



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

**CENTRO DE ENTRETENIMIENTO PARA GAMERS
EN SURQUILLO - 2020**



**PRESENTADO POR
SUSAN VANESSA FLORES GARCIA**

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

**LIMA – PERÚ
2020**



CC BY-NC

Reconocimiento – No comercial

El autor permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, y aunque en las nuevas creaciones deban reconocerse la autoría y no puedan ser utilizadas de manera comercial, no tienen que estar bajo una licencia con los mismos términos.

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



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTIN DE PORRES

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

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
CENTRO DE ENTRETENIMIENTO PARA
GAMERS
EN SURQUILLO - 2020**

PRESENTADO POR:

Bachiller: SUSAN VANESSA FLORES GARCIA

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

LIMA – PERÚ

2020

ÍNDICE

1.	RESUMEN EJECUTIVO.....	7
2.	ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES.....	9
2.1.	Nombre o razón social	9
2.2.	Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU)	12
2.3.	Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial	13
2.4.	Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha.....	14
2.5.	Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características laborales.	14
2.6.	Estructura Orgánica.....	16
2.7.	Cuadro de asignación de personal	17
2.8.	Forma Jurídica Empresarial	18
2.9.	Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI	19
2.10.	Requisitos y Trámites Municipales.....	20
2.11.	Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades	21
2.12.	Registro de Planillas Electrónica (PLAME).....	23
2.13.	Régimen Laboral Especial y General Laboral	24
2.14.	Modalidades de Contratos Laborales.....	25
2.15.	Contratos Comerciales y Responsabilidad Civil de los Accionistas	26
3.	ESTUDIO DE MERCADO	29
3.1.	Descripción del Entorno del Mercado.....	29
3.2.	Análisis FODA	40
3.3.	Descripción del bien o del servicio.....	41
3.4.	Estudio de la demanda.....	44
3.5.	Estudio de la oferta	56
3.6.	Determinación de la demanda insatisfecha.....	58
3.7.	Proyecciones y provisiones para comercializar.....	59
3.8.	Descripción de la política comercial.....	60
4.	ESTUDIO TÉCNICO	64
4.1.	Tamaño del negocio, Factores determinantes.....	64
4.2.	Proceso y Tecnología.....	65
4.2.1.	Descripción y diagrama de los procesos	65
4.2.2.	Capacidad instalada y operativa	67
4.2.3.	Cuadro de requerimientos de bienes de capital, personal e insumos.....	68
4.2.4.	Infraestructura y características físicas.....	69

4.3. Localización del negocio, Factores determinantes	70
5. ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO	76
5.1. Tamaño Inversión Fija	76
5.1.1. Inversión Tangible	76
5.1.2. Inversión Intangible.....	77
5.2. Capital de Trabajo	78
5.3. Inversión Total.....	79
5.4. Estructura de la inversión y financiamiento.....	79
5.5. Fuentes Financieras.....	80
5.6. Condiciones de Crédito	80
6. ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS	83
6.1. Presupuesto de los costos.....	83
6.2. Punto de equilibrio.....	85
6.3. Estado de ganancias y perdidas	88
6.4. Presupuesto de ingresos	89
6.5. Presupuesto de egresos	89
6.6. Flujo de Caja proyectado.....	92
6.7. Balance general.....	93
7. EVALUACIÓN	94
7.1. Evaluación Económica, Parámetros de Medición	94
7.2. Evaluación Financiera, Parámetros de Medición	96
7.3. Evaluación Social	96
7.4. Impacto Ambiental.....	97
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	98
8.1. Conclusiones.....	98
8.2. Recomendaciones	99
9. BIBLIOGRAFÍA.....	100
10. ANEXOS	102

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Búsqueda del nombre de la empresa.....	10
Figura 2. Resultado de la búsqueda del nombre de la empresa.....	10
Figura 3. Solicitud para reservar el nombre de la empresa	11
Figura 4. Pago para reservar el nombre de la empresa	12
Figura 5. Ubicación de la empresa	13
Figura 6. Estructura organizacional.....	16
Figura 7. Logo de la empresa	19
Figura 8. Crecimiento del consumo de videojuegos	32
Figura 9. Ingresos y gastos según NSE 2019 - Lima Metropolitana	38
Figura 10. Mapa de posicionamiento.....	39
Figura 11. Servicios del <i>Lan Center</i> – grupo 1	42
Figura 12. Servicios del <i>Lan Center</i> – grupo 2	43
Figura 13. Campeonatos y eventos.....	44
Figura 14. Rango de edad de la encuesta	49
Figura 15. Frecuencia de videojuegos online de la encuesta.....	50
Figura 16. Rango de edad de la encuesta	50
Figura 17. Horas de juego a la semana de la encuesta	51
Figura 18. Tipos de videojuegos que practican de la encuesta.....	52
Figura 19. Gustos de un <i>Lan Center</i> de la encuesta	53
Figura 20. Productos para videojuegos de la encuesta.....	53
Figura 21. Precio por alquilar una hora de juego de la encuesta.....	54
Figura 22. Probabilidad de jugar en Surquillo de la encuesta.....	55
Figura 23. Público objetivo de la encuesta.....	56
Figura 24: Diagrama de proceso	66
Figura 25: Productos a comercializar	69
Figura 26: Factores de localización	71
Figura 27: Ubicación geográfica de <i>Lan Center Millennials</i>	75
Figura 28: Punto de Equilibrio.....	87

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cuadro de asignación de personal.....	18
Tabla 2. Costos de Licencias	21
Tabla 3. Régimen tributario.....	22
Tabla 4. Cuadro comparativo de beneficios laborales	24
Tabla 5: Principales factores según el análisis PEST Ámbito Principales factores.....	31
Tabla 6. Barrera de entrada de Potenciales Participantes	33
Tabla 7. Productos Sustitutos	34
Tabla 8. Amenaza por los productos sustitutos	34
Tabla 9. Poder de negociación de proveedores	35
Tabla 10. Poder de negociación de los compradores.....	36
Tabla 11. FODA	40
Tabla 12. Estudio de la Demanda	45
Tabla 13. Lima metropolitana 2019: Población y hogares según distritos (En miles de personas)	47
Tabla 14. Lima Metropolitana 2019: Población según Generación (En miles de personas)	47
Tabla 15. Hogares y población por sexo y segmentos de edad según nivel socioeconómico	48
Tabla 16. Participantes por género.	48
Tabla 17: Comparación de competencias	57
Tabla 18. Demanda Insatisfecha.....	59
Tabla 19: Comparación de competencias	60
Tabla 20: Política Comercial	60
Tabla 21: Capacidad instalada	67
Figura 22: Bienes de Capital	68
Tabla 23: Personal de la empresa	69
Tabla 24: Distritos cercanos	71
Tabla 25: Método Brown y Gibson.....	72
Tabla 26: Factores Objetivos	72
Tabla 27: Factores Subjetivos.....	73
Tabla 28: Comparación de Factores Seguridad	73
Tabla 29: Comparación de Factores Accesibilidad	73
Tabla 30: Comparación de Factores Céntrico.....	74
Tabla 31: Combinación de factores críticos	74
Tabla 32: Activos Tangibles	77

Tabla 33: Gastos legales, municipales y por servicios.....	78
Tabla 34: Capital de Trabajo.....	78
Tabla 35: Inversión Total	79
Tabla 36: Estructura de la inversión y financiamiento	79
Tabla 37: Cuadro comparativo de entidades financieras.....	80
Tabla 38: Condiciones del crédito BCP	80
Tabla 39: Cronograma de Pagos.....	81
Tabla 40: Presupuestos por Servicios.....	83
Tabla 41: Presupuestos de Costos Fijos.....	83
Tabla 42: Presupuesto por equipos.....	84
Tabla 43: Presupuesto por mobiliario	84
Tabla 44: Depreciación Constante Anual	85
Tabla 45: Cálculo del Costo Total Mensual	85
Tabla 46: Cálculo Precio – Cantidad	86
Tabla 47: Punto de Equilibrio – Unidades por Mes	86
Tabla 48: Estado de ganancias y pérdidas.....	88
Tabla 49: Costos Fijos	89
Tabla 50: Costos Fijos	89
Tabla 51: Tabla de Depreciación	90
Tabla 52: Costos Fijos	91
Tabla 53: Gasto Financiero.....	91
Tabla 54: Gasto Administrativo	91
Tabla 55: Flujo de Caja.....	92
Tabla 56: Balance General.....	93
Tabla 57: COK	94
Tabla 58: WACC.....	95
Tabla 59: Cálculo del VANE.....	95
Tabla 60: Calculo del VAN Financiero.....	96

1. RESUMEN EJECUTIVO

El plan de negocio consiste en la puesta en marcha de un *Lan Center*, que en otras palabras se refiere a un centro de deportes electrónicos. Este centro de entretenimiento está enfocado principalmente en los videojuegos en línea por computadora y en fomentar la competencia, trabajo en equipo y habilidades blandas de los jugadores que consuman. Los centros de entretenimiento para los deportistas de juegos electrónicos más conocidos como *Lan Centers* es un espacio en donde los deportistas podrán acceder a los videojuegos con implementos de alta tecnología que les permita competir con otros deportistas a nivel mundial en las mismas condiciones y al mismo tiempo ofreciéndoles comodidad y un servicio de calidad. Los deportistas se sentirán más cómodos porque no solo se satisfarán con los videojuegos, sino también con lo mobiliario (sillas *gamer*, pantallas más grandes, *pads*, áreas separadas y ambientadas).

El nombre del negocio es *Lan Center Millennials*, el cual está constituido únicamente por mi persona, ya que cuento con los recursos económicos y medios de financiamiento para afrontar el costo del valor inicial que se detallará más adelante. La importancia del plan de negocio es su enfoque en maximizar la experiencia de juego único al deportista a través de la comodidad física que este requiere en su espacio de juego, así mismo fomentar la interacción entre los mismos deportistas o comunidades de deportistas que se congregarán en el *Lan Center* a través de eventos y competencias que serán organizadas periódicamente.

El público objetivo al cual va enfocado el *Lan Center* son los jugadores de niveles socioeconómicos A y B entre 8 y 35 años de edad que estén interesados en la competencia de videojuegos en línea.

Para la obtención de estos datos se desarrollarán múltiples estudios a lo largo del proyecto que serán detallados en los próximos capítulos. Se realizará estudio cuantitativo, que se iniciará un estudio base de la población que vive

en el distrito perteneciente a Surquillo, para determinar el público objetivo con respecto de la población en general de Lima.

A partir de ello y de una evaluación económica el *Lan Center* se identifica como una propuesta atractiva debido a su rentabilidad en la proyección de evaluación propuesto de 3 años. Para la puesta en marcha del negocio se necesita una inversión de \$ 20,000 dólares o su equivalente En soles que será financiada en un 50% con un préstamo bancario y el resto con aporte de capital propio. Cabe resaltar que la idea de negocio es muy atractiva para cualquier inversionista que desee apostar por los *Lan Center* en Lima metropolitana.

2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1. Nombre o razón social

Razón Social

La razón social de la empresa es *Lan Center Millennials E.I.R.L.*

Trámite y Reserva de Nombre

Para el registro de la razón social, es necesario verificar si el nombre tentativo, está siendo utilizado por otra entidad, una vez verificado que el nombre se encuentre disponible se debe seguir los siguientes pasos:

Buscar el índice de nombres en SUNARP

Solicitar la inscripción

Reservar el nombre

Datos adicionales:

Precio de Búsqueda: S/ 00.00 Soles

Reserva de Nombre: S/ 20.00 Soles

Duración : 30 días calendarios

A continuación se adjuntan fotos de las pantallas en el cual se observa que el nombre de la empresa está disponible en SUNARP, para poder reservar el nombre comercial.

1. Primero busco el nombre de la empresa.

Figura 1. Búsqueda del nombre de la empresa



Fuente: Sunarp

2. Segundo esperamos el resultado de la búsqueda, se observa que el nombre está disponible.

Figura 2. Resultado de la búsqueda del nombre de la empresa



Fuente: Sunarp

- Tercero se llenan los datos para solicitar la reserva del nombre de la razón social.

Figura 3. Solicitud para reservar el nombre de la empresa

The screenshot shows the Sunarp website interface for the 'Reserva de Preferencia Registral' process. The page title is 'SOLICITUDES >> Solicitud de Inscripción >> Reserva de Preferencia Registral' and it is 'Paso 1 de 3'. The main heading is 'RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA PARA (seleccionar el que corresponda)'. There are two radio buttons: 'Constitución' (selected) and 'Modificación de Estatuto'. Below this is the section 'DENOMINACIÓN o RAZÓN SOCIAL cuya reserva solicita', with instructions: 'Sólo se admite hasta 250 caracteres en Razón Social o Denominación y 100 caracteres para la Denominación Abreviada'. There are two radio buttons: 'Denominación' (selected) and 'Razón Social'. The form has two columns of input fields. The first column is for the full name, with the first field containing 'LAN CENTER MILLENNIALS'. The second column is for the abbreviated name, with the first field containing 'EIRL'. Below this is the 'TIPO DE PERSONA JURÍDICA' section with a dropdown menu set to 'EMPRESAS INDIVIDUALES DE RESPONSABILIDAD LIMITADA'. The 'DOMICILIO DE LA PERSONA JURÍDICA' section has dropdown menus for 'Departamento' and 'Provincia', both set to 'LIMA'. There are 'Cancelar' and 'Continuar' buttons. At the bottom, there are three lines of asterisked notes: '* Los datos son obligatorios.', 'Estimado solicitante, UD. podrá llenar desde 01 hasta 05 denominaciones o razones sociales.', and 'Sólo se concederá la reserva de una de ellas, en orden excluyente, y sólo si resulta procedente de la calificación registral.'

Fuente: Sunarp

4. Cuarto se procede a realizar el pago de S/ 20.00 soles.

Figura 4. Pago para reservar el nombre de la empresa

Fuente: Sunarp

2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU)

La clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIU 4), es la clasificación de actividades económicas comparables internacional, fue elaborado por la ONU.

De acuerdo con el rubro del negocio, *Lan Center Millennials E.I.R.L.* se encontraría en la siguiente clasificación:

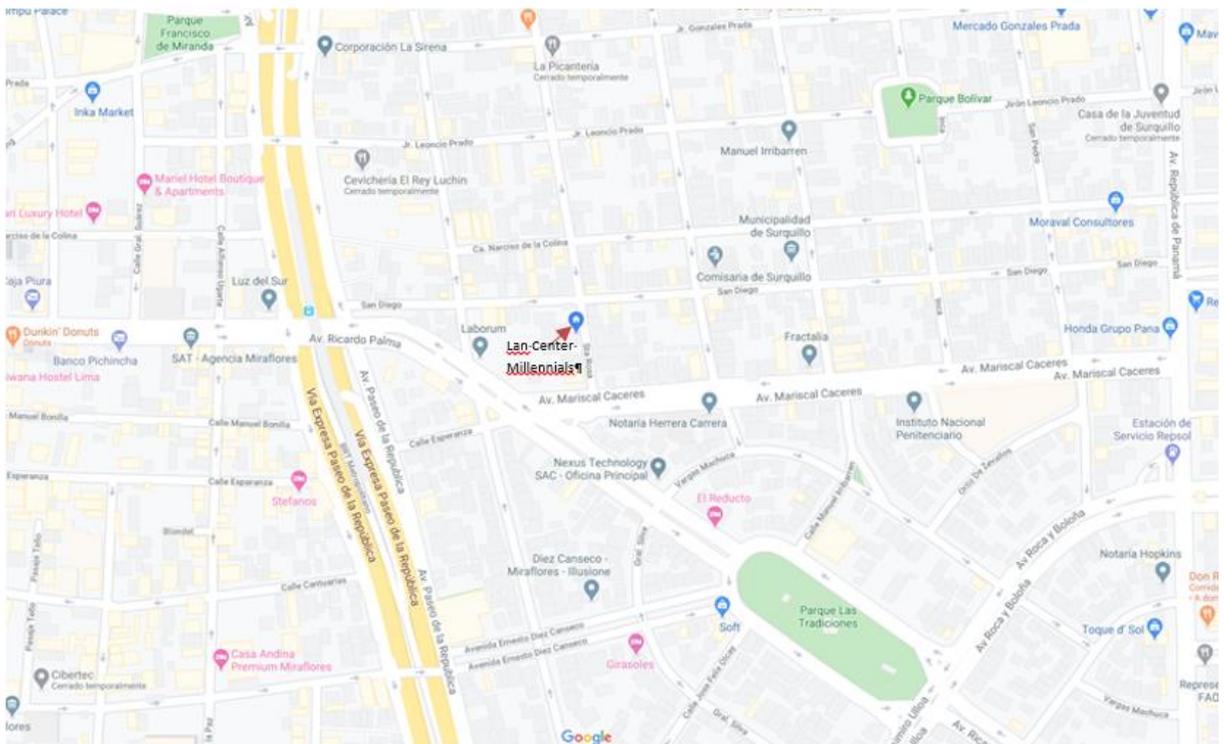
6209: Otros servicios informáticos y de tecnologías de la información.

2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

La empresa *Lan Center Millennials* E.I.R.L. estará ubicado en el distrito de Surquillo, Provincia y Departamento de Lima, se elige este distrito porque la ubicación céntrica del distrito es ideal porque limita con el distrito de gran poder adquisitivo como Miraflores, del cual los residentes de los distritos optan por la comodidad de las máquinas y de las sillas ergonómicas de gama alta y media; y nuestra atención está enfocada en satisfacer la necesidad de esta población.

Ya escogido el establecimiento, se debe solicitar los permisos municipales y de funcionamiento.

Figura 5. Ubicación de la empresa



Fuente: Google Maps

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

El objetivo principal de *Lan Center Millennials* E.I.R.L., es ser el principal local de entretenimiento de videojuegos online en Surquillo.

La empresa logrará ser el *Lan Center* más conocido del distrito en dos años porque se realizarán torneos de diversos juegos online para pc, brindando a los clientes competitividad, y así mismo mejorar su nivel en los videojuegos.

Además el servicio ofrecido creará una nueva categoría a las tradicionales cabinas de internet y se diferencia en conectividad, comodidad y experiencia de uso de PC, específicamente a nivel competitivo.

2.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características laborales.

- Una Micro y Pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona jurídica o natural, bajo cualquier forma de organización, que tiene como objeto cualquier actividad comercial lícita; puede desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes y servicios.

El Estado otorga varios beneficios a las microempresas y pequeñas empresas, brindándoles facilidades para su creación y formalización, dando políticas que impulsan el emprendimiento y la mejora de estas organizaciones empresariales.

Beneficios para el proyecto *Lan Center Millennials* EIRL:

- Pueden constituirse como personas jurídicas (empresas), vía internet a través del Portal de Servicios al Ciudadano y Empresas.

- Pueden asociarse para tener un mayor acceso al mercado privado y a las compras estatales.
- Gozan de facilidades del Estado para participar eventos feriales y exposiciones regionales, nacionales e internacionales.
- Cuentan con un mecanismo ágil y sencillo para realizar sus exportaciones denominado Exporta Fácil, a cargo de la SUNAT.
- Pueden participar en las contrataciones y adquisiciones del Estado

Requisitos:

- 1) RUC vigente.
- 2) Tener el Usuario y Clave SOL.
- 3) Tener como mínimo un trabajador, en el caso de la empresa son dos trabajadores.
- 4) No pertenecer al rubro de bares, discotecas, casinos y juegos de azar. El rubro al cual pertenece la empresa es de Cabinas de Internet.

La empresa por ser tipo de persona jurídica EIRL se ubica en la siguiente categoría empresarial, establecida en función de los niveles de ventas anuales proyectados:

- **Microempresa:** Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT.

Ley N° 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, cuya vigencia ha sido prorrogada durante 3 años en virtud de la ley N° 30056, Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial.

Texto Único Ordenado aprobado mediante Decreto Supremo N° 007-2008TR, vigente desde el 01 de Octubre del 2008.

2.6. Estructura Orgánica

a. Misión

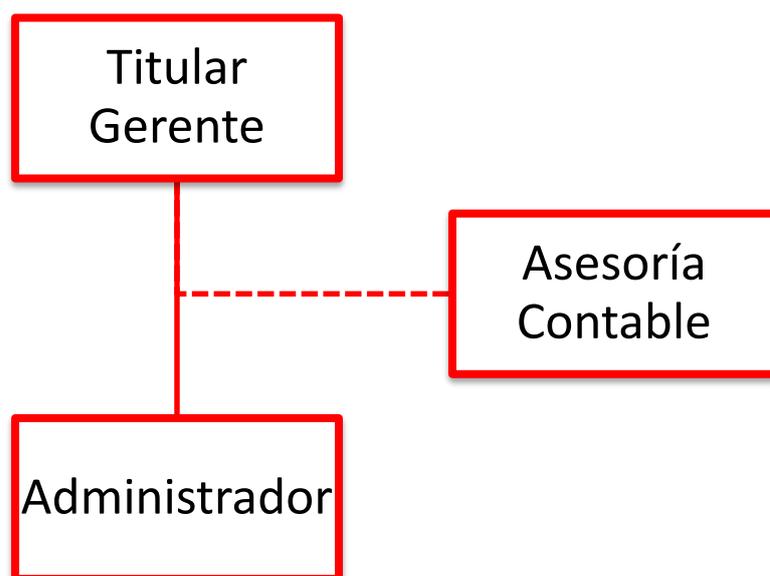
Somos un *Lan Center* que ofrece diversión y entretenimiento para los jugadores de videojuegos online mediante la prestación de un servicio de calidad, con tecnología de alta gama en un ambiente confortable.

b. Visión

Para el 2022 buscamos ser el *Lan Center* más grande del distrito de Surquillo, y ser reconocidos por realizar torneos de diversos juegos online para pc, brindando a los clientes competitividad, y así mismo mejorar su nivel en los juegos.

Lan Center Millennials, por ser una empresa nueva y de un solo local no requiere tantos empleados, es por tal motivo que se opta por trabajar con un organigrama funcional que permitirá identificar las principales actividades del negocio

Figura 6. Estructura organizacional



Fuente: Elaboración propia

Funciones

Titular Gerente:

- Supervisar y Controlar las actividades comerciales.
- Planificar estrategias comerciales y logísticas.
- Organizar y administrar correctamente los recursos de la empresa.
- Control y regulación de los procesos estratégicos que previamente fueron planificados.
- Encargado de las compras y pagos de servicios.
- Buscar nuevos clientes por medio de los medios de comunicación.

Administrador:

- Brindar la debida atención a los clientes.
- Encargado de caja para la debida cobranza.
- Mantener el local correctamente limpio y en orden.
- Técnico en computación e informática.

La asesoría contable es externa, debido a que la empresa sólo va a recurrir a este servicio para servicios esporádicos.

2.7. Cuadro de asignación de personal

Lan Center Millennials EIRL, por ser una empresa nueva en el mercado y encontrarse bajo el régimen laboral especial, se manejará el siguiente cuadro de asignación de personal y también teniendo en cuenta que las labores de la atención serán compartidas.

Tabla 1. Cuadro de asignación de personal

CARGO	CANTIDAD	REMUNERACION MENSUAL BRUTA	REMUNERACION ANUAL BRUTA
TITULAR GERENTE	1	S/.3,000.00	S/.39,000.00
ADMINISTRADOR	1	S/.1,400.00	S/.18,200.00
ASESOR CONTABLE	1	S/.100.00	-

Fuente: Elaboración propia

2.8. Forma Jurídica Empresarial

La empresa será constituida como Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.).

Características de una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada:

- Constituida por un titular (Dueño Único).
- El patrimonio de esta empresa es distinto al patrimonio de su Titular
- Se constituye para el desarrollo de actividades económicas de cualquier tipo, sin ningún tipo de restricción.
- Esta empresa es ideal para aquellas personas que no deseen tener socios.
- El capital de esta empresa deberá estar íntegramente suscrito y pagado al momento de constituirse la misma.
- El capital de la empresa está constituido por los bienes que aporta mediante una declaración jurada de la lista de bienes detalla, o también se puede aportar dinero en efectivo, dicho dinero se acredita mediante una declaración jurada.
- La responsabilidad de la empresa está limitada a su patrimonio. El titular o dueño de la empresa no responde personalmente por las obligaciones de la empresa.
- Las acciones legales contra las infracciones del gerente prescriben a los dos años a partir de la comisión del acto que les dio lugar.

2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

Estos son los pasos para el registro de la marca, de acuerdo con INDECOPI:

- Consignar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
- Señalar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú (incluyendo referencias, de ser el caso).
- Indicar cuál es el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros).
- Si el signo es mixto, figurativo o tridimensional se deberá adjuntar su reproducción (tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores si se desea proteger los colores), se sugiere enviar una copia fiel del mismo logotipo al correo electrónico: logos-dsd@indecopi.gob.pe, (Formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles).
- Consignar la(s) actividad(es) económica(s) que se desea(n) distinguir con el signo solicitado, así como

Se adjunta la marca ante INDECOPI.

Figura 7. Logo de la empresa



Fuente: Elaboración propia

2.10. Requisitos y Trámites Municipales

La empresa *Lan Center Millennials* iniciará operaciones como una Mype, por lo tanto y de acuerdo con el tamaño del establecimiento, la municipalidad de Surquillo establece los siguientes requisitos:

ESTABLECIMIENTOS DE HASTA 100.00M2 Y CAPACIDAD DE ALMACENAMIENTO NO MAYOR AL 30% DEL ÁREA DEL LOCAL

1. Formulario – solicitud de Licencia de Funcionamiento, con carácter de Declaración Jurada.
2. Vigencia de poder en caso se trate de persona jurídica o ente colectivo. Si es persona natural representada se requerirá carta poder con firma legalizada.
3. Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad (la inspección técnica se realizará luego de ser aprobada la licencia).
4. Pago por derecho de trámite como MYPE.
5. Ficha RUC

REQUISITOS ADICIONALES

1. Copia simple del título profesional en caso de servicios relacionados con la salud
2. Copia de la autorización sectorial (Ministerios u otros) respectiva en el caso de actividades que conforme a ley requieran de manera previa al otorgamiento de la licencia de funcionamiento.

ESTRUCTURA DE COSTOS Y PLAZO PARA OBTENER LAS LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

El plazo para la obtención de la licencia de funcionamiento es de 15 días hábiles.

Tabla 2. Costos de Licencias

COSTO DE LICENCIA	PRECIO
a. Licencia de Funcionamiento de 0.01 a 100 mt2	S/.226.20
b. Licencia de Funcionamiento de 100 a 500 mt2	S/.503.60
c. Licencia de Funcionamiento mayores de 500 mt2	S/.110.50

Fuente: Elaboración propia

* Discapacitados obtienen un descuento del 50%

* Mypes obtienen un descuento del 30%

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

De acuerdo con la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), el Registro único del Contribuyentes (RUC) es el registro que lleva la SUNAT y que contiene tu información como contribuyente: tu nombre o el nombre de tu empresa, domicilio fiscal, la actividad a la que te dedicas, números telefónicos, y otros datos.

El número de RUC es único, consta de 11 dígitos, es la forma de identificación como contribuyente y se debe utilizar en todo trámite que se realiza ante la SUNAT

Requisitos para la inscripción

- DNI original del representante legal de la Persona Jurídica.
- Original y copia de la Ficha o partida electrónica certificada emitida por los Registros Públicos (SUNARP), con una antigüedad no mayor a treinta (30) días calendario.
- Cualquier **documento privado o público** en el que conste la dirección que necesites declarar como domicilio fiscal

Tabla 3. Régimen tributario

	Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS)	Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER)	Régimen MYPE Tributario (RMT)	Régimen General (RG)
Persona Natural	Sí	Sí	Sí	Sí
Persona Jurídica	No	Sí	Sí	Sí
Límite de ingresos al año	Hasta S/ 96,000.00 anuales u S/ 8,000.00 mensuales	Hasta S/ 525,000.00 anuales	Ingresos netos que no superen las 1700 UIT en el ejercicio gravable (proyectado o del ejercicio anterior)	Sin límite
Límite de compras al año	Hasta S/ 96,000.00 anuales u S/ 8,000.00 mensuales	Hasta S/ 525,000.00 anuales	Sin límite	Sin límite
Comprobantes de pago que puede emitir	Boleta de venta y tickets que no dan derecho a crédito fiscal, gasto o costo	Factura, boleta y todos los demás permitidos	Factura, boleta y todos los demás permitidos	Factura, boleta y todos los demás permitidos
Declaración Jurada anual – Renta	No	No	Sí	Sí
Valor de activos fijos	S/ 70,000.00	S/ 126,000.00	Sin límite	Sin límite
Trabajadores	Sin límite	10 por turno	Sin límite	Sin límite

Fuente: Sunat

2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).

En el presente proyecto la planilla electrónica se gestionara a través de los medios informáticos desarrollados por la SUNAT, en el cual consignaremos la información de trabajadores, empleadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación – modalidad formativa laboral y otros (practicantes), personal de terceros y derechohabientes.

Asimismo utilizaremos los dos componentes de la planilla electrónica que son el registro de información laboral (T-Registro) y la planilla mensual de pagos (PLAME)

La Planilla Mensual de Pagos o PLAME, en la cual consignaremos la información mensual de los ingresos de los sujetos inscritos en el Registro de información laboral (T-Registro), así como también los prestadores de servicios que obtengan rentas de 4ta categoría, los descuentos, los días laborados y no laborados, horas ordinarias y sobretiempo del trabajador; también la información correspondiente a la base cálculo y la determinación de los conceptos tributarios y no tributarios cuya recaudación le haya sido encargada a la SUNAT.

Es preciso señalar que la versión vigente es la 3.7, aprobada mediante Resolución de Superintendencia N° 025-2020/SUNAT la cual es de uso obligatorio a partir del 01 de febrero de 2020 y debe utilizarse a partir del período Enero 2020 en adelante.

Asimismo, también deberán utilizar dicha versión aquellos que se encontraran omisos a la presentación de la PLAME y a la declaración de los conceptos del b) al m) y o) al s) del artículo 7 de la Resolución de Superintendencia N° 183-2011/SUNAT y normas modificatorias por los períodos tributarios de noviembre de 2011 a diciembre de 2019, o deseen rectificar la información correspondiente a dichos períodos.

2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral

El Régimen de Promoción y Formalización de las MYPES se aplica a todos los trabajadores sujetos al régimen laboral de la actividad privada, que presten servicios en las Micro y Pequeñas Empresas, así como a sus conductores y empleadores

En este proyecto se utilizará el régimen laboral especial, por ser una microempresa.

Tabla 4. Cuadro comparativo de beneficios laborales

Beneficios de los trabajadores	Régimen general o común	Microempresa	Pequeña empresa
Remuneración Mínima vital	Todos los trabajadores del régimen laboral de la actividad privada tienen derecho a percibir una remuneración mínima vital.		
Jornada máxima de trabajo	La jornada máxima de trabajo es de 8 horas diarias o de 48 horas a la semana como máximo. Si eres menor de edad, podrás trabajar siempre y cuando cuentes con la autorización del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo y las labores no afecten tu integridad física, ni psicológica y permitan continuar con tus estudios escolares.		
Derecho al refrigerio	Todo trabajador tiene derecho a 45 minutos de refrigerio como mínimo		
Descanso semanal obligatorio	Los trabajadores tienen derecho como mínimo a 24 horas consecutivas de descanso cada semana, otorgado preferentemente en día domingo. También tienen derecho a descanso remunerado en los días feriados.		
Licencia pre-natal y post natal	Toda trabajadora gestante tiene derecho a gozar de 49 días de descanso pre-natal y 49 días de descanso postnatal. Asimismo, después tienen derecho a una hora diaria de permiso para darle de lactar a su hijo, la cual se extiende hasta cuando el menor tenga un año.		
Licencia por paternidad	El trabajador tiene derecho a ausentarse del trabajo durante 10 días con ocasión del nacimiento de su hijo.		
Vacaciones truncas	Son vacaciones truncas aquellas que se dan cuando el trabajador ha cesado sin haber cumplido con el requisito de un año de servicios y el respectivo récord vacacional para generar derecho a vacaciones. En ese caso se le remunerará como vacaciones truncas tanto dozavo de la remuneración vacacional como meses efectivos haya laborado. Es preciso mencionar que para que se perciba este beneficio el trabajador debe acreditar por lo menos un mes de servicios a su empleador.		
Vacaciones	El trabajador tiene derecho a 30 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio. Estas pueden reducirse de 30 días	El trabajador tiene derecho a 15 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio.	El trabajador tiene derecho a 15 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio.

Fuente: Sunat

2.14. Modalidades de Contratos Laborales

El contrato laboral es el documento legal el cual es suscrito en dos partes, el empleador y el empleado, mediante el cual el empleado presta sus servicios a cambio de una retribución económica por parte del empleador.

El no firmar este documento, implica sanciones a la empresa por parte del órgano fiscalizador que es el Ministerio de Trabajo.

Modelos de Contratos:

- Contrato de trabajo a plazo indeterminado:

Es aquel contrato que tiene una fecha de inicio, pero no una fecha de culminación, es decir puede perdurar en el tiempo hasta que se produzca una causa justificada que amerite su culminación, puede celebrarse en forma verbal o escrita y no se exige su registro ante el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

- Contratos de trabajo a plazo determinado:

Es aquel contrato que tiene una fecha de inicio y una fecha de culminación, son concebidos por ello como contratos temporales, a plazo fijo o determinado, deben celebrarse necesariamente por escrito y obligatoriamente deben registrarse ante el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo dentro de los 15 días naturales de su celebración.

La legislación laboral reconoce 9 modalidades básicas de contratación:

1. Contrato por inicio de actividad.
2. Contrato por necesidad de mercado.
3. Contrato por reconversión empresarial.

4. Contrato ocasional
 5. Contrato de suplencia
 6. Contrato de emergencia
 7. Contrato de servicio específico
 8. Contrato intermitente
 9. Contrato de temporada
- Contrato de trabajo en régimen de tiempo parcial:

Es aquel contrato en el cual la jornada laboral semanal del trabajador sea dividida entre 6 o 5 días, según corresponda, y el resultado en promedio no sea menor de 4 horas diarias, debiendo celebrarse por escrito y obligatoriamente debe registrarse ante el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo dentro de los 15 días naturales de su celebración, los trabajadores sometidos a esta clase de contratación no tienen el derecho al pago de CTS y del derecho a la indemnización por despido arbitrario.

Tomando como premisa lo anterior, es necesario determinar en el presente proyecto de inversión privada la modalidad de contrato a utilizar, debido al *Lanzamiento* de esta nueva actividad laboral se considera a los **contratos por inicio de actividad** como la alternativa más viable para empezar a conocer a los nuevos colaboradores y según su desempeño exista la posibilidad de renovación con un contrato a plazo determinado superior a los 3 meses, asimismo en los casos de contratos que cumplan con 2 años se les pueda proponer al personal la nueva modalidad de contrato indefinido.

2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad Civil de los Accionistas

El proyecto *Lan Center Millennials* será constituido como Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.).

Una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.), se encuentra regulada en la ley de E.I.R.L. bajo el Decreto Ley 21621, *“Una persona jurídica de derecho privado, constituida por voluntad unipersonal, con patrimonio propio distinto al de su titular y que se constituye para el desarrollo exclusivo de actividades económicas de pequeña empresa”*.

Características:

Se trata de una empresa que es constituida por un solo individuo, esto quiere decir que no han intervenido otras personas como socios, es únicamente el empresario que da pie a la constitución de la EIRL.

Una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.) no se trata de una persona natural con responsabilidad limitada en el ejercicio de actividades económicas, sino que se trata de un ente con personería jurídica distinta al de su titular. La EIRL debe ser inscrita en los registros públicos, ya que solo su constitución unipersonal no basta para que se le otorgue la calidad de persona jurídica.

Existe distinción entre el patrimonio del titular y de la empresa, por lo cual esta distinción deja librado al titular de las obligaciones que contrajo la empresa en la ejecución de sus actividades económicas.

El derecho del titular sobre el capital de la empresa es considerado como un bien mueble incorporal, pero que no es de fácil transferibilidad. Este derecho puede ser transferido por acto inter vivos o mortis causa, por lo que su libre transferibilidad se ve limitada a tales actos. Con relación a esto, en caso de fallecimiento del titular se transferirá el derecho sobre el capital a su sucesor y en caso estos fueran varios se constituirá un régimen de copropiedad.

Es una empresa en la que el titular puede diferir del gerente. La gerencia puede estar conformada por una o más personas naturales, lo cual no implica que el propio titular pueda ser el gerente de la empresa. Cabe acotar aquí que el hecho de que la EIRL se caracterice por ser unipersonal, no implica que esta pueda

contar con personas adicionales que se encarguen de la administración y otras cuestiones.

Es creada para el desarrollo exclusivo de actividades económicas de Pequeña Empresa, en la actualidad se ha permitido un alcance mucho más extendido de sus actividades. De hecho, el haber consagrado el desarrollo exclusivo de actividades económico de Pequeña Empresa es una gran limitación a la actuación de las EIRL, lo cual ha generado que muchos empresarios no opten por constituir una EIRL y, más bien, prefieran asociarse con otros empresarios para constituir una sociedad.

Diferencias entre las sociedades y la EIRL

- Las sociedades se constituyen por una pluralidad de miembros, mientras que las EIRL se constituyen por la voluntad unipersonal de un individuo. En tal sentido, no admiten más socios que el titular de la empresa, pero sí admiten personas adicionales como trabajadores de la empresa.
- Las responsabilidades de una EIRL se tratan sólo de un individuo, mientras que en la sociedad son varios (o muchos) los individuos que podrán no responder por tales obligaciones.

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Descripción del Entorno del Mercado

En el presente capítulo, se va a desarrollar la descripción del entorno del mercado de la industria de los *Lan Center*, los ingresos en este rubro a nivel América Latina asciende a \$ 4,000 millones de dólares, según el diario Gestión (2017). Es por ello que es considerado como uno de los negocios más rentables en el mundo.

Considerando que la industria del entretenimiento mueve miles de millones de dólares en el mundo y de forma inconsciente porque las personas no se percatan de la gran cantidad de estímulos que reciben producto de la satisfacción que les genera la actividad realizada. El entretenimiento juega un rol en la vida cotidiana de las personas, por ejemplo, sitios para practicar deportes, los *Lan Centers*, cines o salas de espectáculos, paseos de compras y lugares de encuentro son algunos de los grandes protagonistas del paisaje urbano. En el cual se llega a considerar el entretenimiento como una de las consignas de la época para revitalizar las ciudades a través de las actividades complementarias al trabajo desde gastronomía, museos, teatros hasta espacios de juego y ocio en general en una zona urbana. Esta cercanía, además, contribuye a una conectividad menos conflictiva, ya que reduce traslados y consecuentemente contaminación ambiental. (Gabriela Koolen, 2017).

También se va a explicar el enfoque principal del análisis macro y micro entorno de la industria, con el fin de establecer la estrategia del negocio. Para ello, se usarán herramientas como el análisis PEST, el diamante de Porter y el análisis de las cinco fuerzas de Porter.

Macro Segmentación

Según el INEI, el primer trimestre del año 2019, el PBI registró un crecimiento de 2.3%, en el resultado de esta evolución favorable ha influenciado el consumo de las familias y el mejor desempeño de la inversión privada, lo cual ha registrado 39 trimestres de crecimiento ininterrumpido.

Las tensiones comerciales entre Estados Unidos y China, así como las restricciones financieras en las economías avanzadas afectaron el crecimiento de los principales socios comerciales repercutiendo en el precio y volumen de nuestros bienes de importación.

Por otro lado, La venta mundial de computadoras(ordenadores) aumentó 2.7% interanual en el 2019, el primer ejercicio que registró un crecimiento en ocho años, según datos de la consultora estadounidense IDC.

El informe apunta que el 2019 fue un año “excelente” para el segmento, que creció en tres de los cuatro trimestres del ejercicio y alcanzó 266.7 millones de unidades distribuidas

Análisis del macro – entorno

- **Análisis PEST**

Para clasificar los factores del macro entorno se utilizó la herramienta de análisis PEST, el cual permite examinar el impacto en la empresa de cada uno de esos factores y establecer la interrelación que existe entre ellos (Ayala & Arias, 2014). A continuación, se analizarán los factores más importantes del macro-entorno que afectan directamente al giro del negocio.

Tabla 5: Principales factores según el análisis PEST **Ámbito Principales factores**

Ámbito	Principales Factores
Político - Legal	Ley N° 28976 "Reglamentación para la Licencia de funcionamiento"
	Reglamentación de Defensa Civil para la seguridad de edificaciones.
	Reglamentación Mintra de horario de contratación laboral
	Reglamentación Norma A.070 Comercio para el cálculo del aforo y normas de saneamiento.
Económico	Crecimiento de 2.5% en el mes de octubre 2016 en la Economía peruana. Incremento del consumo de videojuegos en el Perú crece 40% al año.
Social - Demográfico	Crecimiento demográfico y gasto en entretenimiento
	Aumento del número de horas en jugar videojuegos online, 9% al año.
Tecnológico	Crecimiento del Sector Tecnológico en el Perú Crecimiento del uso de la tecnología por parte de los jóvenes

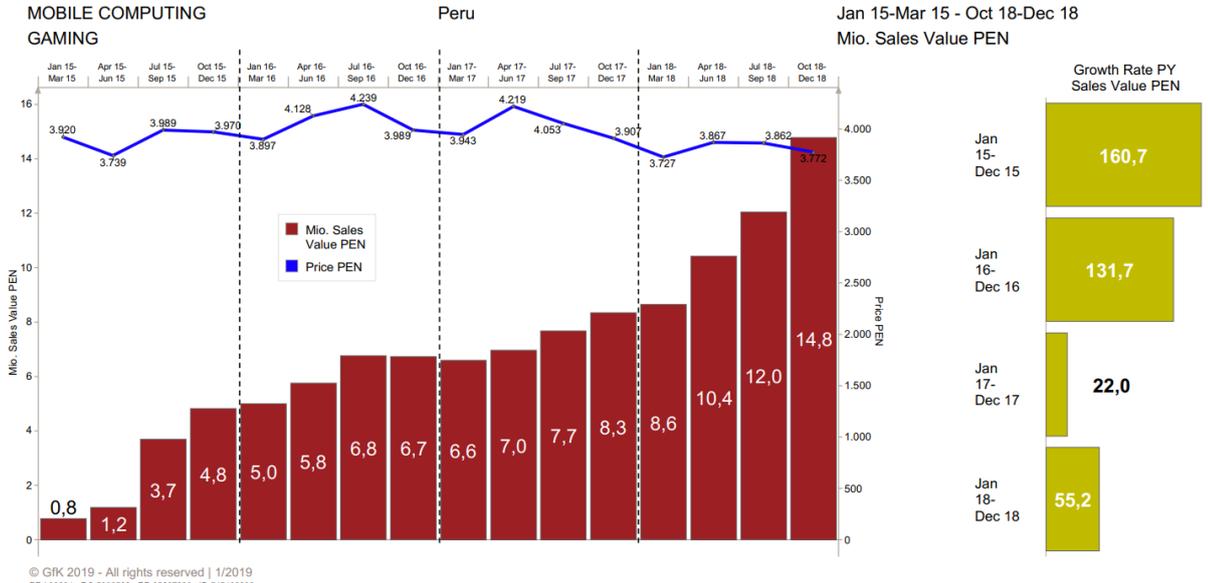
Fuente: Elaboración propia

La industria peruana de los videojuegos continúa creciendo y, desde el 2005 aproximadamente, se han desarrollado cerca de 600 títulos en su mayoría para dispositivos móviles, según un estudio del Ministerio de Cultura financiado por el Banco Interamericano de Desarrollo.

En el 2017, el 2.3% de la población peruana encuestada obtuvo videojuegos a través de *CDs*, *Bluray* y otros dispositivos, según la Encuesta Nacional de Programas Estratégicos (ENAPRES). Además, el 11.7% consumió videojuegos móviles a través de descargas o acceso internet.

Figura 8. Crecimiento del consumo de videojuegos

La categoría Gaming viene creciendo en los últimos años



Fuente: GfK

Microsegmentación

Para clasificar los factores del micro entorno se utilizó la herramienta de análisis de las cinco fuerzas de Porter (1993). Ello tiene como finalidad identificar los factores principales y el nivel de poder que ejerce cada uno frente al proyecto de inversión de *Millennials Lan Center*.

1. Barreras de Entrada de Potenciales Participantes

Según Porter (1993a),” La amenaza de nuevos entrantes se define como aquellos participantes que desean conquistar participación en un determinado mercado”. A partir de ello, hemos identificado las principales barreras que implicarían el ingreso de nuevos competidores potenciales.

Tabla 6. Barrera de entrada de Potenciales Participantes

Barrera	Descripción	Nivel
Diferenciación del producto	El negocio está basado en satisfacer las necesidades del mercado <i>Gamer</i> insatisfecho en la actualidad, ya que no hay un centro y/o local donde poder compartir momentos gratos con amigos y a la vez jugar los juegos que más gustan de una manera profesional y deportiva. El local contará con espacios organizados según las actividades a realizar por los <i>Gamers</i> en el distrito de Surquillo.	Alta
Inversión de Capital	<i>Lan Center Millennials</i> presenta un proyecto de negocio diferente e innovador, la cual se basa en la temática <i>Gamer</i> para ofrecer un valor añadido diferenciado al mercado objetivo. El nivel de inversión es alto. Ello representa una barrera de entrada alta para cualquiera que desee invertir en el negocio de <i>Lan Center</i> y no cuente con el capital necesario.	Alta
Costo de cambio de proveedor	Hay diversidad de proveedores y costos de todo tipo según la calidad del producto. Existen varios canales de abastecimiento de máquinas y artículos	Baja
Curva de aprendizaje o experiencia	El tener conocimiento representa una ventaja frente a otros competidores. Por ello, la curva de aprendizaje se basa en: 1) El estudio de mercado realizado para el desarrollo del proyecto. 2) El conocimiento adquirido a lo largo de las operaciones y el desarrollo profesional 3) El contar con un asesoramiento de un especialista en temas <i>gamer</i> .	Alto
Economía de escala	Por el tipo de negocio, no se cuenta con economías a escala, debido a que se brinda un servicio.	Bajo

Fuente: Elaboración propia

2. Amenaza de productos sustitutos

Esta fuerza se define como aquellos productos que cumplan la misma función para satisfacer determinada necesidad ya sea dentro de la misma industria o en otras (Porter 1993a). A continuación, se muestra el mapeo de posibles sustituto de la oferta de *Lan Center Millennials*.

Tabla 7. Productos Sustitutos

Producto sustituto	Descripción	Nivel
Cabinas de internet	El negocio está basado en satisfacer las necesidades del mercado de ofimática y entretenimiento insatisfecho en la actualidad, ya que no hay un centro y/o local donde poder compartir momentos gratos con amigos y a la vez jugar los juegos que más gustan de una manera cómoda y con la última tecnología. El local contará con espacios organizados según las actividades a realizar por los <i>gamers</i> .	Alto

Fuente: Elaboración propia

Luego de identificados los elementos sustitutos, se pasará a determinar el detalle de la amenaza que ejercen los productos sustitutos:

Tabla 8. Amenaza por los productos sustitutos

Barrera	Descripción	Nivel
Disponibilidad actual y futura	Los productos sustitutos son todos aquellos que satisfacen la misma necesidad que el servicio de experiencia <i>Gamer</i> . En este caso las cabinas de internet, son productos sustitutos alternativos para entretenimiento, ya que no ofrecen el mismo servicio brindado. Las cabinas de internet apuntan a otro sector de público en general y no necesariamente es especializado en <i>Gamers</i> .	Alto
Propensión del Consumidor a sustituir el producto	La propensión del consumidor <i>Gamer</i> a sustituir el servicio del producto depende básicamente de tres factores: Primero el costo de alquiler de las computadoras ofrecido por las cabinas de internet es mucho más barato, pero no es el mismo servicio ofrecido que <i>Lan Center Millennials</i> , además que se tiene otro público objetivo (<i>Gamers</i> NSE A y B), lo cual no afecta de una manera directa al negocio. Segundo, está la calidad, el cual las cabinas no tienen mucha calidad de imagen en sus computadoras y en infraestructura de sus locales. Por tal, ello tampoco afecta de manera directa a <i>Lan Center Millennials</i>	Bajo

Fuente: Elaboración propia

3. Poder de negociación de los proveedores

Michael Porter (1993a) define esta fuerza, como el poder que ejercen los proveedores sobre los participantes en la industria, llevándolos a modificar sus estrategias de precio, cantidad o calidad. A partir de ello, se detallan las condiciones que definen el poder de los proveedores:

Tabla 9. Poder de negociación de proveedores

Barrera	Descripción	Nivel
Nivel de concentración y cantidad de proveedores	El grado de concentración de los proveedores es bajo, ya que hay diversidad de proveedores de infraestructura mobiliaria y de equipos de cómputo <i>Gamers</i> entre ellos Razer, Nvidia, Gygabyte. Los proveedores no tienen una concentración de poder en conjunto, debido a que hay una diversidad de oferta.	Bajo
Costo de cambio de proveedor para la empresa	El grado de diferenciación de los proveedores es bajo, ya que varios de ellos tienen la misma oferta en términos de marca y formato. Hay muchos proveedores de centros <i>Gamers</i> (equipos e infraestructura)	Bajo
Competencia entre proveedores	Los equipos-artículos <i>Gamers</i> ofrecidos por los proveedores son parte clave de la venta principal de <i>Lan Center Millennials</i> , pero en el mercado hay variedad de marcas de todas las calidades para escoger, motivo por el cual no se identifica una dependencia de la oferta ofrecida por los proveedores.	Media

Fuente: Elaboración propia

4.- Poder de negociación de los compradores

Según Porter (1993a), "La amenaza de nuevos entrantes se define como aquellos participantes que desean conquistar participación en un determinado mercado". A partir de ello, hemos identificado las principales barreras que implicarían el ingreso de nuevos competidores potenciales

Tabla 10. Poder de negociación de los compradores

Barrera	Descripción	Nivel
Concentración y tamaño de los compradores	Cantidad de compradores alta y sector de entretenimiento <i>Gamer</i> en crecimiento. Son consumidores <i>Gamers</i> que gustan de jugar de forma independiente, pero también en grupo por lo que su poder de negociación es medio. Pues generalmente <i>Lan Center Millennials</i> ofrecerá un espacio donde poder integrarse y estar con amigos y vivir la experiencia <i>Gamer</i> que no se puede pasar estando solo en casa. Según el estilo de vida del <i>Gamer</i> ellos pagan más que otros por tener más comodidades y calidad de juego.	Medio
Percepción del valor del comprador por el servicio	El jugador <i>gamer</i> está muy informado de la calidad y marcas de equipos <i>Gamers</i> , por lo que tiene conocimiento suficiente que clase de servicio es el que se le está ofreciendo. El jugador <i>gamer</i> valora por encima del precio, la calidad de las máquinas y el servicio ofrecido; sin embargo, el precio es el tercer factor de evaluación en la compra, ello se ratifica a través del estudio de mercado realizado en encuestas. Motivo por el que la sensibilidad del precio sobre la calidad es media.	Alto
Diferenciación del producto	Los jugadores <i>gamers</i> tienen la oportunidad de formar sus propios equipos <i>gamers</i> y jugar en casa, pero la idea de <i>Lan Center Millennials</i> es la de integrar y/o sociabilizar a las personas en un point de encuentro.	Alto
Costes para el comprador de cambiar	Podrían tomar la decisión de cambiar sin problema y sin incurrir en ningún costo	Nulo
Crecimiento del mercado	El mercado <i>gamer</i> se encuentra en crecimiento del 9% de consumo de horas promedio según información de fuentes estadísticas por expertos del sector. Si bien el ritmo del crecimiento es rápido debido a que es un mercado que está en proceso de desarrollo.	Medio
Diferenciación del servicio	La oferta del mercado actual ofrece el mismo servicio a excepción de Portal <i>Gaming Center</i> .	Alto

Barreras de salida	Considerando el nivel de inversión en términos relativos al de la competencia alternativa actual, se puede inferir que salir del mercado es una barrera media, ya que las cabinas de internet no tienen mucha inversión en equipos de calidad y servicios temáticos que brinden una experiencia de jugar en equipos de alta tecnología y sentir la experiencia <i>gamer</i> .	Medio
---------------------------	---	-------

Fuente: Elaboración propia

5.- Rivalidad entre competidores

Porter (1993a) establece que la rivalidad entre los competidores se da para poder alcanzar una posición en el mercado. Se han considerado a aquellos competidores directos a los negocios que ofrecen una oferta en algún grado similar a *Lan Center Millennials*.

Perfil del consumidor

En los últimos años el consumidor es muy propenso a cambiar de marca, si es que no está satisfecho con el producto, la calidad o la atención. En la actualidad, las personas tienen el acceso a redes sociales que los conecta con personas de todo el mundo, en donde es fácil aprovechar estos medios de comunicación para poder recomendar el producto y/o servicio de una marca.

En los últimos años, la industria de los videojuegos ha tenido un crecimiento significativo. Según la Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercado (APEIM; 2019) existe un interés creciente por las actividades de entrenamiento digital, entre ellas los videojuegos, categorizado en el grupo de Esparcimiento, Diversión, Servicios Culturales y de Enseñanza, que a su vez pertenece a uno de los ocho grupos que componen el Promedio General de Gastos Familiares Mensuales para Lima Metropolitana, como se observa en el siguiente cuadro:

Figura 9. Ingresos y gastos según NSE 2019 - Lima Metropolitana

Seguro de Salud	NSE A	% Ingr	NSE B	% In...	NSE C	% In...	NSE D	% In...	NSE E	% In...	Total	% In...
Grupo 1: Alimentos	1,697	21.8%	1,483	20.3%	1,255	31.3%	1,022	38.5%	901	44.5%	1,279	25.3%
Grupo 7: Esparcimiento, Diversión, Servicios Culturales y de Enseñanza	1,543	19.9%	913	12.5%	413	10.3%	211	8.0%	160	7.9%	563	11.1%
Grupo 6: Transportes y Comunicaciones	1,233	15.9%	694	9.5%	287	7.2%	131	4.9%	96	4.8%	413	8.2%
Grupo 3: Alquiler de la vivienda, Electricidad, Combustible y conservación de la vivienda	1,049	13.5%	722	9.9%	450	11.2%	303	11.4%	204	10.1%	518	10.3%
Grupo 4: Muebles, Enseres y mantenimiento de la vivienda	941	12.1%	258	3.5%	136	3.4%	92	3.5%	89	4.4%	207	4.1%
Grupo 5: Conservación, Cuidado de la salud y Servicios Médicos	607	7.8%	405	5.5%	239	6.0%	157	5.9%	130	6.4%	284	5.6%
Grupo 8: Bienes y otros Servicios	328	4.2%	233	3.2%	171	4.3%	124	4.7%	103	5.1%	185	3.7%
Grupo 2: Vestido y Calzado	324	4.2%	229	3.1%	158	3.9%	120	4.5%	106	5.2%	177	3.5%
Gasto Promedio Mensual Familiar	7,766		4,947		3,115		2,165		1,790		3,634	
Ingreso Promedio Mensual Familiar	12,592		7,318		4,012		2,653		2,025		5,051	

Fuente: APEIM

Como se puede observar en la figura precedente, el promedio del gasto mensual destinado al grupo N° 7, que está calificado como “esparcimiento, diversión, servicios culturales y de enseñanza”, ocupa el segundo lugar de importancia en la distribución de los gastos mensuales que en promedio asciende a 563 nuevos soles. “LAN CENTER MILLENNIALS” se enfocará específicamente en el público de Figura: Ingresos y gastos según NSE 2019 - Lima Metropolitana 12 los sectores A y B, ya que destinan un mayor presupuesto a este rubro a comparación de los otros sectores.

Otro factor importante para considerar de nuestros consumidores es a las personas que practican deportes electrónicos en el Perú debido a que existen varios equipos que lo representa en el escenario de los eSports, en los diferentes juegos como Counter- Strike, Dota2, League of Legends, Fornite, Star Craft, entre otros conocidos a nivel mundial.

Asimismo la organización de torneos a nivel local y nacional es muy dinámica, ya que se organizan muchos torneos anualmente, que cuentan con un alto grado de participación en Lima y provincias. Cabe resaltar, que juegos mencionado anteriormente, se promocionan constantemente en los E-Sports a nivel nacional. Entre los eventos *gamer* que se realizan en Lima estan el

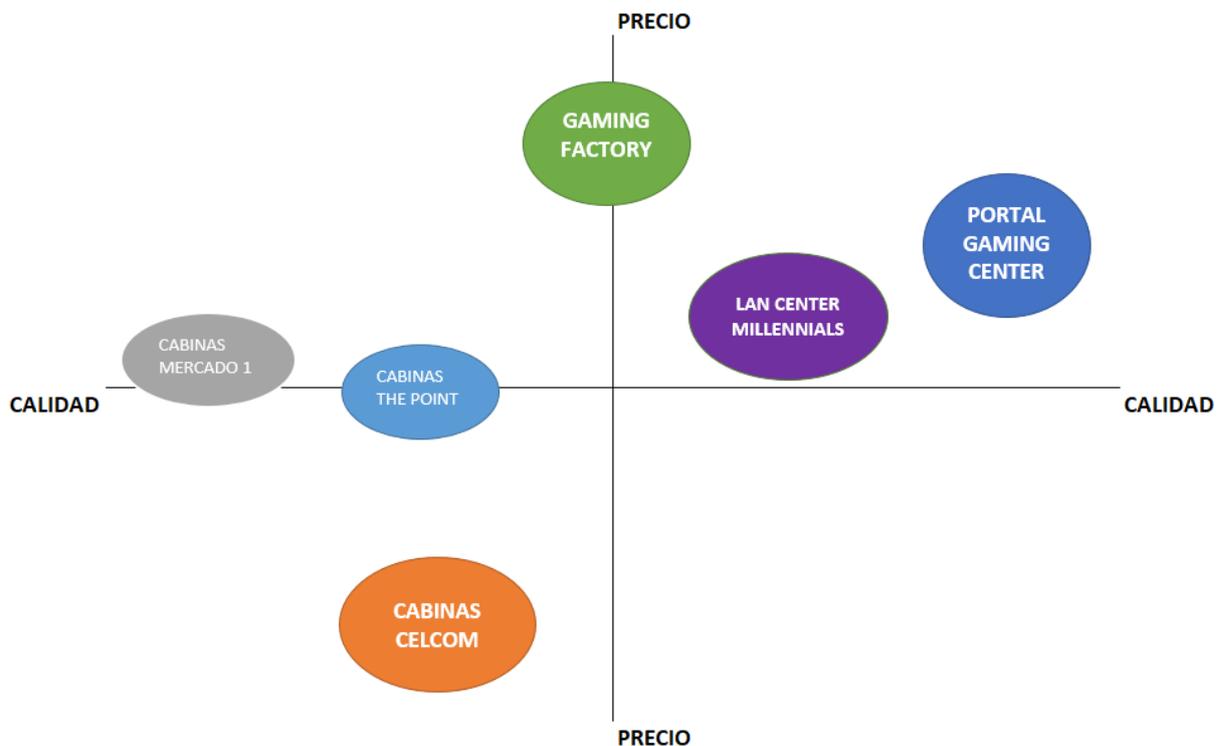
MASGAMERS Tech Festival⁴, que se viene organizando desde el 2011 hasta la fecha. Otro evento importante es el Ragnarok⁵, que se realiza en todas partes del mundo incluyendo en Lima cada año.

Finalmente, según un artículo publicado por Sánchez (2015) en el diario Gestión: En la actualidad, hay once empresas asociadas activas de la CVA Perú (Compañías de Videojuegos Asociadas de Perú) que agrupa a empresas dedicadas a la creación, difusión y enseñanza de videojuegos. Entre ellas figuran: Área51 Training Center, Bamtang Games SAC, Freekimedia, LEAP Game Studios, Magma Creations, Nueveimedia videojuegos, Toulouse Lautrec.

Ámbito de acción del negocio

Otra herramienta que vamos a utilizar es el mapa de posicionamiento, el cual nos va a permitir conocer la posición que adoptaremos en el mercado y con esto también podremos determinar nuestra estrategia de marketing.

Figura 10. Mapa de posicionamiento



Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en el mapa, la empresa que se encuentra mejor posicionada entre precio y calidad es la empresa Portal *Gaming* de Miraflores, el cual sería el principal competidor, por otro lado tenemos a *Gaming* Factory de La Molina, empresa que tiene los precios más altos en el mercado, pero la calidad no es la adecuada.

El análisis de este mapa de posicionamiento ayuda a identificar la posición a la cual se debe proyectar y con qué empresa directamente se va a competir, siendo Portal *Gaming* el principal competidor y el cual tienen mayor porcentaje en la participación de mercado.

3.2. Análisis FODA

Según Luis Díaz (2005) Para un buen planeamiento estratégico es importante realizar el análisis FODA, la cual consiste en la definición analítica de dos factores externos e internos para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro. La matriz de análisis FODA permite identificar tanto las oportunidades como las amenazas que presentan nuestro mercado, así como también las fortalezas y debilidades.

A continuación, se detalla el análisis FODA, en el cual se detalla las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas a las que este plan de negocio está expuesto. Es preciso mencionar que este análisis permite identificar los puntos favorables que dará conocer las ventajas que tiene la empresa frente al mercado.

Tabla 11. FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> · Calidad en las PC's y en internet · Atención al cliente 13 horas al día · Recursos financieros adecuados · Cualidades administrativas 	<ul style="list-style-type: none"> · Poca experiencia en el rubro · Nuevo en el mercado · Espacio solo para 20 computadoras
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> · Crecimiento del rubro a nivel nacional 	<ul style="list-style-type: none"> · Existe competencia cabinas de internet · Cierre temporal del rubro por crisis sanitaria

- Existen grupos de *gamers* en facebook en el cual se puede invitar a conocer mi *Lan Center*
- Atender a personas que desean alquilar computadoras de gama alta a un precio más cómodo.
- Que los clientes decidan comprarse computadoras
- Crisis económica nacional y/o internacional
- Crisis política

Fuente: Elaboración propia

3.3. Descripción del bien o del servicio

Los servicios y actividades han sido diseñados con el propósito de darle un espacio cómodo a los *gamers*, donde puedan entrenar de forma competitiva, jugar videojuegos favoritos con sus amigos, y encontrar a otros *gamers* para fortalecer las relaciones sociales entre la comunidad *gamer* de Lima Metropolitana. Es por ello que estos tienen un enfoque en el bienestar, desde las perspectivas emocional y social, considerando el perfecto diseño y confort del servicio que ofrece *Lan Center Millennials*, la buena calidad de atención por parte del personal, y la conciliación de los servicios y actividades. A continuación, se describen los servicios que se ofrecerán en el *Lan Center Millennials*.

Servicios de *Lan Center Millennials*.

Figura 11. Servicios del *Lan Center* – grupo 1



Comodidad, su anchura permite poder variar posturas sentado con total libertad y no tan limitado. El respaldo, puedes apoyar toda la espalda, hombros y cabeza. Se ofrecerán modelos con apoyabrazos regulables. Si tienes costumbre de tumbarte en algún momento o hacer fuerza hacia tras por la emoción vienen con accesorios como almohadillas tanto para la cabeza como la zona lumbar.



Boxes: los equipos asistentes al LAN CENTER MILLENNIALS tendrán la opción de poder reservar salas privadas de 5 jugadores que contará con una pizarra para poder desarrollar y planificar sus estrategias.



Las teclas mecánicas son aquellas que tienen un interruptor de pulsado individual, desechando las placas de "gomillas" que suelen venir en los teclados convencionales. De este modo obtenemos una mejor respuesta táctil hacia nuestros dedos y



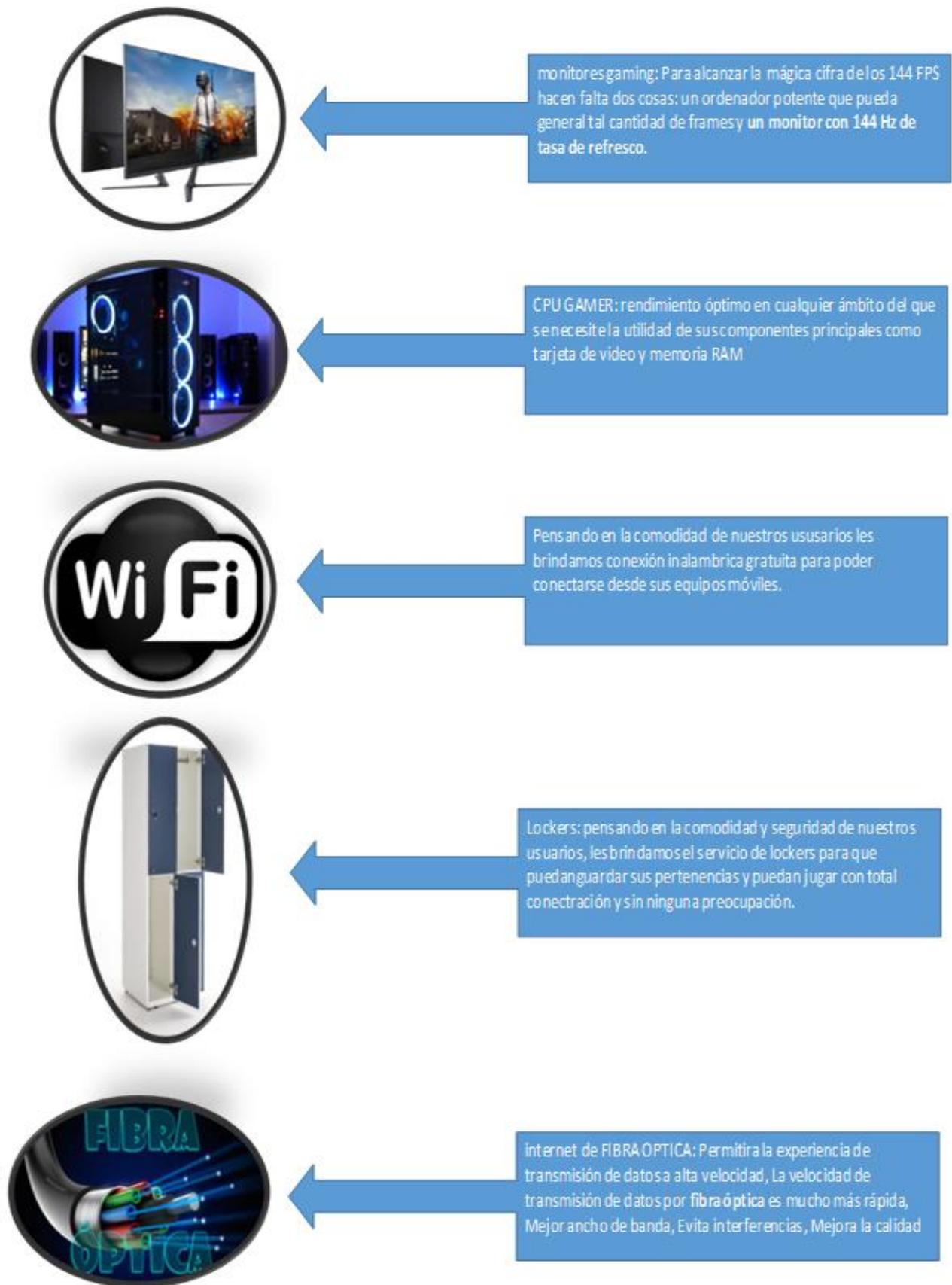
Un mouse gamer es un ratón normal de ordenador que cuenta con una serie de características y ventajas clave destinadas únicamente a los videojuegos online, esports y competiciones que, normalmente, los otros ratones no tienen.



Mayor capacidad de aislamiento que los auriculares comunes. Así, al usarlos, tendrás una experiencia mucho más inmersiva. Cuentan con sonido 5.1 o 7.1, lo que ayuda aún más al anterior apartado y puede suponer una ventaja en juegos competitivos. Integran un micrófono, lo que nos permite comunicarnos con el resto de jugadores si estamos en una partida online y vienen con software como el que se pueden configurar distintos aspectos que mejoran la experiencia de juego.

Fuente: Elaboración propia

Figura 12. Servicios del *Lan Center* – grupo 2



Fuente: Elaboración propia

Además, un componente importante del proyecto son las actividades en las que los *gamers* tendrán la oportunidad de participar y presenciar en el *LAN CENTER MILLENNIALS*. Entre las actividades diseñadas se encuentran las siguientes:

Figura 13. Campeonatos y eventos



Fuente: Elaboración propia

En suma, se logrará satisfacer las necesidades de los *gamers* que acuden al *LAN CENTER* y se incentivará a que regresen nuevamente, ya que en *LAN CENTER MILLENNIALS* se ofrece una propuesta diferenciada, con la calidad esperada, actividades entretenidas, y un ambiente óptimo.

3.4. Estudio de la demanda

Actualmente, la demanda de la afluencia en las cabinas para *gamers* va en constante crecimiento, cada cliente es diferente y cada vez más exigentes. Lima alberga la mayor participación de comercialización centros de entretenimientos para *gamers* a nivel país.

El negocio se encuentra ubicado en el distrito de Surquillo, debido a que es considerado uno de los distritos de Lima Moderna pues está rodeado de

distritos TOP como Miraflores, San isidro, Surco y San Borja. Según información extraída de Properati Perú.

Tabla 12. Estudio de la Demanda

Zonas	Distritos	Población		Estructura socioeconómica (% horizontal)			
		Miles	% sobre total	AB	C	D	E
LIMA NORTE	Carabaylo, Comas, Independencia, Los Olivos, Puente Piedra, San Martín de Porres	2,627.60	24.8	22.9	44.1	27.6	5.4
LIMA CENTRO	Breña, La Victoria, Lima, Rímac, San Luis	828.4	7.8	33.1	43.3	20.2	3.5
LIMA MODERNA	Barranco, Jesús María, La Molina, Lince, Magdalena del Mar, Miraflores, Pueblo Libre, San Borja, San Isidro, San Miguel, Santiago de Surco, Surquillo	1,416.00	13.4	76.8	17.4	4.5	1.3

LIMA ESTE	Ate, Chaclacayo, Cieneguilla, El Agustino, Lurigancho, San Juan de Lurigancho, Santa Anita	2,616.40	24.7	17.7	45.7	29.6	7
LIMA SUR	Chorrillos, Lurín, Pachacamac, San Juan de Miraflores, Villa el Salvador, Villa María del Triunfo	1,839.80	17.4	13.3	53.4	27.4	5.9
CALLAO	Bellavista, Callao, Carmen de la Legua Reynoso, La Perla, La Punta, Mi Perú, Ventanilla	1,100.40	10.4	21.7	45.9	23.6	8.8
BALNEARIOS	Ancón, Pucusana, Punta Hermosa, Punta Negra, San Bartolo, Santa María del Mar, Santa Rosa	152.4	1.4	9.7	39.9	37.7	12.7
TOTAL LIMA METROPOLITANA		10,580.90	100	27.7	42.6	24.1	5.6

Fuente: APEIM - Estructura socioeconómica 2018 ELABORACIÓN:
DEPARTAMENTO DE ESTADISTICA - C.P.I

De acuerdo con datos de APEIM (2018), el distrito de Surquillo se encuentra dentro de la zona 8 (Distritos aledaños a Surquillo) debido a que se desea

emplear una estrategia de desarrollo del servicio en un mercado ya existente. Por ende, se ha decidido escoger estos como parte de nuestro público objetivo, los cuales tienen un mayor poder de concentración en los NSE A Y B, considerando el nivel de gasto promedio en el sector entretenimiento que está concentrado en los mismos. Por ello, para determinar el tamaño de mercado, se tomó como referencia el Censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI; 2017), el cual comprende la población de todo Lima clasificada por distritos y por rango de edades, para nuestro caso hombres de 13 a 30 años, donde se enfocará nuestra propuesta de valor.

Tabla 13. Lima metropolitana 2019: Población y hogares según distritos (En miles de personas)

DISTRITO	Población	%
Surquillo	99.6	13%
Miraflores	107.8	14%
Santiago de Surco	360.4	48%
San Isidro	65.5	9%
San Borja	122.9	16%
TOTAL	756.2	100%

Fuente: I.N.E.I. - Estimaciones y proyecciones de población en base al Censo 201 ELABORACIÓN: DEPARTAMENTO DE ESTADISTICA - C.P.I.

Tabla 14. Lima Metropolitana 2019: Población según Generación (En miles de personas)

	GENERACIÓN Z - CENTENNIALS (MENORES 18 años)	GENERACIÓN Y - MILLENNIALS (18 a 35 años)
Hombres	1,463.60	1,718.50
Mujeres	1,408.70	1,673.40
TOTAL	2,872.30	3,391.90

FUENTE: I.N.E.I. - Estimaciones y proyecciones de población en base al Censo 2017

Posteriormente, se segmentó en función a los niveles socioeconómicos A y B. Según APEIM (2018), en el siguiente cuadro se muestra el nivel de socioeconómico por rangos de edad.

Lima metropolitana 2019: Hogares y población por sexo y segmentos de edad según nivel socioeconómico (En miles de personas)

Tabla 15. Hogares y población por sexo y segmentos de edad según nivel socioeconómico

NSE	Hogares		Población		Población por segmentos de edad			
	Mls.	%	Mls.	%	06 - 12 años	13 - 17 años	18 - 24 años	25 - 39 años
A/B	759.1	27.9	2,922.80	27.7	272.2	212.8	355.9	722
C	1,123.70	41.3	4,507.10	42.6	478.8	358.1	585.5	1149.5
D	663.9	24.4	2,553.20	24.1	282.5	207.8	337.1	658
E	174.1	6.4	597.8	5.6	68.6	49.8	78.9	153.9
TOTAL LIMA METROPOLITANA	2,720.80	100	10,580.90	100	1,102.10	828.5	1,357.40	2,683.40

FUENTE: ELABORACIÓN DEPARTAMENTO DE ESTADISTICA - C.P.I.

Adaptado de: APEIM - Estructura socioeconómica 2018

I.N.E.I. - Estimaciones y proyecciones de población en base al Censo 2017

Nuestra demanda está compuesta por los clientes ubicados en los distritos de Surquillo y Miraflores.

Para determinar nuestra demanda, vamos a utilizar la herramienta cuantitativa que son las entrevistas a nuestros potenciales clientes.

La entrevista fue aplicada a 50 personas pertenecientes a los distritos de Surquillo y Miraflores, son participantes de los distintos eventos organizados en los torneos.

Tabla 16. Participantes por género.

Género	Participantes	%
Hombres	45	90%
Mujeres	5	10%
TOTAL	50	100%

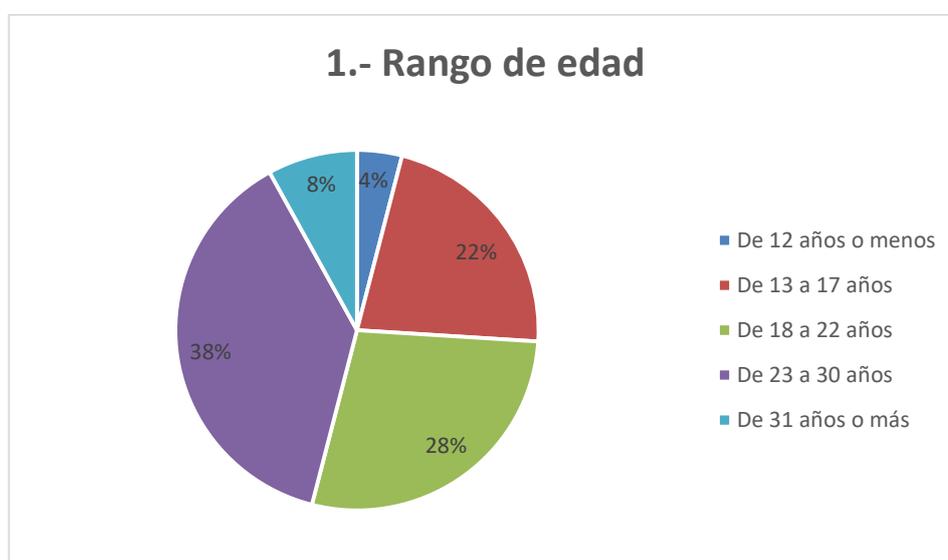
Fuente: Elaboración propia

Resultados de la encuesta

1.- Rango de edad

- a) De 12 años o menos
- b) De 13 a 17 años
- c) De 18 a 22 años
- d) De 23 a 30 años
- e) De 31 años a más

Figura 14. Rango de edad de la encuesta



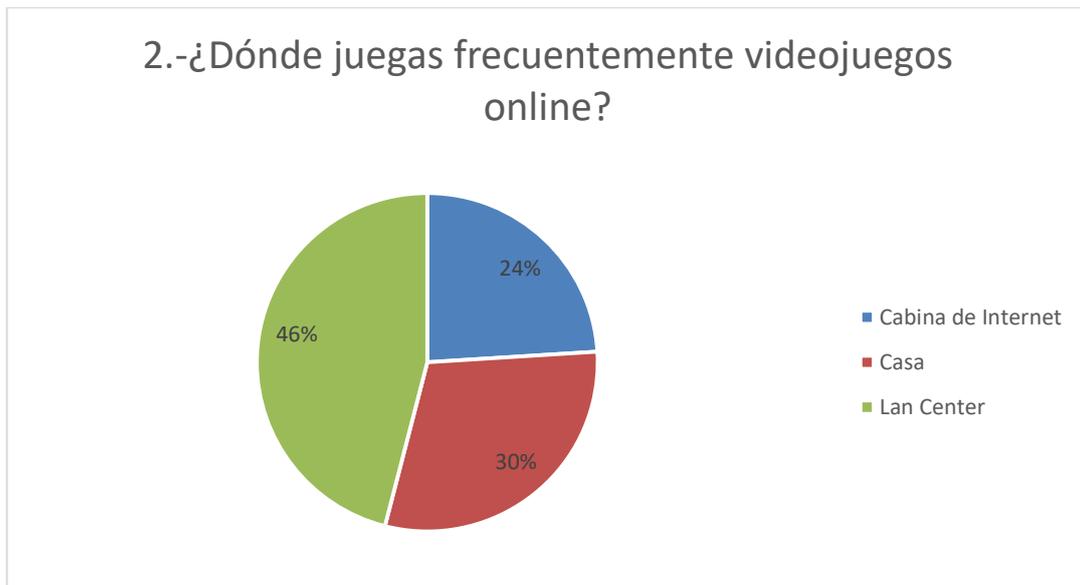
Fuente: Elaboración propia

De las respuestas obtenidas por los entrevistados se determina que el 88% tienen un rango de edad de 13 a 30 años, mientras que un 4% menores de 12 y 8% mayores de 31 años.

2. ¿Dónde juegas frecuentemente videojuegos online?

- a) *Lan Center*
- b) Casa
- c) Cabina de Internet
- d) Trabajo
- e) Otras

Figura 15. Frecuencia de videojuegos online de la encuesta

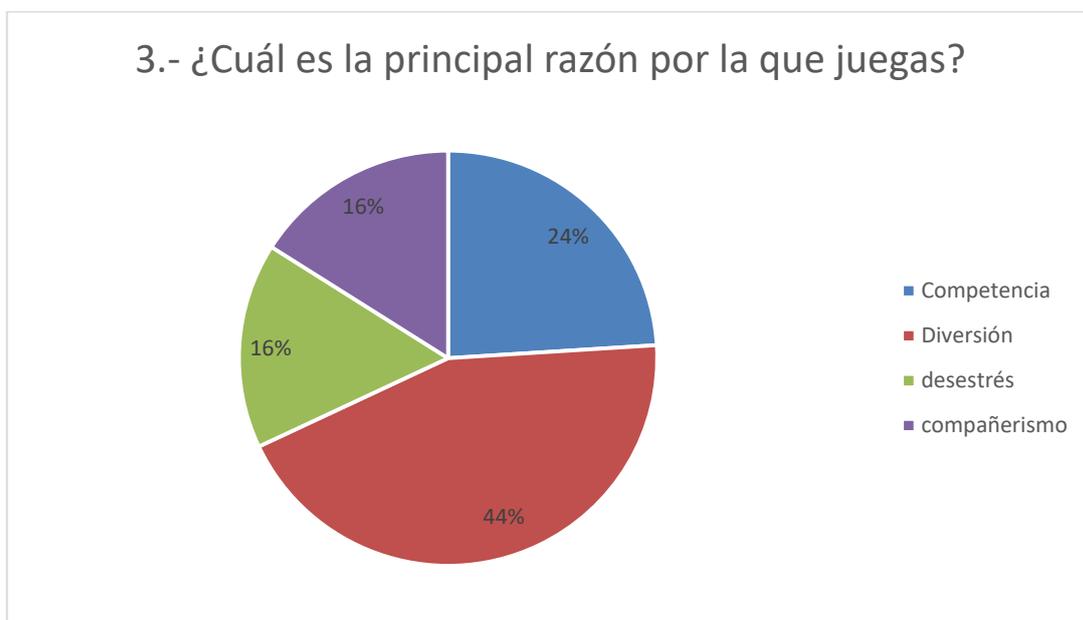


Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a lo obtenido en las respuestas de los encuestados, el 46% opta por ir a un *Lan Center*, para el otro 30% optan por jugar desde casa y otros lugares, mientras que el 24% de los encuestados indican que juegan en cabinas de internet.

3. ¿Cuál es la principal razón por la que juegas?

Figura 16. Rango de edad de la encuesta



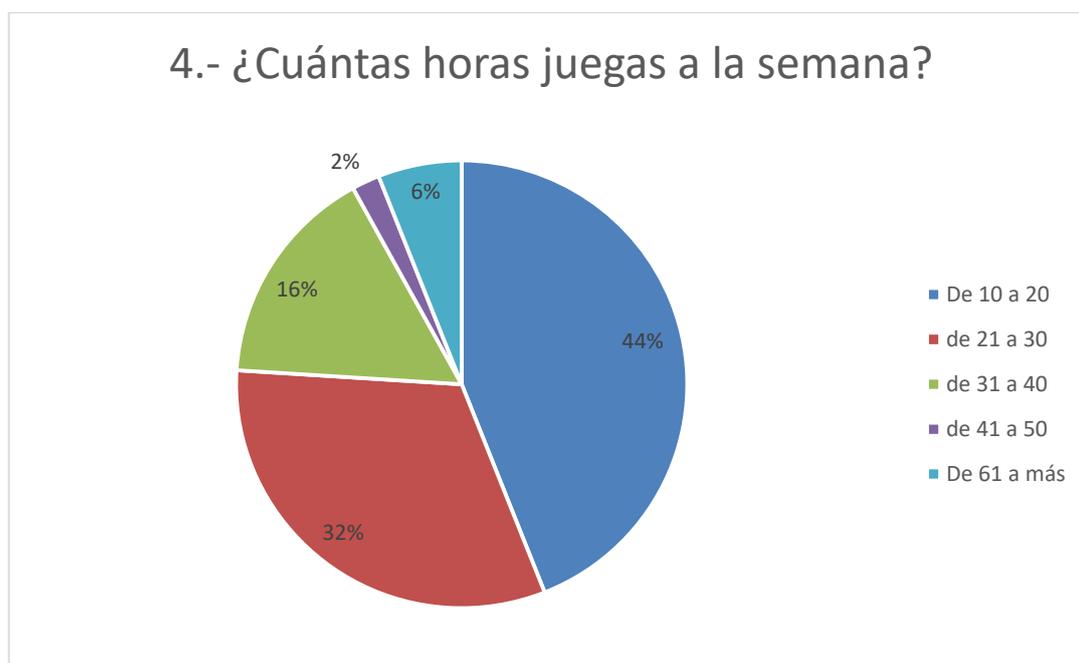
Fuente: Elaboración propia

Según del total de encuestados el 44% juega por diversión o entretenimiento, ya que les gusta a muchos desde hace años, 24% juega de manera competitiva participando en torneos y eventos deportivos viéndolo como un estilo de vida, 16% ve el *Lan Center* como un desestrés y 16% juegan solo por compañerismo o compartir con amistades.

4. ¿Cuántas horas juegas a la semana?

- a) De 10 a 20
- b) de 21 a 30
- c) de 31 a 40
- d) de 41 a 50
- e) De 51 a 60
- f) De 61 a más

Figura 17. Horas de juego a la semana de la encuesta



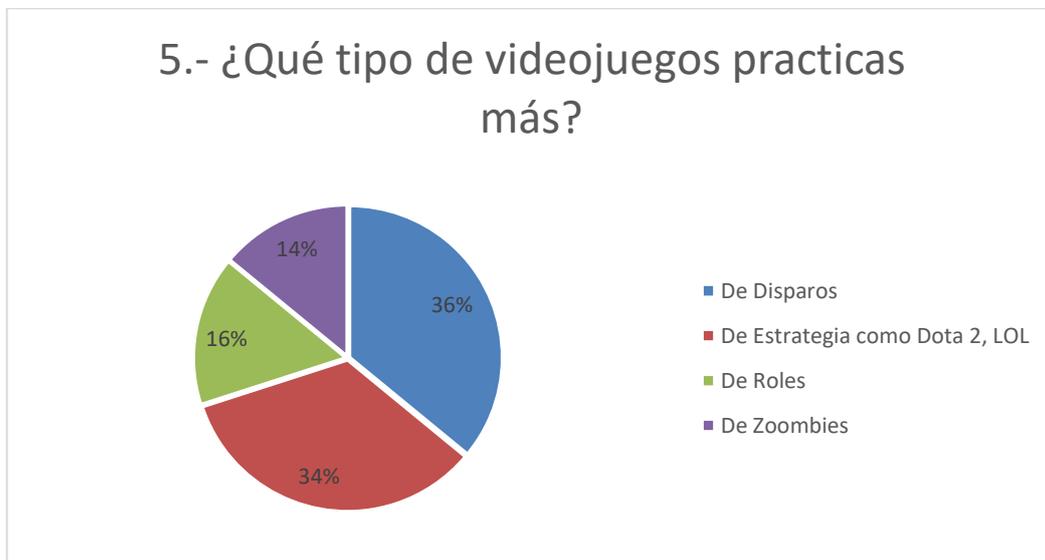
Fuente: Elaboración propia

El 44% de los encuestados indican que juegan de 10 a 20 horas semanales, el 32% de 21 a 30 horas, el 16% de 31 a 40 horas, el 2% de 41 a 50 horas y un 6% juega de 61 a más. Cabe resaltar que son horas dedicadas exclusivamente

a juegos en PC aparte del tiempo que pasan frente a una PC por trabajo o estudios.

5. ¿Qué tipo de videojuegos practicas más?
- a) De Disparos
 - b) De Estrategia
 - c) De Zoombies
 - d) De Roles

Figura 18. Tipos de videojuegos que practican de la encuesta

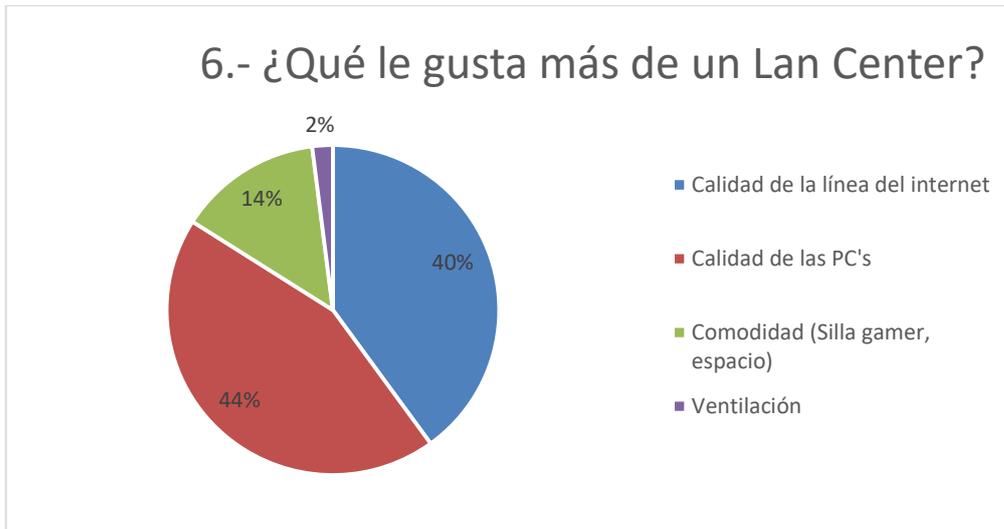


Fuente: Elaboración propia

El 36% de los encuestados practican más los juegos de Disparos, el 34% practican más los juegos de Estrategia, el 16% practica juegos de roles y un 14% practican juegos de *zoombies*.

6. ¿Qué le gusta más de un *Lan Center*?
- a) Calidad de las PC's
 - b) Calidad de la línea del internet
 - c) Comodidad (Silla *gamer*, espacio)
 - d) Ventilación
 - e) Atención

Figura 19. Gustos de un *Lan Center* de la encuesta

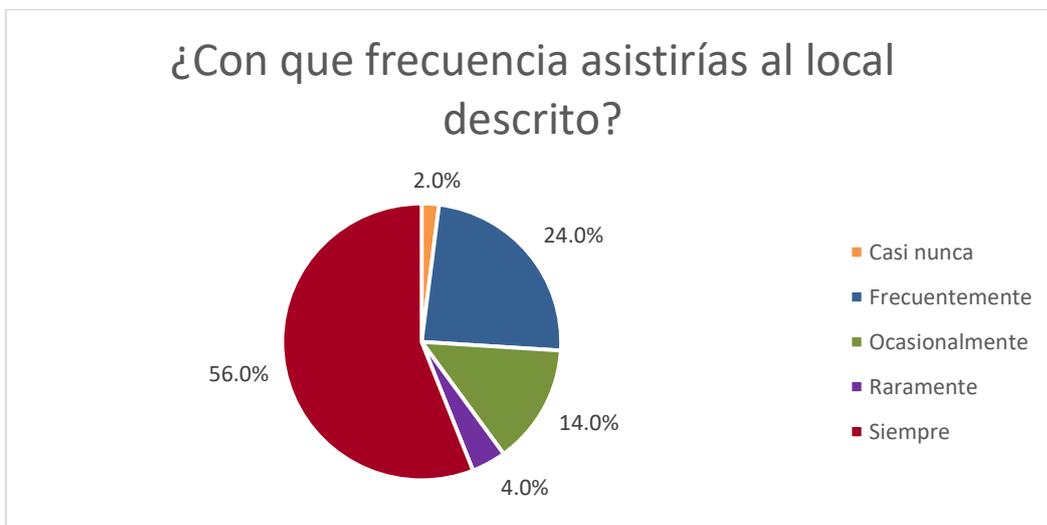


Fuente: Elaboración propia

Permitimos elegir solo una opción para ponderar el factor determinante de los usuarios para elegir un *Lan Center*, podemos ver que los usuarios les gusta la calidad de las PC's y calidad de la línea de internet con 44% y 40% respectivamente, un 14% prefieren la comodidad del local y 2%, prefieren la ventilación o aire acondicionado.

7. ¿Con que frecuencia asistirías al local descrito?

Figura 20. Productos para videojuegos de la encuesta

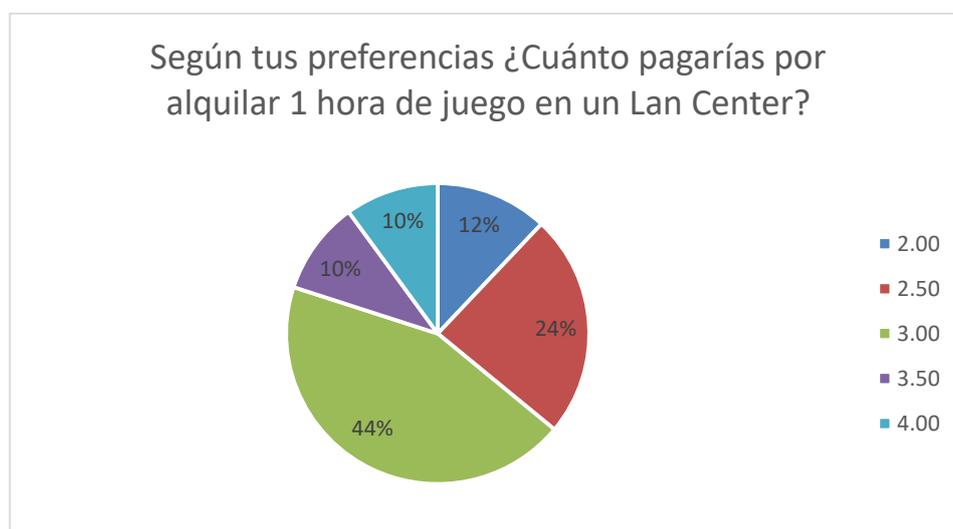


Fuente: Elaboración propia

Del total de los encuestados el 56% siempre asistiría al local, el 24% frecuentemente, el 14% Ocasionalmente, el 4% raramente y el 2% casi nunca.

8. Según tus preferencias de la Pregunta N^o6 ¿Cuánto pagarías por alquilar 1 hora de juego en un *Lan Center*?
- a) S/2.00
 - b) S/2.50
 - c) S/3.00
 - d) S/3.50
 - e) S/4.00

Figura 21. Precio por alquilar una hora de juego de la encuesta

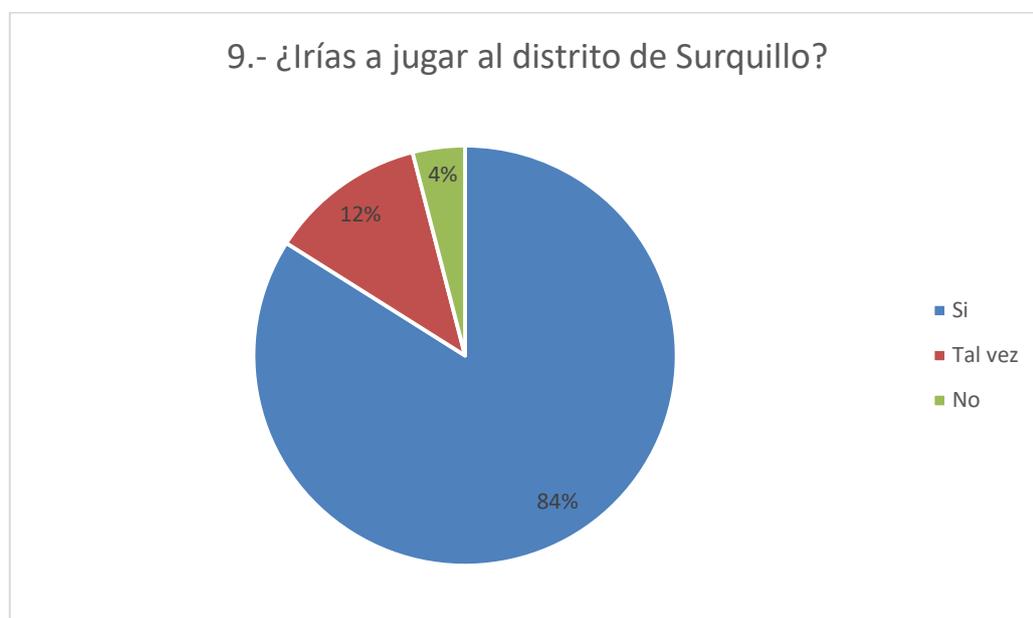


Fuente: Elaboración propia

El 44% de los encuestados indican que pagarían el alquiler de una hora de juego en un *Lan Center* que cumpla con sus preferencias S/3.00, el 24%, indica que pagaría S/. 2.50, el 12%, indica que pagaría S/. 2.00 y un empate del 10% indica que pagarían S/4.00 y S/3.50.

9. ¿Irías a jugar al distrito de Surquillo?

Figura 22. Probabilidad de jugar en Surquillo de la encuesta

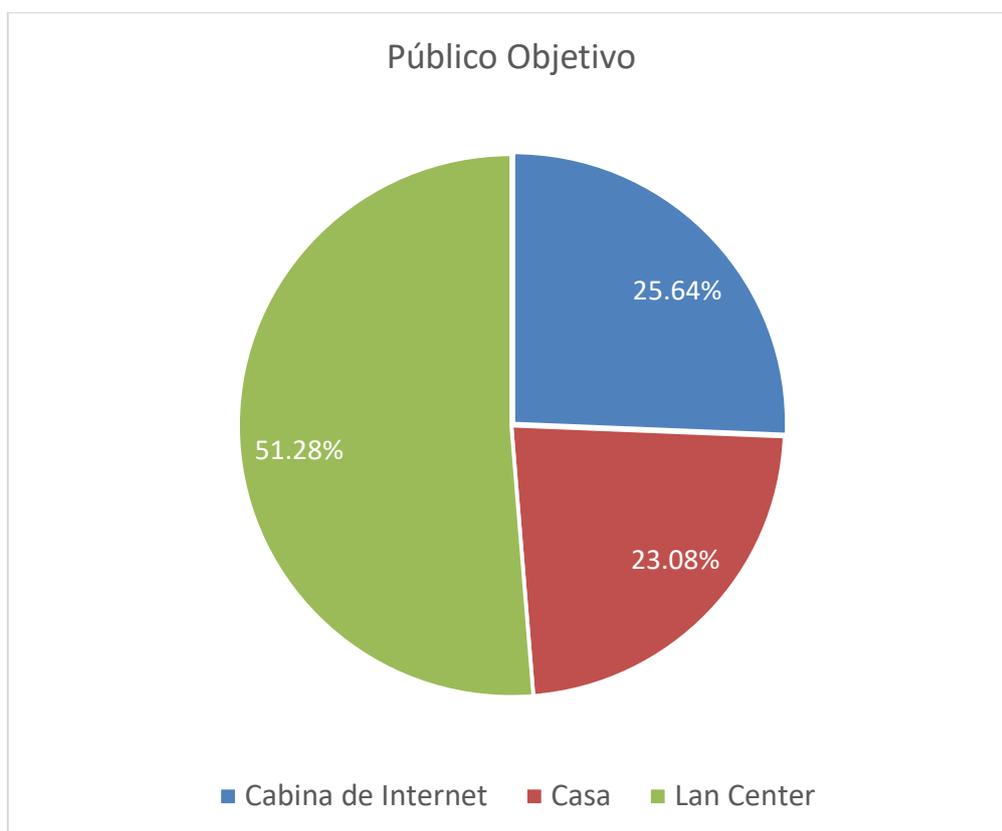


Fuente: Elaboración propia

El 84% de los encuestados indican que si se trasladaría a un *Lan Center* en el distrito de Surquillo, un 12%, indica que tal vez puede ir al distrito, el 4%, indica que no iría a un *Lan Center* ubicado en Surquillo.

Del total de encuestas realizadas a los de género masculino del rango de edad de 13 a 30 años se obtuvo que el 51% de las personas encuestadas cumplen con el fin del perfil de usuario.

Figura 23. Público objetivo de la encuesta



Fuente: Elaboración propia

Por todo lo expuesto anteriormente, aplicando este porcentaje en proporción directa al número de personas del nivel socioeconómica A/B hallado en el estudio de la demanda de los distritos de la zona (ver figura 12), se puede deducir que de Lima Metropolitana tiene 876 mil de Hombres de 13 a 30 años como clientes potenciales.

3.5. Estudio de la oferta

En Lima se encuentra concentrada la mayor parte de centros de entretenimiento para *gamers* de nuestro país; la comunicación y tecnología entre los países ha permitido que este mercado crezca constantemente y esto consigo ha traído la creación de empresas dedicadas al mismo rubro que nuestra empresa. Mediante consultas se ha determinado la diferencia de precios en el alquiler de las computadoras, para lo cual se detallan a continuación:

Tabla 17: Comparación de competencias

Empresa	Ubicación	Alquiler por Hora	Número de Computadoras
Portal Gaming Center	Miraflores, Lima	S/.3.50	50
Cabinas The Point	Surquillo, Lima	S/.2.00	12
Cabinas Celcom	Surquillo, Lima	S/.2.00	10
Cabinas Mercado 1	Surquillo, Lima	S/.2.00	16
Gaming Factory	Lince, Lima	S/.3.50	60

Fuente: Elaboración Propia

Lan Center Millennials se constituye como un espacio que brinda un servicio de calidad que, junto a elementos como la tematización y el conocimiento del personal en torno a los videojuegos, garantiza que el *gamer* se lleve una experiencia única. Así, la oferta de *Lan Center Millennials* está conformada por dos componentes principales:

Elementos de la oferta comercial: Se ofrecerá el servicio de alquiler de PC's *gamers*, realización de eventos, competencias entre equipos asistentes al centro para fomentar la interacción entre los *gamers*. El fin de estas dos últimas categorías, es complementar la experiencia del *gamer*.

Elementos de la oferta en torno a la experiencia del *gamer*: *Lan Center Millennials* debe considerar los elementos que le permitan al *gamer* involucrarse con la experiencia emocional que les brinda *Lan Center Millennials*, tales como: La ambientación del local con temática relacionada a los videojuegos más conocidos *Dota 2*, *Fornite*, *League of Legends*, *World of WarCraft* y *StarCraft*.

3.6. Determinación de la demanda insatisfecha

La determinación de la demanda insatisfecha es obtenida en la etapa de investigación cuantitativa y levantamiento de la información, es por ello que la información del contexto local de la Industria de los videojuegos y el análisis del macro entorno y micro entorno, se puede concluir que “*Lan Center Millennials*” puede realizar sus operaciones con éxito en el mercado local. Asimismo, se identificó el perfil del público objetivo para personalizar el modelo de negocio que se muestran a continuación:

El cálculo se realizó en base al número de horas que se puede atender en el local en promedio al año, para esto, se utilizó como referencia principal las preguntas N⁰⁴ y N⁰⁷ de la encuesta (Figura 18 y 21) que refiere a las horas que pasa un cliente en el local y la frecuencia con la que asistiría a la misma el cual se encuentra en la sección de la presentación de la idea de negocio, dividido entre la capacidad máxima del local en un determinado periodo de tiempo, medido en base a las 20 máquinas con las que contará *Lan Center Millennials*. A continuación se muestra información del cálculo de la demanda y oferta del proyecto para el primer periodo de operación donde:

Demanda

- 44% de los encuestados cumplen con el perfil.
- 22 personas de 50 encuestados
- 22,265 horas anuales demandadas por persona
- 489,830 horas proyectadas para el primer periodo

Oferta

- 14 horas al día de atención al público.
- 07 días a la semana.
- 20 unidades de CPU's disponibles.
- 102,200 capacidad máxima de horas anuales

Objetivo proyectado a atender es un 10% de la demanda insatisfecha que equivale a 38,763 horas proyectadas a atender en el primer periodo.

Esto dio como resultado que la demanda insatisfecha es de 387,630 horas, como se muestra en la tabla a continuación:

$$DI = Q_{dpy} - Q_{opy}$$

Q_{dpy} = cantidad de demanda proyectada

Q_{opy} = cantidad de oferta proyectada

Tabla 18. Demanda Insatisfecha

	PERIODO N° 1
Q_{dpy}	489,830
Q_{opy}	102,200
DI	387,630
Objetivo proyectado 10%	38,763

Fuente: Elaboración propia

3.7. Proyecciones y provisiones para comercializar

Lan Center Millennials plantea las proyecciones de ingresos por ventas por año con una tasa de crecimiento de 5% donde se cumplen:

- 14 horas de atención al día
- Precio de alquiler S/.3.00 por hora
- 20 CPU's operativos
- S/. 840.00 soles de ingreso máximo al día.
- S/. 302,400.00 soles de ingreso máximo al año.

La atención del *Lan Center* es desde las 9.00am hasta las 11.00pm donde hay un periodo de atención de 14 horas diarias, y como se cuenta con 20 computadoras, se comprende que al día se tiene una capacidad total de atender una demanda de 280 horas máximas.

Asimismo se proyecta obtener 55% de los ingresos máximos calculados para el primer periodo con una tasa de crecimiento del 5% anual, como se puede observar en la siguiente tabla:

Según lo mencionado en el estudio de la demanda insatisfecha se calcula que la proyección de ingresos por ventas de alquiler en los próximos 5 años será:

Tabla 19: Comparación de competencias

DEMANDA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Proyección	55%	60%	65%	70%	75%
Ingresos por Alquiler	S/.166,320.00	S/.181,440.00	S/.196,560.00	S/.211,680.00	S/.226,800.00

Fuente: Elaboración propia

3.8. Descripción de la política comercial

Lan Center Millennials tiene como política comercial:

Tabla 20: Política Comercial

	1° AÑO
Servicio	<ul style="list-style-type: none"> Ofrecer un servicio con altos estándares de calidad y reconocidos a nivel distrital. Organizar adecuadamente las PC's de mayor demanda.
Precio	<ul style="list-style-type: none"> Fijar precios competitivos, en comparación de nuestra competencia. Analizar y evaluar los proveedores, con el objetivo de alcanzar mejores precios.

<p>Promoción</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Crear membresías mensuales y anuales, ofreciendo descuentos en servicios y/o productos a nuestros clientes. • Participar en los eventos internacionales organizados por las marcas <i>Gamer</i>. • Participar en las reuniones de equipos <i>gamers</i> y regalar <i>merchandising</i>. • Ofrecer nuestros servicios mediante redes sociales y grupos enfocados en el interés por los videojuegos.
<p>Plaza</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nuestros servicios estarán dirigidos a canales de servicios de alquiler de PC <i>gamer</i>. • Ofrecer nuestros servicios en los eventos de videojuegos
<p>2° AÑO</p>	
<p>Servicio</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener la estrategia de servicio del primer año. • Alcanzar alianzas estratégicas con nuevas marcas.
<p>Precio</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener la estrategia de fijación de precios basados en la competencia. • Garantizar al cliente que nuestros precios son competitivos.
<p>Promoción</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener y generar nuevas alianzas estratégicas con empresas relacionadas al rubro del entretenimiento, ofreciendo descuentos en servicios a nuestros clientes. • Participar en los eventos para nuevas tecnologías realizados en el <i>MassGamer</i>. • Utilizar redes sociales y personajes influyentes en el mundo <i>gamer</i> para que promocionen nuestros productos.
<p>Plaza</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dirigir nuestros productos a otros distritos, como Miraflores y San Isidro.

3° AÑO

Servicio

- Comercializar nuevos servicios en *gaming* categorías más personalizadas.
- Convertirnos en el *Lan Center* referente en Lima.
- Alcanzar mejores precios como *Lan Center* de Calidad y Seguridad, brindando garantía y seguridad a nuestros clientes.

Precio

- Ofrecer mejores precios a nuestros canales de servicio.
- Otorgar descuentos especiales en *merchandising*.
- Fidelizar a nuestros clientes, otorgando porcentajes de descuentos en su próxima asistencia.

Promoción

- Ofrecer nuestros servicios de entretenimiento a empresas en Lima Metropolitana.
- Continuar con nuestra participación en los eventos de Videojuegos.
- Mantenernos vigente en las redes sociales y generar estrategia con *influencers* en el mundo *gamer* para que promocionen nuestros servicios.
- Participar como auspiciadores de equipos *gamer*.
- Ofrecer descuentos especiales a Clubes *gamer*.

Plaza

- Expandir la distribución de nuestros servicios en otros distritos.

4° AÑO

Servicio

- Afianzar a nuestros clientes con nuestra marca.
- Hacer sentir al cliente que se identifique con nuestros servicios.

Precio	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizar la estrategia de fijación de precios con la finalidad de incrementar la participación de mercado. • Atraer nuevos clientes y canales de ventas mediante la fijación de precios.
Promoción	<ul style="list-style-type: none"> • Continuar ofreciendo nuestros servicios de entretenimiento a las empresas en Lima Metropolitana. • Organizar eventos y torneos con premios en efectivo. • Continuar en la participación como auspiciadores de equipos <i>gamers</i>.
Plaza	<ul style="list-style-type: none"> • Ampliar la distribución de los servicios a otros distritos.
5° AÑO	
Servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Otorgar el servicio de “<i>gaming house</i>” como nueva opción. • Ampliar nuestra cartera de servicios. • Ofrecer paquetes que incluyan el servicio Postventa.
Precio	<ul style="list-style-type: none"> • Brindar descuentos en el servicio de <i>streaming</i>. • Otorgar precios competitivos en la compra de paquetes (Productos comestibles + Servicio).
Promoción	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer el servicio de recargas gratuitas en los juegos favoritos. • Mantener promoción y descuentos exclusivos a participantes de eventos <i>gamers</i>.
Plaza	<ul style="list-style-type: none"> • Ampliar la empresa, ya no solo comercializando servicios sino también brindando la venta de PC’s de Gama alta.

Fuente: Elaboración propia

4. ESTUDIO TÉCNICO

El desarrollo del presente módulo está basado en la proyección de la demanda insatisfecha del cual se tomará un porcentaje para dimensionar cuantitativamente la capacidad productiva o tamaño del negocio, así como también los recursos materiales, económicos y humanos necesarios.

4.1. Tamaño del negocio, Factores determinantes

Relación Tamaño mercado

De acuerdo con el estudio de mercado realizado, se ha determinado que el 44% de los encuestados considera que es más importante la calidad de las PC, además de tener el 44% de los encuestados respondieron que están dispuestos a pagar S/.3.00 la hora por un PC de mejor desempeño.

Como hemos mencionado anteriormente la experiencia que ofrece *Millennials Lan Center* son PC's de alto desempeño que mejora la experiencia de los *gamers* y son ideales para el ámbito competitivo, eventos y deportes electrónicos.

Calidad/Precio

Un factor determinante que hemos podido rescatar de las encuestas, es que los usuarios buscan que las PC's que ellos desean alquilar les ofrezca un alto desempeño, sin tomar tanta importancia al precio de estos.

Como resultado podemos determinar que la relación precio/calidad es sumamente importante para los usuarios, por lo cual se considera que marcas *Gaming* como RYZEN, NVIDEA y LOGITECH son las que más aceptación tendría en mercado limeño, siendo esta la que mejor desempeño presenta en

comparación a sus competidores, debido a que sus productos se usan siempre en competiciones deportivas.

Tipos de video juegos

El factor más importante es la disponibilidad en variedad de juegos que pueda tener *Lan Center Millennials* con la finalidad de brindarle entretenimiento de alta calidad en cualquier tipo de video juego disponible, el 54% de los encuestados ha indicado que practica juegos de estrategia y este factor nos ayuda a determinar que debemos mantener actualizados e instalados en todas las PC's, ya que tener instalados los más conocidos como Dota2, LOL, Star Craft, entre otros es de suma importancia para todos los usuarios de *Lan Center* que compiten en deportes electrónicos.

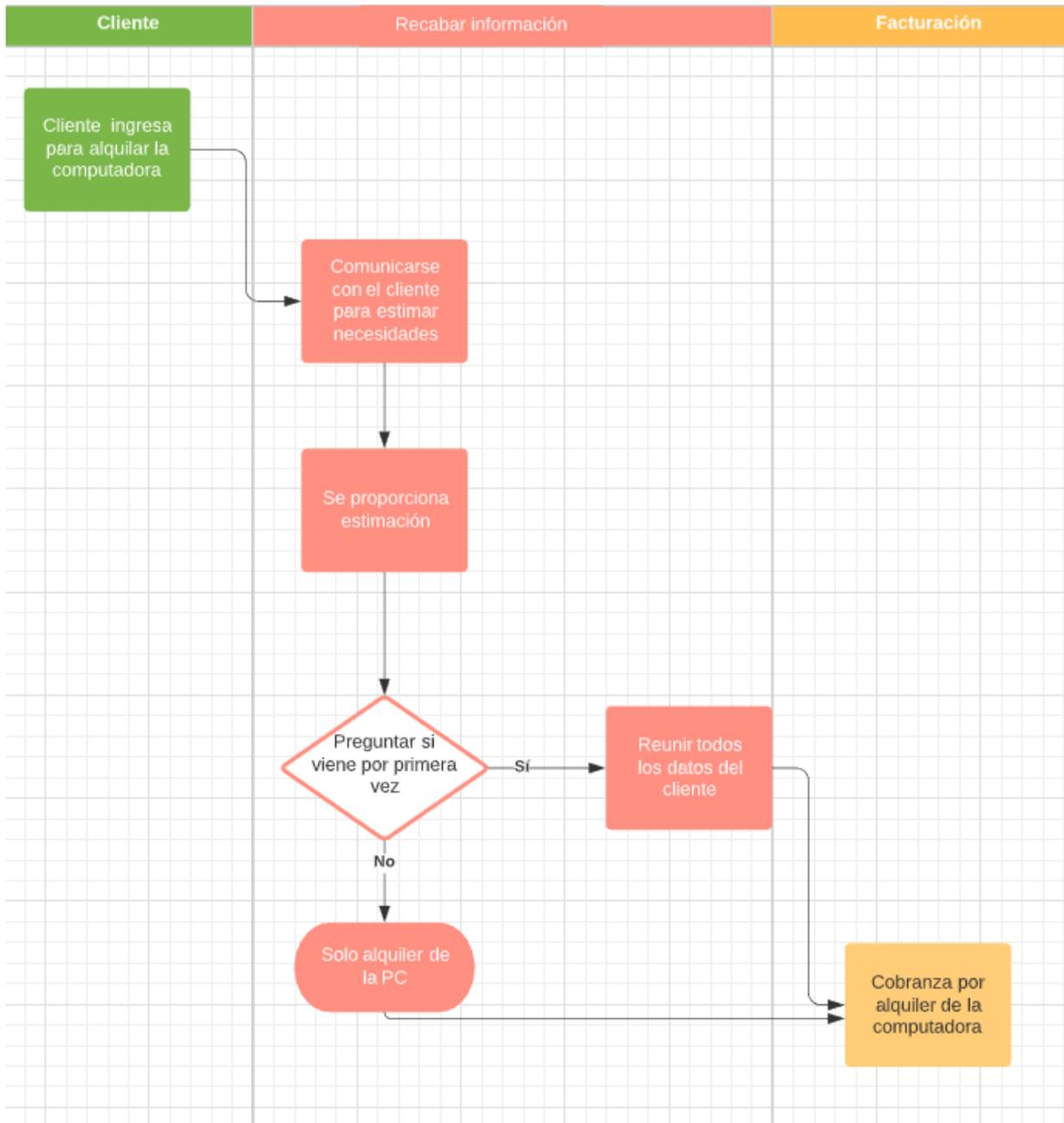
4.2. Proceso y Tecnología

4.2.1. Descripción y diagrama de los procesos

El proceso de compra y abastecimiento está compuesto de la siguiente manera. El modelo del ciclo de operaciones de *Lan Center Millennials* contempla tres grupos de procesos imprescindibles para asegurar la generación de valor que se busca ofrecer al cliente. *Lan Center Millennials* busca ofrecer una experiencia memorable temática y de calidad al *gamer*.

Los procesos de la empresa están compuestos en tres partes, el primer proceso consiste en la asistencia de los clientes, mientras que en el segundo proceso se recaba información del cliente y por último se realiza el proceso número cuatro, en el cual se debe realizar la cobranza al cliente cuando decida retirarse o se deba retirar si ya es la hora de cierre del local.

Figura 24: Diagrama de proceso



Fuente: Elaboración Propia

Primero, me enfocaré en el proceso de alquiler de máquinas, se realiza al inicio cuando el cliente se acerca al local y solicita el alquiler de la computadora. Para identificar si cuenta con un equipo complementario a los que el servicio entrega, como audífonos, mouse u otros objetos de su propiedad, se preguntará por ello. El responsable asistente de la tienda registrará al cliente y le asignará una computadora. Seguidamente, venderá el servicio por horas y hará la cobranza. Por último, el cliente utilizará la máquina y tendrá la opción de

renovar el servicio si lo desea. En caso de que fuera así se repite el proceso a partir del momento de venta del servicio, sino el cliente abandona el local.

4.2.2. Capacidad instalada y operativa

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección; puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos, etc. *Lan Center Millennials* va a contar con un espacio en el cual se observarán las computadoras, este espacio no supera los 30 mt. Cuadrados, ya que el espacio personal por PC es de 1 metro aprox. y es necesario tener un espacio suficiente para la comodidad de los usuarios.

Tabla 21: Capacidad instalada

CAPACIDAD INSTALADA		
CPU	20	unidades
Horario de servicio al día	14	horas
Alquiler máximo al día	280	horas
Alquiler máximo al año	102,200	horas

Fuente: Elaboración Propia

Se deberá vigilar la eficiencia en la gestión del ciclo operativo, garantizando la calidad del servicio a ofertar, puesto que es un elemento de alto valor para el *gamer*. Asimismo, la empresa se apoyará de herramientas como el software controlador de horas (*Cybercontrol*), que permitirá dar seguimiento al alquiler de máquinas y administrar las ventas; el controlador de inspección al trabajador (*Teamviewer*) y la aplicación de encuestas y conversatorios, que evaluarán la percepción y calidad del servicio con el fin de mejorarlos.

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

Lan Center Millennials es una empresa comercializadora de productos terminados y servicios que no necesitan un proceso de transformación adicional, por lo tanto, no es necesario llevar un cuadro de insumos:

Figura 22: Bienes de Capital

Nº	PRODUCTO	DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO incl. IGV	VALOR TOTAL
1	CPU	Placa madre MSI A68, Tarjeta de video R7, Procesador AMD A10-7850K, Memoria Ram HyperX 8gb, Disco duro 500gb, Case Razer 500w,	20	S/ 2,500.00	S/ 50,000.00
2	Pantalla de PC	Monitor 144hz 24" T. 1ms	20	S/ 700.00	S/ 14,000.00
3	Mouse Logitech	Mouse Óptico Inalámbrico Logitech G203	20	S/ 100.00	S/ 2,000.00
4	Teclado Mecánico	Micronics SP500	20	S/ 320.00	S/ 6,400.00
5	Audífonos	Antryx	20	S/ 70.00	S/ 1,400.00
6	Mouse Pads	Razer	20	S/ 20.00	S/ 400.00
7	Silla Ergonómica	Silla X Gamer	20	S/ 500.00	S/ 10,000.00
8	Módulo	Tablero	4	S/ 100.00	S/ 400.00
9	Vitrina Mostrador	De melamina y vidrio, dimensiones 1.30 x 60 cm.	1	S/ 560.00	S/ 560.00
10	Switch D-link	24 Puertos 10/100/1000 Mbps	1	S/ 450.00	S/ 450.00
11	Cable UTP	DIXON CAT 6 por caja	2	S/ 480.00	S/ 960.00
12	POS	IZIPAY	1	S/ 90.00	S/ 90.00
				TOTAL	S/ 86,660.00

Fuente: Elaboración propia

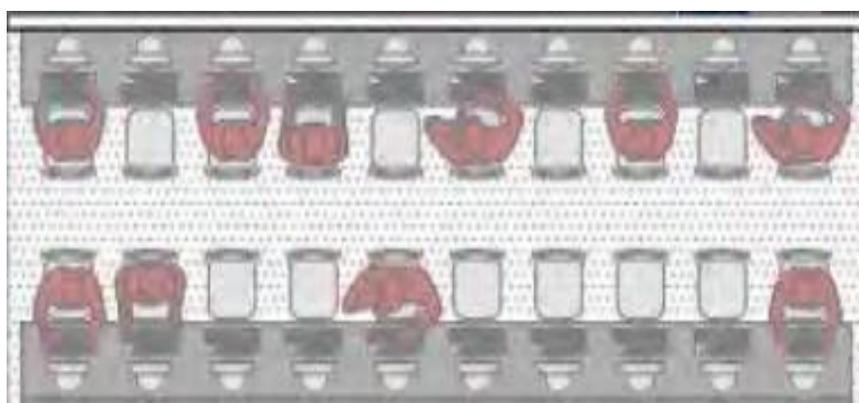
Tabla 23: Personal de la empresa

Puesto de Trabajo	Modalidad	Salario
Titula Gerente	Tiempo Completo	S/.3,000.00
Administrador	Tiempo completo	S/. 1,400.00
Contador Externo	Recibo por Honorarios	S/. 100.00

Fuente: Elaboración propia

Gaming, asumirá los costos laborales del salario neto de cada colaborador; sin embargo, por el personal tercerizado no se asumen estos, ya que están bajo un contrato de servicios.

Figura 25: Productos a comercializar



Fuente: Elaboración Propia

4.2.4. Infraestructura y características físicas

La infraestructura se encontrará ubicado en Jr. Francisco Moreno 122 Surquillo. Cuenta con un área total de 32 m². La distribución se basó en las preferencias de los *gamers*, los cuales requerían un espacio privado donde poder entrenar y practicar de manera individual y con amigos. Por ello, se ambienta el espacio y PC's en filas. A continuación, se presenta el layout, plano de evacuación y vista general.

4.3. Localización del negocio, Factores determinantes

Macro localización

Para la ubicación del local de la Empresa *Lan Center Millennials*, se ha realizado el Método Brown y Gibson para poder determinar la localización del local teniendo como alternativas los distritos de Surquillo, Miraflores y San Isidro.

Considerando los siguientes factores:

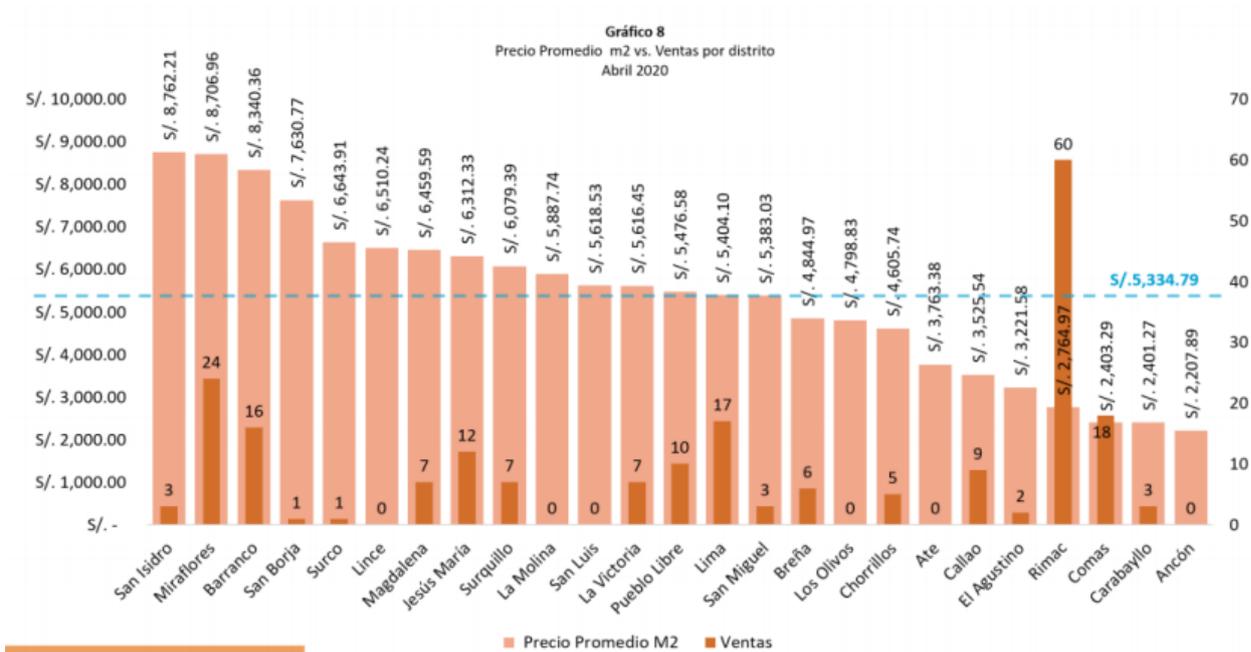
- Factor de Seguridad
- Factor de Accesibilidad
- Factor Céntrico

Para determina la localización del local se tomó en cuenta los puntajes del 0 al 1: Siendo 1 el puntaje muy alto, 0 muy bajo.

Factores de Localización

Según el Informe Mercado Inmobiliario, de la Asociación de Desarrolladores Inmobiliarios (ADI), el precio del m² en San Isidro, Miraflores y Surquillo es de S/ 8,762.21, S/ 8,706.96 y S/ 6,079.39 respectivamente.

Figura 26: Factores de localización



Fuente: Informe ADI Perú Boletín estadístico mensual.

De la información extraída del ADI, se desprende que por 30 mt. Cuadrados el precio de la venta de cada distrito se manejará como figura en el siguiente cuadro.

Tabla 24: Distritos cercanos

Ciudad	Ct
Surquillo	S/. 182,381.70
Miraflores	S/. 261,208.80
San Isidro	S/. 262,866.30

Fuente: Elaboración propia

Contando con la información precedente, se puede empezar a formular el método de Brown y Gibson, en donde K es igual a 0.75.

Tabla 25: Método Brown y Gibson

Donde:			
MPL=	Medida de preferencia de localización		
K=	Constante que oscila entre 0 y 1	Valor de K	0.75
Foi	Factores objetivos	Valor de 1-K	0.25
Fsi=	Factores subjetivos		

Fuente: Elaboración propia

Factores Objetivos:

Los factores objetivos se consideran que son los costos más importantes para establecer una empresa.

$$FO_i = \frac{\frac{1}{Ct_i}}{\sum_{i=1}^n \frac{1}{Ct_i}}$$

Tabla 26: Factores Objetivos

Distrito	Costo		Factor
	Ct	1/Ct	Foi
Surquillo	S/. 182,381.70	5.48301E-06	0.4181
Miraflores	S/. 261,208.80	3.82835E-06	0.2919
San Isidro	S/. 262,866.30	3.80422E-06	0.2901
	Total	1.31156E-05	1

Fuente: Elaboración propia

Al ser siempre la suma de los factores objetivos igual a 1, el valor que asume cada distrito es siempre un término relativo entre las distintas alternativas de localización.

Factores Subjetivos:

El siguiente paso corresponde a la determinación de los factores subjetivos. El carácter subjetivo de los factores de orden cualitativo hace necesario asignar una medida de comparación que valore los factores: seguridad, accesibilidad y céntrico.

$$FS_i = \sum_{j=1}^n R_{ij} * W_j$$

Tabla 27: Factores Subjetivos

Factor	Índice de importancia relativa (Wj)	
Seguridad	1/4	0.2500
Accesibilidad	1/4	0.2500
Céntrico	1/2	0.5000
Total		1.00

Fuente: Elaboración propia

En este cuadro se puede observar la comparación del factor subjetivo de Seguridad entre los tres distritos.

Tabla 28: Comparación de Factores Seguridad

Factor	Seguridad				
Distrito	Comparación			Suma	Rij
Surquillo	0	0	0	0	0
Miraflores	1	0	0	1	0.33333333
San Isidro	0	1	1	2	0.66666667
			Total	3	1

Fuente: Elaboración propia

En este cuadro se puede observar la comparación del factor subjetivo Accesibilidad entre los tres distritos.

Tabla 29: Comparación de Factores Accesibilidad

Factor	Accesibilidad				
Distrito	Comparación			Suma	Rij
Surquillo	1	0	1	2	0.5
Miraflores	0	1	0	1	0.25
San Isidro	0	1	0	1	0.25
			Total	4	1

Fuente: Elaboración propia

En este cuadro se puede observar la comparación del factor subjetivo Céntrico entre los tres distritos.

Tabla 30: Comparación de Factores Céntrico

Factor	Céntrico				
Distrito	Comparación			Suma	Rij
Surquillo	1	0	0	1	0.25
Miraflores	0	1	0	1	0.25
San Isidro	0	1	1	2	0.5
			Total	4	1

Fuente: Elaboración propia

El siguiente paso corresponde a la combinación de los factores críticos, objetivos y subjetivos mediante la fórmula del algoritmo sinérgico:

Tabla 31: Combinación de factores críticos

Multiplicación matricial				
0	0.5	0.25	0.25	0.2500
0.33333333	0.25	0.25	0.2500	0.2708
0.66666667	0.25	0.5	0.5	0.4792

Fuente: Elaboración propia

El siguiente tabulado muestra los índices de localización de todas los tres distritos: Miraflores, Surquillo y San Isidro, podemos observar que los distritos Miraflores y San Isidro tienen un índice de localización equivalente a 0,2866 y 03373 respectivamente, esto motivado por el factor objetivo Costo, mientras el distrito que tiene el mayor índice de localización y sería la mejor opción sería el distrito de Surquillo.

$$MPL = K*(FOi) + (1-K)*(FSi)$$

Sustitución de fórmula	
Surquillo	0.8135
Miraflores	0.2866
San Isidro	0.3373

5. ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

En el presente capítulo se detallan los supuestos generales del modelo financiero, así como los supuestos de los ingresos y gastos del presente plan de negocio. Finalmente, se presenta el análisis de sensibilidad de las principales variables y la determinación del punto de equilibrio.

5.1. Tamaño Inversión Fija

La inversión fija es dividida en inversión tangible e intangible y está compuesta por los activos fijos como el arrendamiento del local, equipos de cómputo, muebles, software, entre otros.

5.1.1. Inversión Tangible

La inversión tangible son todas las adquisiciones físicas, dentro de esta clasificación consideramos equipos, mobiliario, herramientas, etc.

Tabla 32: Activos Tangibles

N°	PRODUCTO	DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO incl. IGV	VALOR TOTAL
1	CPU	Placa madre MSI A68, Tarjeta de video R7, Procesador AMD A10-7850K, Memoria Ram HyperX 8gb, Disco duro 500gb, Case Razer 500w,	20	S/ 2,500.00	S/ 50,000.00
2	Pantalla de PC	Monitor 144hz 24" T. 1ms	20	S/ 700.00	S/ 14,000.00
3	Mouse Logitech	Mouse Óptico Inalámbrico Logitech G203	20	S/ 100.00	S/ 2,000.00
4	Teclado Mecánico	Micronics SP500	20	S/ 320.00	S/ 6,400.00
5	Audífonos	Antryx	20	S/ 70.00	S/ 1,400.00
6	Mouse Pads	Razer	20	S/ 20.00	S/ 400.00
7	Silla Ergonómica	Silla X Gamer	20	S/ 500.00	S/ 10,000.00
8	Módulo	Tablero	4	S/ 100.00	S/ 400.00
9	Vitrina Mostrador	De melamina y vidrio, dimensiones 1.30 x 60 cm.	1	S/ 560.00	S/ 560.00
10	Switch D-link	24 Puertos 10/100/1000 Mbps	1	S/ 450.00	S/ 450.00
11	Cable UTP	DIXON CAT 6 por caja	2	S/ 480.00	S/ 960.00
12	POS	IZIPAY	1	S/ 90.00	S/ 90.00
				TOTAL	S/ 86,660.00

Fuente: Elaboración propia

5.1.2. Inversión Intangible

La inversión intangible son todas las adquisiciones no físicas de la empresa, dentro de esta clasificación podemos considerar; la licencia de funcionamiento, registro de la marca, constitución de la empresa, etc.

Tabla 33: Gastos legales, municipales y por servicios

Inversión Intangible	Valor Total
Licencia de Funcionamiento	S/. 248.60
Registro de Marca	S/. 535.00
Constitución de la Empresa	S/. 500.00
Software administración	S/. 1,200.00
Garantía de alquiler	S/. 1,500.00
Registros públicos	S/. 185.00
TOTAL	S/. 4,168.60

Fuente: Elaboración propia

5.2. Capital de Trabajo

Esto se basa en los principales gastos como el pago al personal, el pago de servicios entre otros, ya que se debe mantener separado una suma de dinero para cubrir las obligaciones.

Tabla 34: Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	MENSUAL	SEMESTRAL
INTERNET	S/. 500.00	S/. 3,000.00
AGUA	S/. 30.00	S/. 180.00
LUZ	S/. 500.00	S/. 3,000.00
ALQUILER	S/. 2,500.00	S/. 15,000.00
Gastos Administrativos	S/. 4,500.00	S/. 27,000.00
TOTAL	S/. 8,030.00	S/. 48,180.00

Fuente: Elaboración propia

5.3. Inversión Total

La inversión total está compuesta por la inversión tangible, inversión intangible y capital de trabajo; en el siguiente cuadro se muestra el resumen.

Tabla 35: Inversión Total

Detalle	Total	Porcentaje
Inversión Tangible	S/. 86,660.00	62.21%
Inversión intangible	S/. 4,168.60	2.99%
Capital de trabajo	S/. 48,180.00	34.80%
TOTAL	S/. 139,308.60	100.00%

Fuente: Elaboración propia

5.4. Estructura de la inversión y financiamiento

La estructura de inversión estará conformada por la inversión tangible e intangible, así como el capital de trabajo; el aporte propio es de S/89,008.60 Soles, por lo cual se solicitará un préstamo a la entidad financiera por un valor de S/ 50,000.00 Soles, con el objetivo de cubrir la diferencia de la inversión total del proyecto.

Tabla 36: Estructura de la inversión y financiamiento

Detalle	Aporte Propio	Préstamo	Total	Porcentaje
Inversión Tangible	S/ 36,660.00	S/.50,000.00	S/.86,660.00	62.34%
Inversión intangible	S/ 4,168.60	S/. -	S/.4,168.60	3.00%
Capital de trabajo	S/ 48,180.00	S/ -	S/.48,180.00	34.66%
TOTAL	S/ 89,008.60	S/.50,000.00	S/.139,008.60	100.00%
Porcentaje	64.03%	35.97%		

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la tabla el aporte propio representa el 64.03%, mientras que el préstamo representa el 35.97%. También cabe destacar que gran

porcentaje de la inversión total es de la inversión tangible representando el 62.34%

5.5. Fuentes Financieras

Como se mencionó en el punto 5.4 para que *Lan Center Millennials* inicie sus operaciones, es necesario solicitar un préstamo de S/ 50,000.00 Soles, por lo cual se ha solicitado información de crédito a 4 entidades financieras.

Tabla 37: Cuadro comparativo de entidades financieras

Entidad Financiera	TEA	TEM	Plazo	Cuota
INTERBANK	25.73%	1.93%	48	S/. 1,605.77
BBVA	27.00%	2.01%	48	S/. 1,634.00
BCP	19.50%	1.50%	48	S/. 1,467.38
CAJA AREQUIPA	29.50%	2.18%	48	S/. 1,689.57

Fuente: Elaboración propia

5.6. Condiciones de Crédito

En la evaluación de las entidades financieras, el Banco de Crédito del Perú – BCP, es la opción que ofrece la mejor tasa de interés anual y el menor de cuota mensual a pagar. Por tal motivo, se elige al BCP como la entidad financiera con la cual *Lan Center Millennials* trabajará.

Tabla 38: Condiciones del crédito BCP

Monto del Préstamo	S/50,000
Moneda	Soles
T.C.E.A.	19.50%
T.E.M.	1.5%
N° de cuotas	48
Valor de Cuota	S/2,935

Fuente: Elaboración propia

Tabla 39: Cronograma de Pagos

Mes	Saldo inicial	Amortización	Intereses	Cuota	Saldo Final
1	S/. 50,000.00	S/. 719.57	S/. 747.81	S/. 1,467.38	S/. 49,280.43
2	S/. 49,280.43	S/. 730.33	S/. 737.05	S/. 1,467.38	S/. 48,550.11
3	S/. 48,550.11	S/. 741.25	S/. 726.13	S/. 1,467.38	S/. 47,808.85
4	S/. 47,808.85	S/. 752.34	S/. 715.04	S/. 1,467.38	S/. 47,056.52
5	S/. 47,056.52	S/. 763.59	S/. 703.79	S/. 1,467.38	S/. 46,292.93
6	S/. 46,292.93	S/. 775.01	S/. 692.37	S/. 1,467.38	S/. 45,517.92
7	S/. 45,517.92	S/. 786.60	S/. 680.78	S/. 1,467.38	S/. 44,731.32
8	S/. 44,731.32	S/. 798.37	S/. 669.01	S/. 1,467.38	S/. 43,932.95
9	S/. 43,932.95	S/. 810.31	S/. 657.07	S/. 1,467.38	S/. 43,122.64
10	S/. 43,122.64	S/. 822.43	S/. 644.95	S/. 1,467.38	S/. 42,300.22
11	S/. 42,300.22	S/. 834.73	S/. 632.65	S/. 1,467.38	S/. 41,465.49
12	S/. 41,465.49	S/. 847.21	S/. 620.17	S/. 1,467.38	S/. 40,618.28
13	S/. 40,618.28	S/. 859.88	S/. 607.50	S/. 1,467.38	S/. 39,758.40
14	S/. 39,758.40	S/. 872.74	S/. 594.64	S/. 1,467.38	S/. 38,885.66
15	S/. 38,885.66	S/. 885.79	S/. 581.58	S/. 1,467.38	S/. 37,999.86
16	S/. 37,999.86	S/. 899.04	S/. 568.34	S/. 1,467.38	S/. 37,100.82
17	S/. 37,100.82	S/. 912.49	S/. 554.89	S/. 1,467.38	S/. 36,188.33
18	S/. 36,188.33	S/. 926.14	S/. 541.24	S/. 1,467.38	S/. 35,262.20
19	S/. 35,262.20	S/. 939.99	S/. 527.39	S/. 1,467.38	S/. 34,322.21
20	S/. 34,322.21	S/. 954.05	S/. 513.33	S/. 1,467.38	S/. 33,368.16
21	S/. 33,368.16	S/. 968.32	S/. 499.06	S/. 1,467.38	S/. 32,399.84
22	S/. 32,399.84	S/. 982.80	S/. 484.58	S/. 1,467.38	S/. 31,417.05
23	S/. 31,417.05	S/. 997.50	S/. 469.88	S/. 1,467.38	S/. 30,419.55
24	S/. 30,419.55	S/. 1,012.42	S/. 454.96	S/. 1,467.38	S/. 29,407.13
25	S/. 29,407.13	S/. 1,027.56	S/. 439.82	S/. 1,467.38	S/. 28,379.57

26	S/. 28,379.57	S/. 1,042.93	S/. 424.45	S/. 1,467.38	S/. 27,336.65
27	S/. 27,336.65	S/. 1,058.52	S/. 408.85	S/. 1,467.38	S/. 26,278.12
28	S/. 26,278.12	S/. 1,074.36	S/. 393.02	S/. 1,467.38	S/. 25,203.76
29	S/. 25,203.76	S/. 1,090.42	S/. 376.95	S/. 1,467.38	S/. 24,113.34
30	S/. 24,113.34	S/. 1,106.73	S/. 360.65	S/. 1,467.38	S/. 23,006.61
31	S/. 23,006.61	S/. 1,123.29	S/. 344.09	S/. 1,467.38	S/. 21,883.32
32	S/. 21,883.32	S/. 1,140.09	S/. 327.29	S/. 1,467.38	S/. 20,743.23
33	S/. 20,743.23	S/. 1,157.14	S/. 310.24	S/. 1,467.38	S/. 19,586.10
34	S/. 19,586.10	S/. 1,174.44	S/. 292.93	S/. 1,467.38	S/. 18,411.65
35	S/. 18,411.65	S/. 1,192.01	S/. 275.37	S/. 1,467.38	S/. 17,219.64
36	S/. 17,219.64	S/. 1,209.84	S/. 257.54	S/. 1,467.38	S/. 16,009.80
37	S/. 16,009.80	S/. 1,227.93	S/. 239.45	S/. 1,467.38	S/. 14,781.87
38	S/. 14,781.87	S/. 1,246.30	S/. 221.08	S/. 1,467.38	S/. 13,535.58
39	S/. 13,535.58	S/. 1,264.94	S/. 202.44	S/. 1,467.38	S/. 12,270.64
40	S/. 12,270.64	S/. 1,283.86	S/. 183.52	S/. 1,467.38	S/. 10,986.78
41	S/. 10,986.78	S/. 1,303.06	S/. 164.32	S/. 1,467.38	S/. 9,683.72
42	S/. 9,683.72	S/. 1,322.55	S/. 144.83	S/. 1,467.38	S/. 8,361.18
43	S/. 8,361.18	S/. 1,342.33	S/. 125.05	S/. 1,467.38	S/. 7,018.85
44	S/. 7,018.85	S/. 1,362.40	S/. 104.98	S/. 1,467.38	S/. 5,656.45
45	S/. 5,656.45	S/. 1,382.78	S/. 84.60	S/. 1,467.38	S/. 4,273.67
46	S/. 4,273.67	S/. 1,403.46	S/. 63.92	S/. 1,467.38	S/. 2,870.21
47	S/. 2,870.21	S/. 1,424.45	S/. 42.93	S/. 1,467.38	S/. 1,445.76
48	S/. 1,445.76	S/. 1,445.76	S/. 21.62	S/. 1,467.38	-S/. 0.00

Fuente: Elaboración propia

6. ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS

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

6.1. Presupuesto de los costos

El presupuesto de costos de la empresa *Lan Center Millennials* está compuesto por: Presupuesto por servicios, Presupuesto Costos Fijos, Presupuesto por equipos y presupuesto por mobiliario.

Presupuesto por servicios

Los costos por servicios están expresados en Soles y son deducidos de los costos fijos mensuales detallados en la tabla de presupuesto de costos fijos, la condición de mantener estos costos es atender en el horario regular de 14 horas diarias de atención regular con 20 PC's operativas para su alquiler.

Tabla 40: Presupuestos por Servicios

COSTO DE SERVICIO	MONTO
Costo Mensual	S/8,030.00
Costo Diario	S/267.67
Costo por hora	S/19.12

Fuente: Elaboración propia

Presupuesto Costos Fijos

Los costos fijos están compuestos por los servicios básicos y el pago por arrendamiento del local, los cuales deben ser pagados mensualmente.

Tabla 41: Presupuestos de Costos Fijos

Servicios	MENSUAL
Internet Fibra Óptica	S/. 500.00
Servicios de agua	S/. 30.00
Servicios de Luz	S/. 500.00
Arrendamiento del local	S/. 2,500.00

Pago administrativo	S/. 4,500.00
TOTAL	S/. 8,030.00

Fuente: Elaboración propia

Presupuesto por equipos

En este punto se presentará los costos por los equipos que son necesarios para iniciar las operaciones de la empresa *Lan Center Millennials*.

Tabla 42: Presupuesto por equipos

Equipos	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO incl. IGV	VALOR TOTAL
CPU Completa	20	S/ 2,500.00	S/ 50,000.00
Pantalla de PC	20	S/ 700.00	S/ 14,000.00
Mouse Logitech	20	S/ 100.00	S/ 2,000.00
Teclado Mecánico	20	S/ 320.00	S/ 6,400.00
Audífonos	20	S/ 70.00	S/ 1,400.00
Mouse Pads	20	S/ 20.00	S/ 400.00
Switch D-link	1	S/ 450.00	S/ 450.00
Cable UTP	2	S/ 480.00	S/ 960.00
POS IZIPAY	1	S/ 90.00	S/ 90.00
TOTAL			S/ 75,700.00

Fuente: Elaboración propia

Presupuesto por mobiliario

En el siguiente cuadro, se muestra el mobiliario necesario para la empresa.

Tabla 43: Presupuesto por mobiliario

Mobiliario	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Vitrina Mostrador	1	S/. 560.00	S/. 560.00
Sillas Gamer	20	S/. 500.00	S/. 10,000.00
TOTAL			S/. 10,560.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 44: Depreciación Constante Anual

Inversión Tangible	Cantidad	Precio Unit.	Precio Total	Depreciación Anual
CPU	20	S/ 2,500.00	S/ 50,000.00	S/ 10,000.00
Pantalla de PC	20	S/ 700.00	S/ 14,000.00	S/ 2,800.00
Mouse Logitech	20	S/ 100.00	S/ 2,000.00	S/ 400.00
Teclado Mecánico	20	S/ 320.00	S/ 6,400.00	S/ 1,280.00
Audífonos	20	S/ 70.00	S/ 1,400.00	S/ 280.00
Mouse Pads	20	S/ 20.00	S/ 400.00	S/ 80.00
Silla GamerX	20	S/ 500.00	S/ 10,000.00	S/ 2,000.00
Módulo	2	S/ 100.00	S/ 200.00	S/ 40.00
Vitrina Mostrador	1	S/ 560.00	S/ 560.00	S/ 112.00
Switch D-link	1	S/ 450.00	S/ 450.00	S/ 90.00
Cable UTP caja	2	S/ 480.00	S/ 960.00	S/ 192.00
POS	1	S/ 90.00	S/ 90.00	S/ 18.00
TOTAL				S/ 86,460.00

Fuente: Elaboración propia

6.2. Punto de equilibrio

Debido a que el *Lan Center Millennials*, brindará un solo servicio, el cual tiene costos, gastos y precios fijos mensuales.

El costo total Mensual es el resultado del costo fijo del servicio más los gastos financieros mensuales, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 45: Cálculo del Costo Total Mensual

Costos	Montos
Costos Fijos Mensuales	S/. 8,030.00
Gastos Fijos Mensuales	S/. 2,934.76
Costo Total Mensual	S/. 10,964.76

Fuente: Elaboración propia

El precio es el resultado del servicio por el alquiler de las 20 PC *Gamer* por la cantidad de horas de servicio regular, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 46: Cálculo Precio – Cantidad

Precio de hora por PC	S/. 3,00
Cantidad de PC	20 unidades
Horas de Servicio al día	14

Fuente: Elaboración propia

Una vez ya determinado el costo y precio; así como el costo y gasto fijo mensual, podemos determinar el punto de equilibrio.

El punto de equilibrio se halla con la siguiente formula:

$$\frac{(\text{Costo Fijo Mensual} + \text{Gasto Fijo Mensual})}{(\text{Precio Promedio Ponderado} - \text{Costo Promedio Ponderado})}$$

Tabla 47: Punto de Equilibrio – Unidades por Mes

Costo Fijo Mensual	S/. 8,030.00
Gasto Fijo Mensual	S/. 2934.76
Precio	S/. 3.00

Fuente: Elaboración propia

$$\frac{\text{S/ } 8,030.00 + \text{S/ } 2,934.76}{\text{S/ } 3,00}$$

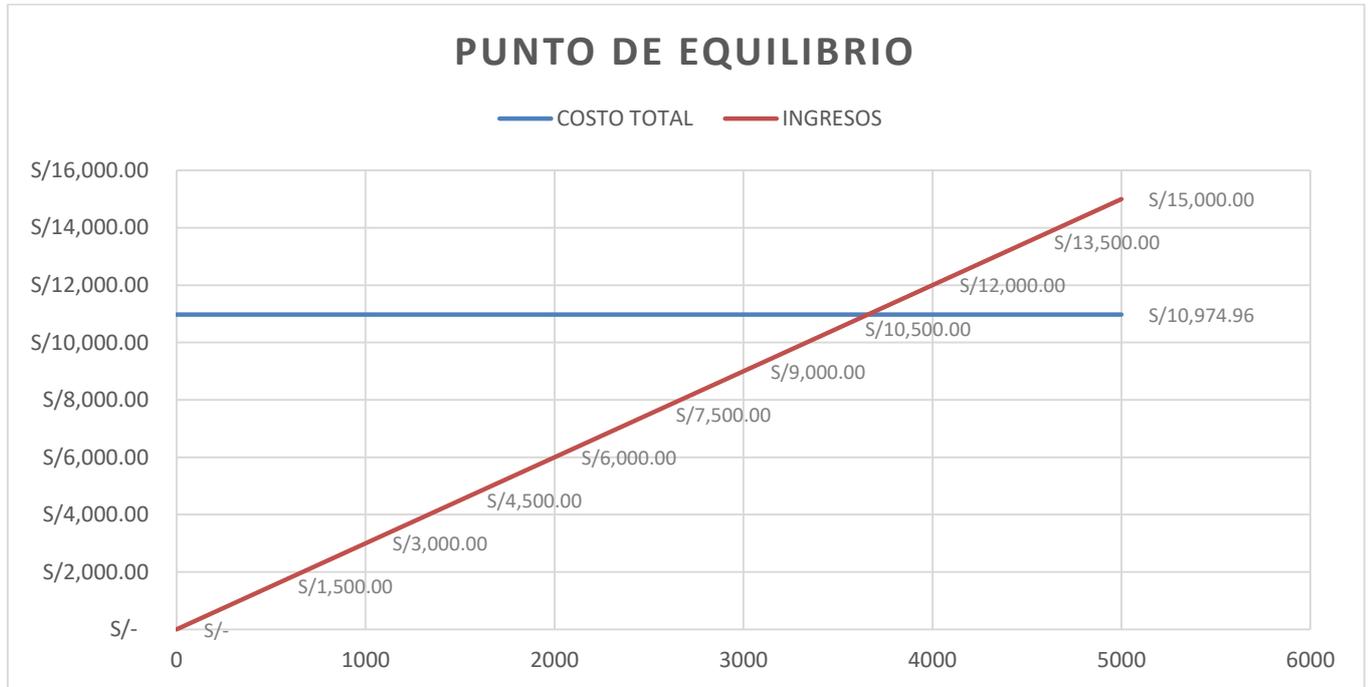
$$\text{S/ } 3,00$$

$$\text{P.E.M.} = 3,654.92$$

Como resultado se obtuvo que, para alcanzar el punto de equilibrio, la empresa *Lan Center Millennials* debe brindar 3,654.92 horas de alquiler por mes, es decir en promedio cada una de las 20 CPU's debe alquilarse 182.75 horas al mes o 6 horas diarias cada una en promedio. La capacidad máxima de horas por servicio

son 8,400 horas mensuales, es decir utilizaríamos el 43.51% de la capacidad instalada mensual solo para alcanzar el punto de equilibrio, dándonos un margen de utilidad del 56.49% para el presente proyecto.

Figura 28: Punto de Equilibrio



Fuente: Elaboración propia

6.3. Estado de ganancias y perdidas

Mediante el estado de ganancias y pérdidas se va a demostrar de forma detallada los resultados del proyecto en los próximos siguientes años.

Tabla 48: Estado de ganancias y pérdidas

DETALLE	2021	2022	2023	2024	2025
Ingresos	S/.166,320.00	S/.181,440.00	S/.196,560.00	S/.211,680.00	S/.226,800.00
Costos Fijos	S/.42,360.00	S/.42,360.00	S/.42,360.00	S/.42,360.00	S/.42,360.00
U. Bruta	S/.123,960.00	S/.139,080.00	S/.154,200.00	S/.169,320.00	S/.184,440.00
G. Administrativos	S/.54,000.00	S/.54,000.00	S/.54,000.00	S/.54,000.00	S/.54,000.00
Depreciación	S/.17,292.00	S/.17,292.00	S/.17,292.00	S/.17,292.00	S/.17,292.00
U. Operativa	S/.52,668.00	S/.67,788.00	S/.82,908.00	S/.98,028.00	S/.113,148.00
Otros Ingresos	-	-	-	-	-
U. Antes de Interés e Impuestos	S/.52,668.00	S/.67,788.00	S/.82,908.00	S/.98,028.00	S/.113,148.00
G. Financieros	S/.8,226.83	S/.6,397.39	S/.4,211.22	S/.1,598.74	S/.0.00
U. Antes de Impuestos	S/.44,441.17	S/.61,390.61	S/.78,696.78	S/.96,429.26	S/.113,148.00
Impuestos (10%)	S/.4,444.12	S/.6,139.06	S/.7,869.68	S/.9,642.93	S/.11,314.80
U. Neta	S/.39,997.05	S/.55,251.54	S/.70,827.10	S/.86,786.33	S/.101,833.20

Fuente: Elaboración propia

6.4. Presupuesto de ingresos

En la siguiente tabla se muestra la proyección de ingresos de los siguientes cuatro años.

Tabla 49: Costos Fijos

Servicios	Precio Alquiler por Hora	2021		2022		2023		2024	
		Cantidad de Horas	Total						
Alquiler de la PC	S/ 3.00	55,440.00	S/ 166,320.00	60480	S/ 181,440.00	65520	S/ 196,560.00	70560	S/ 211,680.00

Fuente: Elaboración propia

6.5. Presupuesto de egresos

En la siguiente tabla se muestra la proyección de egresos de los siguientes cuatro años

Tabla 50: Costos Fijos

Servicios	Costo Alquiler por Hora	2021		2022		2023		2024	
		Cantidad de Horas	Total						
Alquiler de la PC	S/ 19.12	55,440.00	S/ 42,360.00	60480	S/ 42,420.00	65520	S/ 42,580.00	70560	S/ 42,650.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 51: Tabla de Depreciación

Inversión Tangible	Cantidad	Precio Unit.	Precio Total	Depreciación 2021	Depreciación 2022	Depreciación 2023	Depreciación 2024	Depreciación 2025
CPU	20	S/ 2,500.00	S/ 50,000.00	S/ 10,000.00				
Pantalla de PC	20	S/ 700.00	S/ 14,000.00	S/ 2,800.00				
Mouse Logitech	20	S/ 100.00	S/ 2,000.00	S/ 400.00				
Teclado Mecánico	20	S/ 320.00	S/ 6,400.00	S/ 1,280.00				
Audífonos	20	S/ 70.00	S/ 1,400.00	S/ 280.00				
Mouse Pads	20	S/ 20.00	S/ 400.00	S/ 80.00				
Silla GamerX	20	S/ 500.00	S/ 10,000.00	S/ 2,000.00				
Módulo	2	S/ 100.00	S/ 200.00	S/ 40.00				
Vitrina Mostrador	1	S/ 560.00	S/ 560.00	S/ 112.00				
Switch D-link	1	S/ 450.00	S/ 450.00	S/ 90.00				
Cable UTP caja	2	S/ 480.00	S/ 960.00	S/ 192.00				
POS	1	S/ 90.00	S/ 90.00	S/ 18.00				
TOTAL			S/ 86,460.00	S/ 17,292.00				

Fuente: Elaboración propia

Tabla 52: Costos Fijos

Servicios	Mensual	2021	2022	2023	2024
Internet	S/	S/	S/	S/	S/
Fibra Óptica	500.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00
Servicios de agua	S/	S/	S/	S/	S/
	30.00	360.00	360.00	360.00	360.00
Servicios de Luz	S/	S/	S/	S/	S/
	500.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00
Arrendamiento del local	S/	S/	S/	S/	S/
	2,500.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00
TOTAL	S/	S/	S/	S/	S/
	8,030.00	96,360.00	96,360.00	96,360.00	96,360.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 53: Gasto Financiero

DETALLE	2021	2022	2023	2024
G. Financieros	S/	S/	S/	S/
	16,453.69	12,794.78	8,422.44	3,197.48

Fuente: Elaboración propia

Tabla 54: Gasto Administrativo

Servicios	MENSUAL	2021	2022	2023	2024
Titular Gerente	S/	S/	S/	S/	S/
	3,000.00	36,000.00	36,000.00	36,000.00	36,000.00
Administrador	S/	S/	S/	S/	S/
	1,400.00	16,800.00	16,800.00	16,800.00	16,800.00
Contador Externo	S/	S/	S/	S/	S/
	100.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
TOTAL	S/	S/	S/	S/	S/
	4,500.00	54,000.00	54,000.00	54,000.00	54,000.00

Fuente: Elaboración propia

6.6. Flujo de Caja proyectado

Tabla 55: Flujo de Caja

	PERIODO						
	2020	2021	2022	2023	2024	2025	
Detalle de Ingresos							
Ingresos por Ventas	S/ -	S/ 166,320.00	S/ 181,440.00	S/ 196,560.00	S/ 211,680.00	S/ 226,800.00	
Otros Ingresos	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	
Total de Ingresos		S/166,320.00	S/181,440.00	S/196,560.00	S/211,680.00	S/226,800.00	
Detalle de Egresos							
Costos Fijos	S/ -	S/ 42,360.00					
G. Administrativo	S/ -	S/ 54,000.00					
Total de Egresos		S/ 96,360.00					
U. antes de Imp.	S/ -	S/ 69,960.00	S/ 85,080.00	S/ 100,200.00	S/ 115,320.00	S/ 130,440.00	
Impuesto (10%)	S/ -	S/ 6,996.00	S/ 8,508.00	S/ 10,020.00	S/ 11,532.00	S/ 13,044.00	
Utilidad Neta		S/ 62,964.00	S/ 76,572.00	S/ 90,180.00	S/103,788.00	S/117,396.00	
Depreciación	S/ -	S/ 17,292.00					
Flujo Operativo		S/ 80,256.00	S/ 93,864.00	S/107,472.00	S/121,080.00	S/134,688.00	
Capital							
Inversión Activo Tangible e Intangible	S/ 90,828.60	S/ -					
Capital de Trabajo	S/ 48,180.00	S/ -					
Recuperación de Capital de Trabajo	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	
Flujo Económico	-S/139,008.60	S/ 80,256.00	S/ 93,864.00	S/107,472.00	S/121,080.00	S/134,688.00	
Préstamo	S/ 50,000.00						
Amortización		S/ 9,381.72	S/ 11,211.15	S/ 13,397.33	S/ 16,009.80	S/ -	
G. Financiero		S/ 8,226.83	S/ 6,397.39	S/ 4,211.22	S/ 1,598.74	S/ -	
Flujo de Caja Financiero	-S/ 89,008.60	S/ 97,864.55	S/111,472.55	S/125,080.55	S/138,688.55	S/134,688.00	

Fuente: Elaboración propia

6.7. Balance general

Es el estado financiero más importante, dado que nos permite visualizar la situación financiera de la empresa. Para poder reflejar dicho estado, el balance muestra contablemente los activos (lo que la organización posee), los pasivos (sus deudas) y la diferencia entre estos (el patrimonio).

Tabla 56: Balance General

ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
EFFECTIVO	S/.52,348.60	PASIVO NO CORRIENTE	
		DEUDA LARGO PLAZO	S/.50,000.00
ACTIVO NO CORRIENTE		PATRIMONIO	
MAQUINARIA Y EQUIPOS	S/.86,660.00	CAPITAL	S/.89,008.60
OTROS ACTIVOS	S/.0.00		
TOTAL ACTIVO	S/.139,008.60	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	S/.139,008.60

Fuente: Elaboración propia

7. EVALUACIÓN

Tanto el análisis económico como el análisis financiero son relevantes para la toma de decisiones, ambos análisis coinciden que las personas y las empresas pueden medir y maximizar su utilidad.

7.1. Evaluación Económica, Parámetros de Medición

La evaluación económica analiza los costos y ganancias del proyecto desde la perspectiva de la sociedad como un todo, en consecuencia, la evaluación económica considera la valoración de los costos y beneficios sociales del proyecto.

El Costo Promedio Ponderado del Capital (WACC), es la tasa con la cual se evaluará los flujos económicos netos.

% Deuda: 71.94%

% Capital: 28.06%

TEA: 19.5%

COK: 8.69%

Tasa Impuesto: 30%

Inversión Inicial: S/. 139,008.60

CPPC: 12.25%

$$\text{COK} = R_f + \beta \cdot (R_m - R_f) + \text{Riesgo País}$$

Donde:

Tabla 57: COK

COK	Costo de Oportunidad del Capital	8.69%
Rf	Tasa libre de riesgo	1.84%
β	Beta del Sector	0.89
Rm	Prima por riesgo de mercado	7.89%
RP	Prima por riesgo país	1.47%

Fuente: Elaboración propia

$$WACC = K_e \frac{E}{(E+D)} + K_d (1-T) \frac{D}{(E+D)}$$

Donde:

Tabla 58: WACC

Ke	Coste de los Fondos Propios	8.69%
Kd	Coste de la Deuda Financiera	19.50%
E	Fondos Propios	39,308.60
D	Deuda Financiera	50,000
T	Tasa impositiva	30.00%
WACC	Costo Prom. Pond. Del Capital	11.47%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 59: Cálculo del VANE

AÑOS	Flujo de caja económico	FSA	VAN
0	-139,008.60		
1	80,256.00	0.8971	71,999.86
2	93,864.00	0.8048	75,545.27
3	107,472.00	0.7220	77,599.28
4	121,080.00	0.6478	78,431.21
5	134,688.00	0.5811	78,270.75
			381,846.37

VANE	242,837.77	S/.242,837.77
TIRE	62.61%	63%

Fuente: Elaboración propia

Como se presenta en la **Tabla 59**, el VAN asciende a S/. 242,837.77 Soles, lo que representa una TIR de 62.61%. Este resultado positivo demuestra que los flujos de efectivo cubren los costos y la inversión, es decir que con estos resultados se demuestra que el proyecto es rentable.

La relación Beneficio – Costo ayuda a comparar de forma directa los beneficios y los costos.

$$B/C = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Costos actualizados}} + \frac{\text{V. recuperación actualizado}}{\text{Inversión inicial}}$$

$$B/C = \frac{706,082.56}{351,993.13} + \frac{0}{139,008.60}$$

$$B/C = 2.01$$

7.2. Evaluación Financiera, Parámetros de Medición

El análisis financiero considera las inversiones desde la perspectiva de una entidad individual, el análisis incluye el flujo de fondos como ocurre en la inversión, con gastos fijos y operativos.

INVERSION	139,008.60
CPK	8.69%

Tabla 60: Calculo del VAN Financiero

AÑOS	Flujo de caja financiero	FSA	VAN
0	-89,008.60		
1	97,864.55	0.9200	90,036.34
2	111,472.55	0.8464	94,352.36
3	125,080.55	0.7787	97,401.82
4	138,688.55	0.7164	99,359.71
5	134,688.00	0.6591	88,775.08
			469,925.31
VANF	330,916.71		
TIRF	118.38%		

Fuente: Elaboración propia

7.3. Evaluación Social

La evaluación social es el proceso de identificación, medición y valorización de los beneficios y costos de un proyecto, desde el punto de vista del bienestar Social. Esta evaluación es necesaria cuando la sociedad es el agente económico dueño del proyecto.

Lan Center Millennials está basado en las operaciones que realiza una empresa de servicios y dentro de sus objetivos está considerado la contribución del empleo.

En este caso la empresa no está afecta a este tipo de evaluación ya que no genera ningún conflicto social.

7.4. Impacto Ambiental

El estudio del impacto ambiental es el instrumento básico para toma de decisiones sobre los proyectos, obras o actividades que requieren licencia ambiental.

Como ya se ha mencionado, *Lan Center Millennials* considera que el impacto medio ambiental es muy importante, los servicios a ofrecer son amigables con el medio ambiente, ya que el servicio de alquiler de PC *Gaming* no compromete, ni contribuye al impacto medioambiental debido a que los componentes alquilados tienen certificación energética es por tal motivo que estas marcas son consideradas productos de alta calidad y líderes mundiales en la fabricación de componentes de óptimo consumo energético.

Para fines de este proyecto no es necesario realizar un estudio de impacto ambiental, ya que *Lan Center Millennials* solo ofrecerá servicios de alquiler sin perjuicio del medio ambiente y del entorno social.

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1. Conclusiones

- La industria de los videojuegos, como bien se ha explicado en el desarrollo del proyecto, se encuentra en un crecimiento constante, el cual se ha verificado con las fuentes de investigación realizadas a lo largo del estudio.
- En conclusión la ubicación geográfica de la empresa se encuentra en una zona estratégica como es el distrito de Surquillo, facilita la comercialización de los servicios, enfocándose en los sectores socioeconómicos A y B, además los potenciales clientes provienen de distritos aledaños.
- Se concluye que la mayoría de los potenciales clientes prefiere alquilar PC *gamer* de alto desempeño y la línea de internet sin importar tanto el precio y no demuestran fidelidad a una sola marca en específico, sino elegir el que mejor se adecua a sus necesidades.
- El negocio cuenta con aporte propio, así como también financiamiento del 71.94 % de la inversión total del proyecto, siendo el aporte financiero el mayor aporte de la inversión total. Entre los principales egresos que tiene *Lan Center Millennials* son los costos fijos, ya que al ser servicios de alquiler de CPU *gamer* tienen un alto costo en consumo de energía eléctrica y los productos adquiridos cuentan con certificación de energía eficiente para el ahorro de la misma; no es necesario utilizar maquinaria adicional que genere mayores gastos.
- Según los resultados con ambos análisis se determinó que la empresa es rentable ya que el VAN es mayor a cero y con esto se determinó que el proyecto es rentable, además de una TIR del 55.87%
- El principal aporte que realiza *Lan Center Millennials* a la sociedad es incentivar el empleo y el desarrollo del rubro del entretenimiento, asimismo contribuir con aquellas personas desean desarrollarse en el mercado de videojuegos competitivos y necesitan implementos avanzados para su eficiente desempeño, consideramos que el proyecto no genera impacto negativo en el medio ambiente, ya que los productos que se utilizan tienen certificación energética plus Gold 80 lo cual contribuyo con un eficiente uso energético.

8.2. Recomendaciones

- Para las empresas que desean iniciar operaciones, es recomendable ser cuidadosos a la hora de seleccionar la forma jurídica dependiendo el tamaño de la empresa y la proyección de los ingresos que esta pueda tener, el régimen especial MYPE, en la actualidad ofrece muchos beneficios a los nuevos empresarios.
- Es importante que se tome en consideración los resultados en las encuestas y realizar Focus Group constantes con los potenciales clientes, ya que ellos son los que compartirán sus experiencias y darán a conocer sus necesidades por satisfacer.
- Se recomienda buscar medios para lograr una mayor penetración de mercado en el primer año, así también como buscar medios para incrementar las ventas en los primeros tres años, de esta manera no se tendrá equipo sub utilizados.
- Es recomendable que a medida que se tenga utilidades poder amortizar la deuda y así reducir los gastos financieros que pueda presentar la empresa, teniendo un mejor historial crediticio.
- Los aspectos más importantes por analizar son los costos fijos, los cuales son los más altos porque estos permiten mantener el negocio operando.
- Los ingresos dependen del flujo de ventas, por lo cual es recomendable buscar constantemente nuevos canales de ventas que permitan ampliar los horizontes del negocio.
- En el estudio financiero se puede observar con facilidad que el proyecto es factible económicamente, para que el proyecto sea aún más rentable de lo que el estudio financiero indica, es recomendable potencializar las ventas. La potencialización de las ventas puede llegar a generar un mayor nivel de rentabilidad y de esta manera podría recuperarse la inversión en un plazo menor.

9. BIBLIOGRAFÍA

Díaz L., (2005). *Análisis y Planeamiento*, Costa Rica: Editorial Universidad Estatad Estatad.
<https://books.google.com.pe/books?id=6p0R6MOBQc4C&pg=PA106&dq=foda&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjg4O6jipfqAhXRJrkGHYXqA4QQ6AEwAXoECAAQAg#v=onepage&q=foda&f=false>

Pichihua S., (27 de mayo de 2019). Día del Juego: conoce el perfil del gamer peruano. *El Peruano*. Recuperado de <https://www.elperuano.pe/noticia-perfil-del-gamer-peruano-79927.aspx>

Patiño M. (14 de diciembre de 2017). E-sports: El mercado de US\$ 600 millones que se abre paso entre las cabinas de Internet peruanas. *Gestión*. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/dota-2-mercado-us-600-millones-ocultan-cabinas-internet-peruanas-222616-noticia/>

¡Primeros pasos! Los eSports se abren paso en el Perú a través de la APDEV. (8 de octubre de 2017). *Depor*. Recuperado de <https://depor.com/depor-play/esports/esports-peru-crean-asociacion-peruana-deportes-electronicos-videojuegos-50124/>

INEI. (2019). *Clasificación Internacional Uniforme (SIGE)*. Obtenido de INEI: <http://sige.inei.gob.pe/sige/>

Personas jurídicas empresariales. (2020). *SUNARP*. Recuperado de <https://sid.sunarp.gob.pe/sid/informa.htm?method=goConstEmp>

Régimen Laboral para las MYPES. (2018). *SUNAT*: Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html>

Asociación de Desarrolladores Inmobiliarios. (2020). Informe Estadísticos Mercado Inmobiliario Abril 2020. Recuperado de <http://adiperu.pe/wp-content/uploads/Bolet%C3%ADn-Estad%C3%ADstico-Mensual-18.pdf>

Perú: Población 2019. (2019). *Compañía Peruana de estudios de mercados y opinión pública S.A.C.* Recuperado de

file:///C:/Users/SRVIP-04/Downloads/mr_poblacional_peru_201905.pdf

Koolen G. (17 de abril de 2017). El entretenimiento y la necesidad de sorprender. *La Nacion*. Recuperado de <https://www.Lanacion.com.ar/propiedades/inmuebles-comerciales/el-entretenimiento-y-la-necesidad-de-sorprender-nid2009785>

Abad, G. (2019). *Gamers: Perfiles, cultura y prioridades en la compra*. GFK. Recuperado de [file:///C:/Users/SRVIP-04/Downloads/Promoci%C3%B3n_Gamers_web%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/SRVIP-04/Downloads/Promoci%C3%B3n_Gamers_web%20(3).pdf)

10. ANEXOS

Anexo 1

Documento – Consulta RUC

CONSULTA RUC: 10466299290 - FLORES GARCIA SUSAN VANESSA			
Número de RUC:	10466299290 - FLORES GARCIA SUSAN VANESSA		
Tipo Contribuyente:	PERSONA NATURAL SIN NEGOCIO		
Tipo de Documento:	DNI 46629929 - FLORES GARCIA, SUSAN VANESSA		
Nombre Comercial:	-		
Fecha de Inscripción:	30/03/2009	Fecha Inicio de Actividades:	30/03/2009
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO	Profesión u Oficio:	99 - PROFESION U OCUPACION NO ESPECIFICADA
Dirección del Domicilio Fiscal:	-		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad:	MANUAL		
Actividad(es) Económica(s):	Principal - 93098 - OTRAS ACTIVIDAD.DE TIPO SERVICIO NCP		
Comprobantes de Pago c/aut. de Impresión (F. 806 u 816):	RECIBO POR HONORARIOS		
Sistema de Emisión Electrónica:	RECIBOS POR HONORARIOS AFILIADO DESDE 25/11/2019		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones :	NINGUNO		

Imprimir

Anexo 2

Documento – Formulario Solicitud de reserva de nombre de persona jurídica



ANEXO 1: FORMULARIO

SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA

SEÑOR REGISTRADOR DEL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS:

Yo, Susan Vanessa Flores García identificado con:

DNI CIP CE OTROS _____ N° 46629929

en mi calidad de (titular socio abogado notario representante) domiciliado en Jr. Francisco Moreno 122, distrito de Surquillo, Provincia de Lima, 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.¹

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. <u>Centro de Entrenamiento Lan Center Millennials EIRL</u>	1. <u>Lan Center Millennials EIRL</u>
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, 02 de Junio del 20 20


Firma del Solicitante

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



Anexo 3

Documento 1 – Formato de Declaración Jurada para la Licencia de Funcionamiento



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SURQUILLO

FORMATO DE DECLARACIÓN JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

LEY N° 26876 - Ley Marco de Licencia de Funcionamiento y Modificaciones

N° DE RECIBO DE PAGO

ADJUNTAR A EXPEDIENTE N°

VER INSTRUCCIONES DE LLENADO (Página 2)

I. MODALIDAD DEL TRÁMITE QUE SOLICITA (marcar más de una alternativa si corresponde)	
<input checked="" type="checkbox"/> Indeterminada <input type="checkbox"/> Licencia para mercados de abastos, galerías, comerciales y centros comerciales <input type="checkbox"/> Licencia para cesionario <input type="checkbox"/> Ampliación o cambio de giro <input type="checkbox"/> Modificación de área <input type="checkbox"/> Duplicado de licencia de funcionamiento <input checked="" type="checkbox"/> Licencia de funcionamiento más autorización de anuncio publicitario	<input type="checkbox"/> Modificación de cualquier detalle de la licencia de funcionamiento <input type="checkbox"/> Cambio de razón social <input type="checkbox"/> Cambio de denominación o nombre comercial de la persona jurídica (sólo completar secciones I, II y III) N° de licencia de funcionamiento: _____ <input type="checkbox"/> Indicar nueva denominación o nombre comercial <input type="checkbox"/> Cese de actividades (sólo completar secciones I, II y III) N° de licencia de funcionamiento: _____

Transferencia de licencia de funcionamiento (Sólo completar secciones I, II y III y adjuntar copia simple de contrato de transferencia)
 N° de licencia de funcionamiento: _____
 Otros (especificar): _____

II. DATOS DEL SOLICITANTE			
Apellidos y Nombre / Razón social		Correo electrónico	
FLORES GARCIA SUSAN VANESSA / LAN CENTER MILLENNIA SEIRL		susan.flores131190@gmail.com	
DNI / CE	RUC	Teléfono	Código
4 66 29 92 9	1 04 66 29 92 9 0	9 6 9 0 8 0 2 4 6	
DIRECCIÓN			
Av. U.A.C. / De Otros			N° Int. / Mz. / L. / Otros
JR. FRANCISCO MORENO			122
Urb. / AA. / HH. / Otros	Distrito y Provincia		SURQUILLO LIMA

III. DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO	
Apellidos y nombre	
FLORES GARCIA SUSAN VANESSA	
DNI / CE	N° de partida electrónica y asiento de inscripción SUNARP (de corresponder)
4 66 29 92 9	

IV. DATOS DEL ESTABLECIMIENTO		
Zonificación*	Código CIU*	Grupos*
6 2 0 9		Otros servicios informáticos y de tecnologías de la información
Nombre comercial		Actividad
LAN CENTER MILLENNIA SEIRL		Servicios / Alquiler de computadoras
* Esta información es llenada por el representante de la municipalidad		
DIRECCIÓN		
Av. U.A.C. / De Otros		N° Int. / Mz. / L. / Otros
Urb. / AA. / HH. / Otros		Distrito y Provincia
AUTORIZACIÓN SECTORIAL (de corresponder)		Número de Autorización
Entidad que otorga la autorización	Denominación de la Autorización Sectorial	Fecha de Autorización

Área total ajardinada (m²)

Circuitos de ubicación

Anexo 4

Documento 2 – Formato de Declaración Jurada para la Licencia de Funcionamiento



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SURQUILLO
FORMATO DE DECLARACIÓN JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO
LEY N° 26376 – Ley Marco de Licencia de Funcionamiento y Modificaciones

V. DECLARACIÓN JURADA			
<p>Declaro (DE CORRESPONDER MARCAR CON X) Cuento con poder suficiente vigente para actuar como representante legal de la persona jurídica conductora (alternativamente de la persona que representa)</p>	<input checked="" type="checkbox"/>		
El establecimiento cumple con las condiciones de seguridad en edificaciones y me someto a la inspección técnica que corresponde en función a respect. de conformidad con la reglamentación aplicable	<input checked="" type="checkbox"/>		
El establecimiento cumple con la dotación reglamentaria de estacionamientos, de acuerdo con lo previsto en la ley.	<input checked="" type="checkbox"/>		
Cuento con título profesional vigente y soy habilitado por el colegio profesional correspondiente (en el caso de servicios relacionados con la salud)	<input type="checkbox"/>		
Cuento con el documento que acredita la posesión legítima del inmueble	<input type="checkbox"/>		
Tengo conocimiento de que la presente Declaración Jurada y documentación está sujeta a la fiscalización posterior. En caso de haber proporcionado información, documentos, formatos o declaraciones que no corresponden a la verdad, se me aplicarán las sanciones administrativas y penales de correspondencia, declarándome inhabil y revocatoria de la licencia o autorización otorgada. Asimismo, brindaré las facilidades necesarias para las acciones de control de la autoridad municipal competente.	<input checked="" type="checkbox"/>		
Las datos que proporciono en este documento son verdaderos, que actúo de buena fe y que conozco las normas legales que regulan el otorgamiento de la Licencia de Funcionamiento	<input checked="" type="checkbox"/>		
Conforme lo dispuesto por el Art. 20° de la Ley N° 27444 - Ley de Procedimiento Administrativo General, autorizo al Municipio de Surquillo a notificarme las observaciones derivadas del trámite de mi expediente, al correo electrónico señalado en la Declaración Jurada o a mi cargo, comprometiéndome a la revisión diaria de mismo, para tal efecto.	<input checked="" type="checkbox"/>		
El local cuenta con las condiciones técnicas y arquitectónicas autorizadas para desarrollar el giro solicitado, de acuerdo a la Ley Marco de Licencia de Funcionamiento y el Reglamento Nacional de Edificaciones (R.N.E.)	<input checked="" type="checkbox"/>		
Observaciones o comentarios del solicitante:			
Fecha:			
 _____ Firma del solicitante / Representante legal / Apoderado			
DNI: <u>46629929</u> Nombres y Apellido: <u>Suson Vanessa Flores García</u>			
VI. CALIFICACIÓN DE RIESGO (Para ser llenada por el calificador designado de la municipalidad) *			
<input type="checkbox"/> RIESGO bajo	<input type="checkbox"/> RIESGO medio	<input type="checkbox"/> RIESGO alto	<input type="checkbox"/> RIESGO muy alto
_____ Firma del calificador municipal Nombres y Apellido:			
* Esta información debe ser llenada por el representante de la municipalidad.			
INSTRUCCIONES PARA EL LLENADO			
<p>Sección I: Marcar con una "X" en la opción según la modalidad de trámite que solicita. En caso de autorizador puede marcar más de una alternativa. De haber marcado "Cambio de denominación o nombre comercial de la persona jurídica o "Cambio de actividad", solo debe completarse las secciones I, II y III. De haber marcado "Solicitud de Licencia de Funcionamiento", debe adjuntar una copia simple del contrato de transferencia y solo debe completarse las secciones I, II y III.</p> <p>Nota: Si el establecimiento ya cuenta con una licencia de funcionamiento y el titular o un tercero va a realizar alguna de las actividades simultáneas y adicionales establecidas por el Ministerio de la Producción mediante Decreto Supremo N° 011-2017-PR/GC/CE, no corresponde utilizar este formato sino el "Formato de Declaración Jurada para informar el desarrollo de actividades simultáneas y adicionales a la licencia de funcionamiento".</p> <p>Si el establecimiento ya cuenta con una licencia de funcionamiento, el titular puede realizar actividades de cambio comercial sin necesidad de solicitar una modificación, ampliación o nueva licencia de funcionamiento si realizar algún trámite adicional.</p> <p>Sección II: En caso de persona natural, consignar los datos personales del calificador. En caso de persona jurídica, consignar la razón social y el número de RUC.</p> <p>Sección III: En caso de representante de personas naturales, adjuntar copia poder simple firmado por el representante indicando de manera obligatoria su número de documento de identidad. En caso de representación de personas jurídicas consignar los datos del representante legal, número de partida electrónica y asiento de inscripción en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP).</p> <p>Sección IV: Consignar los datos del equipamiento, el tipo de actividad a desarrollar y la zonificación. Los campos correspondientes al "Código CIIU" y "Código" son completos por el representante de la municipalidad.</p> <p>Para algunas actividades que, conforme al D.S. N° 058-2014-PCM, requieren autorización sectorial previa al otorgamiento de la licencia de funcionamiento, consignar los datos de la autorización sectorial.</p> <p>Consignar el área total para la que solicita la licencia de funcionamiento.</p> <p>Consignar en el croquis la ubicación exacta del establecimiento.</p> <p>Sección V: De corresponder, marcar con una X.</p> <p>Sección VI: Sección llenada por el calificador designado de la municipalidad.</p>			

Página 2 de 2

Anexo 5

Documento 1 – Solicitud de Registro de Marca de Servicio

	PERÚ	Presidencia del Consejo de Ministros	INDECOPI
--	------	--------------------------------------	----------

DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS
SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA DE PRODUCTO / SERVICIO Y/O MULTICLASE

1. **DATOS DEL SOLICITANTE** N° de Solicitantes (En caso de ser más de 1 solicitante llenar el anexo A por cada solicitante adicional)

<input type="checkbox"/> PERSONA NATURAL	<input checked="" type="checkbox"/> PERSONA JURÍDICA
Tipo de empresa (*) (marque de corresponder): <input type="checkbox"/> Micro <input type="checkbox"/> Pequeña <input type="checkbox"/> Mediana <input type="checkbox"/> Otra: _____	
Nombre o Denominación / Razón Social (conforme aparece en su documento de identidad o de constitución) Centro de Entretenimiento Lan Center Millenniums EIRL	
Nacionalidad / País de Constitución: Peruana / Perú	Documento de Identidad (marcar y llenar según corresponda): Persona Natural: DNI <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> / Persona Jurídica: RUC <input checked="" type="checkbox"/> 10466299290
Representante Legal (Llena o obligatorio en caso de ser Persona Jurídica): FLORES GARCIA SUSAN VANESSA	
Domicilio para envío de notificaciones en el Perú Dirección: SR. FRANCISCO MORENO 122 Distrito: SURQUILLO Provincia: LIMA Departamento: LIMA Referencias de domicilio: Cruce con la 1era Cuadra de la Av. Cáceres	
En caso de contar con el servicio de casilla electrónica, indicar el número de usuario de cuenta (previa suscripción de contrato en www.indecopi.gob.pe) De llenar este campo, todas las notificaciones serán enviadas a este casilla	Número de teléfono fijo y/o celular 969080246

2. **INFORMACIÓN REFERENTE AL PODER DE REPRESENTACIÓN (marcar la opción de corresponder):**
 (De tener el solicitante un documento de poder privado, se considerará como denominación del solicitante lo señalado en el encabezado del documento de poder; en caso de tener una partida registral, se tomará la denominación que consta en dicha partida)

Se adjunta documentación que acredita representación.

Documentación que acredita representación ha sido presentada en el expediente N°: _____
 (Este expediente no debe tener una antigüedad mayor de 05 años, conforme a lo establecido en el artículo 40 de la Ley N° 27444)

Bajo declaración jurada informo que la facultad de representación se encuentra inscrita ante Sunarp, en la Partida registral N° _____ Asiento N° _____

3. **PAGO DE TASA ADMINISTRATIVA (No llenar si adjunta voucher)**

N° de comprobante _____ Fecha de pago _____

4. **PRIORIDAD EXTRANJERA (marcar la opción de corresponder):**

Marcar este recuadro si reivindica Prioridad Extranjera (Llenar ANEXO C)

5. **INTERÉS REAL PARA OPOSICIÓN ANDINA (Llenar sólo de ser el caso):**

5.1 Esta solicitud se presenta para acreditar el interés real de la oposición formulada en el(los) Expediente(s) N° _____	5.2 Clase(s) _____
---	--------------------

(*) De acuerdo con el D.S. 013-2013-PRODUCE será considerada como micro empresa, aquella que tenga ventas anuales no mayor a las 100 U.I.T.; pequeña empresa, aquella que tenga ventas anuales no menor a las 150 U.I.T. ni mayor a las 1700 U.I.T. y mediana empresa, aquella que tenga ventas anuales no menor a las 1700 U.I.T. ni mayor a las 2300 U.I.T.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
 Calle De la Prusa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800
 E-mail: asesoriavirtualdist@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

F-MAR-03/03

Anexo 5

Documento 2 – Solicitud de Registro de Marca de Servicio

6. DATOS RELATIVOS A LA MARCA A REGISTRAR

<p>6.1. Tipo de Marca:</p> <p><input type="checkbox"/> Denominativa (compuesta sólo por palabras y/o números)</p> <p><input type="checkbox"/> Denominativa con grafía (compuesta por una o más palabras con un tipo de letra particular, con o sin color)</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Mixta (combinación de palabras y elementos gráficos)</p> <p><input type="checkbox"/> Tridimensional (constituida por envases u otras formas, vistas de todos sus ángulos)</p> <p><input type="checkbox"/> Figurativa (compuesta sólo por una o más figuras, con o sin colores)</p> <p><input type="checkbox"/> Otros: _____</p>	<p>6.2. En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA, escriba la denominación a solicitar</p>	<p>6.3. Reproducción del Signo</p> <p>En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA CON GRAFÍA, MIXTA, FIGURATIVA O TRIDIMENSIONAL, insertar la reproducción de la marca.</p> <p>Se sugiere enviar copia fiel del mismo formato al correo: datos-dsd@indecopi.gob.pe (formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 píxeles)</p> <p>Se considerarán los colores que se aprecian en la reproducción adjunta, salvo comunicación en contrario en cada expediente.</p>						
<p>6.4. Precise si desea proteger el color o colores como parte de la Marca: SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> (en caso de NO MARCAR alguna opción, y de contener el signo algún color, se protegerán éstos conforme aparecen en la reproducción adjuntada)</p>								
<p>6.5. LISTA DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS (De solicitar una marca multiclase, deberá pagar una tasa de tramitación por cada clase en la que solicita el registro. Asimismo, es responsabilidad del usuario la correcta inclusión de los productos y/o servicios en la solicitud y su posterior verificación en la Gaceta electrónica del Indecopi)</p>								
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Clase</th> <th>Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Niza en el buscador PERUANIZADO que se encuentra disponible en la página web del Indecopi)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>	Clase	Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Niza en el buscador PERUANIZADO que se encuentra disponible en la página web del Indecopi)					<p>De no ser suficiente el espacio anterior, indicar las clases, productos y/o servicios adicionales en el ANEXO B</p>	
Clase	Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Niza en el buscador PERUANIZADO que se encuentra disponible en la página web del Indecopi)							

7. FIRMA DEL SOLICITANTE O DEL REPRESENTANTE, DE SER EL CASO

Firma (conforme aparece en su documento de identidad)	Nombre y/o calidad del firmante
	<p>Flores García Susan Vanessa</p>

IMPORTANTE: Toda información consignada en esta solicitud se considera cierta, en atención al Principio de presunción de veracidad reconocido en el Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, la misma que estará sujeta a fiscalización posterior.

EXAMEN DE FORMA: Dentro de los quince (15) días hábiles contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud, la Dirección verificará si la misma cumple con todos los requisitos previstos en los artículos 50 y 51 del Decreto Legislativo 1075. Si la solicitud contiene todos los requisitos, la Dirección emitirá la correspondiente orden de publicación.

PLAZO DEL PROCEDIMIENTO: 180 días hábiles contados desde el día siguiente de la presentación de la solicitud de registro.

En cumplimiento de lo dispuesto por la Ley N° 29733, Ley de protección de Datos Personales, le informamos que los datos personales que usted nos proporcione serán utilizados y tratados por el Indecopi (por sí mismo o a través de terceros), estricta y únicamente para administrar el sistema de promoción, registro y protección de derechos de propiedad intelectual (signos distintivos, invenciones y nuevas tecnologías, y derecho de autor) en sede administrativa, así como, de ser el caso, para las actividades vinculadas con el registro de usuarios del sistema de patentes, pudiendo ser incorporados en un banco de datos personales de titularidad del Indecopi.

Se informa que el Indecopi podrá compartir y/o usar y/o almacenar y/o transferir su información a terceras personas, estrictamente con el objetivo de realizar las actividades antes mencionadas.

Usted podrá ejercer, cuando corresponda, sus derechos de información, acceso, rectificación, cancelación y oposición de sus datos personales en cualquier momento, a través de las mesas de partes de las oficinas del Indecopi.