y nuestro objetivo es satisfacer las miles de necesidades.

Según un estudio realizado en todo el Perú, el 59%, tiene algún menor de edad en su hogar, aumentando un 4.7% entre el trimestre de Enero-Febrero-Marzo 2016 y 2017.

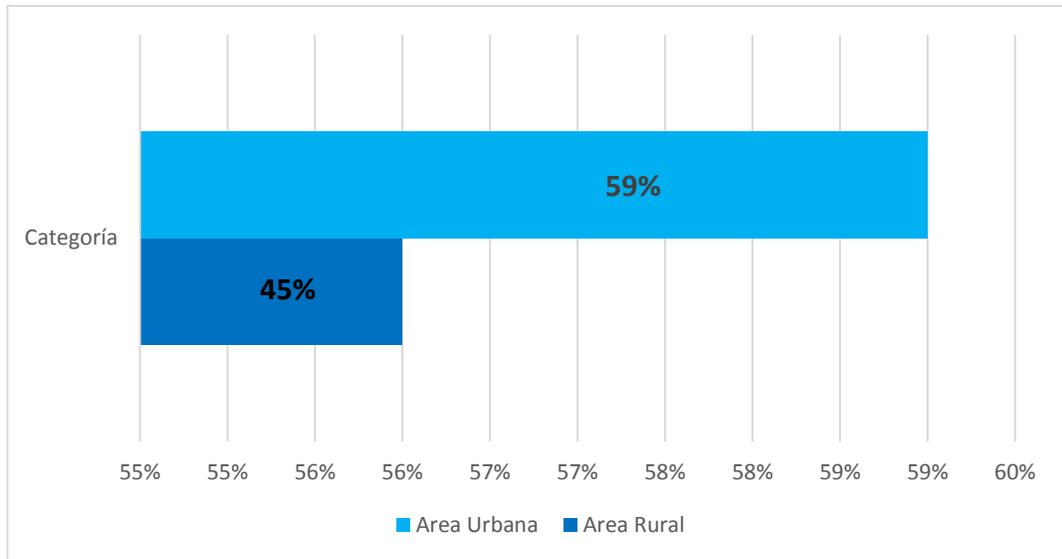


Gráfico 2: Entorno Socioeconómico

Fuente: INEI

Esto significa que nuestro mercado nos va a ofrecer más oportunidad de enfocarnos en los niños que apuesta a un crecimiento continuo.

En el segundo cuadro muestra un estudio de niños y jóvenes entre edades de 6-17 años, que realiza alguna actividad pasajera, y vemos que el segundo trimestre de este año el 89.6% entre niños y jóvenes, busca Actividades de entretenimiento, actividades audiovisuales y de diversión.

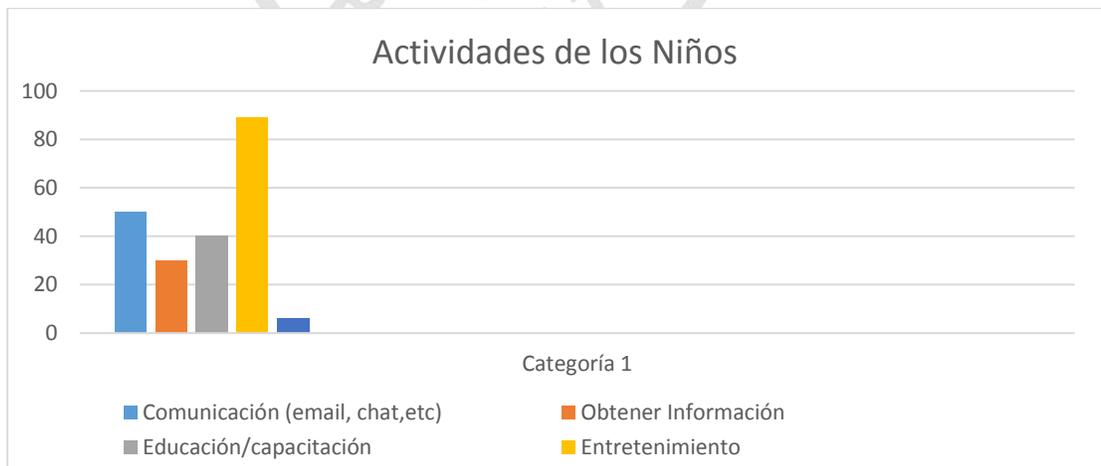


Gráfico N° 3: Actividades de los niños

Fuente: INEI

b. Análisis de mi Macro entorno:

Antes de decidirme por incursionar en el negocio de las maquetas temáticas, pregúntese honestamente, si tiene paciencia con los engreídos de la casa.

“Es que sacar adelante un emprendimiento de este tipo no es cosa solo de poner el capital y ya. Los niños y jóvenes se han vuelto más exigentes y siempre quieren lo mejor”.

Un aspecto complicado, pero necesario, es la definición del servicio específico que se brindará si ha encontrado atractivo este mercado. Algunas empresas optan por especializarse en la comida, otras en la decoración o en la animación y hay las que ofrecen el ‘combo completo’. Pero nosotros a diferencia de las antes mencionadas es que tenemos que armar el papel principal.

Y una pregunta que me hago es la siguiente:

Diferenciación

Somos una empresa que nos encargamos del ‘antes’ de un evento y nos especializamos en decoraciones por medio de maquetas temáticas. Si unos padres quieren algún tema específico, convertimos la casa o el lugar de la reunión con el personaje favorito del niño toda la animación temática está en nuestras manos.

Y lo principal es que hacemos de nuestro trabajo una diversión.

La exigencia de los jóvenes hoy en día es mayor y nos demanda como empresa hacer más exigentes nosotros mismos para lograr un buen producto y servicio a nuestros clientes.

Factores Socioculturales.

Actualmente ha habido muchos cambios, los niños y los jóvenes están llevando una vida acelerada y bastante exigente, pero todos tienen algo en común.

PERÚ: HOGARES CON ACCESO A LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN, 2001 - 2015 /
PERU: HOUSEHOLDS WITH ACCESS TO INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES, 2001 - 2015
 (Porcentaje) / (Percentage)

Año / Years	2001	2004	2006	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Telefonía fija / Fixed telephone	22,3	26,4	29,9	30,4	29,8	29,4	28,6	26,9	24,5
Urbana / Urban	32,4	37,5	41,5	40,1	39,2	38,6	37,2	34,8	31,7
Rural / Rural	0,3	0,4	0,4	2,1	2,5	1,9	2,3	2,3	1,6
Tv por cable / Cable TV	-	-	13,9	26,0	29,8	31,9	33,6	35,9	36,7
Urbana / Urban	-	-	19,1	33,8	38,1	40,3	42,0	44,8	45,6
Rural / Rural	-	-	0,5	3,1	5,4	6,8	7,7	8,6	8,6
Internet / Internet	0,5	2,1	5,1	13,0	16,4	20,2	22,1	23,5	23,2
Urbana / Urban	0,7	3,0	7,0	17,4	21,8	26,6	28,9	30,7	30,2
Rural / Rural	0,0	0,0	0,0	0,3	0,4	0,8	0,9	1,2	1,0
Computadora / Computer	5,6	8,1	11,2	23,4	25,4	29,9	32,0	32,3	32,6
Urbana / Urban	8,2	11,7	15,8	30,9	33,5	39,0	41,1	41,4	41,1
Rural / Rural	0,1	0,3	0,8	2,6	3,5	4,4	5,8	6,1	5,7

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares.

Figura 9: Hogares con acceso a las tecnologías de información y comunicación 2001 – 2015

Elaboración: INEI

A pesar de una gran brecha entre diferentes culturas y pensamientos todos tienen algo en común y es la manera que cada uno es niño, a todos les encanta ver dibujos animados, animes, historietas y eso forma parte de una cultura igualitaria.

- **Factores Tecnológicos.**

Este punto es más complejo, puesto que, aunque los cambios tecnológicos siempre han existido, la velocidad con la que se producen hoy día es realmente vertiginosa. Las nuevas tecnologías van a enfocar a nuestro negocio en un mercado más competitivo, con el tiempo el ambiente va a tomar más demanda ya que nuestras herramientas a emplear también se enfocan en la Internet, en los mercados online, redes sociales

En este segundo cuadro vemos las condiciones del servicio de venta online dependiendo la visibilidad de nuestro producto frente al mercado, usando la herramienta tecnológica.

- **Factores Ecológicos.**

Nosotros como empresa prestamos mucha atención y parte de nuestro trabajo está en conservar y cuidar el medio ambiente por medio de la recolección y reciclaje de objetos del cual sea materia de un producto elaborado, estamos seguros que hay aspectos muy importantes en una organización como son:

- Leyes de protección medioambiental.
- Regulación sobre el consumo de energía y el reciclaje de residuos.
- Preocupación por el calentamiento global.
- Concienciación social ecológica actual y futura.
- Preocupación por la contaminación y el cambio climático.
- Utilización de tachos según el material a reciclar.

- **Factores Legales.**

Estos factores se refieren a todos aquellos cambios en la normativa legal relacionada con nuestro proyecto, que le puede afectar de forma positiva o negativa. Por supuesto, si estamos inmersos en un negocio internacional, nos interesará estudiar los aspectos legales tanto del país de origen como de destino. Deberemos estudiar sobre cuestiones como las siguientes:

- Licencias
- Leyes sobre el empleo
- Derechos de propiedad intelectual
- Leyes de salud y seguridad laboral
- Sectores protegidos o regulado

b. Análisis de mi Micro entorno:

Está enfocado en personas de muchas edades, para que los padres realicen su fiesta temática para sus niños pequeños de sus anime o dibujo animado preferido, pero en

especial de personas hombres de 20 a 35 años de edad, los cuales la gran mayoría trabaja y puede solventarse esta necesidad comprando mi producto.

Perú: Síntesis Estadística 2016 / Peru: Statistical Summary 2016

PERÚ: POBLACIÓN USUARIA DE INTERNET, SEGÚN SEXO Y GRUPO DE EDAD, 2007 - 2015 /
PERU: INTERNET USERS BY GENDER AND AGE GROUP, 2007 - 2015

Sexo / Grupo de edad / Sex / Age group	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Nacional / National	31,1	31,6	33,9	34,8	36,0	38,2	39,2	40,2	40,9
Hombre / Men	34,9	35,5	37,9	38,9	39,7	41,6	42,4	43,0	43,2
Mujer / Women	27,2	27,7	29,8	30,5	32,3	34,6	36,0	37,3	38,5
Grupo de edad / Age Group									
6 a 16 años / 6 to 16 years old	36,0	37,4	39,7	41,6	43,0	44,0	45,1	45,0	44,7
17 a 24 años / 17 to 24 years old	56,6	56,3	59,0	59,8	61,3	64,4	66,2	68,2	68,6
25 y más años / 25 years +	21,1	21,6	23,9	24,5	25,7	28,2	29,1	30,4	31,8

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares.

Figura 10: Micro entorno

Elaboración: INEI

3.1. Descripción del entorno del mercado

El mercado es todo el ámbito general el cual voy y puedo enfocarme, en este caso lo he clasificado por partes, el cual me ayude a enfocarme y centrarme precisamente en un objetivo directo.

Todos los actores y fuerzas que influyen en la capacidad de la empresa para efectuar transacciones de negocios de manera eficaz con su mercado meta.

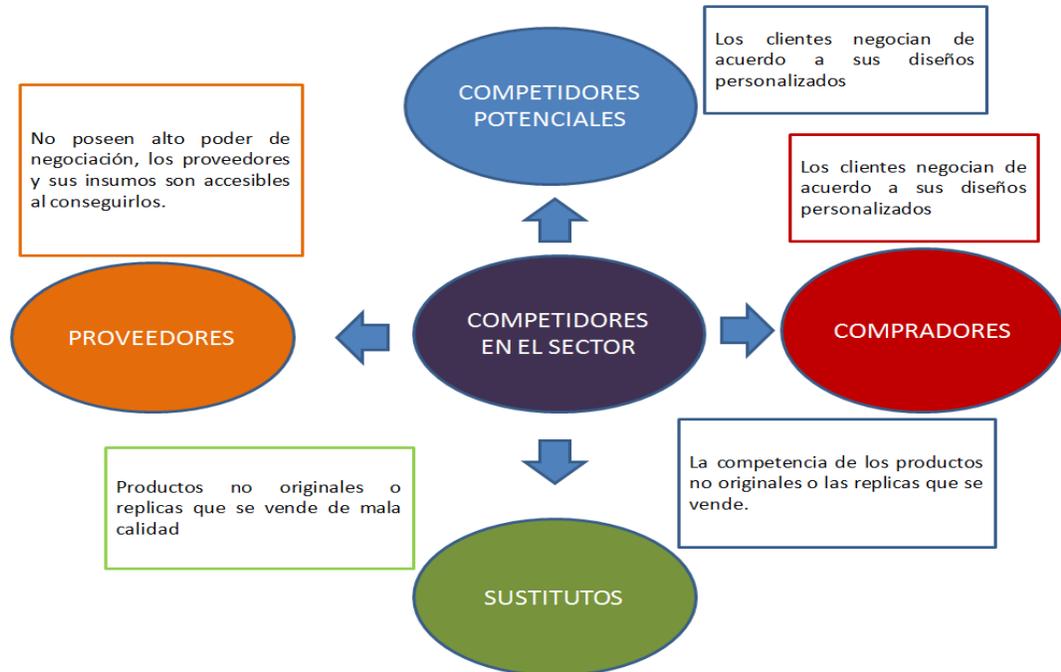


Figura 11: Las 5 Fuerzas de Porter
Elaboración: Propia

Las cinco fuerzas que esta herramienta considera que existen en toda industria son:

- **Rivalidad entre competidores.**

Actualmente, en lo que yo en sí ofrezco, no tengo muchos competidores, solo son figuras ya establecidas y diseñadas según marcas reconocidas de los países asiáticos, lo que yo brindo es productos personalizados a gusto del cliente y/o consumidor final

- **Amenaza de entrada de nuevos competidores.**

Posiblemente con la gran acogida del nuevo juego 'Pokemon Go', las grandes empresas de todo lo que refiere al mundo anime, puedan ingresar a países de sudamericana como el nuestro y ser un potencial gran competidor para mi negocio a futuro.

- **Amenaza de ingreso de productos sustitutos.**

Mis insumos son de fácil adquisición, son materiales reciclados o materiales ya hechos para poder elaborar mis figuras y dioramas a gusto del cliente, lo cual no tendría gran amenaza al respecto para elegir sustitutos.

- **Poder de negociación de los proveedores.**

Mis proveedores y sus insumos son accesibles, no tengo problemas para solicitarlos, eso sí, si tengo un proveedor que no me falla en cuestión de entrega de materiales, tendré que mantenerlo para no tener problemas de que no tenga stock en el futuro de productos y me vea en la obligación de buscar otro y perder tiempo.

- **Poder de negociación de los consumidores.**

Los clientes negocian de acuerdo a sus diseños personalizados, ellos eligen su modelo, tal cual su agrado y diseño adecuado, el cual es totalmente negociable y hasta pueden elegir la categorización de precio, dependiendo el material que usaré.

3.2. Ámbito de acción del negocio

El ámbito el cual se piensa realizar el negocio, es un lugar entorno estable, tanto económico como social, donde se puede accionar el negocio de manera factible, para poder realizarlo e implementarlo en corto plazo, el distrito de Santa Anita, es un lugar no de costo elevado para poder vivir cómodamente, lo cual mis insumos los puedo conseguir de manera sencilla y de fácil acceso.



Figura 12: Análisis de Pestel

Elaboración: Propia

3.3. Descripción del bien o del servicio

El plan de negocio consiste en desarrollar una empresa dedicada a la fabricación de maquetas de anime, de manera temática incluyendo todos los detalles especiales en el producto final. La iniciativa y el valor distintivo es el de incluir los escenarios deseados por años de mi cliente final, los cuales son niños y no tan niños de la década de los 90' los cuales se han criado con toda esta serie de animes que daban en los canales nacionales del país por años y ahora no solo por allí, también por medio de la globalización y facilidades del internet e infinidad de medios de poder adquirir información de estos países llegan al país.

3.3.1 Propuesta de valor

Mi propuesta de valor es que no solo quiero vender un producto, lo que yo busco vender es *nostalgia* y *sueños*, lo cual es lo que mis clientes se sentirán no solamente satisfechos con el producto final, sino que también agradecidos por cubrir su necesidad

3.3.2 Descripción general del bien

Mi producto es un bien principalmente para niños que deseen comprar un sueño, que es tener a una representación artística de dibujos animados en su casa, por medio de las maquetas ellos van a poder tener un día alegre y emocionante en su vida.

3.4. Estudio de la demanda

La gran demanda de animes y dibujos animados televisivos, ha crecido de manera insuperable, y vemos una gran demanda en los niños que parte de sus años ven reflejada en una historia animada, lo comparten, lo comentan y coleccionan parte de sus animes, porque ven en ellos un modelo ficticio de valor sentimental, y es por eso que en esta propuesta de hacer maquetas representativas y temáticas, donde los niños puedan en sus fiestas, poder tenerlos y estar asombrados de nuestro trabajo.

3.4.1 Los mercados

Yo me estoy enfocando en mi *Mercado Penetrado*, es el cual donde yo ya he ofrecido y vendido mi producto, el cual me han comprado mi producto, el cual yo lo tengo ya implantado pero en menor escala, como un análisis de mi segmentos previo a este plan de negocio a una gran escala, porque tendré que invertir para cubrir esta necesidad.

3.4.2 Mi mercado potencial

Lo primero que he realizado es ver mi mercado potencial. Yo los fines de semana, especialmente los días sábados he acudido al centro comercial Arenales y en los grupos de fanáticos de anime en las redes sociales, que es donde todos los aficionados acuden

Solo en la red social de *facebook*, existe un grupo “Proyecto *Otaku*, que es el organizador de todos estos eventos de ventas de figuras y *cosplayers*, se tiene más de 21, 000 seguidores. De ellos aproximadamente 20% colecciona muñecos de todo tipo de anime, es decir tiene al menos un muñeco de su serie o anime favorito, sin

considerar que existen muchos más que no necesariamente son “fans” de estas páginas y grupos, pero que si asisten a las convenciones y eventos que se realizan.

Yo por experiencia sé que estos muñecos que estas personas coleccionan no bajan su precio de S/.15.00 aproximadamente y podrían llegar a costar hasta S/.35.00 dependiendo el gusto de cada uno. Sin embargo, dicho precio implica un margen

3.4.3 Mercado objetivo

Un mercado objetivo es el segmento del mercado al que un producto en particular es dirigido, en este caso el peruano es consumidor en buena medida en lo que es esparcimiento, servicios culturales y de enseñanzas (productos de entretenimiento), en este caso consumo lo que es su diversión propia, por ello, es un mercado atractivo lo que se refiere a figuras y dioramas de anime, el cual abarca este grupo de consumo.

NACIONAL: VARIACIÓN DEL ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR SEGÚN GRANDES GRUPOS DE CONSUMO, 2013 - 2016 /
DOMESTIC ANNUAL VARIATION OF THE CONSUMER PRICE INDEX BY LARGE CONSUMER GROUPS, 2013 - 2016
 Variación porcentual anual / Annual percentage change

Grandes grupos de consumo / Large Consumer Groups	2013	2014	2015	2016 PI*
Índice General / General Index	3,08	3,20	4,13	2,99
1. Alimentos y Bebidas / Food and beverages	2,83	4,47	5,08	3,42
2. Vestido y Calzado / Clothing and footwear	1,93	1,74	2,78	2,45
3. Alquiler de Vivienda, Combustible y Electricidad / Lease of housing, fuel and electricity	4,88	2,88	7,02	2,33
4. Muebles y Enseres / Furniture, household appliances and maintenance	2,68	2,13	2,52	3,03
5. Cuidados y Conservación de Salud / Healthcare and medical services	3,62	3,11	4,24	5,09
6. Transporte y Comunicaciones / Transport and communications	3,43	0,98	1,60	-0,15
7. Esparcimiento, Servicios Culturales y de Enseñanza / Recreation, culture and entertainment	3,33	3,34	3,97	4,26
8. Otros Bienes y Servicios / Other goods and services	2,14	2,56	2,86	4,74

*Variación anualizada al mes de agosto 2016.

* Annual change to August 2016

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI.

Figura 13: Variación del índice de precios al consumidor según grupos de consumo 2013- 2016 / (7. Esparcimiento, servicios culturales y de enseñanza)

Elaboración: INEI

3.5. Estudio de la oferta

Es poco, casi nada las oportunidades de comprar una figura o diorama personalizado en el mercado de anime, todos son importados de Japón o países asiáticos, ya con sus propios parámetros de diseño, lo que yo brindo es poder personalizar de manera óptima y adecuada estos productos para beneplácito de este mercado, un poco descuidado para muchos coleccionadores cubrir sus expectativa.

3.6. Determinación de la demanda insatisfecha

Sondeo: 100 personas entre 10 a 40 años de edad

Lugar del Sondeo 5 Distritos de la ciudad Lima (Santa Anita, Lince, San Miguel, Chorrillos, San Borja)

Segmento: B-C

Preguntas del sondeo (encuesta)

1. ¿Qué edad tiene usted?

- a) 10-20 años
- b) 20-30 años
- c) 30-40 años

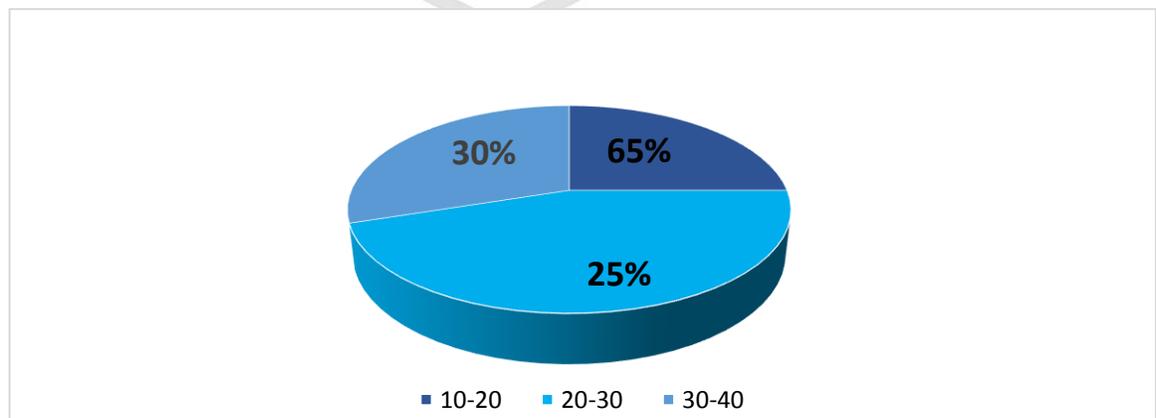


Gráfico 4: Que edad tiene usted

Elaboración: propia

2. ¿Le gustan los animes?

- a) Si
- b) No

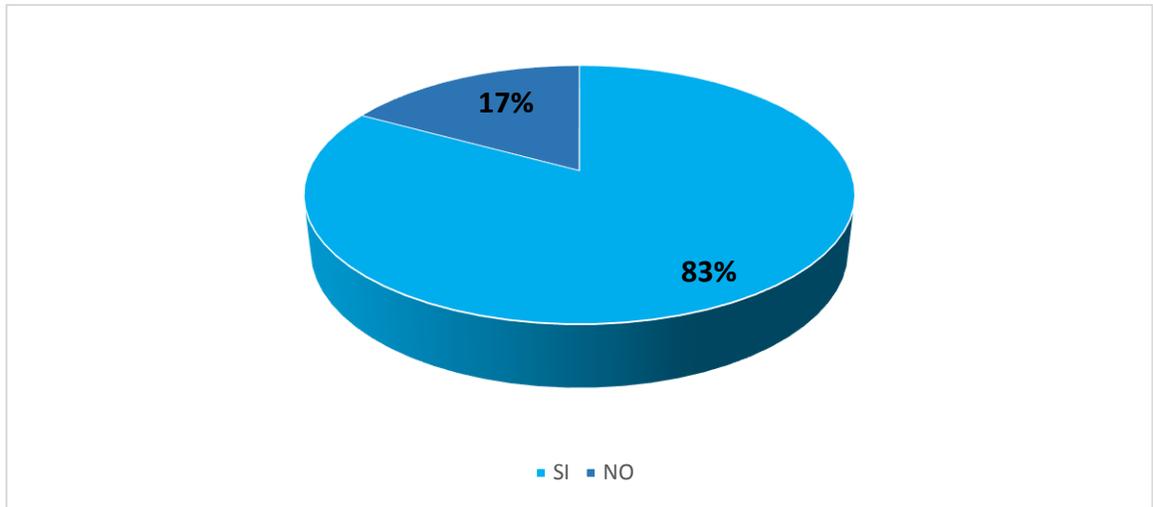


Gráfico 5: Le gustan los animes

Elaboración: propia

3. ¿Usted Ve o ha visto alguna vez anime?

- a) Si
- b) No

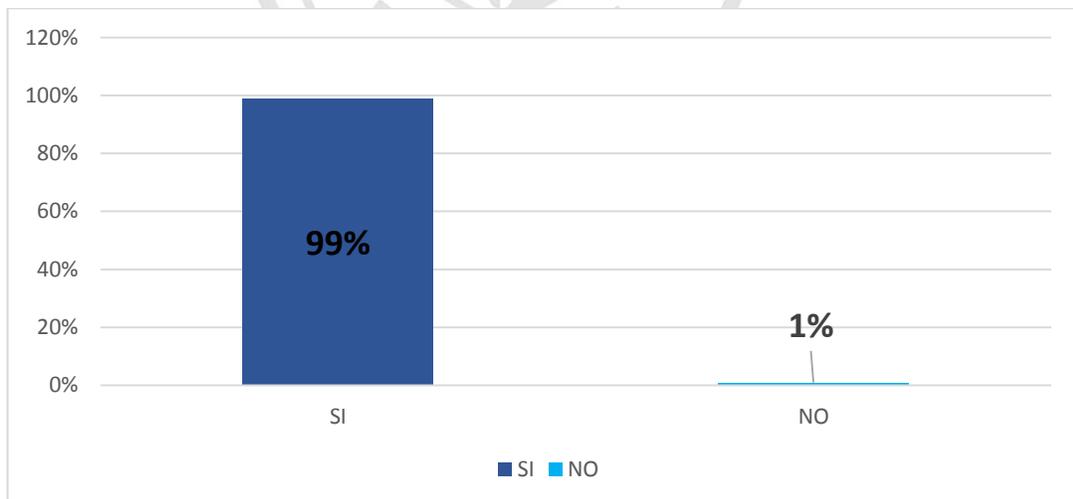


Gráfico 6: Usted ve o ha visto alguna vez anime

Elaboración: propia

4. ¿Ud. ha Coleccionado maquetas y figuras de animes en la actualidad?

a) No

b) SI

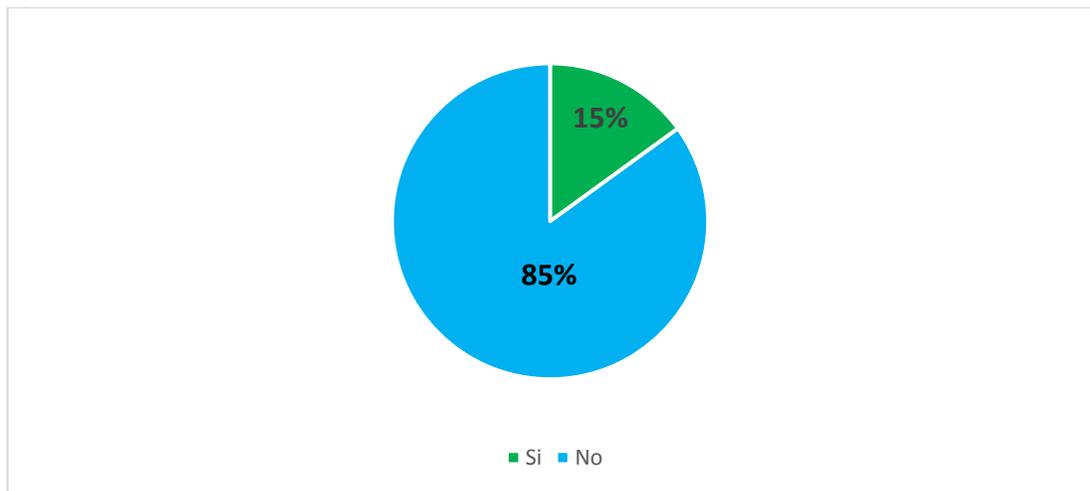


Gráfico 7: Ud. Colecciona maquetas y figuras de anime en la actualidad

Elaboración: propia

5. ¿Cada que cierto tiempo tienes la opción de comprarse o dar el gusto de adquirir alguna figura de su agrado?

a) Muy Seguido

b) No muy seguido

c) Casi nunca

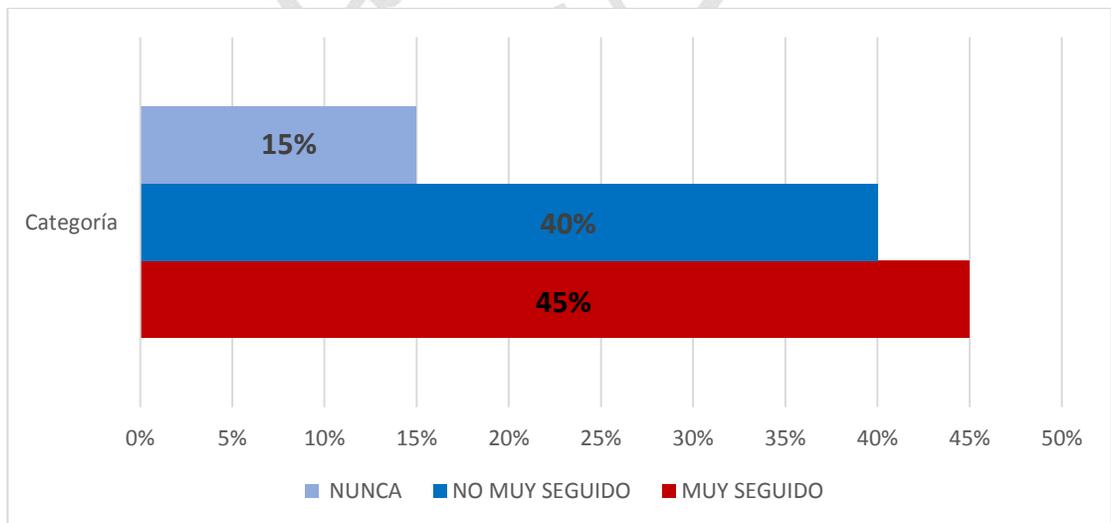


Gráfico 8: Con qué frecuencia compra figuras de anime

Elaboración: propia

6. ¿Podría pagar por maquetas y muñecos de anime, si estas fueran de su gusto?

- a) Si podría
- b) No podría

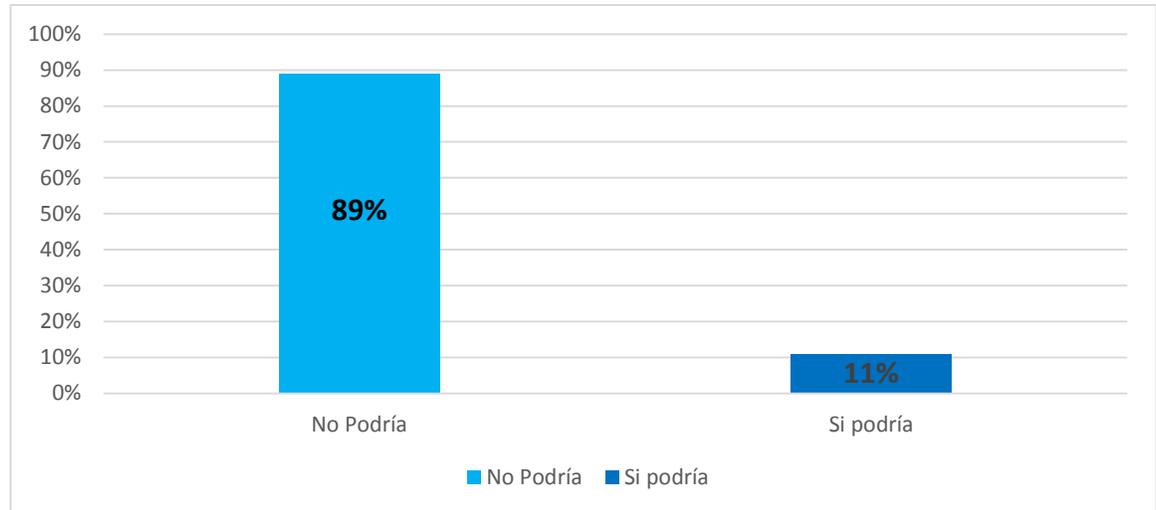


Gráfico 9: Podría pagar por figuras de anime

Elaboración: propia

7. ¿Si pudieras obtener maquetas y/o dioramas personalizados con tu diseño propio de tu anime o dibujo favorito lo comprarías?

- a) Si
- b) No

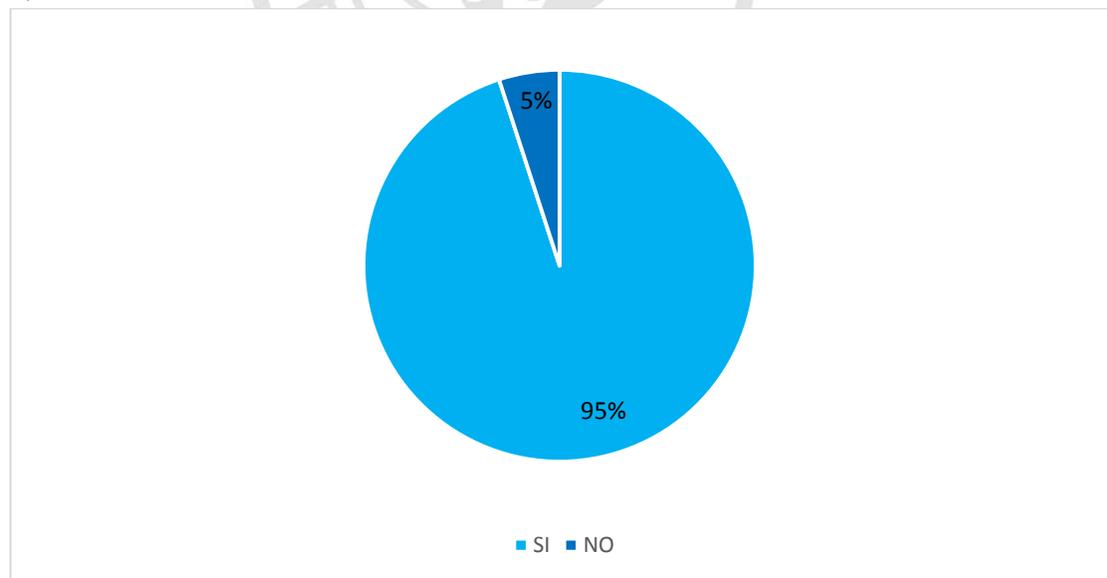


Gráfico 10: Compraría figuras de anime con tu propio diseño

Elaboración: propia

Es un mercado potencial el cual, si es factible y accesible realizar mi negocio de maquetas de animes de animes.

Tabla N° 6: Tabulaciones de mi sondeo de mi demanda insatisfecha

Edades	01-15	400 personas
Segmento	B-C	CLASE MEDIA BAJA
Distrito predominante	LINCE	Punto Estratégico
PEA	75%	
Le gustan los animes	83%	SI
Si comprarían figuras	75%	SI

Elaboración: propia

3.7. Proyecciones y provisiones para comercializar

Mis proyecciones y provisiones para comercializar centrándome en definir con claridad a cuales y cuantos segmentos centrar la atención de manera que las empresas puedan diseñar y ejecutar programas de marketing a la medida de mi mercado meta, ya que en su mayoría las mismas no cuentan con la capacidad suficiente como para servir apropiadamente a la diversa variedad de mis compradores. Podría aplicar distintos análisis en mis proyecciones de comercialización:



Figura 14: Análisis de las 4 P

Elaboración: Propia

Producto:

Busco que mi producto pueda tener lo mejor para poder brindarle a mi cliente, como calidad, características, estilo, diseño personalizado.

“Cualquier bien, servicio o idea que posea valor para el consumidor”

Precio:

Voy a penetrar el mercado, con un precio accesible para todo el detalle y lo que el cliente. Con buenos descuentos por los pedidos en mayor, listas de precios a elegir para mi cliente.

Distribución:

Tener buenos canales de distribución, transporte adecuado para llevar mis figuras y dioramas hacia el cliente y un lugar óptimo para su almacenamiento previo. Busco un canal de distribución para poder facilitar al cliente:

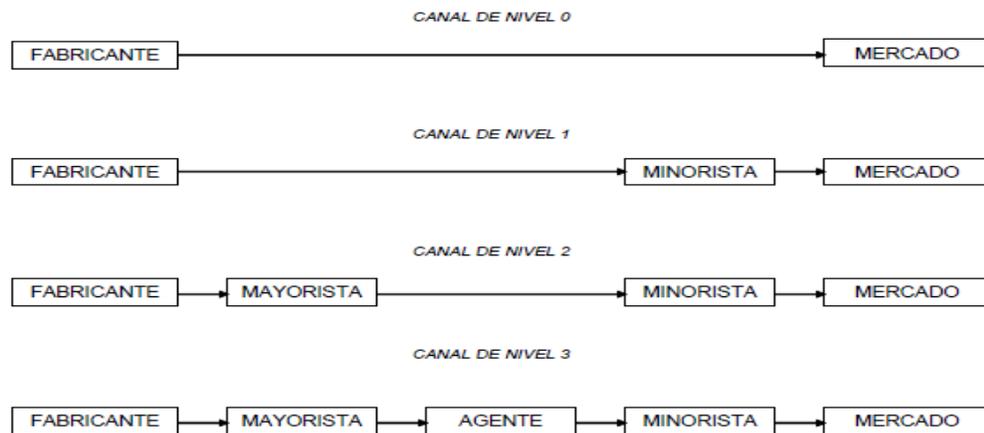


Figura 15: Distribución del producto

Elaboración: Propia

Comunicación:

Obtener un gran medio para publicitar mi producto, exhibirlo, tener sobre todo ahora las redes sociales y páginas web de venta, para la facilidad y comodidad del cliente.



Figura 16: Acción del negocio a desarrollar

Fuente: www.marketingyfinanzas.net

Con esta herramienta puedo analizar mi entorno en modo: Startup. El cual como ya cuento con experiencia al respecto, puedo comprender que podrá **pasar en el futuro próximo**, actualmente con el cambio de gobierno, nuestro futuro tanto: político, económico, socio-cultural, tecnológico, legislativo y ecológico es muy incierto, el anterior gobierno.

3.8. Descripción de la política comercial

Según mi política comercial, el cual yo brindo con mi producto es brindar sueños de niñez, Desde la formación de las diversas factores determinantes se ha desarrollado una fuerte polémica sobre cómo deben los países instrumentar sus relaciones comerciales de interacción e mi producto con mis clientes. Es así como mi política comercial se define como el manejo del conjunto de instrumentos a mi alcance, para mantener, alterar o modificar sustantivamente las relaciones comerciales de mi negocio de fabricación de figuras y dioramas de anime.

3.9. Cuadro de la demanda proyectada para el negocio

Hallando mi muestra de la demanda proyectada

Mi negocio pretende abastecer un porcentaje de la comunidad de coleccionistas de figuras y dioramas de anime (el cual sería nuestro mercado meta y demanda insatisfecha). La cual está conformada por el 10% de los 21000 seguidores de estos productos según sondeo.

Otros datos que hemos conseguido en nuestro sondeo conseguido a través de fuentes secundarias son que el 5% de la población general compra una figura de su anime preferido, el precio promedio es de S/.40.00 y que el consumo per cápita de figuras de anime es de 5 figuras mensuales.

En primer lugar hallamos la demanda proyectada de figuras de anime en toda la comunidad de coleccionistas

$$Q = npq$$

$$n = (2,100 \times 5) / 100$$

$$p = 40$$

$$q = 5$$

$$Q = 105 \times 40 \times 5$$

$$Q = S/. 21000$$

Según estadísticas de páginas importadoras de productos de anime y la demanda proyectada sería:

Cuadro de referencia de la mejor empresa de figuras de anime en el mundo: NAMCO BANDAI, como en los últimos 5 años se ha mantenido regularmente sus ventas a nivel mundial.

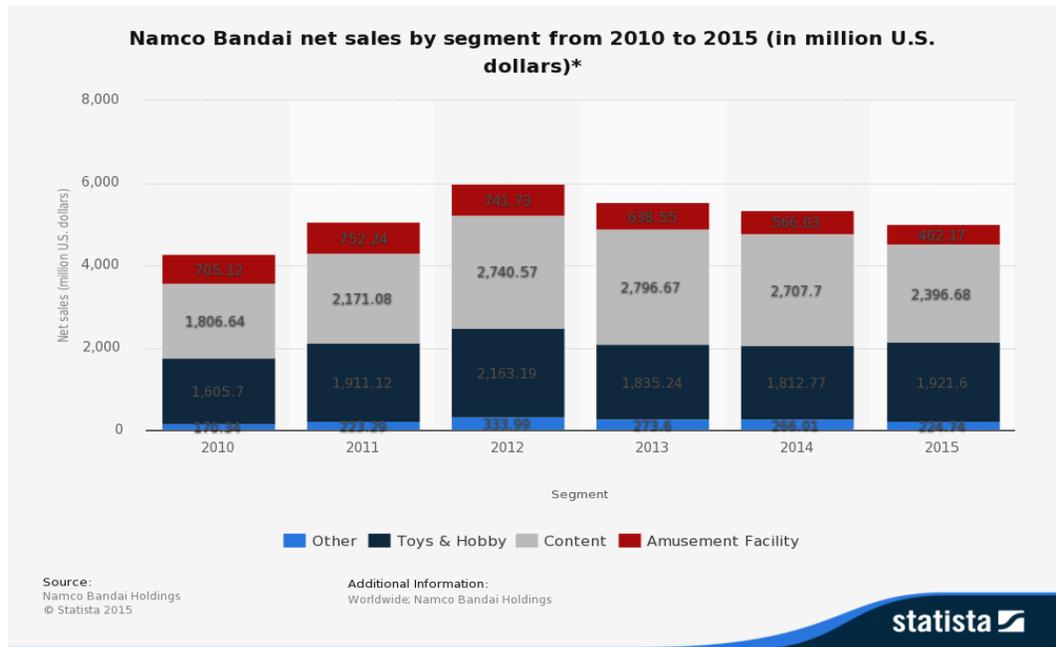


Figura N°17: Ventas Netas del mercado de figuras de anime empresa Namco
Fuente: Estatista 2015



4. ESTUDIO TÉCNICO

Mi estudio técnico comprenderá todo aquello relacionado con la fabricación de mis figuras y dioramas tematicos que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar, y se determina el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida ara realizar la producción.

El estudio técnico debe responder a unos interrogantes:

- El ¿cómo? Venderé haré mis dioramas y figuras para coleccionistas y/o eventos
- El ¿cuando? Estaré preparado para hacerlo
- El ¿dónde? Será la mejor ubicación para lograrlo
- Y con qué se va a elaborar el producto o a prestar el servicio.



Figura 18: Estudio Técnico de mi negocio
Fuente : Propia

4.1. Tamaño del Negocio

El tamaño del negocio estará determinado en función de la capacidad instalada, distribución y acondicionamiento del local; asimismo del tamaño de mercado a atender. En ese sentido, la capacidad para atender los pedidos y la fuerza comercial responderán al comportamiento del mercado y a las limitaciones en las inversiones iniciales.

La organización y operación de nuestro negocio estará condicionada al porcentaje de la demanda insatisfecha atendida en los próximos cinco años; teniendo en cuenta que, durante el primer año, se espera que los usuarios consuman de todos los días de la semana.

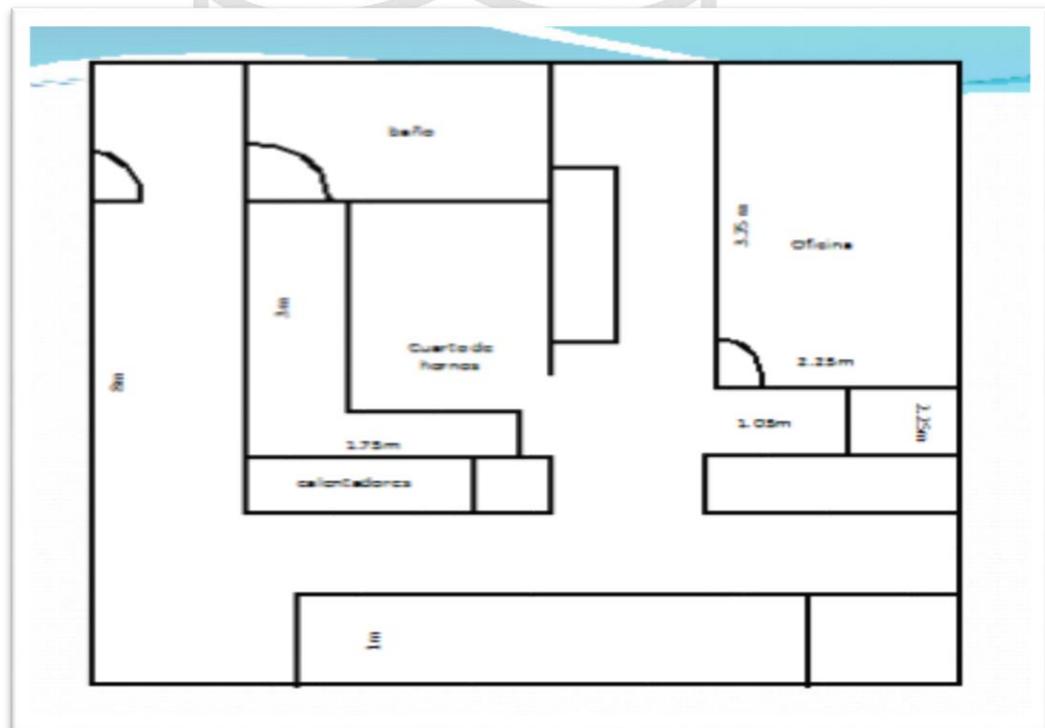


Figura 19: Plano del local de Dioramanga S.A.C.

Elaboración: Propia

Tabla N° 7: Oferta Proyectada de la Empresa Dioramanga S.A.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Población de Coleccionistas de Lima Metropolitana	542,000	564,230	645,800	684,500	712,560	726,321
Porcentaje de Segmento Apertura de Jugueterías	75%	80%	87%	92%	94%	96%
Tasa de Crecimiento Poblacional Anual (INEI)	3.32%	3.32%	3.32%	3.32%	3.32%	3.32%
Oferta Proyectada		8,753	8,992	9,237	9,489	9,748
N° Maquetas/Pieza		2400	2490	2589	2698	2818
Precio por Paquete		S/105.81	S/. 101.21	S/. 94.94	S/. 91.33	S/. 87.76
Margen Utilidad	100%	90%	80%	75%	70%	

Elaboración: Propia

4.2. Proceso y Tecnología

Las tecnologías y los procesos son de gran importancia cuando se trata de la elaboración, preparación o entrega de un producto o servicio, si las operaciones son eficientes entonces se obtendrá la Excelencia.

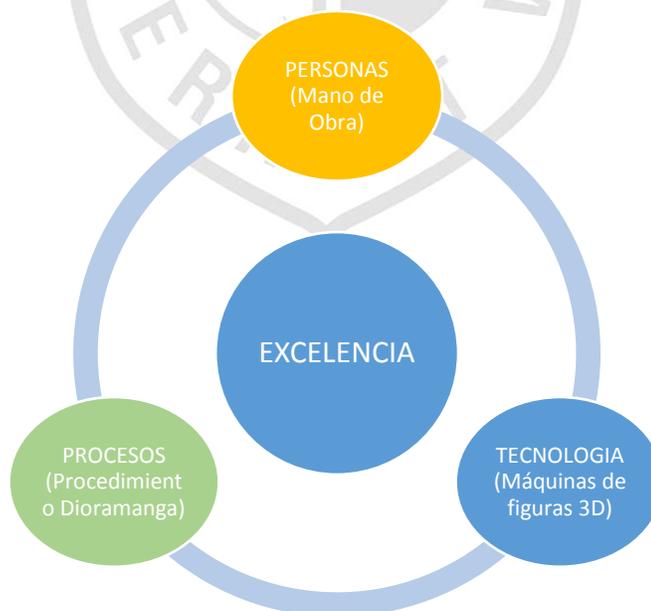


Figura 20: Proceso y Tecnología

Elaboración: Propia

4.2.1. Descripción y Diagrama de los Procesos

Dentro del negocio existe una lista de actividades que comprenden un flujo grama que se seguirá en la empresa, el mismo que estará conformando por los siguientes subprocesos:

Compra de Materiales

Consiste en comprar todos los Materiales que vamos a requerir para la elaboración de los diferentes maquetas que vamos a ofrecer a nuestro clientes.

Este subproceso empieza por la aprobación de la lista de insumos la cual estará sujeta a aprobación por el gerente general y sujeta a cambios los cuales dependerán por parte del cocinero, una vez aprobada la lista por el gerente general se contacta con el proveedor para realizar el pedido, ver las cotizaciones de los precios una vez analizado los precios y el tiempo de demora de la recepción de los insumos se procederá a realizar el pedido con el proveedor, una vez entregada el pedido se hace la verificación del producto si existen productos en mal estado o no son los requeridos de la lista se procederá a hacer el cambio con el proveedor para la mejora de los productos una vez realizado el cambio se almacena los insumos.

Mis procesos están divididos en 3, los cuales me tomaré desde el inicio de la solicitud del pedido del producto a realizar hasta el acabado final del mismo, clasificado por:

Proceso 1: Compra de insumos a proveedores

Proceso 2: Pedido y fabricación

Proceso 3: Distribución

**Tabla N° 8: Diagrama de Gantt del Subproceso
Compra de Insumos a Proveedores**

ACTIVIDAD	Semana 1					Semana 2				
	Día 1	Día 2	Día 3	Día 4	Día 5	Día 1	Día 2	Día 3	Día 4	Día 5
Buscar información de diversos proveedores cercanos a mi localización estratégica de producción	x	x	x	x						
Clasificar, evaluar, seleccionar y priorizar los insumos				x						
Realizar una lista de mis insumos primordiales al momento de contactar a mis proveedores				x	x					
Evaluar y preseleccionar los mejores proveedores (relación costo/beneficio) para visitar y constatar la información					x	x				
Visitar los proveedores preseleccionados para observar calidad de las plantas						x	x			
Evaluar y preseleccionar los mejores proveedores (relación costo/beneficio) para visitar y constatar la información							x			
Visitar a los proveedores para observar la calidad de mis insumos para realizar optimamente mi fabricación							x	x	x	
Comprar mis insumos a los proveedores determinados para brindar un buen producto final										x

Elaboración: Propia

Tabla N° 9: Diagrama de Gantt de Pedido y Fabricación

ACTIVIDAD	Semana 1					Semana 2					Semana 3					Semana 4				
	Día 1	Día 2	Día 3	Día 4	Día 5	Día 1	Día 2	Día 3	Día 4	Día 5	Día 1	Día 2	Día 3	Día 4	Día 5	Día 1	Día 2	Día 3	Día 4	Día 5
Los pedidos de figuras y dioramas serán todas recepcionadas en una base de datos	x	x	x	x	x															
Clasificar, evaluar, seleccionar y priorizar los insumos a utilizar				x	x	x	x													
Buscar el diseño seleccionado por el cliente y realizarlo al mínimo detalle							x													
Comenzar con la fabricación del modelo seleccionado por nuestro cliente							x	x	x	x	x	x	x	x						
Pulir de la mejor manera la figura o diorama y pintarlo														x	x	x	x			
En caso que tenga que tener un secado especial realizarlo o sino, solo darle los últimos retoques.																		x	x	x

Elaboración: Propia

Tabla N° 10: Diagrama de Gantt de Distribución

ACTIVIDAD	Semana 1				
	Día 1	Día 2	Día 3	Día 4	Día 5
Una vez que el producto este acabado y listo para entrega, ubicar la dirección de entrega y comunicarnos previamente con el cliente para entregarselo en un horario donde el se encuentre en casa	x				
Dependiendo de la figura o diorama encontrar una caja para su adecuado guardado en el traslado		x	x		
Buscar un medio de transporte adecuado para poder movilizarnos hasta el destino final del cliente			x	x	
Entregar el producto final en las propias manos del cliente para que lo revise personalmente y nos de el visto bueno					x

Elaboración: Propia

4.2.2. Capacidad instalada y operativa

La capacidad máxima de producción sostenida de una instalación para mis figuras y dioramas a fabricar durante el proceso de solicitudes y luego pasar a la fabricación, el cual debo sacar lo máximo a mis horas trabajadas al contratar a un personal para aumenta mi producción.

4.2.3 Cuadro de Requerimientos de Bienes de Capital, Personal e Insumos

Se mostrará a continuación una breve descripción de los insumos, recursos y equipos necesarios para el funcionamiento y operatividad del negocio, así como también de todo el mobiliario involucrado en el proceso.

Tabla N° 11: Equipos y Mobiliarios

Detalle	Unidad	Cantidad	Precio Unitario S/.	Total S/.
Maquinaria y Equipo				
Armarios	Unidad	1	375	375.00
Laptop	Unidad	1	1100	1,100.00
Impresora	Unidad	2	400	800.00
Moldeador	Unidad	1	300	300.00
Lijadoras	Unidad	2	300	600.00
Mesas industriales	Unidad	1	270	270.00
Herramientas de fabricación	Unidad	2	650	1,300.00
Equipo de tallado	Unidad	1	520	520.00
Muebles para Tallado	Unidad	1	300	300.00
Otros Equipos Eléctricos	Unidad	1	520	520.00
Televisores	Unidad	1	700	700.00
Máquina de pintado	Unidad	1	620	620.00
Sub Total soles				7,405.00
Equipo de oficina				
Sillas de comedor	Unidad	3	80	240.00
Sillas de escritorio	Unidad	3	150	450.00
Archivadores	Unidad	6	10	60.00
Vitrina	Unidad	1	345	345.00
Computadoras	Unidad	2	950	1,900.00
Impresoras	Unidad	3	250	750.00
Teléfonos	Unidad	1	150	150.00
Ventiladores	Unidad	2	70	140.00
Proyector	Unidad	1	380	380.00
Escritorios	Unidad	3	210	630.00
Total soles				12,450.00

Elaboración: Propia

Tabla N° 12: Inversión

Detalle	Total
Inversión fija	12450.00
Inversión intangible	2185.00
Capital de trabajo	20418.33
Total inversión	35053.33

Elaboración: Propia

4.2.4. Agentes de Distribución

Proveedores:

Personas naturales y jurídicas que proveerán de los insumos para la preparación de los platos y menús. Teniendo en cuenta que la selección de proveedores se basará en los siguientes factores: calidad de los productos, voluntad para trabajar de común acuerdo, idoneidad técnica, localización geográfica y el precio.

Para poder lograr un sistema efectivo de compras se debe propiciar un ambiente en el que las relaciones no sean antagónicas, sino unas relaciones en donde ambos se beneficien. La recepción de las mercancías la realizará una persona que tenga conocimientos en cuanto a las características de los productos, su calidad, sus condiciones óptimas en las cuales se deberán recibir, que los empaques sean apropiados. Y por último, pero sin ser menos importante aunque el proveedor sea de plena confianza es necesario que la administración revise periódicamente el proceso, para poder llevar un control.

Personal:

Recursos humanos necesarios en los procesos, encargados de potenciar la calidad interna del servicio, mantener un clima organizacional bueno, personal que crea valor para el cliente y que entregan un servicio más eficiente y eficaz; aptitudes que mantienen clientes satisfechos y leales; cuando los clientes quedan satisfechos mantienen la lealtad y por ende vuelven al restaurante y lo recomiendan a sus amigos. Asimismo, la propuesta se enfoca a buscar un equilibrio entre funcionalidad y costos de tal manera que se tengan los cargos mínimos indispensables sin afectar el desempeño de las actividades del negocio. La responsabilidad general del negocio recae en el gerente, quien contará con el apoyo del asistente administrativo, cocinero, ayudante de cocina, mesero y motorizado. Teniendo el personal del negocio las siguientes funciones principales:

Perfil del Gerente General:

Edad: 30 -35 años

Sexo: indistinto

Estudios: profesionales en administración o carreras a fines

Experiencia: 5 años en las actividades del puesto

- **Gerente General:** Dirigir, orientar y supervisar todas las áreas para saber las necesidades del negocio y tomar decisiones en función de las metas y objetivos trazados. Adicionalmente, tendrá a su cargo la responsabilidad de organizar y consolidar la información contable y financiera.
- **Asistente Administrativo -Logístico:** Responder por todo lo referente a los procesos productivos, para lograr la mejor eficiencia y productos de calidad. Además de establecer los planes y requerimientos para llevar a cabo la preparación de los alimentos.

Seguridad:

Teniendo en cuenta que en esta actividad se contara con la manipulación de materiales combustibles (madera, papel, cartón, etc.) Por tal motivo debemos tener en cuenta el manejo de 2 extintores; se dispone 1 extintor en la zona del salón, junto a la entrada y otro en la zona de cocina. Estos extintores serán de polvo polivalente o de CO₂, con la eficacia indicada. Los extintores se situarán de forma tal que el extremo superior del extintor se encuentre a una altura sobre el suelo menor que 1.50 m.

4.2.5. Infraestructura y Características Físicas

De acuerdo a la dinámica del negocio, es necesario que las instalaciones físicas, equipos y mobiliarios, enseres u otros, reúnan como mínimo los siguientes requisitos:

- Contar con el concepto de uso expedido por la respectiva municipalidad con la licencia sanitaria y ambiental.

- Tener las zonas exteriores inmediatas al establecimiento en buenas condiciones de limpieza y sin obstáculos que dificulten el acceso; así mismo deberán contar con buena iluminación nocturna.
- Estar diseñado y construido de acuerdo con especificaciones tendientes a controlar y evitar la presencia de insectos y roedores.
- Tener la edificación y las instalaciones construidas de manera que se facilite la limpieza.
- Disponer de instalaciones apropiadas para la recolección y almacenamiento de los residuos, éstos a su vez deben estar aislados de los espacios del cliente externo, y estar ubicadas de forma tal que no generen contaminación.
- **Ubicación:** Construido en terreno adecuado y seguro.
- **Ventilación:** Adecuada y suficiente, para ayudar a la conservación de los alimentos.
- **Iluminación:** Natural y artificial, la cual se obtendrá por medio de ventanas, y lámparas con protector, convenientemente distribuidas.
- **Techos:** Se construirán en láminas resistentes y con buenas características de durabilidad y resistencia, y libres de goteras.
- **Puertas:** Las puertas deben ser lo más seguras y herméticas posibles, de superficie lisa, y de suficiente amplitud.
- **Precauciones contra incendio:** Debe haber extintores con fechas de vencimiento.
- **Drenajes:** Observar todos los sifones y orificios de evacuación de aguas residuales, Cerciorarse de que todos ellos tengan la correspondiente rejilla para evitar la entrada de roedores.

4.2.6. Cuadro de Requerimientos de Bienes de Capital, Personal e Insumos

Se mostrará a continuación una breve descripción de los insumos, recursos y equipos necesarios para el funcionamiento y operatividad del restaurante, así como también de todo el mobiliario involucrado en el proceso.

Mobiliario y Equipos: Instrumentos necesarios para el funcionamiento del negocio.

Tabla N° 13: Cuadro de Requerimientos

<u>Equipo de oficina</u>				
Sillas de comedor	Unidad	3	80	240.00
Sillas de escritorio	Unidad	3	150	450.00
Archivadores	Unidad	6	10	60.00
Vitrina	Unidad	1	345	345.00
Computadoras	Unidad	2	950	1,900.00
Impresoras	Unidad	3	250	750.00
Telefonos	Unidad	1	150	150.00
Ventiladores	Unidad	2	70	140.00
Proyector	Unidad	1	380	380.00
Escritorios	Unidad	3	210	630.00

Elaboración: Propia

4.2.7 Infraestructura y Características Físicas

De acuerdo a la dinámica del negocio, es necesario que las instalaciones físicas, equipos y mobiliarios, enseres u otros, reúnan como mínimo los siguientes requisitos:

- Contar con el concepto de uso expedido por la respectiva municipalidad con la licencia sanitaria y ambiental.
- Tener las zonas exteriores inmediatas al establecimiento en buenas condiciones de limpieza y sin obstáculos que dificulten el acceso; así mismo deberán contar con buena iluminación nocturna.
- Cumplir con los requisitos mínimos en cuanto a la eliminación de vapores, olores, humos y calor en todos sus espacios.
- Tener los espacios destinados a la producción de alimentos y a la prestación de servicio al cliente externo separados.
- Estar diseñado y construido de acuerdo con especificaciones tendientes a controlar y evitar la presencia de insectos y roedores.

- Disponer de instalaciones apropiadas para la recolección y almacenamiento de los residuos, éstos a su vez deben estar aislados de los espacios del cliente externo, y estar ubicadas de forma tal que no generen contaminación.

Por otro lado, los objetivos del almacenamiento serán conservar los alimentos seguros, limpios y secos. Para lograrlo se requiere que los depósitos cumplan con las siguientes características físicas:

- **Ubicación:** Construido en terreno adecuado y seguro.
- **Ventilación:** Adecuada y suficiente, para que los productos para la fabricación de dioramas no se humedezcan, Lima es una ciudad húmeda y seca.
- **Iluminación:** Natural y artificial, la cual se obtendrá por medio de ventanas, y lámparas con protector, convenientemente distribuidas.
- **Piso:** De cemento, liso y sin grietas.
- **Paredes:** Deben ser lo más lisas posibles, sin grietas para evitar la presencia de insectos, impermeables al agua, y se mantendrán limpias.
- **Techos:** Se construirán en láminas resistentes y con buenas características de durabilidad y resistencia, y libres de goteras.
- **Puertas:** Las puertas deben ser lo más seguras y herméticas posibles, de superficie lisa, y de suficiente amplitud.
- **Precauciones contra incendio:** Debe haber extintores con fechas de vencimiento, ya que la mayoría de los insumos son inflamables.
- **Drenajes:** Observar todos los sifones y orificios de evacuación de aguas residuales, Cerciorarse de que todos ellos tengan la correspondiente rejilla para evitar la entrada de roedores.

4.3 Localización del Negocio

Todos los ambientes responderán a 4 factores que determinaran su ubicación comercial, estratégica, legal y ambiental, de acuerdo a los requerimientos mínimos establecidos como agua, electricidad, teléfono, alcantarillado, etc. así como previsión de la salida del humo, ventilación, etc., locales con superficies lavables para una correcta higiene y de fácil desinfección; es decir local ajustado a las disposiciones vigentes en materia de seguridad e higiene en el trabajo. Además de contar con ventilación natural, con respecto a los ambientes de atención, dispondrá de escapes de olores suficientes para superar las especificaciones establecidas en la normativa.

Análisis de Factores de Ubicación

Factores Comerciales:

- Posición estratégica
- Ubicación Comercial
- Cultura y horario de servicio
- Disponibilidad del Espacio Físico
- Costo del Arriendo

Factores Estratégicos:

- Facilidad de Transporte
- Área Urbana Céntrica
- Servicios de apoyo
- Flujos de Personas
- Servicios Básicos
- Seguridad

Factores Legales:

- Ordenanzas Municipales
- Impuestos Municipales

Tabla N° 14: Matriz de Factores

FACTORES	A	B	C
1. Factor Comercial			
1.1 Posición estratégica	4	3	3
1.2 Ubicación Comercial	3	5	4
1.3 Cultura y horario de servicio	3	4	5
1.4 Disponibilidad del espacio físico	4	3	4
1.5 Costo del arriendo	5	3	5
TOTAL PONDERADO	19	18	21
2. Factor Estratégico			
2.1 Facilidad de transporte	4	5	5
2.2 Área urbana céntrica	4	5	4
2.3 Servicios de apoyo	5	5	3
2.4 Flujos de personas	3	4	3
2.5 Servicios básicos	3	3	5
2.6 Seguridad	4	3	5
TOTAL PONDERADO	23	25	25
3. Factor legal			
3.1 Ordenanzas municipales	3	3	3
3.2 Impuestos fiscales	3	5	3
3.3 Problemas de patentes de animes	4	3	4
TOTAL PONDERADO	10	11	10
TOTAL FINAL PONDERADO	52	54	56

Elaboración: Propia

Tabla N° 15: Matriz Ponderación de Factores

FACTORES	A	B	C
1. Factor Comercial			
1.1 Posición estratégica	15%	0.68	0.85
1.2 Ubicación Comercial	4%	0.32	0.24
1.3 Cultura y horario de servicio	6%	0.16	0.16
1.4 Disponibilidad del espacio físico	17%	0.24	0.24
1.5 Costo del arriendo	8%	0.45	0.45
TOTAL PONDERADO	50%	1.85	1.94
2. Factor Estratégico			
2.1 Facilidad de transporte	2%	0.15	0.10
2.2 Área urbana céntrica	2%	0.10	0.05
2.3 Servicios de apoyo	1%	0.05	0.03
2.4 Flujos de personas	2%	0.04	0.05
2.5 Servicios básicos	1%	0.05	0.06
2.6 Seguridad	2%	0.06	0.10
TOTAL PONDERADO	10%	0.45	0.39
3. Factor legal			
3.1 Ordenanzas municipales	10%	0.12	0.09
3.2 Impuestos fiscales	15%	0.09	0.12
3.3 Problemas de patentes de animés	5%	0.12	0.12
TOTAL PONDERADO	40%	0.33	0.33
TOTAL FINAL PONDERADO	100%	2.63	2.66

Elaboración: Propia

Finalmente, podemos concluir que, de acuerdo a las evaluaciones efectuadas y ponderadas, se establecerá localizar el local en el distrito de Lince, jurisdicción céntrica y comercial, donde actualmente, vienen funcionando reconocidas empresas de servicios de expendio de alimentos dirigidos a diferentes segmentos del mercado. Distrito elegido bajo este análisis para constituir nuestro negocio de acuerdo a las atingencias determinadas en el presente plan de negocios.

4.4 Desarrollo del Producto

En este punto vamos a desarrollar el proceso de planear ideas para facilitarnos el trabajo, según el pedido del cliente. Vamos a tomar cuenta varios factores como tiempo, mano de obra y materiales a utilizar, pero atendiendo todas las exigencias que requiere hacer una maqueta personalizada, teniendo en cuenta que todos los productos que hagamos sean de calidad para el cliente final.



Figura 21: Desarrollo laboral de Dioramanga S.A.C.

Fuente: Propia

4.5 Materia Prima

Corresponde a cada uno de los insumos que se utilizan en el proceso de producción para la elaboración de mis dioramas y figuras de anime, tanto para los que soliciten para colección personal o para realizar temáticas de fiestas infantiles. Es necesario tener la ficha técnica de cada insumo, la cual debe contener lo siguiente:

- Color.
- Olor.
- Tamaño.
- Peso.
- Dimensiones.
- Empaque.
- Forma de presentación.
- Usos.
- Vida útil estimada.
- Marca.
- Forma de almacenamiento.

5. ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

5.1. Inversión Fija

La inversión fija está compuesta por los activos tangibles que ascienden a S/. 12,450.00 y los activos intangibles que suman S/. 2,185.00

5.1.1. Inversión Tangible

Las inversiones en activos fijos son todas aquellas inversiones que se realizan en los bienes tangibles que se utilizaran en la apertura y funcionamiento del restaurante, que incluye equipos y mobiliarios.

Inversión en Equipos: Incluye los equipos necesarios para el funcionamiento del negocio, los cuales ascienden a S/. 12,450.00 soles, activos que permitirán la operatividad de los servicios en las áreas de adquisiciones, almacenaje, cocina, atención en sala, ventas y reparto.

Tabla N° 16: Inversión en Equipos

Detalle	Unidad	Cantidad	Precio Unitario S/.	Total S/.
<u>Maquinaria y Equipo</u>				
Armarios	Unidad	1	375	375.00
Laptop	Unidad	1	1100	1,100.00
Impresora	Unidad	2	400	800.00
Moldeador	Unidad	1	300	300.00
Lijadoras	Unidad	2	300	600.00
Mesas industriales	Unidad	1	270	270.00
Herramientas de fabricación	Unidad	2	650	1,300.00
Equipo de tallado	Unidad	1	520	520.00
Muebles para Tallado	Unidad	1	300	300.00
Otros Equipos Eléctricos	Unidad	1	520	520.00
Televisores	Unidad	1	700	700.00
Máquina de pintado	Unidad	1	620	620.00
Sub Total soles				7,405.00
<u>Equipo de oficina</u>				
Sillas de comedor	Unidad	3	80	240.00
Sillas de escritorio	Unidad	3	150	450.00

Archivadores	Unidad	6	10	60.00
Vitrina	Unidad	1	345	345.00
Computadoras	Unidad	2	950	1,900.00
Impresoras	Unidad	3	250	750.00
Teléfonos	Unidad	1	150	150.00
Ventiladores	Unidad	2	70	140.00
Proyector	Unidad	1	380	380.00
Escritorios	Unidad	3	210	630.00
Total soles				12,450.00

Elaboración: Propia

Inversión en Mobiliario: Incluye la relación total de muebles y enseres requeridos, para el acondicionamiento del local, a fin de mostrar ambientes agradables, cómodos y acogedores para nuestros comensales, los mismos que ascienden a S/. 7,080.00 soles.

Tabla N° 17: Inversión en Mobiliario

Equipo de oficina				
Sillas de espera	Unidad	3	80	240.00
Sillas de escritorio	Unidad	3	150	450.00
Archivadores	Unidad	6	10	60.00
Vitrina	Unidad	1	345	345.00
Computadoras	Unidad	2	950	1,900.00
Impresoras	Unidad	3	250	750.00
Teléfonos	Unidad	1	150	150.00
Ventiladores	Unidad	2	70	140.00
Proyector	Unidad	1	380	380.00
Escritorios	Unidad	3	210	630.00
Total soles				5,045.00

Elaboración: Propia

5.1.2. Inversión Intangible

Son las inversiones necesarias para la constitución e implementación del negocio, así como de las revisiones técnicas de los servicios básicos para su funcionamiento.

Inversión en Trámites de Constitución: Esta inversión incluye los procedimientos legales, tributarios y municipales para poder constituir el negocio, inversión que asciende a S/. 2,185.00 soles.

Tabla N° 18: Inversión de Constitución

Detalle	Total
Constitución de empresa	
Búsqueda y Reserva de nombre (SUNARP)	30.00
Pago notario público por la minuta	1500.00
Derecho de inscripción SUNARP	210.00
Copia de Inscripción a la SUNAT	20.00
Informe de bienes muebles(SUNARP)	125.00
Licencia	300.00
Total	2185.00

Elaboración: Propia

Inversión en Instalación de Servicios: En esta inversión se contemplan los gastos en relación a los servicios a contratar e instalar; servicios acondicionados adecuadamente que permitan la seguridad y manejo eficiente de las instalaciones, como muestra en la tabla corresponde a gastos anuales.

Tabla N° 19: Inversión en Instalación

Gastos Varios	8750.00	8871.00	8994.52	9120.65	9249.48
Útiles de oficina	500.00	517.75	536.13	555.16	574.87
Alquiler local	6000.00	6000.00	6000.00	6000.00	6000.00
Movilidad	1500.00	1553.25	1608.39	1665.49	1724.61
Servicios (Luz, Agua, Teléfono, internet)	750.00	800.00	850.00	900.00	950.00

Elaboración: Propia

5.2. Capital del Trabajo

Determinado en base a los requerimientos para la operación y funcionamiento del negocio, los cuales están destinados a cubrir las necesidades de los insumos, mano de obra, gastos de administración y ventas, que permitirán el inicio de las operaciones del negocio de Dioramas SAC. Considerándose para el inicio de las operaciones la suma de S/. 20,418.33 los cuales puedan cubrir el primer mes de operaciones, ya que luego los incrementos de capital de trabajo se generarán por las mismas operaciones del negocio.

Tabla N° 20: Capital de Trabajo

Detalle	Total
Equipos y Materiales	7520.00
Mano de obra	6449.17
Gastos de Producción	3045.00
Gastos de administrativos	2675.00
Gastos Varios	729.17
Total capital de trabajo	20418.33

Elaboración: Propia

5.3. Inversión Total

En la siguiente tabla se puede observar la inversión total del proyecto que asciende a S/. 35,053.33 donde la inversión en equipos y mobiliarios representa el 70.55% de toda la inversión.

Tabla N° 21: Inversión Total

Detalle	Total	%
Inversión fija	12450.00	35.52%
Inversión intangible	2185.00	6.23%
Capital de trabajo	20418.33	58.25%
Total inversión	35053.33	100.00%

Elaboración: Propia

5.4. Estructura de la Inversión y Financiamiento

En este apartado se describe la estructura del capital, la cual está constituido por el aporte propio de los accionistas (29.45%) y del financiamiento (70.55%), vía préstamo que se obtendrá de una entidad financiera.

Tabla N° 22: Estructura de la Inversión y Financiamiento

Inversión	Aporte Propio	Préstamo	Total	Porcentaje
Inversión fija	12450.00	0.00	12450.00	35.52%
Inversión intangible	2185.00	0.00	2185.00	6.23%
Capital de trabajo	418.33	20000.00	20418.33	58.25%
Total	15053.33	20000.00	35053.33	100%
Porcentaje	42.94%	57.06%	100.00%	

Elaboración: Propia

5.5. Fuentes Financieras

Se efectuaron diversas consultas de préstamo en las diferentes entidades financieras, en especial Cajas Municipales, instituciones que vienen financiando al segmento emprendedor, permitiéndoles generar grandes posibilidades de crecimiento y desarrollo. Se optó por el financiamiento de la Caja Huancayo por los mejores beneficios y tasa de interés preferencial que ofrece; dentro de las alternativas que nos presentaron las demás cajas municipales, las cuales se presentan a continuación:

Tabla N° 23: Fuentes de Financiamiento

Entidad Financiera	Producto	Tasa de Interés	Beneficios
Caja Arequipa	Capital de Trabajo	32.23%	Tasa competitiva del mercado que se otorga en 24 horas.
Caja Huancayo	Empresarial	28.32%	Tasas de interés preferenciales y se puede elegir la forma y frecuencia de pago.
Caja Piura	PYME	34.33%	Descuento de intereses por pago anticipado del crédito.

Elaboración: Propia.

5.6. Condiciones de Crédito

Solicitaremos un préstamo por un monto de S/. 20,000.00 soles a un plazo de 12 meses. Crédito que lo otorgara la Caja Huancayo ya que nos brindara una tasa de interés preferencial del 28.32%, además el préstamo se pagará con dos (2) meses de gracia. Considerando las condiciones antes mencionadas, la cuota mensual será de S/. 2030.38 soles.

Requisitos:

- Copia de DNI de los representantes legales
- Escritura pública de constitución
- Certificado de vigencia de poderes
- Copia de ficha RUC
- Plan de inversión
- Calificación de Normal en las centrales de riesgos
- Recibo de servicios cancelado
- Documentos de la garantía

Tabla N° 24: Condiciones del Financiamiento

Préstamo (P)	20,000.00
Cuotas (n)	12
Tipo de moneda	S/.
Tasa efectiva anual	28.32%
Interés mensual (i)	2.10%
Seguro de desgravamen	0.10%
ITF	0.005%
Meses de gracia	2
Financia	Caja Huancayo
Cargo (Periodo de gracia)	839.89
Valor de conversión	20839.89
Seguro de desgravamen	250.08
Comisión	250.00
Monto a financiar	21339.96
Cuota del préstamo	2030.28
ITF	0.10
Cuota a pagar	2030.38

Elaboración: Propia

6. ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS

El modelo financiero describe, con toda la exactitud posible, los gastos en los que se va a incurrir para hacer posible este proyecto, además de los ingresos que se obtendrán de la misma. A partir de los datos de entrada (costos de los insumos, mano de obra, indirectos, gastos de promoción, administración, etc.), se presenta los estados de resultados, los mismos que proporcionan información sobre las pérdidas y las ganancias proyectadas para los próximos cinco (5) años del centro de recreación DIORAMANGA S.A.C

6.1. Presupuesto de los Costos

El presupuesto de los costos será analizado por costo unitario de menús, costo de los insumos, costo de la mano de obra, costos indirectos, depreciación de los equipos y mobiliarios, gastos de promoción y ventas, gastos administrativos y gastos financieros.

Tabla N° 25: Costo Unitario de las maquetas

Detalle	2017	2018	2019	2020	2021
costo Unitario	52.9	52.4	51.8	51.2	50.6
Precio de venta	105.81	101.21	94.94	91.33	87.76
Utilidad	100%	90%	80%	75%	70%

Detalle	2017	2018	2019	2020	2021
Maquetas	2,400	2,490	2,589	2,698	2,818
Total Unidades	2,400	2,490	2,589	2,698	2,818

Tabla N°26: Costo de Insumos

<u>Materia Prima</u>		90,240	93,624	97,346	101,441	105,946
Cartulina Cartón (1.5 mt)	4.00	9,600	9,960	10,356	10,792	11,271
Cartulina (1 mt)	4.00	9,600	9,960	10,356	10,792	11,271
trupan	4.60	11,040	11,454	11,909	12,410	12,961
Tecnopor	4.00	9,600	9,960	10,356	10,792	11,271
Pinturas	8.50	20,400	21,165	22,007	22,932	23,950
Pinceles	6.00	14,400	14,940	15,534	16,187	16,906
cartón corrugado	6.50	15,600	16,185	16,829	17,536	18,315

Elaboración: Propia

Asimismo, se presentan en las tablas N° 26 y 27 los costos totales de los insumos y mano de obra, en los que se incurrirá cada año, teniendo en cuenta las proyecciones en los menús y platos que se ofrecerán; además de las remuneraciones de toda la plana ejecutiva y operativa que permitirá la atención permanente de los servicios.

Tabla N° 27: Mano de Obra

<u>PRODUCCION DE MAQUETAS</u>		2017	2018	2019	2020	2021
<u>Maquetas Anuales</u>		2400	2490	2589	2698	2818
<u>Mano de obra</u>	<u>Totales</u>	36,540	36,540	36,540	36,540	36,540
Asistente de Producción	950.00	9,918	9,918	9,918	9,918	9,918
Operario 1	850.00	8,874	8,874	8,874	8,874	8,874
Operario 2	850.00	8,874	8,874	8,874	8,874	8,874
Operario 3	850.00	8,874	8,874	8,874	8,874	8,874

Tabla N° 28: Depreciación de Equipos

Detalle	Vida Útil (Meses)	Valor	Depreciación mensual	Depreciación anual	Años del proyecto	Valor Residual ME
<u>Equipos</u>						
Armarios	120	400.00	3.33	40.00	5	200.00
Laptop	120	1100.00	9.17	110.00	5	550.00
Impresora	120	800.00	6.67	80.00	5	400.00
Moldeador	120	300.00	2.50	30.00	5	150.00
Lijadoras	120	600.00	5.00	60.00	5	300.00
Mesas industriales	120	270.00	2.25	27.00	5	135.00
Herramientas de fabricación	120	1300.00	10.83	130.00	5	650.00
Equipo de tallado	120	680.00	5.67	68.00	5	340.00
Muebles para Tallado	120	300.00	2.50	30.00	5	150.00
Otros Equipos Eléc.	120	520.00	4.33	52.00	5	260.00
Televisores	120	700.00	5.83	70.00	5	350.00
Máquina de pintado	120	620.00	5.17	62.00	5	310.00

S/. 3795.00

Elaboración: Propia

Tabla N° 29: Depreciación de Mobiliarios

Equipo de oficina						
Sillas de comedor	130	240.00	1.85	22.15	5	110.77
Sillas de escritorio	130	450.00	3.46	41.54	5	207.69
Archivadores	130	60.00	0.46	5.54	5	27.69
Vitrina	130	840.00	6.46	77.54	5	387.69
Computadoras	130	1900.00	14.62	175.38	5	876.92
Impresoras	130	750.00	5.77	69.23	5	346.15
Teléfonos	130	150.00	1.15	13.85	5	69.23
Ventiladores	130	140.00	1.08	12.92	5	64.62
Proyector	130	380.00	2.92	35.08	5	175.38
Escritorios	130	630.00	4.85	58.15	5	290.77
Totales						2556.92

Elaboración: Propia**Tabla N° 30:** Depreciación y Amortización

Detalle	2017	2018	2019	2020	2021
Depreciación de equipos	1270.38	1270.38	1270.38	1270.38	1270.38
Amortización de los intangibles	437.00	437.00	437.00	437.00	437.00
Total	1707.38	1707.38	1707.38	1707.38	1707.38

Elaboración: Propia

Además, se presentan los gastos que se incurrirán para el funcionamiento del negocio:

Tabla N° 31: Gastos Administrativos

Detalle	2017	2018	2019	2020	2021
	Gastos de Administración	32100.00	33705.00	35390.25	37159.76
Gerente General	15660.00	16443.00	17265.15	18128.41	19034.83
Asistente administrativo	10440.00	10962.00	11510.10	12085.61	12689.89
Contador	6000.00	6300.00	6615.00	6945.75	7293.04

Elaboración: Propia

Tabla N° 32: Ingresos

Detalle	2017	2018	2019	2020	2021
Maquetas	253944.00	252004.22	245792.52	246390.16	247288.68
Total ventas	253944.00	252004.22	245792.52	246390.16	247288.68
Margen de Utilidad	100%	90%	80%	75%	70%

Elaboración: Propia

En resumen para el primer año de operaciones los gastos Administrativos ascenderán a S/. 1,605.00 soles en comparación al segundo año, lo cual representa un aumento del 5% anual, de acuerdo a la tabla 35 los Ingresos

6.2. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio consiste en determinar la cantidad de bienes y/o servicios que debemos generar y comercializar en el mercado para cubrir nuestros costos totales; para los cual primero identificaremos los costos fijos, que permitirán calcular la cantidad y el monto de la actividad en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida. Para nuestro caso, la Empresa Dioramanga SAC., requerirá producir como mínimo 108 maquetas por mes equivalente a 11440.00 soles para que pueda solventar sus gastos fijos que permitirá trabajar con comodidad.

Punto de Equilibrio
Expresado en Nuevos
Soles
Datos :

Tabla N° 33: Punto de Equilibrio

Precio Venta	105.80
Coste Unitario	52.90
Gastos Fijos Mes	5,720
Pto. Equilibrio X unidades	108.00
Pto. Equilibrio en soles	11440.00

Elaboración: Propia

Tabla N° 34: Proyección del Punto de Equilibrio

Costos Variables Indep	Cantidad	Costos Fijos	Costos Totales	Ingresos
-	-	5,720	5,720	-
1,430	27	5,720	7,150	2,860
2,860	54	5,720	8,580	5,720
4,290	81	5,720	10,010	8,580
5,720	108	5,720	11,440	11,440
7,150	135	5,720	12,869	14,299
8,580	162	5,720	14,299	17,159
10,010	189	5,720	15,729	20,019

Elaboración: Propia

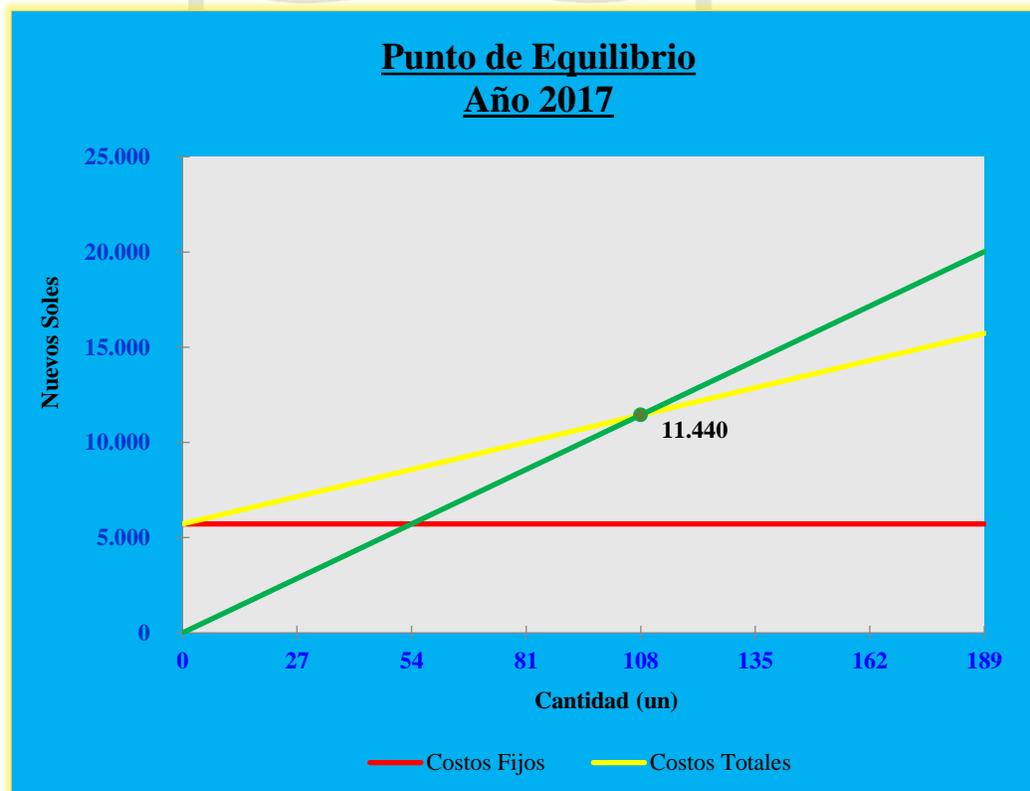


Gráfico N° 11: Proyección del Punto de Equilibrio

Elaboración: Propia

6.3. Estado de Ganancias y Pérdidas

A continuación presentamos el estado de ganancias y pérdidas proyectado para cinco (5) años con financiamiento y sin financiamiento. Teniendo en cuenta que las empresas domiciliadas en el Perú se verán afectados por las nuevas tasas de impuesto a la renta a ser aplicadas por la SUNAT. La tasa del impuesto a la renta para el 2017 y 2018 será del 28% y en el 2019, esta tasa será del 26%.

Tabla N° 35: Estado de Ganancias y Pérdidas

	MENS.	2017	2018	2019	2020	2021
Ingresos		253,944.00	252,004.22	245,792.52	246,390.16	247,288.68
Costos		-126,972.00	-130,356.00	-134,078.40	-138,173.04	-142,677.52
Depreciación y amortización		-1,270.38	-1,270.38	-1,270.38	-1,270.38	-1,270.38
Utilidad bruta		125,701.62	120,377.83	110,443.74	106,946.74	103,340.77
Gastos administrativos	1,945.58	-23,347.00	-25,073.00	-26,881.77	-28,777.41	-30,764.23
Gastos de venta	3,774.17	-45,290.00	-45,411.00	-45,534.52	-45,660.65	-45,789.48
Utilidad operativa	5,719.75	57,064.62	49,893.83	38,027.45	32,508.68	26,787.05
Otros ingresos		0.00	0.00	0.00	0.00	6,351.92
Utilidad antes de int. e imp.		57,064.62	49,893.83	38,027.45	32,508.68	33,138.98
Gastos financieros		-3,307.80	-216.84	0.00	0.00	0.00
Utilidad antes impuestos		53,756.81	49,676.99	38,027.45	32,508.68	33,138.98
Impuestos (27%-26%)		-14,514.34	-13,412.79	-9,887.14	-8,452.26	-8,616.13
Utilidad neta		39,242.47	36,264.20	28,140.31	24,056.42	24,522.84
Margen		15%	14%	11%	10%	10%

Elaboración: Propia

6.4. Presupuesto de Egresos

Vienen a ser los desembolsos que hay que efectuar como retribución al uso de los factores de producción, egresos de recursos necesarios para nuestro proyecto durante los primeros cinco (5) primeros años. El presupuesto de egresos es primordial debido a que no es posible sostener un negocio sin hacer gastos.

Tabla N° 36: Egresos por el Giro del Negocio

Detalle					
	2017	2018	2019	2020	2021
<u>Gastos de Administrativos</u>	32100.00	33705.00	35390.25	37159.76	39017.75
Gerente General	15660.00	16443.00	17265.15	18128.41	19034.83
Asistente administrativo	10440.00	10962.00	11510.10	12085.61	12689.89
Contador	6000.00	6300.00	6615.00	6945.75	7293.04
<u>Gastos de Producción</u>	36540.00	36540.00	36540.00	36540.00	36540.00
Asistente de Producción	9918.00	9918.00	9918.00	9918.00	9918.00
Operario 1	8874.00	8874.00	8874.00	8874.00	8874.00
Operario 2	8874.00	8874.00	8874.00	8874.00	8874.00
Operario 3	8874.00	8874.00	8874.00	8874.00	8874.00
<u>Gastos Varios</u>	8750.00	8871.00	8994.52	9120.65	9249.48
Útiles de oficina	500.00	517.75	536.13	555.16	574.87
Alquiler local	6000.00	6000.00	6000.00	6000.00	6000.00
Movilidad	1500.00	1553.25	1608.39	1665.49	1724.61
Servicios (Luz, Agua, Teléfono, internet)	750.00	800.00	850.00	900.00	950.00
Total	77390.00	79116.00	80924.77	82820.41	84807.23

Elaboración: Propia

6.5. Flujo de Caja Proyectado

Se presenta a continuación los flujos de caja proyectado (Económico y Financiero); informes que presentan en detalle los flujos de ingresos y egresos de dinero que tendrá la empresa en el período de cinco (5) años.

Tabla N° 37: Flujo de Caja Económico

Periodo	Año 0	2017	2018	2019	2020	2021
Flujo de Capital	-35,053.33	-	20,418.33	-	-	6,351.92
Flujo Operativo	-	30,408.51	25,173.84	16,714.18	12,630.28	8,396.28
Flujo Económico	-35,053.33	30,408.51	45,592.17	16,714.18	12,630.28	14,748.21

Elaboración: Propia

El flujo de caja proyectado es una manera de reflejar los ingresos y egresos en lo que incurriremos, con el fin de posteriormente medir el nivel de rentabilidad del proyecto. Para esto, presentamos en la tabla N° 70 el flujo de caja económico, y en la tabla N° 71 el flujo de caja financiero.

Tabla N° 38: Flujo de Caja Financiero

Periodo	Año 0	2017	2018	2019	2020	2021
Flujo Económico	-35,053.33	30,408.51	45,592.17	16,714.18	12,630.28	14,748.21
Servicio de Deuda	20,000.00	19,410.67	4,002.21	-	-	-
Flujo Financiero	-15,053.33	49,819.18	49,594.38	16,714.18	12,630.28	14,748.21

Elaboración: Propia

6.6. Balance General

Informe financiero contable que refleja la situación económica y financiera estimada del negocio, durante el primer año. Estado financiero en donde a cada cuenta se le asigna un valor en dinero para así identificar qué tanto tiene la empresa en activos, cuál es su nivel de deudas y su patrimonio financiero.

Tabla N° 39: Estado de Situación Financiera

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2017
RUC: 20442467116

Año 2017

<u>Activo</u>		<u>Pasivo</u>	
Caja y bancos	6449.17	Préstamos Bancarios	20000.00
Inventarios	13969.17	Total Pasivo	20000.00
Mercaderías	14635.00	Patrimonio	
Maquinaria y equipo	12450.00	Capital	29688.33
Activos intangibles	2185.00	Total Patrimonio	29688.33
Total activo	<u>49688.33</u>	Total pasivo y patrimonio	<u>49688.33</u>

Elaboración: Propia

7. EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA

7.1. Evaluación del Costo de Oportunidad - COK

Para el cálculo del Costo de Oportunidad, se utilizara el modelo de Precios de los Activos de Capital (CAPM), método que permite relacionar la tasa libre de riesgo y la prima riesgo del negocio. Para la tasa libre de riesgo se ha tomado la tasa de rendimiento ofrecido por los bonos del Banco central de EEUU ya que jamás han incurrido en default (0.89% a 3 años), utilizando la siguiente formula:

Cálculo de costo de capital – Tasa de Descuento

Metodología

La tasa de descuento se obtiene utilizando la metodología Costo Promedio Ponderado de Capital.

Fórmula

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

Donde:

	Costo Promedio Ponderado de Capital		18.94%
WACC	CPPK		
	D	Deuda	20000.00
	E	Capital propio	29688.33
	Kd	Costo de la deuda	28.32%
	Tx	Imposición fiscal	26.40%
CAPM	Kproy	Costo del Capital propio	17.65% COK

Costo del capital propio

$$K_{proy} = R_f + \beta (R_m - R_f) + RP$$

Donde:

CAPM	K_{proy}	Costo de capital propio	17.65%	COK Tasa de bonos de BCRP Calculo de Ajuste por riesgo del sector Perú
	R _f	Tasa libre de riesgo	4.15%	
	β	Beta del sector	1.5	
	R _m – R _f	Prima por riesgo de mercado	7.50%	
	RP	Prima por riesgo país	2.25%	

Valor Actual Neto Económico (VAN)

En las siguientes tablas se puede apreciar que el valor actual neto económico (VAN) del proyecto bajo el costo de oportunidad de 11.21% reporta una ganancia de S/. 86,444.97 soles, monto mayor a la inversión; demostrando que el proyecto es económicamente rentable.

Tabla N° 40: Evaluación Económica

Evaluación Económica		
VAN económico (Valor actual neto)	39,109.15	
Tasa de descuento	17.65%	COK
TIR económico (Tasa interna de retorno)	77.50%	
B/C (Beneficio costo)	$\frac{787,160.89}{730,567.95} = 1.08$	

Elaboración: Propia

Tabla N°41: Resumen de la Evaluación Económica

Evaluación Económica		
VAN Económico (Valor actual neto)	S/. 39109.15	El VAN económico es mayor a 1 por lo tanto se acepta el proyecto.
Tasa de Descuento COK	17.65%	
TIR Económico (Tasa interna de retorno)	77.50%	El TIR económico es mayor a la tasa de descuento (11.21%) por lo tanto se acepta el plan
B/C (Beneficio costo)	1.08	El B/C es mayor a 1 por lo tanto se acepta el proyecto.

Elaboración: Propia

7.2. Evaluación Financiera, Parámetros de Medición

7.2.1. Valor Actual Neto Financiero (VAN)

En las siguientes tablas se puede apreciar que el valor actual neto financiero (VAN) del proyecto bajo el promedio ponderado de capital del 18.94% reporta una ganancia de S/. 36772.14 soles, monto mayor a la inversión; demostrando que el proyecto es financieramente rentable.

Tabla N° 42: Evaluación Financiera

Evaluación Financiera	
VAN financiero (Valor actual neto)	36,772.14
Tasa de descuento	18.94%
TIR financiero (Tasa interna de retorno)	114.85%

WACC

Elaboración: Propia

Tabla N° 43: Resumen de la Evaluación Financiera

Evaluación Financiera		
VAN económico (Valor actual neto)	39109.15	El VAN económico es mayor a 1 por lo tanto se acepta el plan.
Tasa de descuento	17.65%	
TIR económico (Tasa interna de retorno)	77.50%	El TIR económico es mayor a la tasa de descuento (17.65%) por lo tanto se acepta el plan

Elaboración: Propia

7.2.2. Tasa Interna de Retorno Financiera (TIRF)

Evaluando el proyecto se obtiene una tasa interna de retorno financiera (TIRF) de 77.50 % superior al costo promedio ponderado de capital (17.65%) concluyendo que el proyecto es financieramente rentable para los inversionistas en situación de préstamo interno.

7.3. Análisis de Sensibilidad

El presente análisis de sensibilidad consiste en poder ver como varia el resultado económico financiero del valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR) del proyecto cuando existe una fluctuación en los ingresos por ventas. Para la sensibilización se decidió variar la variable ingresos por ventas, en un escenario pesimista -6.0% y en un escenario optimista +6.0%, calculándose el valor actual neto económico (VANE) y el valor actual neto financiero (VANF), la tasa interna de retorno económica (TIRE), la tasa interna de retorno financiera (TIRF) y la condición de equilibrio para el escenario económico y financiero, donde el VANE y VANF se hace cero. A continuación, se presentan los escenarios de baja demanda y alta demanda.

7.4. Evaluación Social

El aporte social que realizará la empresa Dioramanga S.A.C., es contribuir a una cultura de entrenamiento animada y va dirigido a todo público en Lima Metropolitana, no existe un establecimiento especializado en esta nueva propuesta de dioramas y decoraciones para cumpleaños de los niños y/o adultos a su agrado.

Al interior de Dioramanga S.A.C., velar por el cuidado de los trabajadores conlleva a tener un nivel alto de importancia, ya que las condiciones ambientales en el lugar de trabajo deben estar al margen de cualquier riesgo, higiénico y agradable para los trabajadores y así desarrollar su trabajo sin ningún inconveniente que pueda afectar la salud del empleado. Como es una empresa pequeña, el clima de la organización se maneja de una forma cooperativa, armónica y divertida, permitiendo motivar al grupo, el trabajo en equipo y resultados extraordinarios tanto personales como para la empresa.

7.5. Evaluación Ambiental

Nuestra empresa esta consiente al giro que desarrollará puede provocar un impacto ambiental ya que su actividad aumentara el incremento de desechos y residuos; los cuales son clasificados por su origen en residuos comerciales, siendo todos aquellos generados durante el desarrollo de la actividad comercial; constituidos mayormente por papel, plásticos, embalajes diversos, restos de artículos de aseo personal, latas, entre otros similares. La Ley N° 27314 - Ley General de Residuos Sólidos los define como aquellos generados en los establecimientos comerciales de bienes y servicios, es por ello que se someterá a todas las reglamentaciones ambientales que le permitan mitigar estos impactos, manteniendo en uso empaques biodegradables y uso de las buenas prácticas en el manejo de los desechos.

Dentro de los procedimientos a implementar para el manejo adecuado de los residuos sólidos se dispondrá de dos tipos de bolsas: verdes y grises (residuos no peligrosos) que se colocadas en los recipientes tapados correspondientes. Los residuos orgánicos serán depositados en la bolsa de color verde ubicada en un recipiente tapado e identificado que una vez llenado el recipiente de residuos, se

deberá cerrar la bolsa adecuadamente, trasladándose o depositándose en la zona de almacenamiento de basura una vez llenado el recipiente de residuos se cerraran las bolsas adecuadamente, se trasladaran o depositaran en la zona de almacenamiento de basura. En el caso de los residuos sólidos reciclables (plásticos PET, vidrio, papel y cartón), serán recolectados por empresas recicladoras acreditadas para tal efecto. En el caso de los residuos orgánicos (residuos de alimentos, desechos de insumos), serán retirados por medio de los recolectores del municipio o vehículos de empresas subcontratadas para dicho fin, trasladados hacia el basurero o relleno sanitario autorizado por el Municipio de Lince.



8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1. Conclusiones

1. Existe una tendencia cada vez más marcada hacia el coleccionista y con el adicional de hacer la decoración temática para eventos infantiles de figuras, dioramas y todo una serie variada de animación personalizada a gusto del cliente en Lima Metropolitana, siendo por ello un mercado muy atractivo para poder satisfacer e invertir en ello.
2. Nuestro Costo/Beneficio es de 1.08 el cual es rentable y es factible, según la evaluación económica se puede realizar este negocio en la parte financiera dará rentabilidad y es lo que siempre se desea al emprender un negocio, por ello no solo cubriría un mercado nuevo, dará ganancias.
3. Para determinar cuáles van a ser nuestras estrategias de marketing se ha determinado la oferta de valor, al ofrecer un producto personalizado a gusto y la exigencia del cliente, tal cual lo desea, tal cual lo tendrá en sus manos, punto clave que garantice que el cliente adopte el sentimiento de seguridad, confianza y calidad que ofreceremos con nuestros productos.

8.2. Recomendaciones

1. Se recomienda que la empresa *Dioramanga SAC* reúna y cumpla todas las autorizaciones requeridas para su constitución y funcionamiento, teniendo en cuenta que según datos del INEI, en Lima, Metropolitana, hay centros de entretenimiento y recreación que están localizados en zonas no muy bien ubicadas ni de fácil acceso por ello, nuestra empresa ha encontrado una ubicación clave y de mucha afluencia de público para la fácil llegada de los clientes a nuestro local comercial.

2. Se recomienda que el personal reciba un programa de capacitación especializado en los procedimientos a implementar para el manejo adecuado de los insumos los cuales contaremos en la fabricación de las figuras y dioramas a fin de brindar la mejor calidad de producto posible, tanto para nuestros eventos como los propios coleccionistas.



BIBLIOGRAFIA

1. Archivo Digita de la Legislación del Perú (2013). Ley Que Modifica Diversas Leyes para facilitar la Inversión, Impulsar el Desarrollo Productivo y el Crecimiento Empresarial. LEY 30056, recuperado de: <http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/Textos/30056.pdf>
2. Portal de la Municipalidad de Lince. Licencia de Funcionamientos. Recuperado de: <http://www.munilince.gob.pe/atencion-al-ciudadano/licencias-de-funcionamiento>
3. Orientación SUNAT. Régimen laboral de la pequeña y microempresa. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html>
4. Exposición Primer Ministro al Congreso de la República (20 agosto 2016). Diario El Comercio pág. 2.
5. Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2013). Compendio de normas sobre legislación laboral del régimen privado. Recuperado de http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/SNIL/compendio_normas/COMPENDIO_NORMAS_LABORALES_MINTRA_2013.pdf
6. Instituto Nacional de Estadística e Informática (2016), Tecnologías de la información y, recuperado de <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/tecnologias-de-la-informacion-y-telecomunicaciones/>
7. Essalud (s.f). “Base Legal: Ley General de Sociedades N° 26887”. Recuperado de http://www.essalud.gob.pe/transparencia/pdf/publicacion/ley_general_sociedades.pdf
8. Portal de la Municipalidad de Lince. Requisitos para la obtención del certificado de seguridad en edificaciones. Recuperado de <http://www.munilince.gob.pe/atencion-al-ciudadano/licencias-de-edificacion>

9. SUNAT (2016). Inscripción al RUC. Recuperado de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/ruc-empresas/inscripcion-al-ruc-empresas/3197-inscripcion-al-ruc-empresas>.
10. Guía Tributaria. ¿Qué regímenes tributarios existen respecto al Impuesto a la Renta? Recuperado de <http://www.guiatributaria.sunat.gob.pe/tramites-en-sunat/12-tramites-ruc/325-%C2%BFqu%C3%A9-reg%C3%ADmenes-tributarios-existen-respecto-al-impuesto-a-la-renta.html>
11. Kotler, Philippe. (2001). Dirección de Marketing. México: Pearson Educación
12. Caja Huancayo (2016), recuperado de [Caja Huancayo \(2016\). Empresarial – Empresarial. Recuperado de https://www.cajahuancayo.com.pe/PCM_ProdServicios/PCM_frmModCredito.aspx?id=MC021&cCodigo=43](https://www.cajahuancayo.com.pe/PCM_ProdServicios/PCM_frmModCredito.aspx?id=MC021&cCodigo=43)



ANEXOS

Anexo N° 01: Como realizar una figura con cerámica en frio

La porcelana fría es un material muy utilizado por los amantes de las manualidades, ya que es económico, muy fácil de manipular y moldear y que no necesita de procesos complejos para su secado. Permite crear figuras muy bonitas para la decoración de tartas, centros de mesa u otros adornos. Este artículo detalla algunas cuestiones básicas para el trabajo con este material, como las herramientas necesarias, las posibilidades para colorearlo y otros consejos generales para sacarle el máximo partido.

La porcelana fría es un material utilizado con mucha frecuencia para la realización de manualidades, ya que se presenta como una masa muy fácil de manipular y moldear y luego se seca al aire libre, sin necesidad de horneado ni ningún otro proceso de endurecimiento. Precisa algo de experiencia o habilidad manual para dominar su técnica, pero un poco de práctica ya es suficiente para comenzar a obtener buenos resultados. Este tipo de porcelana es idóneo para la confección de muñecos y otras figuras que decoran tartas de cumpleaños, centros de mesa, suvenires o cualquier otro adorno.

Procedimientos Básicos:

Amasa

Comienza por amasar la cerámica hasta ablandarla para que moldearla sea más sencillo. Si bien es un material blando de por sí, nunca está demás amasarla por un par de minutos para lograr que tome la forma que deseamos.

Haz tu figura

Dependiendo si quieres una figura simple o una más compleja, es conveniente tomar distintas medidas. Por ejemplo, si deseas una figura simple, simplemente toma un trozo de la cerámica fría y dale la forma adecuada; pero si deseas una figura más compleja haz ésta por partes. Si,

por ejemplo, es una flor, comienza por el pistilo y luego sigue con los pétalos uno por uno. Así será más sencillo realizar tu manualidad.

Pega las partes de tu figura

Para unir todas las partes de tu **figura de cerámica en frío** puedes utilizar un punzón para tallar la cerámica y unir las piezas de esa manera o cola vinílica. Para asegurar por completo la unión de las piezas puedes usar ambas técnicas. Elige la más adecuada para tu manualidad; después de todo, las distintas piezas exigen distintas técnicas.

Sellador

Una vez que la figura esté seca y pronta para terminar, aplica un sellador. Sellar las **figuras de cerámica en frío** nos ayudará a mantenerlas por más tiempo y en mejores condiciones. Puedes usar selladores en aerosol o también pintar con barniz las piezas.

Anexo N° 02: Modelos de dioramas y figuras realizados por Dioramanga

La casa del caballero de Leo
Anime: "Saint Seiya"

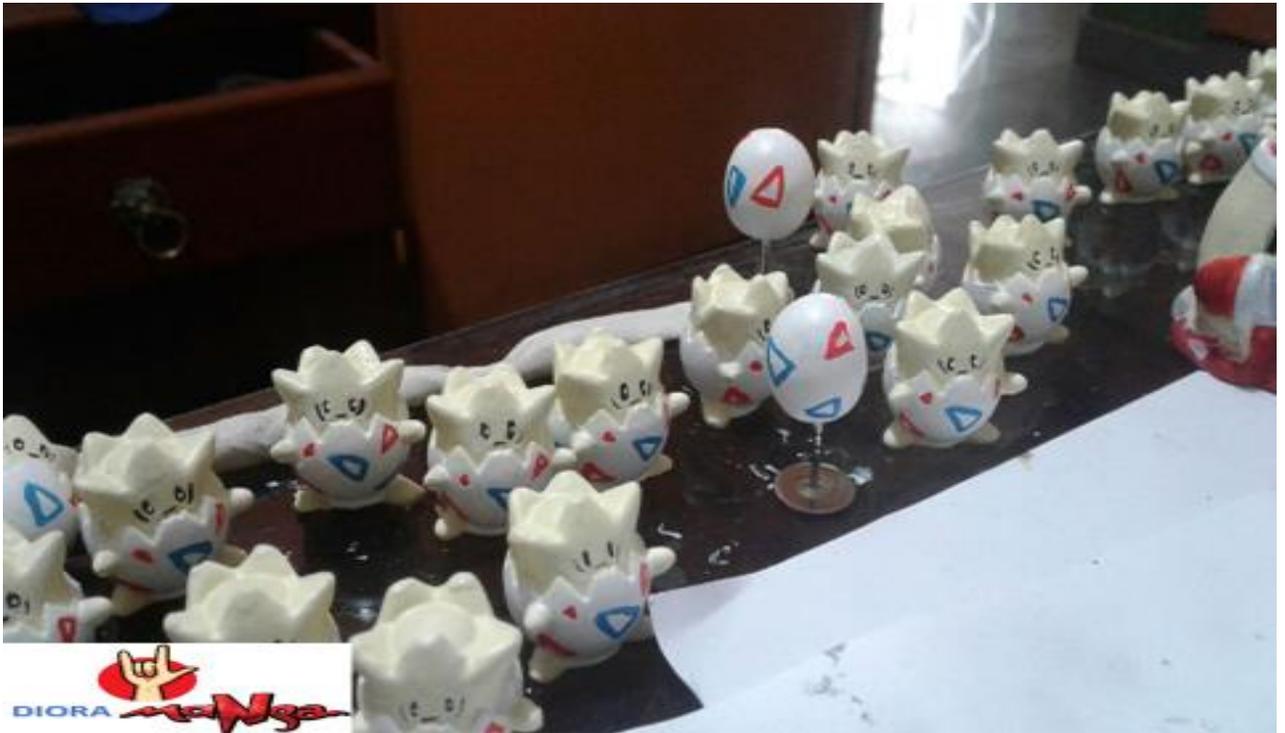


Alcantarillas
Anime: Tortugas Ninjas



Modelos de figuras:

Togepi (Pedidos para un baby shower)
Anime: Pokemon



La casa del árbol (Pedido para un coleccionista)
Anime: Pokemon

