



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

**SERVICIO OUTSOURCING CONTABLE Y
PLANILLAS S.A.C**

**PRESENTADO POR
SULLYNH MILENA CARRANZA ORREGO**

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

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

LIMA – PERÚ

2020



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

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

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



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

SERVICIO OUTSOURCING CONTABLE Y PLANILLAS S.A.C

Presentado por:

Bachiller: Sullynh Milena Carranza Orrego

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

Lima - Perú

2020

Dedicatoria:

A mis padres por confiar en mí y ser apoyo incondicional en cada etapa de mi vida.

Agradecimiento:

A mis padres y a mi madrina por su paciencia y haberme educado en valores, gracias a eso soy la persona que hoy en día soy.

INDICE

DEDICATORIA.....	202
AGRADECIMIENTO.....	03
INDICE	04
INDICE DE TABLAS	06
INDICE DE FIGURAS.....	07
RESUMEN EJECUTIVO	08
CAPÍTULO I: ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	10
1.1. Nombre o razón social	10
1.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU)	12
1.3. Ubicación Geográfica y Factibilidad Municipal y Sectorial	12
1.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha	13
1.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña Empresa, Características Laborales.	15
1.6. Estructura Orgánica de la empresa.	15
1.7. Cuadro de asignación de personal.	16
1.8. Forma Jurídica Empresarial	18
1.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI	19
1.10. Requisitos y Trámites Municipales.....	19
1.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades	19
1.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).	20
1.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.....	21
1.14. Modalidades de Contratos Laborales.	22
1.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.	24
CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO	25
2.1. Descripción del Entorno del Mercado	25
2.2. Ámbito de acción del negocio	30
2.3. Descripción del bien o del servicio.....	35
2.4. Estudio de la demanda	37
2.5. Estudio de la oferta	44
2.6. Determinación de la demanda insatisfecha	46
2.7. Proyecciones y provisiones para comercializar	47

2.8. Descripción de la política comercial.....	50
2.9. Cuadro de la demanda proyectada para el negocio	52
CAPÍTULO III: ESTUDIO TÉCNICO	54
3.1. Tamaño del negocio, Factores determinantes	54
3.2. Proceso y Tecnología	55
3.3. Localización del negocio, Factores determinantes	61
CAPÍTULO IV: ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO	65
4.1. Inversión Fija	65
4.2. Capital de Trabajo.....	65
4.3. Inversión Total	67
4.4. Estructura de la inversión y financiamiento.....	¡Error! Marcador no definido.7
CAPÍTULO V: ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS.	69
5.1. Presupuesto de los costos	69
5.2. Punto de equilibrio	71
5.3. Estado de ganancias y pérdidas	72
5.4. Presupuesto de ingresos	73
5.5. Presupuesto de egresos	74
5.6. Flujo de Caja proyectado	74
5.7. Balance general	76
CAPÍTULO VI: EVALUACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO.....	77
6.1. Evaluación Económica, Parámetros de Medición	77
6.2. Evaluación Social.....	81
6.3. Impacto Ambiental	82
CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	83
7.1. Conclusiones	83
7.2. Recomendaciones	84
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	85
ANEXOS.....	89

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 : <i>Descripción del CIU</i>	12
Tabla 2: Responsabilidades y funciones de los colaboradores	17
Tabla 3: <i>Escala remunerativa de la empresa</i>	18
Tabla 4: <i>Beneficios REMYPE</i>	21
Tabla 5: <i>Tipos de contratos en el mercado</i>	23
Tabla 6 : <i>Número de asesorías</i>	41
Tabla 7: <i>Precio por Asesoría</i>	41
Tabla 8: <i>Proyección de la demanda</i>	43
Tabla 9: <i>Proyección de la oferta del mercado meta 2021 - 2025</i>	46
Tabla 10: <i>Determinación de la demanda insatisfecha del mercado objetivo</i> .46	
Tabla 11: <i>Determinación del porcentaje de la demanda objetivo</i>	47
Tabla 12: <i>Venta de Asesorías anuales de la empresa</i>	48
Tabla 13: <i>Presupuesto de ventas del plan de negocio</i>	50
Tabla 14: <i>Demanda proyectada para el negocio al 2025</i>	53
Tabla 15: <i>Cuadro de requerimiento de equipos</i>	58
Tabla 16: <i>Cuadro de requerimiento de RR.HH.</i>	59
Tabla 17: <i>Cuadro de requerimiento de bienes</i>	59
Tabla 18: <i>Cuadro de requerimiento de útiles de aseo</i>	59
Tabla 19: <i>Evaluación de localización por el método cualitativo por puntos</i> ...64	
Tabla 20: <i>Inversión Tangible</i>	65
Tabla 21: <i>Inversión Intangible</i>	66
Tabla 22: <i>Capital de trabajo</i>	66
Tabla 23: <i>Inversión total</i>	67
Tabla 24: <i>Estructura de la inversión y financiamiento</i>	68
Tabla 25: <i>Presupuesto de los costos</i>	69
Tabla 26: <i>Costos de Administrar</i>	70
Tabla 27: <i>Costos de venta</i>	70
Tabla 28: <i>Costos de operación del plan</i>	70
Tabla 29: <i>Depreciación de Activos Tangibles</i>	71
Tabla 30: <i>Amortización de Activos Intangibles</i>	71
Tabla 31: <i>Punto de Equilibrio</i>	72
Tabla 32: <i>Estado de Ganancias y Pérdidas</i>	72
Tabla 33: <i>Presupuesto de Ingresos</i>	73
Tabla 34: <i>Presupuesto de Egresos</i>	74
Tabla 35: <i>Flujo de caja proyectada</i>	75

Tabla 36: <i>Balance General</i>	76
Tabla 37: <i>Evaluación Económica - VAN</i>	77
Tabla 38: <i>Evaluación Financiera - TIR</i>	78
Tabla 39: Ingresos netos actualizados del plan de negocio.....	79
Tabla 40: Costos netos actualizados del plan de negocio... ..	79
Tabla 41: Beneficios netos actualizados del plan de negocio.....	79

INDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Ubicación geográfica.....	¡Error! Marcador no definido. 3
<i>Figura 2.</i> Organigrama.....	16
<i>Figura 3.</i> Logotipo	36
<i>Figura 4.</i> Estudio de la Oferta.....	44
<i>Figura 5.</i> Venta de asesorías vs años	48
<i>Figura 6.</i> Procesos Estratégicos.....	55
<i>Figura 7.</i> Flujo de Procesos.....	56
<i>Figura 8.</i> Características físicas de la oficina.	61
<i>Figura 9.</i> Macrolocalización.....	62
<i>Figura 10.</i> Microlocalización.....	63

RESUMEN EJECUTIVO

El presente Plan de Negocios plantea la creación de una empresa de servicio outsourcing contable y de planillas, cuyo principal objetivo es resolver la necesidad de llevar la contabilidad y elaboración de planillas con la mayor eficiencia y cumpliendo la normativa laboral.

Actualmente el rol de las consultoras es más participativo dentro de las empresas, puesto que permite evaluar los problemas de manera puntual y proponer soluciones inteligentes con la mayor posibilidad de éxito.

En tal sentido, la empresa "Servicio outsourcing contable y de planillas S.A.C" ha planteado estratégicamente que dentro de los servicios que ofrecerá se brindará el servicio de capacitación referente a cambios en la normativa laboral y absolución de dudas respecto a su boleta de pago y otras consultas de manera directa con el trabajador, dichos servicios serán brindados a modo de cortesía como parte de nuestro compromiso con la empresa cliente.

Teniendo en cuenta el nivel de inversión, el capital de trabajo, la capacidad de comercialización, la capacidad de abastecimiento, la cantidad de empleados y la inversión en marketing, pero también teniendo en cuenta aspectos como la información recopilada de la competencia, y nuestra experiencia en el negocio; se ha determinado que la cuota de mercado objetivo inicial será del 4.45% de la demanda insatisfecha y para lo cual es necesario contar con una inversión de S/ 50,000.00.

Durante el primer año se espera atender 110 consultorías, el plan de negocios está proyectado a 5 años, es así que se estima tener una tasa interna de retorno de 58% con un VAN de S/ 76,365.

CAPÍTULO I: ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

1.1. Nombre o razón social

El termino razón social es la denominación legal por el cual se le conoce a una empresa, es decir el nombre oficial que lo representará en adelante a nivel administrativo y jurídico.

Actualmente existe un procedimiento para la obtención de la razón social, el cual debe realizarse en la página de SUNARP según consta en comunicación emitida en su página web:

“En el marco de la fase 2 del plan de reactivación económica, la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos habilitó, a partir del martes 26 de mayo, el trámite de Reserva de Denominación o Razón Social (Reserva de Nombre) a través del Servicio de Publicidad Registral en Línea (SPRL). De esta manera, se busca simplificar el proceso de constitución de una empresa, sin necesidad de acudir a una oficina de la Sunarp”

Fuente: SUNARP

Se ha decidido denominar a la empresa bajo la razón social “Servicio Outsourcing Contable y Planillas S.A.C”, en conformidad con los siguientes pasos:

- Ingresar gratuitamente al Directorio Nacional de Personas Jurídicas (<https://www.sunarp.gob.pe/bus-personas-juridicas.asp>) para conocer los nombres que no se pueden emplear porque ya se encuentran registrados.
- Ingresar al Servicio de Publicidad Registral en Línea (SPRL) y completar hasta cinco nombres disponibles en el formulario a fin de evitar posteriores observaciones.

- Pagar la tasa registral de S/. 20.00.

Fuente: SUNARP

Asimismo, se debe elaborar la minuta de constitución presentando los siguientes requisitos:

- 02 copias de DNI de cada uno de los socios y cónyuges
- Original y 02 copias de la Búsqueda y reserva del nombre.
- Archivo (PDF, Word, Excel) en un USB con el giro del negocio y lista de bienes para el capital
- Formato de declaración jurada y fecha de solicitud de constitución de empresas

Fuente: SUNARP

Dicha documentación es imprescindible para proceder con la solicitud de servicio de elaboración del Acta Constitutiva (MINUTA) y puede ser presentada en una notaría, centro de desarrollo empresarial (CDE) o en un Centro de Mejor atención al ciudadano (MAC).

Una vez redactado el Acto Constitutivo (MINUTA), se debe llevar a la notaria para generar la Escritura Pública, documento que confirma la legalidad de la empresa. Posteriormente se debe proceder con la inscripción en Registros Públicos y finalmente inscribir la empresa en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) de Sunat.

1.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

La CIIU es una clasificación de actividades cuyo alcance abarca a todas las actividades económicas, las cuales se refieren tradicionalmente a las actividades productivas, es decir, aquellas que producen bienes y servicios, tal como se reconoce en el Sistema de Cuentas Nacionales (SCN) y en la Clasificación Central de Productos (CPC).

Fuente: INEI

De acuerdo a la clasificación de la CIIU, la actividad económica principal de la empresa se encuentra catalogada como Actividades de consultoría de gestión. Se adjunta tabla de clasificación:

Tabla 1

Descripción del CIIU M – 7020 de la Actividad Económica

M	Actividades profesionales, científicas y técnicas
<u>70</u>	<u>Actividades de oficinas principales: actividades de consultoría de gestión</u>
702	Actividades de consultoría de gestión
7020	Actividades de consultoría de gestión

1.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

La empresa en principio se realizará vía remoto, con acceso a los sistemas ERP que las empresas tengan o en su defecto llevar el proceso de modo manual (Excel). El lugar físico será mi domicilio, en principio, siendo la dirección Av. Alberto Alexander 179 – Lince.

Figura 1. Ubicación geográfica del negocio



Fuente: Google Maps

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

1.4.1. Objetivos de la empresa

Como parte del compromiso con el servicio que la empresa tiene dispuesto brindar, se han planteado los siguientes objetivos:

- Minimizar el riesgo de pago de multas por errores en los procesos.
- Asegurar ahorro de tiempo y costos en los procesos
- Mejorar la precisión en el control de la nómina de pago
- Absolver dudas al colaborador respecto a su remuneración de manera directa

1.4.2. Misión

Resolver la necesidad de realizar los pagos a tiempo cumpliendo con la normativa laboral, logrando que el proceso de pago sea seguro y confiable para nuestras empresas cliente.

1.4.3. Visión

Tener sólida presencia en el mercado nacional basado en la confianza y credibilidad que nos caracteriza.

1.4.4. Valores

Los valores son los pilares de toda organización por tanto deben estar definidos, puestos en práctica con el día a día. Todo ello coadyuvará a tener una cultura corporativa clara y a enfocarse con mayor precisión en los objetivos a nivel corporativo.

- Calidad:

La empresa promoverá la calidad en los procesos, lo cual será asociado a la percepción de la satisfacción en relación al servicio que se prestará.

- Confianza:

La empresa será responsable de desarrollar sus procesos con calidad, con forme a las expectativas del cliente, lo que generará la garantía de un proceso exitoso.

- Competitividad:

La empresa buscará de manera continua ser competitiva, desarrollando ventajas competitivas que la diferencia de la competencia, buscando ser un referente en el mercado laboral.

- Compromiso:

La empresa tiene una obligación inherente a su servicio, se cumplirá con la entrega de la información solicitada por el cliente en los plazos determinados sin excepción.

- Orientación al cliente:

Se identificará a modo permanente las necesidades y prioridades de los clientes, permitiendo ofrecer de manera más acertada nuestro servicio.

1.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa característicos.

La empresa funcionará como microempresa inicialmente, se acogerá al régimen tributario régimen MYPE bajo los beneficios especificados en la página del gobierno del Perú:

- Los montos a pagar deben ser según la ganancia obtenida
- Acceso a tasas reducidas
- Emitir todos los tipos de comprobantes de pago
- Los libros contables son en función a los ingresos

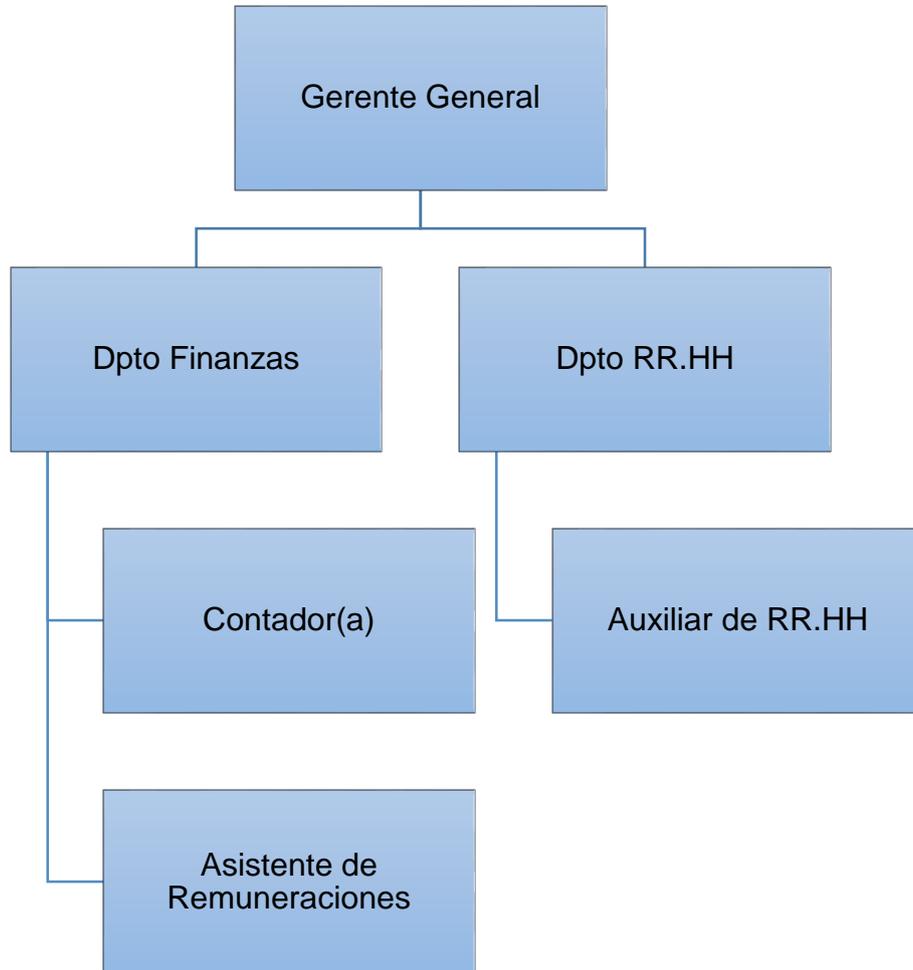
“Bajo este régimen se realizan declaraciones mensuales, en el cual se determina el pago de dos impuestos: El impuesto General a las ventas (IGV) correspondiente al 18% y el impuesto a la renta, el cual depende del monto de ingresos que se obtengan es decir hasta 300 UIT o S/ 1,290,000.00 corresponde el 1% de los ingresos netos mensuales, pero si se supera las 300 UIT o S/ 1,290,000.00 será el que resulte mayor de aplicar el coeficiente o 1.5%”

Fuente: Página web del Gobierno del Perú.

1.6. Estructura Orgánica

El tipo de estructura de la empresa será funcional, donde su objetivo es cubrir las necesidades de los diferentes niveles jerárquicos. Cada nivel cuenta con un especialista o jefe de sección, esta estructura tiene como prioridad la especialización del puesto y la realización de funciones de manera puntual evitando la multiplicidad de funciones.

La empresa estará estructurada con los siguientes departamentos: Administración y Ventas, y de Operaciones (ver *Figura 2*).



1.7. Cuadro de asignación de personal.

El cuadro de asignación de personal es muy importante pues en el se describen los puestos de trabajo necesarios para poner en marcha la empresa y poder cumplir con los objetivos organizacionales planteados, así como también la remuneración anual con todos los beneficios de ley que se le debe otorgar al personal y que por supuesto se debe tomar en cuenta a la hora de elaborar la planilla de pago.

Tabla 2. Responsabilidades y funciones de los colaboradores

CARGOS	RESPONSABILIDADES	FUNCIONES
GERENTE GENERAL	Ser representante legal de la empresa A cargo de la dirección y administración Velar por el cumplimiento de los requisitos legales que afecten a la empresa y sus operaciones	Establecer las políticas , objetivos de la empresa
		Control y dirección del funcionamiento de las directrices
		Garantiza el mejoramiento continuo del servicio a prestar
	Creación de políticas de desarrollo para el personal Gestión y administración del personal Mejorar la comunicación interna	Elaborar las diferentes políticas de personal para que el personal humano de la organización sea el adecuado.
		Supervisar la administración de personal dentro de la empresa
Coordinar las actividades dentro de la empresa para motivar las relaciones laborales.		
CONTADOR	Mantener los registros financieros de la empresa cliente. Mantener al día las obligaciones financieras. Observar y aplicar correctamente los principios de la contabilidad. Resguardo y mantenimiento de información confidencial.	Cumplir con las obligaciones fiscales
		Certificar las planillas para pago de impuestos
		Aperturar los libros de contabilidad
		Administrar de forma adecuada los recursos financieros de la empresa por medio de conocimientos técnicos profesionales como la inversión, el análisis de riesgo y el financiamiento.
		Analizar las ganancias y los gastos.
		Elaborar el balance de los libros financieros.
		Redactar informes sobre el estado financiero de sus clientes.
ASISTENTE DE REMUNERACIONES	Responsable de elaboración de la planilla de las empresas cliente. Consolidación de la asistencia Resolver consultas laborales al trabajador	Elaboración de planilla quincenal y mensual
		Proceso, validación y emisión de archivos de conciliación de AFP y PLAME
		Manejo del T-REGISTRO – SUNAT (altas, bajas y modificaciones)
		Elaboración de liquidaciones
		Cálculo de Gratificación, CTS y Vacaciones

		Emisión de certificados de trabajo y cartas CTS
		Control y validación de asistencia, permisos, licencias, vacaciones y horas extra.
		Entrega de boletas de pago al personal
AUXILIAR DE RR.HH	Actualización de la base de datos del personal de empresas clientes. Organización y gestión documentaria propia del área. Apoyo en la logística del área	Verificar y registrar la documentación pertinente a las actividades del personal (reclutamiento, capacitación, reclamos, evaluaciones de desempeño).
		Recopilar, preparar y actualizar informes y documentos vinculados con las actividades del personal antes descritas.
		Revisar detenidamente los expedientes para verificar que la documentación requerida esté completa.
		Registrar y archivar los reclamos, las revisiones de evaluaciones de desempeño

Tabla 3. Escala remunerativa de la empresa en soles

CARGO	REM. INDIV	CA NT.	REM. MEN	REM. ANUAL	ESSAL UD 9%	VAC 15 DÍAS	AFP/O NP	GRA T/2 REM	CTS 15 DÍAS	TOTAL ANUAL
Gerente General	2,500.00	1	2,500.00	28,750.00	2,700.00	1,250.00	3,900.00	0	0	28,800.00
Contador(a)	2,000.00	1	2,000.00	23,000.00	2,160.00	1,000.00	3,120.00	0	0	23,040.00
Asistente de Remune.	1,100.00	1	1,100.00	12,650.00	1,188.00	550.00	1,716.00	0	0	12,672.00
Auxiliar de RR.HH	930.00	1	930.00	10,695.00	1,004.40	465.00	1,450.80	0	0	10,713.60
								TOTAL		75,225.60

Fuente: Elaboración propia

1.8. Forma Jurídica Empresarial

La empresa “Servicio Outsourcing Contable y Planillas S.A.C” se ha constituido como una empresa de sociedad anónima cerrada conformada por el capital de 3 socios, en cuanto a la división del capital las acciones representan una parte proporcional del capital las cuales son negociables. En cuanto a la

responsabilidad, esta es limitada puesto que los socios no responden personalmente por las deudas sociales que pudiera tener la empresa.

1.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

El registro de la marca de un producto o servicio es imprescindible para su desarrollo, crecimiento y beneficio. En caso de nuestra empresa se ha optado por registrar el nombre: Servicio outsourcing contable y planillas S.A.C, ya que expresa en forma global el servicio que impartiremos, es atractivo y conciso. Para llevar a cabo el registro de nuestra marca es preciso presentar una serie de requisitos que INDECOPI, Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, solicita y que se pueden encontrar en la página web de la institución.

1.10. Requisitos y Trámites Municipales

Para solicitar la licencia de funcionamiento es imprescindible llenar los siguientes formatos:

1. Formato de declaración jurada para Licencia de Funcionamiento
2. Formato de Declaración Jurada para informar el Desarrollo de Actividades Simultáneas y Adicionales a la Licencia de Funcionamiento.

Obteniendo los documentos en mención podremos poner en marcha la empresa.

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

La obtención del RUC es muy importante para la empresa debido a que el RUC es registro mediante el cual SUNAT lleva la información como contribuyente, domicilio fiscal, actividad a la cual se dedica la empresa y las deudas u obligaciones se limitaran solo al registro de los bienes que estén debidamente registrados a nombre de la empresa.

Las modalidades para obtenerlo son:

MESA DE PARTES VIRTUAL

- Llenado del formulario virtual para inscripción de personas jurídicas
- Solicitud de acceso a clave sol
- Numero de partida electrónica de constitución de la empresa en Registros Públicos
- Documento original privado o público en el que acredite la dirección fiscal que se está declarando.

SOLICITUD PRESENCIAL

- DNI , Carnet de Extranjería o pasaporte vigente con calidad migratoria
- Original de ficha de partida electrónica certificada por Registros públicos con vigencia de 30 días máximo.
- Cumplir con los requerimientos según el tipo de contribuyente a inscribir

1.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).

El PLAME es la planilla electrónica de una empresa, instrumento que sustituye las planillas de pago que pudieran ser llevadas de manera manual o procesada en un ERP.

Dicha planilla debe contener los ingresos, egresos, indemnizaciones y beneficios sociales del trabajador, los sujetos comprendidos pueden ser: el trabajador, locador, pensionista y modalidades formativas.

El programa se puede descargar desde la página web www.sunat.gob.pe y trabaja en conjunto con el T-REGISTRO. Es imprescindible el uso y posterior declaración para el referido pago los impuestos ante SUNAT.

1.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.

La empresa operará bajo el Régimen Laboral Especial de la micro y pequeña empresa debido a que nos encontramos en el inicio de nuestras actividades.

Los beneficios de ser parte del régimen REMYPE son los siguientes:

Tabla 4. Beneficios REMYPE

Remuneración	Los trabajadores no deben percibir una remuneración mínima vital de S/ 930.00.
Jornada de trabajo	Jornada de 8 horas diarias o 48 horas semanales. Si hubiese una jornada laboral en horario nocturno deberá aplicarse una sobretasa del 35%.
Descanso Semanal Obligatorio	Derecho a un día completo de descanso no menor a 24 horas.
Descanso Vacacional	Derecho a tomar 15 días de descanso físico
Indemnización por despido injustificado	El trabajador tiene derecho a gozar de una indemnización equivalente a 10 remuneraciones por cada año completo

	de servicios con un tope de 90 remuneraciones diarias.
Seguridad Social	Los trabajadores deberán ser afiliados al SIS o a Essalud.
Sistema de pensiones	El trabajador podrá afiliarse al AFP u ONP, según elección propia.
Compensación por tiempo de servicios (CTS)	La microempresa está exenta del pago de este beneficio social.
Gratificación	La microempresa está exenta del pago de este beneficio social.

Fuente: Elaboración propia.

1.14. Modalidades de Contratos Laborales.

Todo contrato de trabajo debe presentar los tres elementos esenciales que hace mención el artículo 4° de la Ley de productividad y competitividad laboral:

- Prestación personal de servicios: Los servicios deben ser brindados por una persona física, es decir la labor se debe desempeñar de modo personal y directo.
- Realizada de forma subordinada: El trabajador debe reportar su trabajo al empresario, es decir se somete al poder de dirección del empresario, quien le impondrá horarios y plazos de entrega de las actividades encomendadas.
- A cambio de una remuneración: El trabajador recibe el pago por sus servicios en dinero o especie.

Tabla 5. Tipos de contratos en el mercado

	MODALIDAD	BASE LEGAL	OBJETIVO	DURACIÓN MÁXIMA
TEMPORALES	Inicio o Incremento de Actividad	57° LPCL - 76° Reglamento	Inicio o incremento de actividad empresarial	3 años
	Necesidades de Mercado	58° LPCL - 76° Reglamento	Incrementos coyunturales de producción originados por variaciones de la demanda	5 años
	Reconversión empresarial	59° LPCL - 76° Reglamento	Sustitución, ampliación o modificación de actividades empresariales	2 años
ACCIDENTAL	Ocasional	60° LPCL - 77° 78° Reglamento	Necesidades transitorias distintas a la actividad habitual	6 meses al año
	Suplencia	61° LPCL	Sustitución de trabajador estable con vínculo laboral suspendido por causa legal	5 años
	Emergencia	62° LPCL - 77° 78° Reglamento	Caso fortuito o fuerza mayor	5 años
DE OBRA O SERVICIO	Específico	63° LPCL - 79° 80° Reglamento	Servicios con objeto previamente establecido y duración determinada	5 años
	Intermitente	64° - 66° LPCL -79°, 80° Reglamento	Actividades permanentes y discontinuas de ejecución irregular	5 años
	Temporada	67° - 71° LPCL -79°, 80° Reglamento	Actividades permanentes y discontinuas de ejecución regular o cíclica	5 años

Bajo ese esquema la modalidad de contratación que emplearemos será contratos de obra o servicio específico, es decir a plazo fijo, bajo un periodo determinado y renovable según los plazos establecidos.

1.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.

Para el desarrollo de la consultoría, no se empleará contratos comerciales por tratarse de un servicio y en cuanto a la responsabilidad civil de los accionistas, el capital social en las empresas S.A.C están conformadas por acciones y se integra a los aportes de cada accionista, quienes no responden personalmente por las deudas sociales, las participaciones no tienen que ser iguales.

CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Descripción del Entorno del Mercado

Actualmente el rol de las consultoras es más participativo dentro de las empresas, puesto que permite evaluar los problemas de manera puntual y proponer soluciones inteligentes con la mayor posibilidad de éxito. Las mypes generan alrededor del 60% de la PEA ocupada, considerándose como la fuente generadora del empleo.

José Lumbreras (2019) menciona que en el año 2019 el estado peruano ha gastado S/ 2,065 millones en consultorías, un incremento de 18% respecto al año anterior. El mercado de consultoría está compuesto por 208 empresas, dividido en: consultores informáticos (59), investigación en ciencia (7), temas contables (17), investigación de mercados (8), actividades de asesoría empresarial y gestión (117).

Recuperado de: <https://ptp.pe/de-1986-al-2019-como-crecio-la-gran-empresa/>

❖ Proveedores

Como principales proveedores para el giro de nuestra empresa, se considera a:

- DIMERC S.A.C como empresa encargada de abastecer la parte de logística, es decir de abastecernos de útiles de oficina, cocina y limpieza necesarios para el buen funcionamiento.
- MOVISTAR, líder en telefonía y red de internet. Muy útil para la instalación de internet y teléfono.

- TEAMVIEWER, proveedor encargado de brindarnos el ingreso remoto a otras computadoras, convirtiéndose en aliado principal de nuestro trabajo.

❖ Competidores clave

Dentro de los competidores clave, tenemos a las empresas ya conformadas y con algunos años en el mercado como:

- ✓ Bakertilly
- ✓ Human solutions
- ✓ BDO Perú

❖ Clientes

Para efectos de inicio en el mercado, estamos considerando como clientes principales a las pymes , empresas que se encuentran principalmente enfocadas en su core business y que destinan la mayor cantidad de su tiempo al giro de su negocio que al desarrollo de las otras áreas como el área de rr.hh , área contable y/o financiera, entre otras y que busquen no descuidarlas , por un tema de funcionalidad, pero si emplear menor recursos en ellas.

❖ Sustitutos

Podría considerarse como sustitutos a la propia empresa, es decir que no opte por tercerizar el servicio si no ejecutarlo por sí misma.

2.1.1. Análisis del Mercado

2.1.1.1. Factores Macroeconómicos:

- ✓ Políticos:

En nuestro país se promueve mucho la creación de micro y pequeñas empresas, pues se ve con regularidad el nacimiento de muchos emprendimientos, nuestro país se caracteriza por ser emprendedor.

✓ Legales:

Las empresas de hoy en día deben estar pendientes de los cambios en la normativa laboral, con la finalidad de no perjudicar al trabajador o que en su defecto se genere contingencias y termine con el pago de multas por incumplimiento.

✓ Económicos:

Actualmente la política de reactivación económica está permitiendo el nacimiento a nuevas empresas o la reactivación de labores de las mismas a través de protocolos de salud, no seremos la excepción pues también implementaremos el nuestro para poder operar con seguridad.

✓ Medio Ambiental

Fuerte tendencia al cuidado del medio ambiente, es por ello que nuestra empresa se compromete y propone con parte de la cultura organizacional, disminuir el uso de papel y se promoverá el reciclaje.

✓ Socio Cultural

La empresa está dirigido a Pymes dedicadas a su core business , es decir que están en la búsqueda de que su servicio y/o producto sea potencialmente reconocido.

✓ Tecnológicos

De momento estamos viviendo un boom tecnológico, ya que la gran mayoría está laborando remotamente, es decir desde casa. Nos encontramos ante la necesidad de estar interconectados vía internet, es así que nuestra empresa tiene que adaptarse y está en la capacidad de atender los procesos vía remoto.

2.1.1.2. Factores Micro Ambientales

2.1.1.2.1. Las cinco fuerzas de Porter:

Las cinco fuerzas de Porter es un modelo que nos permite analizar el nivel de competencia de nuestra organización dentro del sector al cual se pertenece. Este modelo nos ayuda a maximizar los recursos y en definitiva a aprender a contar con un plan de negocio con una visión más amplia sobre él.

- Poder de negociación de los clientes:

Es alta, es posible que nos encontremos con empresarios con algo de desconfianza y temerosos de tercerizar el área contable y planillas, especialmente, ya que se trata de los pagos de planilla, y tributario, pagos que comprometen a la empresa de no efectuarlos acorde a ley y en los tiempos establecidos.

- Poder de negociación de proveedores:

Es alta, es muy importante tener una buena relación con nuestra cartera de proveedores, debido a que nos podrían ofrecer un buen precio por la adquisición

de sus servicios, así como también mejores plazos para los pagos, lo cual indudablemente se convertiría en un gran aliado.

- Amenaza de nuevos competidores entrantes:

Es alta, debido a que en el mercado de la consultoría abundan las estrategias de posicionamiento, cada competidor buscará establecer un buen plan para superar al rival

- Amenaza de productos sustitutos

Es media, ya que el empresario puede preferir no tercerizar su servicio y contratar a su propio personal y buscar desarrollar el área contable y de planillas.

- Rivalidad entre los competidores:

Es alta, debido a que los empresarios tienden a elegir empresas conocidas en el medio por temor a ser mal asesorados o poner en juego la confidencialidad de su información

2.1.1.3. Estrategias básicas de Porter

Liderazgo en costes

Se empleará esta estrategia de liderazgo en costes, inicialmente, debido a la alta competencia en el mercado y que por ser nueva, debemos presentar nuestros servicios con un precio que sea atractivo para poder enfrentar a la competencia.

Estrategia de diferenciación

Esta estrategia se basará en la promoción de nuestras ventajas competitivas capacitaremos a nuestro personal para que lleve la información a la empresa cliente con la mejor presentación, provocando un clima de confianza y seguridad.

Estrategia de concentración o enfoque

La empresa buscará dirigir su mayor esfuerzo, inicialmente, a las pymes que estén en la búsqueda de la tercerización de su servicio contable y planillas, con la finalidad de enfocarse a su core business y con ello abaratar los otros costos que pudieran generarle o demandarle mayor inversión de dinero.

2.2. Ámbito de acción del negocio

2.2.1 Segmentación del Mercado

Según la definición de American Marketing Association , la segmentación de mercado es “el proceso de subdividir un mercado en sub conjuntos de distintos clientes , que se presentan necesidades similares”.

Es por tanto muy importante segmentar el mercado para enfocarnos de manera puntual a cada sector, ya que sería muy complicado atender a todos. Con lo cual se puede identificar, diferenciar las múltiples necesidades de los clientes potenciales.

- Criterios demográficos

Dirigimos nuestra atención a empresas cliente cuyos dueños no superan los 50 años de edad, es decir son relativamente jóvenes.

- Criterios psicográficos

Empresas cliente con un estrato de social medio y alto

- Criterios conductuales

De acuerdo a frecuencia de consultas

Según disposición para adquisición del servicio

- Criterios geográficos

Ubicamos a las empresas cliente existente en lima metropolitana, principalmente empresas con características emprendedoras

2.2.2. Público Objetivo

Posterior a la segmentación del mercado, se ha considerado que nuestro público Objetivo cumple con las siguientes características:

- Empresas pymes
- Lima metropolitana
- Nivel de ingreso medio alto
- Estilo de vida formal
- Frecuencia de asesoría mensual

2.2.3. Posicionamiento de marca

Lograr posicionar una marca es un trabajo minucioso y muy inteligente, puesto que la marca se constituye como el activo más importante de las empresas y su posicionamiento en la mente del consumidor o cliente es resultado de la experiencia con la misma, puesto que las marcas generan lazos

emocionales positivos o negativos. Por tanto, es importante elegir bien el nombre del servicio o producto y que este cumpla con las expectativas del target.

2.2.3.1. Identificación de atributos determinantes del servicio

- Calidad

El servicio que ofreceremos está basado en el compromiso con la empresa cliente, es decir buscamos mediante nuestro servicio aumentar la satisfacción de las empresas de llevar sus procesos contables cumpliendo con la normativa laboral y tributaria, lo que permitirá crear un ambiente de confianza y seguridad.

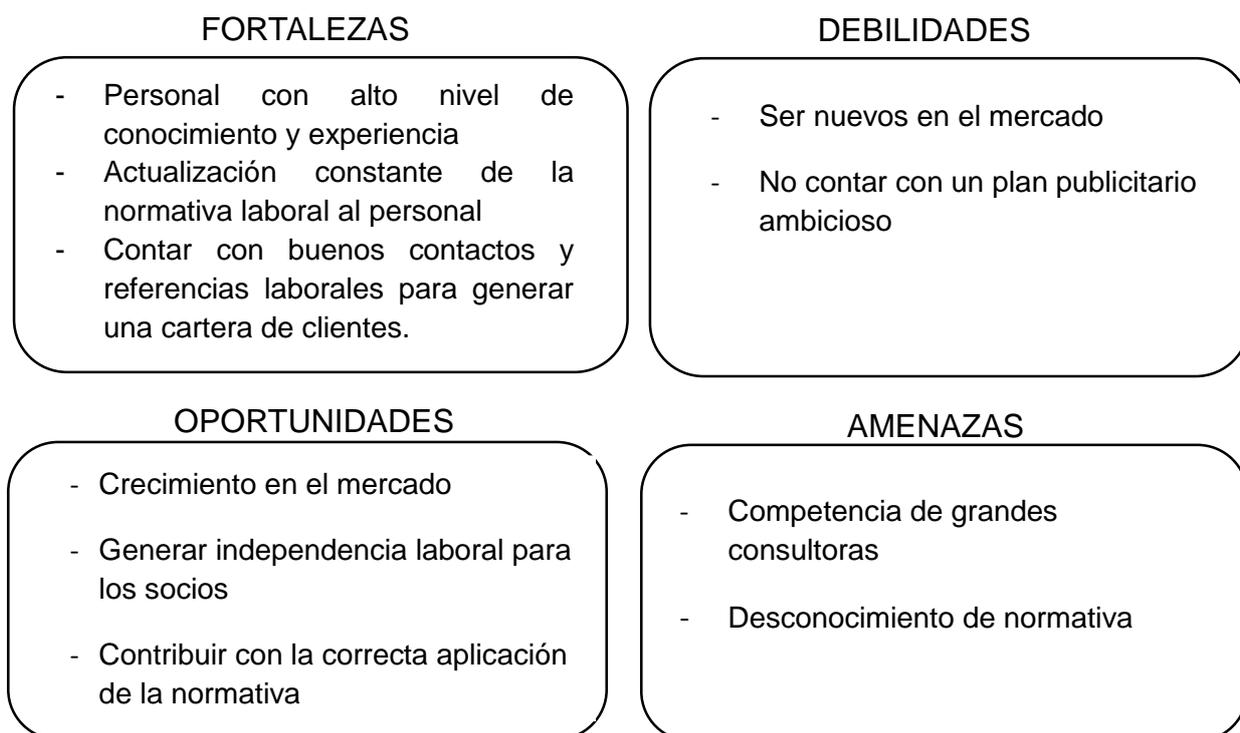
- Precio

Los precios son ligeramente por debajo del mercado, lo que nos permite competir en el mercado al ser una empresa nueva, es decir son precios de iniciación. Posteriormente los precios serán igual de competitivos de los demás, con la diferencia que nuestro servicio es altamente confiable.

- Marca

Nuestra marca lleva por nombre “Servicios Outsourcing contable y de planillas S.A.C” , englobando nuestro servicio de manera general y dando una impresión puntual sobre lo que queremos ofrecer.

2.2.3.2. Análisis de la empresa (FODA)



2.2.3.3. Definición de la estrategia de posicionamiento

Se ha visto conveniente usar las estrategias de posicionamiento: diferenciación y precio.

La estrategia de diferenciación es clave para buscar producir, vender y/o ofrecer productos o servicios bajo el esquema de ser únicos u originales, lo cual permite alcanzar una ventaja competitiva por medio de la diferenciación ante la competencia.

En consecuencia, para que esta estrategia busque ser rentable los costos no deben ser tan altos, no se debe exceder en relación a lo que el cliente estaría dispuesto a pagar por el servicio o producto.

Las ventajas de aplicar la estrategia de diferenciación serían las siguientes:

- Generación de lealtad hacia la marca
- El servicio o producto puede venderse a un precio más alto toda vez que haya logrado posicionarse en la mente del consumidor
- Promoción de la innovación, ya que la competencia buscará imitar o mejorar el servicio o producto a brindar

En tal sentido, la empresa “Servicio outsourcing contable y de planillas S.A.C” ha planteado estratégicamente que dentro de los servicios que ofrecerá se brindará el servicio de capacitación referente a cambios en la normativa laboral y absolución de dudas respecto a su boleta de pago y otras consultas de manera directa con el trabajador, dichos servicios serán brindados a modo de cortesía como parte de nuestro compromiso con la empresa cliente. Así mismo consideramos que los precios a manejar por el empleo de la consultoría deben estar ligeramente por debajo del mercado inicialmente, hasta conseguir mayor posicionamiento de la empresa en el mercado de la consultoría.

Estrategias

- Plantear los beneficios que ofrecemos para hacer de conocimiento de los clientes
- Indicar cuales serán nuestros canales claves por los cuales haremos llegar la información
- Establecer un flujo para la absolución de consultas

Tácticas

- Ofrecer tarifas competitivas
- Brindar atención personalizada
- Velocidad en respuesta a consultas
- Propiciar ambiente de confianza y seguridad

2.3. Descripción del bien o del servicio

Servicio outsourcing resuelve la necesidad de llevar la contabilidad y elaboración de planillas con la mayor eficiencia y cumpliendo la normativa laboral.

Este servicio outsourcing, ayudará en definitiva a mejorar la precisión en el control tributario y de la nómina de pago, eficiencia en el control de vacaciones, subsidios, pago oportuno de los beneficios sociales, logrando que el proceso de pago sea seguro y confiable.

Se ofrece:

- ✓ Procesamiento de información contable
- ✓ Emisión de libro contables
- ✓ Declaración de obligaciones tributarias
- ✓ Asesoría en fiscalizaciones de SUNAT
- ✓ Calculo de planilla de sueldos
- ✓ Cálculo de participación de utilidades
- ✓ Emisión de boletas
- ✓ Consultas directas con el colaborador
- ✓ Tramite de subsidios (ESSALUD)

- ✓ Declaración PLAME
- ✓ Declaración AFP NET

Ventajas

- Posibilidad de concentrar los esfuerzos en la actividad principal de la organización
- Minimización de contingencias tributarias y riesgos a nivel laboral
- Información oportuna contable, financiera
- Reducción de costos operativos en infraestructura y salarios

2.3.1. Marca

La marca es el intangible más importante de la empresa, pues se constituye como la huella que se deja en el consumidor tras ser captada a través de nuestros sentidos.

En tal sentido nuestra marca “Servicio Outsourcing Contable y Planillas S.A.C” , busca ofrecer soluciones inteligentes y confiables , desafiando lo convencional superando así los desafíos y retos del día a día de la mano de los mejores profesionales.

Figura 3: Logotipo de la empresa



2.4. Estudio de la demanda

2.4.1. Definición de demanda

Según Kotler.(2002). Dirección de Marketing, la demanda podría definirse como: “ El deseo que se tiene de un determinado producto que está respaldado por una capacidad de pago” .

En ese se puede comprender como demanda a la cantidad de servicios o bienes que el comprador estaría dispuesto a pagar a un determinado precio, con lo cual estaría satisfaciendo en forma total o parcial sus necesidades.

2.4.2. Tipos de mercado

- Mercado total

Es el mercado compuesto por el universo con necesidades que pueden ser satisfechas por la oferta de una empresa.

Conformado por el total de pymes del mercado, de acuerdo a INEI 2019, existen 100 mil 443 pequeñas empresas

Fuente: INEI

- Mercado potencial

El mercado potencial es la oportunidad de negocio latente, constituye aquel público que no hace uso del servicio de consultoría pero que pueden tener la necesidad o que satisfacen sus necesidades con la competencia. Dentro de este mercado ubicamos a las pymes ubicadas en los distritos Lince, Surco, San Borja, Cercado de Lima, La Molina, San Isidro y Miraflores.

- Mercado meta

Es el mercado de aquel grupo de destinatarios al que se va dirigido nuestro servicio., para el caso de nuestra empresa, el mercado meta u objetivo viene a ser las pymes de los distritos Lince, Surco, San Borja, y Cercado de Lima.

2.4.3. Cálculo de la demanda de mercado

2.4.3.1. Características del segmento de mercado objetivo

Nuestro mercado objetivo tiene las siguientes características:

- Empresas cliente pymes con visión de crecimiento a corto plazo
- Empresas cliente pyme, independiente del rubro, enfocados netamente en su core business.
- Ubicación de empresas cliente: San isidro, San Borja, Lince y La victoria
- Nivel de ingreso: Medio – alto
- Disposición de adquisición del servicio de consultoría

La estrategia que empleará la empresa es el diferenciación y precio, por lo que el público objetivo sería establecido de la siguiente manera:

“ Pymes , independiente del rubro que pertenezcan, que se encuentren enfocados en su core business y en búsqueda de crecimiento a corto plazo , con ubicación en los distritos de San Isidro, San Borja, Lince y La Victoria , que estén dispuestos a pagar por el servicio de asesoría contable y de planillas “

2.4.3.2. Cálculo de la demanda del mercado total

Para obtener el cálculo de demanda del mercado total debemos tener obtener la siguiente información:

Fuentes secundarias:

- Datos y registros estadísticos
- Consulta a instituciones de prestigio

Para el caso de nuestro proyecto de consultoría se obtuvo la siguiente información de fuentes secundarias:

- De acuerdo con INEI (2018) existen 100 mil 443 pequeñas empresas, el 48.9% del total de las empresas se ubican en Lima metropolitana y en la Provincia Constitucional del Callao. Un 10% hace uso de la consultoría, es decir 10,043 pequeñas empresas.
- Según las actividades económicas, el 45,1% son comerciales, 14,5% otros servicios, 10,1% servicios profesionales y de apoyo empresarial, 8,0% comidas y bebidas y el 7.9% industrias manufactureras.
- Los servicios profesionales y de apoyo empresarial, representan el 23,5 % del total de empresas de servicios.

Fuentes primarias:

- Investigaciones de mercado
- Empleo de encuestas

Para el caso de nuestro proyecto de consultoría, se obtuvo información primaria mediante la encuesta aplicada a las Pymes , la cual fue preparada para conocer el precio del servicio , factores que impulsan la adquisición del servicio. , entre otros.

Se obtuvieron los siguientes datos:

- Cantidad de pymes en Lima Metropolitana y la Provincia Constitucional del Callao: 100 443.
- Frecuencia de uso se servicio de consultoría contable es mensual
- Precio promedio que pagan por uso de consultoría mensual es de S/1,200.00

Fórmula para hallar la demanda:

$$Q = n * p * q$$

Donde:

Q = Demanda Total

n= Pymes en Lima metropolitana: 10,043

p= Precio promedio mensual por consultoría (S/ 1200.00)

q= Uso promedio de consultorías (1 vez al mes)

$$Q = 10\,043 * 1200 * 1$$

$$Q = 12\,051\,600 \text{ mensual}$$

La demanda del mercado total es de 144 619 200 soles al año y la demanda anual es de 120,516 consultorías.

2.4.3.3. Cálculo de la demanda potencial

Para hallar la demanda potencial, se obtuvieron los siguientes datos provenientes de fuentes secundarias:

El análisis a nivel geográfico urbano en Lima metropolitana 2020 elaborado por INEI, muestran que en lima centro se iniciaron 11 mil 195 empresas representando el 37.5% del total de nuevas empresas. De las cuales el 10% hace uso de la consultoría, equivalente a 1,120 empresas.

Por fuentes de información primaria mediante la encuesta aplicada a una muestra de 200 pymes de diferentes sectores, se realizaron preguntas para conocer la frecuencia con que solicitan asesoría y precio promedio dispuesto a pagar, obteniéndose los siguientes datos:

Datos de fuente primaria:

Del total de encuestados, 200 pymes solicita asesoría de 1 a 2 veces por mes.

Tabla 6 : Número de asesorías por mes

Nº de consultas por mes	Intervalos	Nº de Encuestados
De 1 a 2 veces	[1 - 2]	125
De 2 a 3 veces	[2 - 3]	35
De 3 a 4 veces	[3 - 4]	25
De 4 a 5 veces	[4 - 5]	15
Total		200

Fuente: Elaborado en base a encuesta aplicada a pymes.

Elaboración propia.

Del total pymes encuestadas, 64 informan que el rango de precio por el que pagaría una asesoría mensual sería entre S/ 1000.00 y S/ 1200.00.

Tabla 7: Precio por asesoría

Precio por consultoría	Intervalos	Nº de Encuestados
De 1000 a 1200 soles	[1000 a 1300]	64
De 1200 a 1400 soles	[1300 a 1600]	51
De 1400 a 1600 soles	[1600 a 1900]	37
De 1600 a 1800 soles	[1900 a 2200]	48
Total		200

Fuente: Elaborado en base a encuesta aplicada a pymes.

Elaboración propia.

La fórmula para hallar la demanda potencial es:

$$Q = n * p * q$$

Donde:

Q = Demanda potencial

n = N° de Pymes en los distritos elegidos (1,120 según INEI)

p = Precio promedio del GLP en el mercado (1,200 según encuesta)

q = Consumo promedio mensual por consumidor (1 vez al mes según encuesta)

$$Q = 1,120 * 1,200 * 1$$

$$Q = 1,344\ 000 \text{ soles mensuales}$$

La demanda anual de consultorías del mercado potencial es de 16,128 000 soles y la demanda anual en cantidad es de 13,440.

2.4.3.4. Cálculo de la demanda del mercado objetivo del negocio

Para hallar la demanda de nuestro plan de negocios, se cuenta con la siguiente información secundaria:

Según INEI 2020, los distritos que concentran la mayor cantidad de Pymes son los siguientes: los distritos de Lima Cercado (2 mil 336) , Santiago de Surco (1 mil 743) y la victoria (1 mil 416) , siendo un total de 5,495 empresas, de las cuales el 10% representa la demanda objetivo .

Por fuente primaria se obtuvo los siguientes datos:

- La frecuencia de requerimiento de asesoría es una vez al mes
- El precio dispuesto a pagar es de 1,200 soles

La fórmula para hallar la demanda objetivo es:

$$Q = n * p * q$$

Donde:

Q = Demanda objetivo

n = N° de pymes en los distritos elegidos (550)

p = Precio promedio por asesoría (1,200 según encuesta)

q = Consumo promedio mensual por consumidor (1 vez al mes según encuesta)

$Q = 550 * 1,200 * 1$

Q = 660,000 soles mensuales

La demanda anual de consultorías del mercado potencial es de 7,920,000 soles y la demanda anual en cantidad es de 6,600 consultorías.

2.4.3.5. Proyección de demanda

Se determina la proyección de la demanda para cinco años, considerando el crecimiento del PBI de 7% según proyección de Banco Mundial para el 2021.

La demanda de atención anual de consultorías en el mercado objetivo es de 6,600.

Tabla 8: *Proyección de la demanda 2021-2025*

Años	Año entero	Demanda de Consultorías
2021	1	7,062
2022	2	7,556
2023	3	8,085
2024	4	8,651
2025	5	9,257

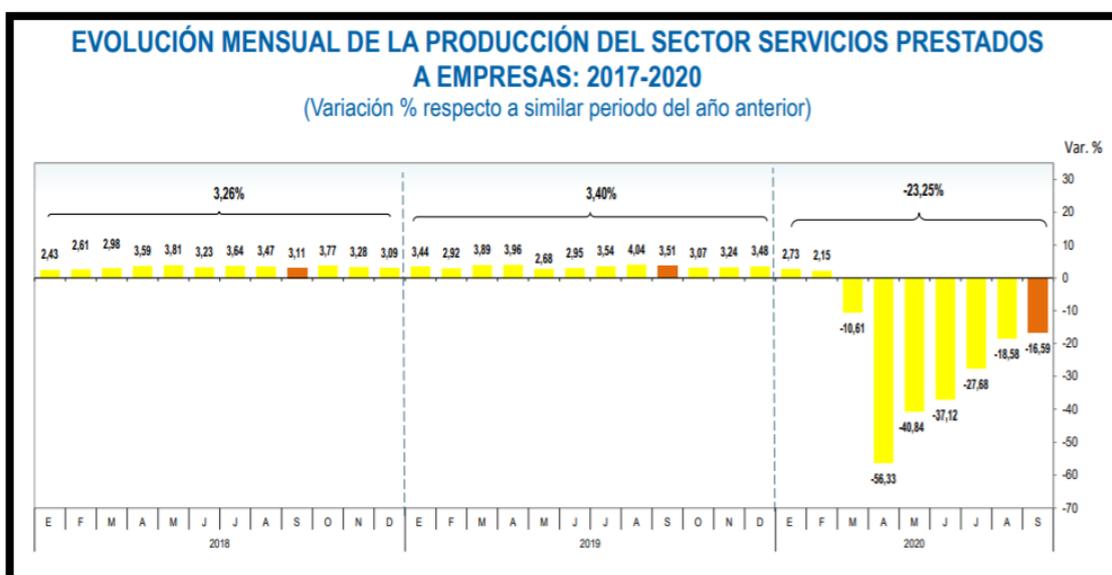
Fuente: Elaboración propia

La tabla refleja la proyección de la demanda, durante la primera etapa del negocio, los datos de la columna de demanda demuestran que en promedio aumenta en 7% anual.

2.5. Estudio de la oferta

En setiembre 2020, el sector servicios prestados a empresas registró una disminución de 16,59%, respecto al mismo mes del año anterior.

Figura 4: Evolución mensual de la producción del sector servicios prestados a empresas: 2017 - 2020



Fuente: INEI

2.5.1 Oferta en el mercado Total

En Lima metropolitana (Mercado total), existen 10 043 pymes que multiplicado por las veces que solicitan consultoría arroja un resultado de demanda total es de 120 516 consultorías anuales y teniendo en cuenta una disminución anual en la oferta de 16.59% anual, según INEI, la oferta de consultorías para las empresas es de 100 522 al año.

2.5.2 Oferta en el mercado Potencial

En cuanto al mercado potencial, Lima centro, existen 1,120 pymes que multiplicado por las veces que solicitan consultoría arroja un resultado de demanda potencial de 13,440 consultorías anuales y teniendo en cuenta una disminución anual en la oferta de 16.59% anual, según INEI, la oferta de consultorías para las empresas es de 11,210 al año.

2.5.3 Oferta en el mercado meta

En cuanto al mercado meta, Lima centro, existen 550 Pymes que multiplicado por las veces que solicitan consultoría arroja un resultado de demanda meta de 6,600 consultorías anuales y teniendo en cuenta una disminución anual en la oferta de 16.59% anual, según INEI, la oferta de consultorías para las empresas es de 5,505 al año.

2.5.4 Proyección de la Oferta para el mercado meta

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que se está dispuesto a poner a la venta a un determinado precio, además juega un papel fundamental en la determinación del precio debido a su interacción con la demanda, lo que permite trasladar al precio la cuantificación y valorización de los productos y servicios a las diferentes necesidades de los demandantes. La oferta del mercado meta 2021 – 2025 es 5,505 consultorías.

Se determina la proyección de la oferta para los cinco años considerados en el horizonte de tiempo del negocio en función a los datos obtenidos de fuentes primarias y secundarias.

Tabla 9: *Proyección de la oferta del mercado meta 2021-2025*

Años	Año entero	Oferta
2021	1	4,592
2022	2	3,830
2023	3	3,195
2024	4	2,665
2025	5	2,223

Fuente: Elaboración propia.

2.5.5. Proyección de la Oferta de la empresa para el mercado meta

La oferta del mercado objetivo es de 5,505 consultorías al año, nuestra empresa considerando los recursos disponibles y capacidad inicial, iniciará sus actividades con 4 profesionales (un gerente general, un contador, un analista de remuneraciones y un asistente de recursos humanos) ofrecerá un total de 110 consultas por año.

2.6. Determinación de la demanda insatisfecha

Para determinar la demanda insatisfecha, se tiene que conocer los datos de la demanda, la oferta proyectada de la empresa. En ese sentido, se tiene los siguientes datos:

Tabla 10: *Determinación de la demanda insatisfecha del mercado objetivo*

Año	2021	2022	2023	2024	2025
Demanda Proyectada	7,062	7,556	8,085	8,651	9,257
Oferta Proyectada	4,592	3,830	3,195	2,665	2,223
Oferta de la empresa	110	121	133	146	161
Demanda insatisfecha	2,470	3,726	4,891	5,987	7,034

Fuente: Elaboración propia

La fórmula para determinar el porcentaje de la demanda insatisfecha es la siguiente:

- $\% \text{ de la demanda objetivo} = \text{Capac. de la empresa actual} / \text{Demanda insatisfecha Actual}$

Tabla 11: *Determinación de porcentaje de demanda objetivo.*

Año	2021	2022	2023	2024	2025
Oferta de la empresa	110	121	133	146	161
Demanda insatisfecha	2,470	3,726	4,891	5,987	7,034
% de la demanda objetivo	4.45%	3.25%	2.72%	2.45%	2.29%

Fuente: Elaboración propia

Finalmente, teniendo en cuenta el nivel de inversión, el capital de trabajo, la capacidad de comercialización, la capacidad de abastecimiento, la cantidad de empleados y la inversión en marketing, pero también teniendo en cuenta aspectos como la información recopilada de la competencia, y nuestra experiencia en el negocio; se ha determinado que la cuota de mercado objetivo inicial será del 4.45% de la demanda insatisfecha.

2.7. Proyecciones y provisiones para comercializar

2.7.1. Pronóstico de venta inicial de la empresa

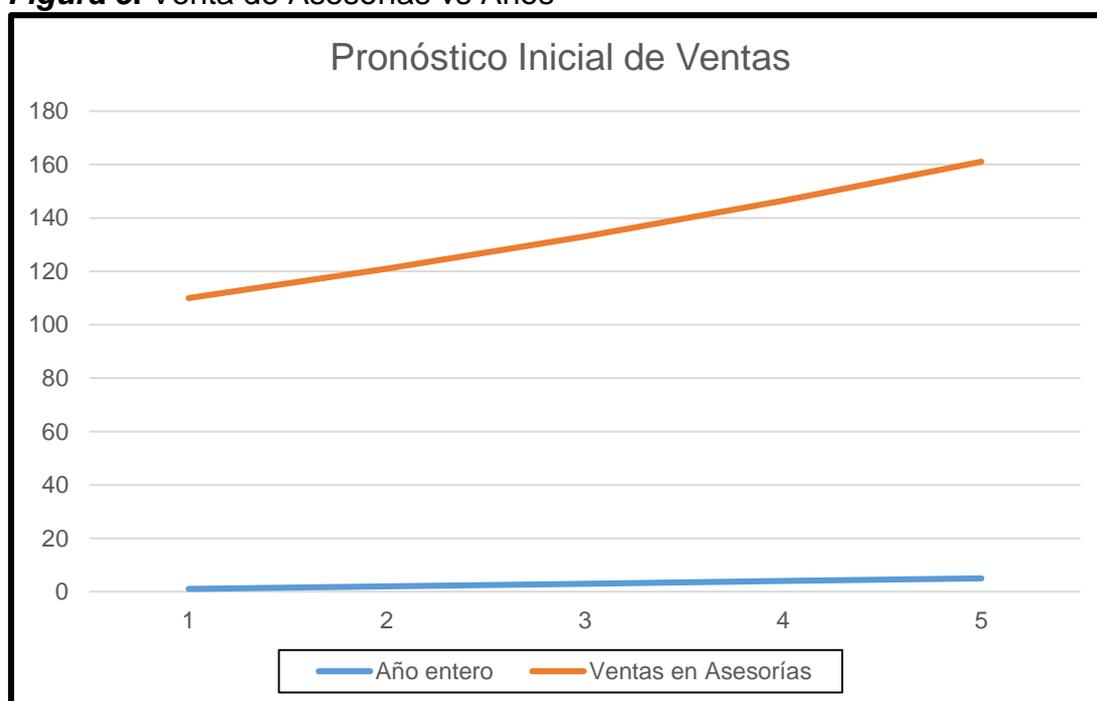
El pronóstico inicial de ventas de la empresa en el mercado objetivo se muestra en la tabla siguiente. Se ha utilizado la tasa de crecimiento promedio que equivale a 10% anual.

Tabla 12: Venta de Asesorías anuales de la empresa

Año	Año entero	Ventas en Asesorías
2021	1	110
2022	2	121
2023	3	133
2024	4	146
2025	5	161

Fuente: Elaboración propia

Figura 5. Venta de Asesorías vs Años



Fuente: Elaboración propia

Luego de haber realizado el pronóstico de venta inicial, la empresa debe planear incrementar las ventas para lo cual debe implementar una estrategia de marketing; en ese sentido, nuestra empresa ha decidido emplear la estrategia de marketing relacional o marketing de relaciones debido a que en nuestro mercado meta ya hay competencia.

El objetivo de emplear esta estrategia es sobrevivir en el mercado estableciendo relaciones muy duraderas con los clientes, es decir, lograr niveles altos de satisfacción y fidelización. Con esta estrategia, no solo nos importa las ventas, sino que el foco de la estrategia es el cliente; es decir, se busca captar un cliente, fidelizarlo y vuelva a solicitar nuestra asesoría más de una vez.

2.7.2. Estrategias de marketing relacional

El objetivo del marketing relacional es conquistar, retener clientes y finalmente convertirlos en defensores de la marca.

El marketing relacional busca crear una relación continua y progresiva, buscando más que una acción para obtener clientes. Esta estrategia implica construcción de marca, fidelización de clientes y por ende la difusión de la marca.

La empresa empleara las siguientes estrategias:

- Programas de fidelización:

Entrega de merchandising a los clientes que cumplan un año en la empresa.

Construcción de relaciones interpersonales con el cliente, buscando enfocar la cultura en el cliente y que este se sienta identificado con nosotros.

- Interacción con las redes sociales:

Uso de las plataformas Facebook, instagram ,

Encuestas semestrales de satisfacción al cliente

- Estrategias de diferenciación

Esta estrategia está basada en el tipo de servicio que brindaremos a nuestros clientes, nos diferenciaremos de la competencia justamente por nuestra calidad de servicio. Se ofrecerá un ambiente cordial y trato amable, se tratará al cliente con mucha familiaridad para que se sienta cómodo y en confianza.

- Estrategia de concentración o enfoque

La empresa concentrara su mayor esfuerzo en las Pymes de los distritos de Lince, Surco, San Borja, y Cercado de Lima, debido a que son empresas que cuentan con mayor poder adquisitivo.

2.7.3. Presupuesto de ventas

Tabla 13

Presupuesto de ventas del plan de negocio

Año	Asesorías	Precio Neto	Valor Neto
2021	110	1200	132,000
2022	121	1200	145,200
2023	133	1200	159,720
2024	146	1200	175,692
2025	161	1200	193,261
			805,873

Nota: Presupuesto de ventas valorizado en soles

Elaboración propia.

2.8. Descripción de la política comercial

Se establecerá una serie de criterios y principios por los cuales se regirá empresa, Definiremos el segmento de mercado al cual nos dirigimos, así como

también tener en cuenta el estado en el que se encuentra el mercado para detectar las oportunidades y amenazas que se puedan presentar.

En ese sentido, la política comercial de la empresa está basada en los siguientes aspectos:

- Objetivos de atención de asesorías:

La empresa tiene previsto cubrir su mercado objetivo focalizándose en los clientes con mayor poder adquisitivo inicialmente, ya que son los que mayormente pueden tercerizar su servicio contable para dedicarse enteramente a su core business .

- Condiciones de pago por asesorías:

Inicialmente necesitamos que los pagos sean contra entrega de informe mensualmente, hasta generar el lazo de confianza con el cliente para otorgar créditos cuando mucho hasta 15 días como máximo luego de emitida la factura.

- Fuerza de ventas:

Conformado por el Gerente general, el encargado de conseguir la mayor cantidad de empresas cliente.

- Política de remuneración:

La remuneración es fija y se dará de manera mensual, los 30 de cada mes. Así mismo se cumplirá todo de acuerdo a ley.

- Canales de venta de asesorías:

La empresa se apoyará en las redes sociales como principal canal para captar la mayor cantidad de clientes, seguido de la promoción por brochure, que se les hará llegar a las empresas como propuesta tentativa

para la tercerización de su área contable, resaltando las ventajas de adquirir nuestro servicio.

- Estrategia de producto o servicio

Lanzaremos el servicio de consultoría con un servicio adicional de capacitación en materia laboral y absolución de dudas sobre su remuneración al trabajador totalmente gratis, ampliando así nuestro servicio de consultoría.

- Estrategia de precio

Lanzar al mercado nuestro servicio con un precio bajo para que de ese modo, podamos lograr una rápida penetración, una rápida acogida en el mercado.

Se puede aprovechar que el servicio es nuevo y crear sensación de calidad en nuestros procesos.

- Estrategia de Promoción y publicidad

Se ofrecerá nuestro servicio vía página web, redes sociales como Instagram, Facebook y por supuesto LinkedIn, logrando así tener una mayor cobertura de nuestro servicio y aumentar nuestros clientes potenciales.

2.9. Cuadro de la demanda proyectada para el negocio

El cuadro de la demanda proyectada para el negocio se realizó bajo el método de proyección porcentual utilizando la tasa de crecimiento medio del mercado de GLP y de acuerdo con la fuente consultada equivale a 10% anual.

Tabla 14: *Demanda proyectada para el negocio al 2025*

Año	2021	2022	2023	2024	2025
Demanda anual de consultorías	110	121	133	146	161
Precio Unit.	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
Ingresos por venta	132,000	145,200	159,720	175,692	193,261

Fuente: Elaboración propia

La demanda proyectada para el negocio para el año 2025 es de 161 asesorías al año.

CAPÍTULO III: ESTUDIO TÉCNICO

3.1. Tamaño del negocio, Factores determinantes

Los factores determinantes, inciden en el nivel de los costos e inversiones, así como también en la estimación de la rentabilidad, por ello su importancia pues determinará el nivel de operación.

El tamaño del negocio es la capacidad de producción, pues se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año es decir durante el periodo de funcionamiento.

Se identificó los siguientes factores determinantes:

- Nivel de inversión del negocio:

Se requiere contratación de personal, adquisición de software que permita la conexión remota, fondos para cubrir el alquiler del local, capital de trabajo para sostener los costos e inversiones del negocio por el espacio de 3 meses. Se estima que se necesitará una inversión inicial de S/ 50,000.00.

- Tecnología:

Se hará empleo de un software para conexiones remotas desde nuestra oficina con las diferentes empresas cliente que se asesorarán. Así mismo se necesitará laptops core 5, con buen procesador para que pueda soportar la conexión y el peso de los diferentes programas.

- Cantidad de empleados:

La cantidad de empleados, será inicialmente reducida a 4 personas, asignadas de acuerdo a la necesidad inicial de cada área, siendo en principio 2 áreas: Finanzas y RR.HH, cubriendo de manera estratégica los puestos de trabajo.

- Disponibilidad del Servicio:

La prestación de nuestros servicios se encontrará en Lince de manera física, disponible de lunes a viernes en horario de 8:00 am a 6:00 pm, así también de manera virtual en la página web y redes sociales, lo cual nos permitirá estar más cerca de nuestros clientes.

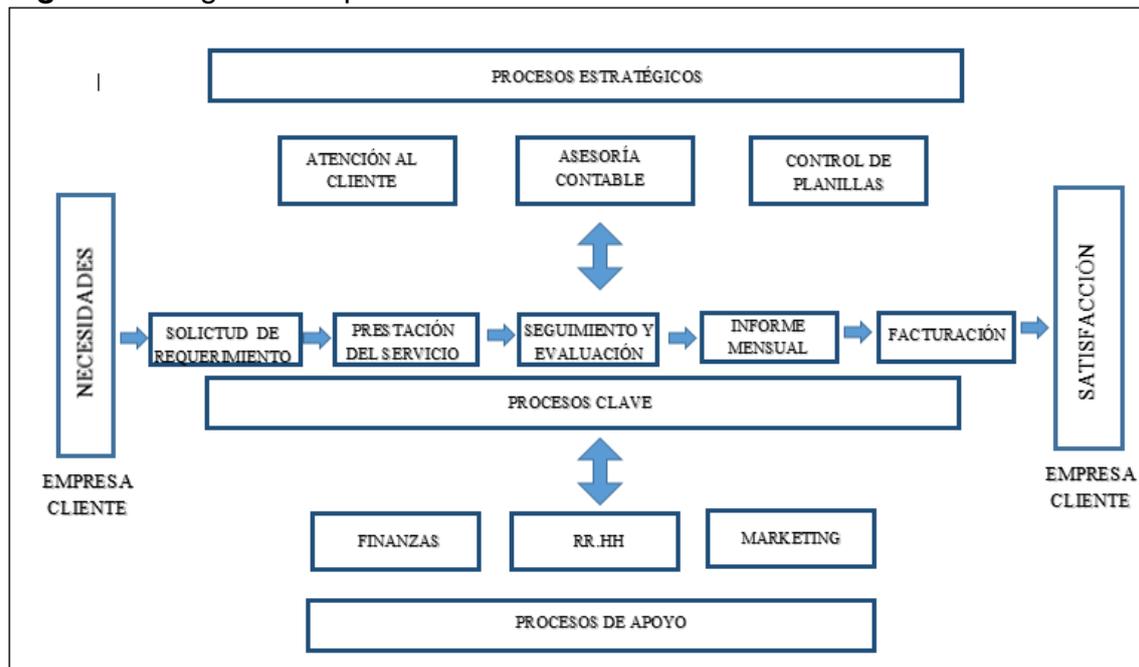
3.2. Proceso y Tecnología

Toda empresa o negocio necesariamente debe seguir un proceso, el cual se constituye como un flujo de información importante la cual está interrelacionada con las actividades de planeación, organización, dirección y control. Asimismo, se debe emplear los recursos humanos, materiales y técnicos con lo que cuenta la empresa con la finalidad de alcanzar los objetivos propuestos.

3.2.1. Descripción y diagrama de los procesos

Se ha establecido el siguiente diagrama de procesos:

Figura 6: Diagrama de procesos



Fuente: Elaboración propia

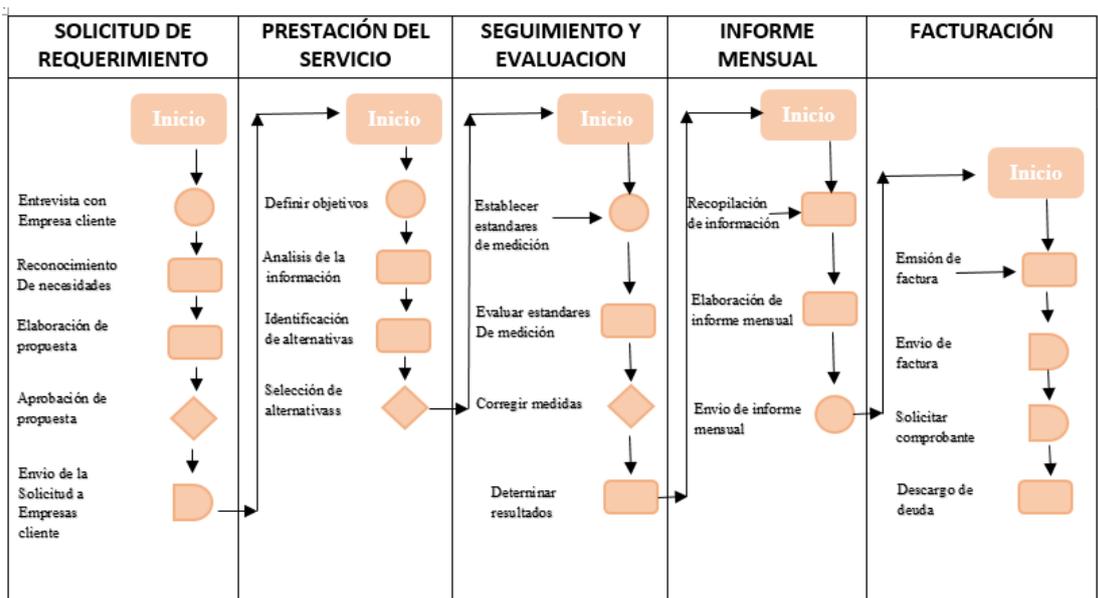
Proceso de adquisición del servicio:

- i. Reconocimiento de necesidades del cliente
- ii. Solicitud de requerimiento
- iii. Elaboración de propuesta
- iv. Presentación de propuesta
- v. Prestación del servicio
- vi. Seguimiento y evaluación
- vii. Entrega de informe mensual
- viii. Emisión de factura

Proceso de cobranza:

1. Envío de informe mensual a empresa cliente
2. Envío de factura
3. Solicitar comprobante de abono
4. Descargar la deuda del sistema

Figura 7: Flujo de procesos



Fuente: Elaboración propia.

3.2.2. Capacidad instalada y operativa

La capacidad instalada es la disponibilidad máxima que dispone el negocio para brindar el producto o negocio.

En todo negocio, indiferente al rubro que pertenezca, se requiere de una cantidad de recursos asignados ya sea tecnológicos, humanos, equipos, materia prima, entre otros. Asimismo, el uso de la capacidad instalada asignada dependerá de las cantidades producidas o servicios para los cuales ha sido designada.

Determinación de la capacidad instalada del negocio

La capacidad instalada de la empresa “Soluciones Contables Outsourcing y Planillas S.A.C” está determinada por la cantidad de colaboradores que prestarán sus servicios y la cantidad de horas de atención.

Inicialmente se contará con un Gerente General, un contador, un asistente de remuneraciones y un auxiliar de RR.HH.

Los horarios de atención son de lunes a viernes de 8:00 am a 6:00 pm, haciendo un total de 45 horas efectivas semanales y 180 horas al mes (descontando 1 hora de refrigerio).

Capacidad instalada es de 4 colaboradores: Un Gerente General, un contador, un asistente de remuneraciones y un auxiliar de RR.HH, quienes se encargarán de la atención directa a las empresas cliente, contando con 9 horas diarias efectivas de trabajo. Pudiéndose atender a 6 empresas de manera mensual por el momento, ya que contamos con poco personal por inicio de actividades.

A continuación, se detalla el cálculo:

$$\text{Capacidad Instalada} = \frac{\text{Tiempo disponible para atenciones}}{\text{Tiempo de proceso de atención por consultoría}}$$

$$\text{Capacidad Instalada} = \frac{N \cdot H \cdot D}{T} = \frac{4 \cdot 9 \cdot 264}{96} = \frac{7128}{96} = 74 \text{ consultorías}$$

N: Número de colaboradores (4 colaboradores)

H: Horas de trabajo diario (9 horas)

D: Número de días de trabajo por año (264)

T: Tiempo de proceso de atención por consultoría (8 horas mensuales)

Determinación de la capacidad efectiva del negocio

La definición de capacidad efectiva se basa en la capacidad que espera alcanzar la empresa dadas las restricciones operativas. La capacidad efectiva es menor que la capacidad diseñada ya que el proceso de instalación puede haber sido diseñado bajo un estándar ideal, en cambio la capacidad efectiva vendría a ser el rendimiento ajustado a la realidad.

Para el caso de la empresa necesitaríamos que nuestra capacidad efectiva sea la misma que la instalada.

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

Tabla 15: Cuadro de requerimiento de Equipos

REQUERIMIENTO DE EQUIPOS	CANTIDAD	TOTAL
LAPTOP CORE 5	4	12,000.00
ROUTER DE INTERNET + LINEA FIJA	1	120.00
IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	1	500.00
TOTAL		12,620.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 16: Cuadro de requerimiento de Recursos Humanos

CARGO	REM. INDIVID	CANT.	REM. MEN
Gerente General	2,500.00	1	2,500.00
Contador(a)	2,000.00	1	2,000.00
Asistente de Remuneraciones	1,100.00	1	1,100.00
Auxiliar de RR.HH	930	1	930.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17: Cuadro de requerimiento de Bienes

REQUERIMIENTOS DE BIENES	CANTIDAD	TOTAL
ESCRITORIO	4	1,200.00
SILLAS PARA ESCRITORIO	4	720.00
PAQUETE DE HOJAS BOND	12	108.00
LAPICEROS	4	4.00
RESALTADOR	4	6.80
CORRECTOR LIQUIDO	4	6.00
PIONERS	12	129.60
CAJA DE CLIPS	6	5.40
CAJA DE GRAPAS	6	15.00
TACHOS DE BASURA PARA OFICINA	4	53.60
TINTA NEGRA	3	299.70
TINTA AZUL	2	79.80
TINTA MAGENTA	2	79.80
TINTA CIAN	2	79.80
TINTA AMARILLA	2	79.80
	TOTAL	2,867.30

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 18: Cuadro de requerimiento de Útiles de aseo

REQUERIMIENTO DE ÚTILES DE ASEO	CANTIDAD	TOTAL
JABON LIQUIDO	1	3.80
PAPEL HIGIÉNICO (PAQUETE DE 12 UNIDADES)	1	13.90

PAPEL TOALLA (PAQUETE DE 6 UNIDADES)	1	21.00
DESINFECTANTE DE 1 LTRO	1	13.90
GUANTES LATEX MULTIUSO	2	11.80
ESCOBILLA PARA BAÑO	1	5.00
	TOTAL	69.40

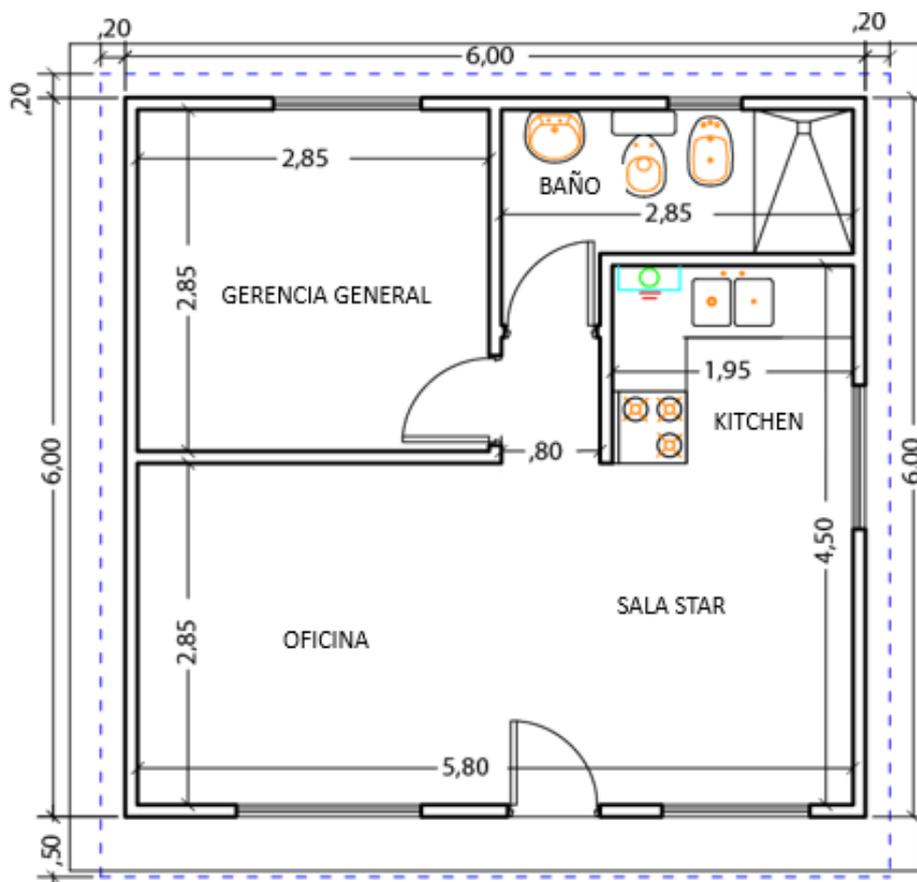
Fuente: Elaboración propia.

3.2.4. Infraestructura y características físicas

La infraestructura constará de un ambiente de 60 mtrs², lo suficientemente espacioso para colocar tres escritorios, inicialmente. Se colocará también una impresora, un estante para archivo de documentación, 4 laptops, tachos de basura individual, útil de oficina, entre otros. Asimismo, el espacio cuenta con energía eléctrica, es ventilado pues tiene ventanas grandes con vista interna, las paredes son blancas, lo que permite que se vea espacioso y luminoso. El piso es de tipo parquet, lo que le da un toque bastante acogedor.

Cabe resaltar que también se cuenta con servicios higiénicos, el piso es de cerámica, las paredes y acabados en blanco, resaltando la pulcritud.

Figura 8: Características físicas de la oficina



Fuente: Elaboración propia

3.3. Localización del negocio, Factores determinantes

La ubicación del negocio es un factor muy importante en el éxito de un negocio, pues su localización dependerá de la actividad del negocio. Debemos analizar las necesidades y objetivos, el local a elegir debe encontrarse cerca a nuestro mercado objetivo, la infraestructura debe ser adecuada pues debe contar con los suministros de agua, luz, internet y acceso telefónico.

MACRO LOCALIZACIÓN

Nuestra empresa se ubicará en Lima centro ya que reúne los requisitos necesarios para poner en marcha el proyecto de consultoría.

Figura 9: Macro localización



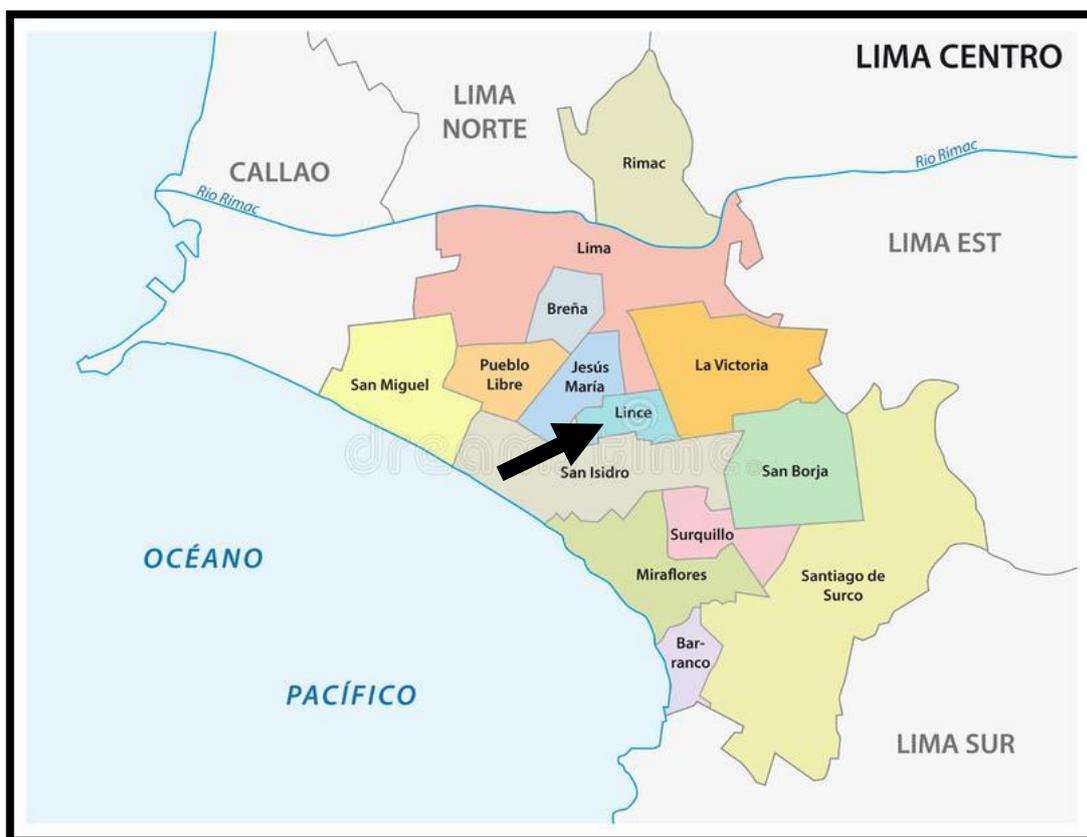
Fuente: Google Imágenes

MICRO LOCALIZACIÓN

El local previsto donde se desarrollarán las actividades de la consultora será en el distrito de Lince, limitante con los distritos de San Isidro, Jesús María, San Borja y La victoria.

Se determinó este distrito dado sus características físicas e indicadores socio-económicos, cubre nuestro perfil de empresas cliente.

Figura 10: Micro localización



Fuente: Google Imágenes

En tal sentido los factores determinantes para la localización de la presente idea de negocio son los siguientes:

- Cercanía con el mercado objetivo
- Local que cuenta con suministros de agua, luz, acceso telefónico y servicio de internet
- Fácil acceso y ubicación, céntrico.
- Estacionamiento propio para dos autos

Tabla 19: Evaluación de localización por el método cualitativo por puntos

MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS

FACTOR	PES O	SAN BORJA		SURCO		LINCE	
		CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN
Cercanía con el mercado objetivo	0.40	4	1.6	3	1.2	6	2.4
Principales suministros (agua, luz, acceso telefónico y servicio de internet)	0.15	4	0.6	5	0.75	7	1.05
Fácil acceso y ubicación, céntrico.	0.30	5	1.5	6	1.8	7	2.1
Estacionamiento propio para dos autos	0.15	5	0.75	6	0.9	8	1.2
TOTAL	1		4.45		4.65		6.75

Fuente: Elaboración propia.

El distrito de mayor puntaje fue Lince, cuenta con mayor cercanía al mercado objetivo, es de fácil acceso por su ubicación, además de ello se cuenta estacionamiento propio.

CAPÍTULO IV: ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

En el presente capítulo se determinarán los bienes tangibles e intangibles, cuanto será el capital de trabajo que se va a requerir para poner en marcha el proyecto. Así mismo se evaluará si el plan de negocio resultará económico y viable.

4.1. Inversión Fija

Referido a todo tipo de activos necesarios para llevar a cabo el inicio de las actividades en la empresa, se subdivide en: Inversión Tangible e Intangible.

4.1.1. Inversión Tangible

Conformado por todos los bienes físicos indispensables para el inicio del funcionamiento de la empresa. A continuación, el detalle de los mismos:

Tabla 20: *Inversión Tangible*

Activos tangibles	Cantidad	Precio Unitario	Sub total S/.	Igv	Valor de venta
Computadoras	4	3000	12,000.00	2,160.00	14,160.00
Impresora	1	500	500.00	90.00	590.00
Muebles y enseres					
Escritorio	4	300	1,200.00	216.00	1,416.00
Sillas	4	180	720.00	129.60	849.60
Total			14,420.00	2,595.60	17,015.60

Fuente: Elaborado con las cotizaciones de proveedores

4.1.2. Inversión Intangible

Son todos los activos que no son percibidos de manera física ya que no son materiales, pero igual de necesarios para dar marcha a las operaciones de la empresa.

A continuación, se detalla:

Tabla 21: Inversión Intangible

Activos intangibles	Sub total S/.	Igv	Valor de venta
Licencia de funcionamiento	1,200.00	216	1,416.00
Gastos de publicidad	300.00	54	354.00
Licencia de Office	200.00	36	236.00
Antivirus	240.00	43.2	283.20
Internet y linea fija	120.00	21.60	141.60
Costo Total	2,060.00	370.80	2,430.80

Fuente: Elaborado en base a las cotizaciones de proveedores

4.2. Capital de Trabajo

El capital de trabajo garantiza el inicio del funcionamiento de cualquier empresa, ya que permite despegar el negocio cubriendo los primeros gastos propios del inicio de actividades lo cual permite mantener activo el negocio hasta poder generar ingresos y estabilidad.

A continuación, el detalle de la valorización del capital de trabajo que será necesario para poner en marcha las actividades de la empresa:

Tabla 22: Capital de trabajo

Capital de Trabajo Inversión	Mensual	Por 3 Meses
Materiales Indirectos (limpieza y mantenimiento)	69.40	208.20
Alquiler	500.00	1,500.00
Otros (materiales de oficina)	2,867.30	8,601.90
Gastos de Personal	5,681.10	17,043.30
Gastos de Publicidad	600.00	1,800.00
Total, Capital de Trabajo	9,717.80	29,153.40

Fuente: Datos obtenidos de cotizaciones de proveedores, los montos equivalen a 3 meses de operación.

4.3. Inversión Total

El monto de la inversión total requerido para el plan de negocio se resume en el siguiente cuadro:

Tabla 23: Inversión Total

Inversiones	Rubro de inversiones	Inversión desagregada	Inversiones parciales	Total, S/.	%
	Inversión Tangible	Maquinarias, Equipos y Herramientas	12,500.00	14,420	32%
		Muebles y enseres	1,920.00		
Inversión fija	Inversión Intangible	Licencia de funcionamiento	1,200.00	2,060	5%
		Gastos de publicidad	300.00		
		Licencia de Office	200.00		
		Internet y línea fija	120.00		
		Antivirus	240.00		
Capital de Trabajo		Materiales Indirectos (limpieza y mantenimiento)	208.20	29,153	64%
		Alquiler	1,500.00		
		Otros (materiales de oficina)	8,601.90		
		Gastos de Personal	17,043.30		
		Gastos de Publicidad	1,800.00		
Total, Inversión Inicial				45,633	100%

Fuente: Elaboración propia

4.4. Estructura de la inversión y financiamiento

La inversión inicial del plan de negocio es de S/ 45,633.00 soles para financiar el total de activos fijos tangibles e intangibles, así como también para cubrir el capital de trabajo por el espacio de 3 meses. Cabe resaltar que el total de la inversión inicial será coberturado con el total de aportes de los socios, no necesitando el financiamiento del banco sino de un financiamiento interno con fondos propios.

Tabla 24: Estructura de la inversión y financiamiento

Rubro de inversión	Aporte propio		Préstamo		Total	
	S/.	%	S/.	%	S/.	%
Inversión Fija Tangible	14,420	32%	0	0%	14,420	100%
Maquinarias, Equipos y Herramientas	12,500	100%			12,500	100%
Muebles y enseres	1,920	100%			1,920	100%
Inversión Fija Intangible	2,060	100%	0	0%	2,060	100%
Licencia de funcionamiento	1,200	100%			1,200	100%
Gastos de publicidad	300	100%			300	100%
Licencia de Office	200	100%			200	100%
Antivirus	240.00	100%			240	100%
Internet y línea fija	120.00	100%				
Capital de trabajo	29,153	100%	0	0%	29,153	100%
Total	45,633	100%	0	0%	45,633	100%

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO V: ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS

En el presente capítulo se determinarán al detalle los costos fijos y variables necesarios para el inicio de actividades del servicio outsourcing, los cuales se han detallado inicialmente en el estudio técnico, así como también los ingresos que se obtendrían de las atenciones de las consultorías.

El objetivo es cuantificar y tener identificados dichos costos para poder presupuestarlos y continuar con la etapa operativa del plan de negocios.

5.1. Presupuesto de los costos

Tabla 25: *Presupuesto de los costos*

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Fijos	102,433.20	111,044.06	120,450.72	130,730.12	141,966.84
Gastos de Personal	75,225.60	82,748.16	91,022.98	100,125.27	110,137.80
Gastos Fijos	7,440.00	7,737.60	8,047.10	8,368.99	8,703.75
Gastos Administrativos	11,367.60	11,822.30	12,295.20	12,787.00	13,298.48
Gastos de Venta	8,400.00	8,736.00	9,085.44	9,448.86	9,826.81
Costos variables	360.00	378.00	396.90	416.75	437.58
Agua y Luz	360.00	378.00	396.90	416.75	437.58
Total	102,793.20	111,422.06	120,847.62	131,146.87	142,404.43

Fuente: Elaboración propia

- **COSTOS DE ADMINISTRAR**

Contienen los costos remunerativos del personal netamente administrativo, costo de los útiles de oficina y de aseo, así como también los costos de servicios básicos como agua y luz.

Tabla 26: Costos de Administrar

COSTOS DE ADMINISTRAR	2021	2022	2023	2024	2025
REMUNERACIONES	39,513.60	43,464.96	47,811.46	52,592.60	57,851.86
UTILES DE OFICINA	11,367.60	11,822.30	12,295.20	12,787.00	13,298.48
SERVICIOS BASICOS	360.00	378.00	396.90	416.75	437.58
TOTAL	51241.20	55665.26	60503.55	65796.35	71587.93

Fuente: Elaboración propia

- **COSTOS DE VENTA**

Contiene los costos remunerativos del personal del área de ventas, gastos de promoción y/o publicidad.

Tabla 27: Costos de Venta

COSTOS DE VENTA	2021	2022	2023	2024	2025
REMUNERACIONES	35,712.00	39,283.20	43,211.52	47,532.67	52,285.94
GASTOS DE PROMOCION	8,400.00	8,736.00	9,085.44	9,448.86	9,826.81
TOTAL	44,112.00	48,019.20	52,296.96	56,981.53	62,112.75

Fuente: Elaboración propia

- **COSTOS DE OPERACIÓN**

Comprende los costos alquiler del local, línea de internet y telefonía

Tabla 28: Costos de Operación del plan

COSTOS DE OPERACIÓN DEL PLAN	2021	2022	2023	2024	2025
COSTO DE ALQUILER DE LOCAL	6,000.00	6,240.00	6,489.60	6,749.18	7,019.15
INTERNET + LINEA FIJA	1,440.00	1,497.60	1,557.50	1,619.80	1,684.60
TOTAL	7,440.00	7,737.60	8,047.10	8,368.99	8,703.75

Fuente: Elaboración propia

- DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS TANGIBLES

Tabla 29: *Depreciación Activos Tangibles*

DEPRECIACIÓN ACTIVOS TANGIBLES	Valor inicial	Tasa Anual	2021	2022	2023	2024	2025
Computadoras	12,000.00	25%	3000	3000	3000	3000	3000
Impresora	500.00	25%	125	125	125	125	125
Muebles y enseres							
Escritorio	1,200.00	10%	120	120	120	120	120
Sillas	720.00	10%	72	72	72	72	72
TOTAL	14420		3317	3317	3317	3317	3317

Fuente: Elaboración propia

- AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS INTANGIBLES

Tabla 30: *Amortización Activos Intangibles*

AMORTIZACIÓN ACTIVOS INTANGIBLES	Valor inicial	Tasa Anual	2021	2022	2023	2024	2025
Licencia de funcionamiento	1200	20%	240	240	240	240	240
Gastos de publicidad	300	20%	60	60	60	60	60
Licencia de Office	200	20%	40	40	40	40	40
Antivirus	240	20%	48	48	48	48	48
Internet y linea fija	120	20%	24	24	24	24	24
TOTAL	2060	20%	412	412	412	412	412

Fuente: Elaboración propia

5.2. Punto de equilibrio

Conociendo las ventas y costos totales, se define el punto de equilibrio del plan de negocios en términos de número de asesorías que se pretende atender anualmente.

A continuación el detalle:

Tabla 31: Punto de Equilibrio

	2021	2022	2023	2024	2025
COSTOS FIJOS	102,433.20	111,044.06	120,450.72	130,730.12	141,966.84
COSTOS VARIABLES	360.00	378.00	396.90	416.75	437.58
PRECIO DE VENTA	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
PUNTO DE EQUILIBRIO	121.94	135.09	149.98	166.91	186.21

Fuente: Elaboración propia

5.3. Estado de ganancias y perdidas

El estado de Ganancias y pérdidas, refleja a los interesados información precisa y valiosa sobre las operaciones desarrolladas por la empresa durante un periodo determinado, siendo en este caso el periodo de un año.

Este informe financiero, permitirá identificar el nivel de eficiencia de la empresa, el nivel de rentabilidad, así como también la estructura de ingresos, costos y gastos, lo cual influirá en la toma de decisiones futuras.

Tabla 32: Estado de Ganancias y pérdidas

Descripción	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas	132,000.00	145,200.00	159,720.00	175,692.00	193,261.00
Costo de Venta	7,440.00	7,737.60	8,047.10	8,368.99	8,703.75
Utilidad Bruta	124,560	137,462	151,673	167,323	184,557
Gastos Administrativos	51,241.20	55,665.26	60,503.55	65,796.35	71,587.93
Gastos de Ventas	44,112	48,019	52,297	56,982	62,113
Depreciación y amortización	3,729	3,729	3,729	3,729	3,729
Utilidad operativa	25,478	30,049	35,143	40,816	47,128
Gastos Financieros	0	0	0	0	0
Utilidad Antes de Impuestos	25,478	30,049	35,143	40,816	47,128
Impuesto a la Renta	4,586	5,409	6,326	7,347	8,483

Utilidad Después de Impuestos	20,892	24,640	28,818	33,469	38,645
Dividendos	-	-	-	-	-
Utilidad Neta	20,892	24,640	28,818	33,469	38,645

Fuente: Elaboración propia

5.4. Presupuesto de ingresos

El presupuesto de ingresos está conformado por la previsión de los recursos que la empresa espera obtener en un periodo, siendo nuestro caso un año. Es así que dicho presupuesto de ingresos debe responder a los objetivos planteados inicialmente.

A continuación, se detalla el presupuesto de ingresos:

Tabla 33: *Presupuesto de Ingresos*

Egresos	Año				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de Operaciones (de comercialización)					
Costo de Alquiler de local	6,000	6,240	6,490	6,749	7,019
Internet + Línea Fija	1,440	1,498	1,558	1,620	1,685
Total, costo de operación	7,440	7,738	8,047	8,369	8,704
Costos de administración					
Remuneraciones	39,514	43,465	47,811	52,593	57,852
Útiles de Oficina	11,368	11,822	12,295	12,787	13,298
Servicios Básicos	360	378	397	417	438
Total, costo de Admin.	51,241	55,665	60,504	65,796	71,588
Costo de ventas					
Remuneraciones	35,712	39,283	43,212	47,533	52,286
Gastos de Promoción	8,400	8,736	9,085	9,449	9,827
Total, costo de venta	44,112	48,019	52,297	56,982	62,113
Costo financiero					
Pago de intereses	0	0	0	0	0
Total, costo financiero	0	0	0	0	0
TOTAL, EGRESOS	102,793	111,422	120,848	131,147	142,404

Fuente: Elaboración propia

5.5. Presupuesto de egresos

El presupuesto de egresos registra las salidas de los costos y gastos que se darán durante un periodo determinado.

A continuación, el detalle:

Tabla 34: Presupuesto de Egresos

Egresos	Año				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de Operaciones (de comercialización)					
Costo de Alquiler de local	6,000	6,240	6,490	6,749	7,019
Internet + Linea Fija	1,440	1,498	1,558	1,620	1,685
Total, costo de operación	7,440	7,738	8,047	8,369	8,704
Costos de administración					
Remuneraciones	51,404	56,545	62,199	68,419	75,261
Útiles de Oficina	11,368	11,822	12,295	12,787	13,298
Servicios Básicos	360	378	397	417	438
Total, costo de Admin.	63,132	68,745	74,891	81,623	88,997
Costo de ventas					
Remuneraciones	41,856	46,042	50,646	55,710	61,281
Gastos de Promoción	8,400	8,736	9,085	9,449	9,827
Total, costo de venta	50,256	54,778	59,731	65,159	71,108
Costo financiero					
Pago de intereses	0	0	0	0	0
Total, costo financiero	0	0	0	0	0
TOTAL, EGRESOS	120,828	131,260	142,670	155,151	168,809

Fuente: Elaboración propia

5.6. Flujo de Caja proyectado

La elaboración del flujo de caja proyectado refleja al detalle los ingresos y egresos, permite anticiparse a posibles déficits y de esta manera anticipar una posible opción de financiamiento si lo ameritase.

Tabla 35: Flujo de Caja Proyectado

Descripción	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Ventas/Cobranzas		132,000.00	145,200.00	159,720.00	175,692.00	193,261.00
Total, Ingresos		132,000.00	145,200.00	159,720.00	175,692.00	193,261.00
EGRESOS						
Gastos de Operación						
COSTO DE ALQUILER DE LOCAL		6,000.00	6,240.00	6,489.60	6,749.18	7,019.15
INTERNET + LINEA FIJA		1,440.00	1,497.60	1,557.50	1,619.80	1,684.60
Gastos Administrativos						
REMUNERACIONES		39,513.60	43,464.96	47,811.46	52,592.60	57,851.86
UTILES DE OFICINA		11,367.60	11,822.30	12,295.20	12,787.00	13,298.48
SERVICIOS BASICOS		360.00	378.00	396.90	416.75	437.58
Gastos Ventas						
REMUNERACIONES		35,712.00	39,283.20	43,211.52	47,532.67	52,285.94
GASTOS DE PROMOCION		8,400.00	8,736.00	9,085.44	9,448.86	9,826.81
Impuestos						
IMPUESTO A LA RENTA		4,586	5,409	6,326	7,347	8,483
Total, Egresos		107,379	116,831	127,173	138,494	150,887
Inversiones						
Inversión Fijo Tangible	-14,420					
Inversión Fijo Intangible	-2,060					
Capital de Trabajo	-29,153					
Flujo de caja económico	-45,633	24,620.80	28,369.13	32,546.57	37,198.23	42,373.61
Flujo de Financ. Neto						
Préstamo		0	0	0	0	0
Amortización		0	0	0	0	0
Intereses		0	0	0	0	0
Escudo Tributario		3,729	3,729	3,729	3,729	3,729
Financiamiento Neto	0	3,729	3,729	3,729	3,729	3,729
Flujo de Caja Financiero	-45,633	28,350	32,098	36,276	40,927	46,103

Fuente: Elaboración propia

5.7. Balance general

El Balance general, es un reporte financiero que permite tener una vista amplia de la situación financiera de una empresa. Está conformado por las cuentas del activo, el pasivo y el patrimonio.

Tabla 36: *Balance General*

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
Caja y Bancos	29,153	Préstamo bancario	0
<i>Total, Activo Corriente</i>	29,153	<i>Total, pasivo</i>	0
ACTIVO NO CORRIENTE		PATRIMONIO	
Maquinaria y equipo	12,500	Capital Social	45,633
Muebles y enseres	1,920		
Activos Intangibles	2,060		
<i>Total, Activo No Corriente</i>	16,480	<i>Total, patrimonio</i>	45,633
TOTAL, ACTIVO	45,633	TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO	45,633

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO VI: EVALUACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO

6.1. Evaluación Económica, Parámetros de Medición

6.1.1. Valor Actual Neto (VAN)

El VAN es un criterio de inversión utilizado en la evaluación de proyectos de inversión, consiste en determinar la equivalencia en el tiempo cero de los flujos de efectivo que genera un proyecto y comparar esa equivalencia con el desembolso inicial.

- Si el VAN es < 0 , se rechaza el proyecto.
- Si el VAN es $= 0$, el proyecto es indiferente.
- Si el VAN es > 0 , se acepta el proyecto.

Tabla 37: *Evaluación Económica – VAN*

	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de caja económico	-45,633	24,621	28,369	32,547	37,198	42,374

VAN :

VAN =	76,365
-------	--------

Fuente: Elaboración propia

6.1.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es la tasa de retorno o rentabilidad que nos ofrece una inversión, es decir el porcentaje de ganancia o pérdida que tendrá una inversión.

- Si la TIR $<$ es menor a la tasa mínima aceptable de rendimiento, se rechaza.

- Si la TIR = a la tasa mínima aceptable de rendimiento, el proyecto es indiferente.
- Si la TIR > es mayor a la tasa mínima aceptable de rendimiento, el proyecto se acepta.

A continuación, el detalle del cálculo:

Tabla 38: *Evaluación Financiera - TIR*

	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de caja económico	-45,633	24,621	28,369	32,547	37,198	42,374

TIR =	58%
-------	-----

Fuente: Elaboración propia

6.1.2. Relación Beneficio Costo (B-C)

La relación beneficio costo, es una herramienta financiera que mide la relación que existe entre los costos y beneficios de un proyecto de inversión. Conocer la relación beneficio – costos nos permite conocer su rentabilidad y viabilidad.

Los criterios para decidir la aceptación o rechazo de un proyecto por este método se muestran a continuación:

- Si la relación B/C es < 1, se rechaza el proyecto.
- Si la relación B/C es = 1, la decisión de invertir es indiferente.
- Si la relación B/C es > 1, se acepta el proyecto.

La fórmula para hallar el beneficio-costos del plan de negocio es el siguiente:

Relación B/C =	Beneficios obtenidos
	Costos incurridos

Tabla 39 : Ingresos netos actualizados del plan de negocio

Años	Ingresos	FSA	Ingresos Netos Actualizados
0			
1	132,000.00	0.91	120,000.00
2	145,200.00	0.83	120,000.00
3	159,720.00	0.75	120,000.00
4	175,692.00	0.68	120,000.00
5	193,261.00	0.62	119,999.88
			599,999.88

Tabla 40: Costos netos actualizados del plan de negocio

Años	Costos	FSA	Costos Netos Actualizados
0			
1	107,379	0.91	97,617.46
2	116,830.87	0.83	96,554.44
3	127,173.43	0.75	95,547.28
4	138,493.77	0.68	94,593.11
5	150,887.39	0.62	93,689.20
			478,001.48

Tabla 41: Beneficios netos actualizados del plan de negocio

Años	Beneficios Netos	FSA	Beneficios Netos Actualizados
	(Ingresos - Costos)		
0	-45,633.40		
1	24,620.80	0.91	22,382.54
2	28,369.13	0.83	23,445.56
3	32,546.57	0.75	24,452.72
4	37,198.23	0.68	25,406.89
5	42,373.61	0.62	26,310.68
			121,998.39

Relación B/C =	Beneficios obtenidos	+ V. de recuperación actualizado
	Costos incurridos	+ Inversión inicial

$$\text{Relación B/C} = \frac{599,999.88}{478,001.48} + \frac{0}{45633.4}$$

$$\text{Relación B/C} = \frac{599,999.88}{523,634.88}$$

Relación B/C = 1.1

El indicador muestra que la relación B/C es mayor a 1, por lo que se acepta el plan de negocio.

6.1.3. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

Se define como período de recuperación de la inversión a la cantidad de tiempo que una empresa tardará en recuperar el costo de la inversión inicial en dicho proyecto. Es muy importante tener conocimiento del PRI para saber si se emprende o no el proyecto, cabe resaltar que generalmente los períodos de recuperación más largos no son tan atractivos para la inversión.

La fórmula para hallar el PRI es la siguiente:

$$\text{PRI} = n - 1 + \frac{(FA) n - 1}{(F) n}$$

Para hallar el periodo de recuperación económica, se tiene los siguientes datos:

Año	0	1	2	3	4	5
FCE	-45,633.40	24,620.80	28,369.13	32,546.57	37,198.23	42,373.61
TASA	10.00%					

Factor de Actualización

FSA	-	0.91	0.83	0.75	0.68	0.62
-----	---	------	------	------	------	------

Años	0	1	2	3	4	5
FCE Actualizado	-45,633.40	22,383	23,446	24,453	25,407	26,311
Flujo acumulado	45,633.40	23,250.86	-194.70	-24,647.43	-50,054.32	-76,364.99

$$\text{PRIE} = \frac{23,250.86}{23,446}$$

$$\text{PRIE} = 0.99$$

Periodo de recuperación: 11 meses y 26 días

6.2. 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 de bienestar social.

La evaluación social es muy importante dentro del desarrollo de la presentación de un nuevo proyecto empresarial, ya que permite evaluar la situación en la que se pretende desarrollar el proyecto, el impacto que tendrá en la sociedad.

La evaluación social definirá la situación del país, estado o ciudad contra el proyecto que se pretende analizar.

El desarrollo del presente plan de negocios se busca generar empleo de forma directa ofreciendo oportunidades de crecimiento profesional y adquisición de experiencia a los aspirantes a cubrir los puestos.

6.3. Impacto Ambiental

El proyecto de negocio, tiene un compromiso con el medio ambiente pues plantea seguir un protocolo de cuidado ambiental en el que se proponga el reciclado de uso de papel bond, así como también se propondrá a las empresas cliente que el envío de la información sea digital como primera opción. Así también el medio publicitario que emplearemos en su mayoría serán las redes sociales, reduciendo así el uso del papel.

Se instalará tachos de basura clasificados, es decir debidamente clasificados: desechos orgánicos, plásticos, papel y cartón, permitiendo un buen aprovechamiento de los recursos y contribuir de esta manera con la sustentabilidad.

Nuestro personal no hará uso de utensilios descartables como servicios, vasos, cucharas o tenedores, sino que el material de los mismos será de loza en caso de los servicios, vidrio en caso de vasos y los utensilios serán de acero inoxidable, evitando de esta manera el empleo de descartables, los cuales tardan mucho tiempo en desintegrarse, ocasionando daños severos en la atmosfera.

CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

De acuerdo al capítulo de Organización y Aspectos legales, se puede concluir que es imprescindible determinar el régimen bajo el cual se pretende laborar y cuál será el nombre de la organización y que este sea único en la base de datos de Indecopi, lo que evitará duplicidad con alguno existente. El nombre debe resumir puntualmente el tipo de servicio a ofertar y a quienes estará dirigido.

El tipo de empresa es una S.A.C, la cual está conformada por acciones e integra los aportes de cada accionista, quienes no responden personalmente por las deudas sociales, las participaciones no tienen que ser iguales.

La estructura organizacional para nuestra empresa será la estructura funcional, donde cada nivel cuenta con un especialista pues la estructura tiene como prioridad la especialización del puesto y la realización de funciones de manera puntual evitando la multiplicidad de funciones.

Respecto al estudio de mercado, se identificaron principales atributos determinantes del servicio los cuales son: Nuestra calidad, basado en el compromiso con la empresa cliente, es decir buscamos mediante nuestro servicio aumentar la satisfacción de las empresas de llevar sus procesos contables cumpliendo con la normativa laboral y tributaria, lo que permitirá crear un ambiente de confianza y seguridad. Respecto a nuestro precio, este se encuentra por debajo del mercado, lo que nos permite competir en el mercado al ser una empresa nueva inicialmente. En cuanto a nuestra marca, la cual lleva

por nombre “Servicios Outsourcing contable y de planillas S.A.C” , engloba nuestro servicio de manera general y dando una impresión puntual sobre lo que queremos ofrecer.

Se ha visto conveniente usar la estrategia de posicionamiento de diferenciación y precio, donde los costos no deben ser tan altos, no se debe exceder en relación a lo que el cliente estaría dispuesto a pagar por el servicio o producto.

Se determina que nuestro mercado objetivo está compuesto por 550 pymes, donde La demanda anual de consultorías del mercado potencial es de 7,920 000 soles y la demanda anual en cantidad es de 6,600 consultorías, por lo que tendríamos una oferta para el mercado objetivo, teniendo en cuenta una disminución anual en la oferta de 16.59% anual, según INEI, la oferta de consultorías para las empresas es de 5,5505 al año.

7.2. Recomendaciones

Referente a la selección del nombre de la empresa, se recomienda que antes de reservar el nombre, se revise la base de datos de SUNARP a fin de evitar posteriores observaciones.

Se precisa tener en cuenta el tipo de estructura organizacional a emplear, esto con la finalidad de establecer la cantidad de recurso humano que se requiere para llevar a cabo los procesos de manera eficiente y productiva.

Se recomienda ampliar el mercado objetivo conforme la empresa vaya creciendo, con la finalidad de incrementar su participación en el mercado. Es necesario analizar los factores macroeconómicos a la hora de evaluar las condiciones del mercado para la toma de decisiones acertadas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Beneficios Laborales Mype: Cuadro comparativo con Pequeña empresa y Régimen General. Publicada en 26 septiembre (2019). Obtenido de: <http://consultaslaboral.com/beneficios-laborales-mype-cuadro-comparativo-con-pequena-empresa-y-regimen-general/>

Benner, J. (s.f). *Prom Perú . Principales Beneficios de la Ley Mype*. Recuperado de:

<http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=C1DED215-5C9C-44B1-9CE0-10484048C5F1.PDF>

Business School. (2018). *El análisis DAFO en la estrategia de marketing de las empresas.* Recuperado de: <https://blogs.imf-formacion.com/blog/marketing/analisis-dafo-estrategia-de-marketing/>

Contratos de trabajo a plazo fijo. (23 de Julio del 2018). *Contratos de trabajo sujetos a modalidad: Perutributos.* Recuperado de:

<https://www.perutributos.com/noticia/contratos-de-trabajo-a-plazo-fijo>

Essan .(2018). *El posicionamiento de marca en la estrategia de marketing digital.* Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/08/el-posicionamiento-de-marca-en-la-estrategia-de-marketing-digital/>

Emprende Pyme. Net (2019). *Funciones y Responsabilidades de un administrador.* Recuperado de: <https://www.emprendepyme.net/funciones-y-responsabilidades-del-administrador-de-una-empresa.html>

Fernandez , D y Medina , J. (2015). *Efectos del entorno macroeconómico y las variables de la firma en la estructura de capital de las empresas peruanas.*

Recuperado de:

https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/1003/Diana_Tesis_maestria_2015.pdf?sequence=1

Funciones y Responsabilidades del Gerente de Administración y Finanzas. (2018). PYMEX. *Portal de negocios y finanzas y más*. Obtenido de:

<https://pymex.com/liderazgo/capacitacion/funciones-y-responsabilidades-del-gerente-de-administracion-y-finanzas/>

Gestión (2020). *Obligaciones Laborales: Lo que se viene para el 2020*. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/obligaciones-laborales-de-las-micro-y-pequenas-empresas-son-mas-de-281-noticia/>

Gestipolis (s.f). *Descripción del cargo Gerente General*. Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/descripcion-de-cargo-del-contador-en-la-empresa/>

Gestipolis (s.f). *Descripción del cargo Gerente General*. Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/descripcion-de-cargo-del-contador-en-la-empresa/>

Hernandez, J. (s.f). *Modelo de competitividad de las cinco fuerzas de Porter*. Recuperado de: https://www.academia.edu/35048450/MODELO_DE_COMPETITIVIDAD_DE_LAS_CINCO_FUERZAS_DE_PORTER

Indecopi. *Registro de marca*. Recuperado de: <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>

INEI. *Demografía Empresarial en el Perú (2020)*. Recuperado de: <https://www.inei.gob.pe/biblioteca-virtual/boletines/demografia-empresarial-8237/1/>

MINTRA (2010). *Alcances sobre el contenido básico de la regulación legal del contrato individual del trabajo.* Recuperado de http://www.mintra.gob.pe/boletin/boletin_2_1.html

Municipalidad de Lince. *Licencia de Funcionamiento.* Recuperado de: <http://www.munilince.gob.pe/atencion-al-ciudadano/licencias-de-funcionamiento>

Perfiles del departamento de Recursos Humanos de una empresa (s.f.). Recuperado de: <https://www.bizneo.com/blog/perfiles-recursos-humanos-de-una-empresa/>

Pymerang. *Tipos de estructuras organizacionales.* Recuperado de : <https://www.pymerang.com/direccion-de-negocios/estrategia-de-negocios/planeacion-estrategica/procesos-de-diseno-institucional/287-estructura-organizacional>

SBS. *Códigos de Sectores Económicos – CIIU.* Recuperado de: <https://www.sbs.gob.pe/prevencion-de-lavado-activos/publicaciones/estadisticas/tablas-y-valores-generales/codigos-de-sectores-economicos-ciiu>

SUNARP. *Reserva de nombre persona jurídica.* Recuperado de: <https://enlinea.sunarp.gob.pe/sunarpweb/pages/acceso/frmReservaNombre.faces>

Sunat. *Concepto PDT – Plame.* Recuperado de: <https://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/pdt-plame>

SUNAT. *Decreto Legislativo que aprueba la ley de promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la Micro y Pequeña empresa.*

Recuperado de: <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/dl-1086.pdf>

Sunat. *Inscripción al RUC - Empresas.* Recuperado de:

[https://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/ruc-](https://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/ruc-empresasas/inscripcion-al-ruc-empresas)

[empresasas/inscripcion-al-ruc-empresas](https://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/ruc-empresasas/inscripcion-al-ruc-empresas)

SUNAT. *Regímenes tributarios.* Recuperado de:

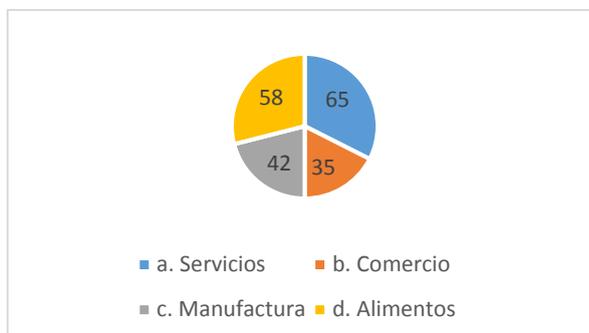
[http://eboletin.sunat.gob.pe/index.php/component/content/article/1-orientacion-](http://eboletin.sunat.gob.pe/index.php/component/content/article/1-orientacion-tributaria/321-regimenes-tributarios-)

[tributaria/321-regimenes-tributarios-](http://eboletin.sunat.gob.pe/index.php/component/content/article/1-orientacion-tributaria/321-regimenes-tributarios-)

ANEXOS

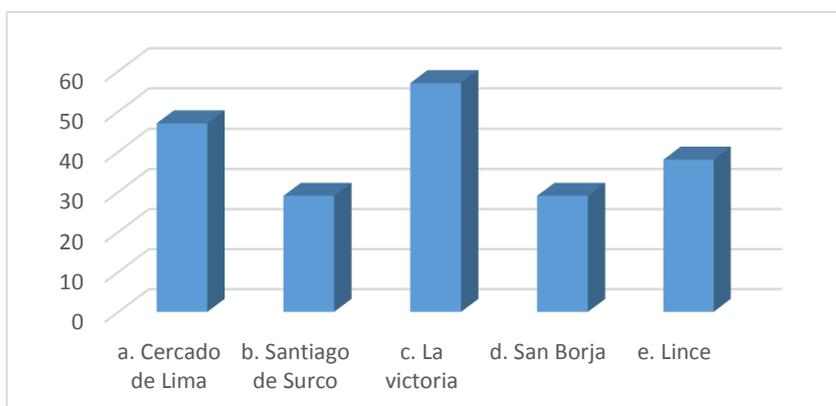
1. ¿A qué rubro pertenece?

a. Servicios	65
b. Comercio	35
c. Manufactura	42
d. Alimentos	58



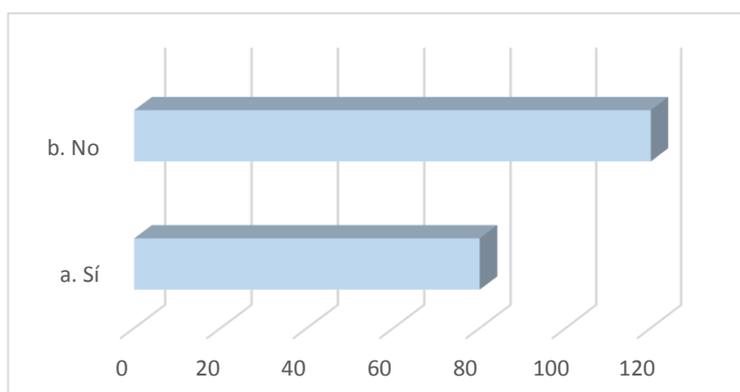
2. ¿En qué distrito se encuentra ubicado?

a. Cercado de Lima	47
b. Santiago de Surco	29
c. La victoria	57
d. San Borja	29
e. Lince	38



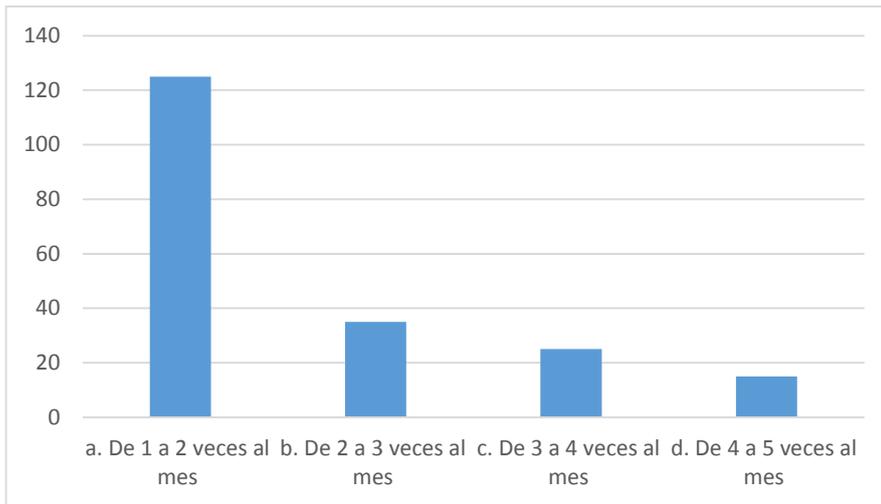
3. ¿Hace uso de la consultoría?

a. Sí	80
b. No	120



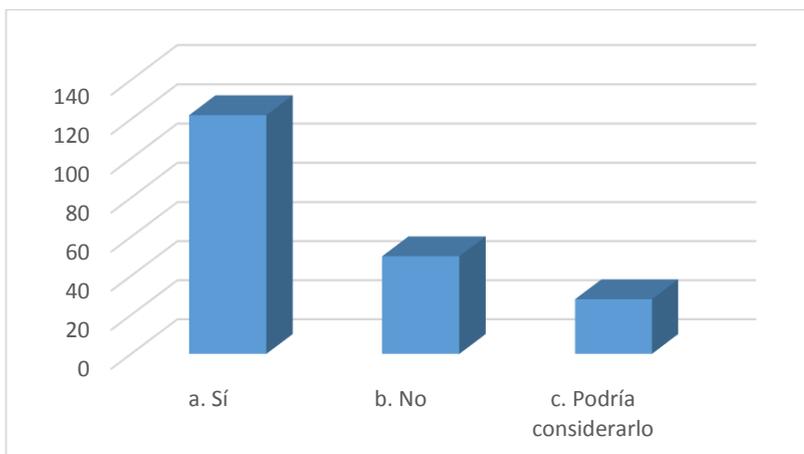
4. ¿Con qué frecuencia hace uso de la consultoría?

a. De 1 a 2 veces al mes	125
b. De 2 a 3 veces al mes	35
c. De 3 a 4 veces al mes	25
d. De 4 a 5 veces al mes	15



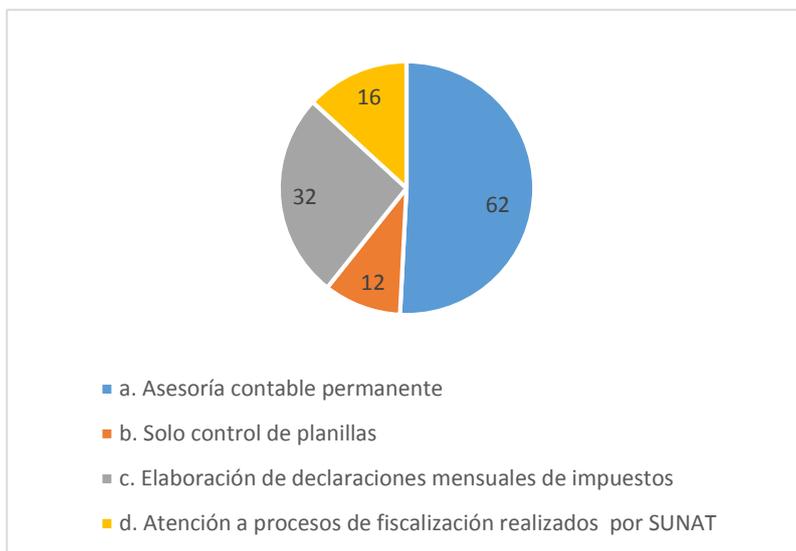
5. ¿Le interesaría tercerizar su área contable para un mejor control?

a. Sí	122
b. No	50
c. Podría considerarlo	28



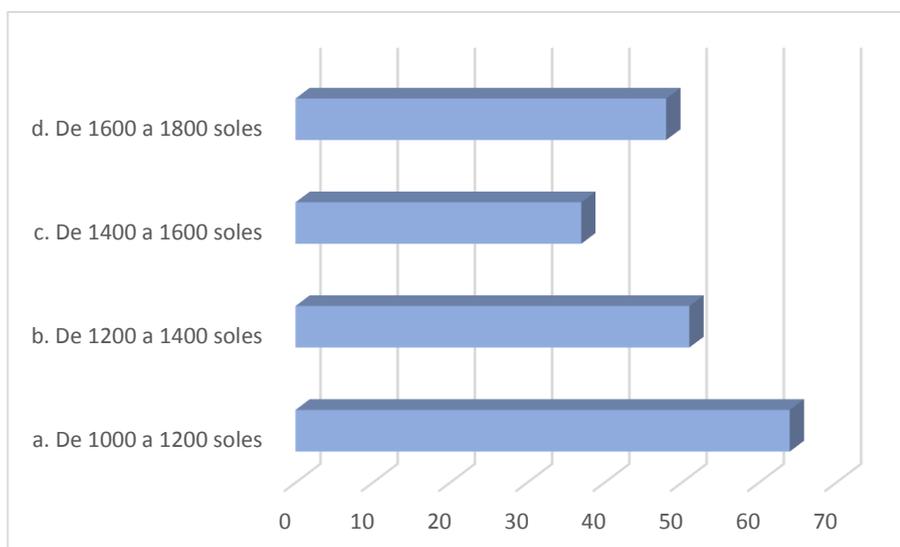
6. ¿Qué servicios desearía para su empresa?

a. Asesoría contable permanente	62
b. Solo control de planillas	12
c. Elaboración de declaraciones mensuales de impuestos	32
d. Atención a procesos de fiscalización realizados por SUNAT	16



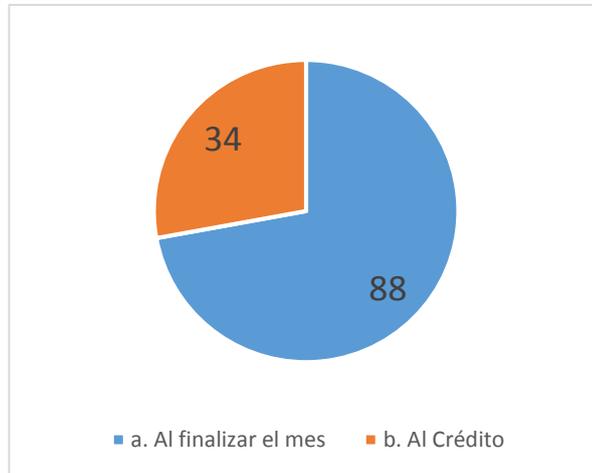
7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una consultoría contable?

a. De 1000 a 1200 soles	64
b. De 1200 a 1400 soles	51
c. De 1400 a 1600 soles	37
d. De 1600 a 1800 soles	48



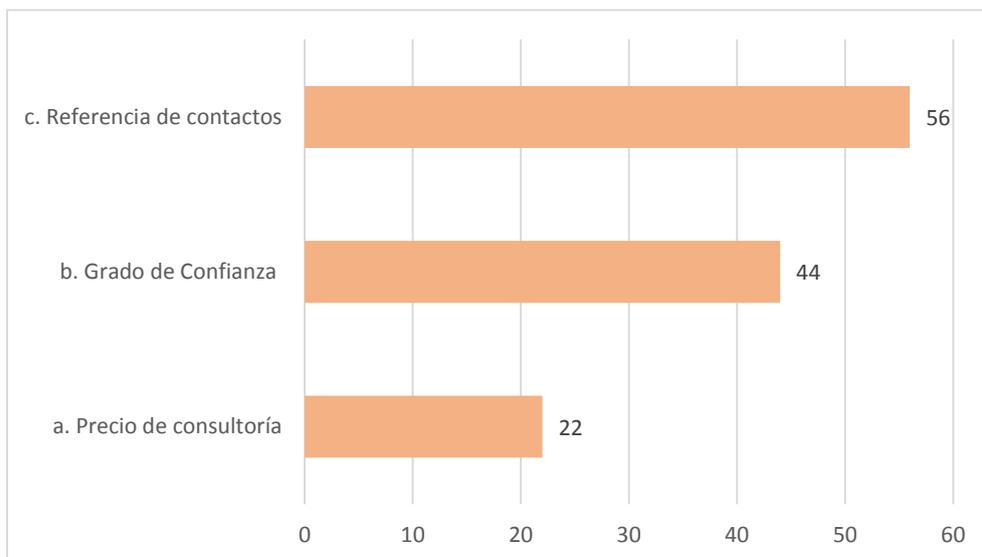
8. ¿Cuál es su forma de pago?

a. Al finalizar el mes	88
b. Al Crédito	34



9. ¿Qué factor considera importante al momento de pagar por una consultoría?

a. Precio de consultoría	22
b. Grado de Confianza	44
c. Referencia de contactos	56



10. De ingresar al mercado una nueva Consultora, ¿Cuáles serían los motivos por los cuales cambiaría a su consultora actual?

a. Mejor presentación de la información	22
b. Precios más accesibles	12
c. Calidad en atención de procesos	74
d. Agilidad en solución de problemas	14

