



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

**IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
COMERCIALIZACIÓN (E-COMERCE) DE PRODUCTOS  
DENTALES PARA LOS DISTRITOS DEL CONO NORTE**

**PRESENTADA POR  
ROCÍO JULLIANA DÍAZ PEZZUTTI**

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

**LIMA – PERÚ**

**2018**



**CC BY-NC-ND**

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

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

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



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

**PLAN DE NEGOCIOS**

**IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
COMERCIALIZACIÓN (E-COMERCE) DE PRODUCTOS  
DENTALES PARA LOS DISTRITOS DEL CONO NORTE.**

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

**PRESENTADO POR:  
ROCÍO JULLIANA DÍAZ PEZZUTTI**

**Lima, Perú**

**2018**

## **DEDICATORIA**

A mis queridos padres, quienes con amor me inculcaron los valores del estudio, la perseverancia y la responsabilidad; a mi Querida Hermana quien fue y sigue siendo una inspiración para mí y enseñarme que los proyectos se pueden lograr a pesar de las dificultades y también a mi querido y maravilloso Esposo e Hija quienes fueron y son mi soporte afectivo y moral con sus atenciones y motivación en este gran reto de mi titulación.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios Nuestro Señor por darme el optimismo y la entereza de seguir adelante siempre, a mi querida familia, quienes son mis principales motivadores, a los docentes que me guiaron y enseñaron todas las asignaturas necesarias para concluir esta maravillosa profesión.

## ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO .....	x
CAPÍTULO I: ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES .....	1
1.1 Nombre o razón social.....	1
1.2 Actividad económica codificación internacional (CIIU) .....	9
1.3 Ubicación y factibilidad municipal y sectorial .....	10
1.3.1 Ubicación geográfica .....	11
1.3.2 Factibilidad municipal y sectorial.....	12
1.4 Objetivos de la empresa, principio de la marcha.....	13
1.4.1 Misión.....	13
1.4.2 Visión .....	13
1.4.3 Valores.....	13
1.4.4 Objetivos de la empresa .....	14
1.4.5 Principio contable de empresa en marcha .....	15
1.4.6 Cultura organizacional .....	15
1.5 Ley de MYPE, Micro y Pequeña empresa - características.....	16
1.6 Estructura orgánica .....	21
1.7 Cuadro de asignación de personal .....	22
1.8 Forma jurídica empresarial.....	22
1.9 Registro de marca y procedimiento en INDECOPI.....	25
1.10 Requisitos y trámites municipales .....	26
1.10.1 Licencia de funcionamiento.....	26
1.11 Régimen tributario procedimiento desde la obtención del RUC y modalidades .....	28
1.12 Registro de planillas electrónica (PLAME) .....	33
1.13 Régimen laboral especial y general laboral.....	34

1.14	Modalidades de contratos laborales.....	36
1.15	Contratos comerciales y responsabilidad civil de los accionistas....	39
CAPÍTULO II. ESTUDIO DE MERCADO .....		41
2.1	Descripción del entorno del mercado .....	41
2.1.1	Análisis del micro entorno .....	50
2.2	Ámbito de acción del negocio.....	51
2.2.1	Segmentación de mercado objetivo .....	51
2.3	Descripción del bien o del servicio .....	52
2.4	Estudio de la demanda.....	57
2.5	Estudio de la oferta.....	58
2.6	Determinación de la demanda insatisfecha.....	60
2.7	Proyecciones y provisiones para comercializar .....	65
2.7.1	Estrategia de producto .....	65
2.8	Descripción de la política comercial .....	71
2.9	Cuadro de la demanda proyectada para el negocio .....	78
CAPÍTULO 3: ESTUDIO TÉCNICO .....		79
3.1	Tamaño del negocio, factores determinantes.....	79
3.2	Proceso y tecnología .....	80
3.2.1	Descripción y diagrama de los procesos .....	80
3.2.2	Diagrama de flujo.....	82
3.2.3	Capacidad instalada y operativa .....	82
3.2.4	Infraestructura y características físicas. Layout .....	87
3.3	Localización del negocio, factores determinantes .....	88
CAPÍTULO 4: ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO .....		90
4.1	Inversión fija .....	90
4.1.1	Inversión intangible .....	90
4.1.2	Inversión tangible.....	91
4.2	Capital de trabajo .....	92
4.3	Inversión total .....	93

4.4 Estructura de la inversión y financiamiento .....	94
4.5 Fuentes financieras .....	94
4.6 Condiciones de crédito .....	95
<b>CAPÍTULO 5: ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS ....</b>	<b>97</b>
5.1 Presupuestos de los costos y gastos .....	97
5.2 Punto de equilibrio.....	100
5.3 Estado de ganancias y perdidas.....	102
5.4 Presupuesto de ingresos .....	103
5.5 Presupuesto de egresos.....	103
5.6 Flujo de Caja proyectado.....	105
5.7 Balance general.....	107
<b>CAPÍTULO 6: EVALUACIÓN ECONÓMICA .....</b>	<b>108</b>
6.1 Evaluación económica, parámetros de medición .....	108
6.2 Evaluación financiera, parámetros de medición .....	108
6.3 Definición de la tasa WACC .....	109
6.4 Evaluación social.....	109
6.5 Impacto ambiental .....	110
<b>CAPÍTULO 7: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>111</b>
7.1 Conclusiones.....	111
7.2 Recomendaciones.....	113
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>114</b>



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Criterios de elección para la ubicación de la empresa.....	11
Tabla 2	Diferencia entre la anterior y nueva ley MYPE.....	18
Tabla 3	Características de la Micro y Pequeña Empresa .....	20
Tabla 4	Asignación de salario de los colaboradores.....	22
Tabla 5	Características del Régimen General y Régimen Especial.....	34
Tabla 6	Competidores y productos exclusivos.....	48
Tabla 7	Análisis FODA.....	50
Tabla 8	Distribución consultorios odontológicos como norte .....	51
Tabla 9	Tipos de Kit Dental.....	53
Tabla 10	Demanda del producto.....	58
Tabla 11	Descripción de la Competencia de Productos dentales en el mercado .....	59
Tabla 12	Lima Metropolitana: personas por zonas geográficas según nivel socioeconómico 2017 .....	61
Tabla 13	Lima Metropolitana: Población por sexo y grupos de edad 2017 .....	62
Tabla 14	Precios de la Marcas conocidas del kit de higiene dental.....	67
Tabla 15	Evaluación de proveedores.....	70
Tabla 16	Cuadro de la demanda proyectada para el negocio.....	78
Tabla 17	Factores determinantes .....	80
Tabla 18	Capacidad instalada.....	83
Tabla 19	Maquinaria, equipo y muebles .....	84
Tabla 20	Gastos administrativos y de ventas.....	85
Tabla 21	Requerimientos de mano de obra .....	86

Tabla 22	Matriz de ponderación de factores .....	89
Tabla 23	Inversión Intangible .....	91
Tabla 24	Inversión tangible .....	92
Tabla 25	Capital de Trabajo.....	93
Tabla 26	Inversión total.....	93
Tabla 27	Estructura de Inversión y Financiamiento .....	94
Tabla 28	Condiciones del financiamiento .....	96
Tabla 29	Servicio de la deuda.....	96
Tabla 30	Gastos Indirectos mensual.....	98
Tabla 31	Gastos operativos y de ventas mensual .....	98
Tabla 32	Planilla de sueldos .....	99
Tabla 33	Tabla de depreciación.....	100
Tabla 34	Punto de Equilibrio .....	101
Tabla 35	Estado de Ganancias y Pérdidas .....	102
Tabla 36	Presupuesto de ingresos soles .....	103
Tabla 37	Presupuesto de Egresos (soles) .....	104
Tabla 38	Flujo de Caja Económico .....	106
Tabla 39	Flujo de Caja Financiero .....	106
Tabla 40	Balance General al 30 Agosto 2018.....	107
Tabla 41	Período de recuperación económica.....	108
Tabla 42	Resultados financieros.....	108
Tabla 43	Tasa wacc.....	109

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Resultados de búsqueda de Personas Jurídicas en SUNARP ...	2
Figura 2	Requisitos para solicitar la reserva de nombre por ventanilla.....	2
Figura 3	Solicitud de reserva de razón social de la empresa.....	4
Figura 4	Información de una minuta .....	5
Figura 5	Clasificación CIIU (Rev. 4).....	9
Figura 6	Ubicación de la Empresa .....	12
Figura 7	Valores de la Empresa.....	13
Figura 8	Estructura organizacional de FAST PRODUCTS E.I.R.L. ....	21
Figura 9	Nombre y logo de la marca.....	26
Figura 10	PLAME.....	33
Figura 11	5 fuerzas de Porter .....	49
Figura 12	Muestra del kit de higiene dental (básico).....	53
Figura 13	Modelos de kits de higiene dental para niños .....	66
Figura 14	Matriz de posicionamiento - Kit de higiene dental.....	67
Figura 15	Publicidad del producto principal .....	75
Figura 16	Diagrama del proceso de venta .....	82
Figura 17	Layout de la empresa .....	88

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El Plan de negocios presentado es una oportunidad que se ha desarrollado teniendo la experiencia previa en el negocio, logrando demostrar que el negocio y los productos son viables y rentables económica y financieramente.

Debemos indicar que se ha realizado un estudio de mercado respecto de las necesidades de este segmento de mercado que es poco atendido y logramos conocer que había una fuerte demanda del producto.

Asimismo, se ha analizado la oferta y demanda del producto determinando una demanda insatisfecha y un nicho de mercado que nos proponemos cubrir, con lo que podemos cubrir nuestros costos y generar una rentabilidad al final del período.

Los productos de este tipo tienen una buena demanda y mercado que puede cubrirse, es por ello que significa una buena oportunidad de inversión.

El trabajo tiene todas las características y requerimientos de un trabajo de este tipo y siguiendo el Reglamento de la Universidad y aplicando todo lo aprendido en el curso de actualización.

Si bien es cierto, el optimismo más el estudio realizado puede dar inicio a crear un nuevo negocio, nos damos cuenta que también se puede mejorar

la calidad de vida de la población del cono norte, entregándoles un producto que los ayudará a motivar una cultura de salud oral, la misma que es tan necesaria para erradicar los altos índices de enfermedades dentales en dicha población.

Es un reto más para este nuevo negocio el hacer llegar nuestro producto principal KIT DE HIGIENE DENTAL a los lugares más recónditos de los distritos del cono norte y no solo se tiene como meta llegar a las ventas esperadas, sino que también es el de poder servir y educar a los pobladores incentivando una cultura preventiva de salud dental.

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

### **1.1 Nombre o razón social**

#### **FAST PRODUCTS E.I.R.L**

El nombre de la empresa es **FAST PRODUCTS E.I.R.L.**, ya que su principal actividad económica es la producción, distribución, venta y comercialización de Productos requeridos por los odontólogos.

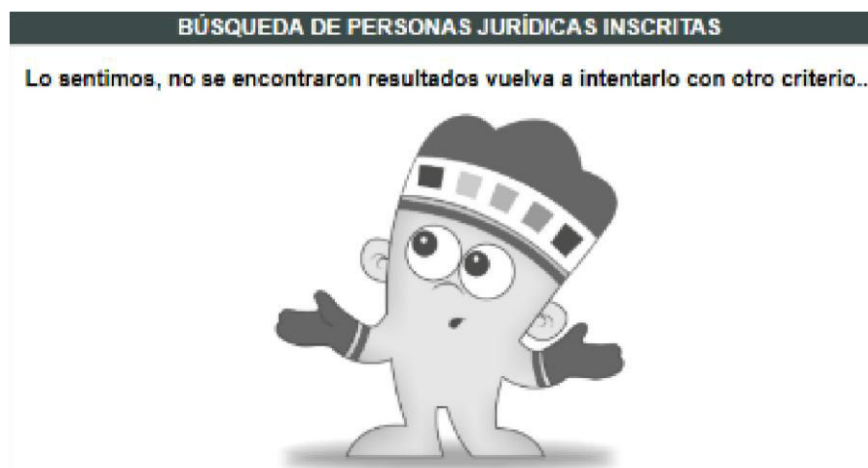
Cuando se menciona que producirá, este solo se refiere al Producto Bandera de nuestra empresa que nos caracterizará, es decir, la confección de un **Kit de Higiene Dental**, el mismo que pretende distinguirse con su propia marca y por su calidad. Además, la empresa comercializará productos complementarios.

A continuación, se detallarán los pasos a seguir para crear nuestra empresa:

#### **a) Búsqueda y reserva del nombre en SUNARP**

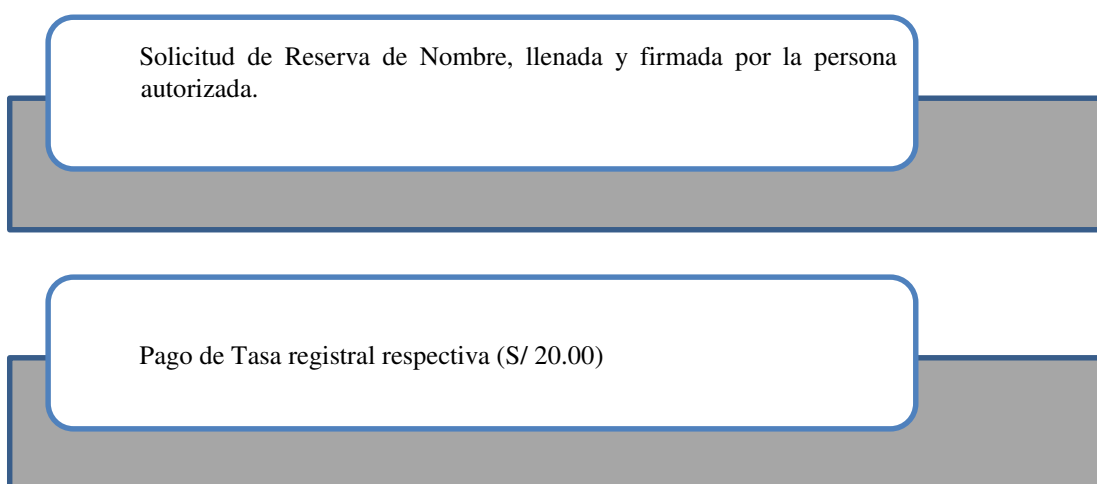
Para la selección del nombre de la empresa, primero se debe realizar la búsqueda de personas jurídicas inscritas en SUNARP. El

trámite de búsqueda puede realizarse a través de la página web <https://www.sunarp.gob.pe/buspersonas-juridicas.asp> de manera gratuita.



*Figura 1.* Resultados de búsqueda de Personas Jurídicas en SUNARP  
Fuente: Sunarp (2018)

Según lo informado por (SUNARP, 2017): “La Reserva de Nombre garantiza que durante los próximos 30 días nadie pueda utilizar el nombre en reserva. El costo de la reserva es de S/.20.00.” En la figura 2 se observan los requisitos para solicitar la Reserva de Nombre por Ventanilla.



*Figura 2.* Requisitos para solicitar la reserva de nombre por ventanilla  
Fuente: SUNARP (2017)

Después de haber realizado la búsqueda, la reserva de nombre es un paso previo para la constitución de una empresa. Esta no es obligatoria, sin embargo, se recomienda para facilitar la inscripción en el registro de personas jurídicas de la Sunarp. Este trámite se puede gestionar a través de la atención en ventanilla o mediante el Servicio de Publicidad Registral en línea (SPRL) y el plazo para la calificación es de 24 horas. (SUNARP, 2018).

La búsqueda de índices en el directorio nacional de personas jurídicas de la SUNARP tiene un costo de 4.00 soles. Una vez comprobado que no existe otra razón social similar, se presenta la Solicitud de inscripción de título (en el formato de Reserva de Nombre), finalmente, en el transcurso de una semana te hacen entrega de la reserva.

También se puede realizar la reserva del nombre, mediante la página web de la SUNARP, el costo de la reserva es de S/ 20.00 soles y la reserva tiene una vigencia de 30 días, en la cual nadie puede utilizar el nombre en reserva (SUNARP, 2018).



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

SEÑOR REGISTRADOR DEL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS:

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

DNI\*  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 ABREVIADO 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

Figura 3. Solicitud de reserva de razón social de la empresa.  
Fuente: SUNARP (2018).

## b) Elaborar la minuta de constitución

La minuta es un documento en el que el socio o los socios de la empresa manifiestan su voluntad de constituirla, y en donde se van a definir los acuerdos respectivos. La minuta consta del pacto social y los estatutos. Es recomendable elaborar la minuta con la ayuda de un abogado de confianza, el cual podrá cobrar entre S/.200 y S/.300 por sus servicios. La minuta debe contener la información indicada en la Figura.

- Los datos generales del miembro o miembros: Nombres y apellidos, edad y número de DNI.
- Giro de la empresa: A qué se va a dedicar.
- Tipo de empresa (EIRL., SRL., SAA., SAC)
- Tiempo de duración de la empresa. Si va a funcionar por un plazo fijo o indeterminado.
- Cuando va a iniciar sus actividades comerciales la empresa.
- Dónde va a funcionar (domicilio comercial)
- Denominación o razón social de la empresa.
- Dónde van a funcionar las agencias o sucursales, si es que las hubiese.
- Quién va a administrar o representar a la empresa.
- Los aportes de cada miembro, los cuales pueden ser: Bienes dinerario y/o bienes no dinerarios.
- El capital social o patrimonio social de la empresa.

Figura 4. Información de una minuta

### **c) Elaboración de la Escritura Pública**

Después de tener lista la Minuta de Constitución, se debe elaborar la Escritura Pública ante un notario. La Escritura es todo documento matriz incorporado al protocolo notarial, autorizado por el notario. Sirve para darle formalidad a la minuta y, posteriormente, presentarla en Registros Públicos para su inscripción. (SUNAT, 2017)

Para su elaboración, el notario requiere de los siguientes documentos:

- Minuta de constitución de la empresa incluyendo una copia simple.
- Pago de los derechos notariales

Luego de ser otorgada la escritura pública de constitución, el notario, el titular o los socios tendrán que realizar la inscripción de la empresa en la oficina registral competente en el Registro de Personas Jurídicas de SUNARP. (SUNAT, 2017).

Luego de que Registros Públicos (SUNARP) entrega el asiento registral de la inscripción de la empresa como Persona Jurídica, se deberá tramitar la inscripción en el RUC. (SUNAT, 2018)

Con la minuta lista, se tramita la elaboración de su ESCRITURA PÚBLICA ante un notario y luego se presenta a SUNARP para su inscripción en el Registro de Personas Jurídicas (Sunarp, 2018a).

**d) Inscribirse en el RUC**

En las oficinas de SUNAT, en forma presencial se tramita la inscripción del RUC (el Registro único de Contribuyentes) se elige el régimen tributario que más convenga y se solicita la autorización para impresión de comprobantes de pago (Sunarp, 2018a).

**e) Inscribir a los trabajadores en ESSALUD.**

Mediante el programa de declaración telemática – PDT o el formulario N° 402, se registra a la entidad empleadora, luego se afilia a los trabajadores a través del Programa de declaración telemática – PDT formulario virtual N° 601 planilla electrónica, ya que contaremos con más de 4 trabajadores (Sunarp, 2018a).

**f) Obtener la autorización del libro de plantillas**

Las personas jurídicas llevan su registro a través de medios electrónicos presentado mensualmente a través del medio informático desarrollado por la SUNAT “PLANILLA ELECTRÓNICA”, conocido como PLAME.

**g) Legalizar los libros contables**

De acuerdo al tipo de empresa que se ha constituido, los libros contables pueden ser manuales o computarizados. Estos libros deberán ser legalizados ante un notario o, donde no lo haya, ante un juez de paz letrado del lugar.

## **h) Tramitar la licencia municipal**

La Licencia Municipal de Funcionamiento es la autorización que otorga una municipalidad distrital y/o provincial para el desarrollo de actividades económicas (comerciales, industriales o de prestación de servicios profesionales) en su jurisdicción, ya sea como persona natural o jurídica, entes colectivos, nacionales o extranjeras. En nuestro caso, para formalizar mi empresa, solo tendría que tramitar mi licencia en la Municipalidad Distrital de San Martín de Porres, que para nuestro caso es de S/. 66.50 (Municipalidad de San Martín de Porres, 2018).

### **PROCEDIMIENTO ESTABLECIDO POR LA MUNICIPALIDAD**

De acuerdo a la Ley N° 28976 – Ley Marco de Licencia de Funcionamiento NO ES NECESARIO un Certificado de Zonificación o Compatibilidad de Uso.

#### **Procedimiento 1:**

Licencias con área menores a 100m<sup>2</sup>

Se deberá presentar en cualquiera de las 4 ventanillas de ésta Subgerencia, los documentos siguientes:

#### **Solicitud de Licencia de Funcionamiento dirigida al alcalde de SMP**

La entrega de los formatos es gratuita en esta Oficina de la gerencia de desarrollo económico.

Llenar los formatos con el número de RUC, DNI y otros datos necesarios, según los formatos de ejemplo.

- Copia simple de Vigencia de poder en caso de ser persona jurídica.

- En caso de servicios de salud, adjuntar copia simple de la autorización de MINSA.

**Local con área hasta de 100m<sup>2</sup> S/. 66.50**

## 1.2 Actividad económica codificación internacional (CIIU)

De acuerdo a la clasificación CIIU se ubica en la siguiente:

**CIIU REV. 4**  
CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME  
ACTIVIDADES ECONÓMICAS  
INEI

Buscar por Descripción    Buscar por Act. Econ.    Buscar por CIIU R3

Buscar por CIIU Rev. 3:  
Ingrese el código CIIU Rev.3:  
5231    Buscar    ↻

El Código y Descripción de su CIIU Rev. 3 es:  
5231-Venta al por menor de productos farmacéuticos y medicinales, cosméticos y artículos de tocador.

Seleccione el Código CIIU Rev. 4 que le corresponde a su Actividad Económica:  
4772-Venta al por menor de productos farmacéuticos y medicinales, cosméticos y artículos de tocador en alm:

Figura 5. Clasificación CIIU (Rev. 4)  
Fuente: (INEI, 2018)

Código CIIU: **5231**

Los Productos que venderá la Empresa están clasificados como:  
**“Venta al por menor de Artículos Farmacéuticos y Medicinales, cosméticos, y artículos de tocador en Comercio Especializados”**

### **1.3 Ubicación y factibilidad municipal y sectorial**

Al ser una empresa nueva, es importante determinar su localización de manera inteligente y estratégica, es por eso que se realizó la selección de ubicación.

Antes de considerar la ubicación de nuestra empresa, también se debe considerar la factibilidad en temas municipales y uno de los requisitos indispensable para la apertura de un negocio es la licencia de funcionamiento.

Según Ley N° 28976, la licencia de funcionamiento es una autorización que otorgan las municipalidades para el desarrollo de actividades económicas en un establecimiento determinado.

Las municipalidades distritales, así como las municipalidades provinciales, cuando les corresponda conforme a ley, son las encargadas de evaluar las solicitudes y otorgar las licencias de funcionamiento, así como de fiscalizar las mismas y aplicar las sanciones correspondientes. Adicional a lo mencionado, el método de localización que se utilizará para la ubicación del almacén y local comercial de la empresa será el Método Cualitativo por Puntos.

Tabla 1  
Criterios de elección para la ubicación de la empresa

<b>Calificación por rango: 1 (No Favorable) – 5 (Favorable)</b>							
<b>FACTORES RELEVANTES</b>	<b>Peso Asignado</b>	<b>ALTERNATIVAS DE LOCALIZACIÓN</b>					
		<b>LOS OLIVOS</b>		<b>INDEPENDENCIA</b>		<b>SMP</b>	
		<b>Calificación</b>	<b>Ponderado</b>	<b>Calificación</b>	<b>Ponderado</b>	<b>Calificación</b>	<b>Ponderado</b>
Costo de transporte del puerto al Almacén	1.5	3	4.5	2	3	5	7.5
Disponibilidad de mano de obra	0.5	5	2.5	2	1	5	2.5
Tarifas servicios públicos	1.5	4	6	3	3.5	4	6
Facilidades de comunicación	0.5	4	2	4	2	4	2
Disponibilidad de Servicios	0.5	5	2.5	5	2.5	5	2.5
Espacio disponible para expansión	0.5	5	2.5	3	1.5	4	2
Costo arrendamiento	2.0	4	8	3	6	4	8
Costo de distribución final del producto	2.0	4	8	5	10	3	6
Actitud de los vecinos frente al proyecto	0.5	5	2.5	4	2	5	2.5
Seguridad de la zona	0.5	3	1.5	5	2.5	4	2
<b>TOTAL</b>	<b>10.00</b>		<b>40</b>		<b>34</b>		<b>41</b>

### 1.3.1 Ubicación geográfica

Se ubicará geográficamente el distrito de San Martín de Porres. De acuerdo con el método utilizado y como lo muestra la Tabla 1, la localización del almacén y local comercial estará ubicada en Calle Teófilo Espejo Muñoz N° 3956, Urb. Condevilla, Distrito de San Martín de Porres; en un área de 100 m<sup>2</sup>. Así mismo en esta misma dirección funcionarían nuestras oficinas administrativas.



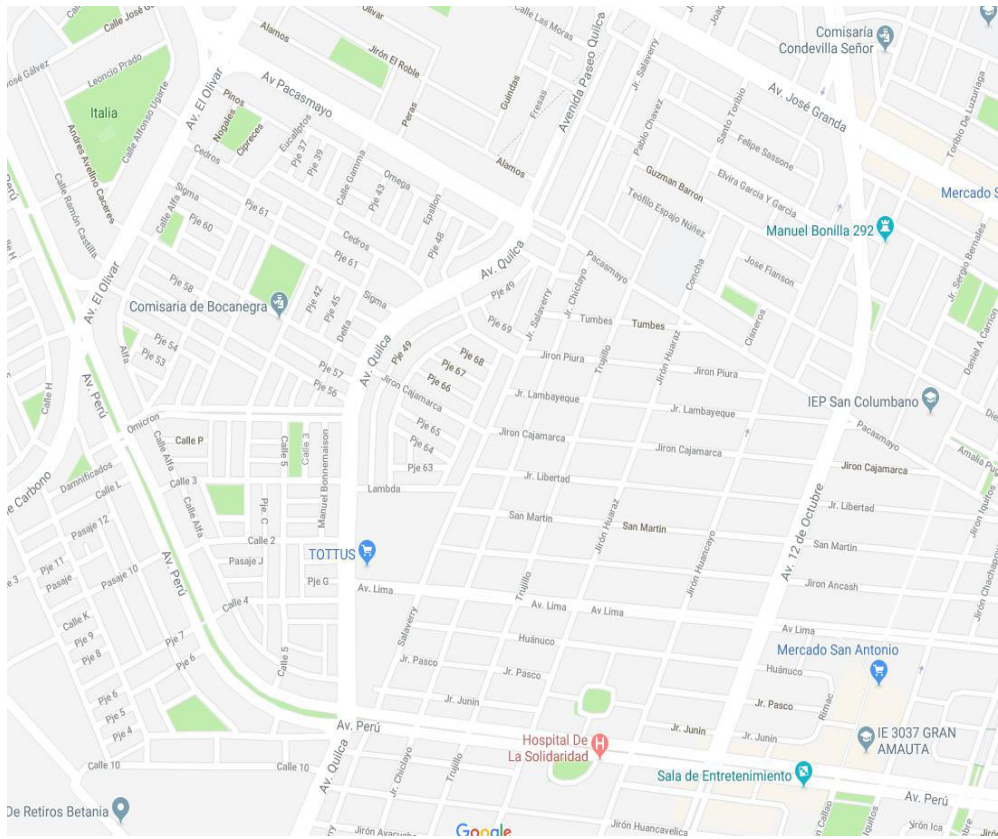


Figura 6. Ubicación de la Empresa  
Fuente: Google Maps.

### 1.3.2 Factibilidad municipal y sectorial

Para poder llevar a cabo el proyecto, en relación a la factibilidad municipal, será necesario obtener la licencia de funcionamiento de la municipalidad de San Martín de Porres (Municipalidad de San Martín de Porres, 2018). Además, para la factibilidad sectorial, obtener los certificados y permisos de DIGESA - Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA, 2018).

## 1.4 Objetivos de la empresa, principio de la marcha

### 1.4.1 Misión

Somos una Empresa que busca proveer al profesional de la odontología de los materiales de calidad necesarios para desarrollar y mantener una cultura de salud oral entre sus pacientes.

### 1.4.2 Visión

Ser una de las empresas líderes en la venta, comercialización y entrega de los mejores productos dentales a los profesionales de la odontología en los distritos del Cono Norte.

### 1.4.3 Valores

Los valores a practicar los trabajadores son los siguientes:

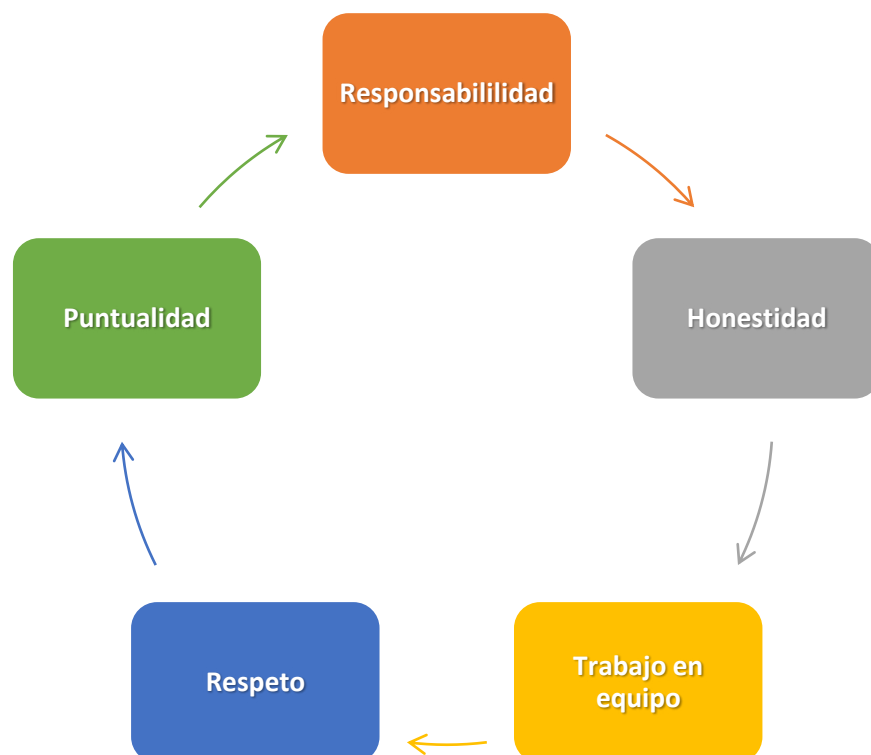


Figura 7. Valores de la Empresa.

- Responsabilidad
  - Asumir las consecuencias de nuestros actos o de lo que se deja de hacer en la empresa.
  - Tomar acción cuando sea necesario e impulsar al logro de objetivos de la empresa.
- Honestidad
  - Hacer las cosas con transparencia y mostrar una conducta ejemplar dentro y fuera de la empresa.
- Trabajo en equipo
  - Generar un buen ambiente de trabajo, compartiendo conocimientos, experiencias y aportando lo mejor de cada uno para lograr objetivos en común.
- Respeto
  - Ejercer una conducta que considere los derechos fundamentales de las personas.
  - Asimismo, cumplir las políticas y principios de la empresa.
- Puntualidad
  - Cumplir con los compromisos en el tiempo pactado, considerando y respetando el tiempo de los demás.

#### **1.4.4 Objetivos de la empresa**

- Contribuir al mejoramiento de la salud dental de los habitantes la Población de los Distritos del Cono Norte.
- Proveer de los productos necesarios al 50% de las clínicas dentales de los distritos del Cono Norte.

- Incrementar el nivel de ventas en un 20% anual.
- Incrementar nuestra gama de productos cada 02 años como mínimo.
- Implementar los puntos de venta y canales de distribución de nuestros productos.
- Ampliar nuestro mercado a otros distritos aledaños a los distritos del Cono Norte.

#### **1.4.5 Principio contable de empresa en marcha**

El presente plan de negocios se rige bajo el principio contable de empresa en marcha, el cual implica que la empresa **FAST PRODUCTS E.I.R.L.** se compromete a llevar la facturación y contabilidad de una manera ética y transparente, cumplir con las obligaciones tributarias y velar por obtener la rentabilidad esperada; teniendo como principal objetivo la continuidad de la gestión de la empresa.

#### **1.4.6 Cultura organizacional**

La cultura organizacional es muy importante para la empresa **FAST PRODUCTS E.I.R.L.** porque estará integrada por valores, principios y creencias que todos los colaboradores tendrán en común.

La cultura organizacional de la empresa estará conformada por las siguientes políticas:

- Compromiso y responsabilidad en cada tarea que realicen los colaboradores.
- Servicio de excelencia.

- Relación y asociación con el medio ambiente donde nos desarrollaremos.
- Cuidado y respeto con el medio ambiente.
- Calidad de nuestros productos ofrecidos a nuestros clientes para satisfacer sus necesidades.

### **1.5 Ley de MYPE, Micro y Pequeña empresa - características**

La Empresa FAST PRODUCTS E.I.R.L será establecida inicialmente como una MICROEMPRESA la misma que será una unidad económica constituida por una persona jurídica ( empresa unipersonal ) y estará dedicada a la importación, producción, comercialización y distribución de productos dentales de alta calidad, muy requeridos por los profesionales (Odontólogos), quienes siempre tienen la necesidad latente de ser provistos de los Materiales necesarios para iniciar y/o continuar con sus tratamientos dentales y de esta manera lograr los objetivos deseados para con sus Pacientes.

Uno de los Objetivos de nuestra Empresa es crecer, por ello creemos y tenemos todas las herramientas necesarias para en un futuro crecer y así pasar de ser una Microempresa a llegar a ser una Pequeña Empresa y luego una gran Empresa.

Toda microempresa brinda a los colaboradores:

- En la microempresa se concede 15 días de vacaciones.
- Remuneración, no hay CTS ni gratificaciones.
- La microempresa tiene acceso al seguro SIS EMPRENDEDOR

Cabe resaltar que si bien es cierto los beneficios que la microempresa brinda a sus colaboradores son muy pocos, este emprendedor negocio tiene la visión de crecer, así que no sólo el beneficio es para el dueño, sino que también los colaboradores serán beneficiados, ya que pasará a ser una empresa pequeña la cual que como tal goza de más beneficios también para sus colaboradores, como son los siguientes:

- La pequeña empresa en el caso de gratificaciones otorga media ( $\frac{1}{2}$ ) remuneración mensual en julio y diciembre. Y  $\frac{1}{4}$  de sueldo en mayo y noviembre por CTS, monto que debe depositarse en una entidad financiera elegida por el trabajador.
- La pequeña empresa también tiene 15 días de vacaciones.

En el Perú las Mype están reguladas bajo la Ley 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, el Decreto Legislativo No. 1086, Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Docente, el Texto Único Ordenado a la Ley No. 1086, aprobada por Decreto Supremo No. 007-2008-TR y la Ley No. 30056 que es la modificatoria a la Ley 28015. (García, Castillo, Carranza, & Masco, 2008).

El 02 de julio del 2013, el Congreso de la República promulgó la Ley N°30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”. Esto tiene como objetivo establecer el marco legal para promover la competitividad, formalización y el desarrollo de las Mype y medianas empresas. (Escalante E., 2016).

Esta ley está enfocada en los problemas de las Mype, como la informalidad, la falta de capital humano capacitado y los altos costos para innovar”, dice el viceministro de Industria y Mype, Francisco Grippa. (Escalante, 2014)

Esta nueva ley no definirá el tipo de empresa por su número de trabajadores sino por el tamaño de sus ventas. Véase la tabla 2, para mayor detalle.

*Tabla 2*  
Diferencia entre la anterior y nueva ley MYPE

	<b>Ley MYPE D.S. N° 007-2008-TR</b>		<b>Ley N° 30056</b>	
	<b>Ventas Anuales</b>	<b>Trabajadores</b>	<b>Ventas Anuales</b>	<b>Trabajadores</b>
Microempresa	Hasta 150 UIT	1 a 10	Hasta 150 UIT	No hay límite
Pequeña Empresa	Hasta 1700 UIT	1 a 100	Más de 150 UIT y hasta 1700 UIT	No hay límite

Fuente: Escalante (2016)

Adicional a estas diferencias, esta nueva ley informa que la microempresa que durante 02 (dos) años calendarios consecutivos supere el nivel de ventas establecido (150 UIT por año), podrá conservar por 01 (un) año calendario adicional el mismo régimen laboral.

Asimismo, la pequeña empresa que durante 02 (dos) años calendarios consecutivos supere el nivel de ventas establecido (1.700 UIT). podrá conservar por 03 (tres) años calendarios adicionales el mismo régimen laboral. (Escalante E., 2016).

Asimismo, durante los tres primeros años, desde su inscripción, las empresas nuevas no serán sancionadas si cometen un primer error en una falta laboral o tributaria, sino que tendrán la posibilidad de enmendarlo sin el pago de multas. Esta norma no se aplica si en un lapso de 12 meses la empresa incurre en la misma infracción en dos o más oportunidades. Por otro lado, las Mype y medianas empresas que capaciten a su personal podrán reducir este gasto del pago del impuesto a la renta por un máximo similar al 1% del costo de su planilla anual. (El Comercio.2014, citado en Noticiero del emprendedor,2014).

La empresa FAST PRODUCTS E.I.R.L iniciará sus actividades como una microempresa. sin embargo, de acuerdo con las ventas se podrá verificar su modificación a pequeña empresa. Se estima que las ventas sean menores a 150 UITs. En la tabla 3, se detallan las principales características de micro y pequeña empresa:



Tabla 3  
Características de la Micro y Pequeña Empresa

BENEFICIOS	MICROEMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
NIVEL ANUAL DE VENTAS	Hasta 150 UIT	Superior a 150 UIT hasta 1700 UIT
REMUNERACIÓN	Como mínimo la RMV	Como mínimo la RMV
VACACIONES	15 días calendario por año completo de servicio	15 días calendario por año completo de servicio
DESCANSO SEMANAL	24 horas	24 horas
CTS	No tiene derecho	1 remuneración
GRATIFICACIONES	No tiene derecho	2 gratificaciones equivalentes a una remuneración
UTILIDADES	No tiene derecho	Si tiene derecho
ES SALUD	9% de la remuneración	9% de la remuneración
AFP	13% de la remuneración	13% de la remuneración
INDEMNIZACIÓN POR DESPIDO	10 remuneraciones diarias por cada año completo de servicio, con el tope de 90 remuneraciones diarias	20 remuneraciones diarias por cada año completo de servicio, con el tope de 120 remuneraciones diarias
TRIBUTARIO	RÉR. 1.5% de sus ingresos netos mensuales	Impuesto a la renta 28%

Fuente: Sunat, Régimen laboral de la micro y pequeña empresa (2018a)

**FAST PRODUCTS E.I.R.L.**, se registrará en la Remype, como una microempresa, ya que contaremos con solo 5 trabajadores y al ser nuevos en el mercado, las ventas del primer año no superaran las 150 UIT.

Para poder registrarnos en la Remype, debemos seguir los siguientes pasos:

1. Accede a la página Web del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo [www.mintra.gob.pe](http://www.mintra.gob.pe).
2. Accede al enlace de Remype con tu número de RUC y clave SOL.
3. Confirmar los datos de la empresa.

4. Ingresar los datos de tus trabajadores y su modalidad contractual.
5. Imprimir la constancia. (Actualidad Empresarial, 2018)

### 1.6 Estructura orgánica

**FAST PRODUCTS E.I.R.L.** tendrá un organigrama vertical simple, este tipo de organigrama es el más implementado en las organizaciones nuevas, ya que las unidades se despliegan de arriba hacia abajo, y la persona de mayor jerarquía es la que encabeza la estructura, dándole la autoridad de supervisar y controlar de cerca las actividades de las demás áreas.

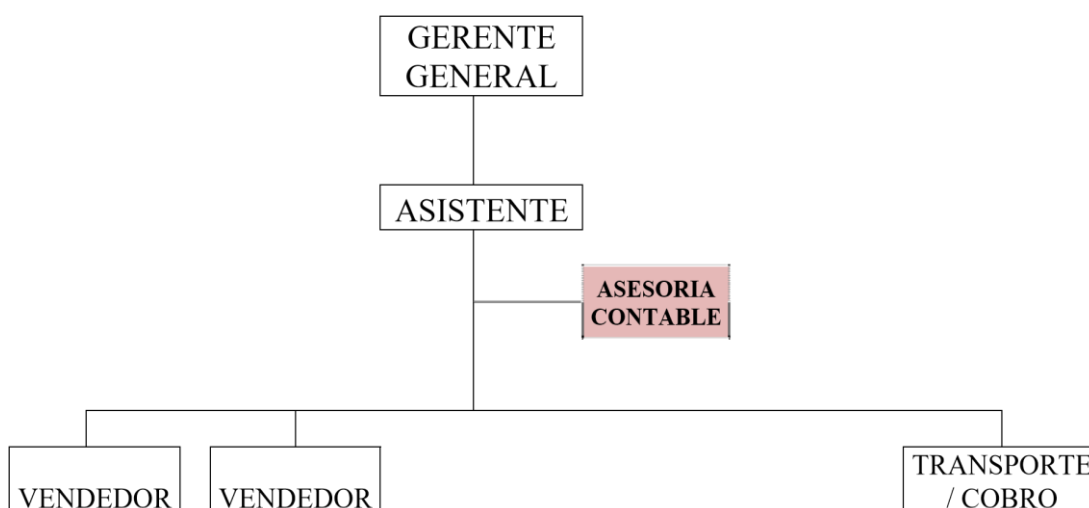


Figura 8. Estructura organizacional de FAST PRODUCTS E.I.R.L.

La empresa cuenta con los siguientes colaboradores:

- 01 Gerente General
- 01 Asistente de gerencia
- 02 Vendedores
- 01 Transportista-Cobrador
- 01 Asesor contable externo (pago por recibo de honorarios)

## 1.7 Cuadro de asignación de personal

Tabla 4  
Asignación de salario de los colaboradores.

CARGO DEL COLABORADOR	FUNCIONES	SUELDO
Gerente General	<ul style="list-style-type: none"> <li>Encargado del Planeamiento de los procesos de la Empresa en todo su funcionamiento.</li> <li>Buscará los proveedores idóneos y estratégicos para la importación, producción y comercialización de los productos.</li> </ul>	S/. 1,200.00
Asistente Gerencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>Encargada de prestar asistencia a las funciones del Gerente General y será un apoyo en la toma de decisiones que El crea conveniente.</li> <li>Se encargará de registrar a los Clientes, tomar los pedidos por medio del sistema ONLINE de los mismos y también de los Vendedores.</li> <li>Llevará la contabilidad básica de la Empresa y también registrará los cobros de los pedidos de los Clientes.</li> <li>Encargada de llevar la planilla del Personal</li> </ul>	S/. 1,000.00
Asesoría contable	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se centrará un Contador (Tercero) para que realice la labor contable solo por los periodos de tiempo requerido.</li> </ul>	<b>Tercerizado</b> (pago por recibo por Honorario), por acuerdo
Vendedores (02)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proveerán a los Profesionales Odontólogos de la información necesaria de nuestros Productos</li> <li>Ofrecerán nuestro Producto bandera "Kit de Higiene Dental", haciéndoles saber lo necesario e importante que será el uso para sus Pacientes y para El mismo.</li> <li>Encargados del trabajo de Campo, visitaran los Consultorios y Clínicas Dentales.</li> <li>Tomarán los pedidos de los Profesionales de la Odontología, así mismo tendrán un cronograma de visitas a los mismos de tiempo programado.</li> </ul>	Sueldo Básico: S/. 930.00 + Comisión del 15% por las ventas.
Transportista / cobrador	<ul style="list-style-type: none"> <li>Encargado de la entrega de los Productos a las Clínicas dentales.</li> <li>Encargado de realizar los cobros una vez entregados los productos.</li> </ul>	S/. 930.00

## 1.8 Forma jurídica empresarial

La forma jurídica que se adapta al presente plan de negocio es la EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA, una de las formas jurídicas más empujadas en el Perú. La Empresa FAST PRODUCTS, estará constituida por una sola persona, la misma que será de Personería Jurídica con derecho privado y establecida como una E.I.R.L.

Se tomará esta forma Jurídica porque consideramos que es la más adecuada para el inicio de una Microempresa, ya que siendo pequeña con un Capital limitado y en proceso de crecimiento, será la más conveniente para el Capital con el que contamos (propio y financiado).

### **Características de la EIRL**

**Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.):** Viene a ser una persona jurídica con derecho privado constituida por la voluntad de un titular. Al ser la responsabilidad de la empresa limitada, esta responde con su propio capital en cuanto a las deudas, quedando libre de responsabilidad el **titular** y su **patrimonio personal**. El capital de la empresa puede ser dinero o bienes como muebles, equipos y maquinaria. Las actividades que competen a esta son únicamente de pequeña empresa. Por lo general se registran en el Régimen Especial de Renta (RER) pero también pueden registrarse en el Régimen General (RG).

### **Requisitos:**

- Formato de solicitud de inscripción (formulario de distribución gratuita en las oficinas de la Sunarp debidamente llenado y firmado por el presentante.
- Parte notarial de la escritura pública de constitución de empresa, expedida por el notario público.
- Pago de derechos registrales.
- La Sunarp calificará la inscripción de la EIRL en un plazo no mayor de 24 horas.

Es recomendable realizar previamente la reserva de nombre. Con ello se evitarán observaciones por parte del registrador, así como gastos adicionales si se confirmase que el nombre ya está registrado o concedido a favor de otra persona.

La escritura pública de la EIRL deberá contemplar lo siguiente:

- El nombre, nacionalidad, estado civil, nombre del cónyuge (si fuera casado) y domicilio del titular (otorgante).
- La voluntad del titular de constituir la empresa y de efectuar sus aportes.
- Domicilio de la empresa.
- Una denominación que permita individualizarla, seguida de las palabras 'Empresa Individual de Responsabilidad Limitada' o de las siglas 'EIRL', no pudiendo adoptar una denominación igual a la de otra persona jurídica preexistente o un nombre que cuente con reserva de preferencia registral.
- El objeto social debe señalar clara y precisamente los negocios y operaciones que lo constituyen.
- El capital de la empresa lo constituyen los bienes que se aportan y su valorización.

Ojo: Una persona natural puede ser propietaria de una o más EIRL.

### **Beneficios:**

Los beneficios de optar por esta forma de regímenes, es decir, por una **Empresa Individual de Responsabilidad Limitada**, son evidentes: ya no es necesario contar con otra persona o socio para iniciar una actividad mercantil, además de que tiene limitación de responsabilidad del titular, el denominado

“**patrimonio de afectación**”, que permite asumir los riesgos inherentes a toda actividad comercial, sin el temor de aventurar, y eventualmente perder, la totalidad del patrimonio como consecuencia del derecho de garantía general de los acreedores. (Portal emprendedor pe, 2018).

### **1.9 Registro de marca y procedimiento en INDECOPI**

La marca de nuestra empresa **FAST PRODUCTS E.I.R.L.** será **V & L TEAM**, la misma que representa el trabajo en equipo que emprenderemos, el positivismo, la innovación y el cumplimiento de la alta responsabilidad de llevar a las manos del profesional de la odontología los implementos necesarios para que logre sus objetivos porque está relacionado con la actividad económica que la empresa va brindar a su público objetivo. La razón social y la marca tienen el mismo nombre esto se debe a que va ser más fácil de identificar y posicionar el nombre de la empresa en los clientes finales. En relación al procedimiento al registro de marca, se realizará primero 2 actividades importantes: Búsqueda de antecedentes, y clasificación de productos, luego se presenta la solicitud de registro en las oficinas de Indecopi. Los pasos a seguir son los siguientes:

- Búsqueda de Antecedentes: Primero, se realiza una búsqueda fonética, tiene un costo de S/30.99 y el tiempo de búsqueda es de 30 minutos; y en segundo lugar; búsqueda figurativa, con un costo de S/38.46 y el tiempo de búsqueda es de 3 días hábiles (INDECOPI, 2018).
- Luego se presenta una solicitud ante INDECOPI incluyendo los requisitos definidos en la Ficha.
- INDECOPI evaluará los requisitos presentados, para su debida aprobación.

- Se realizará la Publicación una vez cumplidos los requisitos exigidos, y se publicará por única vez en el Diario El Peruano. (INDECOPI, 2018)



*Figura 9. Nombre y logo de la marca*

## **1.10 Requisitos y trámites municipales**

### **1.10.1 Licencia de funcionamiento**

El local para el centro de Operaciones de nuestra empresa se encontrará ubicado en el Distrito de San Martín de Porres y necesitará constar de: una oficina, un área de almacenamiento, una de despacho, un área de Break para nuestros colaboradores y SSHH para que se lleve a cabo el funcionamiento completo de la operatividad de la Empresa.

Nuestro Centro de Operaciones se encontrará ubicado exactamente en: Calle TEOFILO ESPEJO MUÑOZ # 3956 – Urb. CONDEVILLA SEÑOR Distrito de SAN MARTIN DE PORRES.

Para la obtención de la licencia de funcionamiento en la Municipalidad de San Martín de Porres debemos de cumplir los siguientes requisitos:

### Requisitos para Iniciar el Proceso:

1. Formulario Declaración Jurada debidamente llenado. Gratuito
2. Las personas jurídicas consignarán sus datos de inscripción en Registros Públicos.
3. Copias de Autoevaluó de los cinco últimos años.
4. Copia de Autorización de Zonificación y/o categorización de Actividad, de acuerdo al giro (Ley N° 26935), de ser el caso.
5. Copia de formulario 2216 entregado a la SUNAT (RUC)
6. Copia fedateada del título profesional y Constancia de estar habilitado para el ejercicio de la profesión emitido por el respectivo Colegio Profesional.
7. Pago de derecho de Autorización según Categoría, si el establecimiento es un área hasta 100 m<sup>2</sup> nos corresponde pagar S/. 37.30.
8. REQUISITOS ADICIONALES: De ser el caso y según giro solicitado:
  - Autorización de sectores: salud Educación, Energía y Minas, Comercio Exterior y Turismo u otros organismos Reguladores.
  - Proyecto de acondicionamiento Acuático: firmado por profesional responsable, en caso de locales de reunión de espectáculos Públicos, sets de grabación, pequeñas Industrias u otros.
  - Certificado de Habitabilidad de inspección Técnica (INDECI).
  - Certificado de Salud.
9. De ser el caso se considerará el art. 39 Según el tipo de ITSDC. Para.
  - Detalle: Según m<sup>2</sup> construido
  - Multidisciplinaria: Art.11 D.S. 066-2007



- Evento y/o espectáculo Público: Art.12 D.S. 066-2007  
(Municipalidad de San Martín de Porres, 2018)

### **1.11 Régimen tributario procedimiento desde la obtención del RUC y modalidades**

Una vez creada la organización es necesario contar con el registro único de contribuyente (RUC), el cual es un número de 11 dígitos que identifica a cada contribuyente, y contiene información de la empresa.

Para el RUC de personas jurídicas es necesario realizar el trámite de manera presencial en las oficinas de SUNAT, con los siguientes requisitos:

- El documento de identidad del representante legal.
- El recibo de algún tipo de servicios o del autoevaluó, para sustentar el domicilio fiscal.
- La partida registral certificada por registros públicos, de una antigüedad menor a los 30 días.
- Si declaras establecimiento(s) anexo(s), debes llevar uno de los documentos que sustentan el domicilio del local anexo en original y copia simple. (RPP NOTICIAS, 2015)

Luego se tiene que escoger un régimen tributario, para esto se debe tomar en cuenta las obligaciones formales que se adecuen a la empresa.

Actualmente, en el país existen 4 regímenes tributarios, a continuación, se detallarán algunas características de cada uno de ellos:

**a) Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS)**

En este régimen solo pueden acogerse las personas naturales que realicen ventas de mercancías o servicios a consumidores finales.

- Los ingresos mensuales no deben superar los S/ 8,000 soles.
- Deben realizar actividades en un solo establecimiento.
- Tipos de comprobante a emitir: boletas de venta, tickets y máquinas registradoras sin derecho al crédito fiscal.
- No es obligatorio contar ni llevar libros de contabilidad.
- No está obligado a presentar declaraciones mensuales y anuales.
- Un único pago mensual según categoría.

**b) Régimen Especial Del Impuesto a La Renta (RER)**

Este régimen tributario va dirigido a personas naturales, personas jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales domiciliadas en el país que obtengan rentas de tercera categoría provenientes de actividades comerciales o industriales y de servicio.

- El monto de sus ingresos netos no debe superar los S/ 525,000 soles anuales.
- El valor de los activos fijos afectados a la actividad con excepción de los predios y vehículos, no debe superar los S/ 126,000 soles.
- No realizar ninguna de las actividades que están prohibidas en el RER.
- Tipos de comprobante a emitir: Facturas, boletas de Venta, tickets emitidos por máquinas registradoras que dan derecho al crédito fiscal y factura Electrónica a través de SUNAT Virtual.

- Sólo se llevan 2 registros contables: registro de compras y registro de ventas.
- El impuesto a la Renta es 1.5% de sus ingresos netos mensuales. El pago de esta cuota mensual es de carácter cancelario.
- Se paga el IGV en las ventas, pero se deduce como crédito fiscal el IGV pagado en las compras. (SUNAT, 2016).

**c) Régimen General de Impuesto a la renta (RG)**

En este régimen pueden acogerse las personas naturales, sucesiones indivisas, asociaciones de hecho de profesionales, personas jurídicas, sociedades irregulares, contratos asociativos que lleven contabilidad independiente.

- Es régimen con un impuesto que grava las utilidades: diferencia entre ingresos y gastos aceptados.
- Es fuente generadora de renta: capital y trabajo.
- Se tiene que sustentar sus gastos.
- Se debe realizar pagos a cuenta mensuales por el Impuesto a la Renta.
- Se presenta Declaración Anual.
- Tipos de comprobante a emitir: facturas, boletas de venta, tickets, liquidación de compra, notas de crédito, notas de débito, guías de remisión remitente y guías de remisión transportista
- I.G.V es 18 % del valor de venta, con deducción del crédito fiscal.
- El impuesto a la Renta es 30% sobre la renta neta.

- Hasta 150 UIT de ingresos brutos anuales (sólo se llevan 3 registros contables: registro de compras y registro de ventas y libro Diario de Formato Simplificado).
- Ingresos brutos anuales mayores a 150 UIT (Contabilidad completa).

**d) Régimen MYPE Tributario**

Este régimen comprende a personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales, las asociaciones de hecho de profesionales y similares que obtengan rentas de tercera categoría, domiciliadas en el país cuyos ingresos netos no superen las 1 700 UIT en el ejercicio gravable.

La SUNAT incorporará de oficio a los contribuyentes que al 31.12.2016 hubieren estado tributando en el Régimen General y cuyos ingresos netos del ejercicio 2016 no superaron las 1700 UIT, salvo que se hayan acogido al Nuevo RUS o Régimen Especial, con la declaración correspondiente al mes de enero del año 2017.

También serán incorporados de oficio aquellos contribuyentes que al 31.12.2016 hubieran estado acogidos al Nuevo RUS en las categorías 3, 4 y 5 o tengan la condición de EIRL acogidas a dicho régimen, siempre que no hayan optado por acogerse en enero del 2017 al NRUS (categorías 1 y 2), Régimen Especial o Régimen General.

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

Después de realizar el análisis de los regímenes tributarios, **FAST PRODUCTS E.I.R.L.**, se acogerá al Régimen MYPE Tributario por ser una empresa nueva en la sociedad y de acuerdo a los beneficios que este régimen otorga, es lo más recomendable y que no superen en ingresos netos 1700 UIT del ejercicio grabable, es decir, la cantidad de S/.7'055,000.00 anuales (SUNAT, Régimen Mype Tributario, 2018).

### **Obligaciones del régimen MYPE tributario**

Deberás declarar los siguientes libros contables:

- Registro de Compras
- Registro de Ventas
- Libro Diario Simplificado
- Emisión de comprobantes de pago.
- Pago de las declaraciones mensuales por el PDT.

Se podrán emitir facturas, boletas de venta, tickets o cintas emitidas por máquinas registradoras. Otros documentos como notas de crédito y notas de débito y guías de remisión (para sustentar el traslado de bienes).

### **Restricciones del RMT**

Tiene restricciones aquellas empresas que no superen el 1700 UIT de ingresos netos anuales. (SUNAT, Régimen Mype Tributario, 2018).

## 1.12 Registro de planillas electrónica (PLAME)

La Planilla Electrónica (PLAME) es un medio informático utilizado por la SUNAT el cual servirá para manejar toda la información referente a los pagos mensuales de los trabajadores y todo lo relacionado a sus actividades dentro del marco laboral como el sobre tiempo, rentas de 4ta categoría y conceptos tributarios en general.

A continuación, los datos para realizar el PLAME:

- Apertura de libro de planillas cancelando el 1% de una UIT (4,150 soles).
- Determinación de tipos de contratación: plazo indefinido o determinado, locación de servicios.
- Inscribir a los colaboradores en Seguro Integral de Salud o Essalud.
- Aporte voluntario u opcional por parte del colaborador.



Figura 10. PLAME  
Fuente: Sunat (2018)

### 1.13 Régimen laboral especial y general laboral

El régimen laboral especial fue creado por la Ley N° 28015 que promueve la formalización y desarrollo de las microempresas, facilita el acceso a los derechos laborales y de seguridad social tanto a los trabajadores como a los empleadores. A continuación, se detallarán una serie de características de ambos Regímenes:

*Tabla 5*  
Características del Régimen General y Régimen Especial.

<b>RÉGIMEN</b>	<b>RÉGIMEN GENERAL</b>	<b>RÉGIMEN ESPECIAL</b>
REMUNERACIÓN	S/. 930.00	S/. 930.00
JORNADA-HORARIO	8 horas diaria o 48 horas semanales	8 horas diaria o 48 horas semanales
JORNADA NOCTURNA	RMV+ sobretasa 35%. habitual. Para remuneraciones mayores a S/675 no se aplicará la sobretasa	No se aplica si es habitual.
DESCANSO SEMANAL Y FERIADO	24 horas continuas y pago por sobretiempo	24 horas continuas y pago por sobretiempo
VACACIONES	30 días, reducción 15 días por "compra de vacaciones"	15 días, reducción a 7 días.
DESPIDO ARBITRARIO	1 1/2 remuneración por año. Tope 12 remuneraciones y treintavos.	1/2 remuneración por año. Tope 06 remuneraciones. Fracciones se pagan en dozavos.
INDEMNIZACIÓN ESPECIAL	2 remuneraciones por año. Fracciones se pagan por dozavos y treintavos: remuneraciones. Este beneficio solo es para los trabajadores del Régimen General cesados y reemplazados por trabajadores del Régimen Laboral Especial (Ley 28015)	NO HAY
SEGURO SOCIAL	Trabajador es asegurado regular	Trabajador y conductor son asegurados regulares.
PENSIONES	El trabajador decide el sistema pensionario	Trabajador y conductor además deciden si aportan al sistema pensionario.

Fuente: De Perú (2018)

**FAST PRODUCTS E.I.R.L.**, se acogerá al régimen laboral especial, ya que se puede contratar personal nuevo o incorporar en la planilla a aquellas personas que se encuentran laborando en la microempresa.

Como Microempresa, las obligaciones que corresponde para con los colaboradores son:

- Remuneración Mínima Vital (RMV)
- Jornada de trabajo de 8 horas
- Descanso semanal y en días feriados
- Remuneración por trabajo en sobre tiempo
- Descanso vacacional de 15 días calendarios
- Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (SEGURO INTEGRAL DE SALUD)
- Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración)
- El trabajador solo podrá ser contratado por recibo por honorarios (locación de servicios) si no cumple un horario de trabajo y no tiene una relación de subordinación con la empresa.

### **Periodo de prueba**

Recuerda que el periodo de prueba de un trabajador es de solo tres meses prorrogables por tres meses más. Desde el primer día de prueba, el empleado ingresa a planilla, pero puede ser despedido antes de cumplir el periodo de prueba sin que la empresa esté obligada a pagar indemnización.



Pasado este tiempo, el trabajador pasa a la condición de estable. (Portal Destino Negocio, 2018)

#### **1.14 Modalidades de contratos laborales**

Según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, plantean una serie de modelos de contrato, dependiendo el sector y modalidad de las empresas.

En **FAST PRODUCTS E.I.R.L.**, el tipo de contrato a utilizar será Contrato de trabajo sujeto a modalidad por necesidad de mercado. Se realizarán de manera escrita, serán presentados ante el MINTRA, serán por un plazo fijo, que no debe superar los 5 años.

#### **CONTRATO DE TRABAJO SUJETO A LA MODALIDAD POR NECESIDAD DE MERCADO**

Conste por el presente documento, que se suscribe por triplicado con igual tenor y valor, un **CONTRATO DE TRABAJO SUJETO A MODALIDAD POR NECESIDAD DE MERCADO** que bajo el Régimen Laboral Especial de la Microempresa D. Ley. N° 1086, Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del acceso al empleo decente y su Reglamento el D.S. N° 008-2008TR, celebran de una parte ..... Identificada con DNI N° ....., RUC N° ....., domiciliada en ....., Distrito ....., a quien en adelante se le denominara **EL EMPLEADOR**, y de la otra parte, ..... identificado con DNI N° ....., domiciliado en

....., Distrito de ....., a quien en adelante se le llamará **EL TRABAJADOR** ; bajo los términos y condiciones siguientes:

**PRIMERO.- EL EMPLEADOR** es una MYPE, cuya actividad principal es

**SEGUNDO.- EL EMPLEADOR**, contrata temporalmente los servicios de **EL TRABAJADOR**, a plazo determinado en calidad de VENDEDOR y bajo subordinación a cambio de una remuneración convenida en la cláusula sexta.

**TERCERO.-** Por el presente contrato **EL TRABAJADOR** se obliga a prestar sus servicios a **EL EMPLEADOR** como Vendedor de la empresa que **EL EMPLEADOR** tiene en su sede social, debiendo someterse al cumplimiento estricto de la labor para lo cual ha sido contratado, bajo las directivas que emanen del empleador.

**CUARTO.- EL TRABAJADOR** prestará sus servicios a **EL EMPLEADOR** por un plazo de 06 meses, computado desde el ....de ..... de 201.... hasta el ....de ..... de 201.....

**QUINTO.- EL TRABAJADOR** tiene conocimiento que la empresa está acogida al Régimen Laboral Especial de la Microempresa, contemplado en el D. Leg. N° 1086 y su Reglamento. Por lo que sólo le corresponderán los siguientes beneficios laborales:

- a) Remuneración mínima vital
- b) Jornada de trabajo de 8 horas
- c) Horario de trabajo y trabajo en sobre tiempo
- d) Descanso semanal
- e) Descanso vacacional de 15 días al año
- f) Descanso por días feriados

g) Despido injustificado equivalente a 10 días de remuneración por año laborado

h) Seguro social en salud a través del SIS (Seguro Integral de Salud); y,

i) Régimen pensionario

**SEXTO.- EL EMPLEADOR** se obliga a pagar a **EL TRABAJADOR**, una Remuneración mensual de S/930.00. Asimismo, se obliga a facilitar los materiales necesarios para que desarrolle sus actividades, y a otorgarle los beneficios que por ley le corresponda.

**SÉTIMO.- EL TRABAJADOR** deberá prestar sus servicios en el siguiente horario: de 9:00 a.m. a 06:00 p.m. de lunes a sábado.

**OCTAVO.- EL EMPLEADOR** se obliga a inscribir a **EL TRABAJADOR** en el Registro de Trabajadores y Prestadores de Servicios - RTPS, así como a poner en conocimiento a la Autoridad Administrativa de Trabajo el presente contrato.

**NOVENO.- EL TRABAJADOR** deberá expresar por escrito en el plazo de 10 días su opción de permanecer o pertenecer a algún Régimen Pensionario, es decir, si desea o no que se le efectúen las retenciones.

**DECIMO.-** En todo lo no previsto por el presente contrato, se estará a las disposiciones laborales que regulan los contratos de trabajo sujetos a modalidad por necesidad de mercado y al Régimen Laboral Especial de la Microempresa contemplado en el D. Leg. N° 1086 y su Reglamento.

**DECIMO PRIMERO.-** Las partes contratantes, se someten a la jurisdicción de los Jueces y Tribunales de Lima para resolver cualquier controversia que el cumplimiento del presente contrato pudiera originar.

Para mayor conformidad, firman el presente contrato en la ciudad de Lima, a los.... días del mes de..... de 201.....

\_\_\_\_\_  
Empleador

\_\_\_\_\_  
Trabajador

### **1.15 Contratos comerciales y responsabilidad civil de los accionistas**

La Empresa será una Empresa Unipersonal por ello las decisiones o acuerdos serán solo y exclusivamente tomadas del Gerente General (propietario del negocio).

Por tratarse de la Venta y comercialización de Productos del uso del odontólogo y sus pacientes, la empresa debe contar con las autorizaciones sanitarias respectivas y de funcionamiento a fin de no transgredir ningún dispositivo legal.

Es indispensable que toda empresa (y más aún la pequeña) cuente con los mecanismos jurídicos oportunos, que le permitan dentro del marco de la ley, defender sus intereses frente a cualquier eventualidad, es aún más importante para las PYMES, en donde es muy común que una sola transacción desafortunada ponga en riesgo el patrimonio de la compañía, así como el propio.

**1. Acta constitutiva.** El contrato social es el que le da vida a la empresa y es de vital importancia saber bajo que modalidad va a constituir su PYME,

dependiendo de la actividad preponderante que desarrollará, los socios que la van a conformar.

- 2. Contrato de arrendamiento.** Si su compañía se establece en el inmueble de un tercero, necesitamos un contrato de arrendamiento de bien inmueble; en primer lugar, porque nos sirve de domicilio para el cumplimiento de nuestros derechos y obligaciones y en segundo lugar (y lo más importante de éste contrato), nos sirve para delimitar los derechos y obligaciones que tenemos como arrendatarios.
- 3. Contrato individual de trabajo.** Asimismo, es indispensable celebrar un contrato individual de trabajo jurídico tanto al patrón como al trabajador, que sirve primordialmente para delimitar las condiciones laborales de los trabajadores al servicio del patrón.
- 4. Contrato de compra-venta.** Indudablemente para comercializar los bienes o servicios objeto de nuestra corporación, tenemos que celebrar contratos de compraventa. Este contrato sirve principalmente para delimitar las condiciones en las cuales se van a enajenar nuestros productos.
- 5. Contrato de prestación de servicios.** Este tipo de contratos sirve principalmente para contratar servicios de profesionales a un costo menor, sin la necesidad de ingresar a las personas que los provean a nuestra nómina.

## **CAPÍTULO II. ESTUDIO DE MERCADO**

### **2.1 Descripción del entorno del mercado**

El Mercado Meta de la empresa **FAST PRODUCTS E.I.R.L.** está constituido por Pacientes de Ortodoncia y Periodoncia adolescentes desde 11 a 50 años, que teniendo múltiples actividades diarias, tienen la necesidad de llevar consigo su Kit de Higiene Dental, que si bien es cierto inicialmente será un producto nuevo, esta Empresa se dedicará a promocionar este producto de manera novedosa y principalmente a través no solo por la vía E-Commerce sino también por las redes sociales como Facebook e Instagram, debido a que son principalmente escogidas por nuestro público objetivo, siendo estos medios los preferidos por los jóvenes y adultos, en donde hay mayor captación de su atención en lo que respecta a la publicidad emitida. Debemos recalcar que el otro segmento de mercado está dirigido a los médicos odontólogos a quienes se les proveerá de producto productos variados de higiene y protección que usualmente consumen como parte de sus prácticas médicas y laborales, y a la vez ellos serán quienes colocarán en las manos de los clientes finales el producto principal “kit de higiene dental”.

El entorno del Mercado, según Mintzberg, se puede definir de la siguiente manera: “Es todo aquello ajeno a la empresa, es decir, viene dado por el conjunto de fuerzas y factores que escapan al control de la firma y que pueden tener un impacto sobre ella” (Mintzberg, 1989), es decir, toda empresa será influenciada por su entorno, directa o indirectamente.

Estos factores, en muchos casos podrían ser controlados, en otros casos, no será controlable por la empresa, es ahí, donde radica la importancia de tener un plan de negocios bien estructurado.

En el Entorno del Mercado existen dos fuerzas centrales: El macroentorno, es la que influye indirectamente en el accionar de una empresa y, por otro lado, el microentorno, es la fuerza que ejerce influencia directa sobre la organización, a los cuales debemos analizarlos cuidadosamente, a fin de tomar decisiones sabias, para la buena marcha de nuestra empresa.

Ante este panorama de funcionalidad, la Empresa se encuentra ante los siguientes factores que afectan su Entorno.

**Factor Económico:** dentro este factor tenemos subdivisiones de factores:

- **El poder adquisitivo**, dependemos de los niveles de ingresos de los posibles pacientes que podría atender un Odontólogo, ya que muchas

veces por no contar con el Presupuesto de dinero muchas personas no asisten al Dentista.

- **El ingreso Salarial**, se depende de los ingresos que tengan los Pacientes de las Clínicas Dentales, puesto ante un panorama de despido de algún Paciente de su centro de labores que ya inicio un Tratamiento dental, de muchas veces se ve en la difícil situación de tener que dejarlo, ya que no cuenta con los medios económicos.

Los factores económicos tienen una importancia fundamental, pues determinan el crecimiento de una nación, afectando la capacidad de cualquier negocio para que sea rentable.

El Perú está pasando por un momento de desaceleración económica, debido a la crisis mundial, especialmente la desaceleración de China, haciendo que el comercio mundial se mantenga estancado. Como estima el INEI, “La economía peruana registró un crecimiento de 2,5% durante el 2017, y se trata de la segunda tasa más baja desde el 2011 en el Producto Bruto Interno (PBI), revela el Informe Técnico N° 2 de Producción Nacional del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). La tasa de crecimiento del PBI peruano se encuentra por debajo del 2,7% proyectado por el Ministerio de Economía y Finanzas, y el Fondo Monetario Internacional (FMI) a fines del año pasado. El Banco Mundial tampoco acertó con su proyección de 2,6%, mientras que la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) sí proyectó un crecimiento de 2,5% para el Perú” (Diario La República, 2018).



El Perú debe continuar fortaleciendo los vínculos de crecimiento y equidad, fomentando el crecimiento de la demanda interna, para que el ingreso de un nuevo negocio pueda ser exitoso.

**Factor Demográfico:** existe un gran porcentaje de personas con problemas dentales que se pueden y prefieren movilizar de su domicilio a otros Distritos en buscar de una buena atención Dental. Asimismo, se puede ver que las personas que tienen mayor instrucción se preocupan por la prevención de enfermedades Dentales.

“El 95.5% de niños peruanos de entre tres y doce años sufre de caries, lo que convierte al Perú en el país con la tasa más alta de incidencia de esta enfermedad en América Latina” **los peruanos no tenemos una cultura de prevención, porque descuidamos nuestra higiene bucal y acrecentamos el riesgo de contraer caries.** “La caries es una enfermedad infectocontagiosa causada por una bacteria llamada “Streptococcus mutans” pero que con una buena higiene podemos prevenirla” (RPP, Más del 95 por ciento de niños peruanos tienen caries, 2012).

**Factor Social – Cultural:** Existe un desánimo y un temor de asistir a una clínica dental, ya sea por razones de costumbre o limitaciones dadas por la misma sociedad o temor al dolor al momento del tratamiento y por ello no asisten al dentista, por ejemplo, muchos posibles pacientes suelen decir frases como: para que iniciar un tratamiento sino no lo voy a poder terminar por falta de tiempo y dinero, etc. Gran porcentaje de la población con

enfermedades bucales suelen posponer siempre sus tratamientos, no acudiendo a una clínica dental.

“No existe una cultura de prevención de caries en la población, ya que las estadísticas indican que el 90.4% de la población tiene problemas de Caries”, por ello se puede ver que la mayoría de pacientes asisten al dentista ya cuando el diente está muy afectado y ya no tiene cura y solo se encuentra para una extracción.

Existe un gran porcentaje de Niñas entre los 12 y 14 años, que inician sus tratamientos de ortodoncia para terminarlos antes de que cumplan los 15 años, ya que la sociedad exige actualmente el tener una buena estética dental como parte de su imagen, por ello existe una cierta “moda” del uso de brackets, siendo en este tratamiento imprescindible la higiene bucal.

**Factor Político:** dependemos de las políticas de Importación que pueda establecer el gobierno, ya que muchos de nuestros productos de calidad serán importados del exterior viéndonos afectados como Empresa con respecto a los impuestos que establezcan los acuerdos y/o tratados de comercio con otros países (MINSA, 2016).

Los factores políticos que pueden afectar al proyecto, son las medidas macroeconómicas que se tomarán según el plan de gobierno del Presidente Vizcarra (2018): “Lucha contra la corrupción: en el combate contra todas aquellas acciones que estén reñidas con la ley, vengan de donde vengan y

cueste lo que cueste; Estabilidad institucional: recuperar la gobernabilidad, recuperar la confianza de los peruanos en un marco de respeto de la Constitución; Un país estable, con crecimiento ordenado y equitativo: Nuestro horizonte es el de un país estable con crecimiento ordenado y equitativo y tenemos que avanzar en este camino; y mejorar la calidad de vida de los peruanos: el desarrollo del Perú no es otra cosa que la mejora de la calidad de vida de cada uno de los peruanos, para que tengamos un futuro mejor como nación y que nuestros hijos puedan desarrollarse y tener oportunidades” (RPP, 2018)

Por otro lado, las municipalidades tienen autonomía política, administrativa y económica, lo que conlleva a que tengan la capacidad de emitir ordenanzas. La Municipalidad del distrito de S.M.P, siguiendo sus propios lineamientos otorga licencias de funcionamiento para diversos locales comerciales, lo cual facilita y permite la puesta en marcha de nuestra empresa.

**Factor Tecnológico\_** : siendo una empresa E- COMERCE se tiene que estar en la Vanguardia de los avances tecnológicos que nos presenten los distintos escenarios del mercado, por ello debemos tener en cuenta lo importante que es tener una base de datos de nuestros clientes potenciales, que nos permita comunicarnos con ellos interactiva y frecuentemente y así mantener una comunicación activa , ya que una de nuestras mayores prioridades es satisfacer cualquier necesidad que se le presente al profesional de la odontología.

## **Análisis del Entorno que afecta a la Empresa FAST PRODUCTS E.I.R.L dentro de la industria del Mercado de los Productos Dentales**

**Análisis de los cambios recientes**, hoy en día se busca usar productos que cuiden el medio ambiente y a la vez que no sean dañinos para nuestra salud, por ello nuestra empresa busca incursionar en el mercado de productos dentales importando productos biodegradables como: cepillos de bambú, resinas orgánicas, etc. Buscando así innovar este mercado el cual siempre está atento a la introducción de productos novedosos, útiles, prácticos y de seguridad tanto para el odontólogo como para sus pacientes.

**Definir la Industria**, la industria de productos dentales comprende a las distintas tiendas dentales que ya existen en el mercado (mencionadas en el siguiente punto) así como también las diversas farmacias, boticas y supermercados los mismos que venden:

Cepillos, dentífricos, hilo dental, colutorio dental de marcas ya conocidas como Colgate, Oral B, Dento, etc.

**Identificar Participantes**, este mercado en cual se va a desenvolver la empresa, tiene ya muchos competidores reconocidos, los mismos que venden productos exclusivos de su marca, de ellos tenemos que:

Tabla 6  
Competidores y productos exclusivos

<b>Nombre de la Empresa</b>	<b>Exclusividad de Producto</b>
Tarrillo Barba	RESINAS VITA
Pareja Lecaros	ACRILICOS
Dentaid	PERIOAID
3M	RESINA 3M, ADHESIVO single bond
Voco	RESINA SUPRAFIL, productos odontológicos, protéticos, restauradores
Biodinamica	ADHESIVO FOTOCURADOS P/BRACKETS
Vitis	PRODUCTOS DE HIGIENE DENTAL

**Evaluar influencias**, entre las distintas influencias que presenta el mercado mencionamos las siguientes:

- Crecimiento del número de clínicas o consultorios dentales.
- Necesidad de materiales de uso para el odontólogo.
- Incremento de las enfermedades dentales.
- Ausencia de una cultura de salud oral en la población.

**Determinar la Estructura General de la Industria**, la industria en mención se desenvuelve entre las siguientes características:

- Precios estandarizados, semejanza de precios.
- Las recientes Tiendas ONLINE infieren con descuentos y servicios delivery.
- Importaciones de nuevos productos.
- Exclusividad de los distribuidores.

- Muchas de estas empresas se encuentran en puntos de venta muy cercanos unas de otras (Av. Emancipación- Cercado de Lima).

Si queremos analizar el ámbito del nuestro negocio, basaremos dicho análisis en **las 5 fuerzas de Michael Porter**, el mismo que nos ayudará a definir el ámbito en el cual se desenvuelve nuestra Empresa.

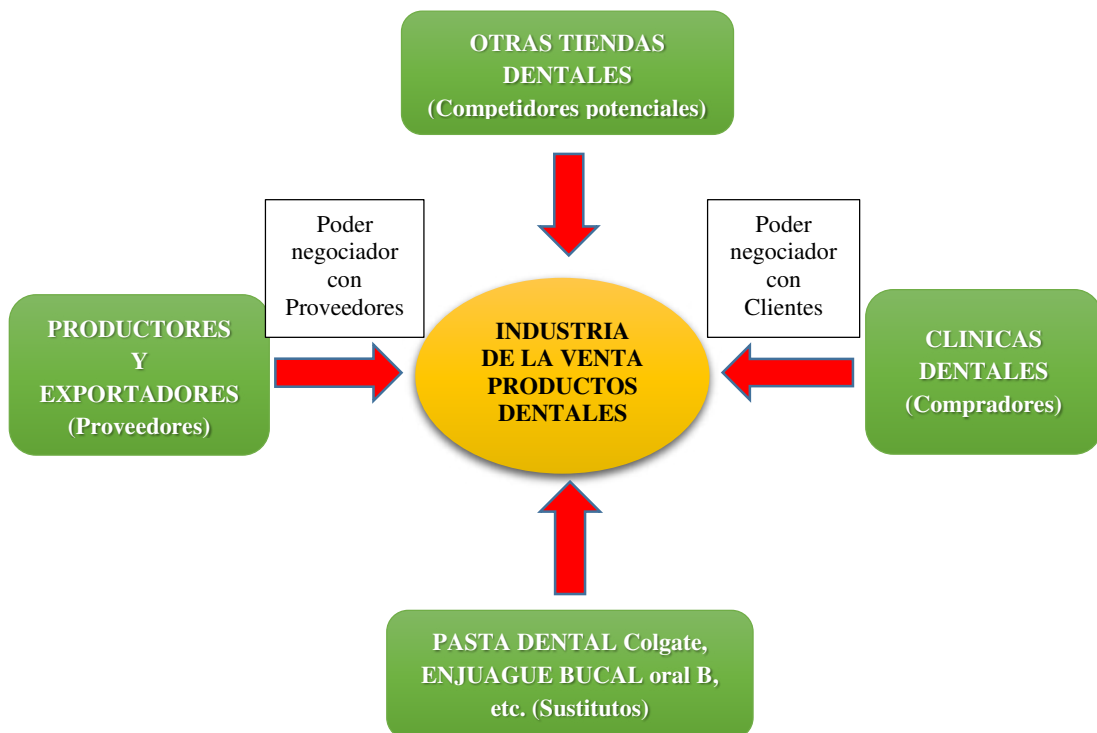


Figura 11. 5 fuerzas de Porter

### Negociación con Proveedores

El poder de negociación con los que cuentan Colgate, Oral B, etc. es ALTO debido a que son marcas que ya se encuentran fuertemente posicionadas en el mercado internacional. Asimismo, la producción de estas empresas es a gran escala, lo cual también permite llegar a mejores condiciones con sus Proveedores.

Por otra parte, con el fin de mantener su buena reputación, estas empresas buscar basar la relación con sus proveedores en prácticas comerciales éticas. Por ese motivo, muchas de ellas cuentan con un código de conducta del proveedor, documento que busca transmitir a los proveedores los valores y expectativas de la Empresa.

## **Negociación con Clientes**

El poder de negociación de los clientes de la competencia es MEDIO, debido a que existen varias marcas que ofrecen sus Kits de Higiene tanto en supermercados, farmacias, tiendas, entre otros, al ser estas empresas reconocidas por su buena calidad y reputación, hace que el poder de los clientes no llegue a ser completamente ALTO, ya que los consumidores prefieren estas marcas frente a otras disponibles en el mercado.

### **2.1.1 Análisis del micro entorno**

#### **2.1.1.1 Análisis FODA de la empresa**

*Tabla 7*  
Análisis FODA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindará al Mercado un Producto Útil, práctico, novedoso y económico que beneficia a la Salud.</li> <li>• Tendremos en nuestro surtido de Productos, algunos muy difíciles de conseguir en el mercado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marca nueva, que el Público no conoce.</li> <li>• Baja posibilidad de Financiamiento por ser una Empresa nueva.</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento del Número de Consultorios Dentales.</li> <li>• Alto % de enfermedades Dentales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existencia de muchos productos Sustitutos.</li> <li>• La Remuneración Básica de la Población no mejora</li> </ul>

La matriz MCP o también llamada Matriz de Perfil Competitivo identifica a los principales competidores de la empresa, así como sus fortalezas y debilidades.

Para identificar los factores claves de éxito, se realizó un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) de esta manera conocer cuáles son los procesos o características que distinguen la venta de kits de higiene dental y cuáles son los que deben dominar a plenitud para crear la ventaja competitiva.

## 2.2 Ámbito de acción del negocio

### 2.2.1 Segmentación de mercado objetivo

El mercado seleccionado está compuesto por los consultorios odontológicos que están ubicados en los distritos del Cono Norte de Lima Metropolitana

*Tabla 8*  
Distribución consultorios odontológicos cono norte

<b>Distrito</b>	<b>Cantidad por distrito</b>
San Martín de Porres	175
Independencia	84
Comas	126
Carabaylo	93
Puente Piedra	62
<b>Total de consultorios</b>	<b>540</b>

Fuente: Colegio de Odontólogos del Perú (2018)



## 2.3 Descripción del bien o del servicio

### Descripción del producto

Los productos que nuestra empresa venderá, no solo serán productos del uso directo del profesional de la odontología, sino que también serán por su naturaleza los siguientes:

**De protección:** sabemos que todo dentista está expuesto a distintas bacterias al momento de atender a su paciente, por ello les pondremos a su alcance productos como:

- Guantes quirúrgicos, muy necesarios al momento de realizar sus procedimientos y por estar en contacto directo con la boca del paciente.
- Mascarillas, importante es el uso de este accesorio, ya que muchas bacterias se contagian por la boca.
- Protector facial (muy difícil de encontrarse en el mercado peruano), protege el rostro de cualquier chorro de líquido (agua contaminada, sangre, etc.) que pueda alcanzar alguna parte del rostro del odontólogo.

**De prevención:** nuestro principal producto de venta, es especialmente dirigido a los Pacientes de Ortodoncia, Periodoncia y también para todo Paciente que desee tener una cultura preventiva de su Salud Oral, el KIT DE HIGIENE DENTAL será una herramienta básica para mantener una adecuada salud dental, evitando así tantos padecimientos de malestar (dolor) y gastos innecesarios solo por no prevenir con la higiene diversas enfermedades y sumando la visita la visita al odontólogo 02 veces al año como mínimo, la población podrá prevenir cualquier enfermedad dental.

Tabla 9  
Tipos de Kit Dental

PRODUCTOS		TRATAMIENTO	Productos que incluye:
KIT DE DENTAL N°1	HIGIENE	Ortodoncia	Pasta dental 22cc, Cepillo, Hilo dental 120m, Enjuague bucal 60ml y Cepillo interproximal 7cm, Cera 0.5gm y Estuche de plástico.
KIT DE DENTAL N°2	HIGIENE	Periodoncia	Pasta dental 22cc, Cepillo (cerdas suaves), Enjuague bucal 60ml e Hilo dental 20m. y Estuche plástico
KIT DE HIGIENE DENTAL (Básico)		Pacientes generales	en Pasta dental 22cc, Cepillo, Hilo 20m y Enjuague bucal 60ml y Estuche plástico.



Figura 12. Muestra del kit de higiene dental (básico)

La empresa se dedicará a la venta de productos dentales, los mismos que utiliza el Profesional de la Odontología diariamente siendo estos (los materiales) mediadores para llegar a los objetivos de los distintos tratamientos que lleva con sus pacientes, estas ventas podrán realizarse de forma tradicional (venta por visita y ofrecimiento de los productos y también vía ONLINE o Pagina Web). Asimismo, no solo será provisto de estos materiales, sino que también le daremos una de las herramientas más importantes para iniciar, fomentar e incentivar una cultura de salud oral entre sus pacientes; estamos hablando de nuestro PRODUCTO BANDERA: el KIT DE HIGIENE

DENTAL que el odontólogo podrá entregar en las manos de sus pacientes cada vez que dé por iniciado un tratamiento dental como, por ejemplo:

- Tratamientos de Ortodoncia
- Tratamiento de Periodoncia
- Tratamiento de Blanqueamiento dental, etc.

Puesto que el KIT DE HIGIENE DENTAL se encontrará incluido en el costo del tratamiento, este será un valor agregado que tendrá el Profesional y sus Pacientes recibirán este producto como parte del Servicio que se le brinda en determinada Clínica Dental.

### **Importancia de cada producto que contiene el kit de higiene dental**

**Cepillo de dientes:** es el mejor aliado contra los restos de alimentos y la placa bacteriana. El cepillado debe realizarse al menos tres veces al día después de cada comida y prestando mayor atención a la cena. Los movimientos deben ser cortos, suaves y elípticos (como si se tratara de un masaje vibratorio sin escuchar el ruido que produce la fricción intensa y que puede ocasionar desgastes) cuidando el surco entre la encía y los dientes, las zonas posteriores de difícil acceso y los límites de las fundas y empastes, así como las zonas bajo los puentes. Debe renovarse cada tres meses, aunque parezca estar en aparente en buen uso (Portal Objetivo Bienestar, 2014).

**Dentífrico:** Se trata de un producto cosmético que ayuda a combatir el mal aliento, deja un sabor fresco y pule los dientes dejando el esmalte brillante. Hoy día casi todos los dentífricos contienen sustancias que ayudan

a la remineralización del esmalte o que les confieren propiedades antibacterianas como ocurre con el flúor y la clorhexidina.

**Seda dental:** Es un hilo especialmente diseñado para la aplicación entre dientes de cara a limpiar la superficie donde, por su estrechez, no puede penetrar ningún cepillo. La importancia de su uso radica, en que, es en esas superficies interdentes donde más frecuentemente comienzan las caries y las gingivitis. El uso correcto del hilo dental suele requerir un adiestramiento personalizado por parte de profesionales especializados, su hábito requiere un poco de habilidad y paciencia, pero el beneficio compensa con creces el esfuerzo empleado. (Portal Objetivo Bienestar, 2014)

**Enjuague bucal:** Conocidos como colutorios son soluciones que se emplean después del cepillado con el fin de aportar un complemento de flúor en niños o para tratar de reducir molestias por hipersensibilidad mediante sales de potasio, aportando antisépticos que ayuden a evitar el desarrollo de la placa bacteriana en los tratamientos de gingivitis y periodontitis.

**Cera:** alivia y previene eficazmente la irritación de mejillas y encías en los tratamientos con Brackets usualmente su presentación es en pequeñas tiras Pre-cortadas colocadas en un estuche pequeño y es muy fácil de usar (Portal Objetivo Bienestar, 2014).

### **Las Marcas Definidas para nuestros Productos serán:**

DENTO, siendo una marca peruana muy reconocida a nivel internacional, es un reto para este nuevo negocio tener como parte nuestro

producto principal una marca ya posesionada en el mercado de Salud oral y lo mejor de todo es continuar dando oportunidad al producto peruano. De esta marca serán los siguientes productos: CEPILLO DENTAL, PASTA DENTAL y ENJUAGUE BUCAL.

Los demás productos que comprende nuestro Kit de Higiene Dental como: EL HILO DENTAL, LA CERA para tratamiento de Brackets y LOS CEPILLOS INTERPROXIMALES, estarían siendo importados por alguna empresa que provea estos productos a un bajo costo sin tener que arriesgar que dichos productos no tengan la calidad requerida, por ello buscaremos evaluar exhaustivamente a nuestros posibles y futuros Proveedores de estos productos (Portal Objetivo Bienestar, 2014).

**DE REHABILITACION:** venderemos productos como: resina de origen orgánico, gasa, algodón, cepillos de bambú (cerdas suaves).

La modernidad que atravesamos en estos tiempos obliga tanto al consumidor como al Proveedor (Empresa) a comercializar mediante la tecnología, por ello la Empresa se adhiere a las formas de ventas actuales – ONLINE, E\_ COMERCE, pagina WEB. Haciendo posible que las negociaciones de hoy en día sean más beneficiosas para ambas partes ( Empresa - Cliente) en temas de: ahorro de tiempo, eficacia en el servicio de venta, competitividad, etc. Esto conlleva a que la Empresa puede vender en un corto lapso de tiempo una gama de variedad de sus Productos mediante CATALOGOS ONLINE a muchos clientes simultáneamente.

## 2.4 Estudio de la demanda

Según Kotler y Amstrong (2003), “el mercado meta es aquel segmento de mercado que la empresa decide captar, satisfacer y/o servir, dirigiendo hacia él su programa de marketing, con la finalidad de obtener una determinada utilidad o beneficio. Bien lo expresan los autores, la meta es hacia donde queremos llegar, es el objetivo deseado por la organización, si establecemos bien la meta, entonces el negocio está asegurado” (Kotler & Amstrong, 2003).

En la actualidad, los negocios reconocen que no podrían atender a toda la población en general que interactúa con el mercado, ya que son numerosos, variados y muy dispersos, con sus propias necesidades y preferencias y cultura de compra. Para dar solución a esta situación se emplea el Marketing Meta, que se enfoca en la segmentación del mercado, establecer el mercado objetivo, y su debido posicionamiento.

La Demanda que podemos encontrar según nuestras Encuestas de la necesidad de Compra de Nuestro Producto Principal en el Mercado Objetivo, lo definimos mediante la cantidad de Kits de Higiene Dental que puede demandar el Mercado de los Consultorios Dentales que existen en los Distritos del Cono Norte, obteniendo que el PROMEDIO DE COMPRA DE CADA CONSULTORIO ES DE: **936 KITS DE HIGIENE DENTAL AL AÑO.**

Tabla 10  
Demanda del producto

<b>DISTRITO</b>	<b>Cantidad de Consultorios por Distrito</b>	<b>Demanda por Consultorio al Año</b>	<b>Compras al Año por Distrito (Unid)</b>
San Martín de Porres	175		163,800
Independencia	84		78,624
Comas	126	936	117,936
Carabayllo	93		87,048
Puente Piedra	62		58,032
<b>TOTAL DEMANDA ANUAL</b>			<b>505,440</b>

Esta demanda calculada es un promedio del mercado, pues como podemos notar se indica que los consultorios solo consumirían un promedio de 78 kits de higiene dental al mes (3 kits aproximadamente de venta diaria), cifra alentadora y que nos reta a satisfacer dicha demanda, lo que definitivamente garantizaría que se pueda vender o colocar más unidades del producto y vemos que la demanda es mucho más alta por lo que tenemos cobertura o participación de mercado.

## 2.5 Estudio de la oferta

Fisher L. y Espejo J. (2011), definen la oferta de la siguiente manera: "las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado. Los autores nos hablan de producto, producir, mercado, entonces, en toda definición de oferta no debería faltar tales términos.

En el mercado existen varias tiendas dentales que actualmente abastecen al mercado de Productos dentales, entre ellos tenemos:

Tabla 11

Descripción de la Competencia de Productos dentales en el mercado

CLASIFICACION POR VTA /PROD	EMPRESA/ Marca	Años en el Mercado	PRODUCTOS	SU KIT DENTAL CONTIENE:	CANAL DE VENTA	PAIS
<b>Competidores directos del kit de higiene dental</b>	ORAL B	63 años	Cepillo, Hilo y Pasta Dental	Cepillo y Pasta Dental	Online, tiendas, Supermercados	EE.UU
	VITIS	30 Años	Todos de Higiene Dental + Colutorio	Cepillo y Pasta Dental	call center, tiendas, Supermercados	España
	DENTOLINE	8 años	Productos de Higiene dental.	Kit de Higiene Dental para c/ tratamiento	Online	Colombia
	COLGATE	54 años	Amplia Gama de Productos para la Higiene Dental	Cepillos y Pasta dental	Tiendas, Supermercados	Colombia
<b>Tiendas de venta de productos necesarios para la operatividad de la odontología</b>	<b>EMPRESA</b>	<b>Años en el Mercado</b>	<b>VENDEN:</b>	<b>EXCLUSIVIDAD De producto:</b>	<b>CANAL DE VENTA</b>	<b>PAIS</b>
	TARRILLO BARBA	40 años	Productos Dentales	Acrílicos	telemarketing, tienda, visita personal	Perú
	PAREJA LECAROS	35 años	Materiales dentales	Resinas Vita	Tiendas, Visita personal	Perú
	BOCO	38 años	Materiales dentales	Resinas boco	Tiendas	Alemania
	FMG	30 años	Materiales dentales de uso inmediato por el Odontólogo	Fresas diamantadas, cementos, gel aclaramiento dental	Tiendas	Argentina
	BIODINAMICA		Materiales dentales variados	Adhesivos p/bracketets	Tiendas	Brasil
	3M	40 años	Materiales dentales	Resinas, mascarillas 3M	Tiendas	EE.UU
DENTO AID	22 años	Materiales dentales	Perioaid- Colutorio	Tiendas, visita personal.	España	

Fuente: INEI – Estimaciones y proyecciones de población



Nuestros Competidores del KIT DE HIGIENE DENTAL no cuentan con una planta de producción en el país debido a que son o pertenecen a empresas multinacionales las cuales únicamente exportan sus Productos a Perú, por lo tanto, no se cuenta con información de la capacidad instalada.

Por otra parte, es difícil determinar la cantidad total ofertada, ya que no se tiene acceso a los datos financieros de estas empresas.

## **2.6 Determinación de la demanda insatisfecha**

Según Randall, define el estudio de mercado de la siguiente manera: "La recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing", y es eso, lo que vamos a hacer a continuación, recopilaremos información a través de la encuesta, luego realizaremos el debido análisis de los datos obtenidos y finalmente presentaremos un informe indicando todo lo hallado en el estudio de campo.

Es por ello que, al no existir un estudio específico del mercado de kits de higiene dental, se procedió a elaborar y aplicar una encuesta con la finalidad de obtener información directa del mercado y estimar nuestra demanda insatisfecha y potencial.

Al aplicarse la encuesta referente a los estilos y consumo de productos de higiene dental tenemos los siguientes resultados:

## Características del Cliente Final:

**Edad:** de 11 a 50 años

**Nivel socio económico:** nivel “C”

**Estilo de Vida:** Preocupación por la imagen y la estética Personal.

**Ubicación geográfica:** Distritos del Cono Norte.

En los distritos del Cono Norte de Lima tenemos un total de 2 542,000 millones de habitantes en el grupo de distritos.

Otro dato adicional es que de este total el 48.6% son del NSE C (según tabla 11), es decir, que son un total de 1 236,000 habitantes.

Además de este grupo, aquellos que tienen entre 13 a 55 años de edad con un 64.8% (según tabla 12), lo que equivale a 800,928 habitantes como potencial mercado consumidor.

Tabla 12

Lima Metropolitana: personas por zonas geográficas según nivel socioeconómico 2017

ZONAS	PERSONAS		ESTRUCTURA SOCIOECONÓMICA APEIM (% HORIZONTAL)			
	Miles	% sobre Lima Metrop.	AB	C	D	E
<b>LIMA NORTE</b> Carabaylo, Comas, Independencia, Los Olivos, Puente Piedra, San Martín de Porres	2,542.1	24.9	22.0	48.6	24.4	5.0
<b>LIMA CENTRO</b> Breña, La Victoria, Lima, Rímac, San Luis	769.6	7.5	22.1	57.0	16.9	4.0
<b>LIMA MODERNA</b> Barranco, Jesús María, La Molina, Lince, Magdalena del Mar, Miraflores, Pueblo Libre, San Borja, San Isidro, San Miguel, Santiago de Surco, Surquillo	1,325.4	13.0	75.5	20.8	3.6	0.1
<b>LIMA ESTE</b> Ate, Chaclacayo, Cieneguilla, El Agustino, Lurigancho (Chosica), San Juan de Lurigancho, Santa Anita	2,518.1	24.7	18.0	43.4	29.9	8.7
<b>LIMA SUR</b> Chorrillos, Lurín, Pachacamac, San Juan de Miraflores, Villa El Salvador, Villa María del Triunfo	1,908.6	18.7	14.7	40.8	31.7	12.8
<b>CALLAO</b> Bellavista, Callao, Carmen de la Legua Reynoso, La Perla, La Punta, Mi Perú, Ventanilla	1,038.7	10.2	21.9	43.4	23.9	10.8
<b>BALNEARIOS</b> Ancón, Pucusana, Punta Hermosa, Punta Negra, San Bartolo, Santa María del Mar, Santa Rosa	106.8	1.0	11.2	56.5	23.1	9.2
<b>TOTAL LIMA METROPOLITANA</b>	<b>10,209.3</b>	<b>100.0</b>	<b>26.4</b>	<b>42.5</b>	<b>23.8</b>	<b>7.3</b>

Fuente: INEI – Estimaciones y proyecciones de población

Tabla 13

Lima Metropolitana: Población por sexo y grupos de edad 2017

GRUPOS DE EDAD	TOTAL		HOMBRES		MUJERES	
	Miles	%	Miles	%	Miles	%
00-05 años	954.5	9.3	487.7	9.8	466.8	8.9
06-12 años	1,106.5	10.8	565.5	11.4	541.0	10.3
13-17 años	838.4	8.2	419.7	8.5	418.7	8.0
18-24 años	1,326.6	13.0	654.8	13.2	671.8	12.8
25-39 años	2,492.3	24.5	1,204.4	24.4	1,287.9	24.4
40-55 años	1,966.6	19.3	939.2	18.9	1,027.4	19.6
56- +años	1,524.4	14.9	685.7	13.8	838.7	16.0
<b>TOTAL</b>	<b>10,209.3</b>	<b>100.0</b>	<b>4,957.0</b>	<b>100.0</b>	<b>5,252.3</b>	<b>100.0</b>

Fuente: INEI – Estimaciones y proyecciones de población

De este público objetivo se tomó bajo un muestreo aleatorio por conveniencia y criterio a un total de 100 PERSONAS, a quienes se les formuló una encuesta, formulando estas tres preguntas:

**1ra PREGUNTA: ¿Cumple con las indicaciones de su Dentista de lavarse 03 veces al día los dientes?**

- A. Si                      B. No                      C. A veces

**2da PREGUNTA: ¿Con qué frecuencia compra una pasta dental, Cepillo y Enjuague bucal?**

- A. Cada 01 a 02 meses  
 B. Cada 02 a 04 meses  
 C. Cada 04 a 06 meses

**3ra PREGUNTA: ¿Usted Compraría un kit de higiene dental?**

- A. Si  
 B. No  
 C. Si me lo indica el Dentista.

Podemos conocer que según las costumbres de los pobladores de los distritos del cono norte respecto de la higiene dental y el consumo de productos.

RESPUESTAS	A	B	C
1era Pregunta	50	20	30
2da Pregunta	30	60	10
3ra Pregunta	25	15	60

Los resultados obtenidos nos indican que la cantidad de personas que siguen las indicaciones del dentista solo es de un 30% de la población.

La frecuencia de compra que predomina de los Productos que contiene un KIT DE HIGIENE DENTAL BASICO es baja casi de 3 veces al año.

La aceptación que tendría el KIT DE HIGIENE DENTAL sería de un 25% de la Población que respondió que, si compraría más las personas que respondieron que si lo comprarían, lo que aplicando a la población de este rango tenemos que 25% de 800,928 es igual a 200,232 potenciales consumidores o demandantes de los kits de higiene dental.

Demanda producto = 200,232 unidades
-------------------------------------

Para definir la demanda insatisfecha, se hará la comparación de la demanda total del principal producto "kit de higiene dental" con respecto a la capacidad instalada con la que se cuenta, de esta manera tendremos un panorama más claro de la demanda que se pretende satisfacer. Para ello se

muestra en el siguiente cuadro el proyectado de ventas del producto principal, según la capacidad instalada de la empresa.

<b>Años</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Demanda Kit de higiene dental " V&L team "(Unid)	3,943	4,021	4,162	4,370	4,698

Como se puede apreciar en el 1er año se tiene una demanda de 3,943 unidades, siendo la demanda del mercado de kits de higiene dental 200,232 unidades, podemos decir:

**DEMANDA TOTAL - DEMANDA PROYECTADA (según CAPACIDAD INSTALADA) = DEMANDA INSATISFECHA**

$$200,232 - 3,943 = 196,289 \text{ unidades}$$

De esta manera se ha hallado la demanda insatisfecha que es igual a 196,289 unidades, entonces el mercado de kits de higiene dental no está siendo cubierto totalmente y que existe una gran demanda, la misma que se tiene la oportunidad de satisfacer una vez que ya se posicione este producto en el mercado.

Cabe resaltar que, para la definición de la demanda insatisfecha, solo se está tomando las cifras de la demanda del producto principal "kit de higiene dental", puesto que los demás productos que la empresa venderá (surtido de productos), se tiene muy poca información de la demanda.

## 2.7 Proyecciones y provisiones para comercializar

Para una adecuada proyección y provisión para comercializar será necesario implementar diferentes estrategias de Marketing, en este caso, emplearemos el Marketing Mix, así fue denominado por (McCarthy, 1990), quien presentó este sistema en el año 1960. Llamada “Las 4 Ps” (Producto, Precio, Plaza y Promoción). Como su nombre lo indica “Mix”; es la combinación de estas cuatro variables para alcanzar las metas fijadas por la empresa en el área de la comercialización. Dichos sistemas proporcionan un marco de trabajo para la planeación de marketing, desde el punto de vista del vendedor. A continuación, se describen cada uno de esos elementos:

### 2.7.1 Estrategia de producto

#### Atributos Determinantes

**Servicio**, nuestro principal producto brinda un servicio especial ya que beneficia ayudando a la población a mantener y preservar una cultura de salud dental en los pacientes.

Tomando en cuenta que seremos una Empresa E-commerce nuestros envíos serán totalmente gratuitos, así la atención en la entrega de nuestros productos será parte de la calidad en el servicio que se brinda.

**Calidad**, el adquirir productos biodegradables, que no dañen el medio ambiente y nos sea útil para nuestra salud es uno de los desafíos de este negocio.

**Imagen**, el Kit de Higiene Dental será un producto útil, novedoso, fácil de llevar y serán de acuerdo al estilo de quien lo use, es por ello que se personalizarán en varios diseños, así tendremos estuches para adultos, jóvenes y niños, siendo para estos últimos con el diseño del cepillo de formas divertidas y coloridas para incentivar su uso y por supuesto el dentífrico que contendrá dicho Kit será especial para niños.

La imagen que proyecta este negocio es enteramente de brindar un servicio de salud Bucal a la Población, ya que, solo mejorando la higiene, fomentaremos una cultura preventiva de salud oral.



*Figura 13.* Modelos de kits de higiene dental para niños

**Precio**, nuestro producto el Kit de higiene Dental, compite con las demás marcas ya conocidas en el mercado directamente con el precio, ya que se encontrará por debajo de las mismos, acercándose más a las expectativas de precio de los Pacientes de los distritos del cono norte.

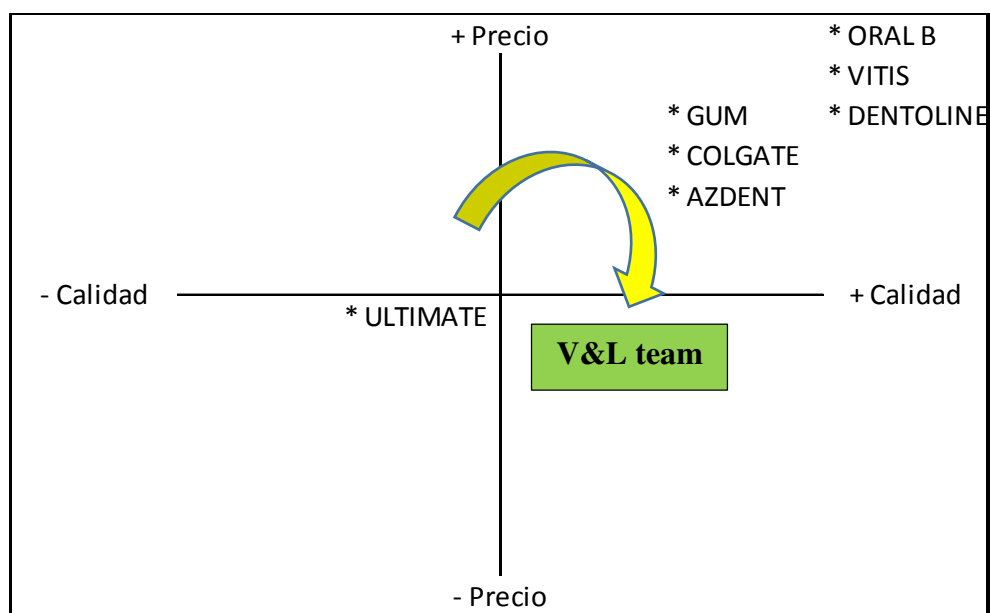


Figura 14. Matriz de posicionamiento - Kit de higiene dental

DENTAL de marcas ya conocidas que si bien es cierto pueden cumplir con las expectativas de los distintos tratamientos que el odontólogo inicia con sus pacientes, no se encuentran al alcance del precio que puede pagar un paciente de los distritos del Cono Norte de Lima metropolitana. De ello podemos comparar los precios siguientes:

Tabla 14  
Precios de la Marcas conocidas del kit de higiene dental

MARCA	PRECIO WEB	AL CAMBIO EN SOLES
Oral B		S/. 50.00
Vitis		S/. 40.00
Dentoline	16 Euros	s/.64.00 + gasto de envío
Gum	14.70 Euros	s/58.80 + gasto de envío
Colgate		s/.35.00
Azdent	\$6.00	s/.19.38 + gasto de envío



## **Análisis FODA**

**Estrategia de Diferenciación**, a diferencia de las demás tiendas dentales que ya existen, nuestra empresa venderá una herramienta básica para lograr que los distintos tratamientos dentales que el Odontólogo realiza a sus Pacientes tengan el éxito que amerita. Los Kits de Higiene Dental no solo ayudarán a cumplir con los objetivos deseados, sino que además será un valor agregado para la atención del Profesional, ya que estará incluido como parte inicial de cada tratamiento.

La empresa se dará a conocer al mercado por la venta de nuestro KIT DE HIGIENE DENTAL, si bien es cierto también se venderá productos que sean necesarios para tratamientos ya definidos como: Kit de Blanqueamiento, Kit de materiales para tratamientos de ortodoncia; no podemos descuidar los implementos de uso inmediato del Profesional de la Odontología.

**Negociación con Proveedores**, entre los proveedores de insumos que el producto requiere:

**ESTUCHES DE PLASTICO**: el poder de negociación es bajo considerando que la Empresa no cuenta aún con la capacidad financiera para hacer lotes significativos, sin embargo, existen diversos proveedores de plástico en el mercado nacional, grandes empresas como Peruana de Moldeados S.A., Rey, Janpax E.I.R.L, etc. Se dedican

al diseño y producción de productos a base de plástico, por lo cual creemos que poco a poco nuestro poder de negociación podría aumentar.

DENTRIFICO, CEPILLO y ENJUAGUE BUCAL: el poder de negociación con la Empresa DENTO es bajo ya que al igual que el artículo anterior somos una empresa con poco financiamiento y que recién inicia sus operaciones con un capital mínimo, siendo esta marca una de las más económicas del mercado nos beneficia negociar con Ella.

Se puede concluir que, si bien la empresa no cuenta con la capacidad de presionar directamente a un proveedor en específico, tiene diferentes opciones para abastecerse por lo que es posible que tenga un poder de negociación medio.

**Transporte de Productos**, los Kits de higiene dental son productos que no ocupan mucho espacio, se pueden transportar en paquetes que conformen pequeños lotes y enviarlos a los centros de distribución en motos lineales o si fuera necesario en caso de una cantidad considerable de productos se solicitará una movilidad de un tercero (Appstaxi) para dirigirse directamente a los consultorios dentales, no se requiere de un transporte especializado.

Para el reparto específico de cantidades menores aprox. 02 o 03 unidades utilizaremos a nuestro personal motorizado, quienes se

encargarán de entregar los productos y del cobro, para ello estarán debidamente capacitados para realizar las respectivas funciones de entrega y cobranza.

### **EVALUACION DE PROVEEDORES**

El surtido de productos que se venderán además del KIT DE HIGIENE DENTAL serán importados de china principalmente, ya que en Perú no se fabrican muchos de estos productos, así se tiene entre los Proveedores.

*Tabla 15*  
Evaluación de proveedores

<b>PROVEEDOR</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>PEDIDO MÍNIMO</b>	<b>PRECIO</b>
Umisource Shanghái	Kit Dental (02 Cepillos, hilo, Cera p/brackets y espejo bucal)	5000 unidades	\$1.50 - \$2.20
Yangzhoun E.S.	Cepillos dentales TOOTHBRUSH.CO	30,000 unidades	\$0.1 - 0.088
Zhangjiagang Free Trade Sone Everbrighth	Guantes descartables TALLAS: S, M, L, XL	01 Cartón = 10 Cajas, 01 Caja = 50 unidades 500 cartones	\$ 3.6 - \$ 4.00
Henan Baistra Industria Corp.	Irrigador Dental	10 paquetes	\$ 4.50
Leboo Healthcare Products Limited	Gorras quirúrgicas desechables	1000 unidades	\$ 0.035 - 0.075
Yangzhou Dexing Import and Export Co. Ltd.	Cepillos dentales	36,000 unidades	\$ 0.09 – 0.015
Yangzhou Taozhu Co. Ltd.	Hilo Dental Kids	30,000 paquetes De 32 unid. c/ paquete	\$ 0.34
Spro Medical Products (Xiamen)	Mascarillas (Fujian China)	200,000 unidades	\$ 0.015 - 0.30

Como se puede apreciar existe una cantidad mínima para realizar una compra a estas Empresas Importadoras de China, si bien es cierto la empresa no cuenta con un amplio financiamiento, tomaremos sólo la cantidad que establece la demanda del mercado del Kit de higiene dental, para calcular el monto que necesitamos para la compra de dichos Productos.

Por tratarse de un negocio pequeño Microempresa, se invertirá un capital Mínimo de S/. 38,880 para la compra de los 6,000 Kits de Higiene que exige la demanda.

La Inversión de Compra de los Kits de higiene dental al primer proveedor del cuadro anterior, contando con el precio mínimo de \$2.20, tendríamos que sumarle el DENTRIFICO marca DENTO y es gasto que demanda un estuche de plástico, el mismo que según las investigaciones el costo mínimo es de 0.5 céntimos de sol.

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

### **Estrategias de Posicionamiento**

Diferenciación del Canal, siendo una empresa ONLINE nuestros canales de distribución serán una de nuestras herramientas principales para que los clientes iniciales (Odontólogos) quienes serán atendidos con la mayor eficiencia de tiempo para sus requerimientos inmediatos.

Diferenciación del Servicio. nuestro servicio de entrega inmediata será totalmente gratuito y eficiente, por ello este beneficio es parte adicional del servicio que brindaremos a nuestros clientes.

### **Marketing Mix:**

- **Producto:** Nuestro principal producto KIT DE HIGIENE DENTAL será el que se ofrecerá primero para darnos a conocer a nuestros distintos clientes (Clínicas Dentales) como Empresa, haciéndoles entrega de muestras gratuitamente de nuestros Kits, siendo este acercamiento momento propicio para ofrecerles nuestro surtido de Productos para uso exclusivo del odontólogo.
- Estos Productos serán mostrados en lindos catálogos preparados exclusivamente para el ofrecimiento de nuestra variedad de productos por nuestra Fuerza de Ventas al momento de realizar las visitas personalmente.
- **Precio:** nuestros precios iniciales serán los más atractivos para nuestro mercado, si hablamos del **Kit de Higiene dental** este inicialmente será entregado como Merchandasing (sólo una cantidad determinada para cada Consultorio Dental) para dar a conocer nuestro producto al mercado. El mismo que será entregado a los odontólogos que se encuentren identificados con el fomento de una cultura preventiva para sus pacientes.
- **Política de precios:** según las encuestas realizadas el precio más aceptado sería de s/.20, precio muy asequible a la economía del paciente del distrito de S.M.P, quienes valoran los beneficios del producto.
  - **1ra opción** PRECIOS de 15 a 20soles, basándonos en las encuestas la elasticidad es muy baja (0.20)

- **2da opción** PRECIOS de 20 y 25 soles, la elasticidad es de 1.71, es decir, el precio aumenta en 25%, la cantidad se reduce en 42.85% siendo mayor a 1 se puede decir que es un bien elástico.

**CALCULO:** 
$$\frac{(28 - 49)/49}{(25-20)/20} = 1.71$$

- **3ra opción** PRECIOS de 20 a 30 soles, un incremento de 50% en el precio, genera una reducción de 53.06% en la cantidad demanda, lo que nos lleva a una elasticidad de 1.06, pudiéndose ver que el producto tiene demanda elástica.

$$\frac{(23 - 49)/49}{(30-20)/20} = 1.06$$

El producto al buscar posesionarse como producto diferenciado establecerá un precio de base de s/.20, siendo este el mayor precio posible sin afectar la demanda.

- **Plaza:** al ser una empresa E-commerce tendremos esta plataforma actualizada, dando a conocer a nuestros clientes las exclusividades de nuestros productos recientes y también nuestra fuerza de ventas realizarán visitas programadas en el calendario, puesto que se tiene que tener contacto directo con las clínicas odontológicas para así hacerles llegar nuestro producto estrella a sus manos.

- **Promoción:** una vez entregados los Kits de higiene dental a los consultorios dentales, se le sugerirá al profesional de la odontología que los entregue (gratis o incluido al precio de la cuota inicial del tratamiento) a los pacientes que se encuentren iniciando sus tratamientos de ortodoncia y/o periodoncia para que los mismos prueben la importancia de la utilidad de este kit, ya que siendo un producto portátil y práctico lo pondrán llevar a donde vayan.

Cabe resaltar que los KITS que se obsequiarán a los pacientes, llevarán consigo un sticker con la información de un recordatorio de las horas en que debe de ser usado y también, a la vez, estos estuches llevarán el nombre de la marca y la dirección vía E\_COMERCE en donde puedan realizar algún pedido ONLINE.

### **Estrategia de Publicidad**

En acuerdo con los consultorios dentales que visitemos para ofrecerles nuestros productos, se publicitará en dichos establecimientos nuestro principal producto de venta KIT DE HIGIENE DENTAL, estos serán afiches informativos dando a conocer las bondades de nuestro producto, los mismos que serán vistosos y coloridos para llamar la atención no solo del paciente que visita la clínica dental sino también para los acompañantes del mismo.

Nuestra publicidad no solo será por vía E – commerce, facebook, instagram y afiches publicitarios en los mismos consultorios dentales sino que también utilizaremos la publicidad tradicional que no pasará de moda como

son los volantes y el Marketing de "boca en boca" el cual se basa en que los usuarios finales den referencia del producto para promocionar sus ventajas incentivando así las próximas ventas.

**A. Plan Creativo**, nuestros afiches de Publicidad serán atractivos y vistosos a la vista de los pacientes o posibles pacientes, como se puede ver aquí.



**KIT DE HIGIENE DENTAL**

- La Solución a tus problemas de Caries.
- Para que en toda ocasión cuides la higiene de tus dientes.

Porque tu Higiene Dental **va más allá**  
**de Cepillarse los dientes**

Figura 15. Publicidad del producto principal

Asimismo, nuestra FUERZA DE VENTAS, quienes visitarán los consultorios dentales del mercado objetivo, usarán uniformes de vestir, teniendo en las camisas el logo de nuestra empresa y así esta manera hacerla conocida nuestra Empresa progresivamente en el mercado.



**B. Plan de Medios**, una vez que el producto de vaya haciendo conocido, los puntos de venta se ampliarán y de esta manera el Producto se podrá vender en:

- Distintas Farmacias,
- Consultorios Dentales
- Vía E-Comerce
- Por redes Sociales: Facebook e Instagram, de los distritos del Cono norte, Asimismo, se colocarán afiches informativos y también no descartaremos la propaganda mediante volantes.

**Estrategia de Precio:** Viendo la realidad de precio que tiene el KIT DENTAL en el mercado actual se puede ver claramente que a muchos pacientes les puede parecer caro un Kit de higiene de las marcas conocidas en el mercado como son ORAL B, COLGATE o GUM, por ello nuestra estrategia de precio será: **Penetración mercado LOW COST**



**S/.58.80**



**S/ 50.00**



**S/.35.00**

**Estrategia de Distribución:** Nuestros principales distribuidores vendrían a ser los profesionales de la odontología, puesto que son quienes sugerirán, recomendarán e indicarán el uso este producto a sus pacientes, quienes serán los que podrán poner a prueba los beneficios de usarlo.



Si bien es cierto el profesional no es un vendedor será de las manos de él que llegará nuestro producto a las manos de los pacientes, además

haciéndose ya más conocido nuestro producto, se planea utilizar detallistas o distribuidores como canales de distribución principal, esto se deberá a que una vez conocido el producto, el público espera encontrar estos productos en supermercados, farmacias y grifos.

## 2.9 Cuadro de la demanda proyectada para el negocio

A continuación, se realizará el cálculo de la demanda proyectada, pero para ello será necesario analizar cuantitativamente la encuesta realizada.

La encuesta realizada incluyó una pregunta referente a la frecuencia de consumo de los potenciales clientes, si extendemos los resultados al público objetivo, se tiene los siguientes resultados.

*Tabla 16*  
Cuadro de la demanda proyectada para el negocio

<b>DEMANDA PROYECTADA (S/.)</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
TOTAL	S/. 142,863.79	S/. 145,721.07	S/. 150,821.30	S/. 158,362.37	S/. 170,239.55

## **CAPÍTULO 3: ESTUDIO TÉCNICO**

### **3.1 Tamaño del negocio, factores determinantes**

La determinación de la demanda insatisfecha de nuestro negocio, se ha establecido en el capítulo anterior (estudio de mercado), en la cual, llegamos a la conclusión que existe una demanda de 200,232 unidades del producto y de acuerdo a nuestra capacidad instalada podremos atender un total de 1.96% de ese mercado potencial, lo que equivale a un total de 3,943 Kits de higiene dental al año.

El tamaño del negocio lo determinaremos en la medida a través de los factores que condicionan la dimensión del negocio.

Tabla 17  
Factores determinantes

FACTORES	DESCRIPCION
Mercado	En la actualidad, existe la necesidad de promover y mantener una cultura de Salud oral, ya que los altos porcentajes mayores al 90% de enfermedades dentales en los pacientes, amenaza en subir. La misma rutina de trabajo, estudios y demás actividades cotidianas hace que muchas Personas descuiden su Salud dental, por ello entregamos a la población del distrito de S.M.P un producto práctico, novedoso, económico y fácil de transportar para ser usado en todo momento y lugar en que sea necesario.
Disponibilidad de los productos	El mercado de "kits de higiene dental" tiene una demanda insatisfecha ya que las marcas que ya existen no llenan las expectativas de precio que esperan los Pacientes, en cuanto a los Materiales dentales existen muchas tiendas que pesar que venden una amplia gama de Productos aún hay productos que siendo necesarios para el Odontólogo hoy en día son difíciles de encontrar.
Organización y gestión	Parte importante de toda Empresa, nuestra organización será el cimiento que sostendrá una buena gestión para realizar el trabajo en equipo, teniendo claro los objetivos, se fomentará la identificación del Colaborador con la Empresa creando un agradable ambiente de trabajo, dando lugar a la formación de una Cultura Organizacional.
Financiamiento	Siendo el financiamiento un punto importante para todo proyecto, solo contaremos con un capital mínimo de s/100,000.00, avizorando que necesitaremos aumentar dicho capital y no teniendo los montos exactos aún no podemos determinar cuánto más se necesitará.
Tecnología	El proceso de venta E-commerce que tendrá nuestra Empresa será eficaz, gracias a la tecnología con la que hoy contamos, así mismo teniendo una comunicación activa con nuestros Clientes los podremos atender en el momento preciso y necesario, satisfaciéndolos de esta manera no solo con productos de calidad sino también con un rápido y eficiente servicio de entrega.

### 3.2 Proceso y tecnología

Los objetivos del proceso de producción se establecen en función a la demanda estimada y a la capacidad de producción disponible. Para ello, se establecerán procesos e indicadores que permitan programar las operaciones de la empresa.

#### 3.2.1 Descripción y diagrama de los procesos

El plan de operaciones es el proceso técnico que se utilizará en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de la transformación de materia prima e insumos.

Comprende el conjunto de operaciones a realizar por parte del personal y la maquinaria para la elaboración del producto final. Estos procesos detallamos a continuación:

Las operaciones de la Empresa tendrán lugar a la venta por vía E-commerce como también por venta directa por nuestros promotores, de esta manera los pedidos serán tomados por un Asistente encargado de la siguiente manera:

- Si es por vía E-commerce, el pedido será mediante un correo electrónico.
- Si es por vía de Venta directa, el pedido se realizará por llamada telefónica o también por correo electrónico en coordinación directa con su promotor de venta.
- También al momento que nuestros promotores realizan las visitas a los consultorios dentales, las cuales ya se encuentran programadas, también se tiene la opción de tomar algún pedido por parte de nuestros clientes.

Se tendrá un registro de los pedidos para realizarlos en forma inmediata, una vez la tomado el pedido se realizará el comprobante de pago y se procederá a preparar los productos para su respectiva entrega, una vez listos el pedido del cliente, el transportista se encargará de realizar la entrega, verificando conjuntamente el pedido con el cliente y este de la conformidad el transportista / cobrador también realizará el respectivo cobro al momento de entregar el (los) productos.

### 3.2.2 Diagrama de flujo

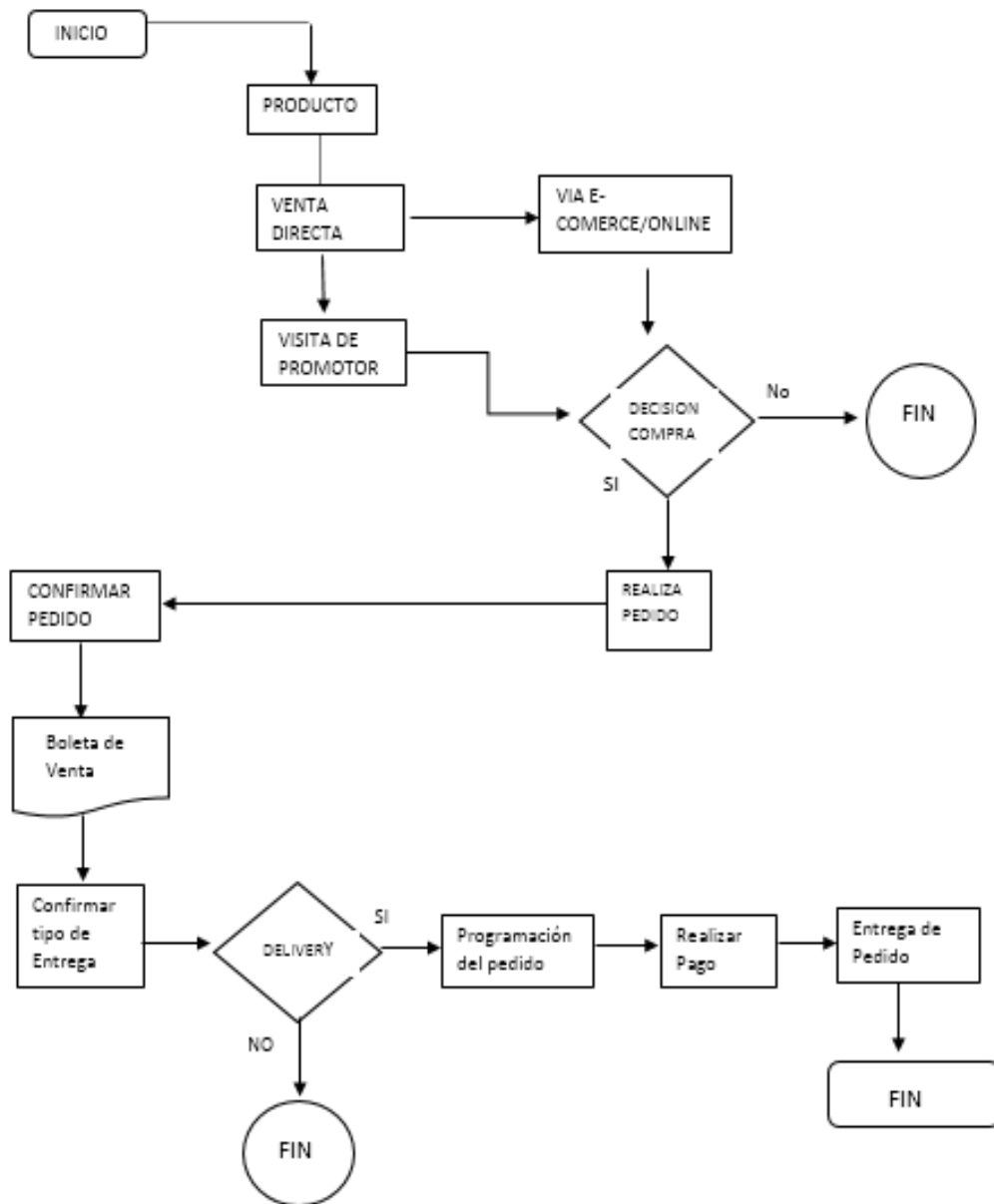


Figura 16. Diagrama del proceso de venta

### 3.2.3 Capacidad instalada y operativa

Para poder realizar el trabajo, tanto de operaciones como de labores administrativas, es necesario que se invierta en maquinarias y equipos apropiados.

**Capacidad instalada**, la capacidad instalada se ve reflejada en la producción de las ventas, los promotores de venta serán los encargados de generar los ingresos que toda microempresa inicialmente necesita para comenzar a alcanzar sus objetivos de rentabilidad.

A continuación, se mostrará el cronograma de ventas mínimas que debe realizar cada promotor en los consultorios dentales mensualmente.

Tabla 18  
Capacidad instalada

PRODUCTOS	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Kit de higiene dental	S/. 17,124	S/. 17,124	S/. 17,124	S/. 17,124	S/. 17,124	S/. 17,124	S/. 19,692	S/. 19,692	S/. 19,692	S/. 19,692	S/. 19,692	S/. 19,692
Surtido de Productos	S/. 12,901	S/. 12,901	S/. 12,901	S/. 12,901	S/. 12,901	S/. 12,901	S/. 11,433	S/. 11,433	S/. 11,433	S/. 11,433	S/. 11,433	S/. 11,433

En la tabla 16 podemos ver el monto de venta proyectado para los productos en soles que mensualmente se espera que los vendedores lleguen y superen, ya que tendrán la motivación de una comisión de 15% por venta una vez llegada la meta, la misma que se podrá subir una vez que la empresa este mejor establecida y se logren los objetivos para el primer año.



Tomando en cuenta que diariamente cada vendedor visitará 06 consultorios como mínimo, siendo 02 vendedores con quienes contamos, ambos visitarán 12 consultorios diarios, 72 semanal y 288 anual, tendrán una cuota mensual de venta de S/. 30,025.00 y una venta diaria de S/. 1,000.83 para los 06 primeros meses. La cuota de venta para cada vendedor diaria vendría ser s/.500.41, ya que se cuenta con 02 vendedores, es una cuota relativamente baja para que ellos empiecen a trabajar tomando confianza en sí mismos y a la vez se sientan identificados con la empresa, al tener la motivación del anhelo de alcanzar una meta de venta para cobrar una comisión.

### 3.2.3.1 Maquinaria, equipo y muebles

Tabla 19  
Maquinaria, equipo y muebles

<b>Maquinaria y/o Equipos</b>	<b>S/.8,355.00</b>
Computadora de Escritorio Core I7 8va Generación	S/. 4,000.00
Impresora Epson L765	S/. 875.00
<b>Muebles y enseres</b>	
Anaqueles para almacén de productos	S/. 250.00
Sillas giratorias	S/. 150.00
Escritorio gerencia	S/. 450.00
Mesa de trabajo vendedores	S/. 650.00
Sillas para vendedores	S/. 120.00
Muebles para recepción	S/. 180.00
Ventilador	S/. 100.00
<b>Otros</b>	
Extintor	S/. 130.00
Útiles de oficina varios	S/. 200.00
Botiquín	S/. 80.00

En esta sección, también consideraremos, los requerimientos de mantenimiento, el consumo de energía, agua, cable, e internet, infraestructura, existencia de repuestos y otros.

*Tabla 20*  
Gastos administrativos y de ventas

<b>Gastos Administrativos</b>	<b>S/.1,380.00</b>
Alquiler	S/. 800.00
Gastos de agua	S/. 80.00
Gastos de Energía Eléctrica	S/. 150.00
Teléfono internet	S/. 150.00
Luces de emergencia	S/. 120.00
Artículos de limpieza y varios	S/. 80.00
<b>Gastos de venta</b>	<b>S/.750.00</b>
Desarrollo de página web y redes sociales	S/. 600.00
Promoción y publicidad	S/. 150.00

### 3.2.3.2 Mano de obra

De acuerdo a la asignación de personal, elaborado en el capítulo 1 del plan de negocios, tenemos los siguientes cargos:

Gerente General, que realizará sus funciones y también realizará la tarea de supervisor del negocio.

Asistente de Gerencia, se encargará no solo asesorar al Gerente, sino que tomará los pedidos que realizan los clientes por teléfono, vía on line o por los mismos vendedores y también

encargada del manejo de la caja chica y demás solicitudes administrativas.

Vendedores, en las primeras horas que inician los turnos, se dedicarán a recepcionar la mercadería de los pedidos que han sido programados con anticipación, luego de recibir los productos estos serán dirigidos al almacén según el orden que el Gerente y Asistente hayan determinado en beneficio de la practicidad y orden que amerita para un próximo pedido de mercadería de parte de los clientes.

Transportista/ cobrador, encargado no solo de la entrega de los productos a los clientes, sino también del cobro de las mismas y en los momentos que no tiene labor alguna será un apoyo al Asistente de gerencia en cualquier encargo o labor que se le delega.

*Tabla 21*  
Requerimientos de mano de obra

<b>Personal</b>	<b>Sueldo</b>
Gerente	S/. 1,200.00
Asistente de Gerencia	S/. 1,000.00
Contador externo	S/. 300.00
Vendedor 1	S/. 930.00
Vendedor 2	S/. 930.00
Transportista/Cobrador	S/. 930.00

### 3.2.4 Infraestructura y características físicas. Layout

Nuestro Centro de operaciones constará de 05 ambientes, siendo un área de 50 m<sup>2</sup>, se ha establecido la ubicación de cada una de acuerdo a las necesidades de la operatividad de los procesos de la Empresa.

AREAS DEL CENTRO DE OPERACIONES	DESCRIPCION
Almacén de los productos Dentales	En donde se almacenarán la amplia gama de Productos dentales.
Oficina de Administración y Ventas	Donde se tomarán los Pedidos de nuestros Clientes y también se realizarán todas las labores Administrativas.
Recepción de Mercadería y Atención a Proveedores/Clientes	Área de recepción de los Productos, en donde se revisará que toda la entrega se encuentre conforme.
Sala de Descanso y de Juntas para los Colaboradores	Espacio de descanso para el Personal.
Servicios Higiénicos	Destinado para todo el Personal en general.



Figura 17. Layout de la empresa

### 3.3 Localización del negocio, factores determinantes

Para la localización se empleó la metodología “Factores de Ponderación”, que nos permite incorporar en el análisis diversos factores, los cuales pueden ser cuantitativos y cualitativos, para lo cual consideraremos cuatro pasos:

- Primer paso: Identificar los factores más relevantes en la decisión final.

- Segundo paso: Se otorga un puntaje, entre los factores, en función de su importancia. - Tercer paso: Se otorga puntos a cada alternativa para cada uno de estos criterios a partir de una escala previamente definida.
- Cuarto paso: Se otorga una calificación global, de cada alternativa, teniendo en cuenta la puntuación de la misma.

Para la elección de la ubicación del local, se utilizará la matriz de ponderación usando los factores determinantes, a continuación, veamos la tabla de ponderación:

*Tabla 22*  
Matriz de ponderación de factores

<b>MATRIZ DE PONDERACIÓN DE FACTORES</b>					
<b>FACTORES</b>	<b>%</b>	<b>PUNTAJE</b>	<b>Los Olivos</b>	<b>PUNTAJE</b>	<b>SMP</b>
Posición estratégica	15%	4	0.6	6	0.9
Seguridad	10%	5	0.5	5	0.5
Vías de comunicación y accesibilidad	15%	5	0.75	5	0.75
Facilidad de transporte	10%	4	0.4	6	0.6
Flujo de personas	20%	4	0.8	6	1.2
Costo de alquiler de local	20%	5	1	5	1
Total	100%	31	4.45	39	5.55

En conclusión, la mejor alternativa de ubicación para nuestro negocio, y de acuerdo a los valores ponderados la mejor ubicación es el distrito de San Martín de Porres con un puntaje de 5.55 como muestra la tabla anterior.

## **CAPÍTULO 4: ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO**

En los capítulos anteriores se ha determinado diversos aspectos que permitirán el inicio del negocio, ahora es necesario saber si con todo lo establecido, reflejándolo monetariamente, se podrá recibir una contribución económica por el dinero invertido, en otras palabras, si el negocio planteado será viable económica como financieramente.

### **4.1 Inversión fija**

A continuación, se presenta la composición de la inversión fija (inversión intangible + inversión tangible) que sería la inversión pre-operativa para el inicio de las actividades del negocio, el cual asciende en S/. 28,871.78.

#### **4.1.1 Inversión intangible**

Para esta inversión se tomará en cuenta aquellos bienes que no se pueden identificar de forma física como la constitución de la empresa, permisos municipales, licencias, certificados, etc.

La inversión intangible para **FAST PRODUCTS E.I.R.L.** se encuentra conformado por la inversión de estudio de mercado, constitución y alquiler, los cuales suman un total de S/ 3,540.20

*Tabla 23*  
Inversión Intangible

<b>INTANGIBLES</b>				<b>S/. 3,540.20</b>
Comprobantes de pago (Factura, Boleta, Guía de remisión)	S/. 450.00	1	millar	S/. 450.00
Solicitud de registro Indecopi	S/. 539.00	1	unidad	S/. 539.00
Búsqueda fonética	S/. 30.99	1	unidad	S/. 30.99
Búsqueda figurativa	S/. 38.46	1	unidad	S/. 38.46
Separación de nombre comercial	S/. 18.00	1	documento	S/. 18.00
Licencia de funcionamiento SMP	S/. 300.00	1	unidad	S/. 300.00
Defensa Civil S;MP	S/. 180.00	1	documento	S/. 180.00
Diseño de página web	S/. 600.00	1	unidad	S/. 600.00
Elaboración Estatuto	S/. 309.75	1	documento	S/. 309.75
Escritura Pública - Notaría - Inscripción registros públicos	S/. 550.00	1	documento	S/. 550.00
Copia Literal de partida electrónica	S/. 24.00	1	documento	S/. 24.00
Diseño y registro de base de datos	S/. 500.00	1	documento	S/. 500.00

#### **4.1.2 Inversión tangible**

Para esta inversión se tomará en cuenta aquellos bienes que se pueden identificar de forma física como la maquinaria y equipo, mobiliario, útiles de oficina, etc.

La inversión tangible para **FAST PRODUCTS E.I.R.L.** se encuentra conformado por la inversión de maquinaria y equipo, mobiliario, ropa para el servicio fotográfico, decoración, uniforme del personal, seguridad,



accesorios complementarios y artículos de oficina, los cuales suman un total de S/ 9,355.00.

Tabla 24  
Inversión tangible

<b>TANGIBLES</b>					<b>S/. 8,355.00</b>
<b>Maquinaria y/o Equipos</b>					<b>S/. 4,875.00</b>
Computadora de Escritorio Core I7 8va Generación	S/. 4,000.00	1	Unidad	S/. 4,000.00	
Impresora Epson L765	S/. 875.00	1	Unidad	S/. 875.00	
<b>Muebles y enseres</b>					<b>S/. 3,070.00</b>
Anaqueles para almacén de productos	S/. 250.00	3	Unidad	S/. 750.00	
Sillas giratorias	S/. 150.00	2	Unidad	S/. 300.00	
Escritorio Gerencia	S/. 450.00	1	Unidad	S/. 450.00	
Mesa de trabajo vendedores	S/. 650.00	1	Unidad	S/. 650.00	
Sillas para vendedores	S/. 120.00	3	Unidad	S/. 360.00	
Muebles para recepción	S/. 180.00	2	Unidad	S/. 360.00	
Ventilador	S/. 100.00	2	Unidad	S/. 200.00	
<b>Otros</b>					<b>S/. 410.00</b>
Extintor	S/. 130.00	1	Unidad	S/. 130.00	
Útiles de oficina varios	S/. 200.00	1	Unidad	S/. 200.00	
Botiquín	S/. 80.00	1	Unidad	S/. 80.00	

## 4.2 Capital de trabajo

Para el capital de trabajo se considerará todos los recursos que serán necesarios para iniciar las actividades del negocio.

El capital de trabajo para **FAST PRODUCTS E.I.R.L.** se encuentra conformado por insumos directos e indirectos, mano de obra directa e indirecta, beneficios, sociales, gastos de promoción y venta, gastos administrativos e imprevistos, los cuales suman un total de S/. 58,871.78.

Tabla 25  
Capital de Trabajo

<b>II. CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>S/. 45,976.58</b>
Gastos Administrativos	S/. 3,705.00
Mano de obra	S/. 14,400.00
Mercadería	S/. 27,871.58

#### 4.3 Inversión total

Considerando todo lo presentado, la inversión total para el inicio de operaciones el primer año para **FAST PRODUCTS E.I.R.L.** es de S/. 58,871.78 de los cuales la inversión fija es de S/. 28,871.78 mientras que el capital de trabajo asciende a S/. 30,000.00, a continuación, se presenta el resumen de la inversión requerida:

Tabla 26  
Inversión total

FUENTE	DESTINO			
	INVERSION FIJA	CAPITAL DE TRABAJO	TOTAL	%
APORTE PROPIO	S/. 10,000.00	S/. 30,000.00	S/. 40,000.00	68%
PRESTAMO	S/. 18,871.78		S/. 18,871.78	32%
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 28,871.78</b>	<b>S/. 30,000.00</b>	<b>S/. 58,871.78</b>	<b>100%</b>

#### 4.4 Estructura de la inversión y financiamiento

Considerando la inversión inicial total y los aportes de los socios, para el inicio de operaciones será necesario solicitar un préstamo. Tomando en cuenta lo mencionado la estructura de inversión y financiamiento de **FAST PRODUCTS E.I.R.L.** será de la siguiente manera:

*Tabla 27*  
Estructura de Inversión y Financiamiento

S/.	%
Financiamiento Propio	68.0%
Financiamiento Externo	32.0%
Inversión Total	100.0%

#### 4.5 Fuentes financieras

El préstamo se realizará en el Banco Scotiabank con una tasa de financiamiento del 14% y los requisitos son:

- Pre-aprobación online (formulario en línea)
- Préstamo hasta S/ 150,00.00 sin aval
- Tiempo para el pago del préstamo hasta de hasta 60 meses
- Diferentes canales para el pago de cuotas (Banca por Internet, Red de Tiendas de Interbank, horarios de 09:00 am hasta 09:00 pm en supermercados Plaza Vea y Vivanda, además de realizar el pago por débito automático siendo los requisitos:
  - Tener como máximo 72 años de edad.
  - Presentar original y copia simple de tu documento de identidad, sustento de ingreso y tener buen comportamiento en el sistema financiero.

- Si eres casado(a), es necesario presentar también todos los documentos de tu cónyuge.
- Tener como mínimo 21 años de edad y percibir ingresos netos mínimos de S/. 1,000 en Lima y provincia.
- Con ingreso fijo: última boleta de pago y con ingreso variable: tres últimas boletas de pago.

#### **4.6 Condiciones de crédito**

A continuación, se presenta las condiciones del crédito por los S/. 18,871.78:

Tabla 28

Condiciones del financiamiento

	S/.	%
Inversión total	0.00	100%
Capital propio	0.00	48%
Financiado	S/. 18871.78	52%
Tasa Efectiva Anual	14.00%	
Tasa Efectiva Mensual	1.098%	
Nº de cuotas	24	
Valor de cada cuota	S/. 898.75	
Desgravamen	0.066	

Fuente: Elaboración propia, en base al simulador producto.

Préstamo efectivo - SCOTIABANK

Tabla 29

Servicio de la deuda

Mes	Saldo Inicial	Amortización	Intereses	Cuota	Saldo Final
1	18872	691.56	207.19	911.20	18180
2	18180	699.15	199.60	911.20	17481
3	17481	706.83	191.92	911.20	16774
4	16774	714.59	184.16	911.20	16060
5	16060	722.43	176.32	911.20	15337
6	15337	730.36	168.39	911.20	14607
7	14607	738.38	160.37	911.20	13868
8	13868	746.49	152.26	911.20	13122
9	13122	754.68	144.06	911.20	12367
10	12367	762.97	135.78	911.20	11604
11	11604	771.35	127.40	911.20	10833
12	10833	779.81	118.93	911.20	10053
13	10053	788.37	110.37	911.20	9265
14	9265	797.03	101.72	911.20	8468
15	8468	805.78	92.97	911.20	7662
16	7662	814.63	84.12	911.20	6847
17	6847	823.57	75.18	911.20	6024
18	6024	832.61	66.13	911.20	5191
19	5191	841.75	56.99	911.20	4349
20	4349	851.00	47.75	911.20	3498
21	3498	860.34	38.41	911.20	2638
22	2638	869.78	28.96	911.20	1768
23	1768	879.33	19.41	911.20	889
24	889	888.99	9.76	911.20	0

## **CAPÍTULO 5: ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS**

En el presente capítulo, se desarrollará el plan financiero en el cual se conocerá los gastos para el negocio como los ingresos que se obtendrán, esta información será de suma importancia porque permitirá conocer si el negocio será rentable o no.

### **5.1 Presupuestos de los costos y gastos**

En este punto se estimará el costo para la venta de los productos, los cuales están integrados por los insumos directos e indirectos, mano de obra directa e indirecta, depreciación y amortización, además se tomará en cuenta los gastos administrativos, gastos de venta y promoción como los gastos financieros.

Tabla 30  
Gastos Indirectos mensual

RUBRO	VALOR UNITARIO	CANT.	UNID.	COSTO TOTAL
<b>Gastos Administrativos</b>				<b>741.00</b>
Alquiler	300.00	1	Unidad	300.00
Gastos de agua	40.00	1	Unidad	40.00
Gastos de Energía Eléctrica	150.00	1	Unidad	150.00
Teléfono internet	87.00	1	Unidad	87.00
Luces de emergencia	99.00	1	Unidad	99.00
Artículos de limpieza y varios	65.00	1	Unidad	65.00
<b>Gastos de venta</b>				<b>150.00</b>
Promoción y publicidad	150.00	1	Millar	150.00
<b>TOTAL COSTOS</b>				<b>891.00</b>

Tabla 31  
Gastos operativos y de ventas mensual

CONCEPTO	
<b>GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>S/. 139,923.79</b>
<b>A.- COSTOS DIRECTOS</b>	<b>S/. 101,451.79</b>
I. MATERIALES USADOS	S/. 66,891.79
Mercadería	S/. 66,891.79
II. MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 34,560.00
Sueldos	S/. 34,560.00
<b>B.- COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>S/. 38,472.00</b>
I. SERVICIOS	S/. 7,752.00
Alquiler	S/. 3,600.00
Agua	S/. 480.00
Energía Eléctrica	S/. 1,440.00
Celulares	S/. 1,044.00
Mantenimiento de Local	S/. 1,188.00
II. MANO DE OBRA INDIRECTA	S/. 30,720.00
Sueldos	S/. 30,720.00
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>S/.1,620.00</b>
<b>A.- GASTOS DE VENTAS</b>	<b>S/. 1,200.00</b>
Promoción y publicidad	S/. 1,200.00
<b>B.- DEPRECIACIÓN</b>	<b>S/. 420.03</b>
Depreciación	S/. 420.03

Tabla 32  
Planilla de sueldos

<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>						
DESCRIPCION	CANTIDAD	SUELDO MES	TOTAL DESCUENTO	NETO A PAGAR	SIS	TOTAL GASTO
Vendedor 1	1	S/. 930.00	S/. 0.00	S/. 930.00	S/. 30.00	S/. 960.00
Vendedor 2	1	S/. 930.00	S/. 0.00	S/. 930.00	S/. 30.00	S/. 960.00
Transportista/Cobrador	1	S/. 930.00	S/. 0.00	S/. 930.00	S/. 30.00	S/. 960.00
<b>TOTAL PLANILLA</b>	<b>1</b>	<b>S/. 2,790.00</b>	<b>S/. 0.00</b>	<b>S/. 2,790.00</b>	<b>S/. 90.00</b>	<b>S/. 2,880.00</b>
<b>APORTES A PAGAR</b>	%					

<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>						
DESCRIPCION	CANTIDAD	SUELDO MES	TOTAL DESCUENTO	NETO A PAGAR	SIS	TOTAL GASTO
Gerente	1	S/. 1,200.00	S/. 0.00	S/. 1,200.00	S/. 30.00	S/. 1,230.00
Asistente de Gerencia	1	S/. 1,000.00	S/. 0.00	S/. 1,000.00	S/. 30.00	S/. 1,030.00
Contador externo	1	S/. 300.00	S/. 0.00	S/. 300.00		S/. 300.00
<b>TOTAL PLANILLA</b>	<b>1</b>	<b>S/. 2,500.00</b>	<b>S/. 0.00</b>	<b>S/. 2,500.00</b>	<b>S/. 60.00</b>	<b>S/. 2,560.00</b>
<b>APORTES A PAGAR</b>	%					

Para la depreciación hay que tomar en cuenta que el cargo anual es igual para todos los años de la vida del activo, que al sumarla sería la depreciación anual, pero la acumulada es diferente, por tal motivo, hay que mencionar que todos los activos tienen una vida útil mayor a 5 años por lo que la depreciación anual es la misma, pero por ejemplo, para los equipos en el sexto año la depreciación anual sería de S/. 420 anual



Tabla 33  
Tabla de depreciación

CANT	UNID	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	TOTAL	TASA DE DEPRECIACION	VIDA UTIL (MESES)	DEPRECIACION MES
		<b>Maquinaria y Equipos</b>					<b>S/. 25.39</b>
1	Und.	Computadora de Escritorio Core I7 8va Generación	S/. 4,000.00	S/. 4,000.00	25%	48	S/. 20.83
1	Und.	Impresora Epson L765	S/. 875.00	S/. 875.00	25%	48	S/. 4.56
		<b>Muebles y enseres</b>					<b>S/. 6.61</b>
3	Und.	Anaqueles para almacén de productos	S/. 250.00	S/. 750.00	10%	120	S/. 0.63
2	Und.	Sillas giratorias	S/. 3,000.00	S/. 6,000.00	10%	120	S/. 5.00
1	Und.	Escritorio Gerencia	S/. 40.00	S/. 40.00	10%	120	S/. 0.03
1	Und.	Mesa de trabajo vendedores	S/. 500.00	S/. 500.00	10%	120	S/. 0.42
3	Und.	Sillas para vendedores	S/. 180.00	S/. 540.00	10%	120	S/. 0.45
2	Und.	Muebles para recepción	S/. 50.00	S/. 100.00	10%	120	S/. 0.08
2	Und.	Ventilador	S/. 2.00	S/. 4.00	10%	120	S/. 0.00
		<b>Otros</b>					<b>S/. 3.00</b>
2	Und.	Extintor	180	S/. 360.00	10%	120	S/. 3.00
		<b>DEPRECIACION MENSUAL</b>					<b>S/. 35.00</b>

## 5.2 Punto de equilibrio

En este punto se determina la cantidad de bienes y/o servicios que se deben vender en unidades y soles para poder cubrir los costos fijos totales, en este punto no se obtendrá ni ganancias ni pérdidas.

En el primer año el punto de equilibrio es de 683 unidades de productos al mes, siendo el equivalente en soles S/. 11,905.32 para cubrir los costos y gastos. El calculo anual sería de 8196 unidades en productos y el monto en soles de S/.142,863.84 para el primer año.

Ahora se presentará el punto de equilibrio en cantidades y soles:

Tabla 34  
Punto de Equilibrio

Línea de Comercialización	PTO. EQUILIBRIO General (Mensual)	% Partic. En el Mercado	Precio Venta	Costo Variable Unitario	Margen	Margen Ponderado	PUNTO DE EQUILIBRIO por Producto(Unid)	PUNTO DE EQUILIBRIO S/.(Mensual)
Kit Higiene Dental	683	48.1%	20.00	6.48	13.52	6.50	329	S/. 6,571.01
Guantes	683	5.0%	13.00	10.50	2.50	0.13	34	S/. 443.99
Mascarillas	683	4.0%	7.50	4.50	3.00	0.12	27	S/. 204.92
Protectores Faciales	683	3.0%	9.84	4.84	5.00	0.15	20	S/. 201.64
Gasas	683	4.0%	7.00	5.00	2.00	0.08	27	S/. 191.26
Pastas Profilaxicas	683	5.0%	13.50	7.00	6.50	0.33	34	S/. 461.06
Yesos Y Aginatos	683	5.0%	6.50	2.00	4.50	0.23	34	S/. 221.99
Aplicadores de Adhesivos	683	4.0%	7.50	2.50	5.00	0.20	27	S/. 204.92
Irrigador dental	683	5.0%	19.50	13.50	6.00	0.30	34	S/. 665.98
Campos	683	5.0%	10.00	5.00	5.00	0.25	34	S/. 341.53
Canulas de succión	683	4.0%	8.50	4.00	4.50	0.18	27	S/. 232.24
Escobillas profilácticas	683	5.0%	53.00	40.50	12.50	0.62	34	S/. 1,792.00
Frasco de Flúor	683	3.0%	18.50	12.00	6.50	0.19	20	S/. 372.78
		<b>100%</b>				<b>9.27</b>	<b>683</b>	<b>S/. 11,905.32</b>

### 5.3 Estado de ganancias y pérdidas

Por medio del reporte financiero, Estado de Ganancias y Pérdidas, se conocerá la rentabilidad de la empresa proyectada para los próximos 5 años, considerando los ingresos, costos y gastos para poder determinar si se genera utilidades o pérdidas.

Tabla 35  
Estado de Ganancias y Pérdidas

CONCEPTO/AÑO	%				
	1	2	3	4	5
<b>A. INGRESOS</b>	S/. 142,863.79	S/. 157,150.17	S/. 172,865.19	S/. 190,151.70	S/. 209,166.87
<b>B. COSTOS</b>	<b>S/. 108,462.79</b>	<b>S/. 110,632.05</b>	<b>S/. 114,504.17</b>	<b>S/. 120,229.38</b>	<b>S/. 129,246.58</b>
Mano de obra directa	S/. 34,560.00	S/. 35,251.20	S/. 36,484.99	S/. 38,309.24	S/. 41,182.43
Existencias	S/. 66,891.79	S/. 68,229.63	S/. 70,617.66	S/. 74,148.55	S/. 79,709.69
Costos Indirectos	S/. 7,011.00	S/. 7,151.22	S/. 7,401.51	S/. 7,771.59	S/. 8,354.46
<b>C. UTILIDAD BRUTA</b>	<b>S/. 34,401.00</b>	<b>S/. 35,089.02</b>	<b>S/. 36,317.14</b>	<b>S/. 38,132.99</b>	<b>S/. 40,992.97</b>
Costo de Ventas	S/. 1,200.00	S/. 1,224.00	S/. 1,266.84	S/. 1,330.18	S/. 1,429.95
<b>D. UTILIDAD DE OPERACIÓN</b>	<b>S/. 33,201.00</b>	<b>S/. 33,865.02</b>	<b>S/. 35,050.30</b>	<b>S/. 36,802.81</b>	<b>S/. 39,563.02</b>
Gastos Financieros	S/. 10,784.97	S/. 10,784.97	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Depreciación equipo	S/. 420.03	S/. 428.43	S/. 443.42	S/. 465.59	S/. 500.51
<b>E. UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>S/. 30,814.59</b>	<b>S/. 22,651.62</b>	<b>S/. 34,606.87</b>	<b>S/. 36,337.22</b>	<b>S/. 39,062.51</b>
Impuesto a la Renta	S/. 9,090.30	S/. 6,682.23	S/. 10,209.03	S/. 10,719.48	S/. 11,523.44
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>S/. 21,724.29</b>	<b>S/. 15,969.39</b>	<b>S/. 24,397.85</b>	<b>S/. 25,617.74</b>	<b>S/. 27,539.07</b>

De acuerdo a los resultados presentados, podemos observar que la empresa está generando utilidad todos los años y que estos van en aumento año tras año, en términos generales la empresa presenta un crecimiento económico constante, permitiendo que este sea rentable y viable.

## 5.4 Presupuesto de ingresos

En este punto se determinará los ingresos que se obtendrá por la venta de los diferentes productos que se manejará en **FAST PRODUCTS E.I.R.L.**, los cuales serán proyectos en 5 años.

Tabla 36  
Presupuesto de ingresos soles

PRODUCTO	1	2	3	4	5
TOTAL	S/. 142,863.79	S/. 145,721.07	S/. 150,821.30	S/. 158,362.37	S/. 170,239.55
Kit Higiene Dental	S/. 78,852.15	S/. 80,429.20	S/. 83,244.22	S/. 87,406.43	S/. 93,961.91
Guantes	S/. 5,327.85	S/. 5,434.41	S/. 5,624.61	S/. 5,905.84	S/. 6,348.78
Mascarillas	S/. 2,459.01	S/. 2,508.19	S/. 2,595.97	S/. 2,725.77	S/. 2,930.21
Protectores Faciales	S/. 2,419.66	S/. 2,468.06	S/. 2,554.44	S/. 2,682.16	S/. 2,883.32
Gasas	S/. 2,295.07	S/. 2,340.97	S/. 2,422.91	S/. 2,544.05	S/. 2,734.86
Pastas Profilaxicas	S/. 5,532.77	S/. 5,643.42	S/. 5,840.94	S/. 6,132.99	S/. 6,592.96
Yesos Y Alginatos	S/. 2,663.92	S/. 2,717.20	S/. 2,812.30	S/. 2,952.92	S/. 3,174.39
Aplicadores de Adhesivos	S/. 2,459.01	S/. 2,508.19	S/. 2,595.97	S/. 2,725.77	S/. 2,930.21
Irrigador dental	S/. 7,991.77	S/. 8,151.61	S/. 8,436.91	S/. 8,858.76	S/. 9,523.17
Campos	S/. 4,098.34	S/. 4,180.31	S/. 4,326.62	S/. 4,542.95	S/. 4,883.68
Canulas de succión	S/. 2,786.87	S/. 2,842.61	S/. 2,942.10	S/. 3,089.21	S/. 3,320.90
Escobillas profilácticas	S/. 21,504.01	S/. 21,934.10	S/. 22,701.79	S/. 23,836.88	S/. 25,624.64
Frasco de Flúor	S/. 4,473.34	S/. 4,562.81	S/. 4,722.51	S/. 4,958.63	S/. 5,330.53

## 5.5 Presupuesto de egresos

Este se encuentra conformado por los costos y gastos que serán necesarios para la producción y ventas de los diversos productos, los cuales incluyen los insumos directos e indirectos, mano de obra directa e indirecta como los gastos de promoción y ventas, gastos administrativos y gastos financieros.

Tabla 37  
Presupuesto de Egresos (soles)

CONCEPTO	2%		3.50%		7.50%	
	1	2	3	4	5	
<b>GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>S/. 139,923.79</b>	<b>S/. 142,722.27</b>	<b>S/. 147,717.54</b>	<b>S/. 155,103.42</b>	<b>S/. 166,736.18</b>	
A.- COSTOS DIRECTOS	S/. 101,451.79	S/. 103,480.83	S/. 107,102.65	S/. 112,457.79	S/. 120,892.12	
I. MATERIALES USADOS	S/. 66,891.79	S/. 68,229.63	S/. 70,617.66	S/. 74,148.55	S/. 79,709.69	
Mercadería	S/. 66,891.79	S/. 68,229.63	S/. 70,617.66	S/. 74,148.55	S/. 79,709.69	
II. MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 34,560.00	S/. 35,251.20	S/. 36,484.99	S/. 38,309.24	S/. 41,182.43	
Sueldos	S/. 34,560.00	S/. 35,251.20	S/. 36,484.99	S/. 38,309.24	S/. 41,182.43	
		S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	
B.- COSTOS INDIRECTOS	S/. 38,472.00	S/. 39,241.44	S/. 40,614.89	S/. 42,645.63	S/. 45,844.06	
I. SERVICIOS	S/. 7,752.00	S/. 7,907.04	S/. 8,183.79	S/. 8,592.98	S/. 9,237.45	
Alquiler	S/. 3,600.00	S/. 3,672.00	S/. 3,800.52	S/. 3,990.55	S/. 4,289.84	
Agua	S/. 480.00	S/. 489.60	S/. 506.74	S/. 532.07	S/. 571.98	
Energía Eléctrica	S/. 1,440.00	S/. 1,468.80	S/. 1,520.21	S/. 1,596.22	S/. 1,715.93	
Celulares	S/. 1,044.00	S/. 1,064.88	S/. 1,102.15	S/. 1,157.26	S/. 1,244.05	
Mantenimiento de Local	S/. 1,188.00	S/. 1,211.76	S/. 1,254.17	S/. 1,316.88	S/. 1,415.65	
II. MANO DE OBRA INDIRECTA	S/. 30,720.00	S/. 31,334.40	S/. 32,431.10	S/. 34,052.66	S/. 36,606.61	
Sueldos	S/. 30,720.00	S/. 31,334.40	S/. 32,431.10	S/. 34,052.66	S/. 36,606.61	
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>S/. 1,620.03</b>	<b>S/. 1,624.43</b>	<b>S/. 1,710.26</b>	<b>S/. 1,795.77</b>	<b>S/. 1,930.46</b>	
A.- GASTOS DE VENTAS	S/. 1,200.00	S/. 1,224.00	S/. 1,266.84	S/. 1,330.18	S/. 1,429.95	
Promoción y publicidad	S/. 1,200.00	S/. 1,224.00	S/. 1,266.84	S/. 1,330.18	S/. 1,429.95	
B.- Depreciación	S/. 420.03	S/. 428.43	S/. 443.42	S/. 465.59	S/. 500.51	
Depreciación	S/. 420.03	S/. 428.43	S/. 443.42	S/. 465.59	S/. 500.51	

## 5.6 Flujo de Caja proyectado

Para poder conocer la liquidez de la empresa se procederá a presentar tres tipos de flujo operativo, económico y financiero, para estos informes se tomará en cuenta toda la información desarrollada en puntos anteriores.

- Flujo de caja operativo: efectivo recibido o expendido como resultado de las actividades económicas de la empresa.
- Flujo de caja económico: efectivo recibido o expendido considerando los gastos en inversión de capital que beneficiarán el negocio a futuro. Tomar en cuenta que el último año hay un aumento de capital ya que se recupera la inversión inicial.
- Flujo de caja financiero: efectivo recibido o expendido como resultado de actividades financieras (préstamo

Tabla 38  
Flujo de Caja Económico

CONCEPTO	AÑOS	2% 3.50% 5% 7.50%				
		1	2	3	4	5
<b>INGRESOS</b>		S/. 142,864	S/. 145,721	S/. 150,821	S/. 158,362	S/. 170,240
<b>COSTOS</b>	<b>S/. 58,871.78</b>	S/. 110,083	S/. 112,284	S/. 116,214	S/. 122,025	S/. 131,177
<b>Inversión</b>	<b>S/. 58,871.78</b>					
<b>Costos de Producción (1)</b>		S/. 108,463	S/. 110,632	S/. 114,504	S/. 120,229	S/. 129,247
<b>Gastos de Ventas</b>		S/. 1,200	S/. 1,224	S/. 1,267	S/. 1,330	S/. 1,430
<b>Gastos Administrativos (2)</b>		S/. 420	S/. 428	S/. 443	S/. 466	S/. 501
<b>FLUJO ECONÓMICO</b>	<b>-S/. 58,871.78</b>	<b>S/. 32,780.97</b>	<b>S/. 33,436.59</b>	<b>S/. 34,606.87</b>	<b>S/. 36,337.22</b>	<b>S/. 39,062.51</b>

Tabla 39  
Flujo de Caja Financiero

CONCEPTO	AÑOS	2% 3.50% 5% 7.50%				
		1	2	3	4	5
<b>Préstamo</b>	<b>S/. 18,871.78</b>					
<b>Amortización</b>		S/. 8,819	S/. 10,053			
<b>Intereses</b>		S/. 1,966	S/. 732			
<b>Desgravamen</b>		S/. 149	S/. 149			
<b>FLUJO FINANCIERO</b>	<b>-S/. 40,000.00</b>	<b>S/. 21,996.00</b>	<b>S/. 22,651.62</b>	<b>S/. 34,606.87</b>	<b>S/. 36,337.22</b>	<b>S/. 39,062.51</b>

## 5.7 Balance general

Por medio de este estado financiero se conocerá los activos, pasivos y patrimonio de la empresa en un periodo determinado. Se presenta el Balance General de la empresa.

Tabla 40  
Balance General al 30 Agosto 2018

ACTIVO		PASIVO	
<b>Activo Corriente</b>		<b>Pasivo Corriente</b>	
Caja y Bancos	S/. 33,081.37		
activo fijo	S/. 12,895.20	<b>Pasivo No Corriente</b>	
<b>Activo No Corriente</b>		<b>Deuda a Plazo</b>	S/. 18,871.78
Inv. Tangibles	S/. 9,355.00		
Inv. Intangibles	S/. 3,540.20	Patrimonio	S/. 40,000.00
	<b>58,871.78</b>		<b>S/. 58,871.78</b>



## CAPÍTULO 6: EVALUACIÓN ECONÓMICA

### 6.1 Evaluación económica, parámetros de medición

*Tabla 41*  
Período de recuperación económica

VANE	66,942.95
TIRE	50%
B/C	1.41

El proyecto es viable económicamente se obtuvo un TIRE de 50%

### 6.2 Evaluación financiera, parámetros de medición

*Tabla 42*  
Resultados financieros

VANF	114,654.22
TIRF	61%
B/C	1.31

Se demuestra que el plan de negocios es viable financieramente al obtenerse un TIRF de 61%

### 6.3 Definición de la tasa WACC

Tabla 43  
Tasa wacc

	VALOR	PARTICIPACION	COSTO	PROMEDIO PONDERADO	
<b>DEUDA</b>	S/. 18,871.78	34%	13%	4.28%	
<b>PATRIMONIO</b>	S/. 40,000.00	66%	10%	6.60%	
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 58,871.78</b>	<b>100%</b>		<b>10.88%</b>	<b>WACC</b>

### 6.4 Evaluación social

La evaluación social tiene por objeto medir el valor del proyecto para la economía local, regional y/o nacional de manera que se puedan obtener elementos de juicio para ver si se lleva o no a cabo el proyecto. Además de la rentabilidad se debe tomar en cuenta que aporta a la sociedad generando una cultura de salud oral.

Los indicadores a tomar en cuenta son:

**Generación de Empleo:** El proyecto genera dos puestos de trabajo directos, es decir son los que trabajan en forma estable.

**Pago de impuestos.** Con lo que el estado a través de su recaudación puede realizar el gasto fiscal.

**Dinamismo económico:** la zona de influencia tendrá un mayor movimiento comercial generando así nuevos mercados.

## **6.5 Impacto ambiental**

### **Diagnóstico ambiental – Situación actual**

En el diagnóstico de impacto ambiental se tomará en cuenta los aspectos sociales, medioambiental y culturales de la población o clientes que están en el ámbito de injerencia de la empresa.

Nuestra empresa será una comercializadora de productos no tradicionales completamente envasados y embalados listos para su distribución y este giro de negocio no tiene ningún tipo de impacto negativo en el ambiente, por lo tanto, nuestro plan de negocios es viable desde el punto de vista ambiental no se incurrirá en modificar ni alterar la armonía ambiental de la zona de influencia.

## **CAPÍTULO 7: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **7.1 Conclusiones**

- 1.** El uso de nuestro KIT DE HIGIENE DENTAL, tendrá un impacto positivo en la población, ya que siendo usado por pacientes que inician un tratamiento dental, se podrá comprobar la importancia que tiene el hecho de mantener una Higiene bucal impecable, reduciéndose los costos en los pacientes de acudir solo al dentista cuando sienten dolor gastando así grandes sumas de dinero, las cuales nunca están previstas en su presupuesto familiar.
- 2.** Cambiarán sus hábitos de higiene bucal mejorando así su calidad de vida, teniendo no solo una salud bucal adecuada, sino también una presentación personal con una sonrisa saludable e impecable muy deseada, en la actualidad, ya que hoy en día la imagen personal es muy importante.
- 3.** Este prometedor negocio no solo busca obtener una rentabilidad para sus inversionistas, sino también busca mejorar la calidad de vida de los pacientes específicamente en su salud bucal y así mismo reducir los altos índices de enfermedades dentales.

**4.** El hecho de motivar a la población en general no solo de los distritos del cono norte, nos diferencia como una empresa innovadora que busca incentivar una cultura de salud bucal en la población enseñando que no sólo es suficiente tener en casa una pasta dental y un cepillo de dientes, sino que adoptar el hábito de higiene oral mediante del uso de dichos accesorios (portátiles) diariamente en el lugar en que se encuentre, es un reto para nuestra empresa el prevenir las enfermedades dentales y así evitar los molestos y dolores padecimientos dentales en la población.

## **7.2 Recomendaciones**

1. Es recomendable realizar estudios de mercado relacionados con las preferencias del consumidor a fin de darle o proporcionales productos que satisfagan sus necesidades y que logren una satisfacción con el cliente.
2. Se debe ampliar el mercado de clientes para poder tener más cobertura.
3. Conforme la empresa crezca se debe contratar más personal para poder cubrir otras áreas.
4. Es necesario que se cuente con asesoría especializada para ciertos casos.
5. Realizar campañas dentales gratuitas mediante alianzas estratégicas con clínicas dentales y así dar a conocer el Kit de higiene dental (básico).

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Actualidad Empresarial (2018). *Pasos para registrar a una empresa en el REMYPE*. Recuperado de <http://www.aempresarial.com/web/informativo.php?id=21015>
- Administration, U. F. (2015). *Requisitos de gráficos y formatos de etiquetado*. Recuperado de <http://www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/GuidanceDocumentsRegulatoryInformation/LabelingNutrition/ucm247928.htm>
- APEIM (2018). *Nivel Socio económico en Lima Metropolitana por grupos de distritos 2018*. Recuperado de <http://dashboard.apeim.com.pe/Webdash3.aspx>
- Comercio y aduanas (2017). *Responsabilidades incoterm FOB*. Recuperado de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms/incoterm/210-responsabilidadesfob-incoterm>
- Contabilidad Puntual (2016). *¿Qué es el capital de trabajo?* Recuperado de <https://contapuntual.wordpress.com/2012/02/08/que-es-el-capital-de-trabajo/>
- DEPERU (2017). *Los Regímenes Tributarios de la SUNAT*. Recuperado de

<http://www.deperu.com/contabilidad/los-regimenes-tributarios-de-la-sunat-4834>

Deperu. (2017). *Régimen de Exportación Definitiva*. Recuperado de <http://www.deperu.com/abc/exportacion/4324/regimen-de-exportacion-definitiva>

Diario La República (2018). *Perú creció 2,5% el 2017 y es por debajo de lo esperado*. Recuperado de <https://larepublica.pe/economia/1197538-peru-crecio-25-el-2017-y-es-por-debajo-de-lo-esperado>

DIGESA (2018). *Habilitación Sanitaria*. Recuperado de <http://www.digesa.minsa.gob.pe/DHAZ/habilitacion.asp>

EAE Business School (2017). *Máster en Negocios Internacionales*. Recuperado de <http://retosdirectivos.eae.es/en-que-consiste-el-analisis-pestel-de-entornos-empresariales/>

Economiasimple (2016). *Definición de Activo intangible*. Recuperado de <http://www.economiasimple.net/glosario/activo-intangible>

Economipedia (2016). *Activos Tangibles*. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/activo-tangible.html>

EUROPEAN COMMISSION (2015). *Reglamento (UE) no 1169/2011: información alimentaria facilitada al consumidor*. Recuperado de <http://eur-lex.europa.eu/legalcontent/ES/TXT/?uri=URISERV:co0019>

García, A., Castillo, J., Carranza, L., y Masco, M. (2008). *Decreto legislativo que aprueba la ley de promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente*. Recuperado de <http://blog.pucp.edu.pe/blog/agustinacastillo/2016/10/09/regimen->



[laboral-especial-de-la-micro-y-pequena-empresa-apuntes-iniciales-a-proposito-de-las-modificaciones-introducidas-por-la-ley-no-30056-y-la-aprobacion-del-t-u-o-de-la-ley-mipyme-mediante-decre-2/](#)

ICEX (2014). *Perfiles de los principales grupos de distribución agroalimentaria en Alemania*. Dusseldorf: Instituto Español de Comercio Exterior.

INDECOPI (2016). *Registro de Marca y Otros Signos*. Recuperado de <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>

INDECOPI (2018). *Búsqueda de antecedentes fonéticos*. Recuperado de <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/busqueda-de-antecedentesfoneticos>

INEI (2018). *CIUU REV 4 - Clasificación Industrial Internacional Uniforme*. Recuperado de <https://proyectos.inei.gob.pe/CIUU/>

Internacional, F. M. (2012). *World Economic Outlook Database*. Recuperado de <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2012/01/weodata/weorept.asp>  
[x](#)

Kotler, A., y Amstrong, L. (2003). *Marketing*. México: Editorial Mc Graw Hill.

Lambin, J. (2009). *Dirección de Marketing*. D.F., México: Editorial McGraw Hill/Interamericana Editores, S.A.

LatinFarms (2016). *LatinFarms*. Recuperado de <http://www.latinfarmsfood.com/arandanos/>

Legiscomex.com (2013). *Sistema de inteligência comercial*. Recuperado de <https://www.legiscomex.com/>

Marco, E. (2009). *Guía de Acondicionamiento y Embalaje*. Lima, Perú:  
Serpost, El Correo del Perú.

McCarthy, J. (1990). *Basic Marketing. A Managerial Approach*. EEUU:  
Journal Management.

Mincetur (2010). *Aprueban Reglamento de Restaurantes DECRETO SUPREMO N° 0252004-MINCETUR*. Recuperado de  
[https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/funciones\\_y\\_normatividad/normatividad/prestadores\\_servicios\\_turisticos/REGLRESTAURANT\\_2004.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/funciones_y_normatividad/normatividad/prestadores_servicios_turisticos/REGLRESTAURANT_2004.pdf)

Ministerio de Agricultura y Riego (2016). *El arandono en el Perú y el mundo*. Lima, Perú: Editorial MINCETUR.

Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación (2017). *Países bajos*.  
Recuperado de  
[http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/paisesbajos\\_ficha%20pais.pdf](http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/paisesbajos_ficha%20pais.pdf)

Ministerio de Salud (2005). *Norma sanitaria para el funcionamiento de restaurantes y servicios afines Resolución Ministerial N° 363-2005/MINSA*. Recuperado de  
[http://www.munives.gob.pe/WebSite/informeta20/NORMA%20SANITARIA%20PARA%20EL%20FUNCIONAMIENTO%20DE%20RESTAURANTES%20Y%20SERVICIOS%20AFINES%20%20RESOLUCION%20MINISTERIAL%20363-2005%20MINSAfunc\\_restaurantes.pdf](http://www.munives.gob.pe/WebSite/informeta20/NORMA%20SANITARIA%20PARA%20EL%20FUNCIONAMIENTO%20DE%20RESTAURANTES%20Y%20SERVICIOS%20AFINES%20%20RESOLUCION%20MINISTERIAL%20363-2005%20MINSAfunc_restaurantes.pdf)

MINSA (2016). *Salud Bucal*. Recuperado de

[https://www.minsa.gob.pe/portalweb/06prevencion/prevencion\\_2.asp?sub5=](https://www.minsa.gob.pe/portalweb/06prevencion/prevencion_2.asp?sub5=)

13

Mintzberg, H. (1989). *Mintzberg on Management*. New York: The Free Press.

Municipalidad de San Martín de Porres (2018). *Licencia de funcionamiento*.

Recuperado de

<http://www.mdsmp.gob.pe/gestion.php?sec=16&id=173&gid=44&anio>

=0

Municipalidad Provincial del Callao (2016). *Licencia de*

*Funcionamiento*. Recuperado de

<http://www.municallao.gob.pe/index.php/licencia-defuncionamiento>

Municipalidad Provincial del Callao (2017). *Licencia de Funcionamiento*.

Recuperado de <http://www.municallao.gob.pe/pdf/licencia-de->

[funcionamiento/informacion-para-obtener-licencia-de-](http://www.municallao.gob.pe/pdf/licencia-de-)

[funcionamiento.pdf](http://www.municallao.gob.pe/pdf/licencia-de-)

NACIONES UNIDAS (2009). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU)*. Nueva York, EE.UU.:

Comercio Europeo

Oficina Económica y Comercial de España en Berlín (2015). *Alemania Guía*

*de País*. Berlín: Oficina Económica y Comercial de España en Berlín.

Parreño, J., Ruiz, E., y Cassado, A. (2013). *Dirección comercial: Los*

*instrumentos del*. Madrid, España: Editorial Club Universitario.

Portal Destino Negocio (2018). *Régimen laboral especial*. Recuperado de

<https://destinonegocio.com/pe/emprendimiento-pe/bajo-que-regimen-laboral-debocontratar-a-trabajadores/>

Portalemprendedor.pe. (2018). *EIRL: Características y beneficios*.

Recuperado de <https://emprendedor.pe/primera-empresa/caracteristicas-empresa-individual-deresponsabilidad-limitada-eirl/>

Portal Objetivo Bienestar (2014). *Qué llevar en tu kit de higiene dental*.

Recuperado de: [http://www.objetivobienestar.com/que-llevar-en-tu-kit-de-higienedental\\_2227\\_102.html](http://www.objetivobienestar.com/que-llevar-en-tu-kit-de-higienedental_2227_102.html)

*Portbooker* (2012). *Guía Náutica*. Recuperado de

<http://www.portbooker.com/es/puertos/estados-unidos>

Rebiazul (2017). *Pallets & Drums*. Recuperado de

<https://www.rebiazul.com/wpcontent/uploads/2016/09/FICHA-PALET-EUROPEO-RECICLADO-6393.pdf>

RPP (2012). *Situación de aseo dental en niños peruanos*. Recuperado de

<https://vital.rpp.pe/expertos/mas-del-95-por-ciento-de-ninos-peruanos-tienen-cariesnoticia-539249>

RPP (2018). *Los cuatro lineamientos de gobierno anunciados por Martín*

*Vizcarra*. Recuperado de [https://rpp.pe/politica/gobierno/los-cuatro-](https://rpp.pe/politica/gobierno/los-cuatro-lineamientos-degobierno-anunciados-por-martin-vizcarra-noticia-1112407)

[lineamientos-degobierno-anunciados-por-martin-vizcarra-noticia-1112407](https://rpp.pe/politica/gobierno/los-cuatro-lineamientos-degobierno-anunciados-por-martin-vizcarra-noticia-1112407)

RPP NOTICIAS (2015). *¿Sabías que obtener tu RUC como persona jurídica*

*es gratis?* Recuperado de <http://rpp.pe/lima/actualidad/sabias-que-obtener-turuc-como-persona-juridica-es-gratis-noticia-919058>

SANTANDER (2017). *SANTANDER*. Recuperado de

<https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/aranceles-e-impuestoslocales#result>

Santander (2017). *Santander Trade*. Recuperado de

<https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/paises-bajos/politica-yeconomia>

SANTANDER TRADE PORTAL (2017). *Países bajos: empaques y normas*.

Recuperado de

<https://es.portal.santandertrade.com/gestionarembarques/paises-bajos/empaques-y-nomas>

SIICEX (2016). *Balanza comercial del Perú*. Lima, Perú: SIICEX

Departamento de Asuntos Económicos y Sociales (2009). *Clasificación*

*Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU)*. Nueva York, Estados Unidos: Naciones Unidas.

SUNARP (2018). *Cómo realizar la reserva de nombre de tu empresa en 24 horas*. Recuperado de

<https://www.sunarp.gob.pe/PRENSA/inicio/post/2018/06/25/como-realizar-lareserva-de-nombre-de-tu-empresa-en-24-horas>

Sunarp (2018). *Constituye tu empresa en seis pasos*. Recuperado de

<https://www.sunarp.gob.pe/PRENSA/inicio/post/2018/08/03/constituye-tu-empresaen-seis-pasos>

SUNAT (2016). Concepto del Régimen Especial. Recuperado de

<http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/impuesto-a-la-renta-empresas/regimen-especial-del-impuesto-a-la-renta-empresas>

SUNAT (2016). Concepto del Régimen Especial. Recuperado de

<http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/impuesto-a-la-renta-empresas/regimen-especial-del-impuesto-a-la-renta-empresas>

SUNAT (2016). *Exporta fácil*. Recuperado de

<http://www.sunat.gob.pe/exportaFacil/pasos/paso1.pdf>

Sunat (2017). Exportación definitiva. Recuperado de

<http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/exportacion/exportac/procGeneral/despa-pg.02.htm>

SUNAT (2018). Régimen Mype Tributario. Recuperado de

<http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/regimenmypetributario/6825-01-personas-comprendidas>

SUNAT (2018). Régimen laboral de la micro y pequeña empresa.

Recuperado de

<http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html>

Team, L. R. (2016). Avalara LandedCost. Recuperado de

<https://www.avalara.com/hscodes/iv/21/06/90/taiwan/>

Wenberger, K. (2009). *Plan de negocios, Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. Perú: Mediacorp Perú.