



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

**PRODUCTORA DE EVENTOS EN LOS DISTRITOS DE LINCE,
MIRAFLORES, PUEBLO LIBRE, LA VICTORIA Y CERCADO DE
LIMA**

**PRESENTADA POR
JORGE GUSTAVO MUÑOZ CÁRDENAS**

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

LIMA – PERÚ

2018



CC BY-NC

Reconocimiento – No comercial

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/>



PLAN DE NEGOCIOS

PRODUCTORA DE EVENTOS EN LOS DISTRITOS DE LINCE, MIRAFLORES, PUEBLO LIBRE, LA VICTORIA Y CERCADO DE LIMA

Presentado por:

Bachiller: Jorge Gustavo Muñoz Cárdenas

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN

Lima - Perú

2018

Índice

1.- RESUMEN EJECUTIVO.....	7
2.- ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	
2.1. Nombre o razón social.....	9
2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU).....	9
2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial.....	10
2.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha.....	11
2.5. Ley de MYPE, Micro y Pequeña empresa característicos.....	12
2.6. Estructura Orgánica.....	13
2.7. Cuadro de asignación de personal.....	14
2.8. Forma Jurídica Empresarial.....	15
2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI.....	16
2.10. Requisitos y Trámites Municipales.....	16
2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades.....	17
2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).....	18
2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.....	19
2.14. Modalidades de Contratos Laborales.....	20
2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.....	21
3. ESTUDIO DE MERCADO	
3.1. Descripción del Entorno del Mercado.....	21
3.2. Ámbito de acción del negocio.....	26
3.3. Descripción del bien o del servicio.....	25
3.4. Estudio de la demanda.....	28
3.5. Estudio de la oferta.....	31

3.6. Determinación de la demanda insatisfecha.....	32
3.7. Proyecciones y provisiones para comercializar.....	34
3.8. Descripción de la política comercial.....	35
3.9. Cuadro de la demanda proyectada para el negocio.....	35
4. ESTUDIO TÉCNICO	
4.1 Tamaño del negocio, Factores determinantes.....	36
4.2. Proceso y Tecnología.....	37
4.2.1. Descripción y diagrama de los procesos.....	37
4.2.2. Capacidad instalada y operativa.....	40
4.2.3. Cuadro de requerimientos de bienes de capital, personal e insumos.....	40
4.2.4. Infraestructura y características físicas.....	47
4.3. Localización del negocio, Factores determinantes.....	48
5. ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO	
5.1. Inversión Fija.....	50
5.1.1. Inversión Tangible	50
5.1.2. Inversión Intangible.....	51
5.2. Capital de Trabajo.....	52
5.3. Inversión Total.....	52
5.4. Estructura de la inversión y financiamiento.....	53
5.5. Fuentes Financieras.....	53
5.6. Condiciones de Crédito.....	53
6. ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS	
6.1. Presupuesto de los costos.....	53
6.2. Punto de equilibrio.....	54
6.3. Estado de ganancias y pérdidas.....	55

6.4. Presupuesto de ingresos.....	55
6.5. Presupuesto de egresos.....	56
6.6. Flujo de Caja proyectado.....	56
6.7. Balance general.....	57
7. EVALUACIÓN	
7.1. Evaluación Económica, Parámetros de Medición.....	58
7.2. Evaluación Financiera, Parámetros de Medición.....	58
7.3. Evaluación Social.....	58
7.4. Impacto Ambiental.....	59
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
8.1 Conclusiones.....	59
8.2. Recomendaciones.....	62
9. Referencias.....	64

Índice de Tablas

Tabla 1 – Marco Normativo Ley Microempresa - Elaboración propia.....	13
Tabla 2 – Asignación de personal - Elaboración propia.....	15
Tabla 3 – Beneficios Sociales - Elaboración propia.....	15
Tabla 4 – Variación porcentual Oferta y Demanda- INEI.....	22
Tabla 5 – Variación IPC 1er Trimestre 2018- INEI.....	22
Tabla 6 – PESTEL- Elaboración propia.....	24
Tabla 7 – Demanda del mercado- Elaboración propia	33
Tabla 8 – Locales - Elaboración propia.....	34
Tabla 9 – Proyección 5 años bandas- Elaboración propia	34
Tabla 10 – Proyección 5 años locales - Elaboración propia.....	35
Tabla 11 – Proyección demanda bandas - Elaboración propia	36
Tabla 12 – Proyección demanda locales - Elaboración propia.....	36
Tabla 13 – RRHH planilla - Elaboración propia.....	45

Índice de Gráficos

Gráfico 1 – Codificación CIIU- INEI.....	9
Gráfico 2 – Plano de Zonificación Lince – MDL.....	10
Gráfico 3 – Organigrama U.O y Puestos - Elaboración propia.....	14
Gráfico 4 – Impuestos a pagar – SUNAT.....	18
Gráfico 5 – PBI y Demanda – SUNAT.....	21
Gráfico 6 – Preferencias Musicales 2017 – Encuestadora GFK.....	23
Gráfico 7 – FODA cruzado – Elaboración propia	24
Gráfico 8 – PORTER – Elaboración propia.....	26
Gráfico 9 – Consumo de Música 2017 – Encuestadora GFK	29
Gráfico 10 – Consumo de Música segmentado2017 – Encuestadora GFK.....	29
Gráfico 11 – Instrumentos que tocas 2017 – Encuestadora GFK.....	33
Gráfico 12 – Proceso Atención al Cliente – Elaboración propia.....	38
Gráfico 13 – Proceso Realización de evento – Elaboración propia.....	39
Gráfico 14 – Proceso Seguimiento del evento – Elaboración propia.....	39
Gráfico 15 – Layout del proyecto – Elaboración propia.....	48
Gráfico 16 – Localización de la empresa – Elaboración propia.....	48
Gráfico 17 – Punto de equilibrio – Elaboración propia.....	54

1.- RESUMEN EJECUTIVO

Hacer música es una actividad que para algunos resulta un hobby sin embargo para otros se presenta como una oportunidad para dar conocer su arte mediante sus composiciones. Actualmente, en nuestro país existen muy pocas promotoras y productoras formales que fomenten actividades relacionadas con la música y que sirvan de plataforma de formación a las bandas que recién se están creando un espacio en el mercado musical (emergente). Por esa razón, el proyecto de negocio comprende en ofrecer el servicio de producción de eventos musicales dirigida a locales y promoción a bandas emergentes.

El servicio a brindar consistiría en realizar eventos en diferentes locales de Lima y en estos ofrecer el servicio de colocación a las bandas musicales en los diferentes eventos que se producirían en los distritos de Lima Metropolitana, adicionalmente a las bandas ofrecer servicios de asesoría musical con el fin de desarrollar las aptitudes musicales de los músicos. Estos servicios se brindarán a cambio de una prestación económica.

A fin de contar con los medios, difusión, publicidad, espacios y logística suficiente, se tendrán que celebrar convenios con diferentes entidades públicas y privadas, en este caso, en el sector público, las municipalidades distritales en el marco del desarrollo de su actividad cultural siempre están dispuestas a promover éste tipo de eventos.

El éxito de ésta idea de negocio radica en la conveniencia por factores, económicos y logísticos, para el o los músicos, ya que éstos solo pagarían por el servicio de estas promotoras y productoras, las mismas que se encargarían de toda la producción del evento.

Según el análisis realizado, encontramos que nuestro negocio cuenta con muchas oportunidades, pues primero se encuentra la gran cantidad de peruanos en el mercado elegido y luego se encuentra la inexistencia de competidores directos. Si bien no tenemos competidores directos, existen algunos competidores indirectos por los que debemos mantenernos atentos ante cualquier acción que pudieran realizar y perjudicar nuestro negocio.

Para llevar a cabo el proyecto, hemos utilizado diversas herramientas para el análisis del mercado al cual nos vamos a dirigir, la segmentación del mercado y nuestro mercado objetivo para investigar y analizar cuál es el mercado más apropiado para nuestro proyecto.

Este proyecto tiene como ventaja la ausencia de competidores directos que son formales; sin embargo, se deben mantener vigilantes ante la actualización o nuevos lanzamientos de nuestros competidores indirectos, pues si bien no manejan el mismo concepto de negocio que nosotros, estos son competidores potenciales para nosotros, pues al ver el éxito de nuestra propuesta podrían intentar copiarla, por lo tanto debemos estar preparados para cualquier evento de esta naturaleza y tener listo un plan con el que podamos diferenciarnos y mantenernos en la mente del consumidor como un producto único.

De igual forma, se ha estudiado al consumidor con la finalidad de conocer a quién nos dirigimos, cuáles son sus gustos, necesidades, deseos, qué compra y qué medios utiliza para estar informado, porque de dicho conocimiento podemos desarrollar estrategias para poder persuadirlo. A su vez, dentro del análisis de todos los factores que impactan en nuestro proyecto, encontramos factores económicos como, por ejemplo, el poder adquisitivo de nuestro público meta, entre otros; además del análisis de aspectos políticos, sociales legales y hasta ambientales que influyen en el consumidor y su decisión de compra.

Finalmente, aplicamos un plan operativo en el que definimos cuáles serían las funciones y responsabilidades de cada personal para mantener un buen funcionamiento del negocio; asimismo realizamos un plan financiero del proyecto a fin de realizar un análisis mucho más exhaustivo de lo que esperamos del negocio, considerando las implicancias que el desarrollo de cada área necesita para forjar una buena base y cómo esto repercute en nuestros estados financieros de acuerdo a tiempo y costos de cada actividad.

En dicho análisis, encontramos que nuestro negocio es muy atractivo financieramente, que nos brinda una buena carta de presentación para aquellos inversionistas que quieran apostar por nuestro negocio, ya que se evidencia que le esperan los mejores resultados.

2.- ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1. Nombre o razón social

Previamente a la constitución de la empresa, es recomendable realizar la Reserva de Nombre, este es un paso previo para constituir la empresa sin riesgo a que el nombre designado lo registre otra persona antes. Este trámite no es obligatoria, pero sí recomendable para facilitar su inscripción en el Registro de Personas Jurídicas de la Super Intendencia Nacional de Registros Públicos (Sunarp). Esta se puede realizar por la vía física (atención en ventanillas) o mediante el Servicio de Publicidad Registral en Línea (SPRL), y el plazo para su calificación es de 24 horas.

A través de la Reserva de Nombre se garantiza que durante los próximos 30 días nadie pueda utilizar el nombre en reserva. El costo de la reserva es de S/.20.00.

Durante la calificación de la Reserva de Nombre, el Registrador Público tiene que verificar si existe igualdad con otro nombre, denominación, completa o abreviada, o razón social ingresados con anterioridad al Índice Nacional del Registro de Personas Jurídicas.

Previo al trámite de Reserva de Nombre, se debe realizar la consulta gratuita de Búsqueda de Nombre a través de la web (www.sunarp.gob.pe) o la APP Sunarp.

Se sugiere que el nombre o razón social de la empresa a constituir tenga vinculación con rubro, por esa razón se decidió ponerle el siguiente nombre al plan de negocio **“START ROCK S.A.”**.

2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

La actividad económica que se ejecutará son “Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas” el cual tiene codificación internacional **R9000.01**

Codificación CIIU

Sección	Descripción de categorías de la CIIU Revisión 4
R	Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas
90	<u>Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento</u>
900	Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento
9000	Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento

Gráfico 1

Fuente: INEI

La Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) es un sistema de clasificación, mediante códigos, de las actividades económicas, según procesos productivos. La identificación de la sección, división, grupo y clase facilitará a las empresas proveedoras o a los clientes nacionales o extranjeros, la rápida identificación del rubro en el que nos desarrollaremos.

2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

Ubicación:

START ROCK S.A.C, se ubicará en el distrito de Lince. Esta decisión se toma como resultado de una evaluación que parte de la búsqueda en ubicarnos en un distrito equidistante a los distritos donde se va a desarrollar nuestra actividad económica.

Lince es un distrito ubicado entre 5 y 10 Km de los distritos de Cercado de Lima, Pueblo Libre, La Victoria y Miraflores, los distritos en mención concentran una gran cantidad de locales con espacio requerido para poder realizar eventos artísticos.

Factibilidad Municipalidad y Sectorial:

De acuerdo a la revisión de la Ordenanza N° 188-2007-MDL con el que se aprueba el Reglamento General de Licencias Municipales de Funcionamiento en el distrito de Lince. Se ha verificado que no existe ningún impedimento para la tramitación y obtención de la licencia que permitirá el funcionamiento de la empresa en el sector que se ha identificado para iniciar las actividades económicas de acuerdo al rubro seleccionado.

Plano de Zonificación del Distrito de Lince

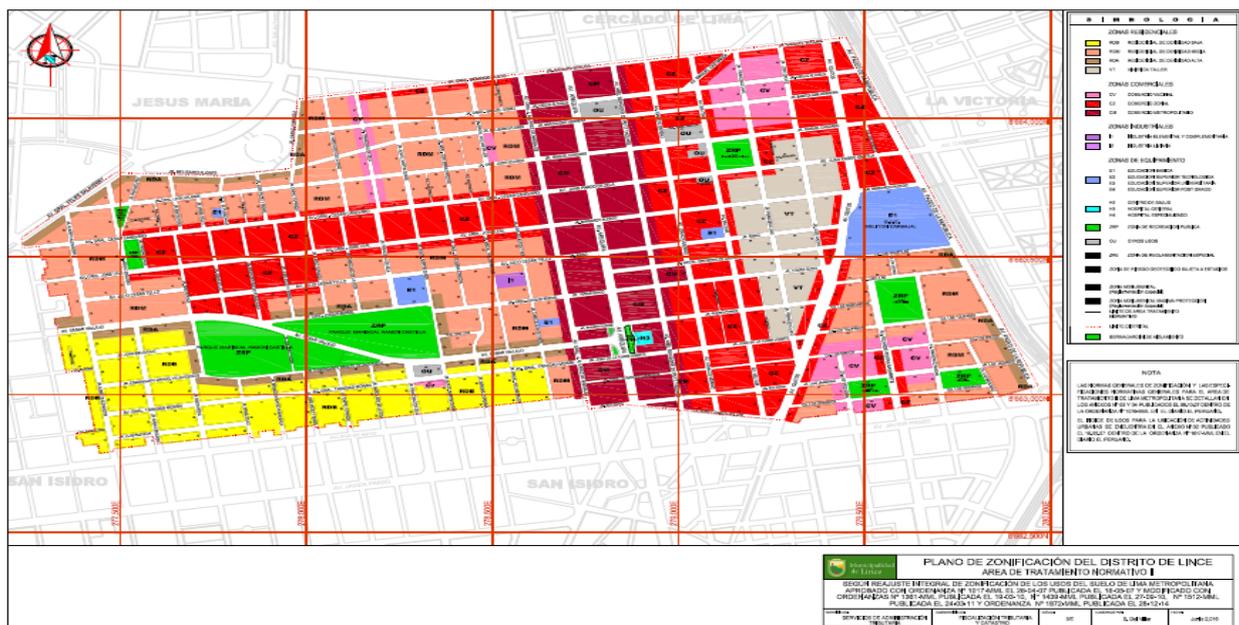


Gráfico 2

Fuente – Municipalidad Distrital de Lince

De acuerdo al grafico 1 (Plano de zonificación del distrito de Lince) la empresa podría ubicarse en la avenida Petit Thouars, Avenida Arenales o Av. Arequipa.

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

Toda empresa tiene sus objetivos: el conjunto de las metas a corto, mediano y largo plazo que la organización se ha trazado y que de algún modo le marcan el camino a seguir y los pasos futuros. Asimismo, estos deben cumplir, idealmente, con las siguientes condiciones:

Mensurables, alcanzables, no pueden ser abstractos, indefinidos, más o menos comprensibles, no pueden contradecirse entre sí o a sí mismos, deben retar a la empresa, deben ser comprendidos por todos los involucrados en la empresa.

Misión

“Somos una empresa comprometida con el fomento del arte en el Perú, que con esfuerzo y dedicación realizaremos eventos artísticos en la provincia de Lima con el fin de promover el desarrollo de los artistas nacionales y ayudar a que el Perú crezca culturalmente.”

Visión

“Ser una empresa líder en la realización de eventos artísticos en la ciudad de Lima.”

Objetivos Financieros:

- Obtener ventas superiores a 200,000 soles por servicios prestados en el 1er año.

Objetivos Estratégicos:

- Realizar convenios con las áreas culturales de las Municipalidad de Lima, Pueblo Libre, La Victoria, Miraflores y Lince.

Meta:

- Obtener en los cuatro (6) primeros meses 30 bandas musicales (clientes), a fin de poder colocarlos en eventos que produciremos en algunas discotecas céntricas de la ciudad de lima.
- Contar con 10 empresas que auspicien los eventos a cambio de publicidad en sus marcas.

Principios:

- **Cultura de resultados:** Obtener alta rentabilidad como garantía de crecimiento, desarrollo y competitividad de la empresa.
- **Cultura de calidad:** Perfeccionar nuestros procesos, a través de una mejora continua, para lograr eficacia, eficiencia y productividad buscando alcanzar la excelencia, en beneficio y satisfacción de nuestro personal y clientes.
- **Compromiso en el servicio:** Destacarse por el elevado nivel de los servicios que se ofrecen en la empresa.

Valores:

- **Puntualidad:** Cumplir con los compromisos y obligaciones en el tiempo acordado, valorando y respetando el tiempo de los demás.
- **Responsabilidad:** Asumir las consecuencias de lo que se hace o se deja de hacer en la empresa y su entorno. Tomar acción cuando sea menester; obrar de manera que se contribuya al logro de los objetivos de la empresa.

2.5. Ley de MYPE, Micro y Pequeña empresa característicos.

De acuerdo a la Ley N° 30056 Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y Crecimiento Empresaria, que fomenta la formalización de las empresas micro, pequeñas y medianas. La empresa START ROCK iniciará sus actividades como microempresa, por ser esta la más que tienes más beneficios que permitan estabilizar económicamente a la empresa durante sus primeros años de desarrollo en el mercado.

- La microempresa, es toda unidad económica constituida por una persona natural o jurídica.
- La microempresa, puede adoptar cualquier forma u organización o gestión empresarial y está dedicada a la extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

La microempresa deberá cumplir con las siguientes características para calificar como esta.

- No superar las 150 UIT en ventas anuales (S/. 622,500 - Nivel de ventas brutas anuales)
- Todos los trabajadores deben estar en planilla.

Se adjunta una tabla de referencial de que beneficios sociales deberá cumplir la empresa de acuerdo a ley con sus colaboradores.

Tabla 1
Marco Normativo Obligaciones Ley Microempresa

REFERENCIA	MICROEMPRESA
ÁMBITO	Conductor y trabajador que labora en la microempresa, además de microempresas del sector agrario (Ley 27360) y trabajadores de juntas de propietarios. Excluidos: bares, discotecas, juegos de azar y rubros afines
REMUNERACIÓN	Derecho a percibir por los menos la remuneración mínima vital
ASIGNACIÓN FAMILIAR	No
PARTICIPACIÓN EN LAS UTILIDADES	No
CTS	No
GRATIFICACIONES	No
DESPIDO ARBITRARIO O INJUSTIFICADO	10 remuneraciones diarias por cada año completo de servicio, con un máximo de 90 remuneraciones diarias.
SOBRETASA NOCTURNA	No se aplica si es habitual
VACACIONES	15 días
SEGURO DE VIDA	No
SEGURO EN SALUD	SIS: Conductor y trabajador son afiliados al componente semi -subsidiado. Listado priorizado de intervenciones sanitarias. Empleador aporta la mitad y el Estado un monto igual. ESSALUD: Acceden como asegurados regulares sin subsidio estatal.
SEGURO COMPLEMENTARIO DE TRABAJO DE RIESGO (SCTR)	SIS: No previsto ESSALUD: Si
PENSIONES	El trabajador es afiliados al sistema de pensiones social (ONP) o privado (AFP).

Fuente: Elaboración propia

2.6. Estructura Orgánica

La estructura simple que tomará la empresa presenta una mínima diferenciación de unidades y niveles jerárquicos, en otras palabras una división de trabajo muy sencilla. Asimismo, La coordinación se alcanza mediante la supervisión directa, la toma de decisiones y controles del funcionamiento de la organización está concentrado en el gerente general que es la parte central en la estructura y los jefes de línea. Esta estructura, contiene miembros de mandos intermedios y técnicos de apoyo.

La empresa contará con 5 empleados, tal como se muestra en la siguiente estructura de puestos.

Organigrama U.O y Puestos

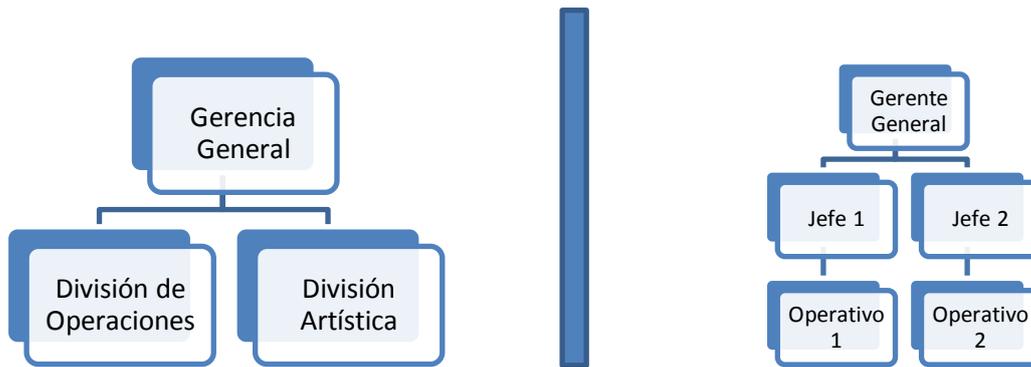


Gráfico 3
Fuente- Elaboración propia

Funciones de acuerdo al puesto:

Gerente General:

- Proporcionar dirección a la organización.
- Establecer los indicadores de rentabilidad.
- Establecer mecanismos de control y supervisión.
- Establecer los planes estratégicos.

Jefes:

- Ofrecer los servicios a los potenciales clientes
- Supervisar la ejecución de las actividades productivas.
- Verificar y controlar la eficiencia en el trabajo de los operarios.
- Informar sobre el cumplimiento de las actividades.
- Demás ordenes designadas por el Gerente General.

Operarios:

- Todas las actividades vinculadas al cumplimiento de las operaciones de la empresa.
- Demás ordenes designadas por el Gerente General o jefes de línea.

2.7. Cuadro de asignación de personal.

La proyección del cuadro de personal se ha realizado a 12 meses, contabilizando a las 5 personas con la iniciara sus actividades la empresa

Tabla 2**Asignación de personal**

ITEM	CARGO	CANTIDAD	REMUNERACIÓN BÁSICA	TOTAL REMUNERACIONES	DESCUENTOS TRABAJADOR			TOTAL DESCUENTOS	SIS	REMUNERACIÓN NETA A PAGAR 1er AÑO
					ONP 13%	AFP 10 %+ %Com y Seg Según AFP	IR. 5ª CAT Si pasa 7 UIT			
1	Gerente General	1	1,800.00	12.00	0.00	2,799.36	0.00	2,799.36	180.00	18,800.64
2	Jefes	2	1,500.00	12.00	0.00	2,332.80	0.00	2,332.80	180.00	15,667.20
3	Operativos	2	850.00	12.00	1,326.00	0.00	0.00	1,326.00	180.00	8,874.00
TOTAL		6	4,150.00	12.00	1,326.00	5,132.16	0.00	6,458.16	540.00	43,341.84

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 3**Beneficios Sociales**

BENEFICIOS DE LA MICROEMPRESA	
DESCANSO VACACIONAL	15 DIAS POR CADA AÑO DE SERVICIOS
JORNADA MÁXIMA	8 HORAS DIARIAS O 48 SEMANALES
DESCANSO FÍSICO SEMANAL OBLIGATORIO	24 HORAS
DESCANSO EN FERIADOS	RÉGIMEN LABORAL COMÚN

Fuente: Elaboración Propia

2.8. Forma Jurídica Empresarial

Se ha determinado que la empresa START ROCK, será sociedad anónima cerrada (SAC) por las siguientes consideraciones:

- La Sociedad Anónima Cerrada es una figura más dinámica y la más recomendable para una empresa familiar, chica o mediana.
- El número de accionistas no puede ser menor de dos (2) y como máximo tendrá veinte (20) accionistas.
- Se impone el derecho de adquisición preferente por los socios, salvo que el estatuto disponga lo contrario.
- Se constituye por los fundadores al momento de otorgarse la escritura pública que contiene el pacto social y el estatuto, en cuyo caso suscriben íntegramente las acciones.
- El 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.

Se constituye de la siguiente manera:

- El nombre de la sociedad.

- Capital social. No hay mínimo y puede ser en efectivo o en bienes. Si es en efectivo se debe de abrir una cuenta bancaria.
- Tener mínimo 2 socios y no más de 20 socios.
- Designar un gerente general y establecer sus facultades.
- Establecer si va a tener o no directorio.
- Domicilio y duración.

2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

Una actividad importante de la empresa con el fin de reducir riesgos cuando se ha ganado una reputación entre los clientes, es el registro de la marca, esto es fundamental para garantizar que nadie se aproveche del elegido nombre sin el consentimiento de la empresa.

Oportunidad

Con una marca registrada, se puede generar nuevas oportunidades de negocio a través de franquicias y licencias de uso o utilizarla como garantía para obtener un crédito.

Pasos para acceder al registro de la marca:

- Presentar tres ejemplares del formato de la solicitud. Se deben indicar los datos de identificación del solicitante.
- Indicar cuál es el signo que se pretende registrar. Si este posee elementos gráficos, se deberá adjuntar su reproducción.
- Determinar expresamente cuales son los productos servicios o actividades económicas que se desea registrar, así como la clase a la que pertenecen (Clasificación de Niza).
- Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo es equivalente al 13.70% de la UIT (4,150) por clase solicitada. El monto (S/ 568.55) se cancelará en el mismo Indecopi.
- Una vez aprobada la solicitud, el Indecopi dispondrá su publicación en el diario oficial El Peruano, cuyo costo estará a cargo del solicitante.

2.10. Requisitos y Trámites Municipales

La Licencia Municipal de Funcionamiento es una autorización que otorga una municipalidad distrital y/o provincial para el desarrollo de actividades económicas

(comerciales, industriales o de prestación de servicios profesionales) en su jurisdicción, ya sea como persona natural o jurídica, entes colectivos, nacionales o extranjeras.

- Sólo permitirá la realización de actividades económicas, legalmente permitidas, conforme a la planificación urbana y bajo condiciones de seguridad.
- Permite acreditar la formalidad de su negocio, ante entidades públicas y privadas, favoreciendo su acceso al mercado.
- Garantiza el libre desarrollo de la actividad económica autorizada por la municipalidad.

Para la tramitación de la licencia de funcionamiento definitiva, en la jefatura de comercialización de la Municipalidad de Lince:

1. Verificar el plano de zonificación de la Municipalidad de Lince. (Gráfico 1)
2. Llenar el formulario de Solicitud - Declaración Jurada para autorizaciones municipales vinculadas a la licencia de funcionamiento y la Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad (Ley N° 28976).

La solicitud de licencia de funcionamiento se ingresa por trámite documentario y el plazo máximo para el otorgamiento de la licencia es de quince (15) días hábiles, aplica el silencio administrativo positivo.

La expedición de la licencia será mediante Resolución Gerencial de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad de Lince, de acuerdo a lo estipulado en el art. 36 de la Ord. .188-2007-MDL.

2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y

Modalidades

Nos acogeremos al REMYPE tributario debido a que este régimen está dirigido a personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales domiciliadas en el país que obtengan rentas de tercera categoría, es decir rentas de naturaleza empresarial o de negocio.

Para iniciarse en este, será con la declaración jurada y el pago de la cuota, que corresponde al periodo de inicio de las actividades declarado en el RUC, y siempre que se efectúen dentro de la fecha de vencimiento.

Los contribuyentes que se acojan al REMYPE tributario, deben cumplir con declarar y pagar mensualmente el Impuesto a la Renta y el IGV, de acuerdo a las siguientes tasas:

Impuestos a pagar



Gráfico N° 4
Fuente - SUNAT

La declaración y pago de los impuestos aplicables para las empresas acogidas al REMYPE tributario, se realizará mensualmente de acuerdo al plazo establecido en los cronogramas mensuales.

2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).

La planilla electrónica es el documento llevado a través de los medios informáticos desarrollados por la SUNAT, en el que se encuentra la información de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación -modalidad formativa laboral y otros, personal de terceros y derechohabientes.

Es el componente de la Planilla Electrónica que se elabora a partir de la información del T-REGISTRO, y que se debe presentar mensualmente de acuerdo al cronograma que establece la SUNAT. La PLAME contiene la siguiente información mensual, según la categoría del prestador:

- Trabajador: Las remuneraciones e ingresos devengados y/o pagados, así como datos de la jornada laboral, descuentos, tributos, aportes y contribuciones.
- Pensionista: Los ingresos devengados y/o pagados, descuentos, tributos, aportes y contribuciones.
- Prestador de servicio con rentas de cuarta categoría (PS 4ta categoría): el monto pagado por el servicio, así como los datos del comprobante.
- Personal en formación: el monto pagado de la subvención económica o estipendio.

- Personal de terceros: base de cálculo del aporte al Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR) a cargo del ESSALUD, la tasa y el aporte al SCTR contratado con Essalud.

La SUNAT ha desarrollado el PDT para cumplir con la presentación de la PLAME y con la declaración de las obligaciones que se generen y se realizará a través del Formulario Virtual N° 0601, para efectuar el pago que corresponda.

Para obtener el PDT PLAME se debe ingresar a <http://www.sunat.gob.pe>. En la sección Declaración y Pago buscar la opción “Descarga del PDT”.

2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.

Régimen Laboral Especial de la Microempresa

En virtud de los artículos 50º, 55º y 56º de la Ley MIPYME, cuyos textos son idénticos a los de los artículos 41º, 46º y 47º de la Ley MYPE, la Microempresa —al igual que la Pequeña Empresa— puede acogerse al RLE de la MYPE que comprende: remuneración, jornada de trabajo de ocho (8) horas, horario de trabajo y trabajo en sobretiempo, descansos remunerados (descanso semanal, descanso vacacional de 15 días y descanso por días feriados) y protección contra el despido injustificado o arbitrario (10 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de 90 remuneraciones diarias). Los trabajadores de la Microempresa —a diferencia de los de la Pequeña Empresa— no tienen derecho a un S.C.T.R. ni a un Seguro de Vida a cargo de su empleador, cuando corresponda, tampoco a los Derechos Colectivos, la Participación en las Utilidades, la C.T.S. ni a las Gratificaciones de Fiestas Patrias y Navidad.

Régimen Especial de Salud para la Microempresa: SIS Microempresa

Según el artículo 64º de la Ley MIPYME, el mismo que recoge el artículo 57º de la Ley MYPE con las modificaciones anotadas en pie de página, los trabajadores y conductores de la Microempresa serán afiliados al Régimen Semicontributivo del Seguro Integral de Salud y esta afiliación comprenderá a sus derechohabientes. Su costo será parcialmente subsidiado por el Estado condicionado a la presentación anual del certificado de inscripción o reinscripción vigente del REMYPE de la SUNAT, y a la relación de trabajadores, conductores y sus derechohabientes. El empleador deberá efectuar un

aporte mensual por cada trabajador afiliado, equivalente a la mitad del aporte mensual total del Régimen Semicoltributivo del SIS, el que será complementado por un monto igual por parte del Estado, a fin de que el trabajador y sus derechohabientes accedan al Plan Esencial de Aseguramiento en Salud (PEAS).

Creación del Sistema de Pensiones Sociales (SPS) para la Microempresa

Conforme a lo dispuesto en el artículo 65° de la Ley MIPYME, que recoge el artículo 49° de la Ley MYPE, los trabajadores y conductores de la Microempresa podrán (carácter voluntario) afiliarse al SNP (ONP) o al SPP (AFP). Adicionalmente, según el artículo 66° de la Ley MIPYME, que recoge el artículo 58° de la Ley MYPE modificado por el artículo 3° de la Ley N° 29903, se crea el Sistema de Pensiones Sociales (SPS), de carácter “obligatorio”, para los trabajadores y conductores de la Microempresa que no superen los cuarenta (40) años de edad y que se encuentren bajo los alcances de la citada norma. Es de carácter “facultativo” para los trabajadores y conductores que tengan más de cuarenta (40) años de edad, a la fecha de entrada en vigencia de la citada Ley. Sólo podrán afiliarse al SPS los trabajadores y conductores de la Microempresa. No están comprendidos en los alcances de esta norma los trabajadores que se encuentren afiliados o sean beneficiarios de otro régimen previsional. El aporte mensual de cada afiliado equivale a una tasa de aporte gradual hasta un máximo del cuatro por ciento (4%) sobre la RMV que se establecerá mediante decreto supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas, teniendo en cuenta doce (12) aportaciones anuales. El afiliado puede elegir que sus aportes sean administrados por una AFP o por la ONP, las que pueden determinar una comisión por la administración de los aportes del afiliado. El aporte del Estado se efectuará a favor de los afiliados que perciban una remuneración no mayor a 1.5 de la RMV y en ningún caso será mayor a la suma equivalente de los aportes del afiliado.

2.14. Modalidades de Contratos Laborales.

Existen 2 tipos de contrato:

- Contrato plazo Indeterminado o Indefinido.
- Contrato a plazo fijo o determinado.

En caso de la empresa a desarrollar START ROCK, se considera conveniente contratar a plazo fijo o determinado, con renovación contractual de cada 6 meses en caso de ser necesario.

El trabajador bajo este tipo de contrato va a gozar de todos los beneficios laborales que contemple la ley de acuerdo al régimen laboral señalado en el punto 1.13.

2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.

De acuerdo a la ley de sociedades, el Gerente General es el responsable legal de la realización y ejecución de los contratos y solidariamente los accionistas. Asimismo estos contratos deben estar de acuerdo a las costumbres comerciales en la región donde se desarrollen.

Las facultades del gerente general están establecidas literalmente en los estatutos de la empresa, por tanto los contratos no requieren acuerdo en junta general de accionistas.

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Descripción del Entorno del Mercado

3.1.1 Dimensión Económica:

Las proyecciones económicas no son tan críticas, en los últimos años el PBI ha tenido un crecimiento debido, esto debido a los precios constantes desde el 2007 y a la evolución favorable de la demanda interna (5,0%) desde el 2013, en un contexto de crecimiento de las principales economías desarrolladas.

El crecimiento del PBI (2,2%) en el cuarto trimestre del 2017, se debe al incremento del consumo final privado en 2,6%, consumo del gobierno (11,5%) y del buen desempeño de la inversión privada (6,2%) y pública (4,3%).

PBI y Demanda Interna 2008-I a 2017-IV

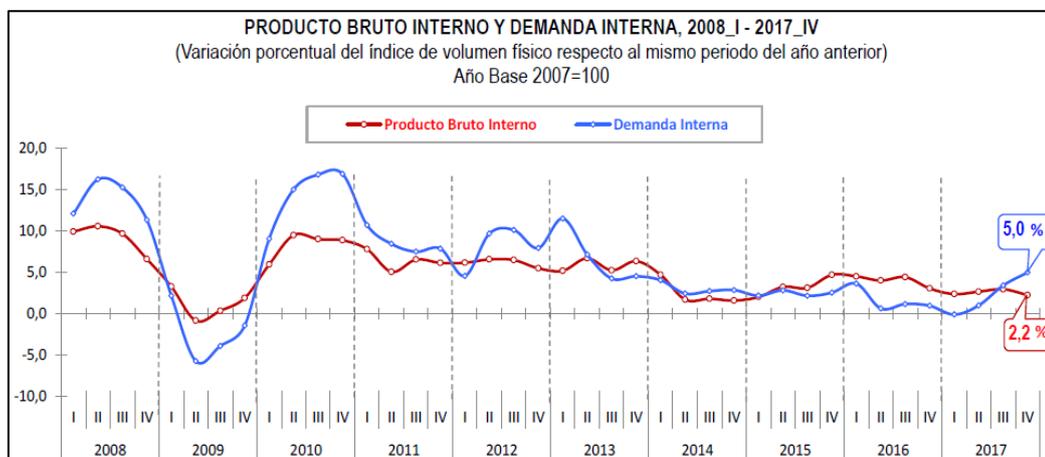


Gráfico 5
Fuente: INEI

Tabla 4
Variación porcentual oferta y demanda global trimestral 2015/2016 – 2016/2017

PERÚ: OFERTA Y DEMANDA GLOBAL TRIMESTRAL										
(Variación porcentual del índice de volumen físico respecto al mismo período del año anterior)										
Año Base 2007=100										
Oferta y Demanda Global	2016/2015					2017/2016				
	I Trim.	II Trim.	III Trim.	IV Trim.	Año	I Trim.	II Trim.	III Trim.	IV Trim.	Año
Producto Bruto Interno	4,5	4,0	4,4	3,0	4,0	2,3	2,6	2,9	2,2	2,5
Extractivas	9,0	10,4	10,4	6,7	9,1	3,4	3,2	4,1	1,5	3,0
Transformación	0,0	-3,4	0,5	-1,6	-1,1	0,0	2,3	0,6	-0,9	0,5
Servicios	5,0	4,6	4,0	3,4	4,2	2,5	2,5	2,9	3,2	2,8
Importaciones	0,2	-1,7	3,3	4,1	1,5	2,9	7,1	6,4	8,3	6,2
Oferta y Demanda Global	3,6	2,8	4,2	3,2	3,4	2,5	3,5	3,7	3,5	3,3
Demanda Interna	3,6	0,6	1,1	0,9	1,5	-0,1	1,0	3,4	5,0	2,3
Consumo Final Privado	3,5	2,9	3,7	3,0	3,3	2,2	2,5	2,7	2,6	2,5
Consumo de Gobierno	13,2	10,0	2,7	-2,8	5,2	-3,3	2,0	6,5	11,5	4,4
Formación Bruta de Capital	-0,2	-8,6	-6,3	-2,3	-4,4	-4,5	-3,6	3,4	7,5	0,6
Formación Bruta de Capital Fijo	-3,3	-4,0	-4,5	-5,8	-4,4	-4,2	-2,1	4,5	5,8	1,1
Público	26,2	0,9	-0,7	-17,0	0,1	-16,9	-5,0	4,7	4,3	-3,3
Privado	-9,9	-5,7	-5,5	-2,2	-5,8	-0,3	-1,0	4,5	6,2	2,5
Exportaciones	3,4	12,8	16,6	12,2	11,4	13,9	14,1	4,8	-1,5	7,2

Fuente: INEI

No existe ninguna amenaza relacionados a sobrecostos laborales, actualmente el régimen escogido amparado en la Ley N° 28015 y su modificatoria la Ley N° 30056 mantiene los beneficios del empleado, estos beneficios no son tan elevados para el empleador ya que de esa manera el estado fomenta la formalización y promoción de la MYPE siendo esto favorable para el desarrollo y crecimiento de las empresa que inician sus actividades comerciales.

En referencia a devaluación de la moneda o aumento de precio en los productos se verifica que la inflación en el 2017 cerró el último trimestre con 1.36%, una de las más bajas de América Latina y se espera que para el 2018 se cierre con menos de 1%.

Tabla 5
Variación IPC 1 trimestre 2018

Índices de Precios al Consumidor Nacional: Variación según Divisiones de Consumo					
Marzo 2018					
Divisiones de Consumo	Ponderación (Dic.2011=100)	Variación %			Incidencia Mar.2018 (Puntos Porcentuales)
		Marzo 2018	Ene. - Mar.18	Abr.17 - Mar.18	
Total Nacional	100,000	0,49	0,97	0,61	0,487
Educación	8,360	3,93	4,45	4,94	0,368
Alojamiento, Agua, Electricidad, Gas y Otros Combustibles	8,296	0,42	2,33	5,21	0,037
Bebidas Alcohólicas y Tabaco	1,143	0,35	0,82	4,70	0,005
Recreación y Cultura	4,945	0,26	0,70	1,88	0,012
Restaurantes y Hoteles	12,772	0,17	0,65	3,37	0,025
Alimentos y Bebidas no Alcohólicas	27,481	0,12	0,76	-4,83	0,032
Muebles, Artículos para el Hogar y Conservación del Hogar	5,241	0,12	0,53	2,01	0,006
Prendas de Vestir y Calzado	5,763	0,08	0,29	1,43	0,004
Bienes y Servicios Diversos	6,693	0,05	0,65	1,68	0,003
Transporte	12,444	0,04	-0,61	1,45	0,005
Salud	3,202	0,14	0,38	0,90	0,005
Comunicaciones	3,659	-0,52	-0,51	-0,68	-0,015

Fuente: INEI

Finalmente, el Índice de Precio del Consumidor (IPC) de la división de consumo “**Recreación y Cultura**” aumentó en 0,26%, explicado por el aumento de precios de los paquetes turísticos con 2,4%, por una mayor demanda por las festividades de semana santa; libros con 1,6%, y los textos escolares: inicial y primaria con 2,0%, cada uno y secundaria 1,5%; así como, los servicios culturales en 0,2% destacando las entradas a monumentos históricos 5,8%, **discotecas 1,6%** y estadio 1,1%.

3.1.2 Dimensión Social:

El Perú en los últimos ha incrementado su consumo musical, esto se puede evaluar con la visita de bandas extranjeras que han llegado en los últimos 6 años, aunque seguimos teniendo un bajo porcentaje de consumo musical en comparación de los países latinoamericanos como Brasil, Argentina y Chile, podemos decir que estamos cambiando nuestras costumbre y ahora consumimos música porque más empresas invierten en hacer conciertos grandes en Lima.

De acuerdo a una encuesta realizada se puede visualizar que existen preferencias musicales y el rock concentra un 6% de cantidad de consumidores.

Preferencias musicales – Encuesta 2017

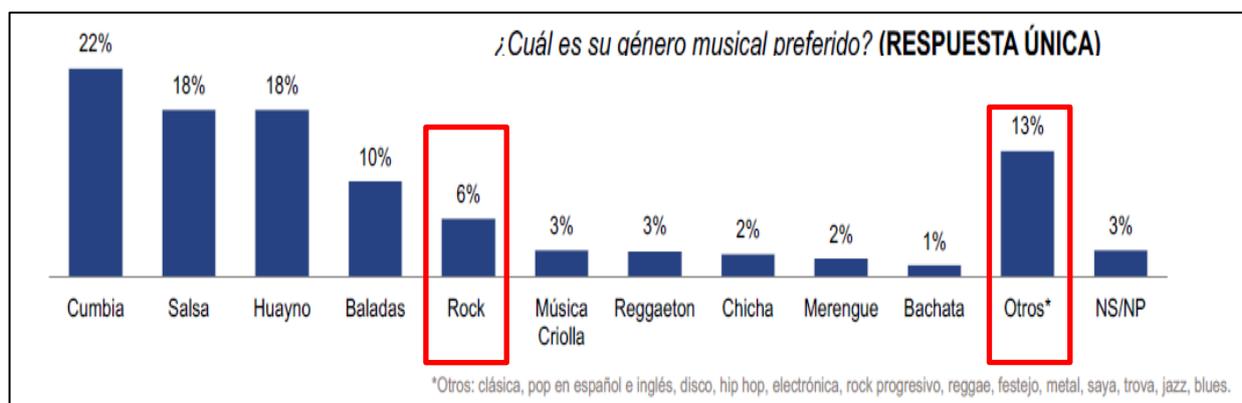


Gráfico 6

Fuente: Encuestadora GFK año 2017

El consumo de un país lo medimos con el ingreso per cápita, se estima que para el 2018 sea 15,085 dólares eso equivale a 45,000 soles aproximadamente.

3.1.3 Dimensión Tecnológica:

Los medios de comunicación se encuentran a la par del desarrollo de la tecnología haciendo más fácil la interacción entre las personas. Asimismo, en referencia a la

tecnología esta evoluciona cada 6 meses, estos cambios buscan la automatización de los procesos para facilitar el trabajo de las empresas.

Tabla 6
PESTEL

	FACTORES				DIMENSIONES	
	Prioridad Impo. 1 al 9	Ponderación %	Calificación (1.00 al 4.00)	Contribución	Ponderación Peso de Dimen.	Contribución
Dimensión Económica						
1 PBI	1	20%	x 1.00	= 0.20		
2 Sobrecostos Labor.	4	35%	x 2.00	= 0.70		
3 Inflación	4	45%	x 2.00	= 0.90		
TOTAL DIMENSIÓN		100%		Cal. Dim. 1.80	x 30%	= 0.54
Dimensión Política						
1 Estab. Política	4	60%	x 3.00	= 1.80		
2 Estab. Normas Lab.	3	40%	x 2.00	= 0.80		
TOTAL DIMENSIÓN		100%		Cal. Dim. 2.60	x 10%	= 0.26
Dimensión Social						
1 Estilo de Vida	4	60%	x 3.00	= 1.80		
3 Ingreso Per Capita	4	40%	x 2.00	= 0.80		
TOTAL DIMENSIÓN		100%		Cal. Dim. 2.60	x 40%	= 1.04
Dimensión Tecnológica						
1 Sistemas de infor.	4	35%	x 3.00	= 1.05		
2 Comunicaciones	4	30%	x 3.00	= 0.90		
3 Innovación	4	35%	x 3.00	= 1.05		
TOTAL DIMENSIÓN		100%		Cal. Dim. 3.00	x 20%	= 0.6
				TOTAL	100%	Evaluación 2.44 Desde el punto de vista del inversor

Fuente: Elaboración propia

3.1.4 Matriz FODA Cruzado

FODA Cruzado Empresa START ROCK SAC.

CRUCE	DEBILIDADES (D)	AMENAZAS (A)
		1. Empresa nueva en el mercado. 2. No contar con equipos (back line) propio.
FORTALEZAS (F)	FD	FA
1. Conocimiento de necesidad del cliente. 2. Procesos claramente identificados. 3. Empresa constituida formalmente.	1. Buscar la fidelización de los clientes. 2. Asociarse con empresas que alquilen equipos para realización de eventos a fin de bajar precios de alquiler.	1. Ingresar al mercado con precios no tan elevados. 2. Trabajo eficiente debido a los procesos definidos. 3. Se emite facturas lo que permite que los clientes puedan deducir el IGV.
OPORTUNIDADES (O)	OD	OA
1. Buscar difundir la marca y el rubro de la empresa. 2. Capacidad de adaptación rápida en el mercado.	1. Convenios con las Municipalidades para ayudar a sus politicas de difusión de la cultura y el arte. 2. Establecer nuevas estrategias que permitan amoldarse a metas a corto plazo.	1. Utilizar una buena estrategia de marketing y publicidad. 2. Buscar auspiciadores que quieran publicitar en los eventos que se realizarán.

Gráfico 7

Fuente: Elaboración propia.

3.1.5 Matriz de Evaluación de factores externos

Factores críticos para el éxito	Peso	Calificación	Total
• Fuerzas			
1. Conocimiento de necesidad del cliente.	0.35	4	1.40
2. Procesos claramente identificados.	0.28	3	0.84
3. Empresa constituida formalmente.	0.15	2	0.30
• Debilidades			
1. Empresa nueva en el mercado.	0.10	3	0.30
2. No contar con equipos (backline) propio.	0.12	3	0.36
• Total			
	1.00		3.20

Factores determinantes para el éxito	Peso	Calificación	Total
• Oportunidades			
1. Buscar difundir la marca y el rubro.	0.25	3	0.75
2. Capacidad rápida de adaptación.	0.25	3	0.75
• Amenazas			
1. Competencia de precios del mercado.	0.25	4	0.75
2. Empresas con más tiempo en el mercado.	0.15	3	0.45
3. Clientes desconfiados.	0.10	2	0.20
• Total			
	1.00		2.90

3.2 Ámbito de acción del negocio

3.2.1 Modelo de Porter (5 fuerzas)

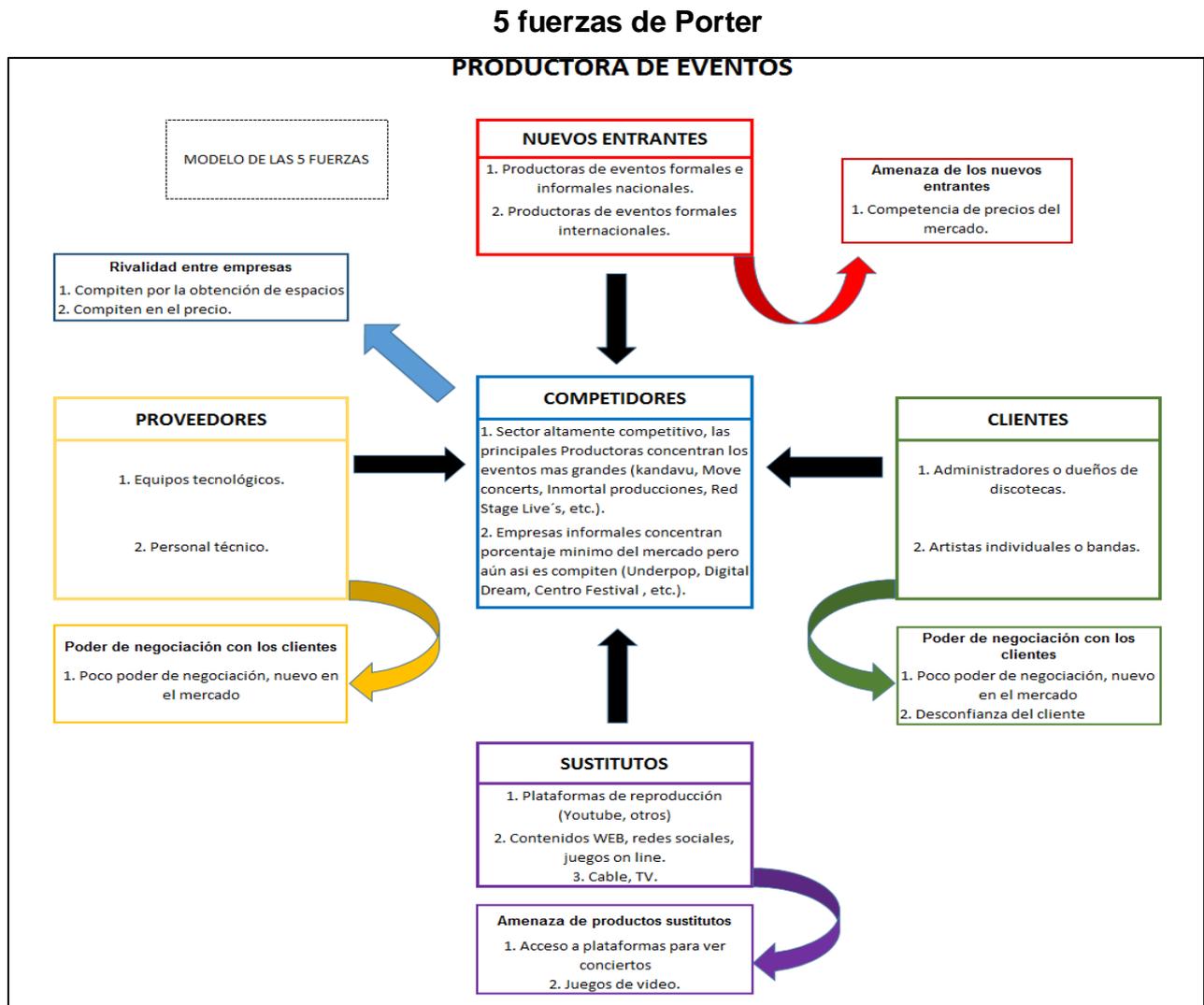


Gráfico 8

Fuente: Elaboración propia

3.2.2.1 Cadena de Valor

El concepto de la cadena de valor consiste en la fragmentación de las actividades de la empresa en un conjunto de tareas diferenciadas, denominadas actividades de agregación de valor. Estas actividades las dividimos en dos grandes grupos: actividades primarias y actividades de apoyo. Las actividades primarias son aquellas que implican la creación física del producto o servicio y su posterior venta o traspaso al comprador. Las actividades de apoyo sustentan las actividades primarias y se apoyan entre sí, proporcionando insumos comprados, tecnología y recursos humanos.

3.2.2.2 Actividades Primarias

La logística interna.- El gerente general facilitará, el espacio, máquinas, muebles e insumos de oficina para la planeación del servicio que se va a prestar y que será ejecutado por los jefes de línea.

Operaciones.- La ejecución de las operaciones será dirigida por los jefes de línea y ejecutada por los operativos que serán contratados por evento.

Logística externa.- El gerente general otorgará los recursos, una vez que los jefes de línea planifiquen el trabajo a desarrollar de acuerdo a las necesidades de los clientes.

Mercadotecnia y Ventas.- La mercadotecnia y ventas realizada por los jefes de línea, se buscará concentrar clientes (bandas) en los locales donde se desarrollen eventos. Asimismo, se harán carpetas de presentación con un cuadro de margen de ganancias para los clientes dueños de locales a fin de poder trabajar con ellos.

Servicio.- El servicio a prestar es la elaboración de eventos en los distintos distritos de Lima y la colocación de cupos en los eventos para las bandas de acuerdo a su género musical, se realizará el 100% del pago adelantado para las bandas y para los locales el pago es 60% de inicial una vez firmado el contrato y el 40% al final de la realización del evento.

3.2.2.3 Actividades de apoyo

Infraestructura de la empresa.- Se contará con una oficina administrativa ubicado en el distrito de Lince.

Administración de recursos humanos.- El gerente general de la empresa funcionara como jefe de recursos humanos, se realizarán evaluaciones de desempeño, capacitaciones a los empleados, se solicitará a los jefes de línea informes de la realización del evento para tomarlo como feedback para la mejora continua.

Se realizará encuestas a los clientes al final de cada servicio a fin de considerar su punto de vista en la mejora.

Desarrollo Tecnológico.- En los equipos técnicos (backline) se tercerizará. Los proveedores serán evaluados a fin de que cumplan con los requerimientos técnicos para la realización de los servicios y que sean una empresa seria en el mercado.

Abastecimiento.- El gerente general manejará los recursos económicos de la empresa y evaluará las compras requeridas de acuerdo a la evaluación y necesidad del personal operativo.

3.3. Descripción del bien o del servicio

Actualmente, en nuestro país existen muy pocas promotoras y productoras que fomenten actividades relacionadas con la música y que sirvan de plataforma de formación a las bandas que recién se están creando un espacio en el mercado musical (emergente). Por esa razón, la idea de negocio comprende en ofrecer el servicio de promoción y producción de eventos musicales dirigida a bandas emergentes. El servicio a brindar consistiría en la colocación de las bandas musicales en los diferentes eventos que se producirían en los distritos de Lima Metropolitana, adicionalmente se ofrecerá servicios de asesoría con el fin de desarrollar las aptitudes musicales de los músicos. Estos servicios se brindarán a cambio de una prestación económica. Asimismo, ofreceremos el servicio de organización y realización de eventos a las empresas en el rubro de discotecas o locales con espacios que permitan la realización de este servicio. Este servicio es el gancho perfecto o la oportunidad para poder concentrar clientes en sus locales, hacer conocido el nombre de sus locales y que la afluencia aumente sus ganancias por consumo.

A fin de contar con otros espacios para la realización de eventos, se buscará celebrar convenios con diferentes entidades públicas y privadas, en este caso, en el sector público, las Municipalidades Distritales en el marco del desarrollo de su actividad cultural siempre están dispuestas a promover éste tipo de eventos.

3.4. Estudio de la demanda

De acuerdo a la encuesta realizada en enero del 2017 por la empresa encuestadora GFK sobre el gusto preferencia de la música, se puede advertir en el gráfico N° 05 que existe un alto porcentaje de personas escuchan música, este resultado evidencia que hay demanda para trabajar y desarrollar la empresa.

Consumo de música - 2017

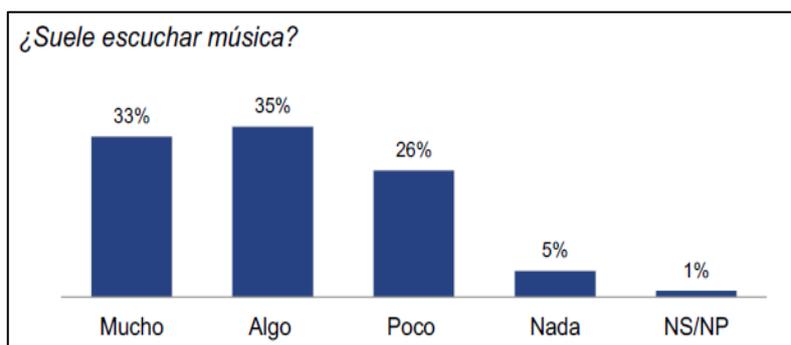


Gráfico N°9
Fuente: Encuestadora GFK

Consumo de música segmentado - 2017

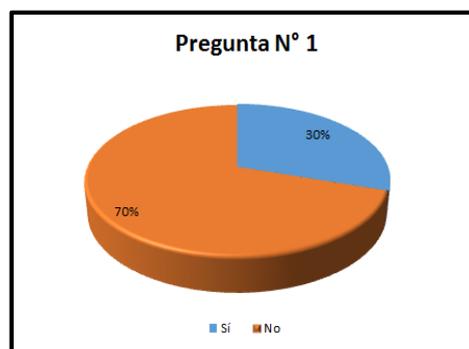
	Total	Nivel Socioeconómico			Región		Sexo		Edad		
		A/B	C	D/E	Lima	Interior	Hombre	Mujer	18 - 24	25 - 39	40 - 70
Mucho	33%	45%	42%	26%	38%	30%	34%	32%	50%	33%	24%
Algo	35%	27%	35%	37%	38%	33%	34%	36%	29%	38%	35%
Poco	26%	21%	19%	31%	18%	30%	26%	26%	16%	24%	32%
Nada	5%	7%	4%	6%	6%	5%	5%	6%	4%	4%	7%
NS/NP	1%	1%	-	2%	-	2%	1%	2%	1%	1%	1%

Gráfico 10
Fuente: Encuestadora GFK

Para complementar el estudio de la demanda, se utiliza el método cualitativo, en ese sentido se ha realizado una entrevista a 10 músicos amateurs de 18 a 26 años que duró aproximadamente 35 minutos, cada músico representaba a una banda musical emergente (bandas nuevas) con menos de 1 año de conformación y de distintos géneros musicales tales como rock alternativo, punk y wave, a los cuales se les formuló las siguientes preguntas.

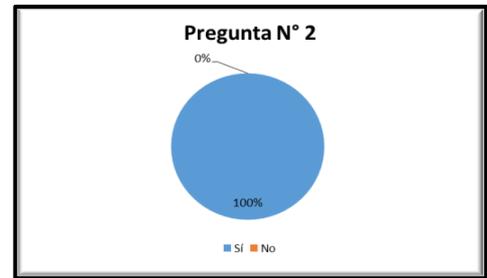
1. ¿Les es fácil conseguir tocar en eventos con sus bandas?

El 70% de los entrevistados respondió que no es fácil acceder a tocar en eventos, debido a que las bandas emergentes no tienen muchos contactos además que las productoras apuestan por las bandas con cierta experiencia en la música. Asimismo, el 30% respondió que es complicado pero pueden conseguir tocar 1 vez cada 2 meses y señalan que para comenzar es suficiente.



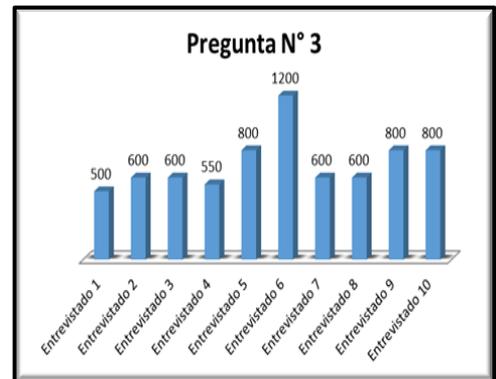
2. ¿Te interesaría tocar en un evento?

El 100% de los entrevistados respondió que si les gustaría participar en eventos que la productora realice.



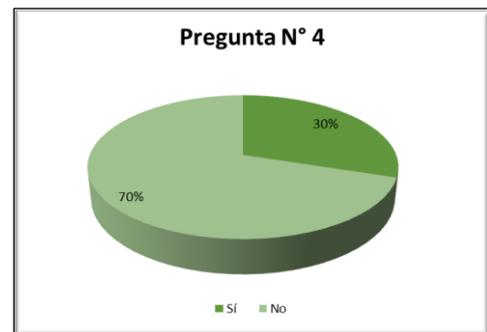
3. ¿Cuánto crees que cuesta realizar un concierto?

El 70% respondió que realizar un concierto cuesta entre 500 y 600 soles, el 30% señaló que realizar un concierto por cuenta propia cuesta entre 800 y 1200 soles. Los entrevistados manifestaron que en su poca experiencia podían señalar que la diferencia de precios podría variar de acuerdo a la potencia de los equipos a alquilar, el espacio para el concierto si es cedido o alquilado, la publicidad, entre otros. De acuerdo a la información recogida, el promedio de los precios señalados es de 700 soles.



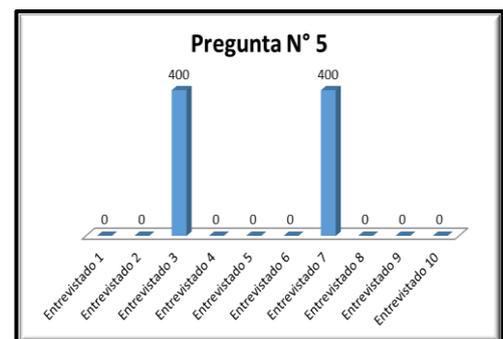
4. ¿Conocen alguna productora que ofrezca el servicio de colocar bandas emergentes en eventos?

El 70% de los entrevistados respondió que no conocía de productoras que ofrezcan este tipo de servicio. Asimismo, el 30% respondió que si conocían pero que no tenían los contactos.



5. ¿De acuerdo a la pregunta anterior (4), saben cuánto cobran por ese servicio?

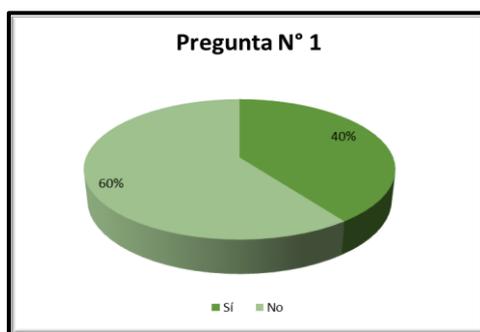
El 30% de los entrevistados respondió que si conocía de productoras que ofrezcan este tipo de servicio y solo el 20% respondió que el costo del servicio era de 400 soles.



Asimismo, se realizó una entrevista a 10 administradores de discotecas y locales con espacio para eventos, ya que ellos también están identificados como clientes que adquirirían nuestros servicios, la entrevista duró 20 minutos aproximadamente, arrojando los siguientes resultados.

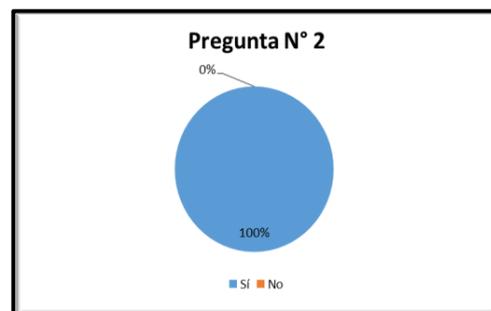
3. ¿Hacen eventos de música rock en sus locales?

El 40% de los entrevistados respondió que no, debido a que el rock no aglomera tanto público consumidor y es complicada la organización. Asimismo, el 60% respondió que sí ha realizado eventualmente eventos rockeros, ya que son fanáticos de este género.



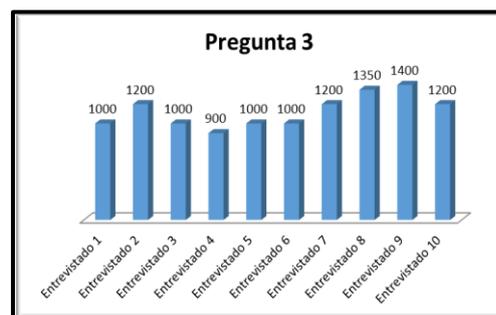
2. ¿Les gustaría contratar un servicio que organice un evento y este les permita duplicar o triplicar su inversión?

El 100% de los entrevistados respondió que sí, ya que están abiertos a cualquier acción e inversión que permita mayores ingresos.



3. ¿Cuánto pagarías por la organización de los eventos?

El 50% respondió que entre 900 y 1000 soles, el otro 50% señaló que podrían entre 1200 y 1450 soles. Siendo el promedio 1150. Asimismo, señalaron que solo pagarían el 50% de adelanto y que de acuerdo al resultado del servicio la diferencia.



3.5. Estudio de la oferta

Bandas – precio del mercado

De acuerdo a la evaluación realizada para determinar la oferta del servicio a brindar se ha identificado que las productoras cobran entre 350 y 400 soles a las bandas, el cual cubre lo siguiente:

- Folletería.
- Equipos técnicos (backline).
- Entre 45 minutos y 1 hora de espacio.

Precio del servicio bandas que brindará la empresa.- De la evaluación de los precios de la competencia, se ha determinado que el precio a las bandas para participar en un evento, será de 400 soles y cubrirá lo siguiente:

- Folletería.
- Equipos técnicos (backline) y luces.
- Prueba de sonido.
- Ingeniero de sonido.
- Entre 45 minutos y 1 hora de espacio.
- Botella de agua (cada integrante).
- Staff de apoyo técnico y de soporte en escenario.

Discotecas

Para los clientes administradores de locales, de acuerdo a la evaluación del mercado se cobra entre 1,000 y 1,500 soles para la organización de un evento, el cual cubre lo siguiente:

- Equipos técnicos (back-line)
- Banner.
- Folletería.
- El 30% de las entradas (Si se vende entradas).

Precio del servicio discotecas que brindará la empresa.- De la evaluación de los precios de la competencia, se ha determinado que el precio a las discotecas para organizar un evento, será de 1,300 soles y cubrirá lo siguiente:

- Equipos técnicos (back-line).
- Publicidad.
- El 30% de las entradas (Si se vende entradas).
- Asegurar el consumo mínimo de asistente de 20 soles.

La capacidad máxima de producción es de hasta 2 eventos por noche con 5 o 6 bandas.

3.6. Determinación de la demanda insatisfecha

De acuerdo a la encuesta realizada por la encuestadora GFK en el año 2017, se puede verificar en el gráfico adjunto que el 7% y 5% de los encuestados en la región Lima indicaron tocar guitarra eléctrica y batería, dando como resultado en promedio 6%, por lo que se deduce que existe el 6% de músicos en el mercado que tocan en una banda y se puede considerar como demanda insatisfecha para ofrecer el servicio propuesto.

¿Qué instrumento tocas? – realizado año 2017

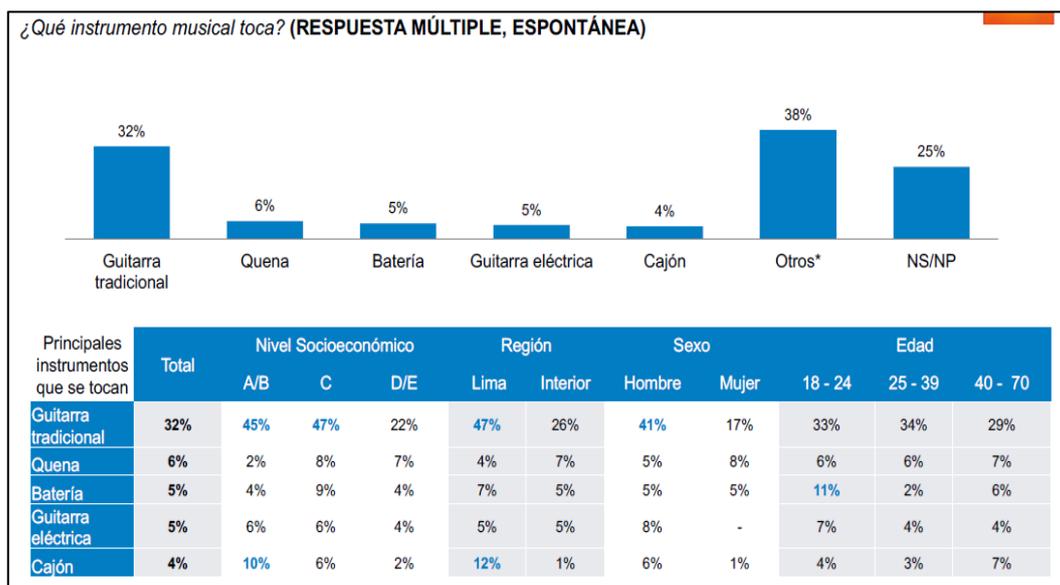


Gráfico 11

Fuente: Encuestadora GFK

De acuerdo al censo elaborado por el INEI, se ha determinado que en el año 2015 la población en Lima Metropolitana fue de 2,646,000 habitantes de 18 a 24 años de edad, que a la fecha deben tener 21 a 27 años de edad respectivamente.

Tabla 7
Demanda del mercado

Años	1	2	3	4	5
Total de personas entre 21-27 años	2,646,000	2,646,000	2,646,000	2,646,000	2,646,000
Demanda para satisfacer	6%	6%	6%	6%	6%
Cantidad de músicos entre 21-27 años	132,300	132,300	132,300	132,300	132,300
Número de bandas (5 integrantes)- Escenario 1	26,460	26,460	26,460	26,460	26,460
Número de bandas (4 integrantes)- Escenario 2	33,075	33,075	33,075	33,075	33,075
Número de bandas (3 integrantes)- Escenario 3	44,100	44,100	44,100	44,100	44,100
Precio del servicio	400	420	450	470	490
Bolsa del Mercado en soles - Escenario 1	10,584,000	11,113,200	11,907,000	12,436,200	12,965,400
Bolsa del Mercado en soles - Escenario 2	13,230,000	13,891,500	14,883,750	15,545,250	16,206,750
Bolsa del Mercado en soles - Escenario 3	17,640,000	18,522,000	19,845,000	20,727,000	21,609,000

Fuente: Elaboración propia

Se ha verificado que en los distritos de Miraflores, Lima, Lince y La Victoria existen un promedio 68 locales donde se pueden realizar eventos de acuerdo a la entrevista se ha identificado que el 60% de locales no hacen eventos de rock por las razones expuestas en el punto 3.4.

Tabla 8
Locales para eventos en los distritos (Lince, La Victoria, Miraflores, Pueblo Libre y Cercado de Lima)

Año	1
Total de locales	68
Demanda insatisfecha	60%
Cantidad de locales para ofrecer servicio	41

Fuente: Elaboración propia

3.7. Proyecciones y provisiones para comercializar

La proyección se ha realizado a 5 años y la cantidad de demandantes está basada en la cantidad de bandas a quien se le va a ofrecer el servicio, las cuales están agrupadas de acuerdo a la cantidad de integrantes, en ese sentido se ha considerado 3 escenarios:

- 1er Escenario: Bandas con 5 integrantes equivale a 26,460 bandas.
- 2do Escenario: Bandas con 4 integrantes equivale a 33,075 bandas.
- 3er Escenario: Bandas con 3 integrantes equivale a 44,100 bandas.

El precio del servicio va a aumentar en un 5% cada año, debido a que la empresa va a ir creciendo y deberá contratar mayor cantidad de personal para poder satisfacer la demanda del mercado.

Tabla 9
Proyección a 5 años bandas

Años	1	2	3	4	5
Total de personas entre 21-27 años	2,646,000	2,646,000	2,646,000	2,646,000	2,646,000
Demanda para satisfacer	6%	6%	6%	6%	6%
Cantidad de músicos entre 21-27 años	132,300	132,300	132,300	132,300	132,300
Número de bandas (5 integrantes)- Escenario 1	26,460	26,460	26,460	26,460	26,460
Número de bandas (4 integrantes)- Escenario 2	33,075	33,075	33,075	33,075	33,075
Número de bandas (3 integrantes)- Escenario 3	44,100	44,100	44,100	44,100	44,100
Precio del servicio	400	420	450	470	490
Bolsa del Mercado en soles - Escenario 1	10,584,000	11,113,200	11,907,000	12,436,200	12,965,400
Bolsa del Mercado en soles - Escenario 2	13,230,000	13,891,500	14,883,750	15,545,250	16,206,750
Bolsa del Mercado en soles - Escenario 3	17,640,000	18,522,000	19,845,000	20,727,000	21,609,000

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a las entrevistas se pudo identificar que el 60% de los locales ubicados en el distrito de Lima, La Victoria, Miraflores y Lince, no adquiere el servicio de organización de eventos, pero el ofrecimiento de duplicar o triplicar la inversión del costo de la organización de un evento es una buena oportunidad para rentabilizar sus negocios y hacer más conocidas sus discotecas o locales. Asimismo, el costo del servicio va

aumentar en 100 soles cada año por el crecimiento de la empresa y la inversión de la mejora continua y la búsqueda de un servicio de calidad.

Tabla 10
Proyección a 5 años - locales

Años	1	2	3	4	5
Total de locales	68	68	68	68	68
Demanda insatisfecha	60%	60%	60%	60%	60%
Cantidad de locales para ofrecer servicio	41	41	41	41	41
Precio del servicio	1,300	1,400	1,500	1,600	1,700
Bolsa del Mercado en soles (mensual)	53,040	57,120	61,200	65,280	69,360

Fuente: Elaboración propia

3.8. Descripción de la política comercial

La política comercial de la empresa son los siguientes:

- Ofrecer servicios a precios competitivos, con calidad y oportunidad.
- Entregar el servicio en el tiempo oportuno y estimado con el cliente.
- Manejar un dialogo cortés con el cliente.
- Dar información completa del servicio y su desarrollo de este.
- Posicionar la marca de la empresa.
- Invertir en publicidad llamativa y no caer en publicidad engañosa.
- No cometer actos de competencia desleal, pero si apresurando la competencia con productos y servicios que sean mejores que los de la competencia.
- Ser una de las mejores productoras realizadoras de eventos de la provincia de Lima.

3.9. Cuadro de la demanda proyectada para el negocio

Se ha realizado una proyección del negocio a 5 años y se está buscando como meta estratégica aumentar el porcentaje de participación para la obtención de más bandas de la siguiente manera:

- 0.5% de la participación del mercado para el segundo año, 0.7% en el tercer año, 1% en el cuarto año y 1.7% para el quinto año.

Tabla 11
Proyección de la demanda bandas

Años	1	2	3	4	5
Total de personas entre 21-27 años	2,646,000	2,646,000	2,646,000	2,646,000	2,646,000
Demanda para satisfacer	6%	6%	6%	6%	6%
Cantidad de músicos entre 21-27 años	132,300	132,300	132,300	132,300	132,300
Número de bandas (5 integrantes)- Escenario 1	26,460	26,460	26,460	26,460	26,460
Número de bandas (4 integrantes)- Escenario 2	33,075	33,075	33,075	33,075	33,075
Número de bandas (3 integrantes)- Escenario 3	44,100	44,100	44,100	44,100	44,100
Precio del servicio	400	420	450	470	490
Bolsa del Mercado en soles - Escenario 1	10,584,000	11,113,200	11,907,000	12,436,200	12,965,400
Bolsa del Mercado en soles - Escenario 2	13,230,000	13,891,500	14,883,750	15,545,250	16,206,750
Bolsa del Mercado en soles - Escenario 3	17,640,000	18,522,000	19,845,000	20,727,000	21,609,000
Participación del Mercado	0.30%	0.80%	1.50%	2.50%	3.20%
Ingresos en soles S/ (mensual)- Escenario 1	31,752	88,906	178,605	310,905	414,893
Ingresos en soles S/ (mensual)- Escenario 2	39,690	111,132	223,256	388,631	518,616
Ingresos en soles S/ (mensual)- Escenario 3	52,920	148,176	297,675	518,175	691,488
Ingresos en soles S/ (anual)-E1	381,024	1,066,867	2,143,260	3,730,860	4,978,714
Ingresos en soles S/ (anual)-E2	476,280	1,333,584	2,679,075	4,663,575	6,223,392
Ingresos en soles S/ (anual)-E3	635,040	1,778,112	3,572,100	6,218,100	8,297,856

Fuente: Elaboración propia

Se ha realizado una proyección del negocio a 5 años y se estará buscando como meta estratégica aumentar el porcentaje de participación para la obtención de más contratos con las discotecas o locales para realizar eventos de la siguiente manera:

- 20% de la participación del mercado para el segundo año, 30% en el tercer año, 40% en el cuarto año y 50% para el quinto año.

Tabla 12
Proyección a 5 años locales

Años	1	2	3	4	5
Total de locales	68	68	68	68	68
Demanda insatisfecha	60%	60%	60%	60%	60%
Cantidad de locales para ofrecer servicio	41	41	41	41	41
Precio del servicio	1,300	1,400	1,500	1,600	1,700
Bolsa del Mercado en soles (mensual)	53,040	57,120	61,200	65,280	69,360
Participación del Mercado	10%	20%	30%	40%	50%
Ingresos en soles S/ (mensual)	5,304	11,424	18,360	26,112	34,680
Ingresos en soles S/ (anual)	63,648	137,088	220,320	313,344	416,160

Fuente: Elaboración propia

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 TAMAÑO DEL NEGOCIO Y FACTORES DETERMINANTES

De acuerdo al estudio de mercado realizado se ha identificado que la demanda del mercado contiene una bolsa de clientes a quien se le puede prestar el servicio, estos

son 20,500 (bandas) de Lima metropolitana y 68 (locales) en Lince, Cercado de Lima, Miraflores, Pueblo Libre y La Victoria.

Para el primer año se ofrecerá el servicio a 79 bandas y 7 locales.

En referencia al espacio que se requiere para la prestación de los servicios de colocación de bandas en eventos, así como la realización de eventos, se ha identificado que solo requerimos una oficina de 50 metros cuadrados de espacio para poder atender a los clientes y entrevistarnos con nuestros potenciales clientes.

4.2 PROCESO Y TECNOLOGÍA

4.2.1 DESCRIPCIÓN Y DIAGRAMA DE LOS PROCESOS

Se realizan los siguientes procesos en la empresa:

1. Atención de clientes.
2. Realización del evento.
3. Seguimiento del evento.

Atención de clientes

Los clientes son el eje principal de las empresas por esa razón se ha establecido un proceso de atención al cliente para poder hacer eficiente la atención hacia ellos.

Primero la reunión se efectuará mediante coordinación telefónica en los ambientes de START ROCK SAC, se le mostrará los servicios a prestar y fotografía de los eventos ya realizados.

Para el caso de locales, se les ofrecerá dos tipos de servicio:

- Servicio Standard (SS): Precio fijo y condiciones fijas.
- Servicio Especial (SE): Precio variable y requerimientos de acuerdo a la necesidad del cliente.

Una vez que se establezca el servicio y se acepte la propuesta del contrato, el cliente procederá a pagar el 50% de inicial para comenzar las coordinaciones con los proveedores para cumplir con el evento requerido.

Para el caso de bandas, deberán dejar los datos personales de la persona que se va a encargar de coordinar con la productora, el pago se realizará en el momento de la

aceptación y se les ofrecerá la colocación en el cartel del evento que se vaya a realizar, y que constará de 45 minutos para la presentación de la banda, además incluye todo el equipo de frontline y backline, asistente de sonido y staff de ayuda durante el desarrollo del evento.

Las coordinaciones cliente empresa serán por medio telefónico y correo electrónico con el coordinador de la banda.

Proceso de Atención al cliente

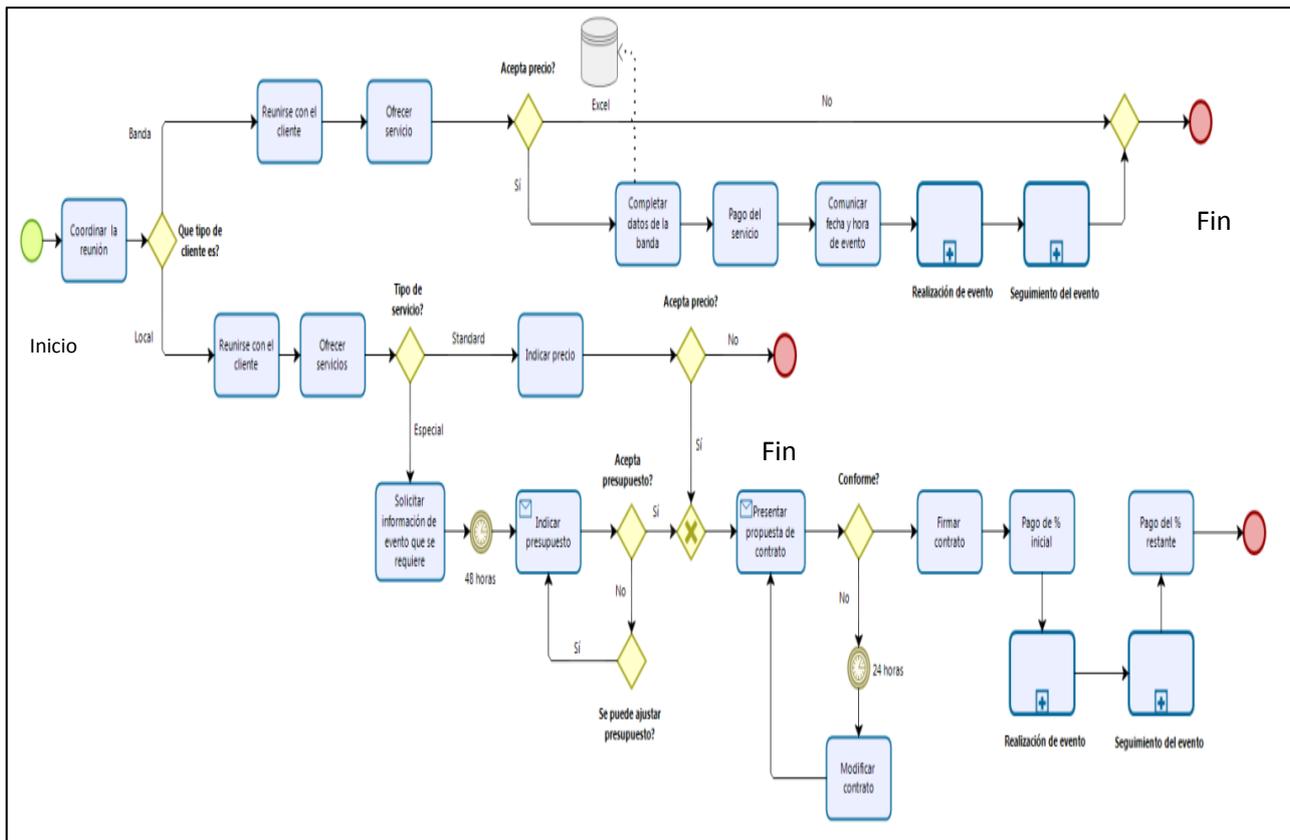


Gráfico 12
Fuente: Elaboración Propia

Realización del evento.

Para la realización del proceso de realización de eventos, se debe primero de asegurar el servicio o la compra de productos a los proveedores de acuerdos a los requisitos o requerimientos definidos con los clientes.

Se conversará con los proveedores a fin de negociar los precios y ofrecerles hacer publicidad a sus empresas como sponsor del evento, en caso de aceptar se procederá a ajustar el precio.

El pago de los productos (folletería, banner, etc.) será realizado en el momento de la entrega de este y el pago del servicio (alquiler) será un porcentaje acordado para asegurar el alquiler y otro al final del evento.

Proceso de Realización de eventos

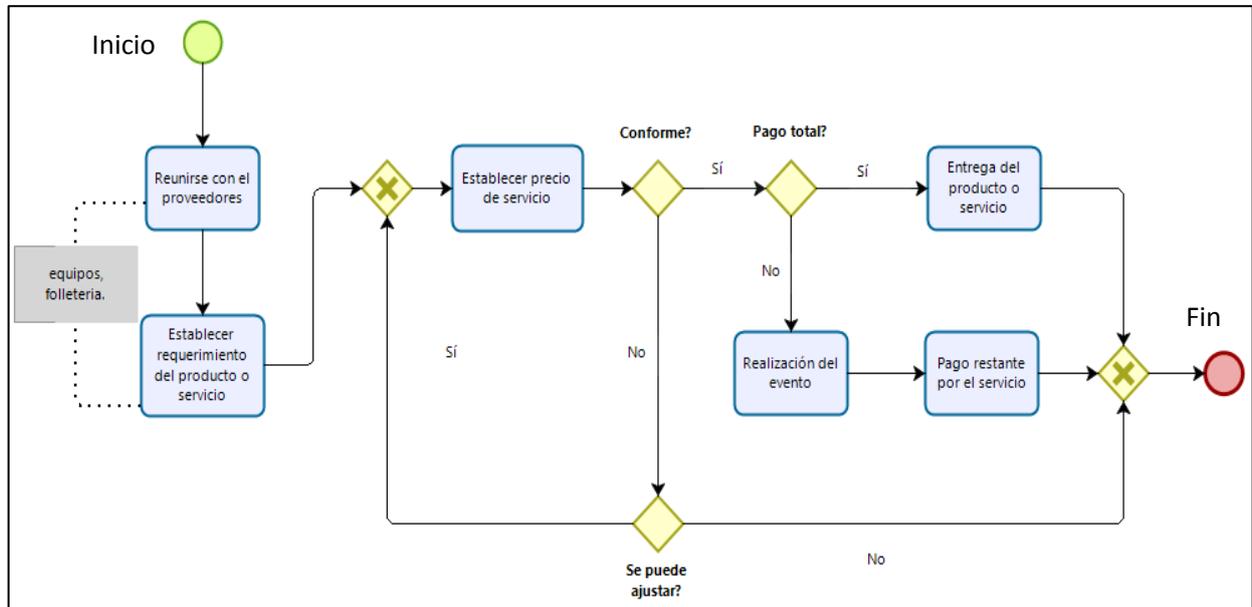


Gráfico 13
Fuente: Elaboración Propia

Seguimiento del evento.

Para la realización del seguimiento del evento, se procederá a hacer un check list de acuerdo a las acciones que se realicen el día del evento. Asimismo, se otorgará una puntuación al final del evento a los proveedores que permitirá mejorar su servicio o rescindir en el futuro de este proveedor, además se emitirá un informe por parte de los jefes de línea de todos los inconvenientes operativos que pueden haber surgido durante el desarrollo del evento.

Proceso de Seguimiento de evento

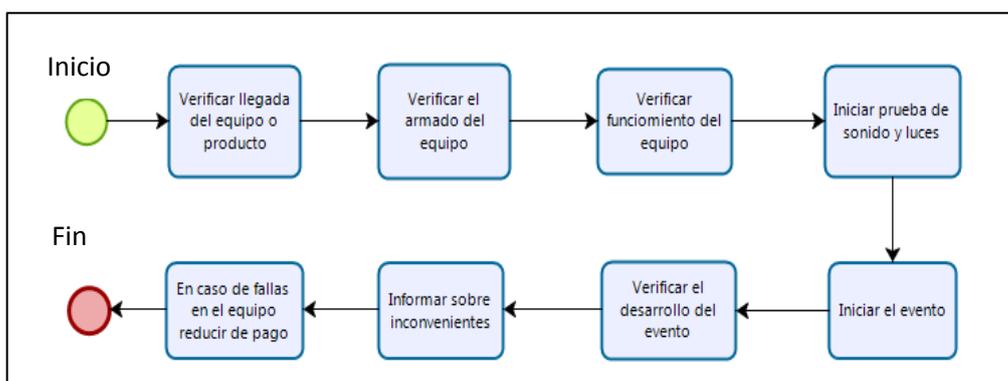


Gráfico N° 14
Fuente: Elaboración Propia

4.2.2 CAPACIDAD INSTALADA Y OPERATIVA

La capacidad operativa nos permitirá trabajar de miércoles a domingo como máximo 2 eventos por día, para eso se contará con 2 personal operativo y 2 jefes de evento.

4.2.3 CUADRO DE REQUERIMIENTO DE BIENES DE CAPITAL, PERSONAL E INSUMOS

Los bienes a adquirir son los siguientes:

Equipos:

- 3 Laptop: Necesaria para poder registrar el control de las actividades de los eventos, el registro contable de los pagos por evento, listado de bandas, horarios y todas las actividades que requiera en la ejecución.

La descripción del equipo:

Pantalla HD de 15.6", procesador Intel Core i5 de séptima generación con velocidad de 2.5GHz y hasta 3,1 GHz con Intel® Turbo Boost y con suficiente espacio para almacenar contenido con una rápida capacidad de respuesta, disco duro de 1TB y 4GB DDR4 de SDRAM.

- 1 Impresora:

Tipo de Impresora	Impresora multifuncional de inyección de tinta
Funciones	Imprime, Copia y Escanea
Tecnología de impresión	Inyección de tinta
Velocidad de impresión	24 IPM (COLOR); 15.5 IPM /B&W
Número de cartuchos de impresión	2
Conexión inalámbrica	Sí
Puertos USB	Sí, más Ethernet

- 1 TV de 49”:

Tipo de pantalla	IPS 4K
Modelo	49UJ6510
Tamaño de la pantalla	49
Definición	Ultra HD 4K
Diseño de pantalla	Plana
Resolución de imagen	3840 x 2160 píxeles
Máxima Resolución (píxeles)	2160
Frecuencia	60 Hz
Smart TV	Sí

Mobiliario:

- 2 escritorios: necesario para poder trabajar los planes de trabajo para la ejecución de los eventos.

- Escritorio en L Vidrio (1 unidad)

Alto de escritorio (cm)	76
Alto de mesa (cm)	76
Ancho de escritorio (cm)	160
Profundidad de escritorio (cm)	160
Clasificación de material	Vidrio/Metal
Material del tablero	Vidrio
Material de estructura	Metal
Espesor de la mesa	5 mm
Color	Negro y blanco
Bandeja para teclado	Si
Material de correderas	Metálicas

- Escritorio Canarias Asenti (2 unidad)

Alto de escritorio (cm)	75.3
Ancho de escritorio (cm)	120
Profundidad de escritorio (cm)	60
Clasificación de material	Aglomerado / Madera
Material del tablero	Aglomerado con melamine
Color	Café
Bandeja para teclado	No
Cantidad de cajones	2

- 6 sillas: 2 para los escritorios y 4 para la mesa de trabajo

- Sillón ejecutivo Bilbao Negro (3 unidades)

Material	Polipropileno
Material estructura	Metal
Resiste	100 Kg
Alto del asiento	De 48 a 57 cm
Alto	115 cm
Ancho	62 cm
Profundidad	59 cm
Ancho del asiento	48 cm
Profundidad de asiento	50 cm
Espesor del asiento	9 cm
Altura del respaldo	65 cm
Reclinable	Sólo sistema bascular (Permite recostarse para un momento de

	relajación)
Ancho del respaldar	50 cm
Diámetro de la estrella	60 cm
Color	Negro
Apoya brazos	Si
Medida del apoya brazo	Largo 44 cm, Ancho 7 cm, Alto 22 cm, Espesor 3 cm
Marca	Home Collection Office
Regulable	Si

- Silla Anbang naranja Asenti (4 unidades)

Material	Tela
Material estructura	Polipropileno y metal
Resiste	90 Kg
Alto del asiento	De 43 a 52 cm
Alto	100 cm
Ancho	53.5 cm
Profundidad	56.5 cm
Ancho del asiento	43 cm
Profundidad del asiento	43.5 cm
Espesor del asiento	4.2 cm
Altura del respaldar	57 cm
Ancho del respaldar	39.5 cm
Diámetro de la estrella	62 cm
Color	Naranja

• 1 mesa de trabajo: Mesa para reuniones

- Mesa de centro Paris Tvilum (1 unidad)

Alto	52 cm
Ancho	135 cm
Profundidad	75 cm
Material	Aglomerado
Material espaldar	MDF
Cantidad de cajones	1 cajón
Material fondo de cajón	MDF
Espesor de la mesa	22 mm
Marca	Tvilum

- 2 sofás de 1 cuerpo: Sala de espera
 - Sofá 1 cuerpo Jurgen negro (2 unidades)

Altura	86 cm
Altura del asiento	46 cm
Ancho	85 cm
Profundidad	83 cm
Modo cama	No
Grosor del colchón	5 cm
Resistencia	120 kg
Cantidad de personas (sofá)	1
Posiciones	1
Mecanismo	No
Desenfundable	No
Modelo	Jurgen
Material del forro	Espuma nueva
Material de la estructura	Madera de eucalyptus
Material de las patas	Madera de eucalyptus
Material del relleno	Espuma nueva
Color	Gris oscuro

- 1 estante de oficina: Ordenadores de documentos

- Estantes (1 unidad)

Tipo de estante	Estante / librero
Material de estante	Aglomerado de madera
Acabado de estante	Melamine
Material del fondo de estante	Duralac
Alto de estante	170 cm
Ancho de estante (cm)	60
Profundidad de estante	35 cm
Espesor de estante	15 mm
Número de repisas de estante	3
Resistencia por repisa de estante	10 kg
Color de estante	Chocolate
Peso de estante	31.2 kg
Número de cajas de estante	1
Medida de cajas de estante	35 x 177 x 7 cm
Manual de armado de estante	Si

- Equipos de seguridad
 - Extintor de 9 kg (1 unidad)
- Dispensador de agua
 - Dispensador de agua – OSTER (1 unidad)

Características	Funcionamiento silencioso. Enfriamiento con Tecnología Semi-Conductor - No utiliza gas refrigerante. Plástico ABS de alto impacto. Sistema de seguridad de paso de agua. No utiliza resistencia.
Capacidad total (litros)	18.9
Conexión	Bidón
Color	Blanco
Número de caños	2
Temperaturas	Agua helada y caliente
Alto (cm)	38
Ancho (cm)	28
Profundidad (cm)	27

- 1 Rack para TV de 49"
 - Rack de TV (1 unidad)

Capacidad	TV 26" - 55"
Tipo	Fijo
Uso	TV
Ángulo de inclinación	-12° a +12°
Color	Negro
Resistencia	40 Kg
Material	Acero y plástico
Alto	43.3 cm
Ancho	42.5 cm
Fondo	5.3 cm
Compatibilidad	LCD y plasma

Recursos Humanos

Gerente General (sueldo 1,800):

- Proporcionar dirección a la organización.
- Establecer los indicadores de rentabilidad.
- Establecer mecanismos de control y supervisión.
- Establecer los planes estratégicos.

Jefes de línea (sueldo 1,500):

- Supervisar la ejecución de las actividades productivas.
- Verificar y controlar la eficiencia en el trabajo de los operarios.
- Informar sobre el cumplimiento de las actividades.
- Demás ordenes designadas por el Gerente General.

Operarios (sueldo 930):

- Todas las actividades vinculadas al cumplimiento de las operaciones de la empresa.
- Demás ordenes designadas por el Gerente General o jefes de línea.

**Tabla 13
Recursos Humanos (planilla)**

ITEM	CARGO	CANTIDAD	REMUNERACIÓN BÁSICA	TOTAL REMUNERACIONES	DESCUENTOS TRABAJADOR			TOTAL DESCUENTOS CON AFP	SIS	Proyecto en Marcha sueldos 4 meses	REMUNERACIÓN NETA A PAGAR 1er AÑO
					ONP 13%	AFP 10 %+ %Com y Seg Según AFP	IR. 5ª CAT Si pasa 7 UIT				
1	Gerente Gen.	1	1,800.00	12.00	2,808.00	2,799.36	0.00	2,799.36	180.00	6,326.88	18,980.64
2	Jefes	2	1,500.00	12.00	2,340.00	2,332.80	0.00	2,332.80	180.00	5,282.40	15,847.20
3	Operativos	2	930.00	12.00	1,450.80	1,446.34	0.00	1,326.00	180.00	3,297.89	10,014.00
TOTAL		5	4,230.00	12.00	6,598.80	6,578.50	0.00	6,458.16	540.00	14,907.17	44,841.84

Fuente: Elaboración Propia

Se pagará como máximo de alquiler 1,500 soles, así como los siguientes servicios:

- Servicio de Internet150
- Agua y Luz150
- Arbitrios.....180

Requerimientos Legales

1. Licencia de funcionamiento por la municipalidad otorgada por la municipalidad de Lince.

De acuerdo a la revisión de la Ordenanza N° 188-2007-MDL con el que se aprueba el Reglamento General de Licencias Municipales de Funcionamiento en el distrito de Lince. Se ha verificado que no existe ningún impedimento para la tramitación y obtención de la licencia que permitirá el funcionamiento de la empresa en el sector que se ha identificado para iniciar las actividades económicas de acuerdo al rubro seleccionado.

Para la tramitación de la licencia de funcionamiento definitiva, en la jefatura de comercialización de la Municipalidad de Lince:

- Verificar el plano de zonificación de la Municipalidad de Lince.
- Llenar el formulario de Solicitud - Declaración Jurada para autorizaciones municipales vinculadas a la licencia de funcionamiento y la Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad (Ley N° 28976).
- Vigencia de poder.
- Pago de derecho correspondiente de 91.50.
- El costo de la inspección de defensa civil se encuentra incluido en el pago del derecho realizado por la tramitación.

La solicitud de licencia de funcionamiento se ingresa por trámite documentario y el plazo máximo para el otorgamiento de la licencia es de quince (15) días hábiles, aplica el silencio administrativo positivo.

La expedición de la licencia será mediante Resolución Gerencial de la Gerencia de Desarrollo Urbano de la Municipalidad de Lince, de acuerdo a lo estipulado en el art. 36 de la Ord. .188-2007-MDL.

2. Cargas sociales de los empleados

➤ **Régimen Laboral Especial de la Microempresa**

En virtud de los artículos 50º, 55º y 56º de la Ley MIPYME, cuyos textos son idénticos a los de los artículos 41º, 46º y 47º de la Ley MYPE, la Microempresa —al igual que la Pequeña Empresa— puede acogerse al RLE de la MYPE que comprende: remuneración, jornada de trabajo de ocho (8) horas, horario de trabajo y trabajo en sobretiempo, descansos remunerados (descanso semanal, descanso vacacional de 15 días y descanso por días feriados) y protección contra el despido injustificado o arbitrario (10 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de 90 remuneraciones diarias). Los trabajadores de la Microempresa —a diferencia de los de la Pequeña Empresa— no tienen derecho a un S.C.T.R. ni a un Seguro de Vida a cargo de su empleador, cuando corresponda, tampoco a los Derechos Colectivos, la Participación en las Utilidades, la C.T.S. ni a las Gratificaciones de Fiestas Patrias y Navidad.

➤ **Régimen Especial de Salud para la Microempresa: SIS Microempresa**

Según el artículo 64º de la Ley MIPYME, el mismo que recoge el artículo 57º de la Ley MYPE con las modificaciones anotadas en pie de página, los trabajadores y conductores de la Microempresa serán afiliados al Régimen Semicontributivo del Seguro Integral de Salud y esta afiliación comprenderá a sus derechohabientes. Su costo será parcialmente subsidiado por el Estado condicionado a la presentación anual del certificado de inscripción o reinscripción vigente del REMYPE de la SUNAT, y a la relación de trabajadores, conductores y sus derechohabientes. El empleador deberá efectuar un aporte mensual por cada trabajador afiliado, equivalente a la mitad del aporte mensual total del Régimen Semicontributivo del SIS, el que será complementado por un monto igual por parte del Estado, a fin de que el trabajador y sus derechohabientes accedan al Plan Esencial de Aseguramiento en Salud (PEAS).

➤ **Creación del Sistema de Pensiones Sociales (SPS) para la Microempresa**

Conforme a lo dispuesto en el artículo 65º de la Ley MIPYME, que recoge el artículo 49º de la Ley MYPE, los trabajadores y conductores de la Microempresa podrán (carácter voluntario) afiliarse al SNP (ONP) o al SPP (AFP). Adicionalmente, según el artículo 66º de la Ley MIPYME, que recoge el artículo 58º de la Ley MYPE modificado por el artículo 3º de la Ley N° 29903, se crea el Sistema de Pensiones Sociales (SPS), de carácter “obligatorio”, para los trabajadores y conductores de la Microempresa que no superen los cuarenta (40) años de edad y que se encuentren bajo los alcances de la citada norma. Sólo podrán afiliarse al SPS los trabajadores y conductores de la Microempresa. No están comprendidos en los alcances de esta norma los trabajadores que se encuentren afiliados o sean beneficiarios de otro régimen previsional. El aporte mensual de cada afiliado equivale a una tasa de aporte gradual hasta un máximo del cuatro por ciento (4%) sobre la RMV que se establecerá mediante decreto supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas, teniendo en cuenta doce (12) aportaciones anuales. El afiliado puede elegir que sus aportes sean administrados por una AFP o por la ONP.

La carga laboral de 4 meses y un año se puede apreciar en la tabla N° 1.

4.2.4 INFRAESTRUCTURA Y CARACTERÍSTICAS FÍSICAS

La empresa solo requiere 50 metros cuadrados de espacio para poder atender a los clientes y planificar los eventos.

El metraje será distribuido de acuerdo al gráfico del layout.

Layout de la empresa

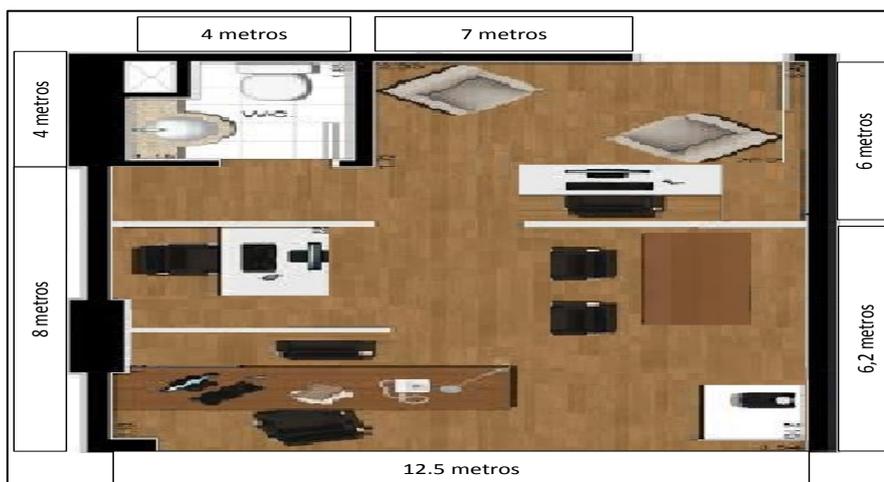


Gráfico 14
Fuente: Elaboración propia

Detalle de las divisiones:

- Sala de recepción - 6m x 7m
- Baño - 4m x 4m
- Escritorio 1 - 2m x 4m
- Escritorio 2 – 2m x 2m
- Escritorio 3 - 4m x 4m
- Mesa de trabajo – 4m x 4m

4.3 LOCALIZACIÓN DEL NEGOCIO, FACTORES DETERMINANTES

La empresa proyecto a ejecutar tiene la siguiente micro localización:

Ciudad: Lima Metropolitana.

Districtos: Cercado de Lima, Lince, La Victoria, Miraflores, Pueblo Libre.

Localización de la empresa



Gráfico N° 16
Fuente: Google Map

Para la ubicación de la empresa productora START ROCK SAC se tomó como referencia tres posibles alternativas:

- Ubicar el proyecto en las instalaciones en el Distrito de Lima Cercado (A)
- Ubicar el proyecto en las instalaciones en el Distrito de Lince (B)
- Ubicar el proyecto en las instalaciones en el Distrito de Surco (C)

Se procede a evaluar las distintas alternativas mediante matriz de factores de ubicación.

FACTORES	Cercado (A)	Lince (B)	Surco (C)
1. Comercial			
1.1 Posición estratégica	3	4	1
1.2 Ubicación Comercial	3	4	2
1.3 Cultura y horario de servicio	3	4	3
1.4 Disponibilidad del espacio	3	4	2
1.5 Costo del Arriendo	3	3	5
TOTAL PONDERADO	15	19	13
2. Estratégico			
2.1 Facilidad de transporte	3	4	3
2.2 Área urbana céntrica	3	4	2
2.3 Servicios de apoyo	3	4	4
2.4 Flujo de personas	4	4	3
2.5 Servicios básicos	3	3	3
2.6 Seguridad	2	3	4
TOTAL PONDERADO	18	22	19
3. Legal			
3.1 Ordenanzas Municipales	4	4	4
3.2 Impuestos Fiscales	3	3	3
3.3 Multas de Tránsito	4	3	3
TOTAL PONDERADO	11	10	10
4. Ambiental			
4.1 Contaminación auditiva	4	4	2
4.2 Contaminación ambiental	3	3	2
TOTAL PONDERADO	7	7	4
TOTAL FINAL PONDERADO	51	58	46

Se procede a evaluar las distintas alternativas mediante matriz de ponderación de factores.

FACTORES	%	Cercado (A)	Lince (B)	Surco (C)
1. Comercial				
1.1 Posición estratégica	20%	0.6	0.8	0.2
1.2 Ubicación Comercial	9%	0.27	0.36	0.18
1.3 Cultura y horario de servicio	4%	0.12	0.16	0.12
1.4 Disponibilidad del espacio	5%	0.15	0.2	0.1
1.5 Costo del Arriendo	20%	0.6	0.6	1
TOTAL PONDERADO	58%	1.74	2.12	1.6
2. Estratégico				
2.1 Facilidad de transporte	3%	0.09	0.12	0.09
2.2 Área urbana céntrica	1%	0.03	0.04	0.02
2.3 Servicios de apoyo	1%	0.03	0.04	0.04
2.4 Flujo de personas	5%	0.20	0.20	0.15
2.5 Servicios básicos	2%	0.06	0.06	0.06
2.6 Seguridad	3%	0.06	0.09	0.12
TOTAL PONDERADO	15%	0.47	0.55	0.48
3. Legal				
3.1 Ordenanzas Municipales	3%	0.12	0.12	0.12
3.2 Impuestos Fiscales	2%	0.06	0.06	0.06
3.3 Multas de Tránsito	2%	0.06	0.06	0.06
TOTAL PONDERADO	7%	0.24	0.24	0.24
4. Ambiental				
4.1 Contaminación auditiva	10%	0.4	0.4	0.2
4.2 Contaminación ambiental	10%	0.3	0.3	0.2
TOTAL PONDERADO	20%	0.7	0.7	0.4
TOTAL FINAL PONDERADO		3.15	3.61	2.72

Se puede identificar que de acuerdo al cuadro de ponderación de factores, la variación de 0.45 del factor comercial y estratégico de Lince sobre las alternativas Lima (A) y Surco (C), fue el determinante para identificar la ubicación de la empresa.

En ese sentido, la ubicación de la empresa será en el distrito de Lince en razón al resultado total de los valores ponderados 3.61 sobre 3.15 de Lima y 2.72 de Santiago de Surco.

5. ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

5.1 INVERSIÓN FIJA

5.1.1. Inversión Tangible:

Conjunto de elementos, muebles e inmuebles, que se utilizan de manera continuada para atender a los clientes y planeamiento del servicio.

MUEBLES Y UTILES DE OFICINA

BIENES	CANT.	PRECIO	IGV	TOTAL
Escritorio de Gerencia	1	328.00	59.04	400.00
Escritorios	2	492.00	88.56	600.00
Sillón ejecutivo negro	3	492.00	88.56	600.00
Sillas	4	426.40	76.75	520.00
Sofá 1 cuerpo negro	2	328.00	59.04	400.00
Mesa de trabajo	1	410.00	73.80	500.00
Mesa de centro (recepción)	1	205.00	36.90	250.00
Laptop	3	4,428.00	797.04	5,400.00
Impresora a color	1	410.00	73.80	500.00
Televisor de 49"	1	1,312.00	236.16	1,600.00
Rack para Tv de 49"	1	41.00	7.38	50.00
Estantería para almacenamiento	1	164.00	29.52	200.00
Dispensador de agua	1	123.00	22.14	150.00
Extintor de 10 kg	1	49.20	8.86	60.00
Total		S/ 9,208.60	S/ 1,657.55	S/ 11,230.00

Elaboración Propia

5.1.2. Inversión Intangible:

Son aquellos gastos adquiridos que permiten el normal desarrollo de la actividad económica empresarial de nuestra empresa.

COSTOS DE PERMISOS

DETALLE	COSTO
Licencia de funcionamiento	156.04
Otros	20.00
Total	S/ 176.04

Elaboración Propia

GASTOS LEGALES

DOCUMENTOS	PRECIO
Legalización de libros	105.00
Constitución de empresa (Notario)	500.00
Minuta	180.00
Gastos de Registros Públicos	185.00
Total	S/ 970.00

Elaboración Propia

INVERSIÓN DE INTANGIBLE TOTAL

DOCUMENTOS	PRECIO
Costos de permiso	176.04
Gastos legales	970.00
Total	S/ 1,146.04

Elaboración Propia

5.2. Capital de Trabajo

Para la puesta en marcha de las operaciones, al inicio se requiere el capital siguiente:

CAPITAL DE TRABAJO

BIENES	Mensual	4 Meses	Anual
Alquiler de equipos	2,000.00	8,000.00	40,000.00
Materiales	51.50	206.00	618.00
Flyer	350.00	1,400.00	12,480.00
Energía	100.00	400.00	1,200.00
Agua	50.00	200.00	600.00
teléfono e internet	150.00	600.00	1,800.00
Alquiler de Local	1,500.00	9,000.00	18,000.00
Arbitrios municipales	46.70	186.80	560.00
Otros Gastos Administrativos	300.00	1,200.00	3,600.00
Garantía de alquiler	0.00	0.00	3,000.00
Personal	5,045.00	20,180.00	60,540.00
Contador	1,000.00	4,000.00	12,000.00
Total	10,593.20	45,372.80	S/ 154,398.00

Elaboración Propia

5.3. Inversión Total

INVERSION TOTAL

INVERSION INICIAL TOTAL	MONTO
INVERSION TANGIBLE	11,230.00
INVERSION INTANGIBLE	1,146.04
CAPITAL DE TRABAJO (4 meses)	45,372.80
Total	S/ 57,748.84

5.4. Estructura de la inversión y financiamiento

A continuación, se detalla el porcentaje de participación de dinero para la inversión.

FINANCIAMIENTO

INVERSION TOTAL	MONTO INICIAL A 4 MESES	PORCENTAJE
INVERSION PROPIA	57,748.84	100%
TOTAL	S/ 57,748.84	100%

Fuente: Elaboración Propia

5.5. Fuentes Financieras

El plan de negocio se desarrollará con capital propio.

5.6. Condiciones de Crédito

No cabe evaluar condiciones de crédito, ya que el proyecto se elaborará con capital propio.

6. ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS

Se determinara los montos de dinero que se requieren para la elaboración de la producción que se determina en el estudio técnico, así como los ingresos por la venta de esos productos que serán ofertados al mercado de consumo preparándose los aspectos que se consideran en los estados financieros.

6.1. Presupuesto de los costos

ACTIVOS FIJOS	VALOR (Sin IGV)	Año vida útil	DEPRECIACION
Escritorio de Gerencia	328.00	10	32.80
Escritorios	492.00	10	49.20
Sillón ejecutivo negro	492.00	10	49.20
Sillas	426.40	10	42.64
Sofá 1 cuerpo negro	328.00	10	32.80
Mesa de trabajo	410.00	10	41.00
Mesa de centro (recepción)	205.00	10	20.50
Laptop	4,428.00	4	1,107.00
Impresora a color	410.00	4	102.50
Televisor de 49"	1,312.00	10	131.20
Rack para Tv de 49"	41.00	10	4.10
Estantería para almacenamiento	164.00	10	16.40
Dispensador de agua	123.00	10	12.30
Total			1,641.64

Fuente: Elaboración Propia

6.3. Estado de resultados globales

GANANCIAS Y PÉRDIDAS					
RUBRO	AÑOS				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	356,400.00	442,200.00	475,200.00	485,100.00	495,000.00
Costo de producción	-91,185.52	-102,202.47	-120,666.10	-121,937.29	-123,302.75
Utilidad Bruta	265,214.48	339,997.53	354,533.90	363,162.71	371,697.25
Gastos Operativos					
Gastos Administrativos	-65,028.00	-65,028.00	-83,828.00	-83,828.00	-83,828.00
Gastos de Ventas	-3,600.00	-4,000.00	-4,200.00	-4,500.00	-4,700.00
Total Gastos Operativos	-68,628.00	-69,028.00	-88,028.00	-88,328.00	-88,528.00
Utilidad de Operación	196,586.48	270,969.53	266,505.90	274,834.71	283,169.25
Depreciación	-357.16	-357.16	-357.16	-357.16	-44.66
Amortización de Intangible	-1,496.04	0	0	0	0
Gastos Financieros	0.00	0.00	0	0	0
Utilidad Antes de Impuestos	188,996.12	270,612.37	266,148.74	274,477.55	283,124.59
Impuestos (10%) 15 UITs (62250)	-6,225.00	-6,375.00	-6,525.00	-6,675.00	-6,825.00
Impuestos (29.5%)	-54,464.18	-77,342.27	-76,589.00	-79,001.75	-81,508.38
Utilidad Neta (Soles)	128,306.94	186,895.10	183,034.74	188,800.80	194,791.21

Elaboración Propia

6.4. Presupuesto de ingresos

Los importes del presupuesto son una estimación o previsión que se espera obtener a lo largo de los 5 primeros años de vida de nuestra empresa.

PRESUPUESTO DE INGRESOS					
Periodos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad	108	134	144	147	150
Precio	3,300.00	3,300.00	3,300.00	3,300.00	3,300.00
Ventas Anuales (S/)	356,400.00	442,200.00	475,200.00	485,100.00	495,000.00

Elaboración Propia

6.5. Presupuesto de egresos

GASTOS DE OPERACION			
Descripción	Costo	Gastos mensuales	Gastos Anuales
Gastos Administrativos			
Servicio de agua	S/. 50.00	5,419.00	65,018.00
Servicio de Luz	S/. 100.00		
Servicio de telefonía e internet	S/. 150.00		
Alquiler	S/. 1,500.00		
Útiles de Oficina	S/. 52.00		
Contador	S/. 2,000.00		
Personal administrativo	S/. 1,567.00		
Gastos de Ventas			
Publicidad	S/. 300.00	300	3,600.00
Gastos de Operación (soles)		5,719.00	68,628.00

Fuente: Elaboración Propia

ESTRUCTURA DE COSTOS

RUBRO	AÑOS				
	Año 1 (S/)	Año 2 (S/)	Año 3 (S/)	Año 4 (S/)	Año 5 (S/)
COSTOS Y GASTOS FIJOS					
Materiales	618.00	618.00	618.00	618.00	618.00
Mano de Obra indirecta	18,800.64	18,800.64	30,000.00	30,000.00	30,000.00
Mano de Obra directa	25,373.66	25,373.66	39,600.00	39,600.00	39,600.00
Alquiler de equipo	54,000.00	67,000.00	72,000.00	73,500.00	75,000.00
Alquiler local	18,000.00	18,000.00	18,000.00	18,000.00	18,000.00
Telefonía e internet	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00
Depreciación	357.16	357.16	357.16	357.16	357.16
Arbitrios Municipales	560.00	640.00	720.00	800.00	880.00
Gastos administrativos	3,600.00	4,000.00	4,200.00	4,500.00	4,700.00
Servicios	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00
Costo Total	124,909.46	138,389.46	169,095.16	170,975.16	172,755.16

Fuente: Elaboración Propia

6.6. Flujo de Caja proyectado

FLUJO DE CAJA ECONOMICO

RUBRO	AÑOS					
	Año 0 (S/)	Año 1 (S/)	Año 2 (S/)	Año 3 (S/)	Año 4 (S/)	Año 5 (S/)
Ventas		356,400.00	442,200.00	475,200.00	485,100.00	495,000.00
Total Ingresos		420,552.00	521,796.00	560,736.00	572,418.00	584,100.00
Egresos por producción		-99,791.66	-112,791.66	-132,018.00	-133,518.00	-135,129.24
Egresos operativos		-65,091.36	-65,091.36	-83,891.36	-83,891.36	-83,891.36
Aportes SIS		-900.00	-900.00	-900.00	-900.00	-900.00
IGV		-55,428.50	-68,889.45	-74,066.50	-75,619.93	-77,156.15
Impuesto a la renta		-60,689.18	-83,717.27	-83,114.00	-85,676.75	-88,333.38
Inversión Inicial	32,239.20					
Total Egresos	-12,726.00	-281,900.70	-331,389.75	-373,989.86	-379,606.04	-385,410.13
Flujo Neto Económico (Soles)	19,513.20	138,651.30	190,406.25	186,746.14	192,811.96	198,689.87

Fuente: Elaboración Propia

6.7. Balance general

Nombre de la empresa :	START ROCK SAC
Año de Análisis	2018
BALANCE GENERAL	Monto Actual por Estado Financiero
ACTIVOS	
Activos corrientes	
Caja y bancos	67,000.00
Total Activos corrientes	67,000.00
Activos no corrientes	
Inmuebles, maquinaria y equipo	11,230.00
Menos: Depreciación acumulada	421.50
Total Activos no corrientes	11,631.50
Total Activos	161,853
PASIVO	
Pasivo corriente	
Tributos por pagar	43,108
Otros pasivos corrientes	4,500
Total pasivos corrientes	47,608
Total pasivos no corrientes	
Deuda a largo plazo	33,500
Total pasivos no corrientes	33,500
Total Pasivos	197,608
PATRIMONIO	
Capital adicional	99,495
Total Patrimonio Neto	99,495
Total Pasivo y Patrimonio	297,103

Fuente: Elaboración Propia

7. EVALUACIÓN

7.1. Evaluación Económica, Parámetros de Medición

Flujo de Caja Económico

Período	Flujo de Fondos
0	S/ 45,826.00
1	S/ 281,900.70
2	S/ 331,389.74
3	S/ 373,989.86
4	S/ 379,606.04
5	S/ 385,410.13

Resultado →

Flujo de Caja Económico	
TIR	441.70%
VAN	S/ 645,250.26
B/C	1.48

De acuerdo a la evaluación económica del flujo de caja se puede verificar que el VAN (valor actual neto) es de 645,250 soles monto bastante elevado, por lo que se demuestra que el proyecto es viable económicamente.

En relación al TIR (tasa de Interés de retorno), se puede distinguir que el porcentaje que arrojo este proyecto es de 441.70%. Finalmente, la relación beneficio y costo, tenemos un indicador 1.48, lo que significa que el proyecto a realizar es beneficioso para el inversionista por ser el indicador mayor a 1.

7.2. Evaluación Financiera, Parámetros de Medición

No procede realizar evaluación financiera debido a que el proyecto se desarrollará con capital propio.

7.3. Evaluación Social

El impacto social de este proyecto es que dará puestos de trabajo y se incrementarán estos a medida que vaya creciendo el proyecto de negocio, ya que se desprende del desarrollo económico que será bastante prospero.

Asimismo, la producción de eventos relacionados con el arte específicamente la música, es muy favorable para la sociedad debido a que promueve la cultura, enseña a consumir

la música hecha en el Perú. Afuera hay muchos oyentes que esperan ser captados por sonidos y voces nuevas y hay muchos músicos grandiosos que quieren ser escuchados, este proyecto busca hacer ese match donde nuestra sociedad y nuestra empresa puedan ganar.

7.4. Evaluación Ambiental

La evaluación ambiental es un factor sumamente importante para nuestra empresa, en ese sentido este proyecto de negocio tiene como propuesta estar dentro de los estándares internacionales que busquen cuidar el medio ambiente, con prácticas responsables como:

- Reciclaje.(tachos para desperdicios: orgánicos, plásticos, cartón)
- Reducción del uso de papel Bond.
- Reutilizar el papel Bond a doble cara.
- Uso de focos ahorradores en la empresa.

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1. Conclusiones

De lo que se ha podido investigar y concluir es que el plan de negocios es rentable y viable debido a las siguientes razones:

1.-De la Organización y aspectos legales:

1.1 Que el marco legal otorga ventajas tributarias y laborales que permiten reducir costos en la planilla, debido a que se paga menos beneficios lo que significa que puedo rentabilizar más el negocio.

1.2 Que la ubicación del local hace factible que los clientes encuentren más fácilmente el negocio por lo estratégicamente se ha ubicado en un distrito que se encuentre en un punto medio de los potenciales clientes.

1.3 Que la estructura orgánica permite establecer sinergias y determinar las funciones que hacen que la implementación de las estrategias sean efectuadas al menor costos y esfuerzo, ya que estos factores tienen impacto en la rentabilidad del negocio en un 40%.

2.-Del estudio de mercado:

2.2 Que se ha podido determinar que en el aspecto cuantitativo la demanda del servicio o producto hay mucha insatisfacción donde la demanda potencial versus la demanda insatisfecha es de 60%.

2.3 Que una de las grandes ventajas comparativas es que el producto o servicio que se pretende ofrecer es por el precio e innovador lo que implica explotar un mercado insatisfecho en su totalidad.

2.4 Las proyecciones de la demanda que hemos establecido es que crece a una tasa 10 % lo que significa que nuestras ventas crecen a 5%

3.-Del estudio técnico:

3.1 Un aspecto a considerar sensible para lograr nuestras ventajas en el mercado, es que la capacidad productiva puede aumentar a 50% porque se estaría aprovechando economía de escala debido a que la contratación de materiales y humanos permite afrontar con éxito la demanda insatisfecha.

3.2 La localización del negocio permite acercar a trabajadores con el negocio de modo que la empresa reduce costos y tiempo.

4.-Del estudio de la inversión y financiamiento:

4.4 En las fuentes de financiamiento, se ha considerado que el 100% del financiamiento será con capital propio.

5.-Del estudio de costos, ingresos y egresos:

5.1 En el plan se ha considerado un presupuesto de ventas de 29,700 soles al mes que al haberse determinado el monto mínimo de ventas se logra el punto de equilibrio en 4 unidades.

5.2 Se ha podido determinar en el estado de pérdidas y ganancias que las utilidades antes de impuestos asciende a soles 188,996.12 en el primer año.

5.3 Unos de los principales egresos del presupuesto de flujo de costos de producción con un 37% del total de egresos, debido a que el giro de negocio corresponde a

servicios y se va incrementando los eventos a realizar, la empresa no cuenta con equipos propios de front line y back line.

5.4 En el balance general se ha determinado que una de las estrategias de inversión fue la adquisición fue la compra de activos fijos por un monto de 11,230 que equivale al 17% del monto total de lo invertido en bienes de capital.

5.5 Se ha podido apreciar que uno de los factores de éxito que explica la rentabilidad del negocio es la combinación de la estrategia de endeudamiento de largo plazo con activos de corto plazo lo que le da liquidez suficiente para las operaciones corrientes de la empresa en una proporción de

6.-De la evaluación económica:

6.1 En la evaluación económica se ha podido determinar que el negocio es rentable por que el TIR es de 441.70% %, el VAN es de S/ 645,250.26 soles y el B/C es de 1.48 con una tasa de descuento de 10%.

6.2 Cabe señalar, que la tasa de descuento se ha calculado por medio del costo de oportunidad de capital al haberse identificado tasa de interés de depósito a plazo.

7.-De la evaluación social / ambiental:

7.1 En la evaluación social, se tiene que la empresa impacta con sus productos y servicios satisfaciendo las necesidades de cientos de clientes en 5 años de operaciones de la empresa, asimismo, los proveedores, mano de obra, capitalistas y gerentes se benefician con S/ 354,500 y 169.547, 127,601, respectivamente, cuyos ingresos servirán para cubrir sus gastos de alimentación, vestido, vivienda y educación.

7.2 En la evaluación ambiental el plan considera planes de ahorro de energía eléctrica, papelería, agua que consiste utilizar los recursos con responsabilidad y que impactará positivamente en el uso sostenible de estos.

8.2. Recomendaciones

1.-De la organización y aspectos legales:

1.1 Para los que recién inicia un negocio, se sugiere que sean muy cuidadosos a la hora de seleccionar la forma jurídica y los regímenes tributario y laboral por que por ese lado se puede aprovechar las ventajas y beneficios que ofrece ese marco legal lo que permite ahorrar costos y tener la flexibilidad de contratar y rescindir contratos sin que la empresa se perjudique con liquidaciones.

1.2 Hay que tener en cuenta que los objetivos de la empresa deben estar alineados rigurosamente con las estrategias del FODA para que se puedan establecer con claridad los costos que irrogan en el flujo de caja.

2.-Del estudio de mercado:

2.1 En la determinación de la demanda insatisfecha, se sugiere que las encuestas sean ejecutadas de manera cuidadosa porque tiene incidencia en los cálculos de los futuras ventas e ingresos.

2.2 Para los que recién inicia un negocio, se sugiere que sean muy cuidadosos a la hora de seleccionar la forma jurídica y los regímenes tributario y laboral por que por ese lado se puede aprovechar las ventajas y beneficios que ofrece ese marco legal lo que permite ahorrar costos y tener la flexibilidad de contratar y rescindir contratos sin que la empresa se perjudique con liquidaciones.

3.-Del estudio técnico:

3.1 En la determinación de la demanda insatisfecha, se sugiere que las entrevistas o encuestas sean ejecutadas de manera cuidadosa porque tiene incidencia en los cálculos de las futuras ventas e ingresos.

3.2 Para los investigadores, quienes se dedican a estudiar el impacto de los procesos y tecnología, deberían considerar que los cuadros de requerimientos de bienes de capital, personal e insumos para este tipo de negocio no se pueden extrapolar para otros planes debido a que se efectúan bajo criterios subjetivos en la toma de decisiones.

4.-Del estudio de la inversión:

4.1 La capacidad productiva del negocio deberá establecerse por medio de la identificación de las características de los bienes de capital antes de determinar el monto del presupuesto con que se cuenta para adquirirlos.

4.2 Uno de los criterios más comunes es que el capital de trabajo no siempre debe ser financiado en el largo plazo con préstamos sobre todo que las ventas pueden darte liquidez de corto plazo para descontar a futuro las amortizaciones.

5.-Del estudio de costos, ingresos y egresos:

5.1 No puede haber un convincente fundamentación de los costos sin que previamente se elabore un buen estudio técnico de la producción.

5.2 Los estados financieros deberían ser considerados como fuente de información para elaborar futuras estrategias de crecimiento en base a reinversiones que se podría reflejar en el balance general.

6.-Evaluación económica / financiera:

6.1 La fundamentación de la ejecución del proyecto debería estar condicionada a la determinación de los parámetros de medición económica y financiera como el TIR, VAN y B/C.

6.2 Uno de los aspectos más importantes que debería ser tomado en cuenta por los nuevos negocios es la apertura de opciones de identificación de la tasa de descuento por que puede determinar el éxito o fracaso de un negocio.

7.-Evaluación social / ambiental:

7.1 No hay que limitar la evaluación social a aspectos que no estén conectados con las operaciones corrientes de contratación de los factores de la producción del negocio.

7.2 La evaluación ambiental debe entenderse según el grado de capitalización de la empresa para evaluar el real impacto de una empresa respecto a su contribución al uso cuidadoso de los recursos.

9. Referencias

1. Ley N° 28015. Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa (2003).
2. Ley N° 30056. Ley que Modifica Diversas Leyes para Facilitar la Inversión, Impulsar el Desarrollo Productivo y el Crecimiento Empresarial (2016)
3. Ley 28976. Ley Marco de Licencia de funcionamiento (2007).
4. Ordenanza 188-2007-MDL, Ordenanza que Aprueba el Reglamento General de Licencias Municipales de Funcionamiento en el Distrito de Lince (2007).
5. Ordenanza 325-2013-MDL, Ordenanza que modifica la Ordenanza 188-2007-MDL que Aprueba el Reglamento General de Licencias Municipales de Funcionamiento en el Distrito de Lince (2013).
6. Municipalidad de Lince. (s.f.). Licencia de Funcionamiento. Recuperado de <http://www.munilince.gob.pe/atencion-al-ciudadano/licencias-de-funcionamiento>
Municipalidad de Lince. (s.f.). Plano de Zonificación del distrito de Lince. Recuperado de <http://www.munilince.gob.pe/sites/default/files/documents/licencia-de-funcionamiento/03-07-plano-de-zonificacion.pdf>
7. Michael E. Porter (2008). Estrategia Competitiva “Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia”. México: Editorial Patria.
8. Economía y Empresa “50 minutos.es” (2016). El Análisis PESTEL. España: Lepetitlitteraire.
9. Economía y Empresa “50 minutos.es” (2016). El análisis DAFO: Los secretos para fortalecer su negocio (Gestión y Marketing). España: Lepetitlitteraire.
10. Clasificación Industrial Internacional Uniforme. (01.01.2010). Recuperado el 01 de mayo del 2018 de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf
11. Indecopi. Tramitación de Marcas y Patentes. Recuperado de <https://www.indecopi.gob.pe/en/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>
12. Instituto Nacional de Estadística e Informática- INEI. Información estadística por segmento poblacional. Recuperado de <https://www.inei.gob.pe/bases-de-datos/>
13. GFK. Preferencias musicales de los peruanos (2007). Recuperado de <https://www.gfk.com/es-pe/search/search-results/?q=musica>