



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**EMPRESA DE SERVICIOS DIGITALES EN LIMA  
METROPOLITANA**

**PRESENTADO POR  
LUIS ALBERTO ESPINOZA VENTURO**

**PLAN DE NEGOCIOS**

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

**LIMA – PERÚ**

**2018**



**CC BY-NC-SA**

**Reconocimiento – No comercial – Compartir igual**

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

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



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

PLAN DE NEGOCIOS

**EMPRESA DE SERVICIOS DIGITALES EN LIMA METROPOLITANA**

Presentado por

Bachiller: Luis Alberto Espinoza Venturo

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

Lima – Perú

2018

## ÍNDICE

<i>RESUMEN EJECUTIVO</i> .....	1
<i>CAPÍTULO I: ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES</i> .....	2
1.1. Nombre o razón social.....	2
1.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU).....	2
1.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial.....	2
1.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha.....	3
1.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa característicos.....	4
1.6. Estructura Orgánica.....	5
1.7. Cuadro de asignación de personal.....	7
1.8. Forma Jurídica Empresarial.....	8
1.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI.....	8
1.10. Requisitos y Trámites Municipales.....	8
1.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades.....	9
1.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).....	11
1.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.....	12
1.14. Modalidades de Contratos Laborales.....	12
1.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.	13
<i>CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO</i> .....	14
2.1. Descripción del Entorno del Mercado.....	14
2.1.1. La industria.....	14

2.1.3. Las influencias .....	15
2.1.4. Participación de mercado.....	16
2.1.5. Factores macroambientales .....	17
2.2. Ámbito de acción del negocio .....	21
2.3. Descripción del bien o del servicio .....	25
2.4. Estudio de la demanda .....	26
2.5. Estudio de la oferta.....	27
2.6. Determinación de la demanda insatisfecha.....	29
2.7. Proyecciones y provisiones para comercializar.....	29
2.8. Descripción de la política comercial.....	30
2.9. Cuadro de la demanda proyectada para el negocio.....	33
<i>CAPÍTULO III: ESTUDIO TÉCNICO.....</i>	<i>34</i>
3.1. Tamaño del negocio, Factores determinantes .....	34
3.2. Proceso y Tecnología .....	34
3.2.1. Descripción y diagrama de los procesos .....	34
3.2.2. Capacidad instalada y operativa .....	37
3.2.3. Cuadro de requerimientos de bienes de capital, personal e insumos .....	37
3.2.4. Infraestructura y características físicas .....	38
3.3. Localización del negocio, Factores determinantes.....	41
<i>CAPÍTULO IV: ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO .....</i>	<i>43</i>
4.1. Inversión Fija .....	43
4.1.1. Inversión Tangible.....	43
4.1.2. Inversión Intangible.....	43
4.2. Capital de trabajo.....	43

4.3. Inversión Total .....	44
4.4. Estructura de la inversión y financiamiento .....	44
4.5. Fuentes Financieras .....	44
4.6. Condiciones de Crédito.....	44
<i>CAPÍTULO V: ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS ....</i>	<i>45</i>
5.1. Presupuesto de los costos .....	45
5.2. Punto de equilibrio .....	45
5.3. Estado de ganancias y pérdidas .....	46
5.4. Presupuesto de ingresos .....	46
5.5. Presupuesto de egresos .....	47
5.6. Flujo de Caja proyectado .....	48
5.7. Balance general.....	49
<i>CAPÍTULO VI: EVALUACIÓN .....</i>	<i>50</i>
6.1. Evaluación Económica, Parámetros de Medición. ....	50
6.2. Evaluación Financiera, Parámetros de Medición .....	50
6.3. Evaluación Social .....	51
6.4. Impacto Ambiental .....	51
<i>CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</i>	<i>52</i>
7.1 Conclusiones .....	52
7.1.1 De la organización y aspectos legales .....	52
7.1.2 Del estudio de mercado .....	52
7.1.3 Del estudio técnico.....	52
7.1.4 Del estudio de la inversión y financiamiento.....	53

7.1.5 Del estudio de los costos, ingresos y egresos.....	53
7.1.6 De la evaluación .....	53
7.2 Recomendaciones .....	53
7.2.1 De la organización y aspectos legales .....	53
7.2.2 Del estudio de mercado .....	54
7.2.3 Del estudio técnico.....	54
7.2.4 Del estudio de la inversión y financiamiento.....	54
7.2.5 Del estudio de los costos, ingresos y egresos.....	54
7.2.6 De la evaluación .....	54

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	4
Tabla 2.....	7
Tabla 3.....	8
Tabla 4.....	10
Tabla 5.....	11
Tabla 6.....	12
Tabla 7.....	22
Tabla 8.....	22
Tabla 9.....	24
Tabla 10.....	31
Tabla 11.....	33
Tabla 12.....	37
Tabla 13.....	37
Tabla 14.....	38
Tabla 15.....	38
Tabla 16.....	42
Tabla 17.....	43
Tabla 18.....	43
Tabla 19.....	43
Tabla 20.....	44
Tabla 21.....	44
Tabla 22.....	45
Tabla 23.....	45
Tabla 24.....	46



Tabla 25.....	46
Tabla 26.....	47
Tabla 27.....	47
Tabla 28.....	47
Tabla 29.....	48
Tabla 30.....	49
Tabla 31.....	50
Tabla 32.....	50
Tabla 33.....	50
Tabla 34.....	50

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Organigrama.....	5
Figura 2 Interés en WordPress, Wix y Squarespace en Perú a lo largo del tiempo en los últimos 5 años .....	15
Figura 3 Stock y variación neta de empresas por trimestre, 2016-18.....	17
Figura 4 Stock de empresas por trimestre, 2016-18 (Miles) .....	18
Figura 5 Mapa de posicionamiento .....	23
Figura 6 Planes de suscripción a WordPress.com .....	27
Figura 7 Planes de suscripción a Wix.com .....	28
Figura 8 Características de todos los planes de suscripción .....	28
Figura 9 Planes de suscripción a Squarespace.com .....	28
Figura 10 Planes de suscripción a Squarespace.com .....	29
Figura 11 Diagrama de flujo de proceso de desarrollo plataforma Web ....	35
Figura 12 Proceso de soporte al Usuario.....	36
Figura 13 Oficina de cuatro asientos en WeWork.....	39
Figura 14 Distribución oficinas de un piso de WeWork.....	40
Figura 15 Oficina de cuatro asientos WeWork.....	40
Figura 16 Servicios WeWork. ....	41

## **RESUMEN EJECUTIVO**

En el presente plan de negocios se formulará y evaluará la viabilidad de la creación de una empresa que ofrece servicios digitales a las mype de Lima metropolitana, a través de una plataforma en línea que les permitirá crear un sitio web para su negocio.

En el primer capítulo se desarrolla la estructura organizacional de la empresa, como también aspectos legales a considerar.

En el segundo capítulo se describe el estudio de mercado realizado, considerando el entorno de mercado, la oferta y demanda insatisfecha por parte las mype de Lima metropolitana.

En el tercer capítulo se presenta el estudio técnico en el que se muestra la capacidad instalada para atender a clientes a través de la plataforma web.

En el cuarto capítulo se muestra la estructura de inversión y financiamiento, inversión fija tangible como intangible y capital de trabajo.

En el quinto capítulo se estructura el presupuesto de costos de para la programación y el servidor web a emplear para el despliegue de la plataforma.

En el sexto capítulo se realizará las evaluaciones económicas, financieras, y sociales con la finalidad de determinar la viabilidad de la empresa.

Por último, en el séptimo capítulo se desarrollan las conclusiones y recomendaciones del plan de negocios.

## **CAPÍTULO I: ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES**

### **1.1. Nombre o razón social**

La razón social de la empresa será: Imarze Technologies S.A.C.

### **1.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)**

Debido a que se los servicios digitales se entregarán a través de sitios web, el código que corresponde a la actividad económica de la empresa es: K722001, Consultores en Sistemas de Informática (oficinas).

### **1.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial**

La dirección de la fiscal de la empresa Imarze Technologies S.A.C. será en Av. Víctor Andrés Belaúnde 147, Vía Principal 133, Edificio Real Dos, San Isidro.

Debido a que el presente plan de negocio está basado en ofrecer servicios digitales, la ubicación física de la oficina no depende de cercanía de proveedores o clientes potenciales.

Respecto a la factibilidad municipal, para la empresa podrá estar ubicada según el índice de uso de la municipalidad de San Isidro como Consultores en Sistemas de Informática (oficinas).

## **1.4. Objetivos de la Empresa, principio de la Empresa en marcha**

### **Misión:**

Ofrecer servicios digitales de desarrollo web para empresas, contribuyendo al cumplimiento de sus objetivos comerciales.

### **Visión:**

Consolidarnos como una empresa líder del mercado en servicios digitales de desarrollo web para las pyme en Lima metropolitana.

### **Valores:**

- Creatividad e innovación: Desarrollo de nuevas ideas y propuestas para la mejora de nuestros productos enfocados en la satisfacción de nuestros clientes.
- Eficiencia: Cumplimiento de objetivos con considerando una óptima utilización de los recursos de la organización.
- Trabajo en equipo: Enfoque de trabajo colaborativo y multidisciplinario para la creación y gestión de productos digitales de nuestra organización.
- Responsabilidad: Cumplimiento de las funciones para alcanzar los objetivos de la organización.

**Objetivos:**

- Ser la plataforma líder de creación web en el mercado de Lima Metropolitana.
- Contribuir a la digitalización de canales de atención de nuestros clientes.
- Ampliar continuamente nuestra cartera de clientes.
- Adaptar los servicios de nuestra plataforma a las necesidades del mercado.
- Obtener e incrementar la rentabilidad a largo plazo.

**1.5. Ley de MYPE, Micro y Pequeña empresa característicos**

La empresa se acogerá a la Ley MYPE la cual presenta las siguientes características:

Tabla 1

Características de una microempresa.

Microempresa	
Ventas Anuales	Hasta 150 UIT
Número de trabajadores	Hasta 10 trabajadores.

Fuente: Urteaga C (2004).

## 1.6. Estructura Orgánica

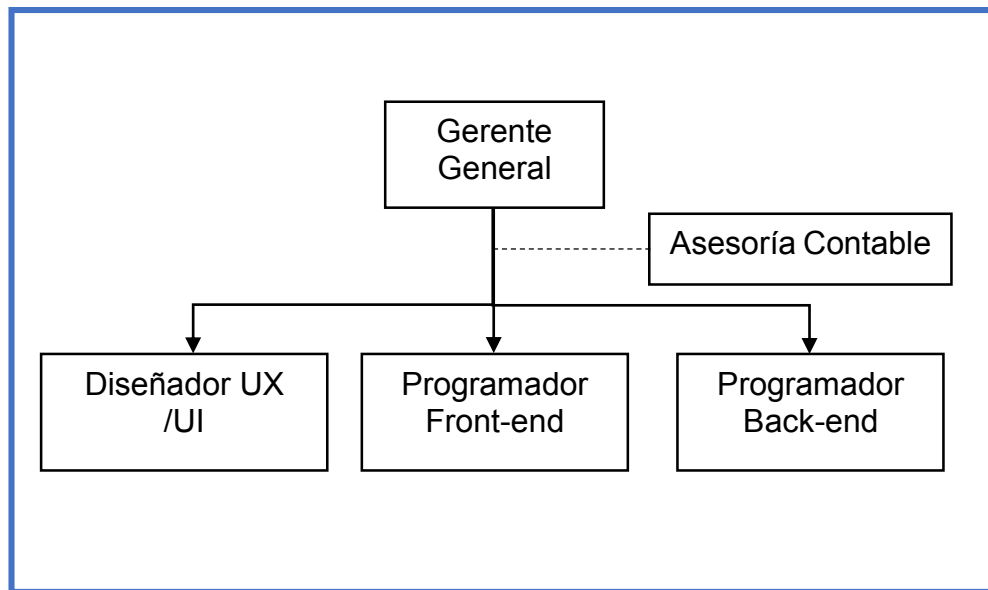


Figura 1 Organigrama

Fuente: Elaboración propia

### **Funciones:**

Las funciones de los colaboradores serán desarrolladas de la siguiente manera:

Gerente general:

- Planear y desarrollar metas y objetivos a mediano y largo plazo y comunicarlas a los colaboradores para su cumplimiento.
- Evaluar periódicamente el desempeño y cumplimiento de objetivos de los colaboradores.
- Representar a la sociedad y apersonarse en su nombre y representación ante las autoridades judiciales, administrativas, laborales, municipales, políticas y policiales, en cualquier lugar de la República o en el extranjero.
- Supervisar el diseño y desarrollo de la plataforma web.

- Planificar y ejecutar estrategias de marketing para la captación y fidelización de los clientes.
- Identificar áreas de oportunidades que permita a la empresa ser más competitiva en el mercado.
- Ejercer la dirección administrativa, operativa y financiera de la empresa.
- Gestionar la contratación, captación y retención de personal.
- Ejecutar el plan de negocios y proponer modificaciones de este.

#### Diseñador UX / UI

- Entrevistas con usuarios.
- Realización de simulaciones y prototipos con la finalidad de mejorar la interfaz de usuario.
- Diseño de interfaz de la plataforma.
- Diseño de interacción de la plataforma.
- Diseño de las plantillas web.
- Diseño de piezas gráficas para la publicidad en medios digitales.

#### Programador Front-end

- Desarrollar, diseñar e implementar interfaces de usuario de la aplicación aprovechando las tecnologías actuales utilizando una base de código de alta calidad.



- Modificar y mejorar interfaces existentes de la plataforma para mejorar su rendimiento.
- Programación de las plantillas web.

Programador Back-end:

- Programación de la plataforma.
- Construir códigos y librerías reutilizables para uso futuro.
- Integración de elementos orientados al usuario desarrollados por desarrolladores frontend.
- Optimizar la aplicación para la máxima velocidad y escalabilidad.
- Implementación de seguridad y protección de datos.
- Ayuda a tomar decisiones funcionales y tecnológicas que ayudarán a la mejora de la plataforma.
- Encargado del despliegue de la plataforma en los servidores.
- Promover ingeniería de calidad y buenas prácticas de codificación en toda la empresa.

### 1.7. Cuadro de asignación de personal

Tabla 2

Cuadro de asignación de personal

<b>Puesto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Sueldo mensual</b>	<b>SIS</b>	<b>Subtotal anual</b>
Gerente General	1	S/2,000.00	S/15.00	S/24,180.00
Programador Front-end	1	S/1,800.00	S/15.00	S/21,780.00
Programador Back-end	1	S/1,800.00	S/15.00	S/21,780.00
Diseñador UX / UI	1	S/1,800.00	S/15.00	S/21,780.00
			Total, Anual	S/89,520.00

## 1.8. Forma Jurídica Empresarial

La empresa será constituida como Sociedad Anónima Cerrada, a través de una escritura pública ante un notario público.

Tabla 3

Características de la Sociedad Anónima Cerrada

CARACTERÍSTICAS	De 2 a 20 accionistas.
DENOMINACIÓN	La denominación es seguida de las palabras "Sociedad Anónima Cerrada", o de las siglas "S.A.C."
ÓRGANOS	Junta General de Accionistas, Directorio (opcional) y Gerencia
CAPITAL SOCIAL	Aportes en moneda nacional y/o extranjera y en contribuciones tecnológicas intangibles.
DURACIÓN	Determinado o Indeterminado
TRANSFERENCIA	La transferencia de acciones debe ser anotada en el Libro de Matrícula de Acciones de la Sociedad.

Fuente: PROINVERSIÓN (2018)

## 1.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

La marca de Imarze Technologies S.A.C. es "Imarze", la cual se encuentra inscrita en el Registro de Marcas para distinguir los servicios de la Clase 42 de la Clasificación Internacional.

## 1.10. Requisitos y Trámites Municipales

Los requisitos para la gestión de la licencia de funcionamiento son:

1. Formato de solicitud de licencia de funcionamiento (de distribución gratuita o de libre reproducción), con carácter de declaración jurada, que incluya:
  - a. Número de RUC y DNI o Carné de Extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda.
  - b. Número de DNI o Carné de Extranjera del representante legal, en caso de persona jurídica u otros entes colectivos; o tratándose de personas naturales que actúen mediante representación
2. Copia de la vigencia de poder de representante legal en caso de personas jurídicas u entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requiere de carta poder con firma legalizada.
3. Indicar número de comprobante de pago por derecho TUPA
4. Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad

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

Según SUNAT (2018) para la obtención del RUC de la empresa deberá presentar como requisitos:

- DNI del Representante Legal

- Ficha o partida electrónica certificada por Registros Públicos, con una antigüedad no mayor a treinta (30) días calendario
- Cualquier documento privado o público en el que conste la dirección del domicilio fiscal que se declara.

La empresa se acogerá al Régimen MYPE Tributario, la cual está dirigida a contribuyentes:

- Domiciliados en el país
- Realicen actividades empresariales (renta de tercera categoría)
- Ingresos no superen las 1700 UIT en el ejercicio gravable en el que tendrá las siguientes tasas:
  - El IGV tiene una tasa de 18%
  - El impuesto a la Renta dependerá del siguiente:

Tabla 4

Pagos a cuenta mensuales

Pagos a Cuenta Mensuales	
Ingresos Netos	Tasas
Hasta 300 UIT	1%
Más de 300 UIT hasta 1700 UIT	Coficiente o 1.5%

Fuente: SUNAT (2016)

Tabla 5

Impuesto a la renta

Impuesto a la Renta	
Renta Neta	Tasas
Hasta 15 UIT	10%
Más de 15 UIT	29%

Fuente: SUNAT (2016)

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

La empresa hará uso de la planilla electrónica PLAME debido a que a partir del 01 de junio de 2016 su uso es obligatorio para presentar las declaraciones mensuales.

Es el documento llevado a través de los medios informáticos elaborados por la SUNAT, en el que se encuentra la información de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación, personal de terceros y derechohabientes.

La planilla electrónica se encuentra por la información del T-REGISTRO (Registro de Información laboral) y PLAME (Planilla mensual de pagos) elaborados obligatoriamente a partir de la información proporcionada para dicho registro.

### 1.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral

Régimen Especial MYPE será con el que iniciará la empresa.

Tabla 6

#### Régimen Especial MYPE

Derecho laboral	Microempresa
Remuneración	Por lo menos la Remuneración Mínima Vital (RMV) o S/ 930.00 soles.
Descanso semanal obligatorio	Sólo difiere en relación los días de descanso otorgados por vacaciones anuales: Quince (15) días calendario de descanso por cada año completo de servicios Se puede reducir de quince (15) a siete (7) días calendario por cada año completo de servicios.
Utilidades	No corresponde.
Compensación por Tiempo de Servicios	No corresponde.
Gratificaciones	No corresponde.
Seguro de vida	No corresponde.
Indemnización por despido	Diez (10) remuneraciones diarias por cada año completo de servicios. Máximo de noventa (90) remuneraciones diarias lo que implica un tope de 9 años de servicios.

Fuente: SUNAT (2015)

### 1.14. Modalidades de Contratos Laborales

La empresa al iniciar sus actividades estará sujeta a las siguientes modalidades de contrato de naturaleza temporal:

- a. **Contrato por Inicio o incremento de actividad:** Debido a la apertura del nuevo establecimiento, que puede tener una duración máxima de 3 años.

- b. **Contrato por Necesidades de mercado:** De haber una variación sustancial en la demanda, dicho contrato laboral puede tener una duración máxima de 5 años.
- c. **Contrato por Reconversión empresarial:** en caso se modifiquen, amplíen o sustituya actividades empresariales, el presente contrato puede tener una duración máxima de 2 años.

### **1.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas**

La responsabilidad de los accionistas y socios está generalmente limitada a la cifra de capital aportada por cada uno de ellos.

Sin embargo, en circunstancias excepcionales, puede exigirse responsabilidad a los accionistas y a los socios para proteger los intereses de terceros.

#### **Responsabilidad de los socios**

En la sociedad anónima el capital está representado por acciones nominativas y se integra por aportes de los accionistas, quienes no responden personalmente de las deudas sociales. No se admite el aporte de servicios en la sociedad anónima.

## **CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO**

### **2.1. Descripción del Entorno del Mercado**

#### **2.1.1. La industria**

En la industria del software como servicio (SaaS), se busca proveer software y soluciones de tecnología por medio de internet, como un servicio. Con este modelo los clientes no necesitan instalar, mantener y actualizar hardware y software.

Los usuarios sean personas naturales o empresas se suscriben al software, generalmente por mes, en lugar de comprarlo, con la posibilidad de cancelar la suscripción cuando ya no necesiten el servicio.

Dentro de los beneficios del software como servicio podemos encontrar:

- No hay costos de hardware
- No hay costos iniciales de configuración
- El usuario paga por lo que usa
- Las actualizaciones son automáticas
- Compatibilidad con diversos dispositivos



### 2.1.2. Los participantes

En la actualidad, en la industria de software como servicio para el desarrollo web se encuentran como principales participantes:

- Wordpress:

Cuenta con un servicio de creación de blogs (wordpress.com) y un software bajo licencia GPL y pertenece a la categoría de software libre (wordpress.org) que permite a sus usuarios instalarlo en su propio servidor.

- Wix.com:

Cuenta con una plataforma de creación de sitios web muy flexible en el aspecto visual del sitio web final.

Los cuales cuentan con plataformas que permiten a sus usuarios crear sus sitios web.

### 2.1.3. Las influencias

El dominio de los servicios de plataformas de desarrollo web en Perú se encuentra liderado por WordPress seguido de Wix.

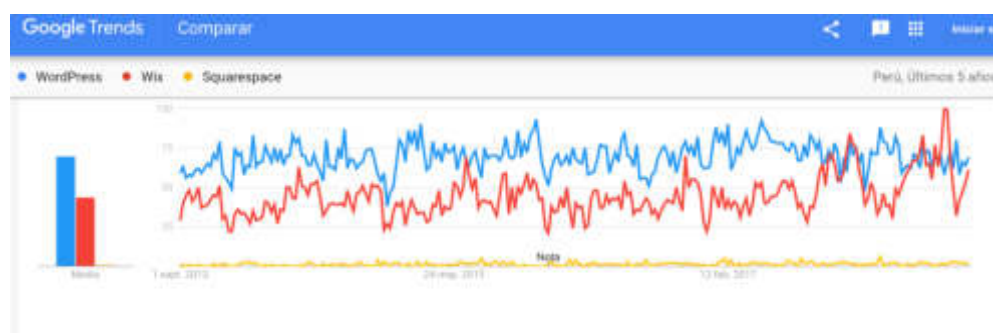


Figura 2 Interés en WordPress, Wix y Squarespace en Perú a lo largo del tiempo en los últimos 5 años

Fuente: Google Trends (2018)

WordPress:

Se originó en 2003, se ideó pensando en la creación de blogs, la primera versión fue lanzada en 2004. Su fundador Matt Mullenweg, desarrolló la plataforma base. La empresa que mantiene a WordPress es Automattic, la cual cuenta con un servicio en el formato software como servicio de creación de sitios web para blogs dirigidos a personas naturales.

#### **2.1.4. Participación de mercado**

Se puede determinar la participación de mercado realizando el siguiente cálculo:

*Participación de mercado en unidades(%)*

$$= \frac{\text{Total de unidades vendidas por la empresa}}{\text{Total de unidades vendidas por el mercado}}$$

$$\textit{Participación de mercado en unidades(%) = } \frac{8\ 452}{167\ 073}$$

$$\textit{Participación de mercado en unidades(%) = 5.05\%}$$

Para la realización del cálculo de la participación de mercado se consideró el número de empresas que son parte del público objetivo.

## 2.1.5. Factores macroambientales

### 2.1.5.1. Factores demográficos

Según INEI (2018) en el censo elaborado el año 2017, Perú cuenta con una población de 31 237 385 habitantes encontrando un incremento de 3 016 621 habitantes desde 2007, indicando que se tuvo un crecimiento promedio anual de 1.0%. Lo cual confirma la tendencia decreciente del ritmo de crecimiento poblacional en los últimos 56 años.

También Instituto Nacional de Estadística e Informática (2018) publicó para el segundo trimestre del año 2018 una tabla del stock y variación neta de empresas por trimestre en Perú del 2016 al 2018, en la que podemos apreciar la creación y la desaparición de las empresas

Concepto	2016				2017				2018		Var. % II Trim. 2018/17
	I Trim.	II Trim.	III Trim.	IV Trim.	I Trim.	II Trim.	III Trim.	IV Trim.	I Trim.	II Trim.	
Stock al inicio del periodo	2 042 982	2 084 725	2 085 499	2 108 295	2 124 288	2 177 500	2 216 081	2 258 741	2 303 911	2 332 218	7,1
Altas 1/	63 658	63 940	70 330	64 849	68 746	67 976	78 754	68 416	69 067	63 748	-6,2
Bajas 2/	-47 007	-47 381	-46 740	-49 588	-26 590	-39 322	-47 506	-34 718	-37 448	-27 711	-29,5
Otros ingresos y salidas 3/	25 172	-15 775	-854	724	11 064	9 927	11 412	11 072	89	11 190	-
Variación neta 4/	18 561	16 549	23 650	15 261	42 156	28 654	31 248	33 696	28 818	36 037	-
Stock al final del periodo	2 084 725	2 085 499	2 108 295	2 124 288	2 177 500	2 216 081	2 258 741	2 303 911	2 332 218	2 379 445	7,4
Tasa de altas (%) 5/	3,1	3,1	3,3	3,1	3,2	3,1	3,5	3,0	2,8	2,7	-
Tasa de bajas (%) 6/	2,3	2,3	2,2	2,3	1,2	1,8	2,1	1,5	1,6	1,2	-
Tasa neta 7/	0,8	0,8	1,1	0,7	1,9	1,3	1,4	1,5	1,2	1,5	-

1/ Comprende a las empresas que se crean o se reactivan.  
2/ Número de empresas que dejan de operar por el cierre o cese definitivo de sus actividades, suspensión temporal, fallecimiento en el caso de personas naturales y fusión o extinción en el caso de personas jurídicas.  
3/ Otros ingresos y salidas que comprenden cambios de organización jurídica, principalmente de persona natural sin negocio a persona natural con negocio y viceversa. El Directorio Central de Empresas y Establecimientos del Instituto Nacional de Estadística e Informática no considera a las personas naturales sin negocio.  
4/ Es la diferencia entre el número de empresas creadas o reactivadas y las que se dieron de baja.  
5/ Es la relación de altas de empresas con el stock al final del periodo.  
6/ Es la relación de bajas de empresas con el stock al final del periodo.  
7/ Es la relación de la variación neta con el stock al final del periodo.  
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Directorio Central de Empresas y Establecimientos.

Figura 3 Stock y variación neta de empresas por trimestre, 2016-18

Fuente: INEI (2018)

Comparando el segundo trimestre del año 2017 y 2018, el reporte muestra un incremento de empresas de 7.4%.

La siguiente figura refleja un crecimiento en el número de empresas desde 2016 a 2018.

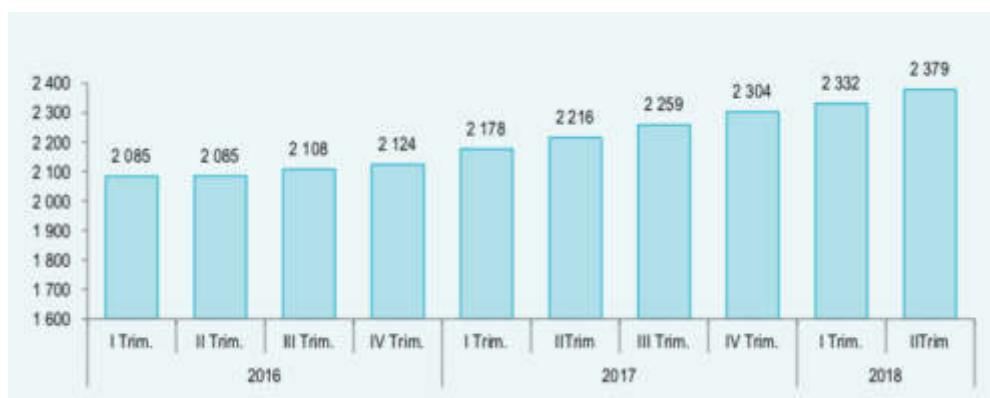


Figura 4 Stock de empresas por trimestre, 2016-18 (Miles)

Fuente: INEI (2018)

#### 2.1.5.2. Factores tecnológicos

Dentro de los factores tecnológicos que conciernen al servicio digital, podemos destacar la penetración de internet en Perú, que según Pablo Bermudez (2018) para el 31 de diciembre de 2017 fue de 67.6%, con 22 millones de usuarios. Dicha cifra es relevante para el acceso a servicios a través de internet tanto de las personas naturales como las empresas.

En el campo de las empresas, otro factor importante es el acceso a internet a través de celulares que según El Comercio (2018), es de más del 60% de las Mype en Perú, fue publicado por el Ministerio de la Producción obtenido de la Encuesta Nacional de Empresas realizado en 2017. Dicho

indicador muestra el incremento de las mypes por el uso de herramientas como páginas web y redes sociales debido a que ayuda a reducir costos administrativos y promover productos y/o servicios.

#### 2.1.6. Factores microambientales

Análisis de las 5 fuerzas de porter:

##### 1. Amenaza de nuevos competidores entrantes.

En la industria de software como servicio para la elaboración de sitios web, pueden ingresar nuevos competidores de los que, actualmente, se encuentran en el mercado. Sin embargo, hay aspectos que pueden que se deben contemplar como barreras de entradas a la industria:

- La diferenciación: con los actuales competidores se debe mostrar una importante diferenciación en el servicio para poder atender un nicho de mercado.
- Requerimiento de capital: prestar un servicio en línea, requiere de una inversión inicial en desarrollo de la plataforma, el cual dependerá de la complejidad de esta, dicho aspecto puede constituir una barrera de entrada para un posible competidor.

## 2. Poder de negociación de los compradores.

El poder de negociación de los compradores es alto debido a que el costo de cambiar un servicio web respecto a otro no es muy elevado. Además de existir varias alternativas de servicios web.

## 3. Poder de negociación de los proveedores.

Los proveedores tienen un bajo poder de negociación, ya que por economía de escala existen varios proveedores de servicio de almacenamiento de datos en la nube con precios accesibles, como:

- Amazon Web services
- Google Cloud Platform
- Microsoft Azure
- DigitalOcean

## 4. Amenaza de productos sustitutos.

Los productos sustitutos a los sitios web son los perfiles de empresas de redes sociales, los cuales tienen costo cero de creación, los cuales cuentan con ventajas como la cantidad de usuario que actualmente usa la red social, o desventajas como la rigidez de la estructura del perfil de la empresa en la red social.

Sin embargo, las redes sociales cumplen el rol de productos sustitutos hasta cierto punto, ya que pueden utilizarse como medios de atracción de clientes potenciales al sitio web de una empresa, convirtiéndose así en servicios complementarios que siguen una estrategia digital.

## 5. Rivalidad entre los competidores.

Existen empresas grandes en la industria como WordPress y Wix que cuentan con recursos importantes como para atender a nivel internacional. Por otra parte, al ser empresas grandes requieren de una gran cantidad de usuarios para mejorar su rentabilidad. Es un aspecto para tener en cuenta al ingresar al mercado.

## **2.2. Ámbito de acción del negocio**

### 2.2.1. Segmento de mercado

Según la publicación del INEI en octubre de 2017; para el año 2016, el 47,0% de las empresas formales del país se ubicaron en Lima metropolitana, de los cuales el 93,2% fueron microempresas, el 5,7% pequeñas empresas, y el 1,0% fueron grandes y medianas empresas.

Segmento empresarial	2015	2016		Var % 2016/15
		Absoluto	Porcentaje	
<b>Total</b>	<b>961 240</b>	<b>993 719</b>	<b>100,0</b>	<b>3,4</b>
Microempresa	896 249	926 775	93,2	3,4
Pequeña empresa	54 819	56 325	5,7	2,7
Gran y mediana empresa	9 207	9 621	1,0	4,5
Administración pública	965	998	0,1	3,4

Figura Lima Metropolitana: Número de empresas, según segmento empresarial 2015 -16

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (2017).

El segmento de mercado al que la plataforma está dirigido es las Mype, es decir, micro y pequeñas empresas, los cuales sumados son 983 100 empresas representando el 98,9% de las registradas den Lima metropolitana.

Tabla 7

#### Segmentación de mercado

Mercado	Descripción	Nro. de empresas
	Empresas registradas en Lima Metropolitana	993 719
	Mypes en Lima Metropolitana (98,9%)	983 100
Potencial	Mypes que usan celular con acceso a internet (60%)	589 672

Fuente: INEI.

#### 2.2.2. Público objetivo

Tabla 8

Mercado objetivo Mype que no cuentan con página web con acceso a internet en el celular en Lima Metropolitana

Mercado	Descripción	Nro. de empresas
Potencial	Mypes usan celular con acceso a internet (60%)	589 672



	Mypes con página web (17%)	167 073
Disponible	Mypes que usan celular con acceso a internet que no cuentan con página web	422 598
Objetivo	El 2% de las Mype del mercado disponible	8 452

Fuente: El Comercio. (2018) La República. (2017)

### 2.2.3. Posicionamiento de marca

Los atributos determinantes de la marca de la empresa serán:

- Precio: Ya que el precio de la suscripción a la plataforma deberá ser lo suficientemente económico para que una mype pueda ser eficiente en costos de operación de su estrategia digital de comunicación.
- Servicio: La suscripción a la plataforma será complementado con un servicio de soporte eficiente.

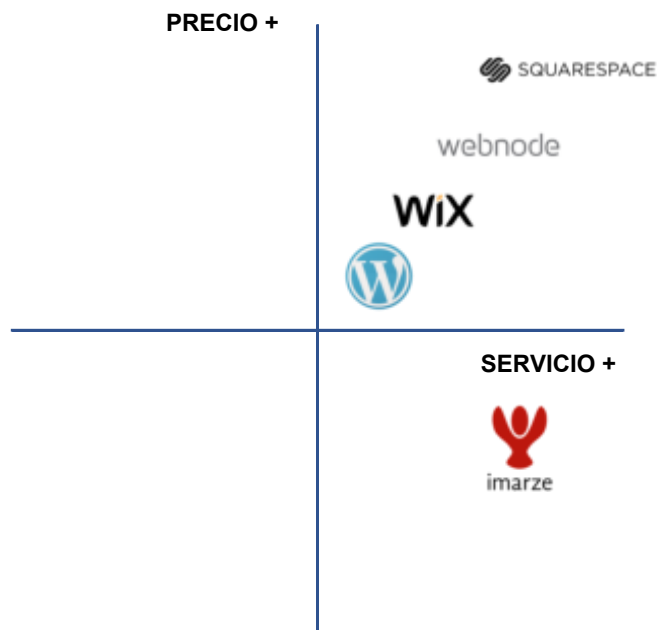


Figura 5 Mapa de posicionamiento

Con la finalidad de lograr un diferencial, IMARZE se posiciona en el cuarto cuadrante otorgando un servicio de buena calidad a un precio accesible a las MYPE en Lima metropolitana.

## FODA

Tabla 9

### FODA de IMARZE

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lanzamiento de una marca nueva al mercado</li> <li>- Confianza no generada en el servicio</li> <li>- Limitada cantidad de colaboradores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No existe limitación geográfica para atender a nuestros clientes potenciales.</li> <li>- Reducción de inversión y costos de mantenimiento para los clientes.</li> <li>- Posibilidad de realizar adaptación del software a las necesidades del mercado peruano.</li> </ul>
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fallo de seguridad.</li> <li>- Ingreso de algún competidor que se encuentre en el sector de tecnología pero que aún no haya ingresado a la industria de software como servicio para la elaboración de páginas web.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollar funcionalidades específicas que atiendan necesidades del nicho.</li> <li>- Ofrecer un servicio de soporte de alta calidad para la fidelización de los clientes</li> </ul>

### Estrategia de posicionamiento

La estrategia de posicionamiento que se trabajará para la plataforma de elaboración de páginas web será la diferenciación del producto. Ya que para la elaboración se considerarán aspectos que no cumplen de la mejor manera las plataformas de los competidores principales.

### 2.3. Descripción del bien o del servicio

Plataforma en línea que permite a los usuarios crear sitios web, el cual es destinado a ser la base de las estrategias digitales de comunicación.

A continuación, se describe las características de la plataforma:

- El registro y creación de un sitio web por parte del usuario deberá seguir tres pasos:
  - o Registro de datos principales.
  - o Elección de plantilla a utilizar
  - o Ingreso del contenido
- La plataforma permitirá administrar de manera separada los aspectos de diseño y el contenido, con la finalidad de preservar el contenido del usuario a pesar un futuro cambio de diseño o plantilla.
- Se permitirá crear “tipos de contenido” según necesite el cliente, para que pueda gestionar toda su información de manera más organizada. Ejemplo de tipo de contenido para una empresa: productos, servicios, proyectos, clientes, testimonios, colaboradores, etc.
- Se podrá crear “campos personalizados” por cada tipo de contenido creado, de manera que permita uniformizar la información registrada en cada tipo de contenido. Ejemplo: Se creó el tipo de contenido llamado “Clientes” y se crea los campos personalizados “Nombre de cliente”, “Logo de cliente” y “Descripción del cliente”.
- Los “tipos de contenido” podrán ser relacionados entre sí considerando jerarquías, con la finalidad de desplegar enlaces a los contenidos

“padre” o “hijos” en el diseño del sitio web. Ejemplo: Se configuró una relación entre los tipos de contenido “Clientes” y “Testimonios”, de manera que permita elegir a qué cliente corresponde un testimonio registrado.

- El usuario podrá crear “secciones” del sitio web en las que podrá ingresar y publicar “bloques” y “tipos de contenido.”
- Los “bloques” serán formas de mostrar el contenido, en una sección, pueden ser: galerías de imágenes, solo texto en formato de listas, un listado de elementos tanto de texto como de imágenes según haya sido configurado el “tipo de contenido”. Como también contenido que pueda ser mostrado de la integración de servicios externos como redes sociales.
- Los sitios webs registrados bajo la prueba gratis de 30 días será publicada bajo un subdominio de la marca.
- La plataforma contará con un chat de soporte en cada sección.
- Se permitirá la creación de formulario para captar datos de clientes potenciales en campañas o promoción de eventos.

#### **2.4. Estudio de la demanda**

En Lima Metropolitana se cuenta con 993 719 empresas registradas según INEI, de los cuales el 98,9% de las empresas son Mype.

El mercado potencial para el servicio de plataforma de elaboración de sitios web será segmentado a las pyme de Lima metropolitana que,

actualmente, cuentan con acceso a internet que son el 60% representando 589 672 empresas.

Sin embargo, se debe considerar una reducción de la demanda, ya que el 17% de las Mypes actualmente cuenta con una página web.

## 2.5. Estudio de la oferta

La oferta de los principales competidores es la siguiente:

$$\text{Oferta} = (\text{Nro. de Mypes con página web}) \times (\text{Precio promedio por web})$$

$$\text{Oferta} = 167\,073 \text{ websites} \times S/397.8$$

$$\text{Oferta} = S/66\,461\,639.4$$

### 2.5.1. WordPress.com

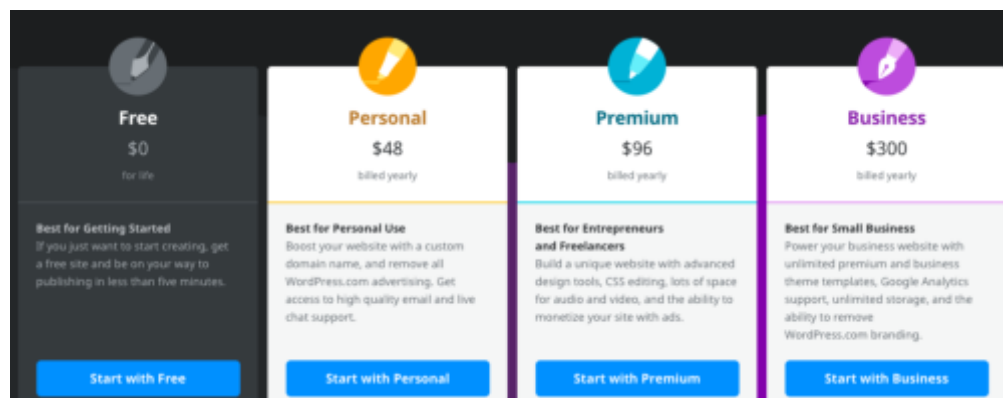


Figura 6 Planes de suscripción a WordPress.com

Fuente: Wordpress.com (2018).

## 2.5.1. Wix.com

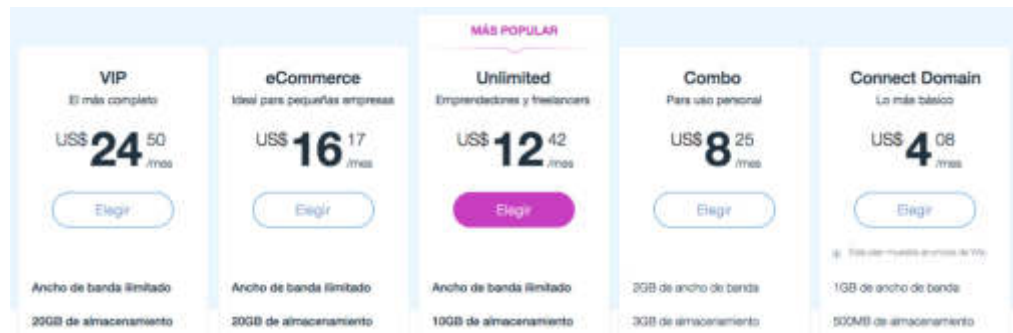


Figura 7 Planes de suscripción a Wix.com

Fuente: Wix.com (2018)

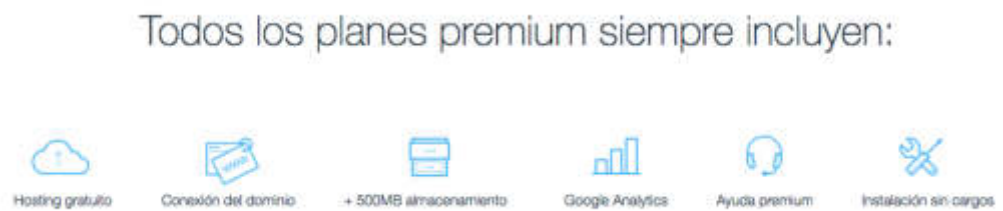


Figura 8 Características de todos los planes de suscripción

Fuente: Wix.com (2018).

## 2.5.1. Squarespace



Figura 9 Planes de suscripción a Squarespace.com

Fuente: squarespace.com (2018)



Figura 10 Planes de suscripción a Squarespace.com

Fuente: squarespace.com (2018)

## 2.6. Determinación de la demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha para el servicio ofrecido, lo obtenemos de la diferencia de las mype en Lima metropolitana con celulares con acceso a internet y las mype que actualmente tienen una página web.

Demanda insatisfecha = Mypes con cel. con acceso a internet – Mypes con página web

Demanda insatisfecha = 589 672 - 167 073

Demanda insatisfecha = 422 598 empresas.

## 2.7. Proyecciones y provisiones para comercializar

Para iniciar la comercialización del servicio, se debe:

- Desarrollar la plataforma con las funcionalidades requeridas.

- Contar con un servicio en la nube que permita desplegar nuestro servicio de software, almacenar nuestra base de datos y archivos estáticos.
- Diseñar las plantillas que los clientes podrán elegir al iniciar la creación de su sitio web.
- Implementar un servicio de analítica web, para el seguimiento de comportamiento de usuarios, con la finalidad de medir la efectividad de la plataforma.
- Ejecutar las estrategias en línea para la captación de clientes.

## **2.8. Descripción de la política comercial**

### 2.8.1. Marketing Mix

#### 2.8.1.1. Precio

La estrategia de precios de la suscripción a la plataforma de sitios web varía según los planes, que han sido elaborados considerando los precios actuales del mercado.

Con la opción de iniciar previamente 30 días de prueba.



Tabla 10

Planes de suscripción

Característica	Plan A	Plan B	Plan C
Precio	S/ 19.80	S/ 26.40	S/ 61.60
Almacenamiento	6 GB	14 GB	20 GB
Tienda virtual	No	No	SI
Plantillas Básicas	SI	SI	SI
Plantillas Premium	NO	SI	SI

2.8.1.2. Plaza

El servicio está enfocado en atender a las Mypes de Lima Metropolitana a través de la plataforma web.

2.8.1.3. Promoción

2.8.1.3.1. Plan creativo

Objetivos

- Desarrollar la marca
- Generar nuevos usuarios

Concepto

Una herramienta que logra que el usuario sea más productivo, debido a que reducimos el tiempo que necesita emplear para crear y mantener un sitio web para promocionar su negocio.

## Lema

“Permite que el mundo conozca tu negocio”.

## Colores

El color principal por utilizar será rojo, ya que, aunque el color azul es muy utilizado en la industria de la tecnología; apostaremos por el color rojo para diferenciar nuestra marca del resto de competidores.

### 2.8.1.3.2. Plan de medios

El servicio se promocionará a través de los medios digitales:

- Google Ads
- Facebook Ads.

### 2.8.2. Estrategias básicas de Porter

Diferenciación:

La estrategia de diferenciación estará basada los elementos de la plataforma como:

- La administración independiente del diseño y el contenido, con la finalidad de preservar el contenido del usuario a pesar un futuro cambio de diseño o plantilla.
- La creación de “tipos de contenido” para una mejor organización de contenido.

- La creación de “campos personalizados” por cada tipo de contenido creado.
- La inserción de “bloques” en las plantillas que serán formas de mostrar el contenido.
- La plataforma contará con un chat de soporte con la finalidad de atender al usuario en cualquier momento.

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

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2018) el incremento de las empresas del segundo trimestre del año 2018 respecto al 2017 es de 7.4%, el cual tomaremos como base para el cálculo proyección de la demanda. Con un precio promedio por sitio web al año de S/ 397.8.

Tabla 11

Proyección de la demanda

Año	1	2	3	4	5
Mype Lima metropolitana	983100	1055849	1133982	1217897	1308021
Demanda S/	39 107 7180	420 016 891	451 098 141	484 479 404	520 330 880

## **CAPÍTULO III: ESTUDIO TÉCNICO**

### **3.1. Tamaño del negocio, Factores determinantes**

Para el proyecto de los servicios digitales a través de la plataforma, el tamaño del negocio dependerá de la cantidad de empresas que podrán ser atendidas con la plataforma.

Considerando el proveedor *DigitalOcean* un costo fijo 5 USD por un almacenamiento de 250GB, más 1513.86 USD al mes, se podrá atender hasta 8452 clientes en la plataforma.

### **3.2. Proceso y Tecnología**

#### **3.2.1. Descripción y diagrama de los procesos**

Para el desarrollo del organigrama se ha considerado contar con un equipo multidisciplinario con la finalidad de complementar conocimientos al momento de la planificación y ejecución del proyecto.

Dentro del desarrollo principal del negocio podemos identificar dos procesos importantes: el proceso de desarrollo de la plataforma web y el proceso de soporte al usuario.

Para el desarrollo de dichos procesos se requerirá de la participación, en algunos casos, de todo el equipo.

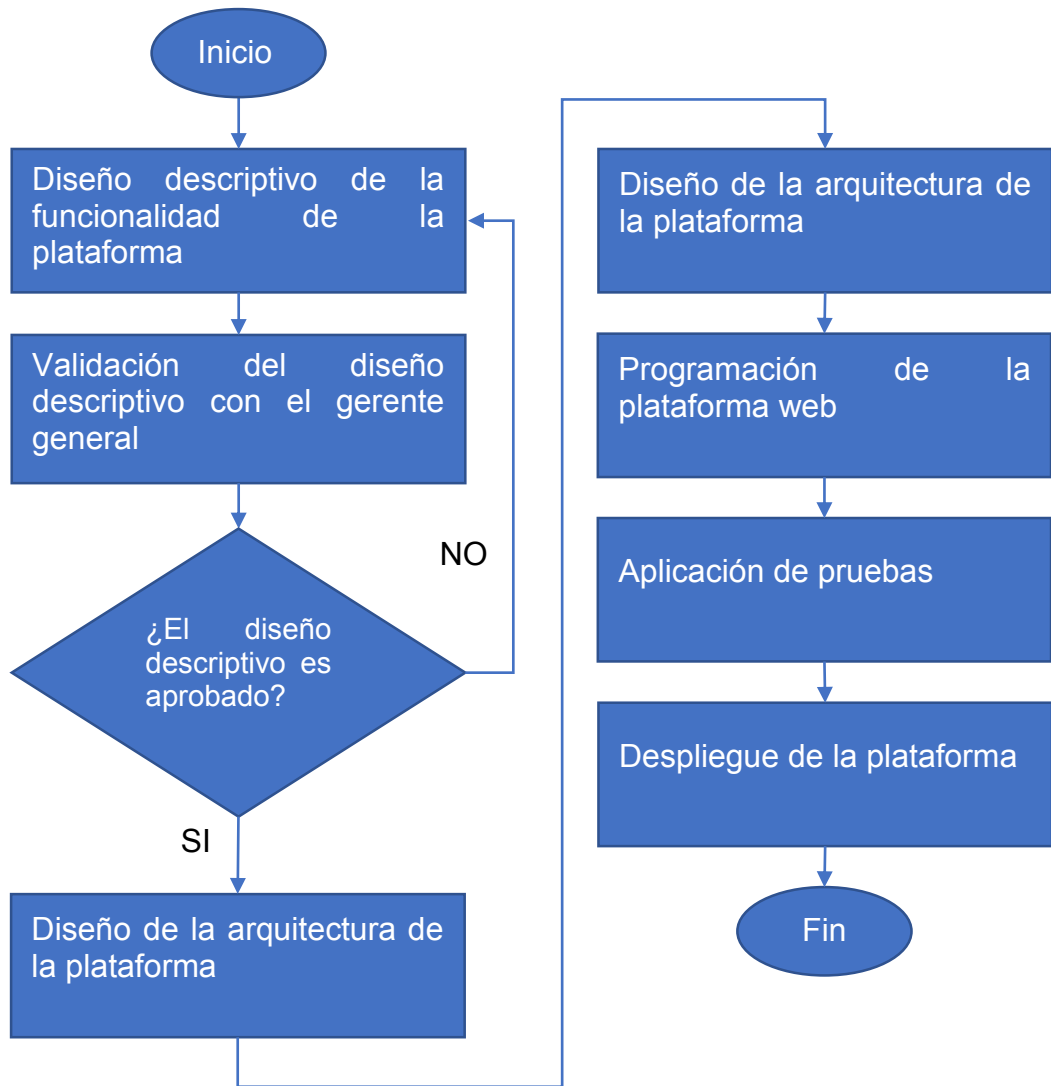


Figura 11 Diagrama de flujo de proceso de desarrollo plataforma Web

Respecto al diagrama de flujo presentado para los procesos de desarrollo de plataforma web, podemos detallar lo siguiente:

- En el proceso de diseño descriptivo de la funcionalidad de la plataforma participará todo el equipo.

- El resto de los procesos serán liderados principalmente por un solo miembro del equipo que se encuentre especializado en cada proceso.

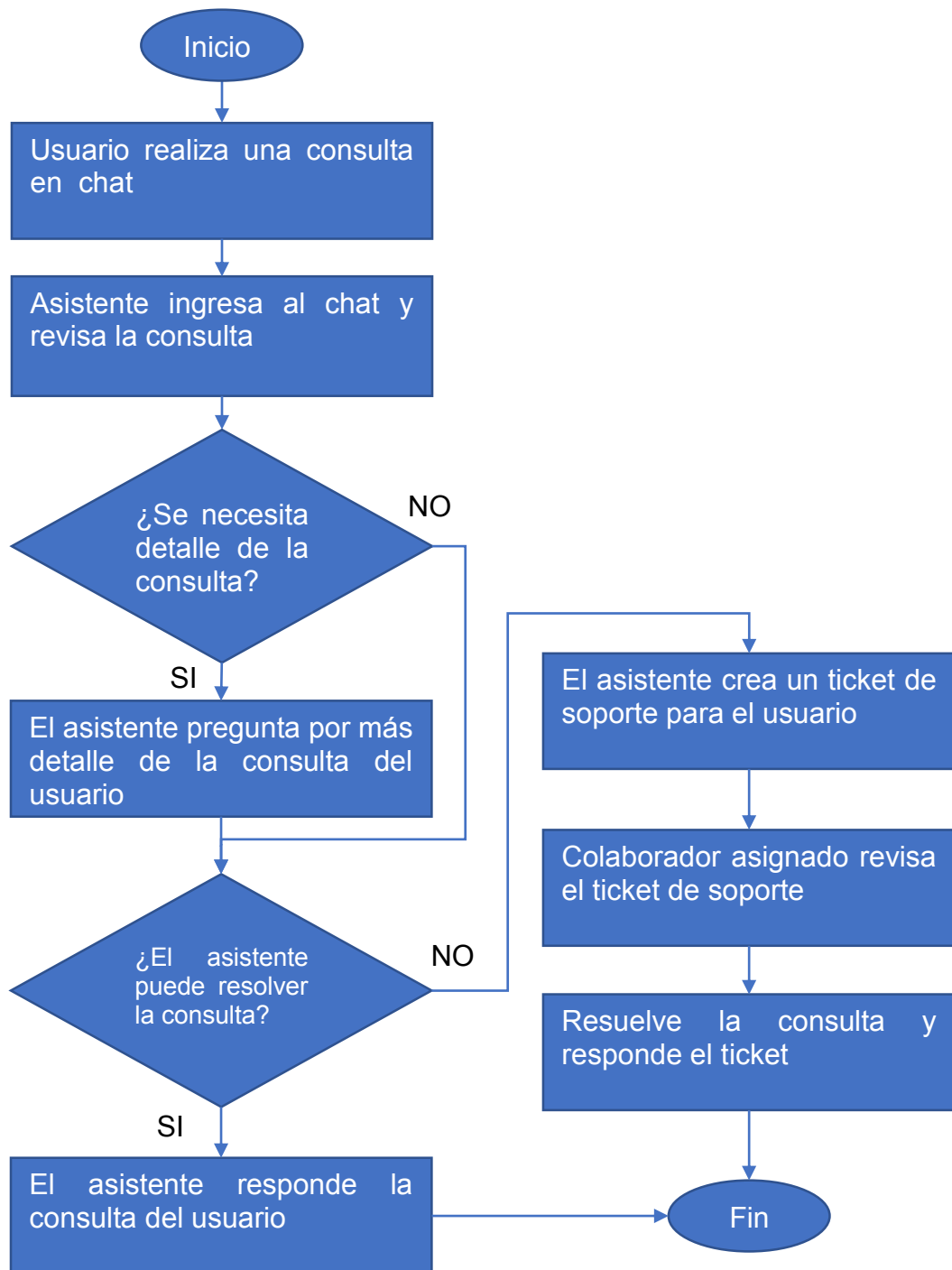


Figura 12 Proceso de soporte al Usuario

### 3.2.2. Capacidad instalada y operativa

La capacidad instalada estará relacionada con el la cantidad de clientes que se puede atender con la inversión inicial en servidores en la nube.

Tabla 12

Cantidad de clientes que se podrá atender

DETALLE	VALOR
Almacenamiento contratado en la nube	50 712 GB
Uso de almacenamiento por parte de clientes	6 GB
Clientes que se podrá atender	8452

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

Los equipos necesarios para iniciar las operaciones son básicamente cuatro laptops, las cuales permitirán desarrollar las funciones de diseño gráfico y programación web, llegando a un valor total de S/ 14 000, como puede apreciarse en la tabla 15.

Tabla 13

Balance de equipos

BALANCE DE EQUIPOS				
EQUIPOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA ÚTIL (años)
Laptops	4	S/3,500	S/14,000	5
INVERSIÓN INICIAL EN EQUIPOS			S/14,000	

El equipo establecido para el inicio del proyecto será de cuatro personas: el gerente general, diseñador y ambos programadores.

Tabla 14

Balance de personal

Puesto	Cantidad	Sueldo mensual	SIS	Subtotal anual
Gerente General	1	S/2,000.00	S/15.00	S/24,180.00
Programador Front-end	1	S/1,800.00	S/15.00	S/21,780.00
Programador Back-end	1	S/1,800.00	S/15.00	S/21,780.00
Diseñador UX / UI	1	S/1,800.00	S/15.00	S/21,780.00
			Total, anual	S/89,520.00

Tabla 15

Insumos

BALANCE DE INSUMOS			
INSUMOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
DigitalOcean Droplet 4GB	1	S/70	S/70.00
DigitalOcean Spaces 250GB	1	S/18	S/18.00
INVERSIÓN INICIAL EN INSUMOS			S/88

### 3.2.4. Infraestructura y características físicas

Respecto a la infraestructura, cabe mencionar que se requerirá de una oficina administrativa para el desempeño de las actividades de desarrollo de la plataforma. Dicha oficina será alquilada del proveedor WeWork en su edificio ubicado en Av. Víctor Andrés Belaúnde 147, Vía Principal 133, Edificio Real Dos, San Isidro Lima.



WeWork es una empresa que ofrece espacios de trabajo compartidos, oficinas y servicios a empresarios, como internet de alta velocidad, impresoras profesionales, cabinas telefónicas privadas entre otros.

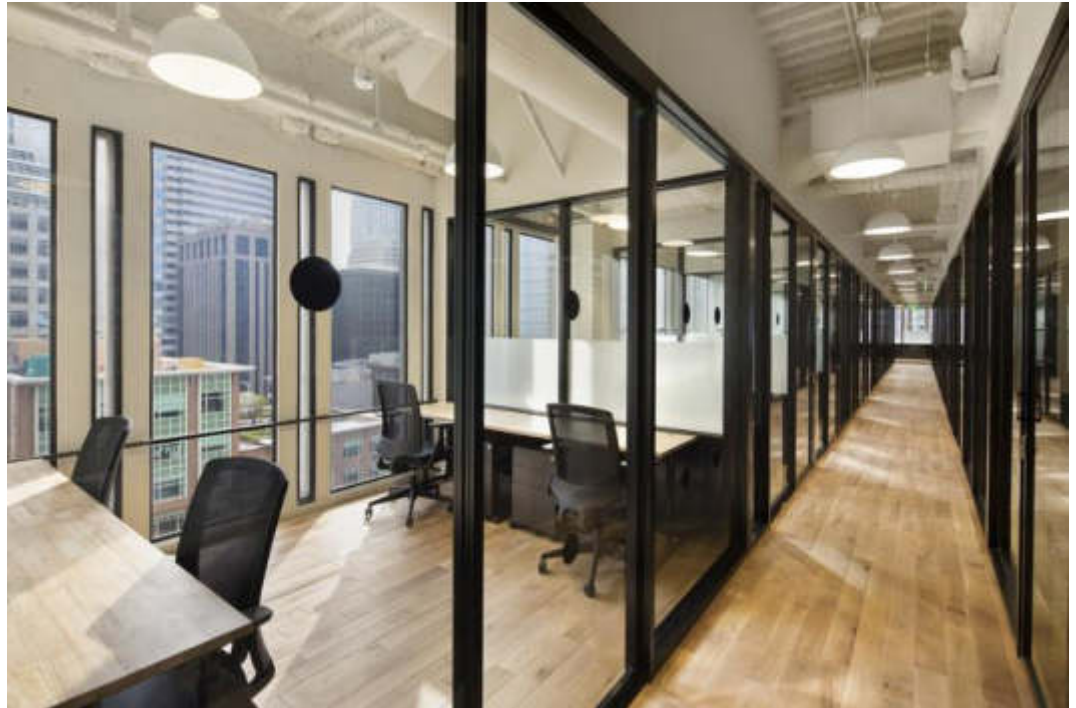


Figura 13 Oficina de cuatro asientos en WeWork.

Fuente: WeWork (2018)



Figura 14 Distribución oficinas de un piso de WeWork.

Fuente: WeWork (2018)

En la figura 13 se demuestra la organización de un piso de un edificio de WeWork. Mientras que la distribución de una oficina con cuatro asientos sería como se muestra en la figura 14.

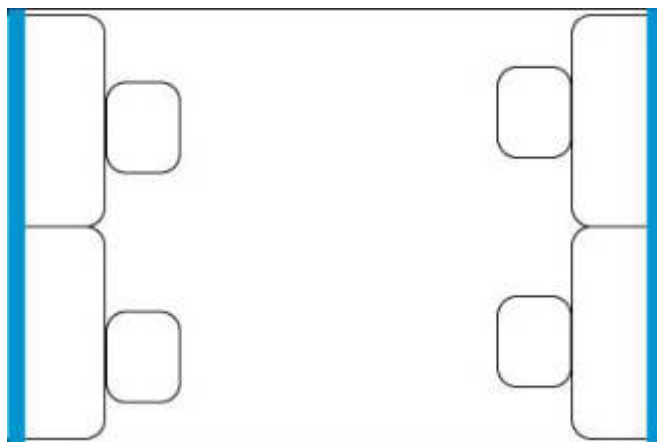


Figura 15 Oficina de cuatro asientos WeWork

Cabe resaltar que el servicio de alquiler de WeWork incluye los servicios de internet, soporte de TI, acceso al edificio las 24 horas, materiales de oficina, impresoras, cabinas telefónicas privadas, entre otros.



Figura 16 Servicios WeWork.

Fuente: WeWork (2018).

### 3.3. Localización del negocio, Factores determinantes

Se empleó una matriz con la finalidad de aplicar un método cuantitativo para la evaluación de la localización del negocio.

Tabla 16

Ponderación de la Macro localización.

FACTORES	PESO ASIGNADO	SAN ISIDRO		MIRAFLORES	
		CALIFICACIÓN	PONDERADO	CALIFICACIÓN	PONDERADO
Costo de alquiler	35%	3	1.05	5	1.75
Facilidad de Transporte	15%	4	0.6	4	0.6
Seguridad	20%	5	1	2	0.4
Disponibilidad de mano de obra local	30%	4	1.2	3	0.9
	100%		<b>3.85</b>		3.65

En la Tabla 16, se muestra el análisis realizado, obteniendo a San Isidro como la mejor opción de localización de la oficina administrativa, porque en dicho distrito el costo de alquiler se adecua más a nuestras necesidades.

## CAPÍTULO IV: ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

### 4.1. Inversión Fija

#### 4.1.1. Inversión Tangible

Tabla 17

Inversión Tangible

<b>Activos Fijos Tangibles</b>	<b>S/</b>
Laptops	14000
<b>TOTAL</b>	<b>14000</b>

#### 4.1.2. Inversión Intangible

Tabla 18

Inversión Intangible

<b>Activos Fijos Intangibles</b>	<b>S/</b>
Constitución de empresa	600
Registro de marca en INDECOPI	535
Licencia de funcionamiento	280
Estudios y proyectos	500
<b>TOTAL</b>	<b>1915</b>

### 4.2. Capital de trabajo

Tabla 19

Capital de trabajo

<b>Inversión en Capital de Trabajo</b>	<b>S/</b>
Sueldo de personal	87120
Alquiler de oficina	54000
Publicidad	18000
<b>TOTAL</b>	<b>159120</b>

### 4.3. Inversión Total

Tabla 20

Inversión total

<b>Detalle</b>	<b>S/</b>	<b>%</b>
Total, Activos Fijos Intangibles	1915	1.09%
Total, Activos fijos Tangibles	14000	8.00%
Total, Capital de Trabajo	159120	90.91%
Total, Inversión	175035	100.00%

### 4.4. Estructura de la inversión y financiamiento

Tabla 21

Estructura de inversión

<b>INVERSIÓN</b>	<b>APORTE ACCIONISTAS</b>	<b>PRESTAMO</b>	<b>TOTAL</b>
Inversión Tangible	S/10,500.00	S/3,500.00	S/14,000.00
Inversión Intangible	S/1,436.25	S/478.75	S/1,915.00
Capital de Trabajo	S/119,340.00	S/39,780.00	S/159,120.00
TOTAL	S/131,276.25	S/43,758.75	S/175,035.00
PORCENTAJE	75.00%	25.00%	100%

### 4.5. Fuentes Financieras

Para obtener financiamiento de parte de la inversión se optó por el banco Scotiabank.

### 4.6. Condiciones de Crédito

Las condiciones del crédito son:

- Importe: 43,758.75
- TEA: 14.67%
- Cuotas: 48
- 12 meses de periodo de gracia

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

### 5.1. Presupuesto de los costos

Tabla 22

Presupuesto de los costos

Insumos	Productos		
	Plan A	Plan B	Plan C
Almacenamiento GB	6	14	20
Costo GB	S/0.39	S/0.92	S/1.32

### 5.2. Punto de equilibrio

Tabla 23

Punto de equilibrio

Productos	Plan A	Plan B	Plan C
Precio unit	19.80	26.40	61.60
Costo variable unit	0.39	0.92	1.32
Margen de contribución	19.41	25.48	60.28
% de participación del prod.	0.6	0.3	0.1
Margen de contrib. ponderado unit.	S/25.32		

$$\text{Punto de equilibrio} = 151\,560 / S/ 25.32 = 5987$$

### 5.3. Estado de ganancias y pérdidas

Tabla 24

Estado de ganancias y pérdidas

	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Ingresos	219414	232579	246533	261325	277005
Costo de Ventas	73590	73917	75325	115174	115381
Utilidad Bruta	145824	158662	171208	146151	161624
Gastos de Operación	93780	94860	96005	97218	98505
Utilidad Operativa	52044	63802	75203	48933	63120
Gastos Financieros	6419	5127	3646	1947.61	
Utilidad Antes de Impuestos	45625	58674	71557	46986	63120
Impuestos (IR=10%)	4562	5867	7156	4699	6312
<b>Utilidad Neta</b>	<b>41062</b>	<b>52807</b>	<b>64402</b>	<b>42287</b>	<b>56808</b>

### 5.4. Presupuesto de ingresos

Tabla 25

Presupuesto de ingresos

<b>Ingresos</b>	<b>Años</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>ingresos producto 1 (s/)</b>	100409.76	106434.35	112820.41	119589.63	126765.01
demanda producto 1 (unid.)	5071	5375	5698	6040	6402
precio producto 1 (s/)	19.80	19.80	19.80	19.80	19.80
<b>ingresos producto 2 (s/)</b>	66939.84	70956.23	75213.60	79726.42	84510.01
demanda producto 2 (unid.)	2536	2688	2849	3020	3201
precio producto 2 (s/)	26.40	26.40	26.40	26.40	26.40
<b>ingresos producto 3 (s/)</b>	52064.32	55188.18	58499.47	62009.44	65730.00
demanda producto 3 (unid.)	845	896	950	1007	1067
precio producto 3 (s/)	61.60	61.60	61.60	61.60	61.60
<b>ingresos totales (s/)</b>	<b>219413.92</b>	<b>232578.76</b>	<b>246533.48</b>	<b>261325.49</b>	<b>277005.02</b>



## 5.5. Presupuesto de egresos

Tabla 26

Presupuesto de egresos

Insumos	Productos		
	Plan A	Plan B	Plan C
Almacenamiento GB	6	14	20
Costo GB	S/0.39	S/0.92	S/1.32
TOTAL	S/2,002.11	S/2,335.79	S/1,112.28

Tabla 27

Insumos

Insumos Anual	Año				
	1	2	3	4	5
Almacenamiento GB	5,450.19	5,777.20	7,185.35	7,392.23	7,599.12

Tabla 28

Costos indirectos de fabricación

Costos Indirectos de Fabricación	Año				
	1	2	3	4	5
Depreciación y amortización de intangibles	2800	2800	2800	2800	2800

## 5.6. Flujo de Caja proyectado

Tabla 29

Flujo de caja

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Ingresos</b>		219,41 4	232,579	246,53 3	261,32 5	277,00 5
Ventas en efectivo		219,41 4	232,579	246,53 3	261,32 5	277,00 5

<b>Egresos</b>	<b>175,03 5</b>	<b>167,37 0</b>	<b>168,777</b>	<b>171,33 0</b>	<b>212,39 2</b>	<b>213,88 5</b>
Inversión	<b>175,03 5</b>					
Costo de Ventas		70,790	71,117	72,525	112,37 4	112,58 1
Gastos Administrativos y Ventas		93,780	94,860	96,005	97,218	98,505
Depreciación		2,800	2,800	2,800	2,800	2,800
<b>Flujo de Caja económico</b>	<b>- 175,03 5</b>	<b>52,044</b>	<b>63,802</b>	<b>75,203</b>	<b>48,933</b>	<b>63,120</b>

Ingresos de Financiamiento	43,759					
Egresos de Financiamiento		15,225	15,225	15,225	15,225	0
Amortización		8,806	10,097	11,579	13,277	
Intereses		6,419	5,127	3,646	1,948	
<b>Flujo de Caja Financiero</b>	<b>- 131,27 6</b>	<b>36,819</b>	<b>48,577</b>	<b>59,979</b>	<b>33,709</b>	<b>63,120</b>

## 5.7. Balance general

Tabla 30

Balance general

<b>Activo</b>		<b>Pasivo</b>	
Caja y bancos	S/159,120.00	Préstamo bancario	61,262.25
Inventarios		Total, Pasivo	61,262.25
Inmuebles		<b>Patrimonio</b>	
Maquinaria y equipo tangible	S/14,000.00	Capital	113,772.75
Activos intangibles	S/1,915.00	Total, patrimonio	113,772.75
Total, Activo	S/175,035.00	Total, pasivo y patrimonio	S/175,035.00

## CAPÍTULO VI: EVALUACIÓN

### 6.1. Evaluación Económica, Parámetros de Medición.

Tabla 31

Evaluación económica

	<b>Económico</b>
VAN	S/. 33,239.76
TIR	21.30%
B/C	1.0420

Tabla 32

COK

COK
<b>13.80%</b>

### 6.2. Evaluación Financiera, Parámetros de Medición

Tabla 33

Evaluación financiera

	<b>Financiero</b>
VAN	S/. 33,081.78
TIR	23.05%
B/C	1.0387

Tabla 34

WACC

WACC
13.65%

### **6.3. Evaluación Social**

Al ser una empresa que usa los medios digitales para ofrecer servicios, también se hará uso de dichos medios como un blog corporativo para compartir información, que además de nuestros clientes, puede ser aprovechada por miembros de otros grupos de interés.

La información que será compartida, permitirá aprender sobre las plataformas digitales, herramientas de marketing, y consejos relacionados a los negocios y los medios digitales.

### **6.4. Impacto Ambiental**

Con la implementación de sitios web en las empresas, se estará digitalizando parte de los recursos empleados para la promoción de los negocios, lo cual nos conduce a una reducción del uso del papel empleado para flyers, banners etc.

## **CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **7.1 Conclusiones**

#### **7.1.1 De la organización y aspectos legales**

En Perú se está buscando apoyar al emprendimiento y constitución de nuevas empresas con el Régimen MYPE tributario, el cual fue especialmente creado para las micro y pequeñas empresas con la finalidad de promover su crecimiento simplificando sus obligaciones tributarias.

#### **7.1.2 Del estudio de mercado**

En Lima metropolitana el 60% de las mype cuentan con al menos un celular con acceso a internet, sin embargo, solo el 15% cuenta con una página web, esto nos muestra que las empresas consideran importante acceder a información a través de internet, mientras que no cuentan con el conocimiento o asesoría para publicar sus productos y/o servicios en internet, perdiendo potenciales oportunidades de negocio.

#### **7.1.3 Del estudio técnico**

Se determinó que inicialmente que el costo del servidor web necesario para la publicación de la plataforma no es tan elevado, versus el costo de personal necesario para el desarrollo de esta.

#### **7.1.4 Del estudio de la inversión y financiamiento**

En el presente plan de negocios se determinó que para el inicio de la empresa se requerirá de una inversión de S/ 175,035.00 de los cuales S/ 43,758.75 será financiado con un préstamo al banco Scotiabank.

#### **7.1.5 Del estudio de los costos, ingresos y egresos**

En la elaboración del Estado de ganancias y pérdidas se determinó una utilidad neta de S/ 41,062.00 para el primer año de operaciones.

#### **7.1.6 De la evaluación**

En las evaluaciones tanto económica como financiera se determinó la rentabilidad del proyecto con un TIRE de 21.30%, VANE de S/. 33,239.76 y TIRF de 23.05%, VANF de S/. 33,081.78.

### **7.2 Recomendaciones**

#### **7.2.1 De la organización y aspectos legales**

Es importante considerar el Régimen MYPE tributario al iniciar el negocio ya que, entre otros aspectos, permite pagar el impuesto a la renta según las ganancias de la empresa permitiendo a la empresa conservar recursos para su crecimiento.

### **7.2.2 Del estudio de mercado**

Considerando que tan sólo el 15% de las mypes cuentan con sitio web; podemos identificar que existe una buena oportunidad de penetración de mercado para los servicios digitales, como los de nuestra plataforma web.

### **7.2.3 Del estudio técnico**

A pesar de un bajo costo de inversión en servidor web, al realizar un servicio a un precio bajo requerirá de un alto volumen de clientes frecuentes para lograr solventar las operaciones de la empresa.

### **7.2.4 Del estudio de la inversión y financiamiento**

El capital de trabajo se encuentra constituido principalmente por costo de personal y alquiler de oficina; debido a ello será clave lograr el desarrollo ágil de la plataforma con la finalidad de lanzar los servicios digitales y obtener clientes en el menor tiempo posible.

### **7.2.5 Del estudio de los costos, ingresos y egresos**

Se recomienda considerar los estados financieros como el flujo de efectivo para la gestión eficiente de los recursos de la empresa.

### **7.2.6 De la evaluación**

Durante la ejecución del plan de negocios se puede evaluar alternativas coyunturales que permita mejorar la TIR.



## REFERENCIAS

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2017). *Perú: Estructura Empresarial*, 2016. Recuperado de: [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1445/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1445/libro.pdf)

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2018). *Demografía Empresarial en el Perú - II trimestre 2018*. Recuperado de: <https://www.inei.gob.pe/biblioteca-virtual/boletines/demografia-empresarial-8237/1/>

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2018). *Perú: Crecimiento y distribución de la población, 2017*. Recuperado de: [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1530/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1530/libro.pdf)

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2018). *Panorama de la Economía Peruana 1950-2017*. Recuperado de: [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1523/Libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1523/Libro.pdf)

Diario Gestión (2018). Súper Interesantes Cifras de la Penetración de Internet y Facebook en el Perú y el Mundo. Recuperado de: <https://gestion.pe/blog/revolucion-digital/2018/03/super-interesantes-cifras-de-la-penetracion-de-internet-y-facebook-en-el-peru-y-el-mundo.html>

Diario El Comercio (2018). Más del 60% de las Mypes usan celulares con acceso a Internet. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/60-mype-celulares-acceso-internet-noticia-537799>

Diario La República (2017). El 17% de las Pymes en el Perú tiene una página web. Recuperado de <https://larepublica.pe/economia/1101430-el-17-de-las-pymes-en-el-peru-tiene-una-pagina-web>

PROINVERSION. (2018). *PROINVERSION*. Cuadro comparativo de sociedades. Recuperado de: <https://www.proinversion.gob.pe/modulos/JER/PlantillaStandard.aspx?are=0&prf=0&jer=5732&sec=1>

Squarespace (2018). Squarespace Plans. Recuperado de: <https://es.squarespace.com/pricing/>

SUNAT. (2015). RÉGIMEN LABORAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA, Recuperado de : <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html>

SUNAT.(2016).REGIMEN MYPE TRIBUTARIO Recuperado de [http://orientacion.sunat.gob.pe/images/rmt/CARPETA\\_RMT.pdf](http://orientacion.sunat.gob.pe/images/rmt/CARPETA_RMT.pdf)

Urteaga Goldstein, C. (2004). INFORME N° 149-2004-SUNAT/2B0000. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/oficios/2004/oficios/i1492004.htm>

WordPress.com (2018). Planes y precios de WordPress.com. Recuperado de: <https://es.wordpress.com/pricing/>

Wix (2018). Planes premium. Recuperado de:

<https://es.wix.com/upgrade/website>