



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

**FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PANELES DE  
PUBLICIDAD IMPACTO PANELS GROUP**

**PRESENTADO POR  
EDUARDO HEINZ WIELAND MONTOYA**

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

**LIMA – PERÚ**

**2020**



**CC BY-NC-ND**

**Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada**

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

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



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

***FABRICACION Y COMERCIALIZACION DE PANELES  
DE PUBLICIDAD IMPACTO PANELS GROUP***

**Presentado por:**

**Bachiller: Eduardo Heinz Wieland Montoya**

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

**Lima - Perú**

**2020**

***Agradecimiento:***

*“Agradezco a las experiencias buenas y malas que me han permitido ser la persona que soy. A todas las personas que agregan valor en mi vida”.*

***Dedicatoria:***

*“A mi padre Julio Wieland y mi madre Gissela Montoya, por enseñarme a ser una buena persona y apoyarme con lo necesario para cumplir mis metas”.*

## ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO .....	10
ESTRUCTURA DEL PLAN .....	12
CAPÍTULO 2: ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES .....	14
2.1. Nombre o razón social .....	14
2.2. Actividad Económica.....	14
2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial .....	15
2.3.1 Ubicación geográfica.....	15
2.3.2 Factibilidad Municipal y Sectorial .....	17
2.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha .....	18
2.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa característicos.....	19
2.6. Estructura Orgánica .....	19
2.7. Cuadro de asignación de personal. ....	25
2.8. Forma Jurídica Empresarial .....	26
2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI .....	27
2.10. Requisitos y Trámites Municipales.....	30
2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades.....	33
2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME). ....	34
2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral. ....	35
2.14. Modalidades de Contratos Laborales.....	36
2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas .....	38
CAPÍTULO III: ESTUDIO DE MERCADO .....	39
3.1. Descripción del Entorno del Mercado .....	39
3.1.1 Macro Entorno.....	39
3.1.1.1 Factor Demográfico .....	39
3.1.1.2 Factor Económico .....	41
3.1.1.3 Factor Socio Cultural .....	42
3.1.1.4 Factor Político Legal .....	42
3.1.1.5 Factor tecnológico.....	43
3.1.2 Micro entorno .....	44
3.1.2.1 Competidores en el sector industrial.....	44
3.1.2.2 Proveedores .....	45

3.1.2.3 Compradores .....	46
3.1.2.4 Sustitutos .....	46
3.1.2.5 Competidores potenciales .....	47
3.1.3 Estrategias básicas de Porter .....	47
3.2. Ámbito de acción del negocio .....	48
3.3. Descripción del bien o del servicio.....	54
3.4. Estudio de la demanda .....	58
3.5. Estudio de la oferta .....	61
3.6. Determinación de la demanda insatisfecha.....	64
3.7. Proyecciones y provisiones para comercializar .....	66
3.8. Descripción de la política comercial.....	69
3.8.1 Precio.....	69
3.8.2 Plaza .....	70
3.8.3 Promoción.....	71
3.9. Cuadro de la demanda proyectada para el negocio.....	71
CAPÍTULO IV: ESTUDIO TÉCNICO .....	73
4.1. Tamaño del negocio, Factores determinantes.....	73
3.2. Proceso y Tecnología.....	75
4.2.1. Descripción y diagrama de los procesos .....	77
4.2.2. Capacidad instalada y operativa .....	82
4.2.3. Cuadro de requerimientos de bienes de capital, personal e insumos ...	83
4.2.4. Infraestructura y características físicas.....	87
4.3. Localización del negocio, Factores determinantes .....	88
CAPÍTULO V: ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO .....	91
5.1. Inversión Fija .....	91
5.1.1. Inversión Tangible.....	91
5.1.2. Inversión Intangible.....	94
5.2. Capital de Trabajo.....	94
5.3. Inversión Total.....	95
5.4. Estructura de la inversión y financiamiento .....	96
5.5. Fuentes Financieras.....	97
5.6. Condiciones de Crédito.....	98
CAPÍTULO VI: ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS .....	101
6.1. Presupuesto de los costos.....	101

6.2. Punto de equilibrio.....	103
6.3. Estado de ganancias y perdidas .....	103
6.4. Presupuesto de ingresos .....	106
6.5. Presupuesto de egresos .....	107
6.6. Flujo de Caja proyectado .....	110
6.7. Balance general.....	111
CAPÍTULO VII: EVALUACIÓN .....	112
7.1. Evaluación Económica, Parámetros de Medición .....	112
7.2. Evaluación Financiera, Parámetros de Medición .....	114
7.3. Evaluación Social .....	115
7.4. Impacto Ambiental .....	116
CAPÍTULO VIII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	117
8.1. Conclusiones.....	117
8.2. Recomendaciones .....	119
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS .....	121
ANEXOS.....	124
Anexo 1: Formulario de reserva de nombre.....	124
Anexo 2: Solicitud de registro de marca de forma presencial .....	125
Anexo 3: Formato de Registro de contribuyente .....	126
Anexo 4: Solicitud de constitución de empresa .....	127
Anexo 5: Matriz Ambiental .....	128

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1: Evaluación de factores sobre ubicación de la empresa.....	16
Tabla N° 2: Ubicación Geográfica .....	16
Tabla N° 3: Perfil y Funciones “Gerente General” .....	20
Tabla N° 4: Perfil y Funciones “Gerente Administrativo” .....	21
Tabla N° 5: Perfil y Funciones “Gerente Producción” .....	21
Tabla N° 6: Perfil y Funciones “Operario” .....	22
Tabla N° 7: Perfil y Funciones “Gerente de Marketing” .....	22
Tabla N° 8: Perfil y Funciones “Diseñador” .....	23
Tabla N° 9: Perfil y Funciones “Gerente de Ventas” .....	24
Tabla N° 10: Perfil y Funciones “Vendedor” .....	24
Tabla N° 11: Cuadro de asignación de personal (Expresado en soles).....	25
Tabla 12.- Cuadro comparativo de los cuatro regímenes.....	33
Tabla N° 13.- Diferencia entre la Micro empresa y Pequeña empresa .....	36
Tabla N° 14: Cuadro Comparativo de Modalidades de Contrato .....	37
Tabla N° 15: Empresas por rubros en el distrito de Miraflores.....	40
Tabla N° 16: Listado de Proveedores .....	45
Tabla N° 17: Análisis Foda .....	52
Tabla N° 18: Restaurantes con carne de sanidad en Miraflores.....	59
Tabla N° 19: Proyección de restaurantes en Miraflores.....	59
Tabla N° 20: Demanda total de paneles publicitarios por los restaurantes .....	60
Tabla N° 21: Demanda total en soles de paneles publicitarios por los restaurantes.....	60
Tabla N° 22: Nuevas licencias de construcción .....	61
Tabla N° 23: Agencias de publicidad más reconocidas en Perú .....	63
Tabla N° 24: Presupuesto de ventas para la empresa.....	69
Tabla N° 25: Demanda proyectada para el primer año del negocio.....	71
Tabla N° 26: Demanda proyectada de 5 años del negocio.....	72
Tabla N° 27: Proyección de demanda insatisfecha .....	74
Tabla N° 28: Tamaño del negocio.....	75
Tabla N° 29: Estaciones y actividades del negocio.....	75
Tabla N° 30: Producción a pedido.....	76
Tabla N° 31: Calculo de la capacidad instalada .....	82

Tabla N° 32: Proyección de la capacidad ocupada y ociosa .....	83
Tabla N° 33: Requerimientos para el área de producción.....	84
Tabla N° 34: Requerimientos para el área administrativa.....	85
Tabla N° 35: Requerimientos para el almacén .....	86
Tabla N° 36: Evaluación de factores de localización del negocio .....	89
Tabla N°37: Inversión tangible .....	91
Tabla N° 38: Inversión tangible .....	94
Tabla N° 39: Capital de trabajo.....	95
Tabla N° 40: Inversión total .....	95
Tabla N°41: Financiamiento del negocio .....	96
Tabla N° 42: Financiamiento del negocio Resumen .....	97
Tabla Nª 43: Condiciones de crédito.....	98
Tabla N° 44: Tabla de amortización de la deuda .....	99
Tabla N° 45: Costo fijo Unitario .....	101
Tabla N° 46: Costo variable Unitario.....	102
Tabla N°47: Costo total Unitario.....	102
Tabla N° 48: Punto de equilibrio.....	103
Tabla N° 49: Estado de Ganancias y Pérdidas del primer año.....	104
Tabla N° 50: Estado de Ganancias y Pérdidas proyectado .....	105
Tabla N° 51: Presupuesto de ingresos .....	106
Tabla N°52: Proyección del presupuesto de ingresos proyectado.....	106
Tabla N°53: Presupuesto de egresos .....	107
Tabla N° 54: Proyección del presupuesto de egresos.....	108
Tabla N° 55: Flujo de caja proyectado .....	110
Tabla N° 56: Balance general de IMPACTO PANELS GROUP .....	111
Tabla N° 57: Evaluación económica .....	112
Tabla N° 58: Calculo del COK y WACC.....	112
Tabla N° 59: Calculo del Periodo de recuperación .....	113
Tabla N° 60: Cálculo del Ratio Costo - Beneficio .....	114
Tabla N° 61: Evaluación Financiera.....	114

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Pasos para la constitución de una nueva empresa .....	14
Figura N° 3: Mapa de Zonificación de la Zona de Cercado de Lima .....	17
Figura N° 4: Organigrama de IMPACTO PANELS GROUP .....	20
Figura N° 5: Tipo de sociedades .....	26
Figura N° 6: Presentación del Logo e IMPACTO MEDIA GROUP.....	29
Figura N° 7.- Conceptos a incluir al PDT-PLAME .....	35
Figura N° 8: Ubicación del distrito Miraflores.....	39
Figura N° 9: Datos estadísticos del distrito Miraflores .....	40
Figura N° 10: Logo de la marca .....	48
Figura N° 11: Matriz de posicionamiento o ubicación de marca .....	51
Figura N° 12: Estrategia de posicionamiento .....	52
Figura N° 13: Memoria Descriptiva #1 .....	54
Figura N° 14: Memoria descriptiva #2.....	56
Figura N° 15: Panel con letras volumétricas .....	58
Figura N° 16: Panel con lona tensada.....	58
Figura N° 17: Ubicación de Galería Wilson.....	61
Figura N° 18: Proyección de la demanda insatisfecha .....	74
Figura N° 20: Flujograma de corte según el diseño .....	78
Figura N° 21: Flujograma de fabricación de estructura .....	79
Figura N° 22: Flujograma de acabados de estructura.....	80
Figura N° 23: Flujograma de proceso de instalación .....	81
Figura N° 24: Layout de las instalaciones de la empresa .....	87

## RESUMEN EJECUTIVO

En el proceso de emprender todo negocio, se tiene que seguir ciertos pasos para realizar una inversión inteligente, este conlleva desde la identificación de la necesidad del usuario hasta realizar el servicio post venta, entre otros.

El temor del emprendedor y/o empresario es perder el dinero invertido., para esto, se realiza una planificación de todas las actividades que realizara en las empresas. El corazón del negocio son las ventas, algunas empresas cuentan con un excelente producto y/o servicio, pero no disponen de vendedores calificados para el puesto, o viceversa.

Algunas de las medidas a tomarse cuando se desea aumentar las ventas son: Aplicar descuentos o lanzar promociones, posicionar el producto en nuevos puntos de venta, contactarse con intermediarios que pueden distribuir el producto y/o servicio y así tener mayor alcance de nuestro negocio, entre otros.

En la búsqueda de nuevas opciones de inversión publicitaria, el empresario encuentra la alternativa de promocionarse con paneles publicitarios, un medio el cual cuenta con un gran alcance al público y permite posicionarse en la mente de los clientes. Este tipo de paneles pueden estar ubicados en las vías públicas, fachada de locales comerciales, tiendas y lugares cercanos.

Es por eso que surge esta idea de negocio, a través de nuestros servicios, permite a las empresas aumentar sus ventas con la atracción de nuevos clientes, alcanzar mayor posicionamiento en el mercado, desarrollar campañas de fidelización, entre otros. Mientras mejor resulte la inversión del cliente en los paneles, mejor nos ira a nosotros como empresa porque seguirán contratando nuestros servicios, y posteriormente se logrará alcanzar una recomendación boca a boca.

El alcance de nuestros negocios es la fabricación y comercialización de paneles publicitarios en interiores y exteriores, desarrollados con diferentes

materiales dependiendo la necesidad del cliente. Estos, pueden ser de metal, madera, acrílico, pvc y el material impreso puede ser banner o vinil; a la misma vez, estos pueden contar con iluminación, todo depende de la necesidad que quiere cubrir el cliente, la ubicación y el monto que está dispuesto a invertir.

## **ESTRUCTURA DEL PLAN**

La empresa IMPACTO PANELS GROUP enfocará sus esfuerzos en ser una empresa de publicidad especializada en paneles publicitarios, brindando soluciones de imagen en los locales comerciales de las empresas, principalmente de restaurantes en el distrito de Miraflores, Lima – Perú.

Mediante el plan de negocios, se ha determinado la viabilidad de la idea de negocio en el mercado. Este, tendrá la siguiente estructura:

En el capítulo 1, descripción de la estructura general del plan de negocios, se describirá la estructura del plan de negocios y el producto a comercializar.

En el capítulo 2, organización y aspectos legales, se detallará la forma de organización empresarial que tendrá la empresa y los requerimientos legales necesarios para su formación.

En el capítulo 3, estudio de mercado, se analizará la oferta y demanda existente en el rubro de publicidad operativa, analizando los datos recopilados para la toma de decisiones.

En el capítulo 4, estudio técnico, se realizará un análisis del proceso de producción del bien considerando los factores proceso y tecnología, tamaño y localización.

En el capítulo 5, estudio de la inversión y financiamiento, se identificará los recursos necesarios para el funcionamiento del negocio, desde la fase pre-operativa y operativa.

En el capítulo 6, estudio de los costos, ingresos y egresos, se detallará la estructura de costos, se señalará los futuros ingresos y egresos del negocio para el periodo de tiempo de 5 años.

En el capítulo 7, evaluación, se analizará la estructura económica y financiera a través de indicadores que determinarán la viabilidad del negocio.

En el capítulo 8, conclusiones y recomendaciones, se realizará un resumen capítulos anteriores y la data obtenida en estas.

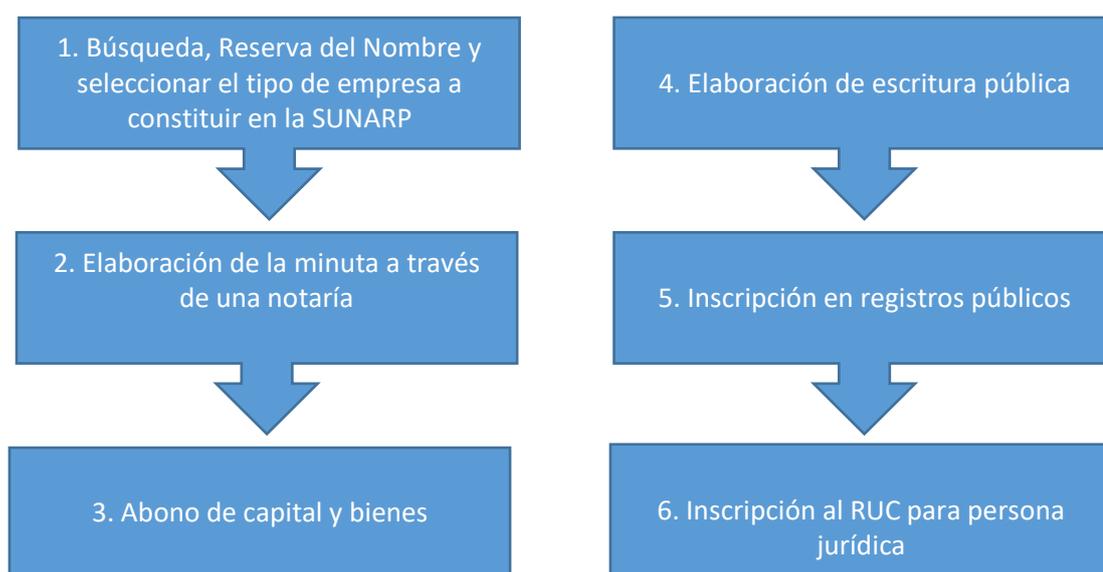
## CAPÍTULO 2: ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

### 2.1. Nombre o razón social

El nombre o razón social para el plan de negocios es IMPACTO PANELS GROUP, es un negocio el cual desea generar un alto impacto y recordación en la mente del público en general. El nombre es de fácil pronunciación y escritura.

Los pasos para hacer el registro del nombre de la empresa son: 1. Búsqueda, Reserva del Nombre y seleccionar el tipo de empresa a constituir en la SUNARP (Superintendencia Nacional de los Registros Públicos). 2. Elaboración de la minuta a través de una notaría. 3. Abono de capital y bienes 4. Elaboración de escritura pública 5. Inscripción en registros públicos 6. Inscripción al RUC para persona jurídica. (Diario Correo, 2020)

Figura N° 1: Pasos para la constitución de una nueva empresa



Fuente: Elaboración propia en base a Diario El Correo

### 2.2. Actividad Económica

Según la clasificación Industrial Internacional Uniforme de actividades económicas (CIIU), la actividad económica de la empresa, al fabricar y

comercializar paneles publicitarios en interiores y exteriores, corresponde a la clase 7310 – Publicidad.

La misma CIIU comprende las siguientes actividades:

- Creación y colocación de anuncios de publicidad al aire libre; por ejemplo, mediante carteles, tableros, boletines y carteleras, decoración de escaparates, diseño de salas de exhibición, colocación de anuncios en automóviles y autobuses, etcétera;
- Alquiler de espacios de publicidad en vallas publicitarias
- Creación de puestos y otras estructuras y lugares de exhibición.
- Realización de campañas de comercialización y otros servicios de publicidad dirigidos a atraer y retener clientes

## 2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

### 2.3.1 Ubicación geográfica

La ubicación definitiva de las instalaciones de la empresa se realizó tras un análisis cualitativo ponderado o por sus siglas en inglés (QFR), se realizó un comparativo de 3 opciones, las cuales cada una corresponde a un distrito en la cual se podría operar. La primera opción se enfoca en el distrito de Cercado de Lima, la segunda es el distrito de La Victoria, y por último el distrito de Miraflores.

Mediante la calificación de los siguientes factores, se llegó a la siguiente conclusión:

Calificación de los factores:

1. = Muy malo
2. = Malo
3. = Regular
4. = Bueno
5. = Muy bueno

Tabla N°1: Evaluación de factores sobre ubicación de la empresa

Factores de localización	Ponderación del valor	Puntaje del factor para cada localización					
		Escala	Cercado Lima / Valor	Escala	La Victoria	Escala	Miraflores
Mano de obra	10%	4	0.4	2	0.2	1	0.1
Valor de alquiler	15%	4	0.6	4	0.6	1	0.15
Proximidad de Proveedores	25%	5	1.25	3	0.75	1	0.25
Accesos	10%	3	0.3	3	0.3	3	0.3
Seguridad	15%	3	0.45	2	0.3	5	0.75
Servicios publicos	5%	4	0.2	4	0.2	5	0.25
Licencia de funcionamiento	10%	3	0.3	3	0.3	1	0.1
Cercanía con clients	10%	2	0.2	2	0.2	5	0.5
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>28</b>	<b>3.7</b>	<b>23</b>	<b>2.85</b>	<b>22</b>	<b>2.4</b>

Fuente: Elaboración Propia

Dentro de los factores más relevantes para determinar la ubicación de la empresa, es la proximidad con los proveedores y el valor de alquiler; en estos casos, la alternativa ubicar el local en el distrito de Cercado de Lima, tiene una mayor ponderación ya que los proveedores de la empresa están ubicados en el mismo distrito, el cual facilita el desarrollo de las actividades productivas por disponer de material en el tiempo adecuado y reducir los costes referidos al flete. A la misma vez, el costo del alquiler es adecuado para desarrollar las funciones de la empresa.

Por lo tanto, las oficinas administrativas y el taller de producción estarán ubicadas en el distrito de Cercado de Lima, exactamente en Jr. Felipe Yofre 2821, Elio – Cercado de Lima debido a que se encuentra estratégicamente cerca al centro de Lima.

Tabla N° 2: Ubicación Geográfica

Ubicación Exacta	<a href="https://goo.gl/maps/FG4gfsLsJU3qezoJA">https://goo.gl/maps/FG4gfsLsJU3qezoJA</a>
Departamento	Lima

Distrito	Cercado de Lima
Dirección	Jr. Felipe Yofre 2821 – Elio

Fuente: Elaboración Propia

Figura N° 2: Ubicación geográfica del local



Fuente: Elaboración Propia en base a Google Maps

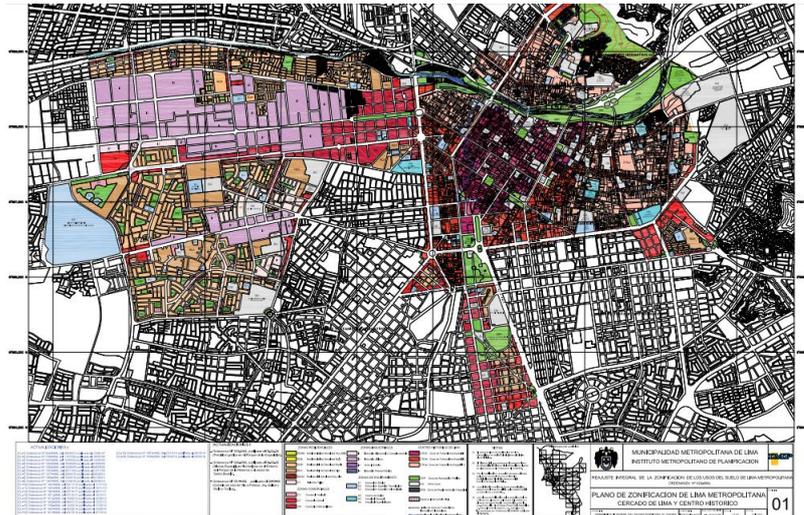
### 2.3.2 Factibilidad Municipal y Sectorial

Para el funcionamiento de la empresa, es necesario de un taller amplio y una oficina administrativa, es por ello que se ha evaluado la factibilidad Municipal y Sectorial del distrito Cercado de Lima. Esta,

- Factibilidad Sectorial

La Municipalidad de Lima menciona los requisitos básicos para que una empresa pueda ejercer sus funciones dentro del distrito. Esta cuenta con una zonificación residencial, comercial e industrial. Como consecuencia, la empresa puede desarrollarse en una zonificación comercial o industrial.

Figura N° 1: Mapa de Zonificación de la Zona de Cercado de Lima



Fuente: Municipalidad de Lima

El layout para IMPACTO PANELS GROUP, contará con un área total de 128 m<sup>2</sup>, la distribución de esta será para una oficina administrativa de 20 m<sup>2</sup> el cual también se recibirán a los clientes, y lo restante será distribuido entre el taller, almacén, zona de embarque, entre otros.

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

A continuación, se presentará la misión, visión y principios de la empresa IMPACTO PANELS GROUP:

- Misión: Colaborar con aumentar las ventas de nuestros clientes
- Visión: Ser reconocido como una empresa de publicidad con alto grado de innovación

Objetivos:

- Contar con procedimientos integrados en el área de Operaciones para obtener los productos a ofrecer en la menor cantidad de tiempo y con la mayor calidad.
- Desarrollar acuerdos comerciales con clientes potenciales para el desarrollo integral de sus campañas de marketing, brindando un servicio total.

- Alcanzar una fidelización de clientes y se pueda generar marketing de recomendación hacia nuevos clientes.

Principios:

- Innovación: Se busca innovar en nuevos procesos de fabricación
- Proactividad: Anticipar actividades y estar dispuestos a colaborar con los requerimientos que se desarrollan
- Honestidad: Ser honestos con los trabajadores y con las personas que estén en contacto.

## 2.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa característicos.

La empresa IMPACTO PANELS GROUP se acogerá al régimen de micro y pequeña empresa, considerando la principal característica que el volumen de ventas no excederá las 1700 UIT (S/ 7,310,000.00 soles) y no será menor a 150 UIT (S/ 645,000.00 soles) , debido a ello, la empresa puede acogerse al régimen laboral especial. Con respecto a los libros contables, la pequeña empresa se encuentra obligada a llevar un registro de ventas, un registro de compras y libro diario de formato simplificado como mínimo.

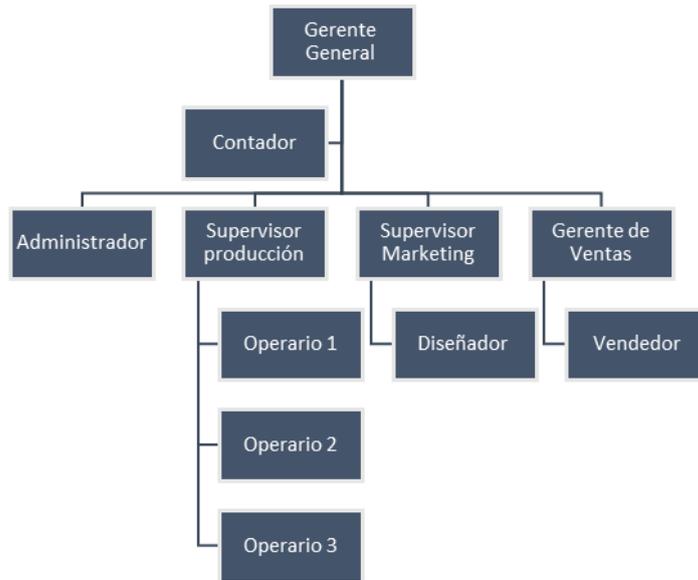
Para poder registrarse nuestra empresa ya debe contar con los siguientes requisitos:

- N° RUC
- Usuario SOL
- Clave SOL

## 2.6. Estructura Orgánica

Para el presente negocio, se cuenta con una estructura vertical con funciones específicas en cada puesto clave del negocio, el cual se detallará a continuación:

Figura 4.- Organigrama de IMPACTO PANELS GROUP



Fuente: Elaboración propia

La estructura organizacional de la empresa es de tipo funcional; es decir, se asignan responsabilidades a cada miembro de la empresa y esto ayuda a reducir la duplicidad de funciones dentro de las actividades. Las funciones de cada puesto son los siguientes:

Tabla N° 1: Perfil y Funciones “Gerente General”

<b>Nombre del Cargo:</b>	Gerente General
<b>Perfil Profesional:</b>	<p><u>Formación Académica</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Lic. Administración de empresas / Marketing / Publicidad a fines</li> <li>-Especialización en dirección de empresas / Gestión Comercial</li> </ul> <p><u>Experiencia</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-04 años en posiciones similares o iguales al cargo, relacionadas con empresas de publicidad.</li> </ul> <p><u>Competencias:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Visión de Negocios</li> <li>-Orientación de resultados</li> <li>-Planificación estratégica</li> <li>-Liderazgo</li> <li>-Comunicación efectiva</li> <li>-Capacidad de Negociación</li> </ul>
<b>Área:</b>	Gerencia General
<b>Reporta a:</b>	No aplica

<b>Supervisa a:</b>	Administración, Operaciones y Marketing
<b>Funciones Principales:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Liderar la gestión de los procesos en la empresa.</li> <li>- Negociación con nuevos clientes y servicio post venta</li> <li>- Evaluar el entorno interno y externo de la empresa, para toma de medidas</li> <li>- Apoyar en las ventas del negocio</li> <li>- Desarrollar plan financiero de la empresa</li> <li>- Realizar evaluación constante de indicadores financieros</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 4: Perfil y Funciones “Gerente Administrativo”

<b>Nombre del Cargo:</b>	Administrador
<b>Perfil Profesional:</b>	<p><u>Formación Académica</u></p> <p>-Lic. Administración de empresas / Marketing / Publicidad a fines</p> <p><u>Experiencia</u></p> <p>-02 años es posiciones similares o iguales al cargo, relacionadas con empresas de publicidad.</p> <p><u>Competencias:</u></p> <p>-Planificación estratégica</p> <p>-Liderazgo</p> <p>-Comunicación efectiva</p> <p>-Experto en office</p>
<b>Área:</b>	Gerencia Administrativa
<b>Reporta a:</b>	Gerente General y Supervisor de producción
<b>Supervisa a:</b>	Área contabilidad, Área de marketing
<b>Funciones Principales:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Emisión de documentación necesario para proyectos</li> <li>- Estar pendiente de las cuentas por cobrar</li> <li>- Supervisar que los trabajos se ejecuten con todos los permisos necesarios</li> <li>- Contratación y retención de personal</li> <li>- Realizar las compras de insumos necesarios</li> <li>- Hacer reportes de requerimientos y envío al cliente</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 5: Perfil y Funciones “Gerente Producción”

<b>Nombre del Cargo:</b>	Supervisor Producción
<b>Perfil Profesional:</b>	<p><u>Formación Académica</u></p> <p>-Bachiller Ingeniería Industrial / Arquitectura / Publicidad a fines</p> <p><u>Experiencia</u></p>

	-03 años en posiciones similares o iguales al cargo, relacionadas con empresas de publicidad. <u>Competencias:</u> -Conocimientos avanzados de carpintería -Conocimiento básico de electricidad -Liderazgo -Comunicación efectiva -Lectura de planos arquitectónicos
<b>Área:</b>	Producción
<b>Reporta a:</b>	Gerente General
<b>Supervisa a:</b>	Operativos
<b>Funciones Principales:</b>	- Supervisar la fabricación de los productos - Controlar el ingreso y salida de materiales - Hacer un control de calidad del producto terminado

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 6: Perfil y Funciones “Operario”

<b>Nombre del Cargo:</b>	Operario
<b>Perfil Profesional:</b>	<u>Formación Académica</u> -Secundaria completa <u>Experiencia</u> -01 año en trabajos de carpintería, electricidad, pintura, entre otros <u>Competencias:</u> -Trabajo en equipo -Orientación de resultados
<b>Área:</b>	Producción
<b>Reporta a:</b>	Gerente de producción
<b>Supervisa a:</b>	No aplica
<b>Funciones Principales:</b>	- Desarrollar las funciones de carpintería según los requerimientos - Desarrollar productos en los tiempos establecidos - Carreo de materiales a zona de fabricación

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 7: Perfil y Funciones “Gerente de Marketing”

<b>Nombre del Cargo:</b>	Supervisor de Marketing
	<u>Formación Académica</u> -Lic. Marketing / Publicidad a fines

<b>Perfil Profesional:</b>	<u>Experiencia</u> -02 años en posiciones similares o iguales al cargo, relacionadas con empresas de publicidad. <u>Competencias:</u> - Manejo de herramientas digitales - Orientación de resultados - Planificación estratégica - Comunicación efectiva
<b>Área:</b>	Marketing
<b>Reporta a:</b>	Gerente General
<b>Supervisa a:</b>	Área administrativa, Operaciones y Marketing
<b>Funciones Principales:</b>	- Desarrollar estrategias digitales para la promoción del negocio - Diseño de proyectos arquitectónicos en 3d - Presentar nuevas propuestas de diseños y productos

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 8: Perfil y Funciones “Diseñador”

<b>Nombre del Cargo:</b>	Diseñador
<b>Perfil Profesional:</b>	<u>Formación Académica</u> - Bachiller en Diseño Gráfico / Marketing / Publicidad a fines <u>Experiencia</u> -01 años en posiciones similares o iguales al cargo, relacionadas con empresas de publicidad. <u>Competencias:</u> - Manejo de herramientas digitales - Orientación de resultados - Comunicación efectiva
<b>Área:</b>	Marketing
<b>Reporta a:</b>	Gerente de Marketing
<b>Supervisa a:</b>	No aplica
<b>Funciones Principales:</b>	- Desarrollar estrategias digitales para la promoción del negocio - Apoyo en el diseño de proyectos arquitectónicos en 3d - Desarrollo de diseños 2d

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 9: Perfil y Funciones “Gerente de Ventas”

<b>Nombre del Cargo:</b>	Gerente de Ventas
<b>Perfil Profesional:</b>	<p><u>Formación Académica</u> -Secundaria completa</p> <p><u>Experiencia</u> -03 años es posiciones similares o iguales al cargo, relacionadas con empresas de publicidad.</p> <p><u>Competencias:</u> -Orientación de resultados -Comunicación efectiva -Capacidad de negociación -Capacidad de influenciar</p>
<b>Área:</b>	Ventas
<b>Reporta a:</b>	Gerente General y Administrador
<b>Supervisa a:</b>	Vendedor
<b>Funciones Principales:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manejar cartera de clientes</li> <li>- Desarrollas servicio post venta</li> <li>- Preparar planes y presupuesto de ventas</li> <li>- Ejecutar plan de motivación al área de ventas</li> <li>- Captación de nuevos clientes</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 10: Perfil y Funciones “Vendedor”

<b>Nombre del Cargo:</b>	Vendedor
<b>Perfil Profesional:</b>	<p><u>Formación Académica</u> -Secundaria completa</p> <p><u>Experiencia</u> -01 años es posiciones similares o iguales al cargo, relacionadas con empresas de publicidad.</p> <p><u>Competencias:</u> -Manejo de herramientas digitales -Orientación de resultados -Comunicación efectiva</p>
<b>Área:</b>	Ventas
<b>Reporta a:</b>	Gerente de Ventas
<b>Supervisa a:</b>	No aplica
<b>Funciones Principales:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollar reportes de trabajos ejecutados</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar y enviar cotizaciones a los clientes</li> <li>- Manejar cartera de clientes, de empresas Microempresas</li> <li>- Captación de nuevos clientes</li> </ul>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia

## 2.7. Cuadro de asignación de personal.

A continuación, se detallará las remuneraciones mensuales y anuales de los integrantes de la empresa.

Tabla N° 11: Cuadro de asignación de personal (Expresado en soles)

CARGO DE PERSONA L	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	ESSAL UD	VACACIONES 15 DIAS	CTS	TOTAL ANNUAL
			9%		15 días	
<b>Gerente General</b>	2,500.00	30,000.00	2,700.00	1,250.00	1,250.00	35,200.00
<b>Gerente Administrativo</b>	1,800.00	21,600.00	1,944.00	900.00	900.00	25,344.00
<b>Gerente de Producción</b>	2,000.00	24,000.00	2,160.00	1,000.00	1,000.00	28,160.00
<b>Operario 1</b>	1,000.00	12,000.00	1,080.00	500.00	500.00	14,080.00
<b>Operario 2</b>	1,000.00	12,000.00	1,080.00	500.00	500.00	14,080.00
<b>Operario 3</b>	1,000.00	12,000.00	1,080.00	500.00	500.00	14,080.00
<b>Gerente de Marketing</b>	1,800.00	21,600.00	1,944.00	900.00	900.00	25,344.00
<b>Diseñador</b>	1,000.00	12,000.00	1,080.00	500.00	500.00	14,080.00
<b>Gerente de Ventas</b>	1,800.00	21,600.00	1,944.00	900.00	900.00	25,344.00
<b>Vendedor</b>	1,300.00	15,600.00	1,404.00	650.00	650.00	18,304.00
<b>Contador</b>	500.00	6,000.00	-	-	-	6,000.00
<b>Tramitador</b>	600.00	7,200.00	-	-	-	7,200.00

<b>Total</b>	<b>16,300.00</b>	<b>195,600.00</b>	<b>16,416.00</b>	<b>7,600.00</b>	<b>7,600.00</b>	<b>227,216.00</b>
--------------	------------------	-------------------	------------------	-----------------	-----------------	-------------------

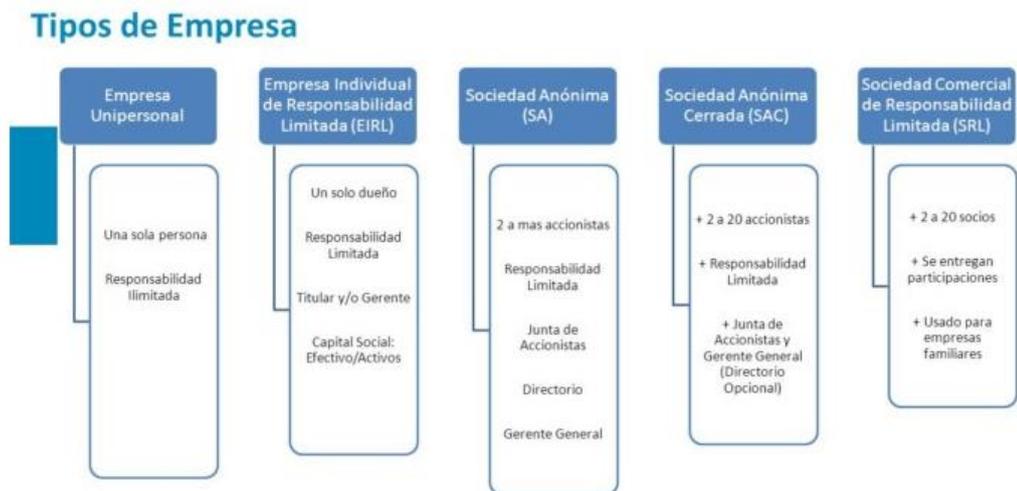
Fuente: Elaboración propia

La remuneración mensual del personal dentro de la empresa conjuntamente de todas las áreas asciende a S/ 16,300.00 soles correspondiente a 8 horas laborables de lunes a viernes de 9:00 am a 5:00 pm y los sábados de 9:00 am a 1:00 pm solamente para el área de producción. Tanto el contador como el tramitador, serán personas externas a la empresa que se contara con su apoyo periódicamente. El costo anual por concepto de remuneraciones del personal asciende a S/ 227,216.00 incluyendo los beneficios sociales.

## 2.8. Forma Jurídica Empresarial

La forma jurídica de la empresa IMPACTO PANELS GROUP será de tipo Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C), debido a la siguiente información:

Figura N° 5: Tipo de sociedades



Fuente: Cuadro Comparativo.Org

Debido a los intereses de este plan de negocio, se escogió la Sociedad Anónima Cerrada debido a:

- Los accionistas de la empresa son 2 (dos) personas.

- El capital social, es decir las acciones que vienen a darse mediante los aportes de los accionistas (entre bienes y efectivo), no responden personalmente por deudas sociales
- Se constituye la empresa en cuanto se brinde la escritura pública que contenga a su vez el estatuto y el pacto social, y por ende se suscriben las acciones en su totalidad.
- La Sociedad Anónima Cerrada representa a una persona jurídica de Responsabilidad Limitada.

Dentro de la organización de la empresa, los 2 (dos) socios que integran la empresa es el Gerente General (70 %) y el Gerente de Operaciones (30%), cubriendo así las funciones claves de la empresa, la parte productiva y comercial del negocio.

## 2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

Para el presente plan de negocio de nombre IMPACTO PANELS GROUP, se busca generar una atracción sonora del cliente a través del nombre de la empresa.

Se tienen los siguientes requisitos para poder solicitar el registro de marco del negocio. INDECOPI nos indica que requiere los siguientes pasos:

1. **Buscar antecedentes**, para investigar si es que se ha registrado con anterioridad esta marca. Para ello necesitamos 02 tipos de búsqueda:
  - Búsqueda fonética (Cuenta con un costo de búsqueda de S/. 44.38 nuevos soles y el tiempo de búsqueda y respuesta es de 30 minutos)
  - Búsqueda Figurativa (Cuenta con un costo de búsqueda de S/. 57.16 nuevos soles y el tiempo de búsqueda y respuesta es de 03 días hábiles)

Luego de la búsqueda se procede a presentar la solicitud de registro de marca para nuestro producto. (INDECOPI, 2017)

- 2. Presentación de la solicitud,** se debe de descargar y rellenar el formulario, el cual se pueden encontrar en la página Indeci.com para posteriormente presentarlo presencialmente en las agencias de Indecopi o presentar la solicitud vía online a través de su página web. (Revisar Anexo 1: Solicitud de Registro de Marca de forma presencial)

Es indispensable cumplir con estos requisitos mínimos para considerar una fecha de presentación de la solicitud:

- Datos de identificación del solicitante o de la persona que presenta la solicitud.
- Indicación de la marca a registrar.
- Indicación expresa de los productos o servicios para los cuales se solicita el registro.
- Indicación de haber realizado el pago de la tasa respectiva. (S/ 534.99)

- 3. Examen Formal,** La Dirección deberá evaluar la solicitud presentada y revisar si cumple con todos los requisitos indicados anteriormente. El Indecopi verifica, además, si la solicitud cuenta con otros requisitos formales, tales como el poder, firma, entre otros. En caso se omita o no se adjunte alguno de ellos, se otorgará un plazo de 60 días hábiles para la subsanación.

Si actúas a través de un representante legal, puedes elegir alguna de estas alternativas:

- Si el poder obra en algún procedimiento del Indecopi, no mayor a 5 años, podrás remitirte a dicho expediente, indicando el número del mismo.
- Si el poder obra ante la Superintendencia Nacional de Registro Públicos - SUNARP, será suficiente indicar, de manera expresa, en la solicitud, el

número de la partida registral en la que se encuentra dicho poder o documento.

- Adjunta a la solicitud, una copia simple del documento de poder (no requiere legalización).

**4. Publicación,** Si la solicitud cumple con los requisitos formales, el Indecopi realizará una publicación automática y gratuita en la Gaceta Electrónica de Propiedad Industrial.

Con respecto a las oposiciones, dentro del plazo de 30 días hábiles, contados desde la fecha de la publicación, quien tenga legítimo interés, podrá, por una sola vez, presentar oposición fundamentada. De presentar oposición, el expediente será remitido a la Comisión de Signos Distintivos, para que emita resolución.

Figura N° 2: Presentación del Logo e IMPACTO MEDIA GROUP



**Fuente: Elaboración Propia**

- 5. Examen de Fondo,** Transcurrido el plazo y, de no haber oposición, el Indecopi procederá a realizar el examen de registrabilidad de la marca.
- 6. Resolución,** Luego del examen de registrabilidad, se emitirá la Resolución; y en el caso de otorgarse la marca, se otorgará el certificado correspondiente.

En caso de no estar de acuerdo con la Resolución emitida, podrás, dentro del plazo de 15 días hábiles, presentar recurso impugnativo de Reconsideración o Apelación.

## 2.10. Requisitos y Trámites Municipales

Los trámites documentarios necesarios para la formalización y constitución de la empresa se detallarán a continuación:

### 1. Búsqueda y reserva del nombre de la empresa en Registros Públicos:

Para la búsqueda de nombre de la empresa (IMPACTO PANELS GROUP), debe realizarse en cualquier oficina registral de la SUNARP. Para este trámite se debe de cancelar el monto de S/. 4.00 nuevos soles, los resultados serán proporcionados el mismo día de la presentación de la solicitud.

El siguiente paso, es la reserva de nombre, el lugar de trámite también se realiza en cualquier oficina de SUNARP, el costo del trámite es de S/. 18.00 nuevos soles, y tienen validez de 30 días para que no pueda usarse el nombre en reserva.

### 2. Elaboración de la minuta:

La minuta es un documento privado en el cual los miembros que se encuentran en una sociedad dan a conocer su voluntad de constituir una empresa, esta es firmada por un abogado y deberá presentarse ante un notario para poder ser elevado ante una escritura pública, ver Anexo 1

### 3. Elevar minuta a escritura pública:

Se debe de llevar la minuta a una notaría, para que un notario pueda elevarla a escritura pública.

Se debe de adjuntar los siguientes documentos a la minuta:

- La constancia de depósito del capital que se ha aportado en una cuenta bancaria a nombre de la empresa.
- Inventario de bienes muebles o no monetarios.
- La emisión del certificado de búsqueda mercantil de la Oficina de Registros Públicos, ya que no debe haber otra razón social igual o similar.

#### 4. Inscribir Escritura Pública en Registros Públicos:

En cuanto se obtenga la Escritura Pública, debe presentarse en la Oficina de Registros públicos para realizar los trámites, ya que la persona jurídica nace desde la inscripción en los Registros Públicos.

#### 5. Obtención del número de RUC:

El Registro Único de Contribuyentes, es el registro informático de los contribuyentes inscritos de todo el país, es obligatoria su inscripción por mandato legal para el pago de impuestos.

#### 6. Elegir régimen tributario:

El régimen tributario son todas las categorías en el que una persona jurídica o natural que quiera realizar un negocio debe encontrarse registrada, se encuentran los niveles de impuestos a los que pueden pertenecer.

Aquí debemos escoger el régimen tributario al que se va a acoger para poder realizar el pago de impuestos, en el presente caso nos acogemos al Régimen General.

Con la obtención del RUC y escogiendo el régimen tributario se procederá a imprimir todos los comprobantes de pago que utilizaremos (boletas y facturas) (SUNAT, 2017)

#### 7. Comprar y legalizar libros contables:

Se coordinará junto con el contador para tener los libros contables de forma electrónica, tanto de ventas como compras.

**8. Inscribir trabajadores en Es Salud:**

Mediante un formulario de SUNAT se procede a registrar a los trabajadores en el Seguro Social de Salud (ESSALUD), esto servirá para que los trabajadores accedan a los beneficios que otorga esta entidad.

**9. Solicitud de licencia municipal:**

De acuerdo a la municipalidad del distrito de Cercado de Lima, lugar en el que se encontrara físicamente la empresa se requiere los siguientes procedimientos realizando un pago de S/ 198.10

1.Solicitud de Licencia de Funcionamiento, con carácter de declaración jurada, que incluya:

1.1. Número de R.U.C. y D.N.I. o Carné de Extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda.

1.2 D.N.I. 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.

2. Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones de Detalle o Multidisciplinaria, vigente, según corresponda.

3.Adicionalmente, de ser el caso, serán exigibles los siguientes requisitos:

3.1. Informar sobre el número de estacionamientos de acuerdo a la normativa vigente, en la Declaración Jurada.

3.2. Copia simple de la autorización expedida por el Ministerio de Cultura, conforme a la Ley N° 28296, Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación. Excepto, en los casos en los que el Ministerio de Cultura haya participado en las etapas de remodelación y monitoreo de ejecución de obras previas inmediatas a la solicitud de la licencia del local por el cual se solicita la licencia.

(Fuente: Municipalidad de Lima)

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

Para registrar la empresa IMPACTO PANELS GROUP en SUNAT y poder obtener el número de RUC, se necesita presentar lo siguiente:

- Documento de identidad (DNI) del Representante Legal de la empresa
- Ficha de Registros Públicos
- Recibos de servicio públicos.
- Estados de Cuenta
- Ficha RUC con los datos actualizados de la empresa

(SUNAT, 2017)

La empresa IMPACTO PANELS GROUP, procedió a acogerse al Régimen tributario MYPE (RMT), debido a que se realizó un comparativo con las más cercanas según la descripción de la empresa y nuestras ventas estimadas superan los S/. 525,000.00 nuevos soles (ver tabla N° 12)

Tabla 12.- Cuadro comparativo de los cuatro regímenes

Conceptos	NRUS	RER	RMT	RG
Persona Natural	Sí	Sí	Sí	Sí
Persona Jurídica	No	Sí	Sí	Sí

<b>Límite de ingresos</b>	Hasta S/. 96,000 anuales u S/ 8,000 mensuales.	Hasta S/.525,000 anuales.	Ingresos netos que no superen 1700 UIT en el ejercicio gravable	Sin límite
<b>Límite de compras</b>	Hasta S/. 96,000 anuales	Hasta S/.525,000 anuales.	Sin límite	Sin límite
<b>Comprobantes que pueden emitir</b>	Boleta de venta y tickets que no dan derecho a crédito fiscal, gasto o costo.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.
<b>DJ anual – Renta</b>	No	No	Sí	Sí
<b>Pago de tributos mensuales</b>	Pago mínimo S/ 20 y máximo S/50, de acuerdo a una tabla de ingresos y/o compras por categoría.	Renta: Cuota de 1.5% de ingresos netos mensuales (Cancelatorio).	Renta: Si no superan las 300 UIT de ingresos netos anuales: pagarán el 1% de los ingresos netos obtenidos en el mes. Si en cualquier mes superan las 300 UIT de ingresos netos anuales pagarán 1.5% o coeficiente.	Renta: Pago a cuenta mensual. El que resulte como coeficiente o el 1.5% según la Ley del Impuesto a la Renta.
	El IGV está incluido en la única cuota que se paga en éste régimen.	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).
<b>Restricción por tipo de actividad</b>	Si tiene	Si tiene	No tiene	No tiene
<b>Trabajadores</b>	Sin límite	10 por turno	Sin límite	Sin límite
<b>Valor de activos fijos</b>	S/ 70,000	S/ 126,000	Sin límite	Sin límite
<b>Posibilidad de deducir gastos</b>	No tiene	No tiene	Si tiene	Si tiene
<b>Pago del Impuesto Anual en función a la utilidad</b>	No tiene	No tiene	Si tiene	Si tiene

Fuente: Sunat

## 2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).

La planilla mensual de pagos es una parte de la planilla electrónica, contiene información mensual sobre los ingresos de los sujetos inscritos en el régimen de información laboral, también de los prestadores de servicios mediante la renta de

cuarta categoría, esta planilla debe ser presentada mensualmente de acuerdo a lo establecido por SUNAT. La información mensual que contiene es sobre el trabajador, pensionista, prestador de servicios (renta de cuarta categoría), personal de información y personal de terceros.

Figura N° 1.- Conceptos a incluir al PDT-PLAME

<b>Información establecida en la R.M N.º 121-2011-TR o norma que la sustituya o modifique.</b>	<b>Retenciones del Impuesto a la Renta de quinta categoría.</b>	<b>Retenciones del Impuesto a la Renta de cuarta categoría</b>
<b>Impuesto extraordinario de Solidaridad respecto de las remuneraciones correspondientes a los trabajadores, en los casos que exista convenio de estabilidad</b>	<b>Contribuciones al Essalud, respecto de las remuneraciones o los ingresos que correspondan a los trabajadores independientes que sean incorporados por mandato de una ley especial a ESSALUD como asegurados regulares</b>	<b>Contribuciones a ESSALUD por concepto de pensiones</b>
<b>Contribuciones a ONP bajo el régimen del Decreto Ley N° 19990</b>	<b>Prima por el concepto de “+ Vida Seguro de Accidentes”</b>	<b>Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo contratado con el ESSALUD para dar cobertura a los afiliados regulares del ESSALUD.</b>
<b>COSAP, creada por el artículo 4º de la Ley N° 28046</b>	<b>Registro de Pensionistas del Régimen del Decreto Ley N° 20530, a los que hace referencia en el artículo 11 de la Ley N° 28046</b>	<b>Prima por el concepto “Asegura tu pensión”, respecto de los afiliados obligatorios al Sistema Nacional de Pensiones que contraten el mencionado seguro</b>

Fuente: Sunat

### 2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.

La empresa se acogerá al régimen laboral especial que promueve la formalización de la micro y pequeña empresa, facilita el acceso a los derechos laborales y la seguridad social de trabajadores y empleadores. Para que la empresa pueda acogerse al régimen laboral mencionado debe cumplir con las siguientes características:

Tabla N° 13.- Diferencia entre la Micro empresa y Pequeña empresa

MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
Remuneración Mínima Vital ( <b>RMV</b> )	Remuneración Mínima Vital ( <b>RMV</b> )
Jornada de trabajo de 8 horas	Jornada de trabajo de 8 horas
Descanso semanal y en días feriados	Descanso semanal y en días feriados
Remuneración por trabajo en sobretiempo	Remuneración por trabajo en sobretiempo
Descanso vacacional de <b>15 días</b> calendarios	Descanso vacacional de <b>15 días</b> calendarios
Cobertura de seguridad social en salud a través del <b>SIS</b> (SEGURO INTEGRAL DE SALUD)	Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD
Cobertura Previsional	Cobertura Previsional
Indemnización por despido de <b>10 días de remuneración por año de servicios</b> (con un tope de <b>90 días</b> de remuneración)	Indemnización por despido de <b>20 días de remuneración por año de servicios</b> (con un tope de <b>120 días</b> de remuneración)
	Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de trabajo de Riesgo ( <b>SCTR</b> )
	Derecho a percibir <b>2 gratificaciones</b> al año (Fiestas Patrias y Navidad)
	Derecho a participar en las utilidades de la empresa
	Derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios ( <b>CTS</b> ) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración.
	Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.

Fuente: Sunat

La empresa se registra al régimen de la pequeña empresa, brindando beneficios laborales a nuestros colaboradores, asegurados por SCTR ya que estos desarrollarán trabajos en diferentes condiciones y ambientes de trabajo.

#### 1.14. Modalidades de Contratos Laborales.

El contrato laboral es un acuerdo entre colaborador y empleador, este consiste en que una de las partes (colaborador) presta servicios profesionales bajo una remuneración a la otra (empleador), para el presente el colaborador gozará de beneficios como responsabilidad (Según Artículo 4° del Decreto Supremo N° 003-97-TR-MINISTERIO DE TRABAJO)

Existen tipos de contrato por modalidad y pueden ser observados en la tabla N° 14

Tabla N° 14: Cuadro Comparativo de Modalidades de Contrato

<p style="text-align: center;"><b>CONTRATOS DE NATURALEZA TEMPORAL</b> (Artículo 57°, 58° y 59° del Decreto Supremo N° 003-97-TR)</p>	<p style="text-align: center;"><b>CONTRATOS DE NATURALEZA ACCIDENTAL</b> (Artículo 60°, 61° y 62° del Decreto Supremo N° 003-97-TR.)</p>	<p style="text-align: center;"><b>CONTRATOS PARA OBRA Y SERVICIOS</b> (Artículos del 63° al 71° del Decreto Supremo N° 003-97-TR.)</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Contrato por Inicio o Lanzamiento de una Nueva Actividad.-</b> Estos contratos se dan por inicio o incremento de actividades productivas de la empresa.</li> <li>- <b>Contrato por Necesidades del Mercado.-</b> En este tipo de contrato se busca atender los incrementos coyunturales de la producción, originados por variaciones sustanciales de la demanda en el mercado</li> <li>- <b>Contrato por reconversión empresarial.-</b> Este tipo de contrato es utilizado para los casos de sustitución, modificación y ampliación de las actividades</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Contrato de suplencia.-</b> Este tipo de contrato se utiliza para sustituir temporalmente a un trabajador estable de la empresa.</li> <li>- <b>Contrato ocasional.-</b> Se utiliza para atender necesidades transitorias de la empresa, diferentes de la actividad habitual del centro de trabajo. Su duración máxima es de seis meses al año.</li> <li>- <b>Contrato de Emergencia.-</b> Este se celebra para cubrir las necesidades derivadas de un caso fortuito o fuerza mayor, coincidiendo su duración con la de la emergencia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Contrato para Obra Determinada o Servicio Específico.-</b> Son aquellos que tienen un objeto previamente establecido, y una duración determinada</li> <li>- <b>Contrato Intermitente.-</b> Se celebra para cubrir las necesidades de las actividades de la empresa que por su naturaleza son permanentes, pero discontinuas.</li> <li>- <b>Contrato de Temporada.-</b> Se celebra para atender necesidades propias del giro de la empresa o establecimiento, que se cumplen sólo en</li> </ul>

desarrolladas en la empresa		determinadas épocas del año y que están sujetas a repetirse en periodos equivalentes.
-----------------------------	--	---------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Ministerio De Trabajo y Promoción Del Empleo

## 2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.

En cuanto a los contratos comerciales, IMPACTO PANELSGROUP usara diferentes contratos a lo largo de todas las actividades, entre ellos:

- **Acto constitutivo.-** Ester documento acredita con constitución de la empresa bajo una sociedad, se menciona la razón social, monto del capital social, datos de los accionistas y manifestación de voluntad.
- **Contrato Individual de Trabajo.-** Este contrato será exclusivo entre la empresa y los colaboradores, estableciéndose funciones y responsabilidades laborales.
- **Contrato de Compra.-** Este contrato se desarrollara entre el comprador internacional y la empresa, y tendrá como objetivo la venta de Nibs de Cacao delimitándose bajo las condiciones y responsabilidades de ambas partes.
- **Contrato de prestación de servicios.-** Este tipo de contratos serán desarrollados para servicios como asesoría legal y contable, ya que son convenientes por ser eventuales.

La empresa se acogerá mayormente a contrato individual del trabajo con sus colaboradores, tanto para su personal administrativo como el operativo.

## CAPÍTULO III: ESTUDIO DE MERCADO

### 3.1. Descripción del Entorno del Mercado

Los actores y/o fuerzas externas que afectan al negocio en el rubro que se desarrolla, estos deben ser considerados para la toma de decisiones en estrategias de la empresa. Entre estas, pueden ser actores Micro-entorno y Macro-entorno.

- Microentorno: Competidores en el sector industrial, Proveedores, Compradores, Sustitutos, Competidores potenciales.
- Macro entorno: Demografía, Economía, Política, Cultural, tecnológico, entre otros.

#### 3.1.1 Macro Entorno

Respecto al nivel Macro entorno, podemos observar los siguientes factores como influyen en el negocio.

##### 3.1.1.1 Factor Demográfico

Los servicios ofrecidos por el negocio están enfocados en instituciones, restaurantes, hoteles, edificios inmobiliarios, entre otros en el distrito de Miraflores, Lima – Perú.

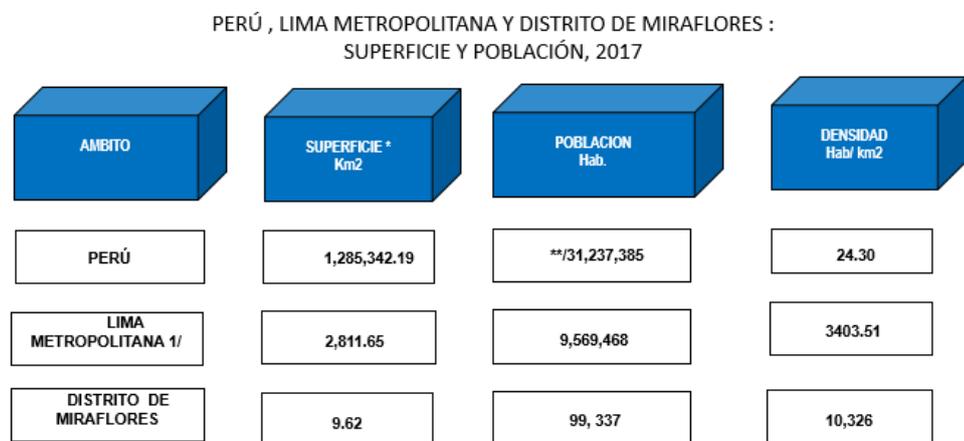
Figura N° 8: Ubicación del distrito Miraflores



Fuente: Google Maps

Según la Municipalidad de Miraflores, en el año 2019 se registró 10,114 establecimientos comerciales distribuidos en todo el distrito, además se detalla las personas residentes en el distrito.

Figura N° 9: Datos estadísticos del distrito Miraflores



\*Incluye superficies insulares \*\*Poblacion total del País: Poblacion censada mas la poblacion emitida Lima Metropolitana esta conformada por la provincia de Lima y la Provincia constitucional del callao

Fuente: INEI (Censos nacionales 2017 de población y vivienda)

Se estipula que para el año 2022, se registren 107,347 pobladores residiendo en el distrito de Miraflores, representando el 0.3 % de población respecto al País. A la misma vez, al ser considerado como uno de los principales distritos turístico en el Perú, su alta afluencia de visitantes se debe a residentes peruanos de diferentes distritos y personas extranjeras, el cual según MINCETUR, el 69.1 % de total de extranjeros visitan el distrito en mención, el cual genera alta recurrencia de personas de los establecimientos comerciales en el distrito.

Ente algunas de las empresas que podemos encontrar en el distrito son:

Tabla N° 15: Empresas por rubros en el distrito de Miraflores

Rubro	Nombre de empresas	Direccion
Restaurantes	Quartier Restaurante	Calle cantuarias 175 . Miraflores
	Rodizio	Av. Angamos 478, Miraflores
	El 10	Av. Petit Thouars 4599
	El Rocoto	Federico Villarreal 360, Miraflores
	Asnapa	Calle Alcanfores 281, Miraflores

	Wallqa - Le Cordon Bleu	Av Vasco Núñez de Balboa 530
	Pica Pica	Calle Berlin 334, Miraflores
	Entre otros	Miraflores
Hoteles	Tierra Viva Miraflores Mendiburu	Calle Mendiburu 1075, Miraflores,
	Andesmar Hotel	Av. Grau 466 Miraflores,
	Radisson Red Miraflores	Calle Bolivar 210-230-236/Calle Alcanflores, Miraflores
	AC Hotel by Marriott Lima Miraflores	Malecón de la Reserva 729 Miraflores,
	Aloft Lima Miraflores	Av. 28 de Julio N° 894, Miraflores
	Entre otros	Miraflores
Instituciones educativas	Trilce Miraflores	Av. Benavides N° 1950, Miraflore
	MARKHAM	Jr. Augusto Angulo N° 291
	LA MERCED	La Merced N° 205 El Rosal
	ALEXANDER VON HUMBOLDT	Av. Benavides N° 3081

Fuente: Elaboración propia

Entre las empresas en Miraflores, podemos encontrar Restaurantes reconocidas de comida gourmet, en la cual se enfocan en la decoración interior y exterior de sus locales, estas invierten en su imagen por lo que constantemente realizan cambios decorativos para renovarse constantemente y atraer más público.

También podemos encontrar una gran variedad de hoteles dentro del distrito, las cuales alojan principalmente a personas extranjeras que deciden residir en Miraflores en su tiempo de estadía.

Los residentes con un inmueble dentro del distrito pertenecen a un sector socioeconómico A y B en su mayoría, estos buscan instituciones educativas cercanas a su lugar de residencia por lo cual muchos centros de estudios cuentan con locales en el distrito, estos también reciben a persona de diferentes distritos aledañas al de Miraflores.

### 3.1.1.2 Factor Económico

El distrito de Miraflores está compuesto por grandes empresas y negocios con locales comerciales con alta afluencia de clientes, esto conlleva a que estos negocios generen un alto nivel de facturación por lo que constantemente generan nuevas

estrategias de marketing, incluyendo la renovación, fabricación o mantenimiento de sus logos, isotipos, frases, promociones en los interiores y exteriores de sus locales.

Esta renovación usualmente es semestral o anual, muchas veces debido a la elaboración de un nuevo concepto temático de los locales, o muchas veces una actualización temporal debido a festividades culturales dentro del distrito celebrándose ocasionalmente.

### **3.1.1.3 Factor Socio Cultural**

La mayoría de los negocios dentro del distrito de Miraflores son cadenas internacionales, esto se debe a la alta afluencia de visitantes en el distrito por lo que los valores comerciales de los locales son altos. Esto conlleva a que muchas empresas realicen compras de propiedades para construir sus locales comerciales, o alquilando estos locales por una alta contribución económica.

Muchas de estas cadenas internacionales pertenecen a grupos de inversiones extranjeras, las cuales cuentan con empresas de diferentes rubros y cuentan con una alta capacidad de inversión. Dentro del distrito, también se contempla negocios franquicias, las cuales pueden estar integrados por inversionistas peruanos comprando los derechos de uso del nombre de un negocio y el “Know How”.

En menor proporción, podemos encontrar pequeños negocios familiares las cuales han encontrado un negocio sustentable y al tener ya el inmueble como propiedad, deciden convertirlo en local comercial. Estas pueden estar ubicadas lugares estratégicos dentro del distrito, teniendo alta afluencia de público en mucho de estos negocios.

### **3.1.1.4 Factor Político Legal**

En el distrito de Miraflores, el municipio cuenta con una lista de requerimientos para que los locales comerciales puedan tener un panel publicitario en su fachada o exteriores. Según el portal web PQS, estos son los requisitos:

- 1) Contar con licencia de funcionamiento vigente.
- 2) Formulario de Solicitud de Publicidad Exterior con Carácter de Declaración Jurada, debidamente llenado.
- 3) Copia del documento de identidad del solicitante o de su representante.
- 4) Fotografía a color que muestre el conjunto arquitectónico, con el resto de inmuebles colindantes.
- 5) Arte final a escala y memoria descriptiva del letrero. Es decir, cuáles son sus colores, de qué material está hecho, cuál es su dimensión y qué dice la leyenda.
- 6) Fotomontaje que muestre el letrero en su ubicación exacta.
- 7) Carta de responsabilidad y seguridad por la instalación del letrero firmada por ingeniero civil o arquitecto.
- 8) Carta de responsabilidad y seguridad por la instalación del letrero firmada por ingeniero electricista, si es que este es luminoso.
- 9) Constancia de Defensa Civil para la instalación de letreros, cuyo costo es S/. 180.
- 10) Pago por derecho de trámite.

Para el distrito de Miraflores, el pago por el derecho de trámite es de S/ 416.16 soles, siendo esta por tiempo indeterminado. Además, a esto, la empresa instaladora debe de contar con todos los implementos de seguridad necesarios para poder realizar los trabajos.

Con respecto a los paneles en el interior del local, no es necesario solicitar un permiso al municipio ya que se encuentra dentro de las instalaciones y no cuenta con visibilidad a la vía pública.

### 3.1.1.5 Factor tecnológico

La mayor parte de los negocios en el distrito de Miraflores, cuentan con presencia digital a través de una página web y presencia en redes sociales. Estas realizan una inversión en redes sociales y Google Ads, para posicionarse en la web y que mayores personas visiten su establecimiento.

Una de las alternativas de promocionarse en los puntos de venta es el uso de pantallas leds, la cual permite mayor alcance al público; sin embargo, en el distrito este tipo de paneles están prohibidas debido a la alta emisión de iluminación, el cual puede incomodar a los residentes cercados a los establecimientos.

### 3.1.2 Micro entorno

Para este análisis se utilizará como herramienta principal las “5 fuerzas de Porter” por la efectividad en su uso. Se detallará la siguiente manera

#### 3.1.2.1 Competidores en el sector industrial

Existe competencia entro del rubro, por lo que se detallara de la siguiente manera:

- Corporación Alta Imagen S.A.C: Es una empresa de publicidad especialista en la fabricación de stands para ferias corporativas y fabricación de paneles publicitarios. Cuenta con 5 años en el mercado y sus principales clientes están en el rubro inmobiliario, desarrollando sus stands para ferias inmobiliarias y sus paneles en sus proyectos de edificaciones. Su ámbito de negocio es todo lima, principalmente el distrito de San Isidro y Miraflores
- IMD Retail: Empresa de publicidad especialista en la fabricación de góndolas para puntos de venta en Retails. Cuenta con más de 8 años en el mercado y su principal cliente es Mattel, el cual cuenta presencia con sus productos en todos los retails a nivel nacional. Esta empresa tiene alcance a todo el Perú.
- Visual Designs Corporation: Empresa de publicidad especializada en la implementación de módulos de ventas para atención al cliente en Centros Comerciales. Cuenta con más de 5 años de experiencia en el mercado y sus principales clientes empresas privadas que tienen presencia de venta en Centros Comerciales. Su alcance es a nivel nacional.

- Grupo Porter S.A.C: Empresa de publicidad especializada en la implementación de puertas acústicas para división de ambientes y fabricación de stands para ferias empresariales. Cuenta con más de 10 años de experiencia en el mercado y sus principales clientes son instituciones educativas en San Isidro.

### 3.1.2.2 Proveedores

En cuanto a los proveedores, existe una amplia red de proveedores de venta de materia prima para la realización de los requerimientos, entre estos podemos encontrar:

Tabla N° 16: Listado de Proveedores

<b>Proveedores</b>	<b>Actividad</b>
MADERA LOS ROBLES SRL	Madera
MADERERA LECIC SAC	Madera
MADEXO	Madera
REMASA	Madera
GRUPO FORESTAL	Madera
DARGLASS PERUANA SRL	Acrilicos
INTERWALL SAC	Acrilicos
PRONIMAR	Acrilicos
INALTO EIRL	Acrilicos
JHIN ACRILICOS	Acrilicos
INNOVA LEDS	Luces Led
MUNDO LED	Luces Led
PROMART	Luces Led
J&D IMPRESIONES SAC	Impresiones
KINKOS IMPRESIONES	Impresiones
CLASTECH	Impresiones
DAREN IMPRESIONES	Impresiones
CASA DE METALES	Metales
METALES Y SERVICIOS EIRL	Metales
MEGAMEX	Metales
QUIMINET	Metales
INYECTO PLAST	PVC
KOPLAST	PVC
AMERICAN PLAST	PVC
LA CASA DEL TUBO	PVC
NICOLL PERU	PVC

Fuente: Elaboración propia

Los diferentes proveedores cuentan con productos y políticas comerciales, las cuales serán negociadas al momento de efectuar la compra.

### 3.1.2.3 Compradores

Las empresas que contratarán nuestro servicio estarán ubicadas en el distrito de Miraflores. Nuestro público objetivo son empresas dentro del rubro gastronómico, las cuales a nivel nacional hay alrededor de 54,518, las cuales en el distrito de Miraflores están el 13.6 % que representa 7,414.00 restaurantes. Dentro del rubro, se cuenta con un crecimiento anual del 3.6 %

Entre los diferentes rubros que podemos encontrar en el distrito, están:

- Restaurantes: Restaurantes gourmet, cadena de restaurantes, Fast Food, entre otros.
- Hoteles: Hoteles de 3 estrellas a más, Hostels para mochileros
- Instituciones educativas: Centros de educación inicial, secundaria, pre y post grado.
- Entretenimiento: Cines, Teatros, galerías de arte
- Tiendas: Venta de ropa, accesorios, souvenirs, etc.
- Centros de salud y belleza: Clínicas, Peluquerías, Spas

### 3.1.2.4 Sustitutos

Dentro de los sustitutos, tenemos los siguientes productos y/o servicios que también pueden ser usados como paneles publicitarios

- Pantallas Leds

Estas pantallas son usadas mayormente en vías públicas, debido a su efectividad de llegada a las personas y su viabilidad económica ya que estas pantallas instaladas por grandes empresas, cobran a los clientes por minuto. Esto conlleva a que más empresas puedan invertir en un mismo panel, contratando el tiempo y frecuencia que desean contratar.

Sin embargo, la adquisición de una de estas pantallas tiene un costo muy elevado y su mantenimiento es de alto valor, realizando revisiones de maneras constantes. Además, en el distrito de Miraflores prohíben que los paneles publicitarios tengan iluminación a partir de las 6 pm hasta las 6 am, ocasionando la pérdida de la principal ventaja de tener este tipo de pantallas.

### 3.1.2.5 Competidores potenciales

A la misma vez, las agencias de publicidad son competidores potenciales para nuestro negocio ya que estos pueden tener mayor alcance para la atracción de nuevos clientes y podemos encontrar una tendencia de creación de nuevas agencias de publicidad, integrada por expertos en publicidad y que se pueden aliar con fabricantes de paneles publicitarios. Con esto, estos podrían garantizar la calidad del servicio.

Entre una de las agencias de publicidad con mayor crecimiento en el mercado es MAJULE, ENWAN, MONKEY, entre otras. Estas están brindando un servicio integral y más personalizado enfocando principalmente en estrategias digitales.

### 3.1.3 Estrategias básicas de Porter

Es preciso mencionar que dentro de esta estrategia se enfocara como objetivo lo siguiente:

- Liderazgo en costos: Al ser fabricantes directos, los costes de fabricación del producto serán inferiores con respecto al de las agencias de publicidad. Sin embargo, al tener una red de ventas e invertir en marketing digital para la atracción de nuevos clientes, el coste del servicio se elevará, de igual forma se alcanza tener precios menores que al de las agencias de publicidad ya que estas tercerizan el servicio con empresas fabricantes y suelen sumar una comisión del 50 al 100 % del valor del trabajo.

- Estrategia de diferenciación y posicionamiento: Se implementará una estrategia de diferenciación enfocándonos en el acompañamiento cliente – empresa desde el primer contacto, se le brindará un asesoramiento integral, se le brindará un tramitador para delegar todo los permisos necesarios para tener los paneles, y se brindara reportes constantemente del estado en que se encuentra el requerimiento, mostrando todo el proceso de producción para que el cliente pueda cerciorar que se esté cumpliendo con lo contratado. Posteriormente, realizar un servicio post venta, brindando mantenimiento y limpieza del panel instalado después de 6 meses realizado el trabajo.

### 3.2. Ámbito de acción del negocio

El público objetivo para el presente negocio serán empresas privadas en el distrito de Miraflores con locales comerciales que estén en el rubro gastronómico.

Sin embargo, podemos encontrar otros segmentos en las cuales también podemos brindar el negocio, empresas inmobiliarias, centros de salud, hoteles, empresas de entretenimiento, entre otros.

#### Posicionamiento de la marca

El posicionamiento de la marca, IMPACTO PANELS GROUP cuenta con un logo, el cual es el siguiente:

Figura N° 10: Logo de la marca



Fuente: Elaboracion Propia

La marca será posicionada principalmente por medios digitales, desarrollando una estrategia integral con la promoción de nuestro sitio web y campaña en redes sociales tanto en Facebook, Instagram, Youtube, entre otros.

A continuación, se detallará la cadena de valor para el posicionamiento de la marca en las empresas del distrito de Miraflores.

#### Paso 1: Definir segmento de mercado

Dentro de las empresas que realizan sus funciones en el distrito de Miraflores, podemos encontrar principalmente estos rubros de negocios las cuales podrían realizar una mayor inversión de su marca.

- Restaurantes: Restaurantes gourmet, cadena de restaurantes, Fast Food, entre otros.
- Hoteles: Hoteles de 3 estrellas a más, Hostels para mochileros
- Instituciones educativas: Centros de educación inicial, secundaria, pre y post grado.
- Entretenimiento: Cines, Teatros, galerías de arte
- Tiendas: Venta de ropa, accesorios, souvenirs, etc.
- Centros de salud: Clínicas, centros estéticos, etc.

El segmento principal del negocio son los restaurantes, la carta gastronómica de Miraflores es sumamente versátil y considera la gastronomía peruana, peruana fusionada con otras gastronomías –nikkei, china, italiana, entre otras. Existe una oferta culinaria caracterizada por una gran diversidad de platillos a base de pescados y mariscos. Restaurantes de Miraflores han sido reconocidos como los primeros en el mundo.

En Miraflores se ha promovido, asimismo la cocina “Novo Andina” y la “Cocina Fusión”. En Miraflores se ubican la mayor parte de los restaurantes de vanguardia de la gastronomía peruana.

### Paso 2: Identificar los atributos determinantes

Los atributos determinantes del producto y servicio a realizar, serán los siguientes:

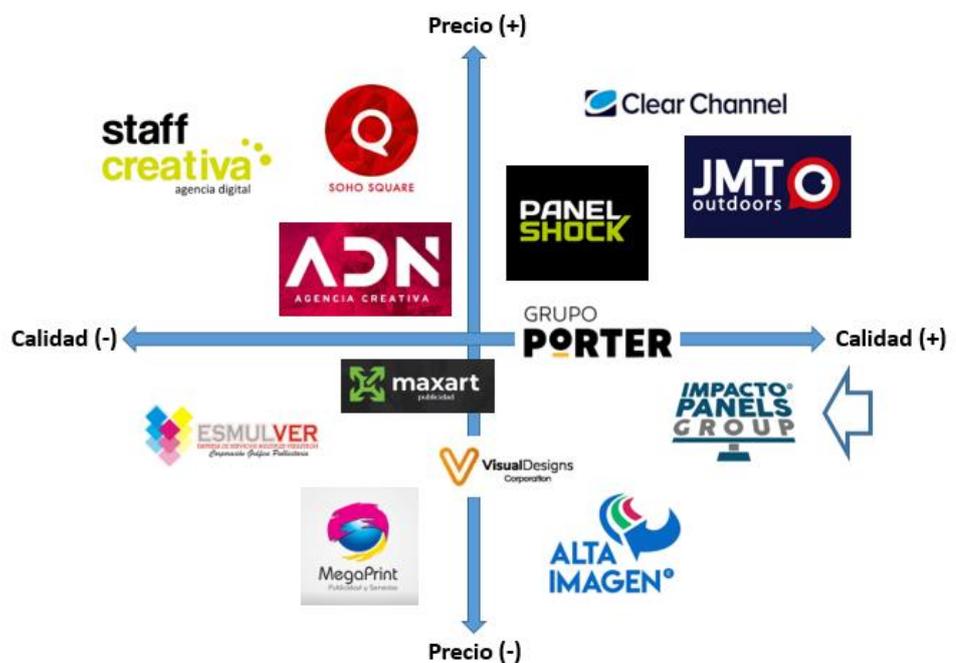
- Calidad del producto: Los paneles publicitarios serán fabricados con materiales de marcas reconocidas en el mercado, con garantía y certificado de calidad, garantizando que el producto final sea el deseado. El bien será fabricado en las mejores condiciones, cumpliendo con los tiempos y procesos, sin minimizar recursos ni esfuerzos.
- Precio: El precio será accesible respecto a la calidad del producto y servicio ofrecido, el precio promedio por requerimiento es de S/ 8,260.00 soles incluyendo igv, el cual comprende desde el diseño, hasta el mantenimiento del trabajo.
- Imagen: El producto ofrecido constará de un diseño personalizado, adaptado a las necesidades del cliente y que es lo que desea transmitir como institución, desde la exhibición de su marca, presentación de promociones, entre otros.
- Servicio: El servicio será constante en todo el proceso del requerimiento, abarcando desde el análisis de la solicitud, presentación de propuestas, asesoramiento de materiales, instalación de trabajos y post venta. Se desea

alcanzar un servicio integral y acompañar constantemente al cliente en todo el proceso del requerimiento.

### Paso 3: Matriz de posicionamiento

A continuación, se presentará la matriz de posicionamiento a fin de buscar una posición idónea basada en calidad y precio.

Figura N° 11: Matriz de posicionamiento o ubicación de marca



Fuente: Elaboracion propia

En la gráfica se muestra que el servicio de paneles de publicidad ofrecido por la empresa tendrá una fuerte relación de Mayor calidad y menor precio, esto se podrá lograr porque somos fabricantes directos y se contará con un área comercial con gran alcance. Al no tercerizar nuestra principal actividad, permitirá alcanzar mejores precios en el mercado.

### Paso 4: Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas

En base a la información obtenida tantas externas como internas podremos delimitar el contexto y el análisis de la empresa, a fin de poder determinar y diagnosticar la contingencia actual de la empresa.

Tabla N° 17: Análisis Foda

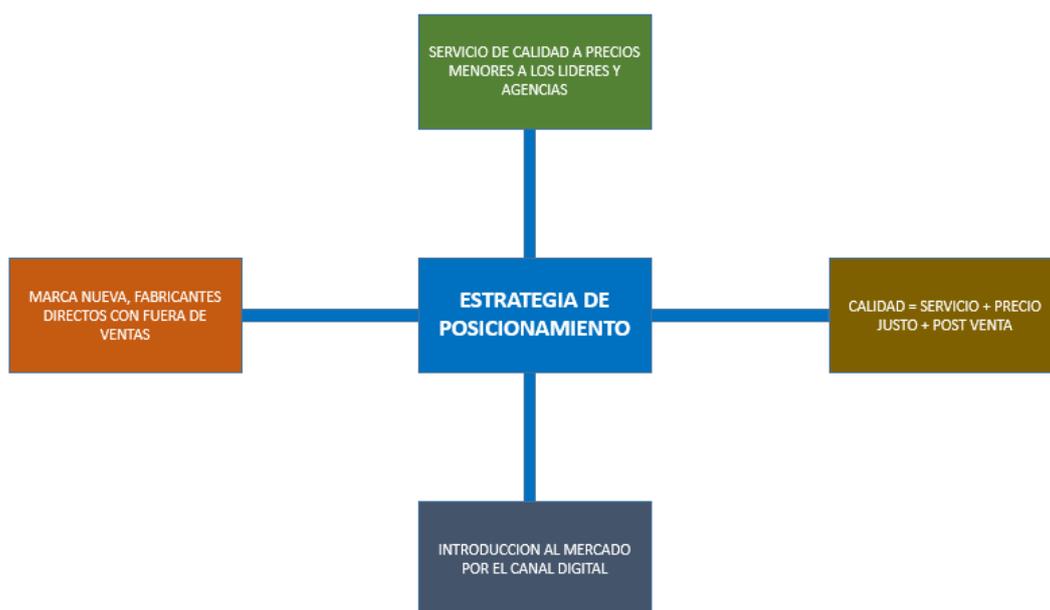
<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación y/o posicionamiento nuevos negocios en el distrito.</li> <li>• Utilizar nuevos materiales importados, con mayor duración y menor coste.</li> <li>• Desarrollo de ferias por instituciones educativas para la exhibición de los proyectos de negocios de sus alumnos.</li> <li>• Apalancamiento de “influencers”, que promocionen nuestro servicio.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de agencias de publicidad</li> <li>• Aumento de empresas fabricantes con área comercial desarrollada, ocasionando guerra de precios en el mercado.</li> <li>• Centralización desproporcionada de la inversión en medios digitales.</li> <li>• Desaceleración económica del País.</li> <li>• Crisis política. (Estancamiento Empresarial)</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recursos financieros limitados, para la inversión de proyectos con alta inversión.</li> <li>• Baja recordación de la marca generado por no tener un branding con una estrategia definida</li> <li>• No se cuenta con local de producción propio</li> <li>• Falta de maquinarias con funciones especializadas para reducir el tiempo de fabricación.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindar una garantía del trabajo por 2 años en tema de materiales, incluyendo limpieza general en el primer año de forma gratuita</li> <li>• Asumir la realización de trámites municipales para la autorización del panel, a excepción del pago municipal.</li> <li>• Exhibición de todo el proceso de fabricación del requerimiento a través de reportes.</li> <li>• A cada cliente, se desarrollará artículos para promocionar su negocio, el cual será publicado en nuestros medios digitales.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

### Paso 5: Estrategia de posicionamiento

En cuanto al posicionamiento se buscará la diferenciación en el servicio en base a lo siguiente:

Figura N° 12: Estrategia de posicionamiento



Fuente: Elaboración Propia

En la figura se muestra que se utilizara una estrategia de brindar un servicio completo a nivel de las grandes empresas, o agencias de publicidad, adicionalmente ofrecer un producto a menor costo con respecto a estos por ser fabricantes directos. Esto permitirá obtener una mayor demanda por nuestro servicio.

Al ser fabricantes directos y contar con fuerza de ventas dentro de la empresa, integrada por el Gerente General, Gerente de ventas y representante de ventas, se desea tener un contacto directo con los clientes, eliminando los intermediarios que muchas veces son agencias de publicidad.

La estrategia para ingresar al mercado será en medios digitales, integrado por nuestra página web, redes sociales, inversión en Google y Facebook Ads. Esta inversión será dirigida a nuestro público objetivo para así optimizar la inversión en publicidad.

En el servicio que ofreceremos abarcara desde el primero contacto, asesoramiento, diseño, fabricación, instalación y mantenimiento del requerimiento. En todo este proceso, el cliente podrá visualizar como se hacen los procesos

necesarios para obtener su producto final. Como empresa, esto nos brindara que el cliente este informado en todo momento.

### 3.3. Descripción del bien o del servicio

Para un requerimiento en base a un panel publicitario en base a Letras volumétricas con iluminación para la empresa “RIMAC SEGUROS”, en esta de detallará lo siguiente:

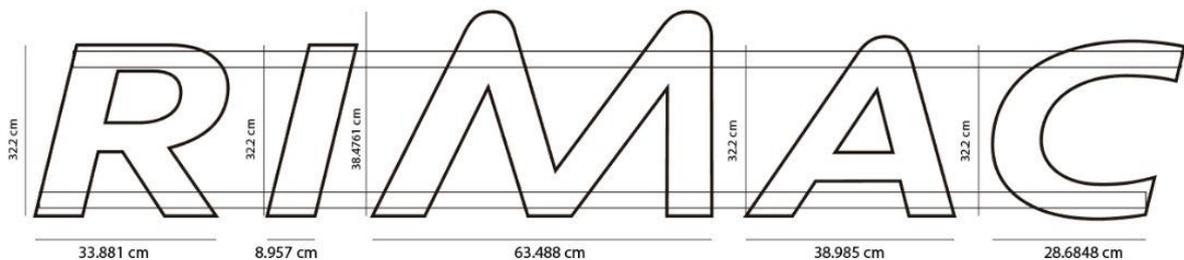
#### MEMORIA DESCRIPTIVA #1

PROYECTO	: LETRERO VOLUMÉTRICO LUMINOSO
UBICACIÓN	: -----
EMPRESA RESPONSABLE	: -----
RESPONSABLE	: -----
FECHA	: AGOSTO 2019

Descripción:

- Letras volumétricas de 8 cm de grosor en acrílico de 3mm de espesor.
- Letras con LED de 1.5w y conductores THW #18
- Fuente de poder LPV 150-15
- 2 varillas horizontales de aluminio
- Color rojo brillante
- Medidas:

Figura N° 13: Memoria Descriptiva #1



#### **FICHA TECNICA LETRAS VOLUMETRICAS**

- Nombre del producto: Letras en Acrílico
- Nombre de la empresa: IMPACTO PANELS GROUP

- Dirección: Jr. Felipe Yofre 2821 – Cercado de Lima
- Número de teléfono: 991096173

## **COMPOSICION**

El Acrílico es el polímero de metil metacrilato, PMMA. Es un Termoplástico rígido excepcionalmente transparente. En su estado natural es incoloro, pero se puede pigmentar para obtener una infinidad de colores. También se puede dejar sin pigmento para producir una lámina completamente transparente.

Fórmula:  $(C_5O_2H_8)_n$

Densidad: 1.18 g/cm<sup>3</sup>

Punto de fusión: 160 °C

Denominación de la IUPAC: Poly(methyl 2-methylpropenoate)

Punto de ebullición: 200 °C

## **MEDIDAS DE PREVENCIÓN**

La manipulación del material, y sus modalidades serán utilizados con los Equipos de protección personal (EPP) como cascos de seguridad, botas punta acero, guantes aislantes, lentes protectores, entre otros. Todos los trabajos de fabricación del producto serán realizados en la planta o taller, en las instalaciones del cliente solo se realizarán las instalaciones correspondientes del producto ya terminado.

## **MANIPULACION**

Toda manipulación a realizarse será consultada previamente con el fabricante, nuestros técnicos son especialistas en el rubro y han llevado el proceso de fabricación e instalación. Una vez hecho en contacto, se recomendará lo mejor para el objetivo que se desea cumplir.

Para un requerimiento en base a un panel publicitario en base a lona tensada para la empresa “INNOVA SCHOOLS” en esta se detallará lo siguiente:

## MEMORIA DESCRIPTIVA #2

PROYECTO : PANEL PUBLICITARIO  
UBICACIÓN : -----  
EMPRESA RESPONSABLE : -----  
RESPONSABLE : -----  
FECHA : 09/01/2019

Descripción:

- Medida: 5 mt x 3 mt
- Parantes de tubo inoxidable de 3 x 3 x 2mm con tubo redondo de 2 x 2mm tipo escalera
- Marco de tubo 1 ½ x 1 ½ x 2mm con banner black out 13 onzas a full color
- Altura de letrero: 4 metros
- Medidas:

Figura N° 14: Memoria descriptiva #2



### **FICHA TECNICA LETRAS VOLUMETRICAS**

- Nombre del producto: Lona tensada // Banner
- Nombre de la empresa: IMPACTO PANELS GROUP
- Dirección: Jr. Felipe Yofre 2821 – Cercado de Lima
- Número de teléfono: 991096173

## **COMPOSICION**

El Banner es una “tela” plástica fabricada principalmente de PVC, reforzado con una malla de poliéster. El banner se utiliza extensivamente en publicidad exterior, en la fabricación de vallas, pendones, toldos publicitarios, entre otros. Este puede ser elaborado en distintos gramajes (8 oz, 10 oz, 13 oz) y niveles de resistencia y brillo.

## **MEDIDAS DE PREVENCION**

La manipulación del material, y sus modalidades serán utilizados con los Equipos de protección personal (EPP) como cascos de seguridad, botas punta acero, guantes aislantes, lentes protectores, entre otros. Todos los trabajos de fabricación del producto serán realizados en la planta o taller, en las instalaciones del cliente solo se realizarán las instalaciones correspondientes del producto ya terminado.

## **MANIPULACION**

Toda manipulación a realizarse será consultada previamente con el fabricante, nuestros técnicos son especialistas en el rubro y han llevado el proceso de fabricación e instalación. Una vez hecho en contacto, se recomendará lo mejor para el objetivo que se desea cumplir.

El servicio ofrecido por la empresa IMPACTO PANELS GROUP, es la fabricación y comercialización de paneles publicitarios para exteriores e interiores en locales comerciales. Mayormente, estos letreros están ubicados en las fachadas del local, y cuentan con el nombre, logotipo y/o promoción que ofrece la empresa desea transmitir a sus clientes.

El servicio ofrecido consta desde el asesoramiento de la ubicación del letrero, presentación de propuestas en materiales y acabados en fotomontajes digitales, realizar los trámites municipales para la obtención de la licencia del panel (En el caso que este se encuentre expuesto a la vía pública), fabricación con los

lineamientos pactados, instalación del panel en la ubicación pactada y un servicio post venta que consta del mantenimiento necesario durante el transcurso de 2 años.

Figura N° 15: Panel con letras volumétricas



Figura N° 16: Panel con lona tensada



Los paneles que se ofrecen pueden estar fabricados en diferentes materiales y acabados, entre ellos con mdf, pvc, acrílico, lona tensada, vinil, entre otros. Dependiendo el lugar en donde se desee instalar, se considera equipamientos especiales a utilizarse, como andamios de fachada, andamios colgantes, arnés y todos los equipamientos de seguridad necesarios para realizar trabajos en altura.

Nuestro servicio se enfoca en brindarle la mejor solución, con los mejores materiales y tipos de paneles dependiendo lo que se desea transmitir, exposición al ambiente, presupuesto, entre otros factores que determinan la mejor propuesta.

### 3.4. Estudio de la demanda

Si Lima es la capital gastronómica de América, Miraflores se ha ido convirtiendo en el distrito gastronómico por excelencia de Lima ya que se han ido instalado los mejores restaurantes de Lima y del país, se ha ido conformando un barrio gastronómico en la zona de Santa Cruz, en donde han ido convergiendo los

restaurantes innovadores, conectados hacia otros barrios como el de la Av. 2 de Mayo del mismo distrito. La zona gastronómica se debe complementar con la proyectada desde el Mercado de Surquillo N° 1.

A continuación, se presentará cuantas empresas del rubro gastronómico cuentan con carne de sanidad para poder atender al público.

Tabla N° 18: Restaurantes con carne de sanidad en Miraflores

Restaurantes con carne de sanidad en Miraflores	
Venta de Alimentos en restaurantes	6,356.00
Venta ambulancia	584.00
Para otros usos	6,504.00
	13,444.00

Fuente: Elaboración propia

Según el INEI, (Al 2017), el distrito de Miraflores cuenta con 13,444 empresas dedicadas al rubro gastronómico carne de Sanidad para que puedan realizar operar dentro del distrito. Entre estas, 6,356 restaurantes cuentan con locales comerciales para atención al público, los 584 restantes realizan venta ambulancia de productos comestibles en puestos rodantes y 6,504 brindan servicios afines.

Tabla N° 19: Proyección de restaurantes en Miraflores

AÑOS	RESTAURANTES
Año 2017	6,356.00
Año 2018	6,483.12
Año 2019	6,710.03
Año 2020	6,944.88
Año 2021	7,187.95

Fuente: Elaboración propia

Según INEI, en el sector gastronómico se estima un crecimiento anual del 3.5 % y el promedio de cierres es del 1.5 %, por lo que se estima un crecimiento del 2 % para cada año considerando un rango de 5 años.

Tabla N° 20: Demanda total de paneles publicitarios por los restaurantes

Años	Restaurantes	Restaurantes que alguna vez han contratado los servicios para tener un panel publicitario	Demanda total
Año 2017	6,356.00	100%	6,356.00
Año 2018	6,483.00	100%	6,483.00
Año 2019	6,710.00	100%	6,710.00
Año 2020	6,945.00	100%	6,945.00
Año 2021	7,188.00	100%	7,188.00

Fuente: Elaboración propia

El 100 % de los restaurantes al menos han contratado una vez a una empresa de publicidad para realizar su panel publicitario en su local o negocio.

Tabla N° 21: Demanda total en soles de paneles publicitarios por los restaurantes

	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Restaurantes en Miraflores dispuestos a contratar los servicios	6,356.00	6,483.00	6,710.00	6,945.00	7,188.00
Numero de comprar en el año	1	1	1	1	1
Precio del servicio	S/8,260.00	S/8,260.00	S/8,260.00	S/8,260.00	S/8,260.00
Total Compras Anuales	S/52,500,560.00	S/53,549,580.00	S/55,424,600.00	S/57,365,700.00	S/59,372,880.00

Fuente: Elaboración propia

Se estima que, entre todas las empresas gastronómicas del distrito de Miraflores, inviertan en publicidad un valor mayor a los S/ 59,372.00 millones de soles. Estos servicios abarcan desde la fabricación de nuevos paneles, renovación, mantenimiento, entre otros.

Con respecto al rubro hotelero, el distrito aloja diariamente a gran afluencia de personas extranjeras provenientes de diferentes países. En el distrito, se encuentra la mayor cantidad de Hoteles de 4 y 5 estrellas con respecto a Lima. A continuación, se detallará la cantidad respectiva.

Tabla N° 22: Nuevas licencias de construcción

Hoteles en Miraflores de 4 y 5 estrellas	
Miraflores	28.00
Surco, San Isidro, Lince, Santa Clara	25.00
	53.00

Fuente: Elaboración propia

Según el INEI, existen 53 hoteles con calificaciones de 4 y 5 estrellas. Entre estas, más del 50 % están ubicadas en el distrito de Miraflores, y el resto se ubican principalmente entre los distritos de Surco, San Isidro, y finalmente Lince y Santa Clara.

### 3.5. Estudio de la oferta

Si nos referimos a empresas que ofrezcan un servicio similar, según expertos, existen más de 15,000 empresas de publicidad con sedes en Lima, las cuales pueden incluir en su área de operación el distrito de Miraflores; sin embargo, muchas de estas no brindan un servicio adecuado y no cumplen con el estándar de calidad que los negocios en el distrito requieren para contratar los servicios de una empresa.

Existen algunas empresas que brindan un servicio a bajo costo, pero con un producto y servicio defectuoso, no aplican servicio post venta a sus clientes ya que estas predominan ofrecer un servicio a bajo costo reduciendo la calidad en su servicio. Entre estas empresas, podemos encontrar que se encuentran en gran porcentaje en la “Galería Wilson”, ubicado en Av. Inca Garcilaso de la Vega 1282 – Cercado de Lima.

Figura N° 17: Ubicación de Galería Wilson



Fuente: Google Maps

Entre algunas de las empresas dentro de la “Galería Wilson” que ofrecen el servicio de fabricación de paneles publicitarios podemos encontrar:

- Max Art Publicidad
- Esmulver
- Mega Print S.A.C

Entre las empresas mencionadas, 2 de estas no cuentan con una página web ni presencia en medios digitales por lo que no permite que puedan tener un mayor alcance a clientes potenciales, sus clientes son personas naturales o jurídicas que se acercan a sus instalaciones para cotizar sus servicios. La empresa Max Art Publicidad, si cuenta con presencia digital por lo que tendría mayor posibilidad a brindar sus servicios en otros distritos.

Al igual que existen empresas en el mercado con un producto y servicio que no cumplen con la calidad requerida por los establecimientos comerciales, hay empresas con mucha trayectoria en el mercado el cual ofrecen un servicio integrado desarrollado por personal profesional y calificado en todo tipo de circunstancia. Algunas de estas son empresas medianas y grandes, con talleres propios y con alta presencia en medios digitales.

Entre las empresas más reconocidas se pueden encontrar:

- JMT Outdoors
- Panel Schok
- Clear Channel

Dentro de los competidores, también se pueden identificar Agencias de publicidad, estas se especializan en desarrollar una estrategia de marketing integral a los clientes en las cuales incluyen varios servicios, entre ellos la fabricación de los paneles publicitarios. Mayormente, estas agencias tercerizan la parte operativa de los trabajos, por lo cual conlleva a que el costo del servicio este sobrevalorado el cual conlleva que el cliente pague de más por un servicio similar, nuestra empresa podría ofrecer un mejor servicio a un menor coste.

Según el portal Trace Perú, entre las mejores posicionadas están las siguientes agencias:

Tabla N° 23: Agencias de publicidad más reconocidas en Perú

<b>Agencia</b>	<b>Tiempo en el Mercado</b>
ADN CREATIVA	15 años
QUORUM	15 años
TRACE	10 años
MATIZ MZ	15 años
CREATIVE BIZ	10 años
STAFF CREATIVA	15 años
MANYA	10 años
CAUSA	76 años
BOOM	8 años
WEBTILIA	13 años

Fuente: Elaboración propia

Estas agencias de publicidad cuentan con diferentes clientes en diferentes sectores y distritos por lo que en su rango de operaciones también está incluido las empresas en Miraflores.

A la misma vez, podemos encontrar con empresas de publicidad que son fabricantes directos y que tienen fuerza de ventas para realizar el contacto directo con el cliente. Entre algunos que podemos encontrar, están:

- Corporación Alta Imagen S.A.C: Es una empresa de publicidad especialista en la fabricación de stands para ferias corporativas y fabricación de paneles publicitarios.
- IMD Retail: Empresa de publicidad especialista en la fabricación de góndolas para puntos de venta en Retails.
- Visual Designs Corporation: Empresa de publicidad especializada en la implementación de módulos de ventas o atención al cliente en Centros Comerciales.
- Grupo Porter S.A.C: Empresa de publicidad especializada en la implementación de puertas acústicas para división de ambientes y fabricación de stands para ferias empresariales.

### 3.6. Determinación de la demanda insatisfecha

En IMPACTO PANELS GROUP deseamos tener el alcance y calidad de servicio de una agencia de publicidad o como las empresas más grandes dentro del rubro, pero con mejores precios respecto a la calidad del servicio al ser fabricantes directos. Desarrollando una buena estrategia comercial, deseamos contactar con el cliente directo para presentarles nuestras propuestas de valor.

Debido a la falta de datos, definiremos que la demanda del servicio de paneles publicitarios en restaurantes del distrito de Miraflores, se aplicó la técnica “opinión de expertos” del investigador teniendo como resultante que los 6710 restaurantes (En el año 2019), contrataran mínimo 1 vez al año el servicio de fabricación de nuevos paneles o mantenimiento de los ya existentes.

Demanda = 6,710 servicios al año

Para la oferta estimada de empresas de publicidad que ofrecen el mismo servicio para el rubro gastronómico en el distrito, se estima que el servicio ofrecido por las Agencias de Publicidad tiene un sobre costo, el cual algunos clientes no están dispuestos a pagar y deciden optar por nuevos canales para promocionarse.

$$\text{Oferta} = 6,300 \text{ servicios al año}$$

Para calcular la demanda insatisfecha, se restará la demanda con la oferta estimada para el año 2019

$$\text{Demanda insatisfecha} = \text{Demanda} - \text{Oferta}$$

$$\text{Demanda insatisfecha} = 6710 - 6300$$

$$\text{Demanda insatisfecha} = 410 \text{ servicios al año}$$

Para calcular el porcentaje de la demanda objetivo actual, se realizará lo siguiente:

$$\% \text{ demanda objetivo} = \frac{\text{Capacidad de producción actual}}{\text{Demanda insatisfecha actual}}$$

$$\% \text{ demanda objetivo} = 120 / 410$$

$$\% \text{ demanda objetivo} = 29.27 \%$$

Para calcular el porcentaje de demanda insatisfecha actual, se realizará lo siguiente:

$$\% \text{ demanda insatisfecha} = \frac{\text{Demanda insatisfecha actual}}{\text{Demanda actual}}$$

$$\% \text{ demanda insatisfecha} = 410 / 6710$$

$$\% \text{ demanda insatisfecha} = 6.11 \%$$

### 3.7. Proyecciones y provisiones para comercializar

- **Plan de Marketing**

En primer punto, se trabajará en tener una página web en la cual pueda ser interactiva para el público, nos basaremos en material gráfico y visual que será proporcionado por el área de Marketing. Esta página será desarrollada por la empresa Ourlimm, el cual es especialista en fabricación de páginas web.

Se trabajará en contenido gráfico de valor para el público, en el cual se mostrará diversos temas, entre estos: ¿Qué tipo de panel publicitario es recomendable para mi negocio?, ¿Cuáles son los requisitos para tener un panel en mi local?, entre otros tipos de contenido. El cual será utilizado para la página web y redes sociales.

Se abrirán cuentas en las principales redes sociales, el cual será manejado por el área de Marketing. En este, se realizará una campaña de pre-lanzamiento de la empresa el cual será promocionado exclusivamente por promoción en las redes sociales. Este conllevará a:

- Elaboración de contenido gráfico de todos los tipos de paneles publicitarios que ofreceremos en la empresa
- Nos pondremos en contacto con los principales portales de publicidad y bloggers para que nos realicen artículos de nuestro negocio, mostrando nuestras fortalezas como empresa.

Una vez ya realizada el lanzamiento oficial de la empresa, se trabajará en una estrategia de contenido en redes sociales, para ir obteniendo seguidores con el paso del tiempo. Posteriormente, realizando inversión en estas redes para obtener un mayor alcance.

Se trabajará en obtener alianzas estratégicas que estén dedicadas a la decoración de interiores y estudios de arquitectura para que estos puedan recomendar

nuestros servicios a sus clientes, brindando un beneficio para ambas marcas ya que se fabricaría un Panel Publicitario para la fachada de su local cuando se obtenga una recomendación de 2 clientes como mínimo o brindándoles comisiones del 5 % al 10 % de cada requerimiento que las empresas nos hayan recomendado.

Se realizarán campañas de Mailing, las cuales en el inicio del negocio se ejecutará de manera quincenal, dando a conocer los atributos de nuestra empresa y estará direccionada a las empresas ubicadas en el distrito de Miraflores, principalmente para el rubro de restaurantes.

Una vez realizado el primer contacto con los clientes potenciales, se les brindara obsequios de pequeñas letras volumétricas con iluminación, estas estarán personalizadas con el nombre de la empresa las cuales podrán ser utilizados para la decoración de sus ambientes. Este será el primer contacto directo con el cliente con nuestro personal de ventas, este realizará una visita a al local para posteriormente realizar un cierre de ventas de algún posible requerimiento.

Una vez realizado el trabajo, se realizará un artículo en donde se muestre el trabajo realizado con el gerente general del negocio o el encargado de haber contratado de nuestro servicio, con el fin de promocionar su negocio dentro de nuestros medios digitales.

A los primeros clientes que tengamos en la empresa, les brindaremos la posibilidad de brindarles descuentos para próximos requerimientos si recomiendan nuestros servicios con otras empresas, este podría ser desde compartir el artículo realizado por nuestra empresa o realizando algún post desde sus plataformas.

- **Entorno de marketing determinado**

El entorno esperado para poder realizar la estrategia de marketing se estipula apalancarse de medios digitales, netamente presencia en las principales redes sociales y realizando inversión publicitaria en las mismas.

A la misma vez, considerando que el área de ventas realice debidamente el cierre de ventas según el plan desarrollado y estando predispuestos a realizar un servicio especializado y dedicado a cada cliente

Con respecto a la economía del País, de espera contar con un entorno positivo de la economía, desarrollando nuevas estrategias por parte de la municipalidad de Miraflores para seguir recibiendo la alta afluencia de los visitantes internacionales.

- **Cuota de ventas**

Para la cuota de ventas en IMPACTO PANELS GROUP, se tomará en cuenta al área de Ventas, conformado por el Gerente de Ventas y un vendedor, como apoyo adicional, el Gerente General también estará involucrado parcialmente dentro de la captación de nuevos clientes y la fidelización de las mismas.

Se aplicará el tipo “cuota combinada”, tendrán como cuota de venta 87 servicios durante el primer año de funcionamiento de la empresa, con un valor aproximado por servicio de S/ 8,260 soles. En el caso que el área de ventas cumpla con las cuotas establecidas, se otorgara un bono Anual del 3 al 5 % de comisión por los ingresos generados por cada vendedor.

Con respecto a los meses de mayor demanda del servicio, desde el mes de Marzo al mes de Noviembre se encuentra mayores facilidades para poder captar la inversión de las empresas para contratar nuestros servicios. A la misma vez, a inicios y finales de cada año, disminuye la inversión publicitaria sobre nuestro servicio por diferentes motivos.

- **Presupuesto de venta**

Para determinar el presupuesto de venta en la empresa, se considerará las 2 personas dentro de Área de Ventas o comercial, y el apoyo periódicamente del Gerente General.

Tabla N° 24: Presupuesto de ventas para la empresa

	Cantidad de servicios	Precio	Ingresos Brutos	Comisiones	Total Ventas Netas
<b>Enero</b>	3	S/8,260.00	S/24,780.00	S/743.40	S/24,036.60
<b>Febrero</b>	6	S/8,260.00	S/49,560.00	S/1,486.80	S/48,073.20
<b>Marzo</b>	8	S/8,260.00	S/66,080.00	S/1,982.40	S/64,097.60
<b>Abril</b>	8	S/8,260.00	S/66,080.00	S/1,982.40	S/64,097.60
<b>Mayo</b>	8	S/8,260.00	S/66,080.00	S/1,982.40	S/64,097.60
<b>Junio</b>	8	S/8,260.00	S/66,080.00	S/1,982.40	S/64,097.60
<b>Julio</b>	9	S/8,260.00	S/74,340.00	S/2,230.20	S/72,109.80
<b>Agosto</b>	7	S/8,260.00	S/57,820.00	S/1,734.60	S/56,085.40
<b>Setiembre</b>	9	S/8,260.00	S/74,340.00	S/2,230.20	S/72,109.80
<b>Octubre</b>	8	S/8,260.00	S/66,080.00	S/1,982.40	S/64,097.60
<b>Noviembre</b>	8	S/8,260.00	S/66,080.00	S/1,982.40	S/64,097.60
<b>Diciembre</b>	5	S/8,260.00	S/41,300.00	S/1,239.00	S/40,061.00
			S/718,620.00	S/21,558.60	S/697,061.40

Fuente: Elaboración propia

Los precios indicados en el cuadro incluyen igv; con respecto a las comisiones de ventas, estas serán otorgadas anualmente al personal correspondiente. Por casos excepcionales que el trabajador tenga que retirarse de la empresa antes de cumplir el año de funciones y como mínimo haber cumplido 9 meses en el negocio, este podrá coordinar con la empresa para que se les pueda brindar las comisiones de ventas por los 6 primeros meses.

### 3.8. Descripción de la política comercial

Con respecto a la política comercial de IMPACTO PANELS GROUP, aplicara una estrategia de precio de penetración de mercado, brindaremos precios bajos para conseguir una mayor penetración en el mercado.

#### 3.8.1 Precio

Los precios se determinará la empresa se registrarán bajo estos lineamientos:

- ✓ **Diferenciados:** Precio diferenciado por el tipo de panel publicitario y la complejidad del trabajo
- ✓ **En función a la competencia:** Precios intermedios. El precio es menor en comparación de nuestros competidores directos (Agencias de Publicidad) y se le brindara mayores beneficios en el servicio. Sin embargo, se brindará un precio mayor a las empresas informales o de servicios limitados.
- ✓ **Sicológico:** Precios redondeados. El precio se señala en cifra entera.
- ✓ **Políticas de descuento:** Si una empresa desea más de un requerimiento para su local comercial, se negociará un descuento alrededor del 10 % para los siguientes requerimientos.

### 3.8.2 Plaza

Con respecto al canal de distribución, se enfocará en lo siguiente:

- Canal directo: La distribución de nuestros servicios serán directas ya que nosotros nos contactamos directamente con el cliente, no se permitirá la alianza con agencias de publicidad.

Con respecto a los puntos de contacto para exhibir la marca, son los siguientes:

- ✓ Página web
- ✓ Revistas especializadas de Marketing (Guía del Marketing)
- ✓ Redes Sociales (Facebook, Youtube, Instagram, LinkedIn)
- ✓ Visitas directas a los clientes
- ✓ Chalecos de trabajo
- ✓ Tarjetas de presentación
- ✓ Facturas
- ✓ Guía de remisión

- ✓ Papelería
- ✓ Cotizaciones
- ✓ Atenciones telefónicas

### 3.8.3 Promoción

Con respecto a la promoción que se aplicará a la empresa, se plasmará de la siguiente manera:

Las promociones que se aplicarán para el desarrollo de las actividades estarán llevadas por el personal de ventas, en supervisión y aprobación del Gerente General. Entre algunos puntos podemos destacar:

- Fabricación de letras de cortesía del logo de la empresa
- Descuentos por contratar más de 2 requerimientos o hacer contratos por un tiempo determinado con las empresas.
- Descuentos a los clientes por la recomendación directo a sus clientes potenciales de nuestra empresa.

### 3.9. Cuadro de la demanda proyectada para el negocio

A continuación, se mostrará el cálculo de la demanda proyectada tanto en cantidades como en términos monetarios. A la misma vez, se estima un crecimiento en ventas tras nuevas alianzas estratégicas y campañas de marketing más agresivas. Para el pronóstico de la demanda, se considera utilizar el método cualitativo, ya que se basa en el juicio ejecutivo, la experiencia del inversionista en el rubro.

Tabla N° 25: Demanda proyectada para el primer año del negocio

	Cantidad de servicios	Precio
<b>Enero</b>	3	S/8,260.00
<b>Febrero</b>	6	S/8,260.00
<b>Marzo</b>	8	S/8,260.00
<b>Abril</b>	8	S/8,260.00

<b>Mayo</b>	8	S/8,260.00
<b>Junio</b>	8	S/8,260.00
<b>Julio</b>	9	S/8,260.00
<b>Agosto</b>	7	S/8,260.00
<b>Setiembre</b>	9	S/8,260.00
<b>Octubre</b>	8	S/8,260.00
<b>Noviembre</b>	8	S/8,260.00
<b>Diciembre</b>	5	S/8,260.00
<b>Total Año</b>	87 servicios	
<b>VENTAS ANUALES</b>	S/718,620.00	

Fuente: Elaboración propia

Se estimada que pasa fines del primer año de operaciones, generar una demanda de 87 servicios dentro del distrito de Miraflores, con un valor por servicio promedio de S/ 8,260.00 incluyendo Igv. Como resultante, para finales de año del primero año de funcionamiento de la empresa las ventas totales asciendo al monto de S/ 718,620.00 soles incluyendo igv.

Considerando un pronóstico del incremento de la demanda en un 10 % anual, aplicando nuevas estrategias de marketing para la atracción de nuevos clientes y realizando servicios adicionales a los clientes ya existentes, como mantenimientos, remodelaciones, entre otros.

Tabla N° 26: Demanda proyectada de 5 años del negocio

	AÑOS DE FUNCIONAMIENTO				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Cantidad de servicio</b>	87	96	106	116	128
<b>Precio</b>	S/8,260.00	S/8,614.00	S/8,968.00	S/9,322.00	S/9,676.00
<b>TOTA3L ( S/ )</b>	S/718,620.00	S/826,944.00	S/950,608.00	S/1,081,352.00	S/1,238,528.00

Fuente: Elaboración propia

Con respecto al incremento de la cantidad de servicio, se estima un crecimiento del 10 % anual considerando la obtención de mayor porcentaje de mercado por la recomendación de clientes y el desarrollo de nuevas estrategias de marketing. En base al precio promedio del servicio se considera un incremento anual de S/ 300.00 soles debido al incremento de algunos costos de materiales.

## CAPÍTULO IV: ESTUDIO TÉCNICO

### 4.1. Tamaño del negocio, Factores determinantes

Con el propósito de determinar el proyecto IMPACTO PANELS GROUP, es que la metodología a emplear consiste en primero determinar el punto de equilibrio con el propósito de este punto de equilibrio determinar la cantidad mínima necesaria para evitar pérdidas, captando un porcentaje de la demanda insatisfecha para disminuir el riesgo

Para calcular el punto de equilibrio, se tomará estimaciones hechas en base a experiencias dentro del rubro se ha calculado el Costo fijo total del negocio en el periodo de un año, el precio de venta y costo variable por unidad de servicio. (Para mayor detalle, revisar Tabla N° 48: Punto de equilibrio)

$$CF= S/ 262,776.00$$

$$CV= S/ 2,020.00$$

$$\text{Precio}= S/ 7,000.00 \text{ (precio sin igv)}$$

$$PE= (\text{Costos fijos totales} / (\text{Precio} - \text{Costo Variable}))$$

$$PE= (262,776.00 / (7,000 - 2,020))$$

$$PE= 53 \text{ unidades}$$

El punto equilibrio del negocio son la fabricación y comercialización de 53 paneles publicitarios, esto quiere decir que quiere comercializar 53 servicios para que la empresa no pierda dinero.

- Demanda insatisfecha

De acuerdo al estudio de mercado obtenidos en el capítulo anterior tenemos lo siguiente:

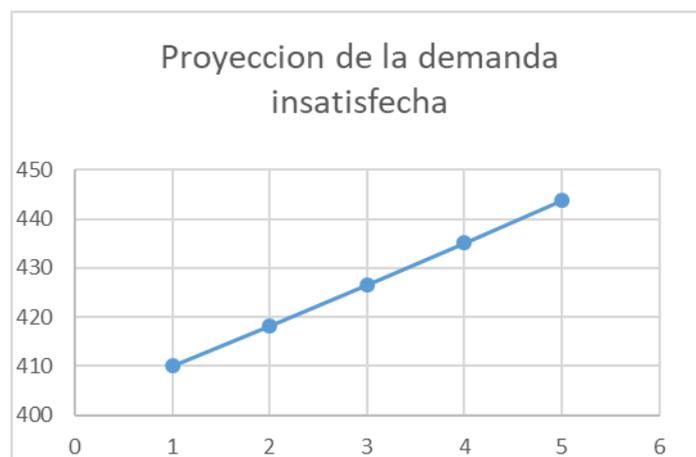
Tabla N° 27: Proyección de demanda insatisfecha

Año	Demanda insatisfecha
1	410
2	418
3	427
4	435
5	444
	<b>2,134</b>

Fuente: Elaboración propia

Se estima un crecimiento anual del 2 % de la demanda insatisfecha debido a la nueva apertura de restaurantes dentro del distrito y la renovación de imagen de las ya existentes.

Figura N° 18: Proyección de la demanda insatisfecha



Se tomará como objetivo el 29.27 % de la demanda insatisfecha para el primer año de funciones de la empresa, para los siguientes años, se estima un crecimiento del 10 % anual en el volumen de ventas de la empresa.

Para calcular el tamaño del negocio, se calculará con respecto al análisis del entorno, la capacidad de inversión que pueden tener estas empresas en el mercado:

Tabla N° 28: Tamaño del negocio

S/1,500,000.00	S/700,000.00	S/400,000.00	S/100,000.00	Monto de inversiones ( S/ )
600	300	100	30	Cantidad de paneles ( Und )
<b>Gran empresa</b>	<b>Mediana</b>	<b>Pequeña</b>	<b>Micro</b>	

Demanda insatisfecha	ENTORNO	Punto Equil.
410	INVERSION	56
	S/487,500.00	

Fuente: Elaboración propia

El tamaño referencial del negocio será a la de una pequeña empresa, ya que el monto de inversión total del negocio es de S/ 487,500.00 soles y la capacidad de total de producción es de 120 paneles publicitarios anuales el cual está dentro del rango de 100 a 299 unidades fabricadas.

### 3.2. Proceso y Tecnología

Para la implementación de una planta de producción de paneles publicitarios, se debe tener claro los procesos y la tecnología que se utilizara para la fabricación de los requerimientos y así cumplir con el proceso de fabricación debido para tener un producto de calidad.

A continuación, se detallará las estaciones del trabajo para el proceso de producción:

Tabla N° 29: Estaciones y actividades del negocio

Proceso	Estaciones de trabajo	Actividades	
PRODUCCION	1	A	Corte según el molde
	2	B	Armado de estructura
		C	Acabados de estructura
	3	D	Instalacion del panel

Fuente: Elaboración propia

El proceso de producción se divide principalmente en 3 estaciones de trabajo, como primera actividad se detalla el corte según el molde del requerimiento, la segunda actividad se refiere al armado de la estructura, posteriormente la tercera actividad son los acabados de la estructura y finalmente la cuarta actividad es la instalación del panel

Tabla N° 30: Producción a pedido

PRODUCCION A PEDIDO	MAQUINA A			Estaciones de trabajo
	4 HOMBRES	4 HOMBRES	4 HOMBRES	
	1	2	3	
	↓	↓	↓	
	A	B	C	D
Tiempo ( horas )	3	7	5	7
	TC= 22 horas			

CAPACIDAD DE PRODUCCION	
Producción de 1 panel	22 horas
Tiempo disponible	220 horas
RESULTADOS	
Producción mensual	10
Producción anual	120

Fuente: Elaboración propia

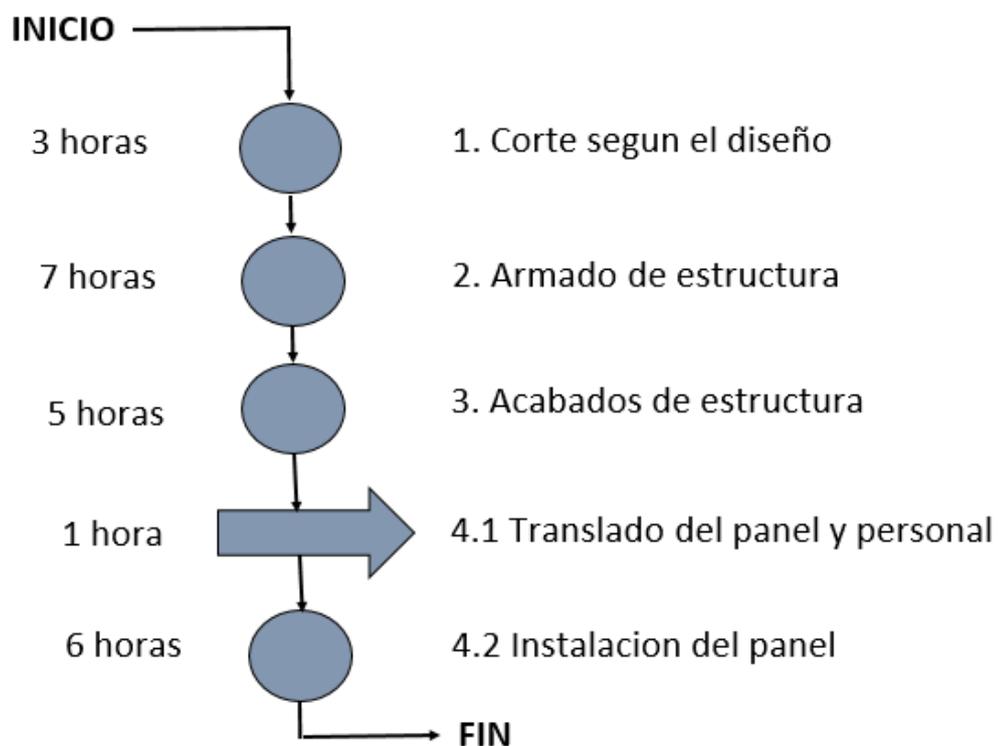
En las 3 estaciones de trabajo, se considera que los 4 trabajadores del área de producción (Gerente de producción y 3 operarios) realizarán cada actividad a excepción de la primera, en el cual el Gerente de Producción supervisará que se lleve correctamente la actividad. Para las posteriores, una vez culminada la actividad se desarrollarán las siguientes.

El tiempo del ciclo de fabricación de 1 unidad de panel publicitario son 22 horas, y las horas disponibles entre el personal del área de producción integrado por 4 trabajadores es de un total de 220 horas.

### 4.2.1. Descripción y diagrama de los procesos

A continuación, se detallará el diagrama de flujo de procesos de las principales actividades dentro del área de producción:

Gráfico N° 19: Diagrama de flujo de proceso



Fuente: Elaboración propia

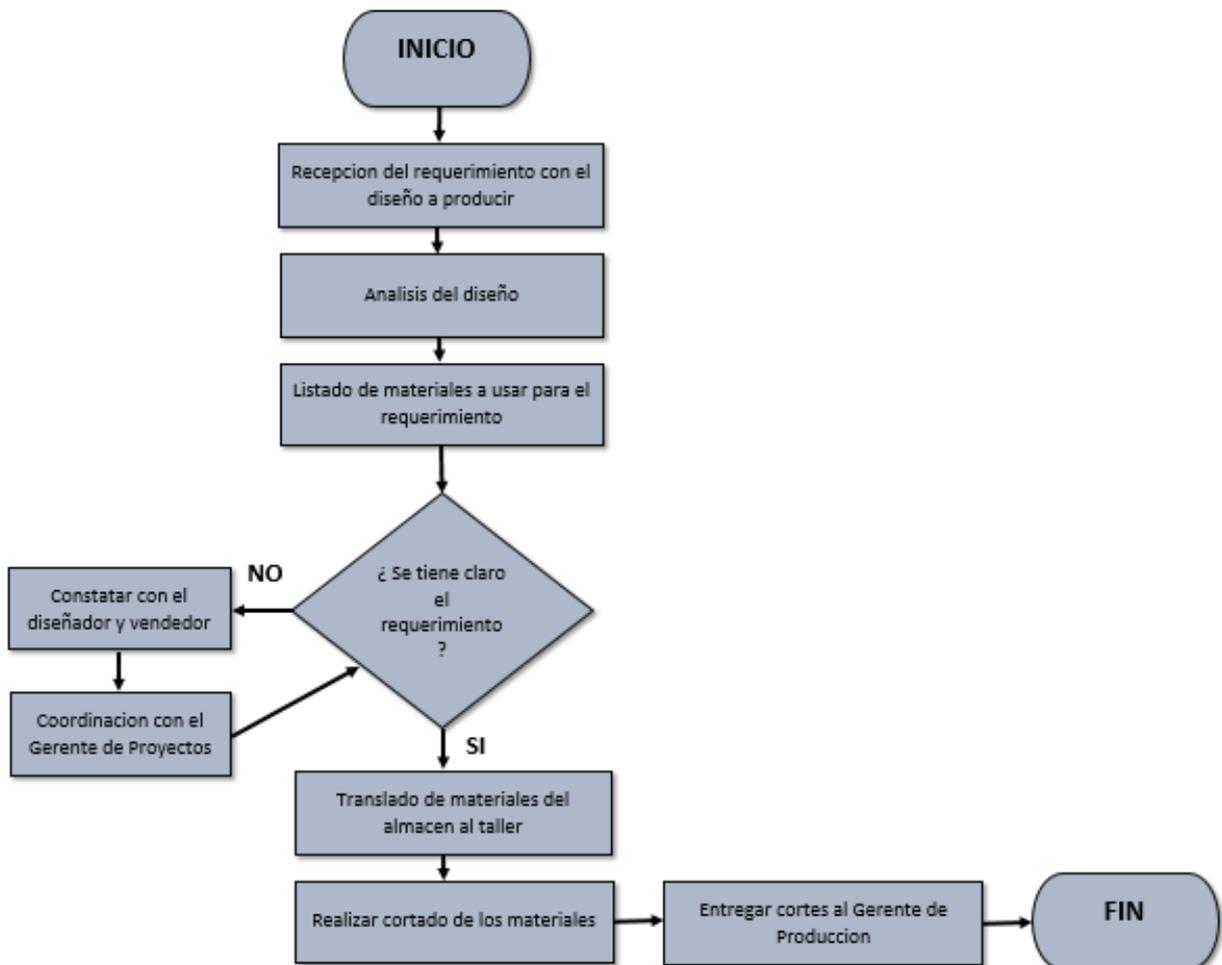
En el diagrama se detalla los principales procesos dentro del área de producción, en el cual el servicio de instalación se desagrega en el traslado del panel y personal desde el taller hasta las instalaciones del cliente, el cual estará ubicado en el distrito de Miraflores.

A continuación, se detallará todas las actividades que se realizarán en cada proceso previamente mencionados:

- Flujograma de corte según diseño

Se tiene en cuenta las actividades de la actividad corte según el diseño del requerimiento, este se detallará de la siguiente manera:

Figura N° 20: Flujograma de corte según el diseño

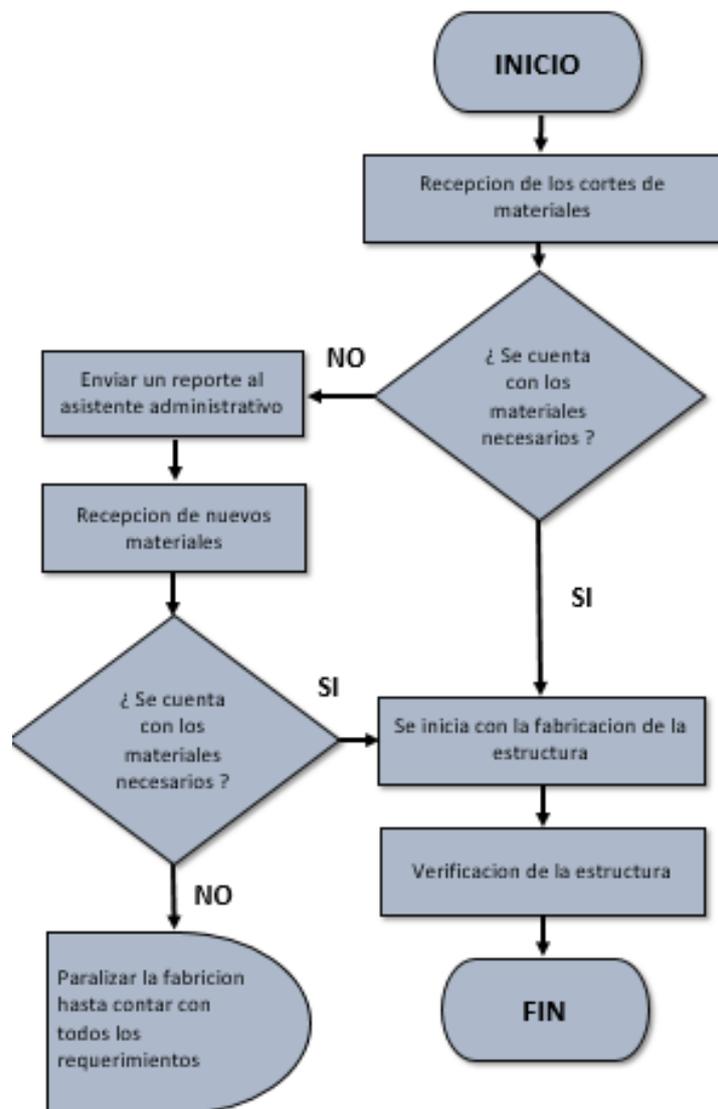


Fuente: Elaboración propia

- Flujograma de fabricación de estructura

Se tiene en cuenta las actividades sobre la fabricación de la estructura del panel publicitario, este se detallará de la siguiente manera:

Figura N° 21: Flujograma de fabricación de estructura

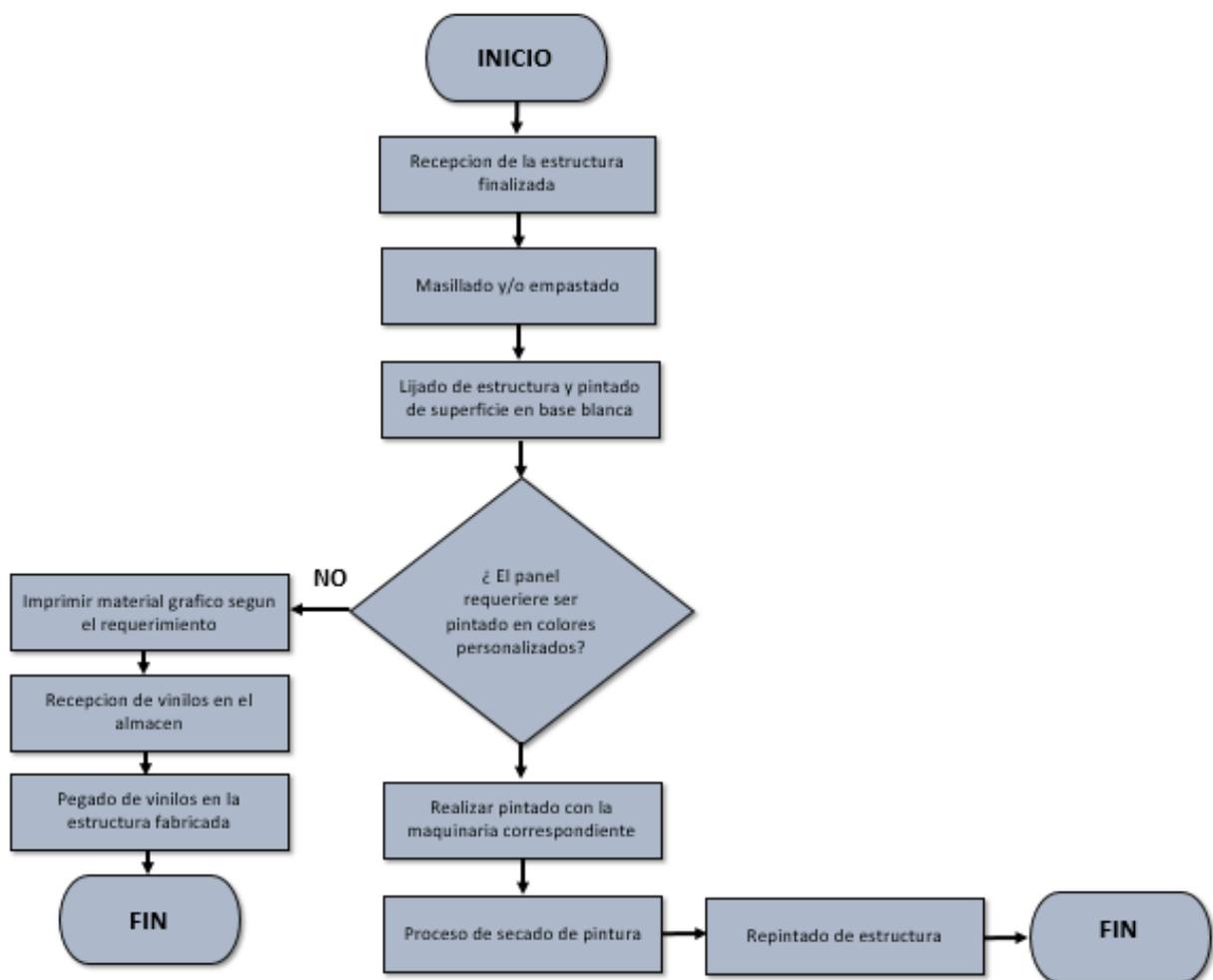


Fuente: Elaboración propia

- Flujograma de acabados de estructura

Se tiene en cuenta las actividades sobre la actividad de acabados de la estructura, este se detallará de la siguiente manera:

Figura N° 22: Flujograma de acabados de estructura

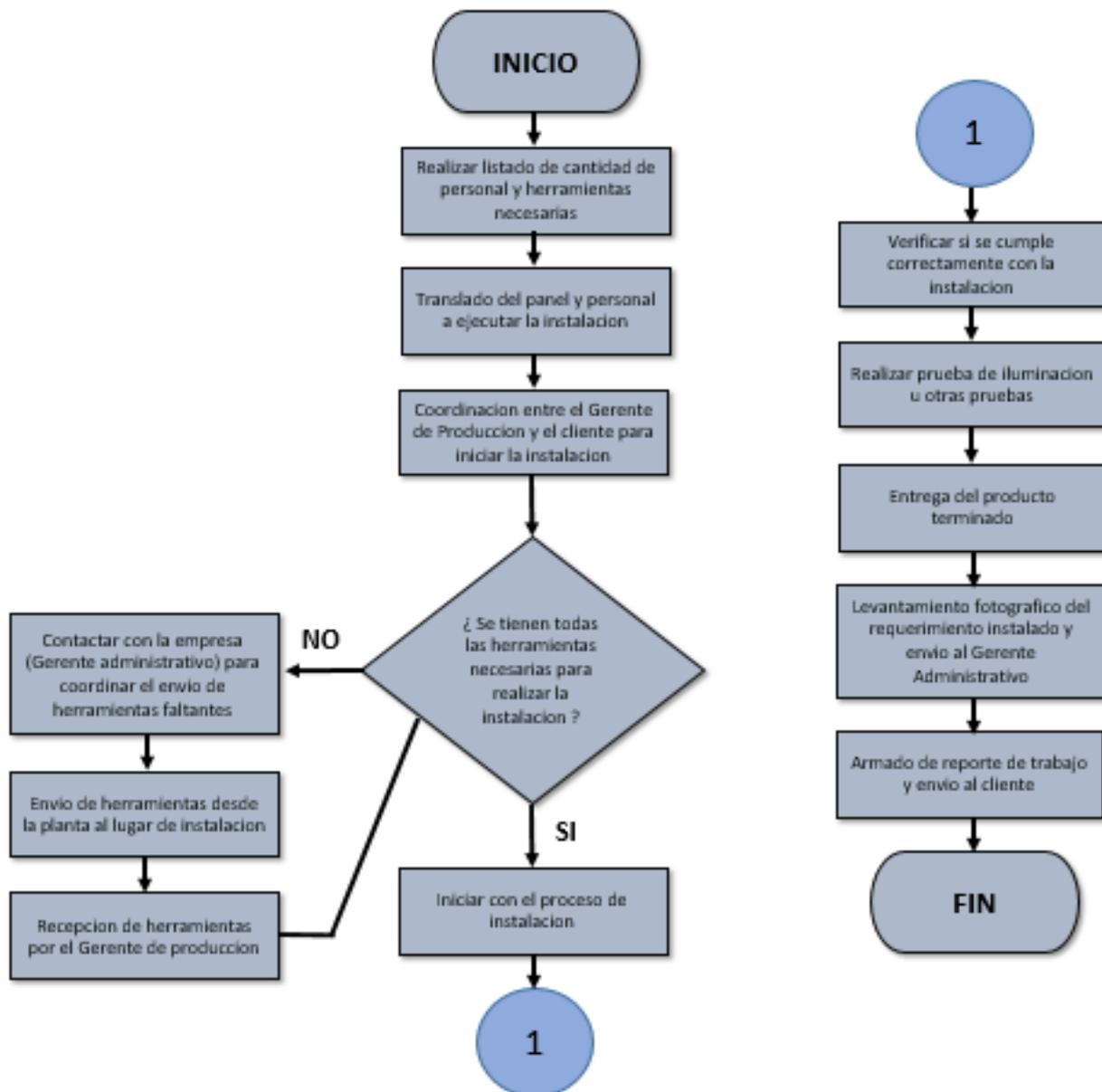


Fuente: Elaboración propia

- Flujograma de proceso de instalación del requerimiento

Una vez fabricado el panel publicitario, se procederá a ejecutar la instalación del mismo en el establecimiento o lugar pactado con el cliente, estos procesos de detallan de la siguiente manera:

Figura N° 23: Flujograma de proceso de instalación



## 4.2.2. Capacidad instalada y operativa

La capacidad instalada deberá estar en función a la producción y tecnología que se utilizará en la empresa, entre demás factores determinantes. Para el presente negocio, se utilizará lo siguiente:

En base a lo indicado, se estima que la capacidad instalada considerando en la fabricación 3 operativos y el gerente de producción, y contando con todos los materiales necesarios en el almacén para su uso en el tiempo indicado.

Tabla N° 31: Calculo de la capacidad instalada

<b>Nº personas en el taller</b>	
3 operarios	
1 gerente de produccion	4 personas
	X
Por cada persona	55 horas
	<hr/>
	220 horas disponibles
<b>Horas necesarias para fabricar un panel</b>	15 horas
	+
<b>Horas necesarias para instalar un panel</b>	7
	<hr/>
	22 horas necesarias
<b>PRODUCCION MENSUAL</b>	10 paneles
<b>PRODUCCION ANUAL ( x12)</b>	120 paneles publicitarios

Fuente: Elaboración propia

En el área de producción, el horario de trabajo es de lunes a viernes de 8 am a 6 pm y sábados de 8:00 am a 1:00 pm, esto da como resultante 55 horas laborables a la semana. Con respecto a las horas necesarias para fabricar un panel, se estima un total de 15 horas dividido en mínimo 3 días ya que este tiene que cumplir un proceso de secado de pintura entre otras variantes, y las horas necesarias para la instalación de un panel son 7 horas aproximadamente,

considerando el tema de traslado, autorización para iniciar trabajos en el punto, instalación y prueba del panel publicitario.

Cada requerimiento de paneles publicitarios cuenta con un diseño personalizado, el cual tiene que ser atendido por todo el personal del área de producción especialmente por el gerente del área.

A continuación, se detallará la proyección de la capacidad ocupada y ociosa en relación a la proyección de la demanda del negocio.

Tabla N° 32: Proyección de la capacidad ocupada y ociosa

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Capacidad Instalada</b>	120	120	120	120	120
<b>Capacidad ocupada</b>	87	96	106	116	128
<b>Capacidad ociosa</b>	33	24	14	4	-8

Fuente: Elaboración propia

La capacidad instalada de la empresa si se cuenta con las mismas condiciones y estrategia a la del primer año, en total se podrán fabricar 120 paneles publicitarios anualmente, obteniendo una capacidad ociosa hasta el 4to año de la empresa. En el quinto año, es necesario contratar a un operador adicional para poner cubrir las 8 unidades faltantes para cubrir la demanda en ese año.

#### 4.2.3. Cuadro de requerimientos de bienes de capital, personal e insumos

A continuación, se describirá lo necesario para el cumplimiento de las actividades y procesos de la empresa, los cuales corresponden a lo siguiente:

Tabla N° 33: Requerimientos para el área de producción

ITEM	PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Atornillador Einhell CE TE-CD 18 LI 18V	UND	4	S/199.00	S/796.00
2	Taladro percutor GSB 550 + set 34 piezas	UND	2	S/179.90	S/359.80
3	Amoladora G720K 4 1/2 + Discos	UND	2	S/129.90	S/259.80
4	Sierra circular Stanley SC16 1600W	UND	2	S/269.90	S/539.80
5	Sierra caladora 600 W SJ60K	UND	2	S/259.90	S/519.80
6	Sierra sable TE-AP 750 W Einhell	UND	2	S/249.90	S/499.80
7	Sierra ingleteadora 1500W 10"	UND	2	S/799.00	S/1,598.00
8	Nivel torpedo 9"	UND	8	S/14.20	S/113.60
9	Escuadra de carpintero pulgadas / milímetros	UND	5	S/26.90	S/134.50
10	Calibrador de 6"	UND	3	S/19.70	S/59.10
11	Multimetro digital profesional FIX 7677 Bosch	UND	2	S/99.90	S/199.80
12	Guantes Anti corte PU CUT – 5	UND	20	S/19.90	S/398.00
13	Combo caja de herramientas 18" y 12"	UND	4	S/24.90	S/99.60
14	Wincha basica stanley 5 metros	UND	10	S/7.90	S/79.00
15	Cuchilla Snap Off 18mm	UND	20	S/7.90	S/158.00
16	Espatula con mango de plástico	UND	10	S/6.50	S/65.00
17	Cuchilla retractil de metal	UND	10	S/17.90	S/179.00
18	Juego de alicastes y llaves ajustables	UND	5	S/83.90	S/419.50
19	Mazo de goma 24 onzas	UND	2	S/9.90	S/19.80
20	Tijera de aviacion	UND	10	S/15.90	S/159.00
21	Cizalla profesional 5mm 14"	UND	3	S/69.90	S/209.70
22	Engrampadora 1/4 y 5/16 con 200 grapas	UND	10	S/54.90	S/549.00
23	Juego de llaves Allen pulgadas x 8 piezas	UND	5	S/10.90	S/54.50
24	Grapas para ET-21 5/16 x 1000 unidades	UND	20	S/9.50	S/190.00
25	Cascos de seguridad blanco	UND	30	S/4.50	S/135.00
26	Cinta de seguridad amarillo y negro 2x36	UND	10	S/29.90	S/299.00
27	Bota punta de acero Modelo Vulcan T-41	UND	10	S/129.90	S/1,299.00
28	Sopladora 400	UND	3	S/99.90	S/299.70
29	Pistola de calor 2000W GHG 20-63	UND	2	S/399.00	S/798.00
30	Mascara para soldar Autodark básica	UND	2	S/139.90	S/279.80
31	Compresora 3HP 50 litros	UND	1	S/899.00	S/899.00
32	Pistola electrica para pintar 400 W T:1000 ml B:1.8mm	UND	2	S/109.90	S/219.80
33	Pulidora Stanley 1300W 7"	UND	5	S/369.90	S/1,849.50
34	Chalecos de seguridad	UND	20	S/49.90	S/998.00
35	Soldadura Monofasica 300 AC/DC	UND	1	S/2,849.00	S/2,849.00

36	Combo stanley soldadura 200 ah + Esmeril 710 W	UND	2	S/999.00	S/1,998.00
37	Extintor PQS ABS 6 KG con colgador de pared al 40 %	UND	2	S/69.90	S/139.80
38	Escalera telescopica, 16 pasos	UND	2	S/449.00	S/898.00
39	Escalera multifunción	UND	3	S/299.00	S/897.00
40	Andamios certificados y accesorios	UND	5	S/320.00	S/1,600.00
41	Sillas estándar	UND	10	S/20.00	S/200.00
					S/23,318.70

Fuente: Elaboración propia

Las principales herramientas para la fabricación de los paneles publicitarios ascienden a un monto de S/ 23,318.70 soles incluyendo igv, se considera los precios del establecimiento comercial PROMART, estos serán adquiridos en el primer año como nuevos y se estipula que tengan una duración de 2 a 4 años de uso.

Los requerimientos necesarios para el área administrativa, podemos encontrar las siguientes:

Tabla N° 34: Requerimientos para el área administrativa

ITEM	PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Escritorios de melamine	UND	5	S/600.00	S/3,000.00
2	Sillas de oficina	UND	8	S/100.00	S/800.00
3	Impresora multifuncional Inkjet	UND	3	S/450.00	S/1,350.00
4	Laptop Lenovo core i7	UND	4	S/2,200.00	S/8,800.00
5	Lapiceros	UND	50	S/1.00	S/50.00
6	Hojas Bond A4 x 500 hojas	UND	40	S/12.00	S/480.00
7	Tintas para impresoras	UND	20	S/10.00	S/200.00
8	Archivadores	UND	24	S/5.00	S/120.00
9	Tijeras	UND	10	S/3.50	S/35.00
10	Marcadores	UND	20	S/2.00	S/40.00
11	Rollos de papel higienico Kleemex 12 rollos	UND	10	S/18.00	S/180.00
12	Gel antibacterial	UND	10	S/17.90	S/179.00
					S/15,234.00

Fuente: Elaboración propia

Lo requerido por el área administrativa está integrado por escritorios, laptops, e insumos básicos de oficina el cual el monto asciende a S/ 15,234.00 soles incluyendo igv, considerando los precios del establecimiento comercial PROMART, estos serán adquiridos en el primer año como nuevos y se estipula reponer los insumos de oficina semestralmente a excepción de las laptops, sillas y escritorios.

Los requerimientos necesarios para el área del almacén, podemos encontrar las siguientes:

Tabla N° 35: Requerimientos para el almacén

ITEM	PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Stocka o carretilla hidraulica	UND	1	S/520.00	S/520.00
2	Parihuela de madera estandar 2 x 1.25	UND	3	S/100.00	S/300.00
					S/820.00

Fuente: Elaboración propia

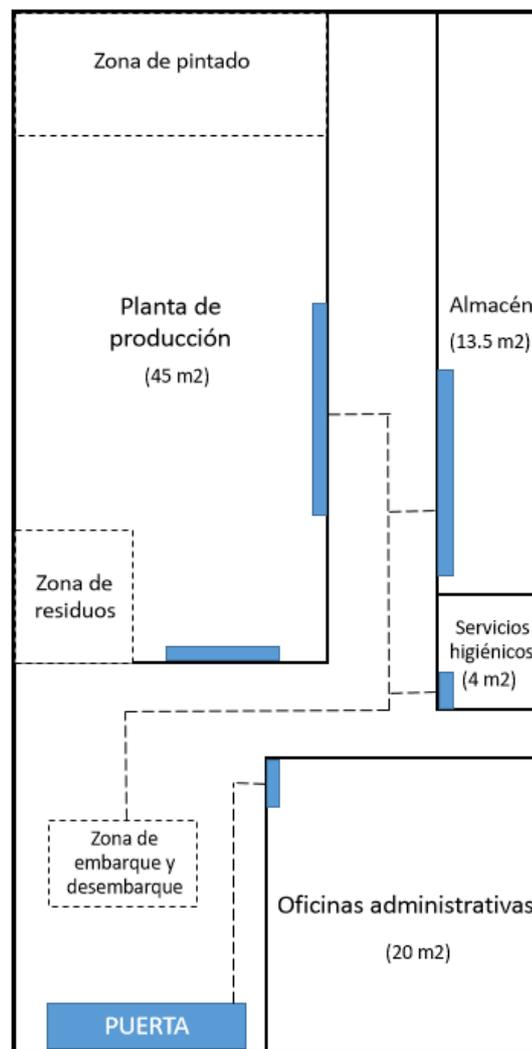
Lo requerido para el almacén está integrado únicamente por 1 stockas y 3 parihuelas para transportar los materiales más pesados al almacén y posteriormente el área de producción. Lo invertido asciende a S/ 820.00 soles con igv considerando los precios del establecimiento comercial PROMART.

La gran parte de insumos y equipamientos comprados serán usados en diferentes áreas de la empresa, principalmente en el área de producción ya que estos estarán encargados de la producción de los requerimientos y el control del almacén. El gerente general estará en constante seguimiento que los recursos adquiridos se usen de manera adecuada y cumpliendo con la finalidad principal por los cuales fueron adquiridos.

#### 4.2.4. Infraestructura y características físicas

Para este punto, se describirá las áreas mediante el layout o distribución el cual se detallará como se dividen las diferentes áreas dentro de la empresa

Figura N° 24: Layout de las instalaciones de la empresa



Fuente: Elaboración propia

Las medidas del terreno en el cual se localizará la empresa cuenta con 128 m<sup>2</sup> (8 mt ancho x 16 mt profundidad). La distribución de la misma se realizará en una zona administrativa el cual tendrá 20 m<sup>2</sup>, esta se encontrará al costado de la

puerta de ingreso, en el cual se encontrarán el personal administrativo de la empresa. Próximo a la puerta de ingreso, se contará con una zona de desembarque el cual será utilizado cuando se compren materiales para los requerimientos y una vez fabricados, los productos terminados serán colocados en el mismo lugar para realizar el traslado al punto de instalación.

El taller de producción contara con 45 m<sup>2</sup> (4.5 mt ancho x 10 mt profundidad), aquí se fabricarán los requerimientos personalizados, y además se contará con áreas de pintado y de residuos, contara con 2 puertas de acceso para facilitar la entrada y salida de materiales.

### 4.3. Localización del negocio, Factores determinantes

La localización del negocio se determinará por estos factores Mano de Obra, Valor de alquiler, Proximidad de proveedores, Accesos, seguridad, seguridad, servicios públicos, licencia de funcionamiento y cercanía con clientes.

Se contaba con 3 opciones para la localización del negocio (Cercado de Lima, La victoria y Miraflores), y se determinó que la mejor opción es en el distrito de Cercado de Lima. A continuación, se detallará el análisis con el método cuantitativo por puntos.

Mediante la calificación de los siguientes factores, se llegó a la siguiente conclusión:

Calificación de los factores:

- 1 = Muy malo
- 2 = Malo
- 3 = Regular

- 4 = Bueno  
5 = Muy bueno

Tabla N° 36: Evaluación de factores de localización del negocio

Factores de localización	Peso	Puntaje del factor para cada localización					
		Callif	Cercado Lima / Pond	Callif	La Victoria / Pond	Callif	Miraflores / Pond
Mano de obra	0.10	4	0.4	2	0.2	1	0.1
Zona industrial	0.15	5	0.75	4	0.6	1	0.15
Proximidad de Proveedores	0.25	5	1.25	3	0.75	1	0.25
Accesos	0.10	3	0.3	3	0.3	3	0.3
Seguridad	0.15	3	0.45	2	0.3	5	0.75
Servicios publicos	0.05	4	0.2	4	0.2	5	0.25
Licencia de funcionamiento	0.10	3	0.3	3	0.3	1	0.1
Cercanía con clients	0.10	2	0.2	2	0.2	5	0.5
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>29</b>	<b>3.85</b>	<b>23</b>	<b>2.85</b>	<b>22</b>	<b>2.4</b>

Fuente: Elaboración Propia

Dentro de los factores más relevantes para determinar la ubicación de la empresa, es la proximidad con los proveedores y el valor de alquiler; en estos casos, la alternativa ubicar el local en el distrito de Cercado de Lima, tiene una mayor ponderación ya que los proveedores de la empresa están ubicados en el mismo distrito, el cual facilita el desarrollo de las actividades productivas por disponer de material en el tiempo adecuado y reducir los costes referidos al flete. A la misma vez, el predio en el distrito del cercado de Lima es propio, por lo que no se pagara alquiler.

Por lo tanto, las oficinas administrativas y el taller de producción estarán ubicadas en el mismo lugar, exactamente en Jr. Felipe Yofre 2821, Elio – Cercado de Lima debido a que se encuentra estratégicamente cerca al centro de Lima.

## CAPÍTULO V: ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

### 5.1. Inversión Fija

La inversión fija es la suma de la inversión tangible e intangible, el cual para la empresa IMPACTO PANELS GROUP asciende a S/ 46,192.29 soles

#### 5.1.1. Inversión Tangible

La inversión tangible está conformada por la inversión en maquinarias, equipos, mobiliario, seguridad, artículos de oficina y de almacén. La inversión asciende a S/ 40,192.70 el cual se mostrará el detalle en la siguiente tabla:

Tabla N°37: Inversión tangible

<b>INVERSION EN MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>						
ITEM	PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	DEPRECIACION
1	Atornillador Einhell CE TE-CD 18 LI 18V	UND	4	S/199.00	S/796.00	S/159.20
2	Taladro percutor GSB 550 + set 34 piezas	UND	2	S/179.90	S/359.80	S/71.96
3	Amoladora G720K 4 1/2 + Discos	UND	2	S/129.90	S/259.80	S/51.96
4	Sierra circular Stanley SC16 1600W	UND	2	S/269.90	S/539.80	S/107.96
5	Sierra caladora 600 W SJ60K	UND	2	S/259.90	S/519.80	S/103.96
6	Sierra sable TE-AP 750 W Einhell	UND	2	S/249.90	S/499.80	S/99.96
7	Sierra ingleteadora 1500W 10"	UND	2	S/799.00	S/1,598.00	S/319.60
8	Nivel torpedo 9"	UND	8	S/14.20	S/113.60	S/22.72
9	Escuadra de carpintero pulgadas / milímetros	UND	5	S/26.90	S/134.50	S/26.90
10	Calibrador de 6"	UND	3	S/19.70	S/59.10	S/11.82
11	Multimetro digital profesional FIX 7677 Bosch	UND	2	S/99.90	S/199.80	S/39.96

12	Guantes Anti corte PU CUT – 5	UND	20	S/19.90	S/398.00	S/79.60
13	Combo caja de herramientas 18" y 12"	UND	4	S/24.90	S/99.60	S/19.92
14	Wincha basica stanley 5 metros	UND	10	S/7.90	S/79.00	S/15.80
15	Cuchilla Snap Off 18mm	UND	20	S/7.90	S/158.00	S/31.60
16	Espatula con mango de plástico	UND	10	S/6.50	S/65.00	S/13.00
17	Cuchilla retráctil de metal	UND	10	S/17.90	S/179.00	S/35.80
18	Juego de alicastes y llaves ajustables	UND	5	S/83.90	S/419.50	S/83.90
19	Mazo de goma 24 onzas	UND	2	S/9.90	S/19.80	S/3.96
20	Tijera de aviacion	UND	10	S/15.90	S/159.00	S/31.80
21	Cizalla profesional 5mm 14"	UND	3	S/69.90	S/209.70	S/41.94
22	Engrampadora 1/4 y 5/16 con 200 grapas	UND	10	S/54.90	S/549.00	S/109.80
23	Juego de llaves Allen pulgadas x 8 piezas	UND	5	S/10.90	S/54.50	S/10.90
24	Sopladora 400	UND	3	S/99.90	S/299.70	S/59.94
25	Pistola de calor 2000W GHG 20-63	UND	2	S/399.00	S/798.00	S/159.60
26	Mascara para soldar Autodark básica	UND	2	S/139.90	S/279.80	S/55.96
27	Compresora 3HP 50 litros	UND	1	S/899.00	S/899.00	S/179.80
28	Pistola electrica para pintar 400 W T:1000 ml B:1.8mm	UND	2	S/109.90	S/219.80	S/43.96
29	Pulidora Stanley 1300W 7"	UND	5	S/369.90	S/1,849.50	S/369.90
30	Soldadura Monofasica 300 AC/DC	UND	1	S/2,849.00	S/2,849.00	S/569.80
31	Combo stanley soldadura 200 ah + Esmeril 710 W	UND	2	S/999.00	S/1,998.00	S/399.60
32	Impresora multifuncional Inkjet	UND	3	S/450.00	S/1,350.00	S/270.00
33	Laptop Lenovo core i7	UND	4	S/2,200.00	S/8,800.00	S/1,760.00
34	Escalera telescopica, 16 pasos	UND	2	S/449.00	S/898.00	S/179.60
35	Escalera multifunction	UND	3	S/299.00	S/897.00	S/179.40

36	Andamios certificados y accesorios	UND	5	S/320.00	S/1,600.00	S/320.00
<b>TOTAL INVERSION MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>					<b>S/30,207.90</b>	<b>S/6,041.58</b>
<b>INVERSION EN MOBILIARIO</b>						
1	Escritorios de melamine	UND	5	S/600.00	S/3,000.00	S/300.00
2	Sillas de oficina	UND	8	S/100.00	S/800.00	S/80.00
3	Sillas estándar	UND	10	S/20.00	S/200.00	S/20.00
<b>TOTAL INVERSION MOBILIARIO</b>					<b>S/4,000.00</b>	<b>S/400.00</b>
<b>INVERSION EN SEGURIDAD, PREVENCIÓN</b>						
1	Cascos de seguridad blanco	UND	30	S/4.50	S/135.00	S/27.00
2	Cinta de seguridad amarillo y negro 2x36	UND	10	S/29.90	S/299.00	S/59.80
3	Bota punta de acero Modelo Vulcan T-41	UND	10	S/129.90	S/1,299.00	S/259.80
4	Chalecos de seguridad	UND	20	S/49.90	S/998.00	S/199.60
5	Extintor PQS ABS 6 KG con colgador de pared al 40 %	UND	2	S/69.90	S/139.80	S/27.96
6	Luces de emergencia	UND	3	S/80.00	S/240.00	S/48.00
7	Señaléticas	UND	10	S/5.00	S/50.00	S/10.00
<b>TOTAL INVERSION SEGURIDAD Y PREVENCIÓN</b>					<b>S/3,160.80</b>	<b>S/632.16</b>
<b>INVERSION EN ARTICULOS DE OFICINA</b>						
1	Lapiceros	UND	50	S/1.00	S/50.00	
2	Hojas Bond A4 x 500 hojas	UND	100	S/12.00	S/1,200.00	
3	Tintas para impresoras	UND	20	S/10.00	S/200.00	
4	Archivadores	UND	24	S/5.00	S/120.00	
5	Tijeras	UND	10	S/3.50	S/35.00	
6	Marcadores	UND	20	S/2.00	S/40.00	
7	Rollos de papel higienico Kleemex 12 rollos	UND	10	S/18.00	S/180.00	
8	Gel antibacterial	UND	10	S/17.90	S/179.00	
<b>TOTAL INVERSION ARTICULOS DE OFICINA</b>					<b>S/2,004.00</b>	
<b>INVERSION EN ALMACEN</b>						
1	Stocka o carretilla hidraulica	UND	1	S/520.00	S/520.00	S/104.00
2	Parihuela de madera estandar 2 x 1.25	UND	3	S/100.00	S/300.00	S/60.00

TOTAL INVERSION ALMACEN	S/820.00	S/164.00
TOTAL INVERSION TANGIBLE	S/40,192.70	S/7,237.74

### 5.1.2. Inversión Intangible

La inversión intangible está conformada por todos los bienes no físicos de la empresa el cual asciende a S/ 5,999.59, tal como se señala en la siguiente tabla:

Tabla N° 38: Inversión tangible

<b>INVERSION EN CONSTITUCION</b>			
ITEM	DESCRIPCION	COSTO	AMORTIZACION
1	Busqueda y Reserva de nombre Sunarp	S/25.00	S/0.42
2	Gastos notariales de contitucion	S/1,000.00	S/16.67
3	Registro de nombre en Indecopi	S/534.99	S/8.92
4	Licencia de funcionamiento Municipal	S/251.60	S/4.19
<b>TOTAL INVERSION DE CONSTITUCION</b>		<b>S/1,811.59</b>	<b>S/30.19</b>
<b>INVERSION EN SEGUROS</b>			
1	Poliza SCTR	S/3,000.00	S/250.00
<b>TOTAL INVERSION EN SEGUROS</b>		<b>S/3,000.00</b>	<b>S/250.00</b>
<b>INVERSION EN PROGRAMAS DE DISEÑO</b>			
1	Suscripcion en Adobe Creative Cloud	S/1,188.00	S/99.00
<b>TOTAL INVERSION EN PROGRAMAS DE DISEÑO</b>		<b>S/1,188.00</b>	<b>S/99.00</b>
<b>INVERSION INTANGIBLE</b>		<b>S/5,999.59</b>	<b>S/379.19</b>

Fuente: Elaboración Propia

La amortización para la inversión en intangibles de S/ 379.19 soles, en la inversión intangible, la amortización será considerado en 60 meses, la inversión en seguros y programas del diseño al ser recomprados anualmente, la amortización se considera en 12 meses

### 5.2. Capital de Trabajo

Para el capital de trabajo, consideraremos todos los recursos necesarios para el desarrollo de las actividades del negocio, está conformado por insumos directos, insumos indirectos, mano de obra directa, mano de obra indirecta,

beneficios sociales, gastos de promoción y ventas, gastos administrativos, imprevistos.

A continuación, se presentará una tabla de capital del trabajo para la empresa IMPACTO PANELS GROUP

Tabla N° 39: Capital de trabajo

ITEM	1 AÑO
Insumos directos	S/158,340.00
Insumos indirectos	S/17,400.00
Mano de obra directa	S/60,000.00
Mano de obra indirecta	S/128,400.00
Beneficios sociales	S/31,616.00
Publicidad	S/18,000.00
Comisiones	S/21,552.00
Otros insumos	S/6,000.00
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>S/441,308.00</b>

Fuente: Elaboración Propia

El capital de trabajo para el primer año del negocio asciende a S/ 441,308.00 soles.

### 5.3. Inversión Total

La inversión total para el inicio del negocio asciende a S/ 487,500.29 soles, del cual la inversión tangible es de S/ 40,192.70 soles y representa el 8.24 %, la inversión intangible es de S/ 5,999.59 soles y representa el 1.23 %, el capital de trabajo es de S/ 441,308 soles y representa el 90.52 %. Tal como se detalla en el siguiente cuadro:

Tabla N° 40: Inversión total

Rubro de inversiones	Inversion desagregada	Inversion	Total de inversion	Porcentaje
Inversion tangible	Maquinaria y Equipos	S/30,207.90	S/40,192.70	8.24%

	Mobiliario	S/4,000.00		
	Seguridad, prevencion	S/3,160.80		
	Articulos de oficina	S/2,004.00		
	Almacen	S/820.00		
Inversion intangible	Constitucion	S/1,811.59	S/5,999.59	1.23%
	Seguros	S/3,000.00		
	Programas de diseño	S/1,188.00		
Capital de trabajo	Insumos directos	S/158,340.00	S/441,308.00	90.52%
	Insumos indirectos	S/17,400.00		
	Mano de obra directa	S/60,000.00		
	Mano de obra indirecta	S/128,400.00		
	Beneficios sociales	S/31,616.00		
	Publicidad	S/21,552.00		
	Comisiones	S/21,552.00		
	Otros insumos	S/6,000.00		
<b>INVERSION TOTAL</b>			<b>S/487,500.29</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Elaboración Propia

La inversión total para que el negocio pueda llevarse a cabo es de S/ 487,500.29 soles, el cual será aportado por los 2 socios fundadores.

#### 5.4. Estructura de la inversión y financiamiento

La inversión total para iniciar el negocio es de S/ 487,500.29 soles, el financiamiento será por aportaciones de los 2 socios de la empresa, el primer socio y mayoritario con el 70 % de las acciones, y el segundo socio con los 30 % restantes. En el siguiente cuadro, se detallará los montos de las aportaciones:

Tabla N°41: Financiamiento del negocio

Socio / Puesto	Inversion	Porcentaje
Socio 1 - Gerente general	<b>S/341,250.20</b>	70.00%
Capital propio (51 %)	S/174,037.60	

Capital ajeno (49 %)	S/167,212.60	
Socio 2 - Gerente de produccion	<b>S/146,250.09</b>	30.00%
Capital propio (51%)	S/74,587.54	
Capital ajeno (49 %)	S/71,662.54	
	<b>S/487,500.29</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Elaboración Propia

El socio 1 (Gerente general), contará con el 70 % de las acciones de la empresa y otorgará una inversión de S/ 341,250.20 soles, el cual S/ 174,037.60 soles (51 %) será de capital propio y el S/ 167,212.60 soles (49%) será capital ajeno. El socio 2 (Gerente de producción) contará con el 30 % de las acciones de la empresa y su inversión será de S/ 146,250.09 soles, el cual S/ 74,587.54 soles (51 %) será de capital propio y el S/ 71,662.54 soles (49%) será capital ajeno.

Tabla N° 42: Financiamiento del negocio Resumen

Socio / Puesto	Inversion	Porcentaje
Inversion propia ( 51 % )	S/248,625.15	51%
Inversion ajeno ( 49 % )	S/238,875.14	49%
TOTAL	S/487,500.29	100%

Fuente: Elaboración Propia

En conclusión, la inversión propia que se realizara para el negocio asciende a S/ 248,625.15 soles correspondiente al 51 % de la inversión total, y la inversión ajena es de S/ 238,875.14 correspondiente al 49 %

## 5.5. Fuentes Financieras

Se ha realizado una evaluación de las diferentes fuentes de financiamiento con distintas entidades bancarias, se concluyó que la mejor opción para solicitar el crédito para el inicio del negocio es con el BBVA CONTINENTAL, en este banco los socios tienen un buen historial crediticio ya que disponen sus cuentas corrientes de sus otros negocios, registrándose créditos para sus otros negocios los cuales han sido cumplido según el cronograma de pagos.

Por lo tanto, se trabajará con dicha entidad bancaria contemplando lo siguiente:

Tabla N° 43: Condiciones de crédito

Condiciones de crédito			
TIPO DE CREDITO	MONTO	TIEMPO	TCEA
Credito en efectivo	S/238,875.14	36 meses	37.76%

Fuente: Elaboración Propia

Para el crédito necesario, el TCEA será del 37.76 % y el plazo del crédito es de 36 meses.

## 5.6. Condiciones de Crédito

La condición de crédito del BBVA CONTINENTAL tiene como requisitos mínimos los siguientes:

- Ser persona natural (cliente o no del banco).
- Tener una clasificación 100% normal en el BBVA y el sistema financiero.
- No tener atrasos en pagos de deudas en la Central de Riesgos de la SBS (para el titular o cónyuge).
- Tener continuidad laboral mínima de 6 meses.
- Contar con ingresos mínimos netos de S/1,000 o su equivalente en dólares.

Para el 49 % que se financiara para el negocio, las condiciones de crédito serán las siguientes:

- Monto por financiar: S/ 238,875.14
- Plazo de amortización: 36 meses
- TCA: 37.76 %
- Cuota fija mensual: S/ 11,182.14

Tabla N° 44: Tabla de amortización de la deuda

MESES	SALDO	CUOTA	AMORTIZACION	INTERES	IVA
1	S/235,209.60	S/11,182.14	S/3,665.54	S/6,370.00	S/1,146.60
2	S/231,428.72	S/11,182.14	S/3,780.88	S/6,272.26	S/1,129.01
3	S/227,528.86	S/11,182.14	S/3,899.85	S/6,171.43	S/1,110.86
4	S/223,506.29	S/11,182.14	S/4,022.57	S/6,067.44	S/1,092.14
5	S/219,357.15	S/11,182.14	S/4,149.15	S/5,960.17	S/1,072.83
6	S/215,077.44	S/11,182.14	S/4,279.71	S/5,849.52	S/1,052.91
7	S/210,663.07	S/11,182.14	S/4,414.37	S/5,735.40	S/1,032.37
8	S/206,109.79	S/11,182.14	S/4,553.28	S/5,617.68	S/1,011.18
9	S/201,413.23	S/11,182.14	S/4,696.56	S/5,496.26	S/989.33
10	S/196,568.89	S/11,182.14	S/4,844.34	S/5,371.02	S/966.78
11	S/191,572.11	S/11,182.14	S/4,996.78	S/5,241.84	S/943.53
12	S/186,418.10	S/11,182.14	S/5,154.01	S/5,108.59	S/919.55
13	S/181,101.91	S/11,182.14	S/5,316.19	S/4,971.15	S/894.81
14	S/175,618.44	S/11,182.14	S/5,483.47	S/4,829.38	S/869.29
15	S/169,962.42	S/11,182.14	S/5,656.02	S/4,683.16	S/842.97
16	S/164,128.43	S/11,182.14	S/5,833.99	S/4,532.33	S/815.82
17	S/158,110.86	S/11,182.14	S/6,017.57	S/4,376.76	S/787.82
18	S/151,903.94	S/11,182.14	S/6,206.92	S/4,216.29	S/758.93
19	S/145,501.70	S/11,182.14	S/6,402.23	S/4,050.77	S/729.14
20	S/138,898.01	S/11,182.14	S/6,603.69	S/3,880.05	S/698.41
21	S/132,086.53	S/11,182.14	S/6,811.49	S/3,703.95	S/666.71
22	S/125,060.70	S/11,182.14	S/7,025.82	S/3,522.31	S/634.02
23	S/117,813.80	S/11,182.14	S/7,246.90	S/3,334.95	S/600.29
24	S/110,338.87	S/11,182.14	S/7,474.94	S/3,141.70	S/565.51
25	S/102,628.72	S/11,182.14	S/7,710.15	S/2,942.37	S/529.63
26	S/94,675.96	S/11,182.14	S/7,952.76	S/2,736.77	S/492.62
27	S/86,472.95	S/11,182.14	S/8,203.01	S/2,524.69	S/454.44
28	S/78,011.82	S/11,182.14	S/8,461.13	S/2,305.95	S/415.07
29	S/69,284.45	S/11,182.14	S/8,727.37	S/2,080.32	S/374.46
30	S/60,282.45	S/11,182.14	S/9,001.99	S/1,847.59	S/332.57
31	S/50,997.20	S/11,182.14	S/9,285.26	S/1,607.53	S/289.36
32	S/41,419.76	S/11,182.14	S/9,577.43	S/1,359.93	S/244.79
33	S/31,540.96	S/11,182.14	S/9,878.80	S/1,104.53	S/198.81
34	S/21,351.30	S/11,182.14	S/10,189.66	S/841.09	S/151.40
35	S/10,841.01	S/11,182.14	S/10,510.29	S/569.37	S/102.49
36	S/0.00	S/11,182.14	S/10,841.01	S/289.09	S/52.04

Fuente: Elaboración Propia

En total, el capital incluido los intereses para pagar a la entidad bancaria es de S/ 402,557.21 soles incluidos igv, los intereses en los 36 meses del préstamo ascienden a S/ 163,682.07 soles incluidos igv

## CAPÍTULO VI: ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS

### 6.1. Presupuesto de los costos

A continuación, se detallarán los costos fijos de la empresa en un periodo de actividad de 1 año.

Tabla N° 45: Costo fijo Unitario

<b>COSTOS FIJOS MENSUALES</b>	
<b>NOMINA DE LA EMPRESA</b>	<b>S/16,300.00</b>
PERSONAL ADMINISTRATIVO	S/8,200.00
Gerente General	S/2,500.00
Gerente administrativo	S/1,800.00
Gerente de marketing	S/1,800.00
Diseñador	S/1,000.00
Contador	S/500.00
Tramitador	S/600.00
PERSONAL PRODUCCION	S/5,000.00
Gerente de produccion	S/2,000.00
Operario 1	S/1,000.00
Operario 2	S/1,000.00
Operario 3	S/1,000.00
PERSONAL VENTAS	S/3,100.00
Gerente de ventas	S/1,800.00
Vendedor	S/1,300.00
<b>SERVICIOS</b>	<b>S/2,358.00</b>
AGUA	S/58.00
LUZ	S/300.00
TELEFONIA, INTERNET	S/350.00
ALQUILER DE LOCAL	S/1,500.00
HOSTING Y DOMINIO	S/150.00
<b>PROMOCION Y PUBLICIDAD</b>	<b>S/3,240.00</b>
PUBLICIDAD	S/1,500.00
COMISION EN VENTAS	S/1,740.00
<b>TOTAL COSTO FIJO MENSUALES</b>	<b>S/21,898.00</b>
<b>TOTAL COSTO FIJO ANUAL ( x12 )</b>	<b>S/262,776.00</b>
<b>COSTO FIJO UNITARIO ( 87 unidades )</b>	<b>S/3,020.41</b>

Fuente: Elaboración Propia

Como resultado, el costo fijo mensual de la empresa es de S/ 21,898.00 soles, el costo fijo anual es de S/ 262,776.00 y el costo fijo unitario es de S/ 3,020.41 soles por la fabricación de 87 paneles publicitarios.

A continuación, se detallará el costo variable unitario por la fabricación de 1 unidad de panel publicitario.

Tabla N° 46: Costo variable Unitario

MATERIAS PRIMAS	UNIDAD DE COMPRA	COSTO DE UNIDAD	UNIDADES UTILIZADAS	COSTO 3 X 4
Planchas de Acrilico	435 Und	S/ 212.00	5.0	<b>S/. 1060.00</b>
Plancha de Pvc	261 Und	S/ 45.00	3.0	<b>S/. 135.00</b>
Plancha de mdf	87 Und	S/ 35.00	2.0	<b>S/. 70.00</b>
Pintura para acrilico	87 Gallon	S/ 40.00	2.0	<b>S/. 80.00</b>
Sellador acrilico	44 Und	S/ 8.50	0.5	<b>S/. 4.25</b>
Thiner acrilico	44 Und	S/ 9.90	0.5	<b>S/. 4.95</b>
Tornillos para madera	31 caja (100 und)	S/ 5.20	0.3	<b>S/. 1.80</b>
Sicaflex	261 Und	S/ 38.00	3.0	<b>S/. 114.00</b>
Impresión	87 Und	S/ 350.00	1.0	<b>S/. 350.00</b>

**TOTAL MATERIAS PRIMAS** S/ 1,820.00  
**TRANSPORTE** S/ 200.00

**COSTO VARIABLE UNITARIO** S/ 2,020.00

Fuente: Elaboración Propia

El costo variable unitario es de S/ 2,020.00 soles, compuesto por materias primas a un equivalente a S/ 1,820.00 soles y transporte del personal ida y vuelta equivalente a S/ 200.00 soles. Los materiales que se utilizaron están considerados a base de un panel publicitario volumétrico de acrílico.

Se presentará el costo total unitario, como resultante del cálculo del costo fijo unitario y costo variable unitario.

Tabla N°47: Costo total Unitario

PRECIO DE VENTA DE LA EMPRESA	COSTO VARIABLE UNITARIO	COSTO FIJO UNITARIO	COSTO TOTAL UNITARIO	UTILIDAD UNITARIA POR PRODUCTO	PORCENTAJE DE UTILIDAD UNITARIA
-------------------------------	-------------------------	---------------------	----------------------	--------------------------------	---------------------------------

S/. 7,000.00	S/. 2,020.00	S/. 3,020.41	S/. 5,040.41	S/. 1,959.59	28%
--------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----

Fuente: Elaboración Propia

Se obtiene costo total unitario del S/ 5,040.41 soles, el precio es de S/ 7,000 soles sin incluir igv. Como resultado, se obtiene una utilidad unitaria del 28 %, equivalente a S/ 1,959.59 soles.

## 6.2. Punto de equilibrio

Se presentará una tabla para detallar el punto de equilibrio proyectado para el primer año del negocio.

Tabla N° 48: Punto de equilibrio

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	
<b>Costo fijo / (Pv - Cvu)</b>	
Costo fijo	S/262,776.00
Costo variable	S/175,739.70
Costo variable unitario	S/2,020.00
Precio	S/7,000.00
Costo fijo	S/262,776.00
Precio de venta - Costo variable unitario	S/4,980.00
	53
	S/331,200.00

Unidades  
Soles

Fuente: Elaboración Propia

El punto de equilibrio para el primer año del negocio es de 53 unidades, equivalente a S/ 331,200 soles en ventas. Este se logra al octavo mes de funcionamiento de la empresa. El precio de venta en este ejercicio se considera sin igv.

## 6.3. Estado de ganancias y pérdidas

El estado de ganancias y pérdidas para el primer año del negocio, se detallará en la siguiente tabla.

Tabla N° 49: Estado de Ganancias y Pérdidas del primer año

**IMPACTO PANELS GROUP**  
ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2021

<b>Ingresos</b>	<b>609,000.00</b>
(-) Costo de Producción	235,739.70
<b>(=) Utilidad Marginal</b>	<b>373,260.30</b>
(-) Costos de Administración	128,700.00
(-) Costos de Ventas	76,080.00
(-) Costos Financieros	139,140.28
<b>(=) Utilidad Bruta</b>	<b>29,340.02</b>
(-) Impo renta 30%	8,802.00
(-) Otros impuestos	-
<b>(=) Utilidad Neta</b>	<b>20,538.01</b>
(+) Depreciación	7,237.74
<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO</b>	<b>27,775.75</b>

Fuente: Elaboración Propia

El estado de ganancias y pérdidas para el primer año del negocio muestra una Utilidad marginal de S/ 373,260.30 soles, una utilidad bruta de S/ 29,340.02 soles, una utilidad neta de S/ 20,538.01 soles y como flujo neto de efectivo S/ 27,775.75 soles.

A continuación, se detallará el estado de ganancias y pérdidas proyectado a 5 años

Tabla N° 50: Estado de Ganancias y Pérdidas proyectado

<b>IMPACTO PANELS GROUP</b>					
ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS PROYECTADO A 5 AÑOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ingresos</b>	<b>609,000.00</b>	<b>700,800.00</b>	<b>805,600.00</b>	<b>916,400.00</b>	<b>1,049,600.00</b>
(-) Costo de Producción	235,739.70	248,789.70	261,839.70	274,889.70	287,939.70
<b>(=) Utilidad Marginal</b>	<b>373,260.30</b>	<b>452,010.30</b>	<b>543,760.30</b>	<b>641,510.30</b>	<b>761,660.30</b>
(-) Costos de Administración	128,700.00	128,700.00	128,700.00	128,700.00	128,700.00
(-) Costos de Ventas	76,080.00	76,080.00	76,080.00	76,080.00	76,080.00
(-) Costos Financieros	139,140.28	139,140.28	139,140.28		
<b>(=) Utilidad Bruta</b>	<b>29,340.02</b>	<b>108,090.02</b>	<b>199,840.02</b>	<b>436,730.30</b>	<b>556,880.30</b>
(-) Impo renta 30%	8,802.00	32,427.00	59,952.00	131,019.09	167,064.09
(-) Otros impuestos	-	-	-	-	-
<b>(=) Utilidad Neta</b>	<b>20,538.01</b>	<b>75,663.01</b>	<b>139,888.01</b>	<b>305,711.21</b>	<b>389,816.21</b>
(+) Depreciación	7,237.74	7,237.74	7,237.74	7,237.74	7,237.74
<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO</b>	<b>27,775.75</b>	<b>82,900.75</b>	<b>147,125.75</b>	<b>312,948.95</b>	<b>397,053.95</b>

Fuente: Elaboración Propia

Como resultado, el Flujo Neto de Efectivo para los 5 años del negocio asciende a un total de S/ 967,805.15 soles. Los precios de venta no se consideran el igv.

## 6.4. Presupuesto de ingresos

Se presentará el presupuesto de ingresos para el primer año de la empresa IMPACTO PANELS GROUP

Tabla N° 51: Presupuesto de ingresos

Item / Mes	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	Total año
Unidades a Vender	3	6	8	8	8	8	9	7	9	8	8	5	87
Precio por Unidad (S/)	S/ 8,260.00	S/ 99,120.00											
Valor Ventas Mensuales ( Incluye Igv )	S/ 24,780.00	S/ 49,560.00	S/ 66,080.00	S/ 66,080.00	S/ 66,080.00	S/ 66,080.00	S/ 74,340.00	S/ 57,820.00	S/ 74,340.00	S/ 66,080.00	S/ 66,080.00	S/ 41,300.00	S/ 718,620.00

Fuente: Elaboración Propia

El presupuesto de ingresos se considera las proyecciones de las ventas mensuales para el primer año del negocio, dando un total en el primer año del negocio ingresos de S/ 718,620.00 soles incluido igv en 87 servicios realizados. A continuación, de detallará la proyección de ingresos para los 5 años del negocio

Tabla N°52: Proyección del presupuesto de ingresos proyectado

Item / Mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades a Vender	87	96	106	116	128
Precio por Unidad (S/)	S/8,260.00	S/8,614.00	S/8,968.00	S/9,322.00	S/9,676.00

Valor Ventas Mensuales ( Incluye Igv )	S/718,620.00	S/826,944.00	S/950,608.00	S/1,081,352.00	S/1,238,528.00
----------------------------------------	--------------	--------------	--------------	----------------	----------------

Fuente: Elaboración Propia

La proyección para los 5 primeros años del negocio asciende a un total de S/ 4,816,052.00 soles. Las ventas aumentarán en 10 % con respecto al año anterior, a la misma vez que el precio se consideran el igr y aumentara S/ 300.00 correspondiente al 3.6 % con respecto al año anterior, debido al incremento de algunos costos dentro de la empresa por la inflación de la economía del país.

## 6.5. Presupuesto de egresos

A continuación, se presentará el presupuesto de egresos para el primer año de la empresa IMPACTO PANELS GROUP

Tabla N°53: Presupuesto de egresos

Item / Mes	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	Total año
Costos	S/. 27,957 .99	S/. 34,017 .98	S/. 38,057 .97	S/. 38,057 .97	S/. 38,057 .97	S/. 38,057 .97	S/. 40,077 .97	S/. 36,037 .98	S/. 40,077 .97	S/. 38,057 .97	S/. 38,057 .97	S/. 31,997 .98	S/. 438,515 .7
De contado ( 30 % )	S/8,38 7.40	S/10,2 05.39	S/11,4 17.39	S/11,4 17.39	S/11,4 17.39	S/11,4 17.39	S/12,0 23.39	S/10,8 11.39	S/12,0 23.39	S/11,4 17.39	S/11,4 17.39	S/9,59 9.39	S/131,5 54.71
Vencimiento a un mes ( 70 % )	S/0.00	S/19,5 70.59	S/23,8 12.59	S/26,6 40.58	S/26,6 40.58	S/26,6 40.58	S/26,6 40.58	S/28,0 54.58	S/25,2 26.58	S/28,0 54.58	S/26,6 40.58	S/49,0 39.17	S/306,9 60.99
Desembolso por activos fijo intangible	S/40,1 92.70	S/0.00	S/40,19 2.70										

Desembolso activos fijos intangibles	S/5,99 9.59	S/0.00	S/5,999 .59										
Pago de intereses	S/7,51 6.60	S/7,40 1.26	S/7,28 2.29	S/7,15 9.57	S/7,03 3.00	S/6,90 2.44	S/6,76 7.77	S/6,62 8.86	S/6,48 5.59	S/6,33 7.80	S/6,18 5.37	S/6,02 8.14	S/81,72 8.70
TOTAL DE EGRESOS ( S/ )	- S/62,0 96.29	- S/37,1 77.25	- S/42,5 12.27	- S/45,2 17.55	- S/45,0 90.97	- S/44,9 60.41	- S/45,4 31.74	- S/45,4 94.84	- S/43,7 35.56	- S/45,8 09.77	- S/44,2 43.34	- S/64,6 66.70	- S/566,4 36.69

Fuente: Elaboración Propia

El presupuesto de egresos se enfoca principalmente en la salida de dinero de la empresa, con respecto a los costos, se considera la compra del 30 % de los materiales en efectivo y el 70 % a crédito de 30 días, a excepción del mes de diciembre que se tiene que cancelar todo lo comprado en efectivo. A la misma vez, se realizará en el primer mes el desembolso para la compra de los activos tangibles e intangibles necesarios para las operaciones de la empresa, y se registra el pago del interés mensual por el crédito bancario para iniciar el negocio, siendo este un total de egresos para el primer año de S/ 566,436.69 soles.

Tabla N° 54: Proyección del presupuesto de egresos

Item / Mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos	-S/438,515.70	-S/460,441.49	-S/483,463.56	-S/507,636.74	-S/533,018.58
Desembolso por activos fijos tangibles	-S/40,192.70	-S/2,004.00	-S/2,004.00	-S/40,192.70	-S/2,004.00
Desembolso por activos fijos intangibles	-S/5,999.59	-S/4,188.00	-S/4,188.00	-S/4,188.00	-S/4,188.00
Pago de intereses	-S/81,728.70	-S/58,106.50	-S/23,846.87	S/0.00	S/0.00
TOTAL DE EGRESOS ( S/ )	-S/566,436.69	-S/524,739.99	-S/513,502.43	-S/552,017.44	-S/539,210.58

Fuente: Elaboración Propia

La proyección de los egresos para los 5 primeros años del negocio asciende a un total de S/ 2,695,907.14 soles. Se considera una recompra de activos tangibles al cuarto año del negocio debido a que se necesitara una renovación de los instrumentos de trabajo. A la misma vez, se considera una recompra anual de activos intangibles por conceptos de pólizas de trabajo y suscripción a programas de diseño en forma anual. Se registra dentro de los 36 meses el pago total de los intereses de la deuda bancaria que se accedió para iniciar el negocio, asciende a un total de S/ 163,682.07soles. Las ventas aumentarán en 10 % con respecto al año anterior, a la misma vez que el precio del servicio aumentara S/ 300.00 con respecto al año anterior, debido al incremento de algunos costos dentro de la empresa correspondiente al 3.6 % por la inflación de la economía del país.

## 6.6. Flujo de Caja proyectado

A continuación, se detallará el flujo de caja proyectado en un tiempo de 5 años, los resultados serán analizados posteriormente.

Tabla N° 55: Flujo de caja proyectado

<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO</b>						
<b>Descripción</b>	<b>Año Base</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Ingresos</b>						
Ventas/Cobranzas		718,620	826,944	950,608	1,081,352	1,238,528
<b>Total Ingresos</b>		<b>718,620</b>	<b>826,944</b>	<b>950,608</b>	<b>1,081,352</b>	<b>1,238,528</b>
<b>Egresos</b>						
<b>Gastos de Operación</b>						
Compra Materia Prima		175,740	188,790	201,840	214,890	227,940
Mano de Obra Directa		60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
Costos indirectos de producción		17,400	19,200	21,200	23,200	25,600
<b>Gastos Administrativos</b>						
Gastos de Ventas		76,080	76,080	76,080	76,080	76,080
Gastos Administrativos		128,700	128,700	128,700	128,700	128,700
Impuestos						
Impuesto a la renta		8,802	32,427	59,952	131,019	167,064
<b>Total Egresos</b>		<b>466,722</b>	<b>505,197</b>	<b>547,772</b>	<b>633,889</b>	<b>685,384</b>
<b>Inversiones</b>						
Inversión Fijo Tangible	-40,193	0	-2,004	-2,004	-40,193	-2,004
Inversión Fijo Intangible	-6,000	0	-4,188	-4,188	-4,188	-4,188
Capital de Trabajo	-441,308	0	0	0	0	0
<b>Flujo de caja económico</b>	<b>-487,500</b>	<b>251,898</b>	<b>327,939</b>	<b>409,028</b>	<b>491,844</b>	<b>559,336</b>
<b>Flujo de Financiamiento Neto</b>						
Préstamo	238,875					
Amortización		-52,457	-76,079	110,339	0	0
Interes		-81,729	-58,107	-23,847	0	0
Escudo Tributario		24,519	17,432	7,154	0	0
<b>Financiamiento Neto</b>	<b>238,875</b>	<b>109,667</b>	<b>116,754</b>	<b>127,032</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Flujo de Caja Financiero</b>	<b>-248,625</b>	<b>142,231</b>	<b>211,186</b>	<b>281,997</b>	<b>491,844</b>	<b>559,336</b>

Fuente: Elaboración Propia

Con respecto al flujo de caja económico, en los 5 años proyectados se obtiene S/ 1,552,546.00 soles y para el Flujo de Caja Financiero se obtiene S/ 1,437,968.00 soles. El escudo tributario que se aplicara es del 30 %.

## 6.7. Balance general

Se detallará el balance general de la empresa, como resultados se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla N° 56: Balance general de IMPACTO PANELS GROUP

BALANCE GENERAL			
ACTIVO		PASIVO	
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>PASIVO CORRIENTE</b>	
Caja y Bancos	441,308	Préstamo bancario	238,875
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>441,308</b>	<b>Total pasivo</b>	<b>238,875</b>
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		<b>PATRIMONIO</b>	
Maquinaria y equipo	20,887	Capital Social	248,625
Muebles y enures	19,305	<b>Total patrimonio</b>	<b>248,625</b>
Construcciones	0		
Activos Intangibles	6,000		
<b>Total Activo No Corriente</b>	<b>46,192</b>		
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>487,500</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>487,500</b>

Fuente: Elaboración Propia

El total activo es de S/ 487,500.00 soles y el total pasivo con el patrimonio es de S/ 487,500.00 soles.

## CAPÍTULO VII: EVALUACIÓN

### 7.1. Evaluación Económica, Parámetros de Medición

Con respecto a la evaluación económica, se ha calculado el VAN con resultado S/ 497,107.71 y TIR de 63 %. Este se calcula por la siguiente formula:

Tabla N° 57: Evaluación económica

F	Valor
f0	-S/487,500.29
f1	S/251,898.29
f2	S/327,939.29
f3	S/409,028.29
f4	S/491,843.91
f5	S/559,336.21
VAN economico = S/ 497,107.71	
TIR economico = 63 %	

Fuente: Elaboración Propia

Para lograr estos indicadores, se ha calculado el WACC y COK. En este último, se ha utilizado el modelo de valuación de activos de capital (MPAC)

Tabla N° 58: Calculo del COK y WACC

Tasa libre de riesgo	2.27%
Tasa de rendimiento del mercado	14.02%
Riesgo País	1.47%
BETA publicidad	1.26

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Deuda	S/238,875.14	S/186,418.10	S/110,338.87	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Patrimonio	S/248,625.15	S/276,400.90	S/359,301.65	S/506,427.40	S/819,376.35	S/1,216,430.30
Total	S/487,500.29	S/462,819.00	S/469,640.52	S/506,427.40	S/819,376.35	S/1,216,430.30

% deuda	49%	40%	23%	0	0	0
% patrimonio	51%	60%	77%	100%	100%	100%

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Kd	<b>26%</b>	26%	26%	26%	26%

Beta proyecto	1.85	1.65	1.26	1.26	1.26
COK soles	25.53 %	21%	16%	16%	16%
WACC	25.90%	22.14%	16.28%	16.28%	16.28%

Fuente: Elaboración Propia

Como resultados, se considerará los indicadores del primer año del negocio, como resultado el COK es de 25.53 % y el WACC de 25.90 %

Con respecto al periodo de recuperación de la inversión, este es de 1 año con 7 meses y 11 días. A continuación, se detallará el cálculo:

Tabla N° 59: Calculo del Periodo de recuperación

Saldo Final	Valor
Año 0	-S/248,625.15
Año 1	-S/106,393.99
Año 2	S/104,791.51
Año 3	S/386,788.12
Año 4	S/878,632.03
Año 5	S/1,437,968.24

Concepto	Valor
Periodo del ultimo flujo de caja acumulado negativo	1
Absoluto del ultimo flujo de caja acumulado negativo	S/106,393.99
Flujo de caja neto siguiente periodo	S/211,185.50
<b>PRI</b>	<b>1.50</b>
1	0.50
Mes	6.05
6	0.05
Días	1.37
<b>UN AÑO 6 MESES 1 DIA</b>	

Fuente: Elaboración Propia

Como resultado, el periodo de recuperación del proyecto será de 1 año, 6 meses y 1 día.

Con respecto al ratio beneficio costo, este es de 1.62 y se ha calculado de la siguiente forma:

Tabla N° 60: Cálculo del Ratio Costo - Beneficio

Flujo de caja acumulada				
Año	Inversion	Ingresos	Egresos	FCA
0	-S/487,500.29			-S/487,500.29
1		S/718,620.00	S/251,898.29	S/251,898.29
2		S/826,944.00	S/327,939.29	S/327,939.29
3		S/950,608.00	S/409,028.29	S/409,028.29
4		S/1,081,352.00	S/491,843.91	S/491,843.91
5		S/1,238,528.00	S/559,336.21	S/559,336.21

Suma de ingresos	S/2,390,980.61
Suma de egresos	S/984,608.00
Costo - Inversion	S/1,472,108.29
<b>B/C</b>	<b>1.62</b>

Fuente: Elaboración Propia

El proyecto a primera instancia, es aconsejable en términos financieros, por cada sol que uno invierte se ganara 0.62 soles

Como resultado final de la evaluación económica del proyecto arroja un VAN de S/ 497,107.71 soles considerando el WACC del 25.90 %, con un TIR de 63 %, estos demuestran que la inversión en la empresa es rentable y el proyecto es viable. El periodo de recuperación del capital invertido en del 1er año con 6 meses y 1 día del negocio y la relación Beneficio Costo es de 1.62.

## 7.2. Evaluación Financiera, Parámetros de Medición

Con respecto a la evaluación financiera, se ha calculado el VAN y TIR de la siguiente manera:

Tabla N° 61: Evaluación Financiera

F	Valor
f0	-S/248,625.15
f1	S/142,231.16
f2	S/211,185.50
f3	S/281,996.61

f4	S/491,843.91
f5	S/559,336.21
VAN financiero = 518,693.00	
TIR financiero = 86 %	

Fuente: Elaboración Propia

Como resultado final de la evaluación financiera del proyecto arroja un VAN de S/ 518,693.00 soles considerando el COK del 25.53%, con un TIR de 86 %, estos demuestran que la inversión en la empresa es rentable y el proyecto es viable.

### 7.3. Evaluación Social

El funcionamiento de la empresa está enfocado para la atención exclusiva de empresas; sin embargo, toda empresa está integrada por personas generando así puestos de trabajo en ambas partes. En el caso de IMPACTO PANELS GROUP, se generarán 10 nuevos puestos de trabajo con todos los beneficios sociales para el desempeño de sus funciones y 2 personas externas que apoyarán periódicamente a la empresa. Todos estos puestos de trabajo, se enfocarán en personas que residan en el distrito de Cercado de Lima o distritos aledaños, para así facilitar el

El desarrollo de sus funciones ira acompañado por un constante aprendizaje los cuales serán encargados de transmitir el Gerente General y el Gerente de Producciones, dueños del negocio. A la misma vez, se brindará facilidades dependiendo la realidad de los integrantes de la empresa, desde el desarrollo de sus funciones parciales en Home Office para el área administrativa o el otorgamiento de permisos según la necesidad que estén atravesando los integrantes del equipo.

## 7.4. Impacto Ambiental

Las operaciones de la empresa IMPACTO PANELS GROUP se desarrollarán con sumo cuidado en la utilización de herramientas e insumos contaminantes con el medio ambiente, para esto, por cada fabricación de requerimiento se realizará una “Matriz de Identificación de aspectos e impactos Ambientales, evaluación y determinación de controles” en el cual se detallará el cliente, lugar de instalación, por quien ha sido elaborado y aprobado la matriz. (Anexo 2)

El proveedor encargado de la impresión de las gráficas, cuentan con máquinas de impresión ecológica, el cual no emite residuos contaminantes ni contaminación sonora, así reduciendo el ruido y los malos olores que normalmente generaban. Este tipo de máquinas son más costosas a comparación de las tradicionales; sin embargo, en tiempo, uso de tintas y calidad de impresión son más beneficios y genera mayor valor resultando más eficiente.

En la planta de fabricación, los sonidos emitidos por la fabricación de los requerimientos no serán excesivos ni afectara a las propiedades vecinas, los instrumentos utilizados no generan ruidos excesivos.

Finalmente, con las sobras de materiales utilizados para la fabricación de los paneles publicitarios, se reutilizarán en la fabricación de merchandising así logrando no desperdiciando ni generando contaminantes.

## **CAPÍTULO VIII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **8.1. Conclusiones**

- La empresa será una sociedad Anónima Cerrada (SAC), estará integrada por dos socios fundadores los cuales desempeñaran cargos vitales en el negocio, siendo los puestos de Gerente General y Gerente de Producción. El taller y oficina de la empresa se ubicará estratégicamente en el distrito de Cercado de lima, principalmente por la cercanía a los principales proveedores y el tamaño de la empresa será pequeña. Se contará con 10 trabajadores y 2 colaboradores externos.
- En el distrito de Miraflores, los restaurantes y diversas empresas desean exhibir su marca a la mayor cantidad de público potencial, por lo que deciden fabricar contratar el servicio de fabricación de un panel publicitario con su marca, el porcentaje de demanda objetivo es el 29.79 % de la demanda insatisfecha siendo esta de 410 servicios del total de demanda insatisfecha y 120 servicios la capacidad de producción. Al existir una variedad de proveedores, la mayoría de empresas optan por contratar el servicio de agencias de publicidad, las cuales subcontratan el servicio con empresas fabricantes de letreros; como consecuencia, en ocasiones no se cumple con la calidad necesario y el cobro por el servicio contratado tiene un sobre costo para el cliente.
- Los paneles publicitarios son elaborados con diseños y materiales personalizados, para esto, se ha estandarizado el servicio por un panel de letras volumétricas en acrílico, estas deben tener un proceso de fabricación con tiempo de fabricación de 15 horas desarrollado por 4 personas, estas deben ser llevadas correctamente, en los tiempos indicados y condiciones necesarios para garantizar la calidad del servicio, el tiempo de instalación

de cada letrero es de 7 horas, dando un total de tiempo de fabricación por panel de 22 horas

- El Capital de trabajo se ha proyectado para 12 meses ya que la empresa necesita de esta hasta el octavo mes, la inversión total para el inicio del negocio es de S/ 487,500.29 soles. Los dos socios deberán aportar el capital de trabajo por todo el primer año del negocio, garantizando así cubrir las obligaciones económicas y financieras de la empresa. El porcentaje de acciones se dividirá en 70 % y 30 %, correspondiente al aporte que realizará cada socio para iniciar el negocio. El capital propio será de 51 % siendo S/ 248,625.15 soles y el capital ajeno es del 49 % siendo S/ 238,875.14 soles, esta será financiada por la entidad bancaria BBVA CONTINENTAL y será pagada en 36 cuotas.
- El negocio en el primer año registrará ingresos promedios de una empresa pequeña para el rubro, aumentando su liquidez con el paso de los años. Tras el paso de los meses, las ventas aumentaran logrando mayores ingresos para la empresa. A la misma vez, los egresos de la empresa se incrementarán por la cantidad de servicios ofrecidos. Para los 5 años proyectados del negocio, el flujo de caja económico es de S/ 1,552,546.00 soles y el flujo de caja financiero S/ 1,437,968.00 soles.
- Los indicadores económicos dan positivo con un VAN de S/ 497,107.71 soles y TIR de 63 %. Los indicadores financieros del proyecto corresponden a un VAN de S/ 518,693.00 soles y TIR de 86 %, el TIR al ser mayor que el COK y el VAN mayor a 0 confirman que el proyecto es viable. El COK es 25.53 % y WACC es de 25.90 %.

## 8.2. Recomendaciones

- Los socios fundadores deben estar en constante control de los procesos de la empresa, el gerente general deberá encargarse y asegurar el éxito comercial de la empresa, y el otro socio se encargará del producto ofrecido cumpla con la calidad requerida. Con esto, y con el apoyo de personal seleccionado cuidadosamente, la empresa podrá contar con una organización sólida.
- La empresa debe brindar un producto y servicio con una mejor atención que tienen las agencias de publicidad y una calidad superior con respecto a otros fabricantes. Con un trabajo estratégico del área de ventas y marketing, la empresa podrá hacer tratos directos con la empresa contando con una estructura de precios bajos, maximizando la utilidad por cada servicio ofrecido. A la misma vez, se deberá hacer una estrategia de diferenciación con respecto al resto de empresas de publicidad.
- Los procesos de fabricación deben estar lo más optimizados posibles, para esto, el gerente de producción será el encargado de liderar las funciones dentro del área, el cual deberá estar predispuesto a la transmisión de conocimientos adquiridos por la experiencia al total del personal de producción y el gerente general liderará al equipo a través del ejemplo, así logrando los mejores resultados posibles.
- Los 2 dueños de la empresa deberán de estar alineados en el mismo objetivo, valores y principios las cuales deberán ser transmitidos en toda la organización de la empresa, generando un buen clima organizacional logrando un compromiso de toda la organización para el cumplimiento de los objetivos.

- Se deberá estar en constante mejora del servicio ofrecido a los clientes y se tendrá control riguroso de los egresos de la empresa, las cuales deberán ser planificadas estratégicamente y así no generar sobrecostos en los proyectos, y como consecuencia una reducción de las utilidades de la empresa. A la misma vez, se tendrá que cuidar los activos tangibles de la empresa ya que estas pueden extraerse en las instalaciones de los servicios.
- El gerente general, encargado de las finanzas de la empresa, deberá estar en permanente control con diversos indicadores para lograr una gestión eficiente de la empresa. A la misma vez, el asistente administrativo deberá de brindar el máximo apoyo posible para la realización de estas tareas.

## REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS

CPI (2020). Inversión Publicitaria. Recuperado de: [https://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr\\_inversion\\_publicitaria\\_2019\\_n01\\_2020\\_a.pdf](https://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_inversion_publicitaria_2019_n01_2020_a.pdf)

Comercio (2019). Actividad de los Restaurantes. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/peru/inei-actividad-restaurantes-aumento-3-50-2018-noticia-nndc-611175-noticia/?ref=ecr>

Delgado, K y Stainer, M. (2015). Proyecto de Investigación Gerencial Aplicado Servicio de Ubicación de Restaurantes (Maestría en Ciencias Empresariales). Universidad San Ignacio de Loyola. Recuperado de: [http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2603/1/2016\\_Delgado\\_Servicio\\_de\\_ubicacion\\_de\\_restaurantes.pdf](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2603/1/2016_Delgado_Servicio_de_ubicacion_de_restaurantes.pdf)

Darwin, R (2020). 6 pasos para constituir una empresa en el Perú. *Diario Correo Perú*. Recuperado de <https://diariocorreo.pe/economia/pasos-para-constituir-una-empresa-en-peru-839715/?ref=dcr>

Escalona, P. (2018). Los factores que influyen en el precio de un producto. Recuperado de <https://www.autonomosyemprendedor.es/articulo/guias-de-emprendimiento/factores-influyen-precio-producto/20181102182400018059.html>

El portal de los emprendedores. (26 noviembre). Paneles publicitarios: Recomendaciones y costos. [Boletín Electrónico]. Recuperado de <https://www.pqs.pe/emprendimiento/paneles-publicitarios-recomendaciones-costos>

El portal de los emprendedores. (26 noviembre). ¿Cuánto cuesta una licencia para poner un letrero en mi negocio? [Boletín Electrónico]. Recuperado

de <https://www.pqs.pe/actualidad/noticias/cuanto-cuesta-una-licencia-para-poner-un-letrero-en-mi-negocio>

Gestión (2019). Negocios de restaurantes acumulan 27 meses de crecimiento continuo, reportó el INEI. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/negocios-de-restaurantes-acumulan-27-meses-de-crecimiento-continuo-reporto-el-inei-noticia/>

Gobierno del Perú (2020). Protocolo Sanitario de operación ante el Covid-19 para restaurantes y servicios en la modalidad de atención en salón. Recuperado de [https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/999252/Protocolo\\_Restaurantes\\_y\\_afines\\_con\\_atenci%C3%B3n\\_en\\_sal%C3%B3n.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/999252/Protocolo_Restaurantes_y_afines_con_atenci%C3%B3n_en_sal%C3%B3n.pdf)

García, I. (11 de enero 2018). La estructura organizativa de la empresa. Recuperado de <https://www.emprendepyme.net/la-estructura-organizativa-de-la-empresa.html>

INEI (2017). Provincia de Lima Compendio Estadístico. Recuperado de <https://conociendovillaelsalvador.files.wordpress.com/2018/12/informacion-completa.pdf>

INEI (2018). Análisis de la estructura empresarial de Lima Metropolitana. Recuperado de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitaes/Est/Lib1703/cap05.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaes/Est/Lib1703/cap05.pdf)

Luciana, F (2018). Agencias de Publicidad mejor posicionadas en Lima [Artículo de Blog]. Recuperado de <https://traceperu.com/marketing-digital-agencias-de-publicidad-en-el-peru-mejor-posicionadas/>

Municipalidad de Miraflores. (s.f). Proyecto Ordenanza Publicidad Exterior. Recuperado de: [http://www.miraflores.gob.pe/Gestorw3b/files/pdf/5814-2556-proyecto\\_ordenanza-publicidad-exterior.pdf](http://www.miraflores.gob.pe/Gestorw3b/files/pdf/5814-2556-proyecto_ordenanza-publicidad-exterior.pdf)

Municipalidad de Miraflores (2016). Plan de Desarrollo Local Concentrado (PDLC) 2017-2021 Recuperado de [https://www.miraflores.gob.pe/wp-content/uploads/2020/05/Plan-de-Desarrollo-Local-Concertado-2017\\_2021.pdf](https://www.miraflores.gob.pe/wp-content/uploads/2020/05/Plan-de-Desarrollo-Local-Concertado-2017_2021.pdf)

PeruRetail (28 de agosto,2017). Consideramos que Lima concentra el 70% de la inversión en paneles publicitarios. [Boletín Electrónico]. Recuperado de <https://www.peru-retail.com/entrevista/lima-concentra-inversion-paneles-publicitarios-peru/>

Komiya, A. (16 de junio 2020). ¿Qué son los valores de una empresa? Recuperado de <https://www.crecenegocios.com/valores-de-una-empresa/>

## ANEXOS

### Anexo 1: Formulario de reserva de nombre


**ANEXO 1: FORMULARIO**

**SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA**

**SEÑOR REGISTRADOR DEL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS:**

Yo, \_\_\_\_\_ identificado con:

DNI<sup>1</sup>  CIP  CE  OTROS \_\_\_\_\_ N° \_\_\_\_\_

en mi calidad de (titular  socio  abogado  notario  representante  domiciliado en \_\_\_\_\_, distrito de \_\_\_\_\_, Provincia de \_\_\_\_\_, ante Ud. con el debido respeto me presento y digo:

**SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA para:**

Constitución                       Modificación de Estatuto

Podrá indicar hasta 03 nombres y de forma opcional sus correspondientes abreviaturas tratándose de denominaciones.<sup>1</sup>

Sólo se concederá la reserva de un nombre (completo o abreviado) de forma excluyente.

NOMBRE COMPLETO DE LA PERSONA JURÍDICA OBLIGATORIO	NOMBRE ABBREVIADO DE LA PERSONA JURÍDICA OPCIONAL
1. _____	1. _____
2. _____	2. _____
3. _____	3. _____

**TIPO DE PERSONA JURÍDICA: (Marque una opción)**

S.A     ASOCIACIÓN     S.R.L     COMITÉ     S. CIVIL  
 S.A.C     E.I.R.L     COOPERATIVA     OSB

OTROS (precisar el tipo de persona jurídica) \_\_\_\_\_

**NOMBRE (S) Y APELLIDOS DE TODOS LOS INTEGRANTES DE LA PERSONA JURÍDICA EN CONSTITUCIÓN O NOMBRE DE LA PERSONA JURÍDICA CONSTITUIDA EN CASO DE MODIFICACIÓN DE ESTATUTOS O NOMBRE DE LAS PERSONAS AUTORIZADAS PARA LA FORMALIZACIÓN (letra imprenta):**


Lima, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del 20 \_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Firma del Solicitante

<sup>1</sup> También podrá solicitar la reserva de nombre ingresando a la página web [www.sunarp.gob.pe](http://www.sunarp.gob.pe), servicios en línea, donde podrá indicar hasta cinco (5) nombres y de forma opcional sus abreviaturas tratándose de denominaciones.









## Anexo 5: Matriz Ambiental

MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE ASPECTOS E IMPACTOS AMBIENTALES, EVALUACIÓN Y DETERMINACIÓN DE CONTROLES											Logo: Atia Imagen Versión:03 Fecha: 15/10/2017								
CLIENTE:				LUGAR:				Fecha: 21/01/2020											
ELABORADO POR:				APROBADO POR:				Cant. Pag:											
Proceso: _____ Sub Proceso: _____ Revisión: _____ Motivo de Revisión: _____				Elaborado y Actualizado por: _____ _____ _____ _____ Revisado/ Aprobado por: _____															
N°	IDENTIFICACIÓN				EVALUACIÓN							MECANISMO DE CONTROL	RESPONSABLE DE IMPLEMENTACIÓN	FECHA PROP. DE IMPLEMENTACIÓN	FECHA DE CIERRE	STATUS	CONTROLES TOTALES	CONTROLES IMPLEMENTADOS	
	ETAPA	Entrada	Salida	Aspectos Medio-Ambientales	Impactos Medio-Ambientales	Situación (Matr.)	Criterios de Severidad	Criterios de Probabilidad	Severidad (UNI)	Probabilidad (UNI)	Índice (PCI)								Índice (PRI)
				Agotamiento de los recursos Naturales de la Región, Consumo del Aire, Contaminación del Agua, Contaminación del Suelo, Contaminación Sonora, Contaminación del Agua		Conformidad legal 1.4.31.10 Normas técnicas 1.4.31.10 1.4.31.10													