



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

**IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE OUTSOURCING DE
SERVICIOS DE IMPRESIÓN EN LIMA METROPOLITANA**

**PRESENTADA POR
KARINA JAZMÍN ARONE VARGAS**

PLAN DE NEGOCIOS

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

LIMA – PERÚ

2018



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

La autora sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

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



PLAN DE NEGOCIOS

IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE OUTSOURCING DE SERVICIOS DE IMPRESIÓN EN LIMA METROPOLITANA

Presentado por:

Bachiller: Karina Jazmín Arone Vargas

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

Lima – Perú

2018

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS	vi
TABLAS DE FIGURAS	viii
RESUMEN EJECUTIVO	1
CAPÍTULO I: ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	3
1.1. Razón Social	3
1.2. Actividad Económica o Codificación Internacional CIU	3
1.3. Ubicación y factibilidad municipal y sectorial	3
1.4. Objetivos de la empresa, principios de la empresa en marcha	4
1.5. Ley de MYPE, Micro y Pequeña empresa características	5
1.6. Estructura orgánica	6
1.6.1. Perfiles de puestos	7
1.6.2. Funciones de las áreas:	8
1.7. Cuadro de asignación de personal	9
1.8. Forma jurídica empresarial	10
1.9. Registro de la marca, INDECOPI	11
1.10. Registro y trámites municipales	15
1.11. Régimen tributario	16
1.12. Registro de planillas electrónicas PLAME	17
1.13. Régimen Laboral Especial y Laboral General	19
1.14. Modalidades de contratos laborales	20

CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO	21
2.1. Descripción del entorno del mercado	21
2.1.1. Análisis del macroentorno	22
2.1.2. Análisis del microentorno: 5 fuerzas de Porter	30
2.2. Ámbito de acción del negocio.....	32
2.3. Descripción del servicio.....	36
2.4. Estudio de la demanda.....	40
2.5. Estudio de la oferta.....	41
2.6. Determinación de la demanda insatisfecha.....	42
2.7. Proyecciones y provisiones para comercializar	42
2.8. Descripción de la política comercial	43
2.9. Cuadro de la demanda proyectada para el negocio	46
CAPÍTULO III: ESTUDIO TÉCNICO	48
3.1. Tamaño del negocio, factores determinantes.....	48
3.2. Proceso y tecnología	49
3.2.1. Descripción y diagramas de los procesos	49
3.2.2. Capacidad instalada y operativa	56
3.2.3. Cuadro de requerimiento de bienes, personal e insumos	56
3.2.4. Infraestructura y características físicas	58
3.3. Localización del negocio, factores determinantes	59
CAPÍTULO IV: ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO	60

4.1. Inversión Fija	60
4.1.1. Inversión Tangible.....	60
4.1.2. Inversión Intangible.....	61
4.2. Capital de Trabajo	62
4.3. Inversión Total	63
4.4. Estructura de la inversión y financiamiento	63
4.5. Fuentes Financieras	64
4.6. Condiciones de Crédito	64
CAPÍTULO V: ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS.....	67
5.1. Presupuesto de los costos	67
5.2. Punto de equilibrio.....	68
5.3. Estado de ganancias y perdidas.....	71
5.4. Presupuesto de ingresos.....	71
5.5. Flujo de Caja proyectado.....	72
5.6. Balance general.....	73
CAPÍTULO VI: EVALUACIÓN.....	74
6.1. Evaluación Económica, Parámetros de Medición.....	74
6.1.1. Tasa de descuento o costo promedio de capital.....	74
6.1.2. Valor actual neto económico VANE	75
6.1.3. Tasa interna de retorno económico TIRE.....	75
6.1.4. Coeficiente beneficio costo económico	75

6.1.5. Periodo de recuperación de la inversión.....	76
6.2. Evaluación Financiera, Parámetros de Medición.....	76
6.2.1. Valor actual neto económico VANF.....	76
6.2.2. Tasa interna de retorno económico TIRF.....	76
6.2.3. Coeficiente beneficio costo económico.....	77
6.2.4. Periodo de recuperación de la inversión.....	77
6.3. Evaluación Social.....	77
6.4. Impacto Ambiental.....	78
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	79
7.1. Conclusiones.....	79
7.2. Recomendaciones.....	80
REFERENCIAS.....	82

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Cuadro diferencial de la Micro y Pequeña empresa en base a la Ley Mype	5
Tabla 2 Cuadro de beneficios de la Micro y Pequeña empresa en base a la ley Mype	6
Tabla 3 Cuadro de asignación de personal	9
Tabla 4 Factores demográficos en Perú	22
Tabla 5 Numero de Mype en Lima Metropolitana– 2017	33
Tabla 6 Numero de Mype en el distrito de La Victoria 2013 - 2017	34
Tabla 7 Costos de una administración de equipos propios.....	44
Tabla 8 Demanda proyectada para la empresa GPC S.A.C	47
Tabla 9 Cuadro de costos de inversión para el proyecto	57
Tabla 10 Cuadro de costos de inversión personal para el proyecto	57
Tabla 11 Cuadro método de ponderación de localización	59
Tabla 12 Inversión tangible para la creación de la empresa GPC S.A.C.....	60
Tabla 13 Inversión intangible	61
Tabla 14 Capital de Trabajo.....	62
Tabla 15 Inversión total.....	63
Tabla 16 Estructura de la inversión y financiamiento.....	63
Tabla 17 Participación % del financiamiento del proyecto.	64
Tabla 18 Cronograma de pagos del BCP.	65
Tabla 19 Presupuesto de Costos Proyectado.....	67
Tabla 20 Rendimiento de suministros.....	68
Tabla 21 Precio de venta unitario de la impresora monocromática.	69
Tabla 22 Precio de venta unitario de la impresora color.	70

Tabla 23 Cálculo del punto de equilibrio.	70
Tabla 24 Estado de ganancias y pérdidas proyectado.	71
Tabla 25 Presupuesto de ingresos por ventas.	71
Tabla 26 Flujo de caja económico y financiero proyectado.	72
Tabla 27 Balance General Proyectado 2019.	73
Tabla 28 Cálculo del WACC.	74
Tabla 29 Cálculo del VANE.	75
Tabla 30 Cálculo del TIRE.	75
Tabla 31 Cálculo del VANF.	76
Tabla 32 Cálculo del TIRF.	77

TABLAS DE FIGURAS

Figura 1: Plano de Zonificación de la Municipalidad de La Victoria	3
Figura 2: Estructura Orgánica de GPC S.A.C. 6	
Figura 3: Perú con datos demográficos	22
Figura 4: Esquema de la población en edad para trabajar según condición de actividad.....	23
Figura 5: Evolución de la población ocupada según sexo 2012 – 2018	24
Figura 6: Población ocupada según nivel de estudios	24
Figura 7: Las 5 fuerzas de Porter.....	31
Figura 8: Numero de Mype de Lima Metropolitana 2013 - 2017.....	33
Figura 9: Análisis FODA de la empresa GPC S.A.C.....	36
Figura 10: Flujo grama de la venta del Servicio de Outsourcing de Impresión mediante telemarketing.....	51
Figura 11: Flujo grama de la venta del Servicio de Outsourcing de Impresión mediante redes sociales	53
Figura 12: Flujo grama de instalación de equipos.....	54
Figura 13: Flujo grama de atención de incidencias.....	55
Figura 14: Plano de distribución de la oficina GPC S.A.C.	58

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocio consiste en la creación de la empresa “Green Printing Center S.A.C “, dicha empresa surge al ver que existe una demanda insatisfecha en el mercado del servicio de outsourcing de impresión.

Dicho proyecto tiene como público objetivo únicamente a las MYPE que pertenezcan al sector finanzas, servicios, consultoras, estudios contables y notarias, del distrito de La Victoria, para el inicio de sus actividades, sin dejar de lado en un futuro atender a nivel de Lima Metropolitana.

La propuesta de valor del proyecto es brindar un servicio con diferenciación en precio y además de ello cuenta con una plataforma virtual donde el cliente podrá hacer seguimiento a las incidencias que presenten los equipos de impresión. Logrando así que el cliente ahorre tiempo, mejore su productividad, reduzca costos, etc.

Para el estudio del proyecto se ha desarrollado siete capítulos, el primero contiene la información de la empresa y los aspectos legales.

En el segundo capítulo, se desarrolla el estudio de mercado, donde se realiza un análisis de la demanda, la oferta y la competencia tanto directa como indirecta.

El tercer capítulo se presenta el estudio técnico, en el cual se detalla el tamaño del proyecto, los procesos para brindar el servicio de outsourcing de impresión, el análisis de propuesta de localización de la empresa (Método de

Ponderación) donde el resultado arroja el distrito de La Victoria como la propuesta óptima para iniciar las actividades de la nueva empresa.

El cuarto capítulo presenta la planificación financiera del proyecto, aquí se identificó como inversión total la suma de S/ 22,421 soles, los cuales S/ 7,421 soles serán capital accionario y S/ 15,000 soles serán solicitados a través de un financiamiento con el Banco de Crédito del Perú (TEA 16%). El préstamo será cancelado en 4 años de la vida útil del proyecto.

En el quinto capítulo se encuentran el presupuesto de costos, ingresos y egresos, el punto de equilibrio donde se detalla que en el primer año se debe colocar 7 impresoras monocromáticas y 3 impresoras a color para a partir de ahí comenzar a generar ganancias. Además de ellos se presentan el estado de ganancias y pérdidas, el balance general y el flujo de caja proyectado.

El penúltimo capítulo se detalla la evaluación económica y financiera del proyecto, se consideró que es un proyecto viable (VANE = S/ 20,977 soles, TIRE = 34.56%, VANF = S/ 28,956 soles y TIRF = 63.70%). Asimismo, se desarrolla el impacto social y ambiental del proyecto.

Para finalizar se presentan las conclusiones y recomendaciones para este proyecto, cabe resaltar que la ejecución del proyecto es recomendable por su viabilidad rentabilidad y riesgo medio pronosticado según la evaluación económica-financiera y análisis de escenarios económicos del plan de negocios.

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

Misión:

Somos una empresa dedicada a brindar soluciones informáticas en beneficio de nuestros clientes potenciales, optimizando sus procesos de trabajo de impresión transformándolos en una labor eficiente, en Lima metropolitana.

Visión:

Ser una empresa de soluciones informáticas que sea reconocida a nivel nacional.

Valores:

- ✓ Puntualidad. - Cumplir con los compromisos y obligaciones en el tiempo acordado, valorando y respetando el tiempo de los demás.
- ✓ Excelencia. - Nos impulsa a ser mejores cada día, y no por competir con otros, sino por ponernos en reto a nosotros mismos para crecer.
- ✓ Responsabilidad. - Somos conscientes de que nuestros clientes no pueden parar sus operaciones por lo tanto nuestro talento humano y nuestro sistema de gestión nos permiten tener procesos sólidos que redundan en el cumplimiento y la satisfacción de nuestros clientes.
- ✓ Honestidad. - Este valor es uno de los más importantes para la convivencia del ser humano y en GPC S.A.C. nos caracterizamos por la transparencia con nuestros clientes y con nosotros mismos.

- ✓ Constancia. - En GPC S.A.C. la constancia es un valor que conllevan a la exigencia del talento humano, logrando así la superación de obstáculos.

1.5. Ley de MYPE, Micro y Pequeña empresa características

La empresa GPC S.A.C. se acogerá a la ley de las Mype dado que es un régimen laboral creado para los emprendedores, que por el tipo de negocio o contexto socio-empresarial, no generan los mismos ingresos que una empresa de régimen común.

Características

Tabla 1
Cuadro diferencial de la Micro y Pequeña empresa en base a la Ley Mype

	MIRCRO	PEQUEÑA
Número de trabajadores	1 a 10 trabajadores	1 a 50 trabajadores
Ventas anuales	Monto máximo 150 UIT's	Monto máximo 1,700 UIT's

Fuentes: Sunat

Elaboración en base al portal web de la SUNAT

(*) Ya no se exige un número máximo de trabajadores

(*) Característica aplicables a las MYPE constituidas desde el 03/07/2018

Cabe resaltar que, si una empresa es calificada como micro o pequeña empresa, el régimen no aplicará si:

- Pertenecen a un grupo económico que, en un conjunto, no reúna las características de una MYPE.
- Tienen relación económica con otras empresas o grupos económicos nacionales o extranjeros que no cumplan las características de una MYPE.

- Falsifiquen información o dividan sus unidades empresariales con la finalidad de ingresar en dicho régimen.

Beneficios

Tabla 2

Cuadro de beneficios de la Micro y Pequeña empresa en base a la ley Mype

	MICRO	PEQUEÑA
Remuneración	Por lo menos S/ 930	Por lo menos S/ 930
Jornada maxima	48 horas semanales	48 horas semanales
Descanso vacacional	15 días calendarios	15 días calendarios
CTS	No aplica	Ascienden a medio sueldo al año
Gratificaciones	No aplica	Equivalente a medio sueldo

Fuente: SUNAT

Elaboración en base al portal web de la SUNAT

1.6. Estructura orgánica

Según la sociedad que conformo el proyecto es un S.A.C. a la cual en el organigrama anterior falto incluir a la junta de accionistas.

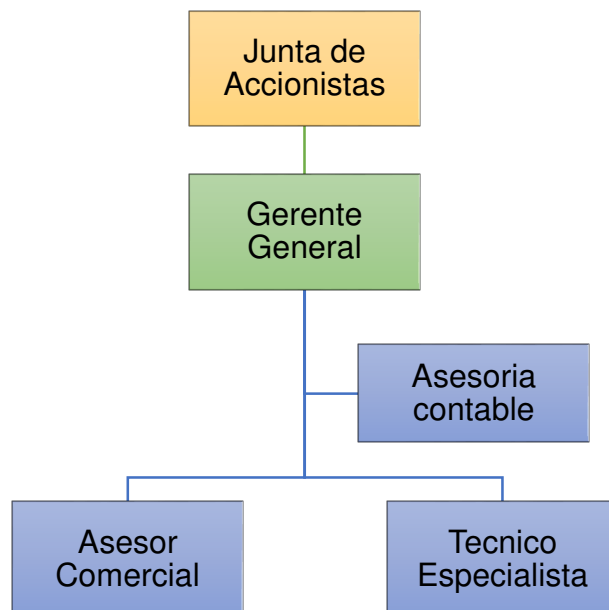


Figura 2: Estructura Orgánica de GPC S.A.C.

Elaboración propia

1.6.1. Perfiles de puestos

Gerente general

- Licenciado de la carrera de Administración.
- Especialización y/o Diplomado en Finanzas
- Experiencia general de 5 años en entidades públicas y/o privadas
- Experiencia específica de 2 años en las labores administrativas y financieras.
- Experiencia de 1 año en gestión de compras.
- Conocimiento de Excel.

Asesor comercial

- Bachiller en administración o marketing
- Curso de especialización en ventas
- Experiencia general de 3 años en entidades públicas y/o privadas
- Experiencia específica de 2 años en el área de ventas.
- Conocimientos de estrategia de ventas.

Técnico especializado

- Estudios técnicos de la carrera Técnica de Soporte y Mantenimiento de Equipos de Computación.
- Experiencia: 1 año en funciones similares de preferencia en el área de Servicio Técnico y en empresas del rubro de tecnología e informática.
- Conocimiento de Excel.

1.6.2. Funciones de las áreas:

- Gerente General:
 - Será el Representante Legal de la Sociedad y tendrá a su cargo la dirección y la administración de los negocios sociales.
 - Es de responsable de ver las actividades financieras y administrativas de la empresa, conforme vaya creciendo la empresa se implementará un área específica de Administración y finanzas.
 - Es de responsabilidad del Gerente General el cumplimiento de los procesos planificados a través de la comunicación e información de los mismo al personal que tenga a cargo.
 - Evaluar pertinentemente el servicio que brinda el negocio, a fin de lograr una mayor eficiencia, reducción de costos y cumplimiento de los objetivos establecidos.
 - Planificar, dirigir y coordinar el funcionamiento general de la empresa
 - Encargado de negociar con los proveedores para concretar la compra de los equipos y suministros, para la atención de los clientes.

- Área Comercial, el gerente general será quien vera dicha área en el primer año del proyecto, para el segundo año se estará incorporando el otro socio de la empresa para que vea todas las actividades del área comercial, cumplirá las siguientes funciones:

- Responsable de aumentar la cartera de clientes a través de visitas a los clientes ofreciendo las bondades del servicio.
 - Establecer las tarifas del servicio y sus variaciones de acuerdo a la tendencia del mercado
 - Encargado de realizar el seguimiento a las cuentas por cobrar que se vaya generando.
- Servicio técnico:
- Encargado de la instalación de equipos en los clientes.
 - Manejar la plataforma del GPLI
 - Atender las incidencias que se manifiesten.
 - Presentar un informe técnico por cada incidencia atendida.

Conforme vaya creciendo la empresa se irán implementando más áreas, por el momento el área contable será de manera externa hasta que sea necesario llevar la contabilidad por nuestra cuenta.

1.7. Cuadro de asignación de personal

Tabla 3
Cuadro de asignación de personal

Categoría Ocupacional	Número de plazas	Total Remuneración
Gerente General	1	S/ 1,400
Técnicos	1	S/ 930
Total	4	S/ 3,930

Elaboración propia

Para el inicio de las actividades de la empresa el gerente comenzará con un sueldo básico de S/ 1,400 soles mensuales. El personal técnico ganará un sueldo de S/ 930 soles mensuales.

Para el segundo año de vida útil del proyecto se incorporará el segundo socio de la empresa, será un personal con estudios superiores concluidos, el ganará S/ 1,200 soles mensuales.

1.8. Forma jurídica empresarial

La empresa ha optado por ser una Sociedad Anónima Cerrada. Por las siguientes razones:

- Puede funcionar sin directorio.
- El hecho de que uno de los requisitos de la SAC sea un máximo de 20 accionistas, no implica que vea limitada su posibilidad de manejar grandes capitales.
- La sociedad anónima cerrada no tiene acciones inscritas en el Registro Público del Mercado de Valores. Es posible que en su estatuto se establezca un Directorio facultativo, es decir que cuente o no con uno; y cuenta con una auditoría externa anual si así lo pactase el estatuto o los accionistas.

Para constituir la sociedad anónima cerrada básicamente se requiere:

1. El nombre de la sociedad. Lo óptimo es hacer una búsqueda previa en registros públicos, incluyendo una reserva de nombre, para saber que el nombre que haya elegido no esté tomado por alguien más.
2. Capital social. No hay mínimo y puede ser en efectivo o en bienes. Si es en efectivo se debe de abrir una cuenta bancaria.
3. Tener mínimo 2 socios y no más de 20 socios. Es la ventaja de esta sociedad dado que usualmente las sociedades anónimas cerradas se forman con 2 socios.

4. Designar un gerente general y establecer sus facultades.
5. Establecer si va a tener o no directorio.
6. Domicilio y duración.

1.9. Registro de la marca, INDECOPI

Para el caso de la empresa GPC S.A.C. registrará su nombre comercial y no la marca, dado que es una empresa que ofrece servicios.

Los requisitos para la solicitud de registro de nombres comerciales son los siguientes:

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

9. Si el signo es mixto, figurativo o tridimensional se deberá adjuntar su reproducción (tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores si se desea proteger los colores).
10. De ser posible, se sugiere enviar una copia fiel del mismo logotipo al correo electrónico: logos-dsd@indecopi.gob.pe, (Formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles).
11. Consignar expresamente los productos y/o servicios que se desea distinguir con el signo solicitado, así como la clase y/o clases a la que pertenecen. Para saber las clases a las cuáles pertenecen los productos o servicios a distinguir, se sugiere entrar al buscador PERUANIZADO.
12. Adjuntar los medios probatorios que acrediten el uso efectivo en el mercado del nombre comercial cuyo registro se solicita, para cada una de las actividades a distinguir.
13. Firmar la solicitud por el solicitante o su representante.
14. Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo equivale al 13.90% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) por una clase solicitada, esto es S/. 534.99 Nuevos Soles. Este importe deberá pagarse en la sucursal del Banco de la Nación ubicado en el Indecopi-Sede Sur, Calle De La Prosa N° 104- San Borja, o bien realizar el pago a través de una de las modalidades que se ofrecen.

***Poderes**

Si el solicitante actúa a través de un representante, deberá adjuntar el poder.

Personas naturales: requieren documento privado. No necesita legalización.

Personas jurídicas: requieren documento privado en el que se indique la calidad de la persona que otorga el poder. Por ejemplo: apoderado, director, entre otros. No necesita legalización.

En caso el representante sea al Gerente General de una persona jurídica peruana, no será obligatoria la presentación del poder, solo bastará una declaración jurada donde se indique la calidad del representante, la cual estará sujeta a fiscalización posterior a través de la información proporcionada por SUNARP.

Tratándose de poderes otorgados en idioma extranjero: deberá presentar su correspondiente traducción simple al idioma español.

En caso de renuncia de derechos, el documento poder deberá contar con firma legalizada por un notario.

Si hubiese sido otorgado en el extranjero, deberá contener la secuencia de legalizaciones hasta el consulado peruano o apostilla.

Observaciones

En caso el usuario no presente la constancia de pago del derecho de trámite, se le otorgará un plazo de 2 días hábiles para subsanar la omisión. De no cumplir el requerimiento dentro del plazo otorgado, se tendrá por no presentada la solicitud.

En caso el usuario no presente los medios probatorios que acrediten el uso efectivo para cada una de las actividades económicas que se pretende distinguir, se le otorgará un plazo de 10 días hábiles para subsanar la omisión. Excepcionalmente, este plazo podrá ser prorrogado a discreción de la Dirección de Signos Distintivos

De no cumplir con acreditar el uso de algunas de las actividades económicas indicadas en la solicitud, se procederá a excluirlas y a emitir la orden de publicación únicamente respecto de aquellas cuyo uso ha sido debidamente demostrado.

Con relación al resto de requisitos de forma, si fuera el caso, la Dirección notificará al solicitante para que cumpla con subsanar las omisiones, otorgándole para ello un plazo de 60 días hábiles, contado desde el día siguiente de recibida la notificación.

De no cumplirse con dichos requerimientos en el plazo establecido, se declarará el abandono de la solicitud y se dispondrá su archivamiento.

Una vez completados los requisitos en el plazo establecido, la Dirección de Signos Distintivos publicará un extracto de la solicitud en la Gaceta Electrónica del Indecopi, el cual puede ser visualizada a través de la página web www.indecopi.gob.pe. Esta publicación no tiene costo para el solicitante.

Cesión de derechos expectaticios de la solicitud de registro

El solicitante podrá ceder los derechos expectaticios sobre una solicitud de registro en trámite. Para ello deberá presentar el documento en el que conste la cesión con su firma.

En caso sea casado, debe presentar el consentimiento del cónyuge. No se requiere legalizaciones.

En caso no indique su estado civil, la administración considerará que el bien es de libre disposición, estando sujeto a fiscalización posterior.

Recursos impugnativos

Si después de notificada la resolución, el solicitante desea interponer un recurso de reconsideración o de apelación, dispondrá de un plazo máximo

de 15 días hábiles contado a partir del día siguiente en que dicha resolución le fue comunicada.

1.10. Registro y trámites municipales

Para la obtención de la licencia de funcionamiento en la municipalidad de la Victoria se debe seguir los siguientes pasos:

1. Llenar el formulario único

- ✓ El trámite para todas las autorizaciones se encuentra regulados por la Ordenanza N° 268-2017/MLV que aprueba los procedimientos administrativos y los requisitos contenidos en el texto único de procedimientos administrativos de La Victoria (actualización del TUPA).
- ✓ Se inicia mediante el llenado y presentación de un único formulario gratuito denominado Solicitud de Licencia de Funcionamiento con carácter de Declaración Jurada.
- ✓ Este formulario se caracteriza a su vez, por ser de libre reproducción y de distribución gratuita, vale decir, puede ser fotocopiado, o descargado del portal electrónico de la Municipalidad de la Victoria, debiendo respetarse sus características originales.

2. Ir a la ventanilla descentralizada para la presentación de documentos

La presentación del Formulario se efectúa en los Módulos de Atención al Contribuyente:

- ✓ Módulo de Gamarra Jr. Antonio Bazo cdra. 12 (Loza deportiva del Pque. Indoamérica Telf. #964259873

- ✓ Modulo del Complejo El Porvenir – Jr. Mcal. José La Mar s/n cdra.
6 Parque El Porvenir.
- ✓ Módulo de Iquitos - Av. Iquitos N° 500

Los requisitos para la obtención de la licencia son los siguientes:

La licencia de Funcionamiento que se requiere para GPC S.A.C es la de establecimiento con un área de hasta 100 m² con ITSE Básica Ex Post

1.1. Formato de solicitud de Licencia de Funcionamiento con carácter de declaración jurada, que incluya:

- a) Número de RUC y DNI o carné de extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda
- b) Número de DNI o carné de extranjería del representante legal en caso de personas jurídicas u otros entes colectivos, o tratándose de personas naturales que actúen mediante representación

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

1.3. Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad.

1.4. Indicación de número de comprobante de pago por derecho de trámite.

1.11. Régimen tributario

La empresa GPC S.A.C, se acogerá al régimen MYPE.

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el número que identifica como contribuyente a una Persona Jurídica o Persona Natural. El RUC contiene los datos de identificación de las actividades económicas.

El número de RUC es único y consta de 20 dígitos. Su uso es obligatorio en toda declaración o trámite que se realice ante la SUNAT.

Requisitos

- DNI, Pasaporte o Carné de Extranjería vigentes.
- Escritura Pública, Testimonio de Sociedad o Constitución Social Inscrita.
- Recibo de servicio (Luz o agua), no mayor a dos meses de antigüedad.
- Formulario N° 2119: Solicitud de Inscripción o comunicación de afectación de tributos.
- Formulario 2054: Representantes Legales, Directores, Miembros Del Consejo Directivo.

1.12. Registro de planillas electrónicas PLAME

Es el medio informático aprobado por la SUNAT para cumplir con la presentación de la PLAME y con la declaración de las obligaciones que se generen a partir del mes de noviembre de 2011 a través del Formulario Virtual N° 0601, y que deben ser presentadas a partir del mes de diciembre de 2011, así como efectuar el pago que corresponda, por los siguientes conceptos:

- a) PLAME, la que deberá contener la información establecida en la R.M. N.° 121-2011-TR o norma que la sustituya o modifique.
- b) Retenciones del Impuesto a la Renta de cuarta y quinta categoría.
- c) Información de los sujetos perceptores de rentas de cuarta categoría pagadas o puestas a disposición aun cuando el Empleador no tenga la obligación de efectuar retenciones por dichas rentas.

- d) Impuesto Extraordinario de Solidaridad (IES) respecto de las remuneraciones correspondientes a los trabajadores, en los casos que exista convenio de estabilidad.
- e) Contribuciones al EsSalud, respecto de las remuneraciones que correspondan a los trabajadores o aportes de los asegurados regulares incorporados al EsSalud por mandato de una ley especial.
- f) Contribuciones al EsSalud por concepto de pensiones.
- g) Contribuciones a la ONP bajo el régimen del Decreto Ley N.º 19990 y normas modificatorias.
- h) Prima por el concepto de “+Vida Seguro de Accidentes” respecto de los afiliados regulares al EsSalud que contraten el mencionado seguro.
- i) Aportes al Fondo de Derechos Sociales del Artista - FDSA.
- j) SCTR contratado con el EsSalud para dar cobertura a los afiliados regulares del EsSalud.
- k) Contribución Solidaria para la Asistencia Previsional - COSAP, creada por el artículo 4º de la Ley N.º 28046, Ley que crea el Fondo y la Contribución Solidaria para la Asistencia Previsional, precisada por el Decreto Legislativo N.º 948.
- l) l) Registro de Pensionistas del Régimen del Decreto Ley N.º 20530, a los que se hace referencia en el artículo 11º de la Ley N.º 28046, Ley que crea el Fondo y la COSAP, precisada por el Decreto Legislativo N.º 948.
- m) Prima por el concepto “Asegura tu pensión”, respecto de los afiliados obligatorios al Sistema Nacional de Pensiones que contraten el mencionado seguro.

- n) Retenciones del aporte del trabajador minero, metalúrgico y siderúrgico cuyas actividades se encuentren comprendidas en los Decretos Supremos N.° 029-89-TR y el Decreto Supremo N.° 164-2001-EF y sus normas modificatorias, al Fondo Complementario de Jubilación Minera, Metalúrgica y Siderúrgica a que se refiere la Ley N.° 29741.t
- o) Retenciones del aporte del trabajador minero, metalúrgico y siderúrgico cuyas actividades se encuentren comprendidas en los Decretos Supremos N.°s 029-89-TR y el Decreto Supremo N.° 164-2001-EF y sus normas modificatorias, al Fondo Complementario de Jubilación Minera, Metalúrgica y Siderúrgica a que se refiere la Ley N.° 29741. (Incorporado por R.S. N.° 138-2012/SUNAT).
- p) Cuotas del fraccionamiento de los aportes del trabajador minero, metalúrgico y siderúrgico al Fondo Complementario de Jubilación Minera, Metalúrgica y Siderúrgica, otorgado por la Primera Disposición Complementaria Final del Reglamento de la Ley N.° 29741. Aprobado por Decreto Supremo N.° 006-2012-TR. (Incorporado por R.S. N.° 181-2012/SUNAT).

1.13. Régimen Laboral Especial y Laboral General

La empresa GPC S.A.C. se afiliará al régimen laboral especial, los beneficios de este régimen

- Remuneración Mínima Vital (RMV)
- Jornada de trabajo de 8 horas
- Descanso semanal y en días feriados
- Remuneración por trabajo en sobretiempo

- Descanso vacacional de 15 días calendarios
- Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (SEGURO INTEGRAL DE SALUD)
- Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración)

1.14. Modalidades de contratos laborales

GPC S.A.C. utilizará los contratos de tipo por el inicio de actividades, dado que se contratará personal de acuerdo a cada contrato que se vaya ganando. Este tipo de contrato se sabe que, se puede renovar o como también se puede dar por concluido el vínculo laboral si en caso ya no requieran de los servicios del colaborador.

Si en caso el empleado supera los 4 años de contratos pasa a ser automáticamente un trabajador fijo en la empresa al cual si se le despide sin justificación alguna tendríamos que indemnizarlo.

CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Descripción del entorno del mercado

En la actualidad, el sector servicios es uno de los motores de la economía en nuestro país, lo favorable es que crece año a año y su participación de mercado aumenta. Sin embargo, existe un margen de 58.5% de informalidad dentro del sector, siendo este un punto a favor de la empresa GPC S.A.C., ya que será una empresa formal, que dentro del rubro de servicios informáticos estará formalmente constituida, brindando el servicio de Outsourcing de Impresión.

Para poder reconocer el alcance de nuestro mercado se hace énfasis que en el Perú existen una gran cantidad de Mype; según fuentes de diarios peruanos indican que las Mype son el 96.5% de las empresas que hay en el Perú. Las micro y pequeñas empresas en el Perú es uno de los más importantes sectores de ingreso dando empleo a más de 8 millones de peruanos. Es por ese motivo que nuestro servicio irá enfocado en satisfacer las necesidad actuales y futuras de ese sector aún en crecimiento. (Perú Retail, 2017)

GPC S.A.C. se ha enfocado a ofrecer sus servicios en el distrito de La Victoria y distritos aledaños, donde geográficamente se ubican diversas empresas de distintos rubros, quienes son a los que se les va ofrecer el servicio (clientes potenciales). Se sabe que en los distritos aledaños se encuentran nuestros competidores que también ofrecen el servicio de outsourcing de impresión y que actualmente dominan el mercado del rubro de impresiones.

También se conoce a otros competidores que se les denominan sustitutos, que se encuentran en el distrito; que son las fotocopiadoras en las cabinas de internet que puedan robar una parte de clientes insatisfechos que tienen una demanda baja de impresión.

2.1.1. Análisis del macroentorno

- Factores demográficos

Según el informe de “Estadística poblacional 2018” realizado por Ipsos con fuentes del INEI nuestro país ya supera los 32 millones de personas, de los cuales un 52.1% pertenecen a la población adulta de entre 21 a 59 años, quienes han mostrado un crecimiento progresivo estos último dos años. Sin embargo, la esperanza de vida promedio es de 75 años.

Tabla 4
Factores demográficos en Perú

Indicador	Medida	Perú
Esperanza de vida	Años de vida	75.2
Crecimiento poblacional	Porcentaje	1.1
Mortalidad infantil	Por 1000 nacidos vivos	16.4
Nacimientos	Personas	574 978
Defunciones	Personas	183 895

Fuente INEI

Elaboración en base al Informe “Estadística poblacional 2018”



Fuente: INEI

Figura 2: Perú con datos demográficos

En el Perú se denomina a la población en edad de trabajar (PET) como aquella fuerza de trabajo potencial. Que incluye a las personas de 14 y más años de edad que habitan en las zonas urbanas y rurales. La PET está conformada por, la Población Económicamente Activa (PEA) y la Población Económicamente no Activa (No PEA).

En el segundo trimestre del año 2018 se estimó que en el país 24'110,800 personas tienen edad para laborar, el 71.2% de este grupo pertenece a la PEA y el 28.8% a la población económicamente no activa.

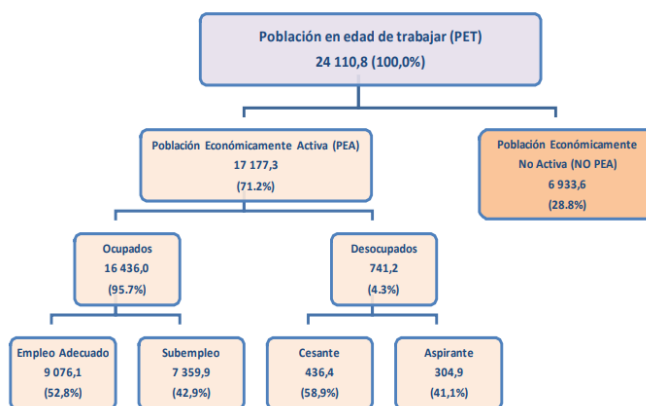


Figura 3: Esquema de la población en edad para trabajar según condición de actividad
Fuente: INEI

Si analizamos a la PEA desde el indicador de géneros encontraremos que el 44.9% son mujeres y el 55.1% son hombres. En el segundo trimestre del 2018 podemos encontrar que la tasa de mujeres con empleo se ha incrementado en 4.2%, en el caso de los hombres la tasa solo creció en 1.9%, según el INEI.

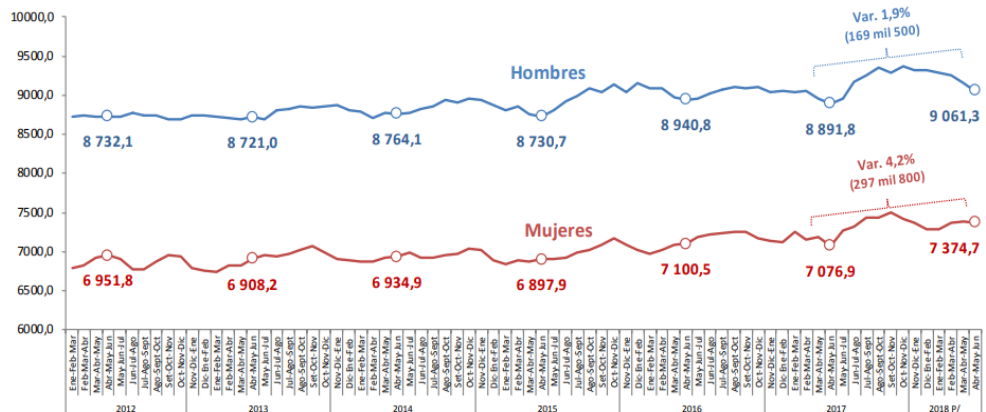


Figura 5: Evolución de la población ocupada según sexo 2012 – 2018
Fuente: INEI

Según el nivel de educación alcanzada, la población ocupada con estudios superiores se ha incrementado en 7.9% principalmente profesionales de las áreas administrativas; ingenieros, arquitectos, profesionales de informática, entre los principales. También creció la población con estudios secundarios en 1.5%, los que tienen educación primaria en 2.2% y la población con estudios técnicos en 1.1%, principalmente los auxiliares de contabilidad, administración, enfermería, entre otros. (INEI, 2018)

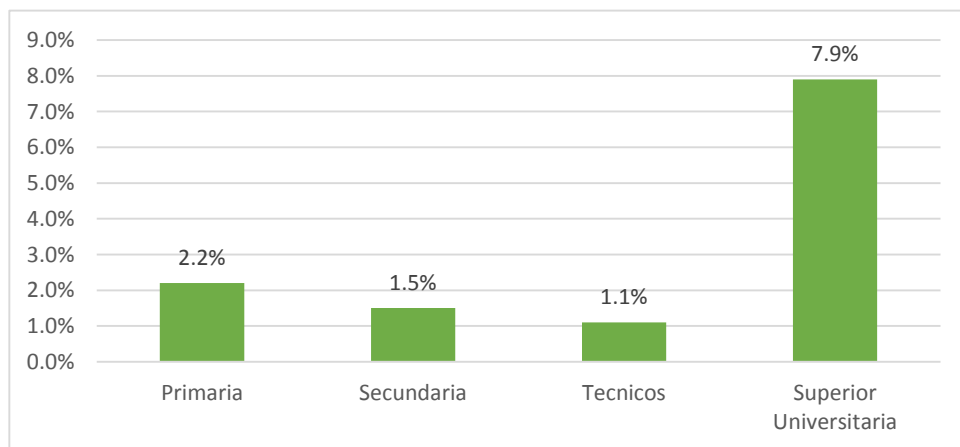


Figura 6: Población ocupada según nivel de estudios
Fuente INEI

Elaboración en base a al informe “Comportamiento de los indicadores de mercado laboral a Nivel Nacional”, INEI. Lima (2018)

- Factores económicos

Según el índice Latín Business Index mide el ambiente de negocios en 19 países latinoamericanos. Evalúa cinco factores principales y 27 subcategorías, entre ellas el ambiente macroeconómico, corporativo y político, la situación de cada país en cuanto a globalización y competitividad y el nivel tecnológico.

Perú sigue en el tercer lugar debido a que tiene el mejor ambiente macroeconómico en América Latina, además de ser el cuarto mejor en ambiente corporativo y nivel tecnológico. Es también uno de solo dos países que mejoró su puntaje comparado con el índice del 2008. (Diario Gestión, 2018)

Según el Banco Mundial en el 2014 y 2017 la economía del Perú se desaceleró, a consecuencia de la caída del precio internacional de los commodities. Esto trajo como consecuencia que haya menos inversión privada, menos ingresos fiscales y una desaceleración del consumo. A pesar de esto en los últimos 4 años el PBI de nuestra nación creció en promedio en 3.1%. Los factores que contribuyeron a este crecimiento fueron el bueno manejo de la política fiscal, monetaria y cambiaria, años atrás y el aumento en la producción minera, debido a concretar proyectos que se habían gestionado en periodos anteriores.

De acuerdo al Informe Técnico N° 3 agosto 2018 del INEI, el PBI registro un crecimiento de 5.4% debido a la evolución favorable de la demanda interna, dinamizada por el incremento del consumo y la inversión.

Se espera una aceleración del PIB basada en el aumento de la inversión privada, principalmente minera, ante la recuperación parcial del precio de los commodities. También se espera un mayor impulso de la inversión pública, a través de la ejecución de las obras de reconstrucción de los daños causados por el Fenómeno del Niño y la vinculada a los Juegos Panamericanos que el Perú albergará en el 2019, así como con la aceleración de grandes proyectos de infraestructura. En este contexto, se anticipa que este año el déficit fiscal alcanzará un pico, para que a partir de 2019 se inicie un proceso de consolidación fiscal que permitiría una convergencia relativamente rápida hacia un nivel de 1 por ciento del PIB en el 2021. (Banco Mundial , 2018)

HECHO	IMPACTO	RESPUESTA
El crecimiento lento del Producto Bruto interno	Menos inversión, menor número de empleos y por ende el poder adquisitivo de las personas disminuye, lo que, a su vez, disminuye el consumo.	La medida de contingencia será ofrecer a nuestros clientes precios competitivos, dándoles a conocer el ahorro que pueden generar en sus empresas contratando el servicio de outsourcing de impresión.

- Factores políticos legales

La corrupción y la pelea entre los hijos del expresidente Alberto Fujimori se ha llevado por delante al presidente Pedro Pablo Kuczynski, que no ocupó el cargo ni dos años. El caso de Odebrecht ha provocado que el país se haya instalado en una crisis política e institucional, como ocurre en el país vecino, Brasil.

La política peruana se halla en una situación de ingobernabilidad. El descrédito de los políticos es abrumador y en las encuestas el Congreso y el Gobierno son las instituciones peor valoradas. Además de Kuczynski, todos los presidentes vivos que sucedieron a Fujimori están acusados de corrupción, salpicados por el caso Odebrecht: Alejandro Toledo está fugado en EE.UU. con demanda de extradición; Alan García vive en Madrid en previsión de que la justicia ordene su detención; Ollanta Humala y su esposa, Nadine Heredia, están con arresto domiciliario. Además, Keiko Fujimori y otros líderes de su partido también están siendo investigados.

Lamentablemente por estar en una situación aún compleja políticamente entre partidos no existe una confianza plena para inversiones pública y privada.

- Factores socioculturales

En el entorno sociocultural En el Perú existen factores personales y de costumbre de las empresas u organizaciones al uso de impresiones para cualquier proceso administrativo, logístico, contable o financiero; existiendo una gran demanda para esta función. Es por esa costumbre

cultural aun latente en nuestro país que este negocio aún sigue siendo rentable y sostenible.

- **Factores ambientales**

Actualmente el Perú atraviesa por una serie de fenómenos naturales que afectan a todos los sectores. Según el Instituto Nacional de Defensa Civil (INDECI) informó que, para el mes de julio del presente año, en el país se registraron 274 emergencias, trayendo como consecuencia 1257 damnificados, 1011 viviendas afectadas, 44 viviendas destruidas y 55 hectáreas de cultivos destruidos. En comparación con el mes de julio del año pasado, se registró un incremento del 283% viviendas afectadas, 72,3% emergencias, 358,8% damnificados, 1275% hectáreas de cultivo destruidas y 18,9% viviendas destruidas. El mayor porcentaje de estas emergencias fueron producidas por fenómenos naturales (207 emergencias en total).

Otro factor macro ambiental es la contaminación del medio ambiente, que en la mayoría de casos es producidas por el ser humano. Por ejemplo, en Lima la contaminación por partículas proviene de muchas fuentes diferentes. Las partículas finas (2,5 micrómetros de diámetro como máximo) provienen de centrales eléctricas, procesos industriales, tubos de escape de vehículos, cocinas a leña e incendios forestales. Las partículas gruesas (entre 2,5 y 10 micrómetros) provienen de operaciones de molienda y trituración, del polvo de las carreteras y de algunas operaciones agrícolas.

La contaminación del aire se asocia al aumento de la morbilidad y la mortalidad, principalmente debido a enfermedades cardiovasculares, cáncer de pulmón, infecciones respiratorias agudas, asma y a los efectos nocivos en el embarazo se han asociado con la exposición a la contaminación del aire. (INEI, 2018)

HECHO	IMPACTO	RESPUESTA
La contaminación del aire en Lima proviene de centrales eléctricas, procesos industriales, tubos de escape de vehículos, cocinas a leña, operaciones de molienda, polvo de las carreteras y de algunas operaciones agrícolas.	El aumento de la tasa de morbilidad y la mortalidad a causa de enfermedades cardiovasculares, cáncer de pulmón, infecciones respiratorias agudas, asma y a los efectos nocivos en el embarazo	Como medida preventiva a tomar están el de realizar campañas de reciclaje de tóner y papel, para mantener un equilibrio y cuidar nuestro ecosistema.

- **Factores tecnológicos**

La tecnología ya ha transformado la estructura de la economía mundial. La intensidad de esta transformación varía, ciertamente, según el lugar del mundo en el que se esté. El Perú no es un país que se caracteriza por su avance en digitalización, como demuestran los rankings globales de innovación y uso de las TIC. El acceso a la banda ancha es claramente

limitado, y las entidades públicas recién están descubriendo que es necesario interconectarse. Así, el impacto de la tecnología en la estructura económica del Perú es, por ahora, más una intención que una realidad.

En el Perú el uso de las redes sociales como, Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, etc. es de gran impacto para el desarrollo de las empresas, ya que les permite estar conectados con el mundo, el tiempo que los peruanos le dedican a Internet ha aumentado. El trabajo de las marcas por llegar a sus audiencias en estas plataformas se intensificará en los próximos años, pues las empresas detrás de estas redes sociales buscarán monetizar aún más su uso. (Semana Económica , 2017)

2.1.2. Análisis del microentorno: 5 fuerzas de Porter

El micro entorno se compone de todos aquellos factores que influyen significativamente en la actividad de la empresa para satisfacer a los clientes. Los actores que participan en él son: organización, mercados, canales de marketing, competidores y público.

A continuación, se procede a realizar el análisis de las 5 fuerzas de Porter para poder comprender la situación del microentorno.

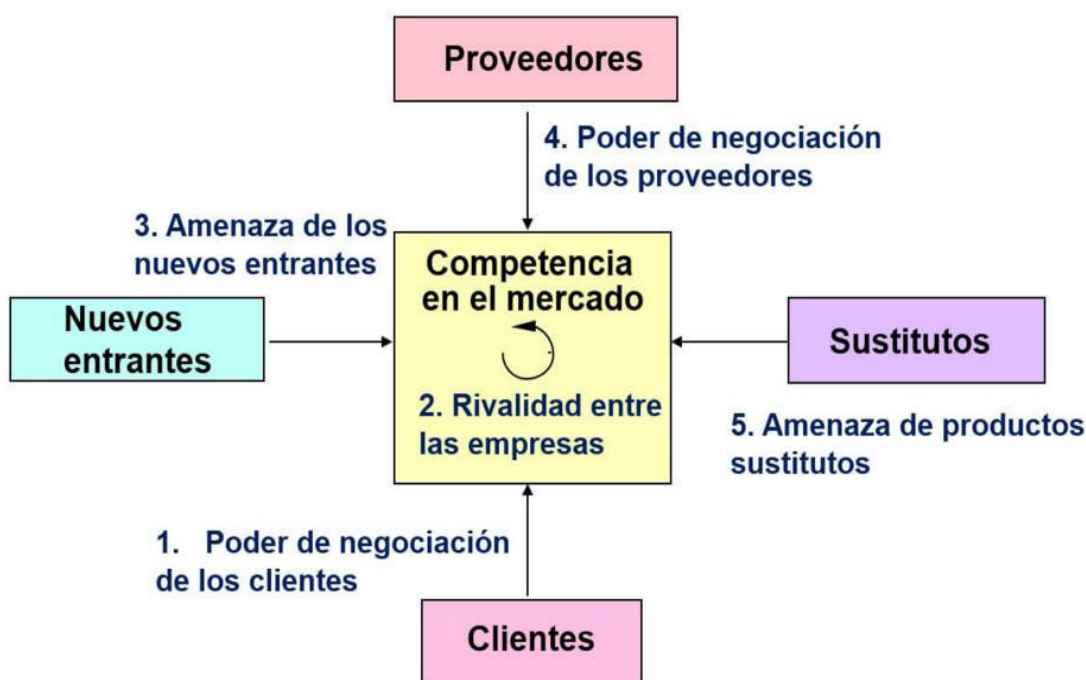


Figura 7: Las 5 fuerzas de Porter
Fuente: Pagina Web

- Poder de negociación de los clientes, para la línea de negocio de servicios de outsourcing de impresión es alto, dado que las exigencias del mercado cada vez son mayores. Un claro ejemplo es la administración de sus documentos impresos; anteriormente solo necesitaban copiar, imprimir y escanear documentos, ahora les importa que documentos son los que se trabajan y monitorearlos para saber si son trabajos de su entorno laboral.
- Rivalidad entre las empresas, para esta línea de negocio existen muchos competidores y existe una alta rivalidad para poder acaparar el mercado, entre los principales competidores son: CNS, System Support and Services, Xpress Technology Services, Ricoh del Perú,

Printer 911, Copiservices, T-Copia, Peru Office, Allnet Solution, Datacont, X-laser, Comercial Denia, etc.

- Amenaza de los nuevos entrantes, por la naturaleza de esta línea de negocio la barrera de entrada es alta, por la inversión inicial que se necesita y por las exigencias del mercado es por eso, que las amenazas de nuevos competidores entrantes son bajas.
- Poder de negociación de los proveedores es alta, ya que existen varios mayoristas del rubro informático y varias marcas en el Perú que se puede trabajar casos precios especiales para negocios potenciales que serían atractivos para posicionarse en el mercado.
- Amenaza de productos sustitutos para esta línea de negocio es baja, ya que nos esforzamos para que nuestro servicio no sea fácilmente sustituido por otro servicio; dentro de esta fuerza podríamos encontrar los servicios de las fotocopiadoras, las empresas que trabajan con equipos propios y/o equipos de Las Malvinas, con sus suministros que en costos serían mucho más bajos por no ser nuevos y originales.

2.2. Ámbito de acción del negocio

- Segmento del mercado

El servicio de outsourcing de impresión está dirigido a todo el mercado de Mype en Lima Metropolitana. Sin embargo, como somos una empresa que recién está ingresando al mercado, nos enfocaremos en un distrito en específico. Teniendo como objetivo a largo plazo llegar a atender a todo Lima Metropolitana.

Mercado Total:

Para la determinación de este mercado nos hemos basados en los informes estadísticos del INEI de los últimos cinco años, mencionando que el año 2017 es una proyección en base al promedio del crecimiento de los años anteriores.

Tabla 5
Numero de Mype en Lima Metropolitana 2013 – 2017

Año	N° Mype Lima Metropolitana
2013	782,837
2014	824,501
2015	961,240
2016	993,179
2017*	1,022,974

Elaboración en base a informes de demografía empresarial de los últimos 5 años, INEI

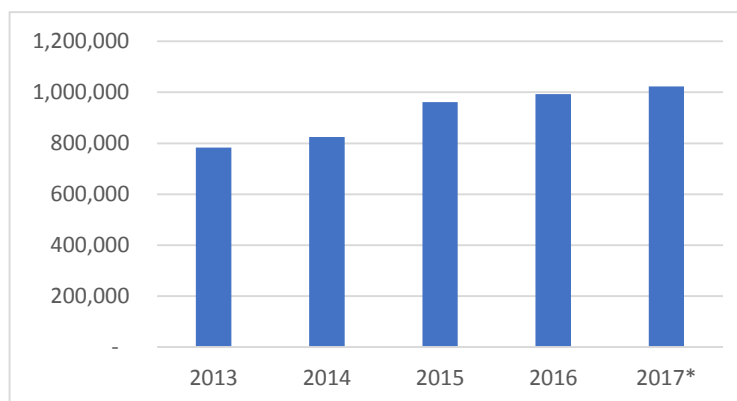


Figura 8: Número de Mype de Lima metropolitana 2013 - 2017
Elaboración en base a informes de demografía empresarial de los últimos 5 años, INEI

Considerando estos datos se observa que el mercado total ha venido en crecimiento año a año. Está conformado actualmente por 1'022,974 Mype en todo Lima metropolitana.

Mercado Potencial:

Para el cálculo de este mercado nos hemos enfocado a las Mype del distrito de La victoria. Se ha optado por este distrito por ser un mercado donde, actualmente, se ubican el 6.5% de las Mype, según datos del INEI.

El proyecto se ubicará en la urbanización Santa Catalina del distrito de La Victoria. La población de este distrito abarca un total de 8.74 km², siendo este un 0.33% del total de la Provincia de Lima, ubicándose entre los distritos más pequeños. Sin embargo, es uno de los de mayor densidad poblacional considerando las proyecciones del Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI que llega a 173,372 habitantes. Con estos datos iniciales, se puede describir a La Victoria como un distrito que ha vivido en carne propia el fenómeno de la migración del campo a la ciudad como espacio habitacional atractivo, debido a su ubicación geográfica céntrica.

Tabla 6
Numero de Mype en el distrito de La Victoria 2013 - 2017

Año	N° Mype Lima Metropolitana	N° Mype La Victoria
2013	782,837	50,884
2014	824,501	53,593
2015	961,240	62,481
2016	993,179	64,557
2017*	1,022,974	66,493

Elaboración en base a informes de demografía empresarial de los últimos 5 años, INEI

Luego de hacer los cálculos del porcentaje de Mype que pertenecen al distrito de La Victoria, podemos decir que el mercado población está conformado por 66,493 Mype.

Mercado Meta:

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática se ha determinado que de las 66,493 Mype del distrito de La Victoria el 8% (5,319 Mype) son del sector servicios, consultoras, estudios contables y notarias. Para hallar este mercado, se ha supuesto que de las 5,319 Mype el 70% (3,724 Mype) aun trabaja con equipos propios de impresión y no conocen sobre el servicio y el 30% (1,596 Mype) conoce y trabaja con el servicio de outsourcing de impresión. Siendo nuestro mercado meta, las 3,724 Mype del distrito de La Victoria.

- Público objetivo

El servicio de Outsourcing de impresión estará dirigido a aquellas Mype del distrito de La Victoria, que pertenezcan al sector finanzas, servicios, industriales, consultoras, estudios contables y notarias, que tengan oficinas administrativas y donde su volumen de impresiones sea de 5,000 hojas a más en el mes.

- Posicionamiento de la empresa

La empresa GPC S.A.C. buscará diferenciarse en precio, ingresará con un bajo precio con el fin de poder captar clientes y poder estar por encima de la competencia. Adicional a ello a lo largo del año 2019 participara en eventos de tecnología a fin de posicionarse en el mercado.

Análisis FODA



Figura 9: Análisis FODA de la empresa GPC S.A.C.
Elaboración propia

2.3. Descripción del servicio

El Outsourcing de impresión involucra la delegación del servicio de impresión con una empresa proveedora de dicho servicio y que incluye, la provisión de equipos de impresión, de consumibles: toner's, drum's, de repuestos, de servicios de mantenimiento preventivo y correctivo, de atención de incidencias con Acuerdos de Niveles de Servicios, la provisión de equipos de respaldo y la emisión de reportes de gestión, entre otros.

Este servicio está orientado a empresas que desean controlar y reducir los costos de operación de impresión, copia y escaneo (digitalización) de documentos. En GPC S.A.C. nos hacemos responsables de mantener

operativos sus equipos de impresión o multifuncionales (de tecnología láser), asumiendo todas las actividades que ello involucre. Nuestro servicio de outsourcing tiene un diferencial de alto valor.

El principal beneficio del servicio, se centra en la reducción significativa de los costos de impresión de nuestros clientes. También, garantizamos una calidad de impresión y la continuidad operativa de los equipos de impresión. De esta manera, el cliente podrá concentrarse en las actividades propias de su negocio, con la seguridad que se están delegando sus actividades de impresión a un especialista. Ello le permitirá ser más eficiente y competitivo en el mercado.

Nuestro servicio integral de outsourcing de impresión, es bastante flexible y se adecúa a la necesidad real del cliente, podemos ofrecer lo siguiente como parte del servicio:

- ✓ Instalación de los equipos de impresión en la cantidad necesaria para el desarrollo del servicio. Estos pueden ser nuevos u operativos.
- ✓ Abastecimiento de los toner para el funcionamiento de los equipos de impresión considerados. Estos pueden ser originales de marca o compatibles. Dependerá de la solicitud del cliente.
- ✓ Abastecimiento de los kits de mantenimiento (conjunto de repuestos) que la(s) impresora(s) necesite(n) durante el período de contrato.
- ✓ Asociarnos a proveedores responsables, calificados, e innovadores
- ✓ Se realizará el servicio de mantenimiento correctivo con la inclusión de los repuestos que sean necesarios durante el período de contrato, que garanticen la operatividad de los equipos.

- ✓ Se realizarán los servicios de mantenimientos preventivos, para detectar oportunamente fallas futuras en los equipos o piezas gastadas y poder gestionar anticipadamente el cambio por prevención del buen servicio.
- ✓ Se brindará el soporte técnico para la atención de las incidencias (con tiempos de respuesta razonables para la atención del problema) que se pudiesen presentar durante el periodo del contrato
- ✓ Se proveerá el papel en las cantidades que el cliente solicite. El tipo de papel recomendado para el servicio integral de Outsourcing de impresión es bond de 75gr. a 80gr. No se recomienda el uso de papel reciclado ni papel de menor gramaje (se puede dañar el equipo y de ser el caso, se contemplará las responsabilidades del cliente respecto al uso de los equipos en outsourcing). En caso de solicitar esta opción, el valor por dicho servicio se contemplará en la propuesta económica.
- ✓ Se proveerá de un servidor de impresión si en caso el cliente no tuviese uno. Este servidor de impresión podrá trabajar con el software de control de impresiones, copias y escaneos por usuario, dado que ese servicio se centraliza y se administra necesariamente en un servidor, por el cuidado que hay que tener en el uso de las licencias. En caso de solicitar esta opción, el valor por dicho servicio se contemplará en la propuesta económica.
- ✓ Se proveerá de un sistema de monitoreo GLPI, herramienta de gestión y control que permita realizar al cliente, el seguimiento, en forma óptima desde cualquier lugar vía web, a las incidencias generadas en los equipos de impresión. El software brindará información del problema

reportado, diagnóstico técnico, acciones tomadas, solución a la incidencia presentada, tiempos destinados en la solución y posibles observaciones y/o recomendaciones. El cliente podrá tener acceso a dicho sistema a través de su clave de acceso al portal.

- ✓ Se proveerá de equipos de respaldo (backup), si es que el problema suscitado no fuera solucionado en el tiempo correspondiente.

Finalmente, GPC S.A.C. recomienda a aquellas empresas que se encuentran evaluando la alternativa de un servicio de outsourcing de impresión, tomar en consideración lo siguiente frente a la alternativa de comprar los equipos:

- ✗ El tiempo perdido en la búsqueda de proveedores para evaluar la compra de las impresoras y sus consumibles.
- ✗ Demanda de tiempo en la búsqueda de un proveedor para la compra e instalación de repuestos de los equipos.
- ✗ Horas adicionales en la búsqueda de proveedores para evaluar la contratación de servicios de mantenimiento correctivo para la atención de incidencias que se presenten en las impresoras.
- ✗ Horas extras en la búsqueda de proveedores para evaluar la contratación de servicios de mantenimiento preventivo (recomendado dos veces por año como mínimo) para las impresoras.
- ✗ La compra de un activo (impresora) genera la creación de un libro contable, en dónde se tiene que hacer todo el trabajo de la depreciación mensualmente y la declaración correspondiente a la SUNAT de los activos de la empresa.

- × Búsqueda de proveedores para evaluar la compra de repuestos para las impresoras. Tomando en cuenta que muchos de los repuestos son consumibles y se gastan con el uso del equipo, por ejemplo, el kit de mantenimiento, el fusor, los rodillos de las bandejas, el teflón, lo engranajes, etc.
- × A pesar de adquirir un equipo nuevo, pueden presentarse problemas de fábrica en su funcionamiento. Si fuera el caso, se tiene que tramitar la garantía del equipo. Esto conlleva a tener que llevar la impresora y que probablemente pasen 3 ó 4 días hasta que la garantía se pronuncie. En todo ese tiempo, nos quedamos sin el equipo.
- × Tiempo muerto de las personas de otras áreas que participan indirectamente con las actividades anteriormente señaladas. Por ejemplo, la elección de un proveedor “x” implica que otra área genere una orden de compra, luego está el visto bueno de esa orden por otras personas, posteriormente para el pago al proveedor, esta también la atención por parte de tesorería y/o contabilidad, etc.

2.4. Estudio de la demanda

En la actualidad, el mercado del servicio de outsourcing de impresión está en pleno crecimiento. Hoy en día las empresas se destacan cada vez más por externalizar sus servicios de impresión, valorando la posibilidad de no ser propietarios de sus equipos. La llegada de la globalización, con la consecuente inversión en hardware que lleva para las empresas el mantenerse al día, y la creciente dificultad para el control de los gastos asociados a la impresión.

La demanda está definida por las Mype del distrito de La Victoria por las 5,319 Mype que pertenecen al sector finanzas, servicios, industriales, consultoras, estudios contables y notarias.

2.5. Estudio de la oferta

Actualmente, nuestros competidores directos son:

- Centro Nacional de Servicios
- System Support and Services
- Xpress Technology Services
- Ricoh del Perú
- Printer 911
- Copiservices
- T-Copia
- Perú Office
- Allnet Solution
- Datacont
- X-Laser
- Comercial Denia

Los competidores ofrecen el mismo servicio, en el caso de nosotros nos diferenciaremos por la plataforma de gestión de incidencias, donde el cliente podrá ver y hacerle el seguimiento a las incidencias que reporte de sus impresoras.

Los competidores indirectos son las fotocopiadoras locales, que ofrecen distintos servicios de impresiones y escaneos, en este caso el precio

de ellos es más alto al que ofrece GPC S.A.C., debido el costo de nosotros es menor al imprimir grandes volúmenes de impresión.

2.6. Determinación de la demanda insatisfecha

Para el presente proyecto se ha identificado que de la demanda total (5,319 Mype) del distrito de La Victoria, el 70% (3,724 Mype) aun trabaja con equipos propios de impresión y no conocen sobre el servicio y el 30% (1,596 Mype) conoce y trabaja con el servicio de outsourcing de impresión.

Obteniendo como demanda insatisfecha a ese 70% equivalente a 3,724 de Mype del distrito de La Victoria que no conocen sobre el servicio y/o trabajan con equipos propios.

2.7. Proyecciones y provisiones para comercializar

La empresa GPC S.A.C. tiene como proveedores principales a las siguientes empresas:

- Para la adquisición de impresoras:
 - ❖ Máxima Internacional S.A.
 - ❖ Grupo Deltron S.A.
 - ❖ Ingram Micro Perú SA
- Para la compra de suministros:
 - ❖ Compudiskett SRL
 - ❖ PC Link S.A.C.
- Para la compra de repuestos:
 - ❖ Latin Parts SAC
 - ❖ Impresoras SAC
 - ❖ Corporación Precision Repuestos SAC

Al inicio de las actividades de la empresa, los equipos de impresión, suministros y repuestos serán adquiridos conforme se vayan ganando contratos, esto para evitar un gasto del cual no se tendrá en retorno rápido de la inversión.

Una vez que se tenga una cartera de clientes, se irán haciendo de stock en impresoras, por si se presente una incidencia y tengan que colocar un equipo de backup; de suministros para la atención a los clientes conforme lo requieran y de repuestos para la atención de incidencias.

2.8. Descripción de la política comercial

- Precio

Para la determinación del precio, se tomará en cuenta una estrategia de precio orientada a la competencia, ofreciendo un precio inferior a los precios ofrecidos por estos. Los precios que se ofrecen en el mercado de servicio de outsourcing de impresión son variables, por los siguientes factores:

- Costo del modelo de máquina
- Costo y rendimiento del fusor
- Costo y rendimiento del tóner
- Costo y rendimiento del drum

A continuación, se muestran los costos de una empresa que administra sus equipos impresión.

Tabla 7

Costos de una administración de equipos propios

ADQUISICIÓN DE EQUIPOS NUEVOS					Precio Unitario	Precio Total
IMPRESORA MULTIFUNCIONAL XEROX WC 7830					\$7,000	\$7,000
\$ 7,000						
ADQUISICIÓN DE TÓNERES ORIGINALES	Volumen Mensual	Rend.	Cantidad Necesaria Total	Precio Unitario	Precio Total	
XEROX WC 7830 CYAN	1,000	15,000	2	\$180	\$ 360	
XEROX WC 7830 MAGENTA	1,000	15,000	2	\$180	\$ 360	
XEROX WC 7830 YELLOW	1,000	15,000	2	\$180	\$ 360	
XEROX WC 7830 BLACK	29,000	26,000	40	\$160	\$ 6,400	
\$ 7,480						
DRUM	Volumen Mensual	Rend.	Cantidad Necesaria Total	Precio Unitario	Precio Total	
DRUM BLACK WC 7830	29,000	125,000	9	\$400	\$ 3,600	
DRUM CYAN WC 7830	1,000	125,000	1	\$400	\$ 400	
DRUM MAGENTA WC 7830	1,000	125,000	1	\$400	\$ 400	
DRUM YELLOW WC 7830	1,000	125,000	1	\$400	\$ 400	
\$ 4,800						
FUSOR	Volumen Mensual	Rend.	Cantidad Necesaria Total	Precio Unitario	Precio Total	
FUSOR XEROX WC 7830	30,000	145,000	8	\$450	\$ 3,600	
\$ 3,600						
MANTENIMIENTOS PREVENTIVOS (3 al año)		Qty por periodo	Cantidad de equipos	Precio	Precio Total	
XEROX WC 7830		9	1	\$ 60	\$ 540	
\$ 540						
MANTENIMIENTOS CORRECTIVOS (3 al año)		Qty por periodo	Cantidad de equipos	Precio	Precio Total	
XEROX WC 7830		15	1	\$ 150	\$ 2,250	
\$ 2,250						
ATENCIÓN DE INCIDENCIAS (3 al año)		Qty por periodo	Cantidad de equipos	Precio	Precio Total	
XEROX WC 7830		15	1	\$ 100	\$ 1,500	
\$ 1,500						
EQUIPO DE RESPALDO (36 meses)		Veces solicitado	Cantidad de equipos	Precio	Precio Total	
Similar modelo		2	1	\$ 250	\$ 500	
\$ 500						
COSTO TOTAL (en los 03 años, es decir, 36 meses)					\$ 27,670.00	

Elaboración em base a cotizaciones de proveedores

En el cuadro se observa que el costo de una empresa que administra sus propios equipos de impresión es de US\$ 27,670 por un periodo de 3 años (36 meses), siendo un gasto mensual de US\$ 769.00 por una bolsa de 30,000 hojas, además existen otros costos ocultos como:

- Registro de la compra de la impresora en libros contables
- Depreciación mensual del equipo
- Atención para la compra de suministros
- Atención para la contratación del servicio por mantenimiento
- Atención para la contratación del servicio por incidencia
- Trámite de garantía en caso de presentarse fallas
- Equipo de respaldo, mientras dure el trámite de garantía

En base a este costeo podríamos determinar que la empresa GPC S.A.C. puede ofrecer al cliente el servicio de outsourcing de impresión por un precio mensual de US\$ 695.00 bajo las mismas condiciones que ellos tienen previstas, generándole un ahorro del 10% mensual, vendría a ser un ahorro total de US\$ 2,650.00 por los 3 años de servicio.

De esta manera GPC S.A.C. ira captando nuevos clientes, mostrándoles que pueden contar con el servicio a un precio accesible y mejor que el de la competencia.

- **Plaza**

La forma de comercializar el servicio de outsourcing de impresión será realizando telemarketing, esta actividad se realizará desde la oficina ubicada en la urbanización Santa Catalina del distrito de La victoria. Luego

de ello se concretará visitas presenciales en el cliente para explicarle a más detalle sobre el servicio.

No se contará con una plaza fija para el cliente, dado que es la empresa GPC S.A.C. quien saldrá a buscar a los nuevos clientes.

- **Promoción**

Las promociones estarán, dirigidas, principalmente a los clientes con contratos mínimo de 24 meses y que su consumo no sea inferior a 10,000 hojas mensuales.

- ✓ Un mes gratis por la tarifa fija mensual.
- ✓ Se implementará un flujo de trabajo estandarizado para agilizar el proceso de la labor de escaneo, ya sea a carpeta (almacenamiento de servidor) o correo electrónico

2.9. Cuadro de la demanda proyectada para el negocio

Se estima cubrir el 1% de la demanda insatisfecha, es decir, 38 Mype del distrito de La Victoria que pertenezcan al sector servicios, consultoras, estudios contables y notarias. Teniendo en cuenta que GPC S.A.C. es una empresa que recién está iniciando sus actividades y no es muy conocida en el mercado de outsourcing de impresión.

Adicional a ello se proyecta que el mercado de las Mype siga en crecimiento, según la data historia de Mype en el distrito de La Victoria se proyecta que crecerá un 3% respecto al año anterior.

Tabla 8

Demanda proyectada para la empresa GPC S.A.C.

Año	N° Mype Lima Metropolitana	N° Mype La Victoria	N° Mype del Sector	Demanda Insatisfecha	Demanda a Cubrir 0.50%
2018*	1,074,123	69,818	5,585	3,910	20
2019*	1,127,829	73,309	5,865	4,105	21
2020*	1,184,221	76,974	6,158	4,311	22
2021*	1,243,432	80,823	6,466	4,526	23
2022*	1,305,603	84,864	6,789	4,752	24
2023*	1,370,883	89,107	7,129	4,990	25

Elaboración en base a informes de demografía empresarial de los últimos 5 años, INEI

CAPÍTULO III: ESTUDIO TÉCNICO

3.1. Tamaño del negocio, factores determinantes

El tamaño de nuestro negocio según la naturaleza de nuestro servicio, estará determinada por el espacio que necesitamos para el área administrativa y almacenar algunos de nuestros equipos, insumos o materiales que necesitamos para brindar el servicio.

Se ha tomado en cuenta factores determinantes como: Cercanía a los proveedores y la proximidad al mercado y la cercanía a las zonas comerciales (para realizar operaciones financieras)

Por otro lado, se ha tomado en consideración como factores condicionantes, el permiso de la licencia de funcionamiento de la Municipalidad de La Victoria, la ubicación geográfica del proyecto para que los colaboradores puedan llegar con facilidad.

Se ha visto conveniente contar con un local de 80 m², el cual será distribuido de la siguiente manera:

- Área administrativa. - Se ubicará el gerente general
- Un almacén. – Donde se colocará las impresoras, suministros y repuestos que se tenga en stock.
- Área de servicio técnico. – Para la reparación y mantenimiento de equipos.
- Servicios higiénicos para damas
- Servicios higiénicos para varones

La ubicación geográfica para este proyecto será en la Urbanización Santa Catalina del distrito de La Victoria.

La capacidad instalada para este negocio va en relación a la cantidad de clientes que podamos atender mensualmente. Según la demanda insatisfecha actual es de 3,910 Mype a nivel del distrito de La victoria y se estima captar el 0.50%, que equivale a 20 Mype para el primer año de funcionamiento de la empresa.

Analizando la demanda proyecta para los próximos 5 años, se puede concluir que existe una demanda insatisfecha que va en crecimiento, lo cual nos permitirá seguir creciendo para poder captar más clientes e ir ampliando nuestras líneas de negocios.

3.2. Proceso y tecnología

3.2.1. Descripción y diagramas de los procesos

En el presente proyecto existen diferentes procesos para la atención del servicio, en las áreas involucradas de la empresa. Cada proceso está representado mediante un flujo grama, para que se pueda hacer un seguimiento y control más eficaz.

El proceso inicia en el área comercial, donde se identifican a los clientes para poder ofrecerle el servicio de outsourcing de impresión, existen dos modalidades. A continuación, se detallan las actividades:

a. Contactar al cliente mediante telemarketing

1. El vendedor se comunica con el cliente potencial mediante llamada telefónica.

2. Realiza una breve presentación de la empresa y el servicio de outsourcing de impresión.
3. Identifica si existe la oportunidad de negocio y/o necesidad del cliente
4. Si existe una oportunidad de negocio realiza el levantamiento de información, a continuación, se detalla la información mínima que debe solicitar el vendedor al cliente (necesidad):
 - ✓ Volumen de impresión
 - ✓ Áreas de la empresa demandantes de impresión
 - ✓ Numero de impresoras con la que trabaja actualmente (modelo y marca)
 - ✓ Formato de impresión (Carta, A4, A3)
 - ✓ Tipo de impresión (Color, blanco y negro)
 - ✓ Políticas de impresión con la cual desearía trabajar el cliente (Ahorro, seguridad, control. Etc)
5. El vendedor concreta una reunión comercial
6. Prepara la propuesta técnica y económica para el cliente.
7. Visita al cliente en la fecha pactada.
8. Presenta la propuesta técnica y económica.
9. El vendedor absuelve dudas u observaciones que tenga el cliente.
10. El cliente evalúa la propuesta
11. Si el cliente está de acuerdo con la propuesta, proceden a la firma del contrato. con la firma del contrato se daría por concluido el proceso de contactar al cliente mediante telemarketing

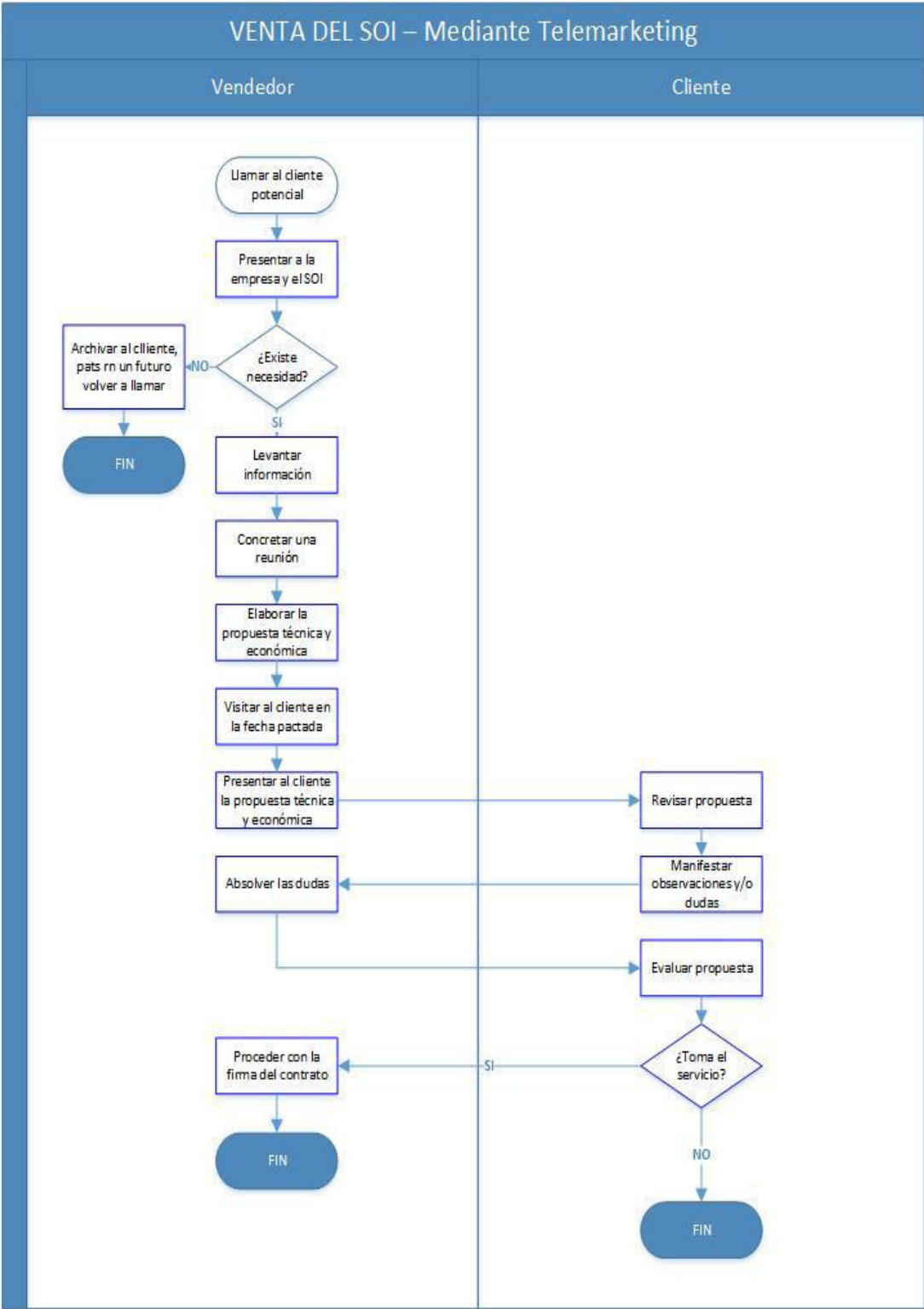


Figura 10: Flujo grama de la venta del Servicio de Outsourcing de Impresión mediante telemarketing
 Elaboración en base a experiencia en el mercado

b. Contactar al cliente mediante redes sociales

1. Cliente se comunica con la empresa.
2. Se realiza el levantamiento de información el levantamiento de información, a continuación se detalla la información mínima que debe solicitar el vendedor al cliente (necesidad):
 - ✓ Volumen de impresión
 - ✓ Áreas de la empresa demandantes de impresión
 - ✓ Numero de impresoras con la que trabaja actualmente (modelo y marca)
 - ✓ Formato de impresión (Carta, A4, A3)
 - ✓ Tipo de impresión (Color, blanco y negro)
 - ✓ Políticas de impresión con la cual desearía trabajar el cliente (Ahorro, seguridad, control. Etc)
3. El vendedor concreta una reunión comercial
4. Prepara la propuesta técnica y económica para el cliente.
5. Visita al cliente en la fecha pactada.
6. Presenta la propuesta técnica y económica.
7. El vendedor absuelve dudas u observaciones que tenga el cliente.
8. El cliente evalúa la propuesta
9. Si el cliente está de acuerdo con la propuesta, proceden a la firma del contrato. con la firma del contrato se daría por concluido el proceso de contactar al cliente mediante redes sociales.

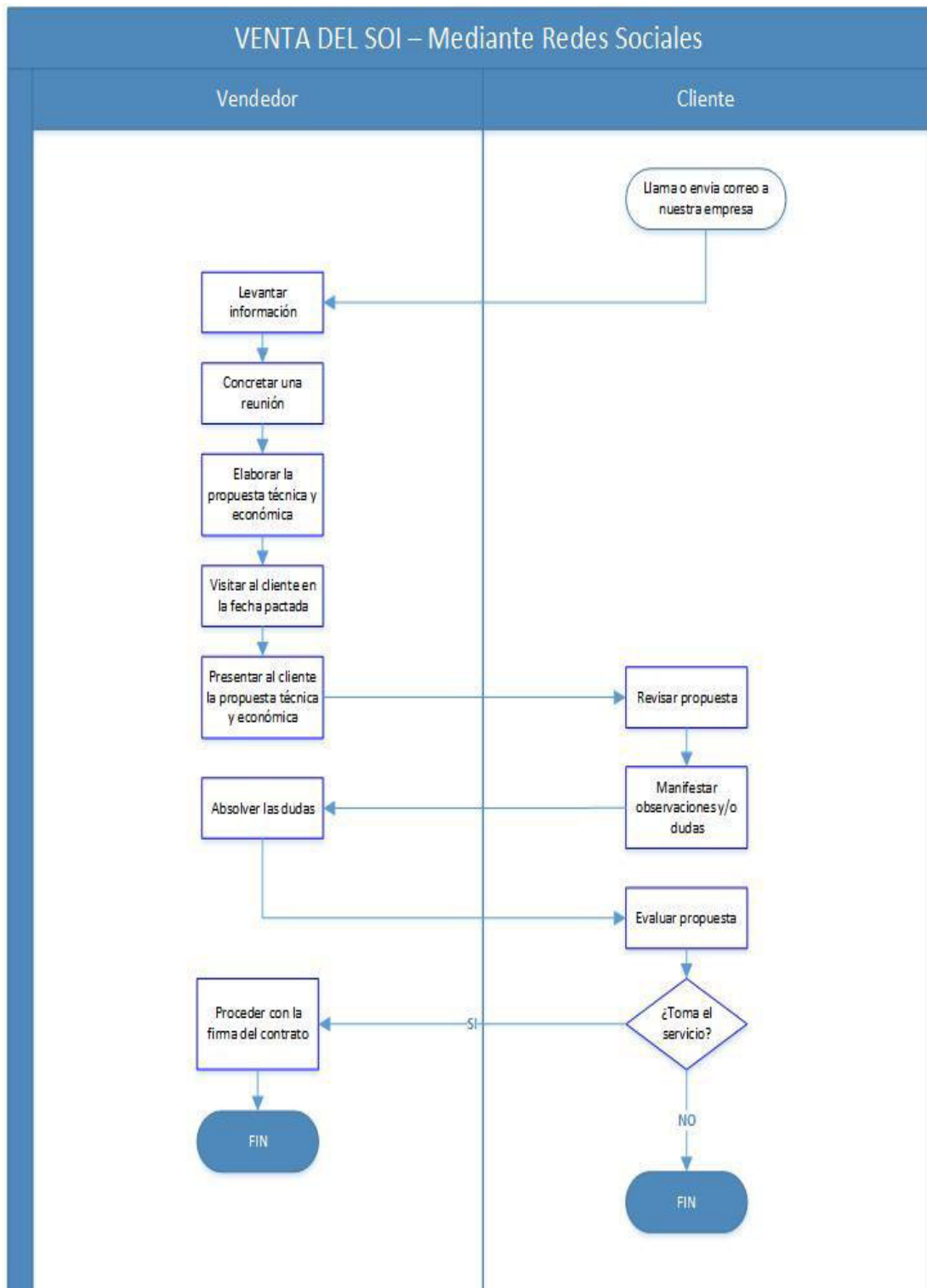


Figura 11: Flujo grama de la venta del Servicio de Outsourcing de Impresión mediante redes sociales
Elaboración en base a experiencia en el mercado

Luego de la firma del contrato el siguiente proceso es la instalación de equipos que involucra al área de operaciones a continuación se detallan las actividades a realizar mediante un flujo grama:

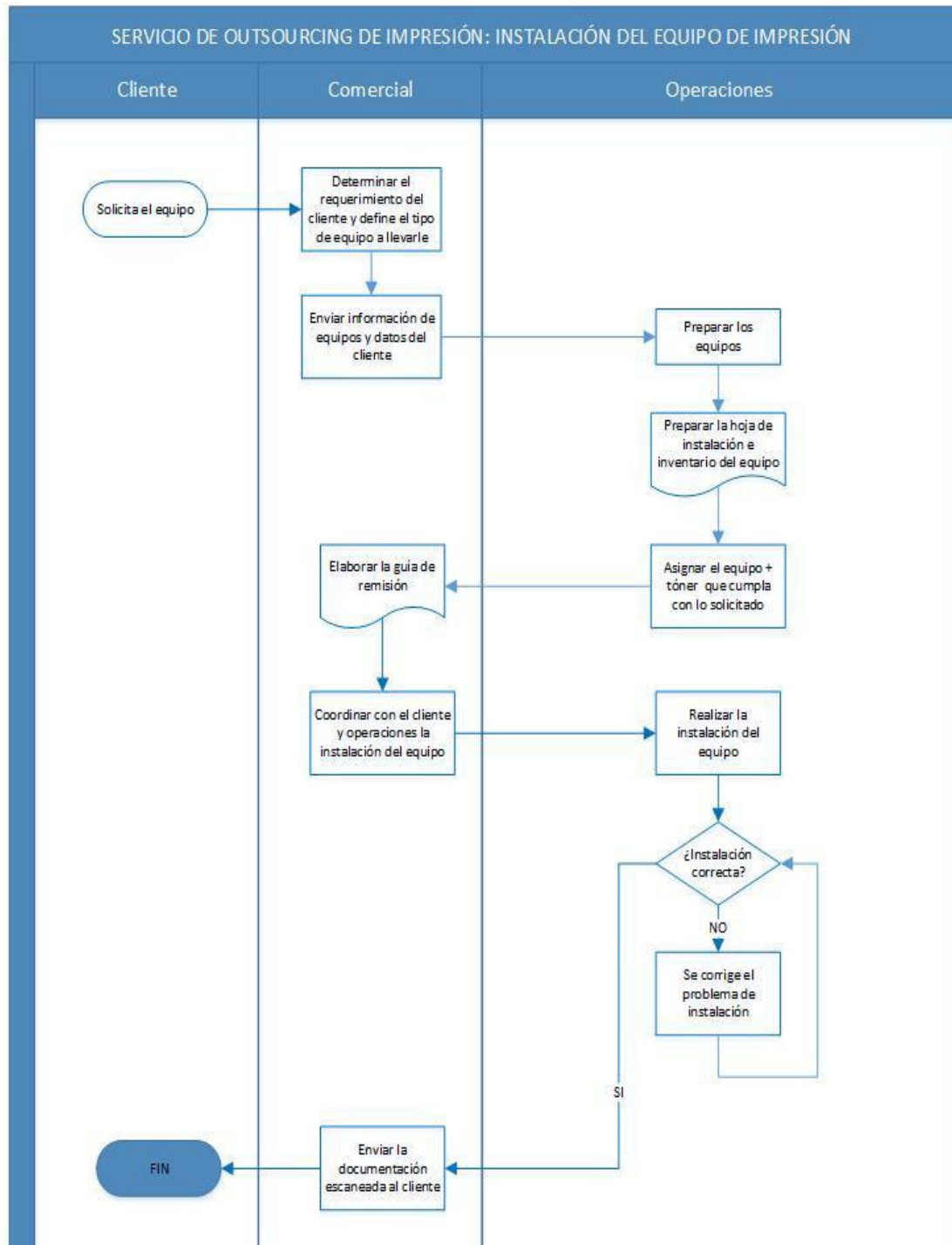


Figura 12: Flujo grama de instalación de equipos
Elaboración propia

Para la atención de incidencias también se tiene un proceso establecido, que se muestra a través de un flujo grama.

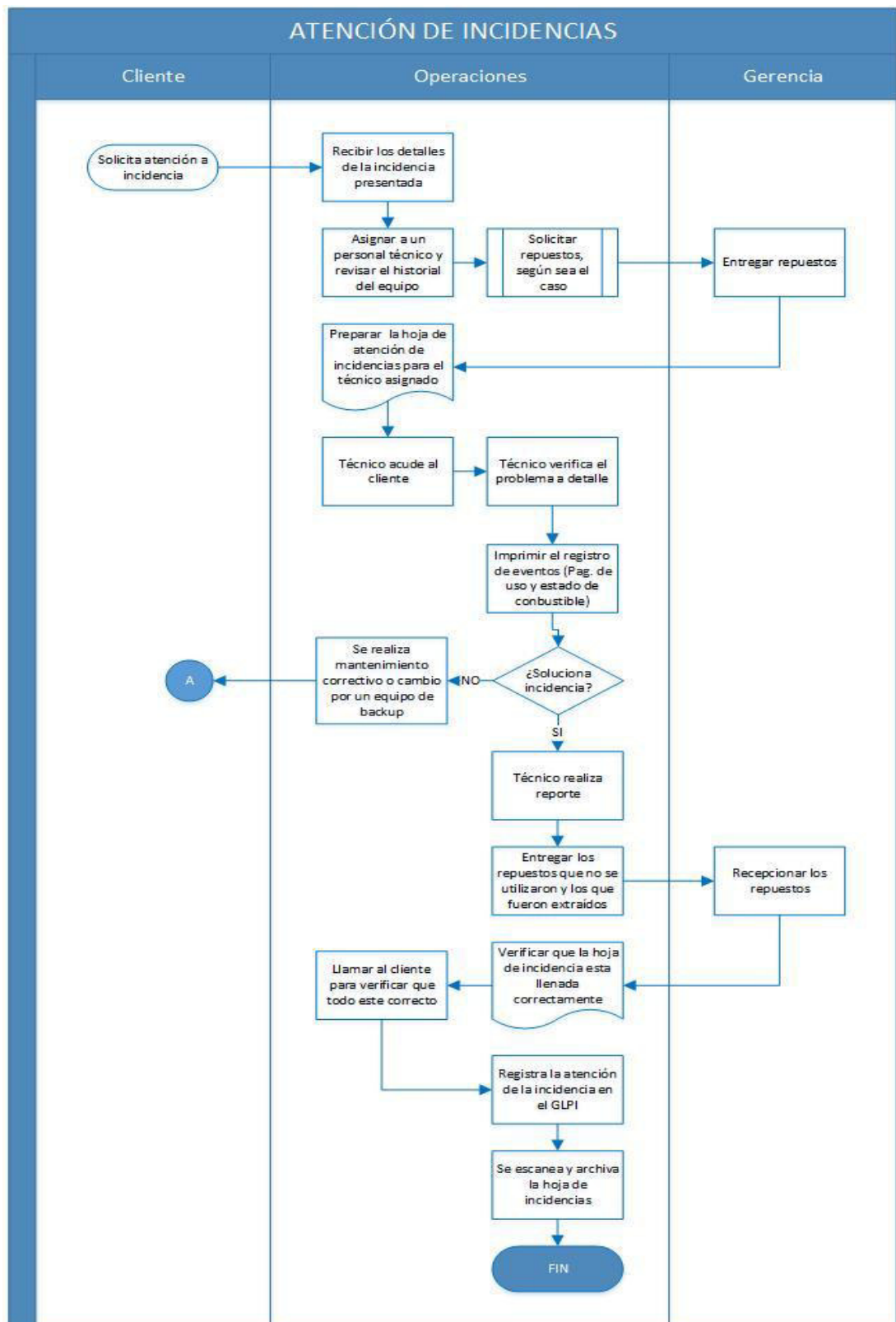


Figura 13: Flujo grama de atención de incidencias
Elaboración propia

3.2.2. Capacidad instalada y operativa

Al ser una empresa nueva, se estima que el proyecto tenga una capacidad instalada suficiente para poder atender por lo menos al 100% de las Mype que se pretende captar en el primer año de funcionamiento, que equivale a 20 Mype.

El proyecto cuenta con un espacio físico exclusivo para las oficinas administrativas y un pequeño almacén. El área destinada para el almacén se guardarán impresoras, suministros y repuestos.

Al inicio del proyecto solo se contará con los equipos de oficina necesarios para el proyecto. Conforme la empresa GPC S.A.C. vaya obteniendo contratos se irán adquiriendo los equipos, debido a que no se puede hacer stock de equipos que aún no van a generar ingreso por ventas. Solo se contará con un stock de impresoras de backup, suministros y repuestos. De esta forma se podrá atender a toda la demanda insatisfecha que el proyecto estima captar.

3.2.3. Cuadro de requerimiento de bienes, personal e insumos

A continuación, se muestra cuadros de requerimiento para la inversión del proyecto y para la atención del servicio.

Tabla 9

Cuadro de costos de inversión para el proyecto

EQUIPOS				
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil (Años)
Laptops	3	S/2,500	S/7,500	4 años
Impresora	1	S/4,000	S/4,000	4 años
Ticketera	1	S/1,000	S/1,000	4 años
TOTAL		S/7,500	S/12,500	
MOBILIARIO				
Escritorios	3	S/300	S/900	10 años
Mesa	1	S/200	S/200	10 años
Estantes	1	S/400	S/400	10 años
Sillas	3	S/70	S/210	10 años
TOTAL		S/970	S/1,710	
TOTAL INVERSIÓN		S/8,470	S/14,210	

Elaboración en base a cotizaciones

Tabla 10

Cuadro de costos de inversión personal para el proyecto

Personal	EsSalud	Sueldo Básico	SCTR	Sueldo Mensual	Sueldo Anual
Gerente General	S/ 135	S/ 1,400		S/ 1,535	S/ 18,420
Comercial	S/ 135	S/ 1,200		S/ 1,335	S/ 16,020
Técnico	S/ 90	S/ 930	S/ 25	S/ 1,045	S/ 12,545
Contabilidad		S/ 400		S/ 400	S/ 4,800
TOTAL INVERSIÓN EN PERSONAL		S/ 3,930		S/ 4,315	S/ 51,785

Elaboración en base a requerimientos del proyecto

3.2.4. Infraestructura y características físicas

El proyecto cuenta con una oficina administrativa, en la cual está el gerente general, el área comercial, el área de operaciones, el área técnica y el almacén a continuación se presenta la distribución en un plano.

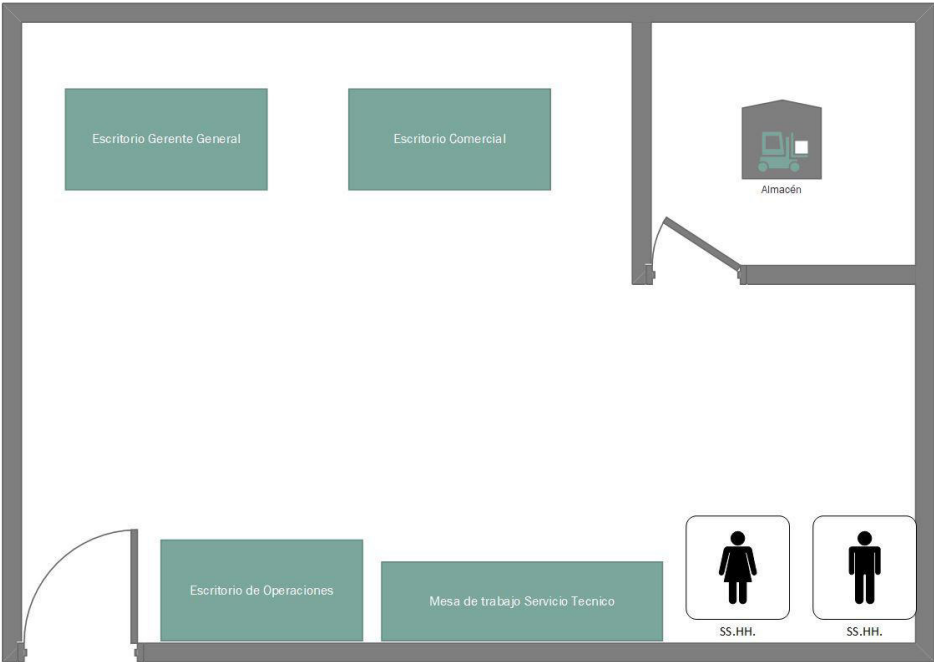


Figura 14: Plano de distribución de la oficina GPC S.A.C. Elaboración en base a requerimientos del proyecto

3.3. Localización del negocio, factores determinantes

El estudio de localización tiene como objetivo principal analizar los posibles lugares en los cuales la empresa de servicio de outsourcing de impresión GPC SAC podrá realizar sus operaciones, es decir, aquella que, frente a otras opciones posibles, produzca el mayor nivel de beneficio para la empresa, clientes y la comunidad.

Tabla 11
Cuadro método de ponderación de localización

Factores relevantes	Peso asignado	ALTERNATIVAS DE LOCALIZACIÓN			
		La Victoria		San Juan de Miraflores	
		Calf.	Pond.	Calf.	Pond.
Cercanía del mercado	0.40	8	3.20	6	2.40
Proximidad a los proveedores	0.35	8	2.80	5	1.75
Alquiler	0.15	5	0.75	8	1.20
Accesibilidad	0.10	8	0.80	3	0.30
TOTAL	1.00		7.55		5.65

Elaboración en base a análisis del entorno

Podemos concluir, que luego de haber evaluado los diferentes factores y ponderaciones dadas, la mejor opción es la del distrito de La Victoria donde, actualmente, cuenta con una demanda insatisfecha alta en el Departamento de Lima.

CAPÍTULO IV: ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

4.1. Inversión Fija

4.1.1. Inversión Tangible

Los activos fijos tangibles son todos los bienes que tienen una parte material, es decir, son cuantificables y medibles gracias a ese soporte físico que posee. La inversión tangible para la creación de la empresa GPC S.A.C. estará constituida por los activos tangibles necesarios. La inversión tangible total es de S/ 14.210 soles

Adicionalmente es importante tener en consideración que la inversión tangible un porcentaje será financiado por un banco.

Tabla 12

Inversión tangible para la creación de la empresa GPC S.A.C.

EQUIPOS			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Laptops	3	S/2,500	S/7,500
Impresora	1	S/4,000	S/4,000
Ticketera	1	S/1,000	S/1,000
TOTAL		S/7,500	S/12,500
MOBILIARIO			
Escritorios	3	S/300	S/900
Mesa	1	S/200	S/200
Estantes	1	S/400	S/400
Sillas	3	S/70	S/210
TOTAL		S/970	S/1,710
TOTAL INVERSIÓN TANGIBLE		S/8,470	S/14,210

Elaborado en base a cotizaciones

4.1.2. Inversión Intangible

Es la inversión que se caracterizan por su inmaterialidad, y en muchos de los casos no pueden ser percibidos físicamente. Son servicios o derechos adquiridos que son necesarios para implementar el proyecto.

En el siguiente cuadro se identifican los componentes de la inversión intangible para el inicio de funcionamiento de la empresa GPC S.A.C.

Tabla 13
Inversión intangible

TRÁMITES DE CONSTITUCIÓN	
Detalle	Total
Búsqueda y Reserva de Nombre en SUNARP	S/ 20
Registro del Nombre comercial INDECOPI	S/ 535
Licencias Municipal	S/ 221
Legalización de libros contables	S/ 200
Imprevistos	S/ 500
TOTAL	S/ 1,476
INSTALACIÓN DE SERVICIOS	
Detalle	Total
Agua	S/ 80
Luz	S/ 60
Teléfono	S/ 230
Internet	S/ 50
Acondicionamiento del Local	S/ 1,000
TOTAL	S/ 1,420
TOTAL INVERSIÓN INTANGIBLE	S/ 2,896

Elaboración en base al estudio del proyecto

Los activos intangibles para el proyecto consideran aquellas acciones vinculadas a la constitución de la empresa e instalación incluyendo la elaboración de la minuta, la inscripción en registros públicos, el trámite de registro del nombre comercial, la licencia de funcionamiento y alquiler del local.

Se puede observar que la Inversión Intangible total es de S/ 2,896 soles.

4.2. Capital de Trabajo

El capital de trabajo es la cantidad de recurso mínimo a corto plazo que necesita una empresa para la realización de sus actividades operativas en el proyecto.

El capital de trabajo se encuentra conformado por la Mano de Obra, los Insumos/Productos a utilizar y los Gastos de venta y administrativos.

Con relación a la inversión inicial del capital de trabajo del proyecto (año 0), se ha podido identificar que dicho capital inicial requerido es de S/ 5,315 soles.

Tabla 14
Capital de Trabajo

DETALLE	TOTAL
Planilla	S/ 3,915
Servicio Tercero (Contador)	S/ 400
Herramientas para los técnicos	S/ 300
Útiles de oficina	S/ 200
Otros Gastos	S/ 500
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	S/ 5,315

Elaboración en base a estudio del proyecto

4.3. Inversión Total

La inversión total está conformada por la inversión tangible, la inversión intangible y capital de trabajo, para la implementación del presente proyecto la inversión total asciende a S/ 22,421 soles.

Tabla 15
Inversión total

DETALLE	TOTAL	%
Inversión Tangible	S/ 14,210	63%
Equipos para el proyecto	S/ 12,500	
Mobiliario para el proyecto	S/ 1,710	
Inversión Intangible	S/ 2,896	13%
Inversión en Trámites de Constitución	S/ 1,476	
Inversión en Instalación de Servicio	S/ 1,420	
Capital de Trabajo	S/ 5,315	24%
TOTAL INVERSIÓN	S/ 22,421	100%

Elaboración en base a estudio del proyecto

4.4. Estructura de la inversión y financiamiento

La estructura de la inversión está conformada por la inversión tangible, intangible y capital de trabajo, los cuales el 33% será con capital propio y el 67% financiamiento del banco.

Tabla 16
Estructura de la inversión y financiamiento

INVERSIÓN	APORTE ACCIONISTAS	PRESTAMO	TOTAL
Inversión Tangible	S/ -	S/ 14,210	S/ 14,210
Inversión Intangible	S/ 2,106	S/ 790	S/ 2,896
Capital de Trabajo	S/ 5,315		S/ 5,315
TOTAL	S/ 7,421	S/ 15,000	S/ 22,421
PORCENTAJE	33%	67%	100%

Elaboración en base a estudio del proyecto

4.5. Fuentes Financieras

El proyecto estará financiado por capital propio en un 33% y por préstamo del banco en un 67% de la inversión total. Como es de conocimiento general son bajas las posibilidades que un banco se arriesgue y financie directamente a la empresa, ya que es una empresa que recién se está formando. Por tal motivo, se va obtener el préstamo con el respaldo de ellos, actualmente, el Banco de Crédito le ofrece al representante legal un prestamos por S/ 15,000 soles que ingresará a la empresa mediante un préstamo de accionista.

Tabla 17

Participación % del financiamiento del proyecto

	TOTAL	%
ACCIONISTAS	S/ 7,421	33%
PRESTAMO BCP	S/ 15,000	67%
INVERSIÓN TOTAL	S/ 22,421	100%

Elaboración en base a estudio del proyecto

4.6. Condiciones de Crédito

La empresa GPC S.A.C. obtendrá un financiamiento de accionista por el monto de S/ 17,000 soles que representa el 55% de la inversión total para poner en marcha el proyecto. El préstamo es del BCP estará enfocado en cubrir la inversión tangible del proyecto en un 93%. A continuación, se detalla las condiciones del crédito que nos brinda el BCP:

- Importe: S/ 17,000
- TEA: 18%
- TEM: 1.3888%
- Plazo: 48 meses

El cronograma de pago sería el siguiente:

Tabla 18
Cronograma de pagos del BCP

N°	Saldo	Interés	Seguro Desg	Amortización	Cuota
0	15,000.00				
1	14,769.72	186.68	13.98	230.28	430.94
2	14,536.57	183.81	13.76	233.15	430.72
3	14,300.52	180.91	13.55	236.05	430.51
4	14,061.53	177.97	13.33	238.99	430.29
5	13,819.56	175.00	13.10	241.96	430.06
6	13,574.59	171.99	12.88	244.97	429.84
7	13,326.57	168.94	12.65	248.02	429.61
8	13,075.46	165.85	12.42	251.11	429.38
9	12,821.22	162.73	12.18	254.23	429.14
10	12,563.82	159.56	11.95	257.40	428.91
11	12,303.22	156.36	11.71	260.60	428.67
12	12,039.37	153.12	11.46	263.85	428.42
13	11,772.24	149.83	11.22	267.13	428.18
14	11,501.79	146.51	10.97	270.45	427.93
15	11,227.97	143.14	10.72	273.82	427.68
16	10,950.74	139.73	10.46	277.23	427.42
17	10,670.07	136.28	10.20	280.68	427.16
18	10,385.90	132.79	9.94	284.17	426.90
19	10,098.19	129.25	9.68	287.71	426.64
20	9,806.90	125.67	9.41	291.29	426.37
21	9,511.99	122.05	9.14	294.91	426.10
22	9,213.41	118.38	8.86	298.58	425.82
23	8,911.11	114.66	8.59	302.30	425.55
24	8,605.05	110.90	8.30	306.06	425.26
25	8,295.18	107.09	8.02	309.87	424.98
26	7,981.45	103.23	7.73	313.73	424.69
27	7,663.82	99.33	7.44	317.63	424.40
28	7,342.24	95.38	7.14	321.58	424.10
29	7,016.65	91.38	6.84	325.59	423.80
30	6,687.01	87.32	6.54	329.64	423.50
31	6,353.27	83.22	6.23	333.74	423.19
32	6,015.38	79.07	5.92	337.89	422.88
33	5,673.28	74.86	5.61	342.10	422.57
34	5,326.93	70.60	5.29	346.36	422.25
35	4,976.26	66.29	4.96	350.67	421.92
36	4,621.23	61.93	4.64	355.03	421.60
37	4,261.78	57.51	4.31	359.45	421.27
38	3,897.86	53.04	3.97	363.92	420.93
39	3,529.41	48.51	3.63	368.45	420.59
40	3,156.37	43.92	3.29	373.04	420.25
41	2,778.69	39.28	2.94	377.68	419.90

42	2,396.31	34.58	2.59	382.38	419.55
43	2,009.17	29.82	2.23	387.14	419.19
44	1,617.22	25.00	1.87	391.96	418.83
45	1,220.38	20.13	1.51	396.83	418.47
46	818.61	15.19	1.14	401.77	418.10
47	411.84	10.19	0.76	406.77	417.72
48	-0.00	5.13	0.38	411.84	417.34
		5,014.12	375.42	15,000.00	20,389.54

Fuente: Banco de Crédito

CAPÍTULO V: ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS

5.1. Presupuesto de los costos

Según la demanda y la capacidad instalada, a continuación se presenta el presupuesto de costos proyectado a 5 años, para brindar el servicio de outsourcing de impresión a Mype del sector servicios, consultoras, estudios contables y notarias ubicadas en el distrito de La Victoria que consuman como mínimo 10,000 páginas de impresión mensual.

Tabla 19
Presupuesto de Costos Proyectado

Costos Totales	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Fijos					
Depreciación	S/ 4,611	S/ 5,472	S/ 6,409	S/ 6,787	S/ 5,030
Sueldo Operaciones y Venta	S/ 18,545	S/ 28,565	S/ 29,620	S/ 42,165	S/ 42,165
Sueldos Administrativos	S/ 18,420	S/ 18,420	S/ 19,228	S/ 19,228	S/ 19,228
Mantenimiento de equipo	S/ 550	S/ 605	S/ 678	S/ 766	S/ 881
Costos Indirectos	S/ 22,126	S/ 19,553	S/ 21,773	S/ 21,543	S/ 21,604
TOTAL COSTOS FIJOS	S/ 64,252	S/ 72,615	S/ 77,707	S/ 90,488	S/ 88,907
Costos Variables					
Suministros	S/ 54,520	S/ 59,972	S/ 67,168	S/ 75,900	S/ 87,285
TOTAL COSTO VARIABLE	S/ 54,520	S/ 59,972	S/ 67,168	S/ 75,900	S/ 87,285
TOTAL COSTO	S/118,771.68	S/132,586.54	S/144,874.94	S/166,388.48	S/176,192.03

Elaboración en base a estudio del proyecto

Para la proyección de costos se está considerando que año a año los clientes se vayan incrementando, lo que genera la mayor demanda de compra de impresoras y sus suministros correspondientes.

Adicionalmente, el proyecto se está basando en solo atender clientes con consumos mayores a 10,000 páginas de impresiones blanco y negro y 5,000 hojas de impresión a color, de esta manera con el rendimiento de cada suministro es que se proyecta la necesidad de adquirir más año a año.

Tabla 20

Rendimiento de suministros

Suministro	Rendimiento
Drum	150,000 paginas
Fusor	200,000 paginas
Toner Black	24,500 paginas
Toner Black para la color	5,000 paginas
Toner Magenta, Yelow, Cyan	5,000 paginas

Elaboración en base a ficha técnica de suministros

Para el caso de los sueldos del área de operaciones y ventas se está proyectando para el segundo año contratar al otro socio como encargado del área comercial. Por el crecimiento de los clientes que irán firmando contratos se verán en la necesidad de contratar un personal técnico más en el año 3. Teniendo así para el quinto año los siguientes trabajadores en planilla:

- Gerente General
- Encargado del área comercial
- 2 técnicos

5.2. Punto de equilibrio

Para identificar el punto de equilibrio del presente proyecto (monto mínimo de impresoras a brindar el servicio de outsourcing de impresión) es necesario identificar el precio por alquiler de la impresora.

Para el inicio de este proyecto solo ofreceremos dos modelos de impresoras, que cumplen con las características para poder atender mínimo 10,000 páginas mensuales de impresión y adicional a ello son las más comerciales en el mercado.

Tabla 21

Precio de venta unitario de la impresora monocromática XEROX B405

MONOCROMÁTICA				
	Precio	Rendimiento		
TONER	S/ 515	24,600		S/ 0.0209
DRUM	S/ 218	65,000		S/ 0.0034
FUSOR	S/ 826	200,000		S/ 0.0042
COSTO POR PÁGINA				S/ 0.0285
COSTO POR VOLUMEN	10,000	Paginas		S/ 285.29
XEROX Versalink C405	S/ 1,814	36	meses	S/ 50.38
Mantenimiento y reparación	S/ 50	3	veces	S/ 16.67
Incidencias	S/ 50	4	mensual	S/ 200.00
Backup	S/ 995	36	meses	S/ 27.63
COSTOS				S/ 579.97
Gastos Administrativos	3%			S/ 17.40
TOTAL COSTOS Y GASTOS				S/ 597.37
Margen	45%			S/ 268.82
PRECIO DE VENTA SIN IGV				S/ 866.19
IGV 18%				S/ 155.91
PRECIO DE VENTA INC IGV				S/ 1,022.10

Elaboración en base a ficha técnica de suministros y cotización de proveedores

Tabla 22

Precio de venta unitario de la impresora color XEROX Versalink C405

COLOR				
	Precio	Rendimiento		
Toner Black	S/ 309	5,000		S/ 0.0618
Toner Magenta	S /527	5,000		S/ 0.1054
Toner Yellow	S /527	5,000		S/ 0.1054
Toner Cian	S/ 527	5,000		S/ 0.1054
Drum	S /811	60,000		S/ 0.0135
Fusor	S /756	100,000		S/ 0.0076
COSTO POR PAGINA				S/ 0.3991
COSTO POR VOLUMEN	5,000	Paginas		S/ 1,995.72
XEROX Versalink C405	S/ 2,612	12	meses	S/ 217.63
Mantenimiento y reparación	S/ 50	3	veces	S/ 16.67
Incidencias	S/ 50	4	mensual	S/ 200.00
Backup	S/ 1,990	12	meses	S/ 168.00
COSTOS				S/ 2,598.02
Gastos Administrativos	3%			S/ 77.94
TOTAL COSTOS Y GASTOS				S/ 2,675.96
Margen	45%			S/ 1,204.18
PRECIO DE VENTA SIN IG V				S/ 3,880.15
IGV 18%				S/ 698.43
PRECIO DE VENTA INC IG V				S/ 4,578.57

Elaboración en base a ficha técnica de suministros y cotización de proveedores

Tabla 23

Calculo del punto de equilibrio

PRODUCTO	MONO	COLOR	TOTAL
Precio de Venta Unitario	S/ 836	S/ 3,746	
Costo Variable Unitario	S/ 597	S/ 2,676	
Margen de Contribución Unitario	S/ 239	S/ 1,070	
% de participación	70%	30%	
MC Ponderado	S/ 167	S/ 321	S/ 488
Costo Fijo	S/	5,218	
Punto de Equilibrio General		11	
Punto de Equilibrio por máquina	7	4	

Elaboración en base al método de margen de contribución

Se ha determinado como punto de equilibrio que se debe alquilar 7 máquinas monocromáticas y 4 a color, para a partir de ahí generan ganancias para el proyecto.

5.3. Estado de ganancias y perdidas

Tabla 24

Estado de ganancias y pérdidas proyectado

	2019	2020	2021	2022	2023
Ingresos	S/ 132,699	S/ 152,604	S/ 167,864	S/ 193,494	S/ 208,606
Costo de Ventas	S/ 69,976	S/ 75,719	S/ 83,894	S/ 105,637	S/ 117,630
Utilidad Bruta	S/ 62,723	S/ 76,885	S/ 83,970	S/ 87,857	S/ 95,213
Gastos de Operación	S/ 55,796	S/ 63,048	S/ 67,779	S/ 68,229	S/ 66,788
Utilidad Operativa	S/ 6,927	S/ 13,837	S/ 16,191	S/ 19,628	S/ 24,188
Gastos Financieros	S/ 5,156	S/ 5,121	S/ 5,080	S/ 5,032	S/ -
Utilidad Antes de Impuestos	S/ 1,771	S/ 8,716	S/ 11,111	S/ 14,596	S/ 24,188
Impuestos a la Renta	S/ 177	S/ 872	S/ 1,111	S/ 1,460	S/ 2,419
Utilidad Neta	S/ 1,594	S/ 7,845	S/ 10,000	S/ 13,136	S/ 21,769

Elaborado en base a estudio del proyecto

5.4. Presupuesto de ingresos

Tabla 25

Presupuesto de ingresos por ventas

PRESUPUESTO DE VENTAS	2019	2020	2021	2022	2023
SOI MONOCROMÁTICA	S/ 35,594	S/ 40,933	S/ 45,026	S/ 52,230	S/ 57,453
SOI COLOR	S/ 97,105	S/ 111,671	S/ 122,838	S/ 141,264	S/ 151,152
INGRESOS POR VENTAS	S/ 132,699	S/ 152,604	S/ 167,864	S/ 193,494	S/ 208,606

Elaborado en base a estudio del proyecto

5.5. Flujo de Caja proyectado

Tabla 26

Flujo de caja económico y financiero proyectado

FLUJO DE CAJA ECONÓMICO						
		2019	2020	2021	2022	2023
INGRESOS	S/ -	S/ 143,920	S/ 156,901	S/ 172,781	S/ 192,696	S/ 208,906
Ingreso por ventas		S/ 125,296	S/ 141,585	S/ 155,743	S/ 173,603	S/ 187,123
Credito Fiscal		S/ 18,623	S/ 15,316	S/ 17,038	S/ 19,092	S/ 21,783
EGRESOS	S/ 22,421	S/ 134,277	S/ 147,605	S/ 161,293	S/ 185,112	S/ 200,083
Inversión	S/ 22,421					
Costo de Ventas		S/ 77,527	S/ 84,026	S/ 93,198	S/ 116,150	S/ 129,720
Gastos Operativos		S/ 56,057	S/ 62,195	S/ 66,476	S/ 66,999	S/ 67,944
Impuesto a la renta		S/ 693	S/ 1,384	S/ 1,619	S/ 1,963	S/ 2,419
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-S/ 22,421	S/ 9,642	S/ 9,296	S/ 11,488	S/ 7,584	S/ 8,823
FLUJO DE CAJA FINANCIERO						
Ingresos de Financiamiento	S/ 15,000					
Egresos de financiamiento		S/ 4,641	S/ 4,609	S/ 4,572	S/ 4,529	S/ -
Amortización		S/ 2,961	S/ 3,434	S/ 3,984	S/ 4,621	S/ -
Intereses		S/ 2,196	S/ 1,687	S/ 1,096	S/ 411	S/ -
Ahorro fiscal		S/ 516	S/ 512	S/ 508	S/ 503	S/ -
FLUJO DE FINANCIAMIENTO	S/ 15,000	-S/ 4,641	-S/ 4,609	-S/ 4,572	-S/ 4,529	S/ -
Ingresos Totales	S/ 15,000	S/ 143,920	S/ 156,901	S/ 172,781	S/ 192,696	S/ 208,906
Egresos Totales	S/ 22,421	S/ 138,918	S/ 152,214	S/ 165,865	S/ 189,641	S/ 200,083
FLUJO DE CAJA TOTAL	-S/ 7,421	S/ 5,002	S/ 4,687	S/ 6,917	S/ 3,055	S/ 8,823

Elaborado en base a estudio del proyecto

5.6. Balance general

Tabla 27

Balance General Proyectado 2019

Balance General Proyectado al 31 de diciembre 2019	
Activo	
Activo Corriente	
Efectivo	S/ 2,812.47
Cuentas por cobrar	S/ 7,402.83
Total Activo Corriente	S/ 10,215.30
Activo no Corriente	
Activos Fijos	S/ 14,210.00
Total Activo No Corriente	S/ 14,210.00
Activo Total	S/ 24,425.30
Pasivo y Patrimonio	
Pasivo Corriente	
Préstamo a CP	S/ 5,121.02
Total pasivo corriente	S/ 5,121.02
Pasivo No Corriente	
Préstamo a LP	S/ 10,112.03
Impuestos	S/ 177.08
Total pasivo no corriente	S/ 10,289.11
Pasivo Total	S/ 15,410.13
Capital Social	S/ 7,421.42
Utilidad del Ejercicio	S/ 1,593.74
Patrimonio Neto	S/ 9,015.16
Pasivo y Patrimonio	S/ 24,425.30

Elaborado en base a estudio del proyecto

CAPÍTULO VI: EVALUACIÓN

6.1. Evaluación Económica, Parámetros de Medición

6.1.1. Tasa de descuento o costo promedio de capital

La tasa de descuento utilizada es de 20%, de acuerdo a la industria de servicios de outsourcing de impresión, que corresponde al porcentaje de ganancia anual obtenido, como resultado de las ventas realizadas.

- COK: 20%

El inversionista no aceptará una tasa de rentabilidad inferior a 20%.

- Cálculo del WACC:

El costo promedio ponderado o WACC (Weighted Average Cost of Capital) es la tasa de descuento que mide el costo de capital, entendido éste, como una medida ponderada entre la proporción de recursos propios (capital propio K_e) y la proporción de recursos de terceros a la empresa (deuda K_d).

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

Tabla 28
Calculo del WACC

CPPK	Costo Promedio Ponderado de Capital	17.65%
D	Deuda	12,039.37
E	Capital propio	7,421
Kd	Costo de la deuda	18%
Tx	Imposición fiscal	10%
Kproy	Costo del Capital propio	20%

Elaborado en base a estudio del proyecto

Por lo tanto, al reemplazar las variables con los datos del proyecto tenemos que el costo promedio ponderado de capital o WACC es 17.65%

6.1.2. Valor actual neto económico VANE

EL VANE mide la rentabilidad económica del proyecto en base al flujo de caja económico proyectado del proyecto.

Por tanto, para el proyecto se obtuvo que el VANE asciende a S/ 5,921 soles, lo que significa que el proyecto es rentable.

Tabla 29
Cálculo del VANE

	Año 0	2019	2020	2021	2022	2023
Flujo económico	-S/ 22,421	S/ 9,642	S/ 9,296	S/11,488	S/ 7,584	S/ 8,823
COK =	20%					
VANE =	S/ 5,921					

Elaborado en base a estudio del proyecto

6.1.3. Tasa interna de retorno económico TIRE

En la evaluación de TIRE del proyecto “GPC S.A.C.” se pudo identificar que el valor obtenido al aplicar la función TIRE es de 31.79%, lo que significa que es factible realizar el proyecto, dado que la TIRE (31.79%) es mayor que el COK 20%

Tabla 30
Calculo del TIRE

	Año 0	2019	2020	2021	2022	2023
Flujo económico	-S/ 22,421	S/ 9,642	S/ 9,296	S/11,488	S/ 7,584	S/ 8,823
TIRE =	31.79%					

Elaborado en base a estudio del proyecto

6.1.4. Coeficiente beneficio costo económico

El ratio de Beneficio/Costo del proyecto GPC S.A.C. es de 1.012, lo que significa que el proyecto recupera 1.012 soles por cada 1.00 sol

invertido. El ratio B/C económico es mayor a 1, lo que indica que el proyecto es rentable.

6.1.5. Periodo de recuperación de la inversión

En el proyecto GPC S.A.C. se identificó que el PR de la inversión económica es en el quinto año de vida útil del proyecto.

6.2. Evaluación Financiera, Parámetros de Medición

6.2.1. Valor actual neto económico VANF

El VANF para la empresa GPC S.A.C. es de S/ 9,024 soles, lo que significa que el proyecto es rentable.

Tabla 31
Cálculo del VANF

	Año 0	2019	2020	2021	2022	2023
Flujo financiero	-S/ 7,421	S/ 5,002	S/ 4,687	S/ 6,917	S/ 3,055	S/ 8,823
COK =	20%					
VANF =	S/ 9,024					

Elaborado en base a estudio del proyecto

6.2.2. Tasa interna de retorno económico TIRF

En la evaluación de TIRF del proyecto “GPC S.A.C.” se pudo identificar que el valor obtenido al aplicar la función TIRF es de 65.05%, lo que significa que es factible realizar el proyecto, dado que la TIRF (65.05%) es mayor que el COK 20%

Tabla 32
Calculo del TIRF

	Año 0	2019	2020	2021	2022	2023
Flujo financiero	-S/ 7,421	S/ 5,002	S/ 4,687	S/ 6,917	S/ 3,055	S/ 8,823
TIRF =	69.05%					

Elaborado en base a estudio del proyecto

6.2.3. Coeficiente beneficio costo económico

El ratio de Beneficio/Costo del proyecto GPC S.A.C. es de 1.018, lo que significa que el proyecto recupera 1.018 soles por cada 1.00 sol invertido. El ratio B/C financiero es mayor a 1, lo que indica que el proyecto es rentable.

6.2.4. Periodo de recuperación de la inversión

En el proyecto GPC S.A.C. se identificó que el PR de la inversión financiera es en el tercer año de vida útil del proyecto.

6.3. Evaluación Social

La empresa GPC S.A.C. tiene como finalidad brindar un servicio optimo, a un precio accesible, brindándole al cliente las condiciones adecuadas para el servicio de outsourcing de impresión.

Lo que busca el proyecto es darles a los clientes un parque de impresiones que satisfaga todas sus necesidades, generándoles ahorro de tiempo es actividades secundarias y se puedan enfocar en el core business de la empresa, asimismo generarle al cliente ahorro en sus costos de impresión.

Al implementar la empresa GPC S.A.C. se está generando puestos de trabajo a personas que necesitan un ingreso monetario para su familia, brindándoles los beneficios de ley a los que esta acogida la empresa.

6.4. Impacto Ambiental

En la actualidad, una de las preocupaciones más importantes en las compañías es tener un equilibrio entre la rentabilidad del proyecto y el impacto que este genere para lograrlo.

En GPC S.A.C. contribuimos a la reducción del impacto ambiental, debido que, al contratar el servicio de outsourcing de impresión el cliente contribuye a la reducción de la huella de carbono, el uso de papel y gastos de insumos.

Asimismo, GPC S.A.C. se encarga del recojo de los suministros y llevarlos a los almacenes finales, para así no contribuir a la contaminación del aire, dado que los residuos del tóner son perjudiciales a largo plazo, para la salud del ser humano y el medio ambiente.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

Las conclusiones para este plan de negocios son las siguientes:

- La oportunidad de negocio en el rubro de servicio de outsourcing de impresión es atractiva, debido a que la rentabilidad del proyecto es segura, dado que ofrece un TIRE (34.56%) mayor a la tasa del costo de oportunidad COK (8.41%), respaldado por el VANE que presenta S/ 18,689 soles, en la evaluación financiera arroja resultados favorables para el proyecto, ofreciendo un TIRF de 63.70% y un VANF de S/ 18,146 soles.
- El haberse acogido a la Ley Mype ha sido favorable para el proyecto, dado que GPC S.A.C. paga un impuesto a la renta del 10% al no superar las 15UIT, es beneficioso porque queda un mayor margen de utilidad para la empresa; en el aspecto laboral a sido oportuno contar este beneficio ya que permite a la empresa a no pagar beneficios sociales, sin incurrir en faltas en contra de los colaboradores.
- El estudio de mercado determino que existe una demanda a insatisfecha de 3,910 Mype que no cuenta con el servicio de outsourcing de impresión, teniendo como estrategia de posicionamiento la diferenciación en precios, ofreciéndoles un servicio de bajo costo, sin dejar de lado la rentabilidad del proyecto.
- La empresa GPC S.A.C. estará ubicada en el distrito de La Victoria, desde este punto estratégico se pretende captar el 0.50% de la demanda insatisfecha (20 Mype en el año 1).

- Para este proyecto se requiere una inversión inicial de S/ 22,421 soles, dicha inversión será cubierta un 33% con capital propio y un 67% con financiamiento del Banco de Crédito del Perú, si bien es cierto no se requiere un alto aporte de capital propio se decidió trabajar con un financiamiento para obtener mayor rentabilidad.
- Para la evaluación financiera se consideró los ingresos y egresos de los dos flujos de caja, obteniendo resultados positivos los cuales justifican la viabilidad del proyecto.
- El impacto ambiental juega un papel importante para este proyecto, debido a que el servicio de outsourcing de impresión es considerado como una fuente para la reducción de la huella de carbono, lo que hace que más empresas contraten este servicio.
- Para finalizar la empresa no solo busca enriquecerse a ella misma, sino también se preocupa por el entorno social en el que se encuentra, brindándoles puestos de trabajo con beneficios sociales de acuerdo a la Ley Mype.

7.2. Recomendaciones

Las recomendaciones a considerar para el plan de negocios son:

- Implementar el plan de negocio del servicio de outsourcing de impresión exclusivamente a empresas que tengan como mínimo una demanda mensual de 10,000 impresiones a blanco y negro y 5,000 impresiones a colores.

- Aprovechar la demanda insatisfecha que existe en el mercado con proyecciones de crecimiento continuo.
- Adquirir los equipos de impresión en el momento oportuno, a fin de no generar pérdidas a la empresa, con equipos que aún no van a ser colocados en los clientes.
- Tener un cronograma de compra de suministros (toner, drum, fusor) para los clientes que ya tienen contrato, de esta manera se podrá aprovechar algunas ofertas que tienen los proveedores.
- El proyecto debe tener un seguimiento continuo hacia sus clientes, para fidelizarlos y de esta manera poder facilitar la renovación de los contratos.
- Capacitar continuamente al personal técnico sobre los nuevos modelos de impresoras que ingresan al mercado.
- Cumplir con los procedimientos establecidos para la instalación de equipos y atención de incidencias, de esta manera se podrá identificar las debilidades del proceso y al mismo tiempo realizar una mejora continua, a fin de no incurrir en gastos innecesarios.

REFERENCIAS

1. Banco Mundial . (03 de Abril de 2018). *El Banco Mundial en Perú*.
Obtenido de <http://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview>
2. Diario Gestión. (27 de Agosto de 2018). *Perú es el tercer mejor país para hacer negocios en la región*. Obtenido de <https://archivo.gestion.pe/noticia/283455/peru-tercer-mejor-pais-hacer-negocios-region?ref=gesr>
3. INEI. (03 de Agosto de 2018). *Comportamiento de los indicadores de mercado laboral a Nivel Nacional*. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/03-informe-tecnico-n03_empleo-nacional_abr-may-jun2018.pdf
4. INEI. (Junio de 2018). *INFORME TÉCNICO Estadísticas Ambientales*.
Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/08-informe-tecnico-n08_estadisticas-ambientales-jul2018.pdf
5. Perú Retail. (09 de Agosto de 2017). *Las Pymes son el 96.5% de las empresas que hay en Perú*. Obtenido de <https://www.peru-retail.com/pymes-empresas-peru/>
6. Semana Económica . (27 de Noviembre de 2017). *Digitalización: Las tendencias de las que no escapará el Perú*. Obtenido de <http://semanaeconomica.com/article/sectores-y-empresas/tecnologia/255468-las-tendencias-tecnologicas-de-las-que-no-escapara-el-peru/>