



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

**EMPRESA DE SERVICIO DE ALQUILER DE
MOBILIARIO PARA EVENTOS SOCIALES**

**PRESENTADO POR
VLADIMIR WILSON CASAICO ENCISO**

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

LIMA – PERÚ

2021



CC BY-NC

Reconocimiento – No comercial

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

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



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**EMPRESA DE SERVICIO DE ALQUILER DE MOBILIARIO PARA EVENTOS
SOCIALES**

Presentado por

Bachiller: Vladimir Wilson Casaico Enciso

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

LIMA-PERÚ

2021

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO -----	9
1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN -----	11
2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES -----	13
2.1. Nombre o Razón Social-----	13
2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU) -----	13
2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial-----	14
2.3.1. Ubicación -----	14
2.3.2. Factibilidad Municipal y Sectorial -----	14
2.4. Objetivos de la Empresa, Principios de la Empresa en Marcha -----	15
2.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña Empresa Características-----	17
2.6. Estructura Organizacional -----	18
2.7. Cuadro de Asignación de Personal -----	21
2.8. Forma Jurídica Empresarial -----	21
2.9. Registro de Marca y Procedimiento en INDECOPI -----	22
2.10. Requisitos y Trámites Municipales-----	23
2.11. Régimen Tributario para la Obtención del RUC y Modalidades-----	24
2.12. Registro de Planillas Electrónicas (PLAME)-----	25
2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral-----	26
2.14. Modalidades de Contratos Laborales-----	28
2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad Civil de los Accionistas -----	29
3. ESTUDIO DE MERCADO -----	30
3.1. Descripción del Entorno del Mercado-----	30
3.1.1. Factores Macro ambientales -----	31
3.1.2. Factores Micro ambientales -----	38
3.1.2.1. Analisis de las 5 fuerzas de Porter-----	38
3.2. Ámbito de Acción del Negocio -----	41
3.2.1. Segmentación del mercado -----	41
3.2.2. Público objetivo-----	46
3.3. Descripción del bien o servicio -----	50
3.3.1. Atributos determinates -----	51
3.3.2. Mapa de posicionamiento-----	52

3.4.	Estudio de la Demanda -----	56
3.5.	Estudio de la Oferta -----	57
3.6.	Determinación de la Demanda Insatisfecha -----	58
3.7.	Proyecciones y Provisiones para comercializar -----	65
3.8.	Descripción de la Política Comercial-----	66
3.8.1.	Estrategias de Marketing Mix -----	66
3.9.	Cuadro de la Demanda Proyectada para el negocio -----	68
4.	ESTUDIO TÉCNICO-----	70
4.1.	Tamaño del Negocio, Factores Determinantes -----	70
4.2.	Proceso y Tecnología -----	72
4.2.1.	Descripción y diagrama de los procesos -----	72
4.2.2.	Capacidad instalada y operativa-----	76
4.2.3.	Cuadro de Requerimientos de Bienes de Capital, Personal e Insumos -----	78
4.2.4.	Infraestructura y características físicas -----	82
4.3.	Localización del negocio, Factores determinantes-----	84
5.	ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO -----	87
5.1.	Inversión Fija -----	87
5.1.1.	Inversión Tangible-----	87
5.1.2.	Inversión Intangible -----	88
5.2.	Capital del Trabajo -----	89
5.3.	Inversión Total-----	89
5.4.	Estructura de la Inversión y Financiamiento -----	90
5.5.	Fuentes Financieras -----	90
5.6.	Condiciones de Crédito -----	92
6.	ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS-----	94
6.1.	Presupuesto de los Costos -----	94
6.2.	Punto de Equilibrio -----	95
6.3.	Estado de Ganancias y Pérdidas -----	96
6.4.	Presupuesto de Ingresos -----	97
6.5.	Presupuesto de Egresos -----	97
6.6.	Flujo de Caja Proyectado -----	97
6.7.	Balance General -----	98

7.	EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA -----	100
7.1.	Evaluación Económica, Parámetros de Medición -----	100
7.2.	Evaluación Financiera, Parámetros de Medición -----	101
7.3.	Evaluación Social-----	102
7.4.	Evaluación Ambiental -----	103
8.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES-----	104
8.1.	Conclusiones -----	104
8.2.	Recomendaciones -----	105
	BIBLIOGRAFIA -----	106
	ANEXOS -----	112

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 01: Cuadro Ley MYPE-----	18
Tabla N° 02: Cuadro de sueldos de la empresa VLADECO E.I.R.L. -----	21
Tabla N° 03: Cuadro de tipo de empresa y su característica -----	22
Tabla N° 04: Cuadro de Regímenes Tributarios -----	25
Tabla N° 05: Cuadro de Regímenes Tributarios -----	27
Tabla N° 06: Cuadro de tipo de empresa y su característica -----	29
Tabla N° 07: Segmentación de mercado de VLADECO E.I.R.L. -----	45
Tabla N° 08: Características del cliente – Buyer persona-----	47
Tabla N° 09: Productos que ofrece la empresa VLADECO E.I.R.L.-----	50
Tabla N° 10: Productos que ofrece la empresa VLADECO E.I.R.L.-----	51
Tabla N° 11: Modelo Canvas de la empresa VLADECO E.I.R.L. -----	53
Tabla N° 12: Cuadro FODA de la empresa VLADECO E.I.R.L. -----	55
Tabla N° 13: Competidores del mercado de mobiliario para eventos sociales -----	57
Tabla N° 14: Cuadro de la demanda proyectada-----	68
Tabla N° 15: Cuadro del Mercado y Demanda insatisfecha. -----	70
Tabla N° 16: Cuadro del Mercado Meta-----	70
Tabla N° 17: Cuadro del Mercado y Demanda insatisfecha-----	71
Tabla N° 18: Cuadro del Entorno-----	71
Tabla N° 19: Diagrama de Gantt – Atención al cliente de la empresa VLADECO E.I.R.L. -----	73
Tabla N° 20: Diagrama de Gantt – Servicio de la empresa VLADECO -----	74
Tabla N° 21: Cuadro de capacidad instalada por horas -----	76
Tabla N° 22: Cuadro de estimación de servicios -----	77
Tabla N° 23: Cuadro de capacidad operativa -----	77
Tabla N° 24: Cuadro de muebles e insumos y equipo y maquinaria de la empresa VLADECO E.I.R.L. -----	79
Tabla N° 25: Costos fijos de la empresa VLADECO E.I.R.L. -----	79
Tabla N° 26: Factores determinantes de localización -----	86
Tabla N° 27: Cuadro capital de trabajo de la empresa VLADECO E.I.R.L. -----	89
Tabla N° 28: Cuadro de la inversión total de la empresa VLADECO E.I.R.L. -----	90

Tabla N° 29: Cuadro de estructura de inversión y financiamiento de la empresa VLADECO E.I.R.L. -----	90
Tabla N° 30: Cuadro de fuentes de financiación de la empresa VLADECO E.I.R.L. ---	91
Tabla N° 31: Fuentes de financiamiento-----	91
Tabla N° 32: Cuadro de condición de crédito Financiera CredInka -----	92
Tabla N° 33: Cuadro de condición de crédito Financiera CredInka -----	93
Tabla N° 34: Costos fijos de la empresa VLADECO E.I.R.L. -----	94
Tabla N° 35: Costos de ventas de la empresa VLADECO E.I.R.L. -----	94
Tabla N° 36: Gastos financieros de la empresa VLADECO E.I.R.L. -----	95
Tabla N° 37: Gastos de promoción y ventas de la empresa VLADECO E.I.R.L. -----	95
Tabla N° 38: Depreciación de la empresa VLADECO E.I.R.L. -----	95
Tabla N° 39: Cuadro del Punto de Equilibrio de la empresa VLADECO E.I.R.L. -----	96
Tabla N° 40: Proyección de ingresos anuales de la empresa VLADECO E.I.R.L. -----	97
Tabla N° 41: Proyección de egresos anuales de la empresa VLADECO E.I.R.L. -----	97
Tabla N° 42: Balance General -----	99
Tabla N° 43: Costo promedio ponderado WACC -----	100
Tabla N° 44: Evaluación económica -----	100
Tabla N° 45: Resumen evaluación económica -----	101
Tabla N° 46: Costo de oportunidad del capital COK-----	101
Tabla N° 47: Evaluación financiera -----	102
Tabla N° 48: Resumen evaluación financiera. -----	102

INDICE DE FIGURAS

Figura N° 01: Cuadro de Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)	13
Figura N° 02: Ubicación de la empresa VLADECO E.I.R.L.	14
Figura N° 03: Organigrama de la empresa VLADECO E.I.R.L.	18
Figura N° 04: Logo y marca la empresa VLADECO E.I.R.L.	22
Figura N° 05: Contratos sujetos a modalidad	28
Figura N° 06: Lima metropolitana 2019: Población por sexo y segmentos de edad	32
Figura N° 07: Lima Metropolitana 2019: Población por segmento de edad	33
Figura N° 08: Lima Metropolitana 2019: Población según nivel socioeconómico	34
Figura N° 09: Lima Metropolitana 2019: Hogares y población por sexo y segmentos de edad según nivel socioeconómico	34
Figura N° 10: PBI de Perú en 2019 frente a otros países	35
Figura N° 11: PBI de Perú en 2019 frente a otros países	36
Figura N° 12: PBI de Perú en 2019 frente a otros países	36
Figura N° 13: Las cinco fuerzas que moldean la competencia de un sector	39
Figura N° 14: Lima metropolitana 2019: Población por sexo y segmentos de edad	42
Figura N° 15: Lima metropolitana 2019: APEIM estructura socioeconómica de la población por zonas geográficas	43
Figura N° 16: Lima Metropolitana 2019: Hogares y población por sexo y segmentos de edad según nivel socioeconómico.	44
Figura N° 17: Distribución NSE por gastos	45
Figura N° 18: Perfil del cliente - Buyer persona	46
Figura N° 19: Mapa de empatía del cliente - Buyer persona	48
Figura N° 20: Mapa de posicionamiento	52
Figura N° 21: Tipo de género	58
Figura N° 22: Edad de encuestados	59
Figura N° 23: Distritos de residencia	59
Figura N° 24: Grado de instrucción	60
Figura N° 25: Estado civil	60
Figura N° 26: Nivel de ingresos	61
Figura N° 27: Personas que realizan un evento social	61

Figura N° 28: Personas que realizan un evento social -----	62
Figura N° 29: Tipo de servicio-----	62
Figura N° 30: Inversión en el servicio -----	63
Figura N° 31: Lo que se espera del servicio-----	63
Figura N° 32: Disconformidad del servicio -----	64
Figura N° 33: Forma de pago -----	64
Figura N° 34: Cuadro de precios de la empresa VLADECO E.I.R.L. -----	67
Figura N° 35: Diagrama de flujo de Atención al cliente de la empresa VLADECO ----	73
Figura N° 36: Diagrama de flujo de Servicio de la empresa VLADECO-----	75
Figura N° 37: Cuadro de mobiliario de la empresa VLADECO E.I.R.L.-----	78
Figura N° 38: Plano de local de la empresa VLADECO E.I.R.L.. -----	83
Figura N° 39: Plano del área de mantelería y administrativa de la empresa VLADECO -----	84
Figura N° 40: Mapa de Lima Metropolitana.-----	84
Figura N° 41: Mapa del distrito de Ate..-----	85
Figura N° 42 : Cuadro de inversión tangible de la empresa VLADECO E.I.R.L..-----	88
Figura N° 43: Cuadro de inversión intangible de la empresa VLADECO E.I.R.L.. ----	89
Figura N° 44: Financiera CredInka, crédito MYPE..-----	91
Figura N° 45: Estado de ganancia y perdida de la empresa VLADECO E.I.R.L.-----	96
Figura N° 46: Flujo de caja proyectada de la empresa VLADECO E.I.R.L..-----	98

RESUMEN EJECUTIVO

Actualmente, la realización de eventos sociales implica no solo abastecerse de alimentos y bebidas si no que requiere de aspectos logísticos de calidad, con la finalidad de recrear una infraestructura adecuada, una ambientación agradable y todos los elementos necesarios para que su realización sea atractiva para los consumidores. A su vez la alta demanda de mercado genera grandes oportunidades y retos para este importante sector.

En vista de la gran necesidad de los consumidores por obtener servicios de mobiliario para eventos, es que nace la empresa VLADECO E.I.R.L. una organización legalmente constituida que trabaja con altos estándares de calidad centrado en satisfacer las expectativas de todos aquellos que quieran tener un evento distinto a los comunes. Comprometidos con las exigencias del mercado, contamos con todas las herramientas necesarias y el capital humano adecuado para posicionarnos y diferenciarnos de la competencia. A nivel logístico, nuestros insumos son nacionales e internacionales y cuentan con tecnología que las adecua y diferencia del resto, a su vez, nuestras operaciones buscan optimizar tiempo y costo cumpliendo con todos los protocolos de seguridad.

Es por ello que el siguiente plan de negocios busca proporcionar soluciones en la ambientación de los eventos a través de materiales, accesorios, mobiliarios, entre otros. El servicio está dirigido a personas y empresas que deseen adquirir un mobiliario para realizar cualquier evento social con énfasis en matrimonios. De acuerdo y en línea a nuestro estudio de mercado, se segmentaron los distritos de: Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco y La Molina dado que son potenciales ubicaciones donde la demanda tiene una tendencia positiva, y los habitantes de los distritos son de las escalas socioeconómicas A y B.

A nivel de marketing, nuestro servicio se comercializará a través de plataformas como: ferias, ruedas, misiones, entre otras. El posicionamiento de marketing digital se centrará en redes sociales como Facebook e Instagram realizando estrategias y campaña publicitaria enfocada directamente en las personas encargadas de realizar eventos u otros interesados dentro de Lima Metropolitana.

De acuerdo a nuestra evaluación financiera, el proyecto es viable, debido a que contamos con un VAN económico de S/. 248,088.66 y financiero de S/. 244,067.88, a su vez, nuestra TIR económica y financiera son de 81.66% y 91.15% respectivamente. En vista de ello la rentabilidad de nuestro proyecto es importante y nos permitirá recuperar el financiamiento invertido, no ajeno de ello, los flujos proyectados nos garantizan importantes crecimientos en los próximos 5 años.

Finalmente, podemos concluir que el plan de negocios presentado para cubrir una demanda insatisfecha cumple con las expectativas a nivel de rentabilidad y viabilidad. Asimismo, VLADECO E.I.R.L. busca posicionarse como un referente en el servicio de alquiler de mobiliario para eventos sociales con estrategias diferenciadoras en toda la cadena de valor.

1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

La presente idea de negocio busca proporcionar soluciones en la ambientación de eventos sociales a través de materiales, accesorios y mobiliarios de origen nacional e internacional que cumplen con todos los estándares de calidad. El plan de negocio permitirá atender a los consumidores con servicios que buscan integrar una propuesta de valor que genera eventos de alta talla.

En vista de ello, nace VLADECO E.I.R.L. una empresa socialmente responsable y legalmente constituida que busca posicionarse en el mercado de eventos matrimoniales y corporativos, con una propuesta integral y diferenciadora que involucra materiales de alta calidad y un capital humano especializado que busca optimizar tiempo y costo cumpliendo con los protocolos de seguridad y satisfaciendo las altas expectativas de los consumidores.

Este servicio ofrece el alquiler de sillas, mesas, mantelería, muebles, barras de bebida, entre otras. A su vez, nuestra estrategia de comercialización se desarrollará por intermedio de ferias, ruedas y misiones. Alineados a nuestra estrategia de marketing, pretendemos segmentar nuestro mercado en distritos como: Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco y La Molina, los cuales tienen una alta demanda en el desarrollo de eventos con énfasis en matrimonios, estos distritos de Lima Metropolitana albergan ciudadanos con alto poder adquisitivo de las categorías A y B, lo que genera una oportunidad para que VLADECO E.I.R.L. introduzca sus servicios cubriendo la demanda insatisfecha que se genera por la importante generación de eventos en esos distritos.

Somos conscientes de la coyuntura que se está viviendo en el mundo a causa de la pandemia del COVID-19, por ello, en adelante se tomarán todas las medidas necesarias para poder encaminar este proyecto de acuerdo a los lineamientos y políticas para salvaguardar la salud e integridad de nuestros clientes, colaboradores y proveedores, cumpliendo con todos los protocolos y medidas de bioseguridad necesarias dispuestas por el gobierno para garantizar una experiencia segura y responsable al momento de realizar un evento.

Nuestras ventajas competitivas incorporan ciertos elementos como: innovación, materiales y accesorios de calidad, compromiso en el trabajo, puntualidad, alta y variada

gama de materiales y mobiliarios y soluciones integrales alineadas a la seguridad. Por ello creemos firmemente que nuestro negocio tendrá éxito en el mercado, dado que, también trabajaremos por brindar experiencias en la ambientación de nuestros eventos.

El objetivo de nuestro plan busca presentar el planeamiento estratégico de nuestra empresa a nivel organizacional y legal. Por otro lado, se presentará el estudio de mercado y el estudio técnico con la finalidad de conocer nuestro mercado meta, tendencias de mercado, perfil de nuestro consumidor, estrategias de marketing, aspectos digitales, elementos de inversión, activos fijos, entre otros, los cuales se relacionan respectivamente a los temas previamente mencionados. Posterior a ello, realizaremos nuestro estudio de inversión y financiamiento, así como también el de costos, ingresos y egresos, para concluir la viabilidad y rentabilidad de nuestro proyecto y de esta manera aprobar o rechazar el mismo.

Finalmente, se espera que el presente proyecto cumpla con todas las expectativas y exigencias planteadas por la institución académica, dado que, en un futuro no muy lejano, la idea de negocio se pondrá en marcha y permitirá generar ingresos para fortalecer un ambiente de nuevos emprendedores comprometidos con el país.

2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1. Nombre o razón social

El nombre o razón social de la empresa será “VLADECO E.I.R.L.” empresa dedicada al servicio de alquiler de mobiliario para eventos sociales, el cual ofrece el alquiler de sillas, mesas, mantelería, muebles y barras de bebida. Esta idea de negocio proporciona soluciones en la ambientación de un evento social con materiales y accesorios de calidad. Permitiendo abastecer con los materiales necesarios e innovadores un evento social de acuerdo a la necesidad, gusto y preferencia del cliente.

2.2. 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). (Dirección Nacional de Cuentas Nacionales del Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2010)

VLADECO E.I.R.L. es una empresa que pertenece al rubro de alquiler de mobiliario, por ello la CIIU para la actividad en mención se encuentra en la sección N, División 77, Grupo 772, Clase 7729.



Figura N° 01: Cuadro de Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

Fuente: INEI 2010

Elaboración: Propia

2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

2.3.1. Ubicación

La empresa se encuentra ubicada en el distrito de Ate, calle Santa Rosa Mz. 9 Lt. 25 Urbanización San Gregorio; de acuerdo a los factores determinantes como la disponibilidad de local, el cual posee almacén y oficina administrativa; clima adecuado para el mantenimiento de los materiales. La ubicación no es impedimento para llegar a donde el cliente viva o escoja su lugar de reunión, ya que se cuenta con los accesos adecuados para la movilización hacia el Centro, Norte, Sur, Este y Oeste de Lima.

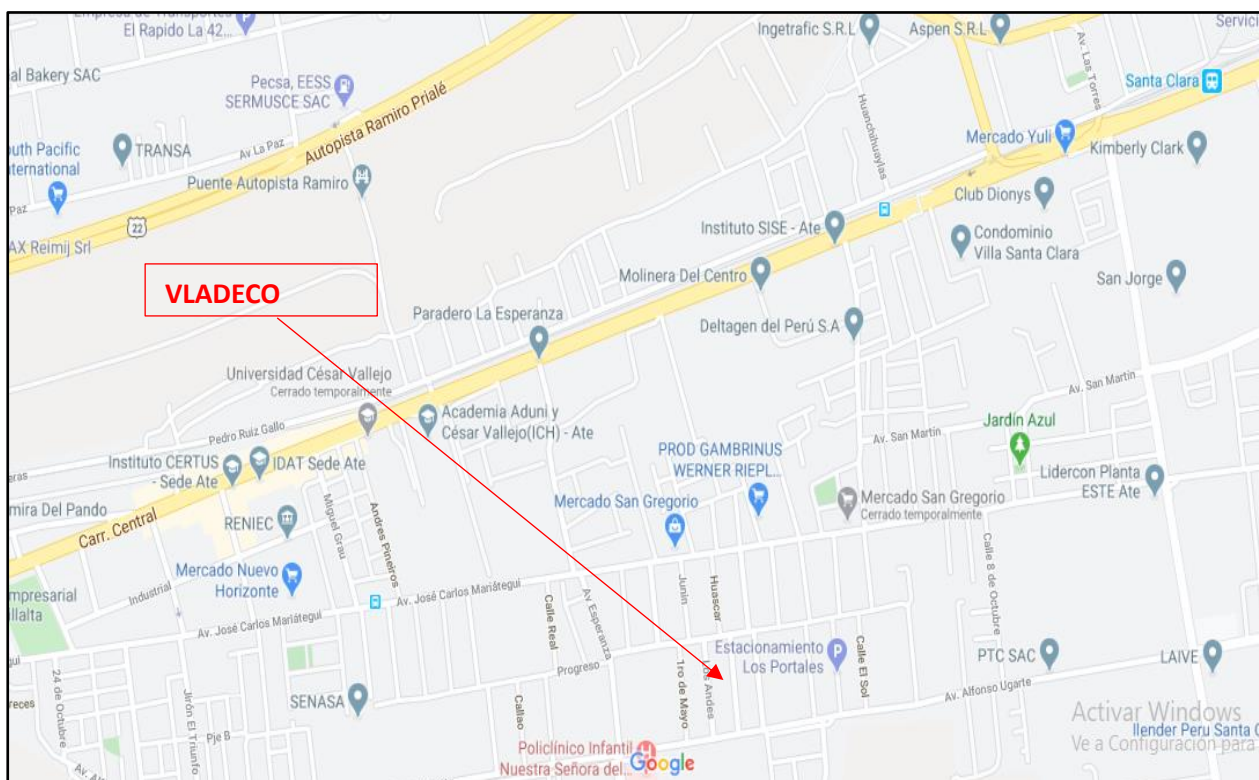


Figura N° 02: Ubicación de la empresa VLADECO E.I.R.L

Fuente: Google Maps

Elaboración: Propia

2.3.2. Factibilidad Municipal y Sectorial

La licencia de funcionamiento es un factor importante para poder tener el local habilitado para ejercer nuestras actividades, para obtenerlo lo tramitaremos en la municipalidad de

Ate, ubicado en Av. Nicolás Ayllón N°5818 Ate – Lima. Por ello, para solicitarlo necesitaremos lo siguiente:

1. Solicitud de Licencia de Funcionamiento, con carácter de declaración jurada, que incluya:
 - a). Número de RUC y DNI o Carné de Extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda.
 - b). Tipo de autorización que se solicita
 - c). Datos de identificación del solicitante
 - d). Datos del establecimiento
 - e). Giro de la actividad económica
 - f). Cualquier otra información que a criterio de la Municipalidad se considere relevante para el trámite de licencia de funcionamiento o de alguno de los procedimientos vinculados.
2. Vigencia de poder de representante legal, en caso de personas jurídicas u otros entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada ante notario.
3. Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad o Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil de Detalle o Multidisciplinaria, según corresponda.
4. Derecho de tramite
5. Verificados los requisitos se procederá al pago de la tasa por Licencia de Funcionamiento.

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

➤ Objetivo

Utilizaremos la metodología SMART (Acrónimo en español; Específica, medibles, alcanzables, relevante y limitado en el tiempo) para tener nuestro objetivo claro y poder cumplirlo.

❖ Objetivo General

Posicionar a VLADECO E.I.R.L. como un referente en el mercado de eventos sociales, caracterizado por la calidad en el servicio y las estrategias de diferenciación, basadas en la personalización y experiencia al consumidor.

❖ **Objetivo Especifico**

- Ser reconocidos como un referente en el mercado de mobiliario para eventos sociales.
- Generar una participación del mercado de 5% anualmente, bajo una estrategia de penetración de mercado.
- Lograr una rentabilidad económica en la empresa de 3%.
- Garantizar un servicio de calidad, a través de la puntualidad (Just in time), responsabilidad e indicadores de satisfacción.
- Utilizar las redes sociales como una herramienta de interacción con el cliente a través de las nuevas 4 P's del marketing digital.
- Generar participación y protagonismo al cliente por intermedio de una estrategia ligada en el consumo en nuestras redes sociales.
- Brindar herramientas digitales como plano y asesoría en línea, con la finalidad de generar interacción y experiencia del servicio.
- Tener una base de datos de clientes con las fechas icónicas para ofrecer promociones y novedades, como también saludos de onomásticos de manera personalizada.

➤ **Principios**

- Compromiso: Ser responsable y cumplir con nuestro trabajo
- Mejoramiento continuo: Estudiamos la necesidad del mercado y realizamos retroalimentación y renovación.
- Confianza: Generar un ambiente de sinceridad con el cliente.
- Seguridad: Dar la garantía de realizar un buen servicio.
- Integridad: Respetamos todo tipo de idea y siempre con transparencia en nuestras actividades y comunicaciones con los clientes y personal de trabajo.

➤ **Misión:**

Brindar un servicio responsable y de calidad, con muebles y accesorios de garantía que enriquezcan la experiencia y el ambiente del cliente, generando satisfacción y comodidad.

➤ **Visión**

Ser reconocidos y competitivos en la implementación de mobiliario para eventos sociales, fomentando una adecuada experiencia personalizada en los eventos a realizar.

➤ **Valores**

- Honestidad: Dar a conocer nuestras buenas intenciones a través de nuestro trabajo.
- Fidelidad: Con el cumplimiento de las actividades y compromisos, generaremos la lealtad de los clientes.
- Respeto: El trato al cliente siempre tiene que ser el adecuado, así como también valorar el trabajo del personal.
- Responsabilidad: Cumplir con nuestras actividades oportunamente para lograr satisfacer a los clientes.

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

Según la Ley N° 30056, se modifica el TUO de la Ley de Promoción de la MYPE que fuera aprobado por Decreto Supremo 007-2008-TR, que a partir de esta norma se denominará “Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial”, la misma que ahora tiene por objeto establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME), estableciendo políticas de alcance general y la creación de instrumentos de apoyo y promoción, con el objeto de impulsar el emprendimiento y permitir la mejora de la organización empresarial junto con el crecimiento sostenido de estas unidades económicas. (Panibra, 2013)

VLADeco E.I.R.L. se acoge a esta norma para poder desarrollar sus actividades de manera formal como microempresa, fomentando digna competencia dentro del mercado laboral y empleando criterios que ayuden a la fomentación de empleo y el desarrollo de la economía del país.

A continuación, se muestra las características de una microempresa, la cual la empresa estará calificada.

Tabla N° 01: Cuadro Ley MYPE.

NORMA	CATEGORIA	CARACTERISTICAS
Ley N° 30056	MICROEMPRESA	* Se aplica a las MYPE registradas a partir del 03/07/13
		* Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT (S/. 645000.00)

Fuente: El Peruano 2013

Elaboración: Propia

2.6. Estructura Orgánica



Figura N° 03: Organigrama de la empresa VLADECO E.I.R.L.

Fuente: Elaboración propia

La **Gerencia General** estará conformado por una persona que viene hacer el dueño de la empresa, donde sus principales funciones serian:

- Tramitación inicial e implementación del negocio.

- Designación y Contratación de personal.
- Realización de reuniones mensuales con los empleadores.
- Resolución de los problemas que puedan afectar a la estrategia del negocio.
- Seguimiento económico financiero del negocio a través de la revisión y análisis de los estados financieros e informes mensuales.
- Resolución de los problemas que puedan afectar a la estrategia del negocio.
- Dar instrucciones necesarias para alcanzar los objetivos estratégicos establecidos.

La **Asesoría Contable** estará siendo ejecutada por un tercero, el cual solo se contará con sus servicios periódicamente, donde sus funciones serían:

- Encargada de la gestión financiera de la empresa y del cumplimiento de todos los requisitos legales.
- Encargada de los tributos y responsabilidades tributarias.
- Asesoría en temas de contabilidad y finanzas.

El área de **Administración** también estará conformada por el dueño de la empresa, el cual estaría cumpliendo las funciones de:

- Realizar el inventario de los materiales.
- Se reúne con el encargado del área de Mantenimiento para el cuidado de los materiales.
- Abastecer de materiales, insumos y todo lo necesario a todas las áreas para que realicen su trabajo.
- Coordinar la compra de materiales.
- Llevar un control de los ingresos y egresos de efectivo.
- Coordinar con el encargado de Logística en temas de compra, venta y distribución.
- Verificar de la adquisición de materiales.
- Emisión de facturas, boletas y guías a los clientes.
- Ejecutar planes de acción para tener un control y orden dentro de las demás áreas.
- Realizar publicidad y venta de los productos y servicios a ofrecer.
- Realiza el cuadro de caja.
- Contactar a los clientes para realizar una venta.
- Administrar, planificar y controlar las actividades de la empresa.
- Realiza los reportes de costos.

- Reporta informes a la asesoría contable, en aspectos de pagos de impuestos, estados financieros, etc.

El área de **Logística** tiene una persona a cargo, donde sus funciones son:

- Inventario de los materiales.
- Tener un control de los materiales que saldrán para un evento.
- Verifica e informa que los materiales estén en buen estado.
- Encargado de la salida y entrada de materiales, antes y después de un evento.
- Prepara los materiales antes de salir a un evento.
- Es el encargado de cuidar las instalaciones y los materiales.
- Coordinar con Administración para la sugerencia de adquisición de nuevos materiales.

El área de **Mantenimiento** tiene una persona a cargo y sus funciones son:

- Verificar y controlar que los materiales estén en perfectas condiciones.
- Dar mantenimiento a todo material en mal estado.
- Asegurarse que los materiales estén bien cuidados.
- Limpieza, pintado y empaque de los materiales para su guardado.
- Coordinar con el encargado de logística para conocer que materiales están para mantenimiento.
- Informar a Administración sobre el estado de los materiales.
- Sugerir mejoras para el cuidado de los materiales.

Área de **Recursos Humanos** está a cargo del Gerente General que también cumple funciones de Recursos Humanos, las funciones son:

- Elaboración de planillas para el pago de haberes.
- Encargado de realizar y supervisar los horarios del personal.
- Elaboración de los contratos de trabajo, así como de las liquidaciones del sueldo del personal.
- Reclutamiento, selección y contratación del personal cuando se requiera.
- Entrevista para la contratación de personal.
- Coordinar reuniones de motivación y seguridad en el trabajo con los empleados.

2.7. Cuadro de asignación de personal.

Tabla N° 02: Cuadro de sueldos de la empresa VLADECO E.I.R.L.

DETALLE	N° DE EMPLEADOS	PAGO MENSUAL	SIS	TOTAL
Gerente General	1	S/.1,600.00	S/.15.00	S/.1,615.00
Encargado de Logística y Mantenimiento	1	S/.950.00	S/.15.00	S/.965.00
Chofer y operario de instalación	1	S/.930.00	S/.15.00	S/.945.00
Operario de instalación	1	S/.930.00	S/.15.00	S/.945.00
TOTAL	4	S/.4,410.00	S/.60.00	S/.4,470.00

Fuente: Elaboración Propia.

2.8. Forma Jurídica Empresarial

La empresa VLADECO tomará la forma jurídica empresarial de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.) debido a que solo contará con un dueño, ya que busca iniciar un negocio y tomar las decisiones individualmente, porque cuenta con experiencia en el rubro y conoce el mercado. La Empresa Individual de Responsabilidad Limitada es la adecuada para la empresa; es un tipo de organización que se acomoda y moldea nuestro inicio como persona jurídica en la organización comercial; se constituye por escritura pública cuyo extracto autorizado por el notario que la otorgó se inscribe en el Registro de Comercio del domicilio de la EIRL y publicación en el Diario Oficial dentro de los 60 días siguientes a la fecha de la escritura.

Características:

- No se delimita el aporte a ser realizado por el propietario. No existe algún monto mínimo.
- Permite a una persona física ser dotada de personalidad jurídica propia con capacidad para ser sujeta de derechos y obligaciones, goce que no tiene las personas jurídicas.
- Tiene un menor riesgo debido que si falla el negocio no compromete todo el patrimonio sino solo lo pactado (capital de trabajo).

Tabla N° 03: Cuadro de tipo de empresa y su característica.

DENOMINACIÓN	CANTIDAD DE ACCIONISTAS / SOCIOS	ORGANIZACIÓN	CAPITAL Y ACCIONES
Empresario Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)	Máximo: 1	Una sola persona figura como Gerente General y socio.	Capital definido por aportes del único aportante.

Fuente: Plataforma digital única del Estado Peruano

Elaboración: Propia

2.9. Registro de Marca y Procedimiento en INDECOPI

Es importante tener registrado una marca ante la entidad competente, el cual nos ayuda a proteger de plagios y tener un respaldo en el mercado.

La marca cuenta con un nombre fácil de recordar y tiene relación con el tema decoración: “VLADECO”.



Figura N° 04: Logo y marca la empresa VLADECO E.I.R.L.

Fuente: Elaboración propia

Para registrar nuestra marca se debe seguir los siguientes pasos en INDECOPI, la vigencia de una marca es de diez años a partir de la fecha en que se expide la resolución que otorga el registro: (Indecopi, s.f.)

- Completar y presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente.
- Indicar los datos de identificación del solicitante:
 - ✓ Para el caso de personas naturales: consignar el número del Documento Nacional de Identidad (DNI), Carné de Extranjería (CE) o Pasaporte e indicar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
 - ✓ Para el caso de personas jurídicas: consignar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
- Señalar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú.
- Indicar cuál es el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros).
- Consignar expresamente los productos y/o servicios que se desea distinguir con el signo solicitado, así como la clase y/o clases a la que pertenecen. Para saber las clases a las cuáles pertenecen los productos o servicios a distinguir.
- En caso de una solicitud multiclase, los productos y/o servicios se deben indicar agrupados por la clase, precedidos por el número de clase correspondiente y en el orden estipulado por la Clasificación Internacional de Niza.
- Firmar la solicitud por el solicitante o su representante.
- Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite realizado en el Banco de la Nación. (S/. 534.99).

2.10. Requisitos y Trámites Municipales

Sacaremos la licencia de funcionamiento en la Municipalidad de Ate, para ello necesitamos los siguientes requisitos:

- Solicitud de Licencia de Funcionamiento, con carácter de declaración jurada, que incluya:
 - a) Número de RUC y DNI o Carné de Extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda.
 - b) Tipo de autorización que se solicita.
 - c) Datos de identificación del solicitante.
 - d) Datos del establecimiento.
 - e) Giro de la actividad económica.

- f) Cualquier otra información que a criterio de la Municipalidad se considere relevante para el trámite de licencia de funcionamiento o de alguno de los procedimientos vinculados.
- Vigencia de poder de representante legal, en caso de personas jurídicas u otros entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada ante notario.
 - Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad o Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil de Detalle o Multidisciplinaria, según corresponda.
 - Derecho de trámite.
 - Verificados los requisitos se procederá al pago de la tasa por Licencia de Funcionamiento.

Valor de la licencia

Riesgo Bajo: S/. 187.40

Riesgo Medio: S/. 200.40 (Municipalidad Distrital de Ate, 2015)

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

a. R.U.C

Para la obtención del R.U.C. lo solicitaremos en la SUNAT y estos son los requisitos: (Plataforma digital única del Estado Peruano, 2020)

- DNI vigente o documento de identidad que corresponda, como Carné de Extranjería, Carné de Identidad emitido por el Ministerio de Relaciones Exteriores, Carné de Permiso Temporal de Permanencia o Pasaporte con calidad migratoria para la generación de renta de fuente peruana, de ser el caso.
- Exhibir el DNI del representante legal, de ser el caso (ejemplo: tutor o curador).
- Formulario 2119: Solicitud de Inscripción al RUC o Comunicación de Afectación a Tributos.
- Si la dirección a registrar no es la misma que figura en el DNI, original de tu DNI y cualquier documento privado o público en el que conste la dirección del domicilio fiscal que se declara. (Plataforma digital única del Estado Peruano, 2020)

b. Régimen Tributario

Tabla N° 04: Cuadro de Regímenes Tributarios

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

Fuente: Plataforma digital única del Estado Peruano

Elaboración: Propia

VLADECO E.I.R.L. se acogerá al Régimen General, es un régimen tributario que comprende las personas naturales y jurídicas que generan rentas de tercera categoría (aquellas provenientes del capital, trabajo o de la aplicación conjunta de ambos factores).

2.12.Registro de Planillas Electrónica (PLAME)

Es el documento llevado a través de los medios informáticos desarrollados por la SUNAT, en el que se encuentra la información de los empleadores, trabajadores, pensionistas,

prestadores de servicios, personal en formación – modalidad formativa laboral y otros (practicantes), personal de terceros y derechohabientes.

A partir del 1.08.2011 la Planilla electrónica tiene dos componentes que son el Registro de Información Laboral (T-Registro) y la Planilla Mensual de Pagos (PLAME). (SUNAT, s.f.)

- **Planilla Electrónica - PLAME**

Planilla Mensual de Pagos que comprende información laboral, de seguridad social y otros datos sobre el tipo de ingresos de los sujetos registrados, trabajadores y derechohabientes. Se descarga el programa en www.sunat.gob.pe, se elabora, genera archivo y envía en SUNAT Operaciones en Línea. (SUNAT, s.f.)

2.13.Régimen Laboral Especial y General Laboral.

- **Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER)**

Dirigido a personas naturales y jurídicas domiciliadas en el país y que obtengan rentas de tercera categoría; es decir, rentas de naturaleza empresarial como la venta de bienes que adquieran o produzcan y la prestación de servicios.

Para estar en este régimen los ingresos netos anuales o el monto de adquisiciones anuales no debe superar los S/ 525.000. Asimismo, el valor de los activos fijos no debe superar los S/ 126.000, con excepción de predios y vehículos.

Además, no se puede exceder de 10 trabajadores por turno de trabajo. (Gestión, 2018)

- **Régimen General (RG)**

En este régimen se pueden ubicar todas las personas con negocios y personas jurídicas que desarrollan actividades empresariales. No existe ningún tope de ingresos ni límites en compras. Además, se pueden emitir todo tipo de comprobantes y también es obligatorio llevar libros y/o registros contables.

Asimismo, se pagan dos impuestos de manera mensual: el IR y el IGV; y se realiza una declaración anual.

El pago a cuenta mensual se realiza al que resulta mayor de los ingresos netos del mes o el 1,5 %. En tanto, el pago anual es la tasa de 29,5 % sobre la renta anual. (Gestión, 2018)

Tabla N° 05: Cuadro de Regímenes Tributarios

CONCEPTOS	Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER)	Régimen General (RG)
Persona Natural	Sí	Sí
Persona Jurídica	Sí	Sí
Límite de ingresos	Hasta S/ 525,000.00 anuales	Sin límite
Límite de compras	Hasta S/ 525,000.00 anuales	Sin límite
Comprobantes de pago que puede emitir	Factura, boleta y todos los demás permitidos	Factura, boleta y todos los demás permitidos
Declaración Jurada anual - Renta	No	Sí
Valor de activos fijos	S/ 126,000.00	Sin límite
	Con excepción de los predios y vehículos	
Trabajadores	10 por turno	Sin límite

Fuente: Plataforma digital única del Estado Peruano

Elaboración: Propia

VLADeco E.I.R.L. se acogerá al Régimen General, es un régimen tributario que comprende las personas naturales y jurídicas que generan rentas de tercera categoría (aquellas provenientes del capital, trabajo o de la aplicación conjunta de ambos factores). La ventaja de este régimen tributario es que se puede desarrollar el negocio en cualquier actividad y sin límite de ingresos y en caso tener pérdidas económicas en un año, se podrán descontar de las utilidades de los años posteriores, pudiendo llegar al caso de no pagar Impuesto a la Renta Anual.

En este régimen se realizan declaraciones mensuales, en el cual se determina el pago de dos impuestos:

- El Impuesto General a las ventas (IGV) del 18%, y
- El impuesto a la renta (el que resulte mayor de aplicar el coeficiente o 1.5% sobre los ingresos netos mensuales).

También permite descontar los gastos relacionados al negocio de los ingresos, de esta manera se paga el impuesto sobre la utilidad final del año, por lo que se debe presentar una Declaración jurada anual aplicando la tasa del 29.5%, en la cual se podrá descontar los pagos que se realiza de manera mensual del impuesto a la renta. (Plataforma digital única del Estado Peruano, 2019)

2.14.Modalidades de Contratos Laborales

A continuación, se muestra la modalidad y tipo de contratos para establecer un vínculo entre la empresa y el empleador:

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

Figura N° 05 : Contratos sujetos a modalidad

Fuente: Noticiero contable

VLADECO E.I.R.L. estará sujeta a la modalidad de contrato temporal de tipo inicio o incremento de actividad, este tipo de trabajo lo realizaremos con nuestro personal, previamente seleccionados de acuerdo al perfil que se solicita en la empresa, para cumplir con los lineamientos establecidos por el Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo.

2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas

La empresa VLADECO E.I.R.L. es una empresa constituida por una sola persona, eso quiere decir que no cuenta con responsabilidad civil de accionistas

Tabla N° 06: Cuadro de tipo de empresa y su característica

DENOMINACIÓN	CANTIDAD DE ACCIONISTAS / SOCIOS	ORGANIZACIÓN	CAPITAL Y ACCIONES
Empresario Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)	Máximo: 1	Una sola persona figura como Gerente General y socio.	Capital definido por aportes del único aportante.

Fuente: Plataforma digital única del Estado Peruano

Elaboración : Propia

La responsabilidad limitada implica, a grandes rasgos, que el titular de la EIRL no responde con su patrimonio por las deudas contraídas por la empresa. Este beneficio se funda en la separación de patrimonios del ente y su titular. Dicha separación surge como consecuencia del otorgamiento de la personalidad jurídica a la EIRL. Esta distinción entre el patrimonio del titular y el de la empresa permite que el titular quede librado de las obligaciones que contrajo la empresa en la ejecución de sus actividades económicas. (IUS 360, 2019)

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Descripción del Entorno del Mercado

Hoy en día el sector servicios es uno de los más importantes en el país y que está en crecimiento, “este sector tiene un aporte significativo a la economía peruana pues al cierre del 2017 representó alrededor del 49.5% del PBI ascendiendo alrededor de US\$ 107,000 millones.” (Gestión, 2018).

Esto es aceptable para saber que se está iniciando un negocio en un buen sector. Además, según La Cámara de Comercio de Lima “(...) Comercio y Servicios son las actividades en las que se enfocan los emprendedores y empresarios en general al momento de crear una empresa. Durante el 2017 se creó un total de 283.892 empresas, de las cuales el 42,3% y 41,3% corresponden a Comercio y Servicios, respectivamente.” (Peñaranda, 2018).

Actualmente el mundo está viviendo un momento difícil, lo cual ha generado cambios radicales en la población. A nuestro país ha llegado la pandemia del siglo XXI a causa del brote mundial de la COVID-19, que no sólo está cambiando nuestro modo de convivir; sino que también está impactando desfavorablemente a la economía, la salud y el trabajo habiendo transcurrido poco más de 3 meses desde el primer caso confirmado de persona infectada por el nuevo Coronavirus, cuya cura o vacuna de control es todavía desconocida. (Revista Actualidad Laboral, 2020). Esto genera que todo negocio pueda adaptarse y respetar los lineamientos y políticas en cuanto al cuidado de la salud de nuestro entorno para lograr sobrellevar y salir a delante, sin tener miedo al cambio.

Bajo este contexto es que se ha decidido implementar y ejecutar todos los protocolos sanitarios dispuestos por el Ministerio de Salud con el objetivo de mitigar la propagación del COVID-19. Para ello VLADECO E.I.R.L. ha tomado la decisión de adecuarse a todos los protocolos de bioseguridad como: Uso de tapabocas y lavado de manos, limpieza y desinfección, distanciamiento social, monitoreo de temperatura corporal y uso de elementos de protección personal.

Debemos tener en cuenta que el mercado de servicios es amplio, uno de los sectores a donde nos enfocaremos será el de organización de eventos sociales, ya que de ello depende nuestro negocio. El rubro de servicio de alquiler de mobiliario para eventos sociales es alto, de acuerdo a que existe gran demanda por parte de personas y empresas. Según Jorge Bouverie, especialista en Gestión de Eventos de Toulouse Lautrec, “La gestión de eventos sociales es una actividad que ha crecido bastante por distintas razones

y la primera es que comercialmente es una actividad que permite mostrar al mundo tu producto o empresa, hacer algún lanzamiento especial; o simplemente celebrar un matrimonio y aniversario." (Gestión, 2016).

En este rubro no estamos solos, existen diversos competidores potenciales en Lima Metropolitana, específicamente en los distritos pudientes (San Borja, San Isidro, La Molina, Surco y Miraflores) los cuales tenemos que diferenciarnos; conocer que es lo que tenemos y podemos ofrecer. Actualmente existen muchas empresas que ofrecen este tipo de servicio "Hasta hace algunos años, las empresas que organizaban eventos eran pocas y los precios que manejaban eran muy altos, de modo que este tipo servicios era asequible solo para un porcentaje reducido de la población. Sin embargo, ahora muchos emprendedores han incursionado en este rubro, haciendo que la oferta sea mayor y que los precios estén al alcance de la mayoría." (Perú 21, 2015). Claro está que nuestro servicio va a depender de la organización de eventos, entonces debemos ser observadores e innovadores en cuanto al cambio y gusto del cliente.

Debemos mencionar también a los competidores sustitutos, los cuales ofrecen la venta de muebles para eventos, pero que solo son para una simple ocasión, sin detalle o alguna temática, con un precio accesible. Estos pueden atraer a los clientes que pueden pagar o los desee para multiuso. El mercado es amplio, así que encontraremos variedad de clientes.

Uno de los factores importantes en el mercado es la formalidad, debido a que la mayoría de empresas que ofrecen este servicio son informales, esto es un punto favorable porque la empresa VLADECO E.I.R.L. iniciará sus actividades formalmente desde el primer día. Esto nos ayudará a brindar confianza y garantía a los clientes, además que trabajaremos legalmente sin prestaciones a incumplimientos tributarios y normas del gobierno.

3.1.1 Factores Macro ambientales

A. Demográfico

Trabajaremos con diferentes indicadores que nos ayudaran a identificar la variable demográfica que buscamos para poder establecer estrategias adecuadas para promocionar nuestro servicio.

Según "Perú: Población 2019" elaborado por Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública S.A.C (CPI) con fuentes del Instituto Nacional de Estadística (INEI), indica que la población del Perú en el año 2019 (calculado en miles de personas)

es de 32,495.5 entre las cuales 16,226.1 son mujeres y 16,269.4 son hombres. Solo en Lima Metropolitana hay 10,580.9 entre las cuales 5,247.4 son Hombres y 5,333.5 son Mujeres. Lo cual no es mucha la diferencia ya que estamos enfocados en dirigirnos a ambos sexos. En cuanto a edades, tenemos un porcentaje mayor en las personas de 25 a 39 años con 25.5% y 40 a 55 años con 19.7%, los rangos de edad que nos importa para ofrecer nuestro servicio.

Cuadro N° 9 Lima metropolitana 2019: Población por sexo y segmentos de edad						
GRUPO DE EDAD	Total		HOMBRES		MUJERES	
	Miles	%	Miles	%	Miles	%
00 - 05 años	941.7	8.9	481.3	9.2	460.4	8.6
06 - 12 años	1,102.1	10.4	561.9	10.7	540.2	10.1
13 - 17 años	828.5	7.8	420.4	8.0	408.1	7.7
18 - 24 años	1,357.4	12.8	692.2	13.2	665.2	12.5
25 - 39 años	2,683.4	25.5	1,348.8	25.7	1,334.6	25.0
40 - 55 años	2,086.5	19.7	1,020.1	19.4	1,066.4	20.0
56 - + años	1,581.3	14.9	722.7	13.8	858.6	16.1
TOTAL	10,580.9	100.0	5,247.4	100.0	5,333.5	100.0

FUENTE: I.N.E.I. - Estimaciones y proyecciones de población en base al Censo 2017
ELABORACIÓN: DEPARTAMENTO DE ESTADÍSTICA - C.PI.

Figura N° 06: Lima metropolitana 2019: Población por sexo y segmentos de edad
Fuente: Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública S.A.C (CPI)

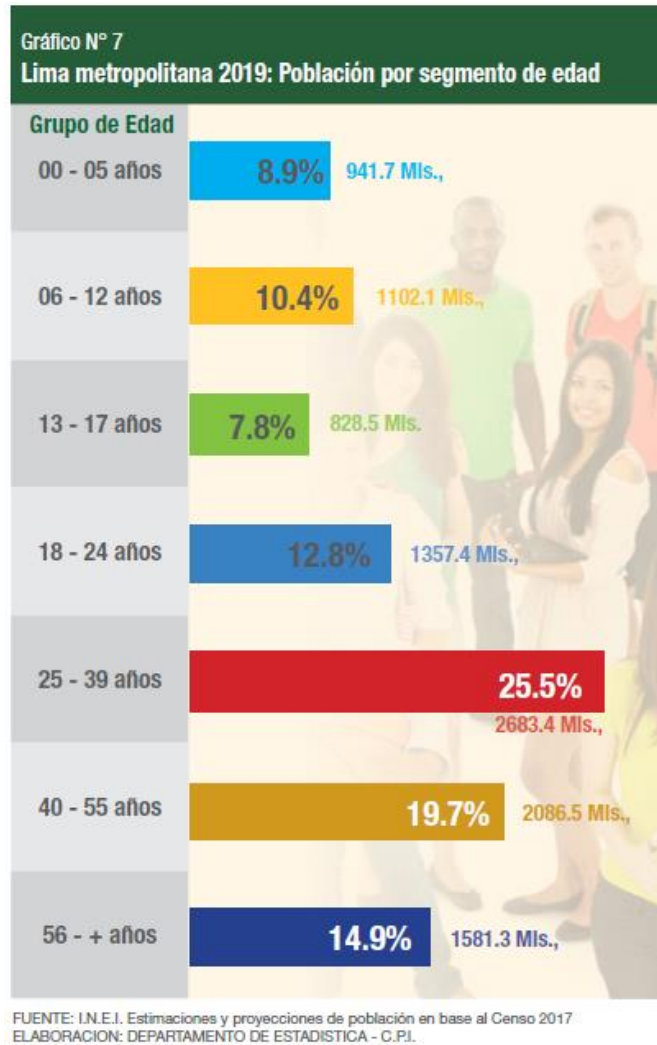


Figura N° 07 : Lima Metropolitana 2019: Población por segmento de edad
Fuente: Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública S.A.C (CPI)

En cuanto al nivel socioeconómico, tenemos que la población medio alta que es A y B son 28% a nivel lima metropolitana, es un dato alentador ya que es ahí donde nos enfocaremos. A comparación del nivel C tiene un 42% y es el que mayor porcentaje tiene.

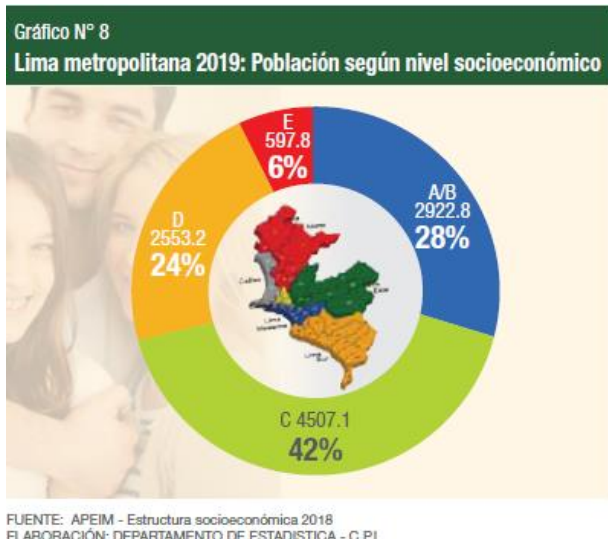


Figura N° 08: Lima Metropolitana 2019: Población según nivel socioeconómico
Fuente: Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública S.A.C (CPI)

Finalmente tenemos un cuadro que combina los diferentes indicadores, el cual nos muestra que en el nivel socioeconómico A/B con edades de 25 a 39 años son 722.0 y de 40 a 50 años es de 604.6 un dato muy favorable ya que vamos a tener un mercado atractivo y de buenas características.

Cuadro N° 10
Lima metropolitana 2019: Hogares y población por sexo y segmentos de edad según nivel socioeconómico
(En miles de personas)

NSE	Hogares		Población		Población por segmentos de edad						
	Mis.	%	Mis.	%	00 - 05 años	06 - 12 años	13 - 17 años	18 - 24 años	25 - 39 años	40 - 55 años	56 - + años
A/B	759.1	27.9	2,922.8	27.7	228.9	272.2	212.8	355.9	722.0	604.6	526.4
C	1,123.7	41.3	4,507.1	42.6	408.9	478.8	358.1	585.5	1149.5	880.6	645.7
D	663.9	24.4	2,553.2	24.1	244.3	282.5	207.8	337.1	658.0	488.2	335.3
E	174.1	6.4	597.8	5.6	59.6	68.6	49.8	78.9	153.9	113.1	73.9
TOTAL LIMA METROPOLITANA	2,720.8	100.0	10,580.9	100.0	941.7	1,102.1	828.5	1,357.4	2,683.4	2,086.5	1,581.3

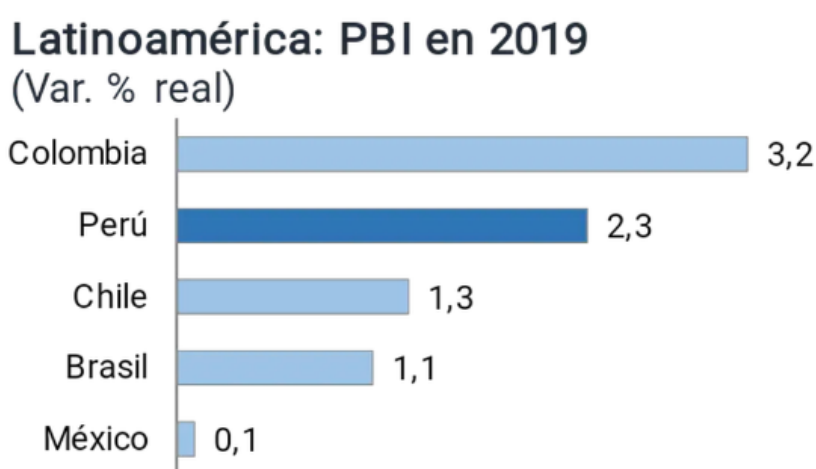
FUENTE: APEIM - Estructura socioeconómica 2018
I.N.E.I. - Estimaciones y proyecciones de población en base al Censo 2017
ELABORACIÓN: DEPARTAMENTO DE ESTADÍSTICA - C.PI.

Figura N° 09: Lima Metropolitana 2019: Hogares y población por sexo y segmentos de edad según nivel socioeconómico
Fuente: Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública S.A.C (CPI)

B. Económico

El Banco Central de Reserva (BCR) señaló hoy que el crecimiento de la economía peruana en el 2019 habría sido de 2.3%, en línea con la última proyección realizada en diciembre en su Reporte de Inflación. Según el BCR, la tasa de crecimiento del PBI sería la segunda más alta en las economías de la región. (Perú 21, 2020).

Esto es un factor importante ya que los ingresos de la Población Económicamente Activa (PEA) será favorable y esto podrá cubrir los gastos que pueda generar la organización de un evento social.



Fuente: Consensus Forecast y BCRP (Perú).

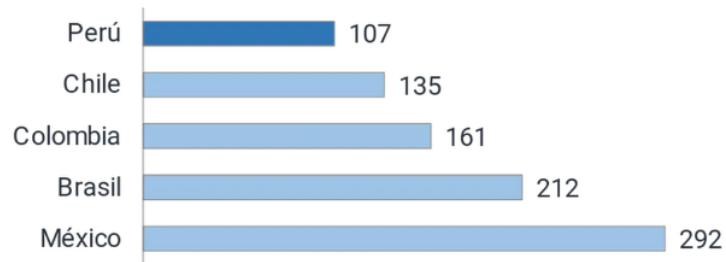
PBI de Perú en 2019 frente a otros países. (Fuente: BCR)

Figura N° 10: PBI de Perú en 2019 frente a otros países

Fuente: BCR

El BCR reportó que Perú presenta el riesgo país más bajo entre las principales economías de América Latina con 107 puntos básicos. (Perú 21, 2020).

Latinoamérica: Riesgo país - 2019 (Pbs.)



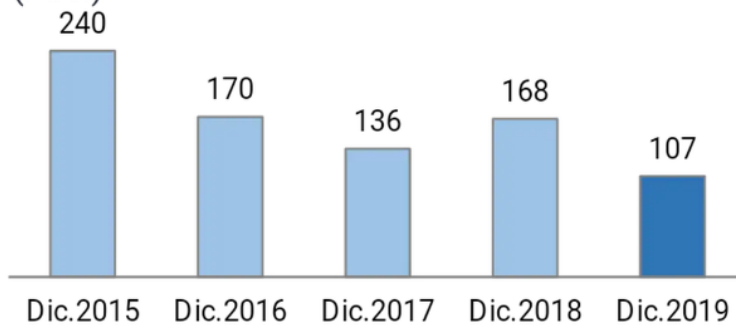
Fuente: Reuters.

Riesgo país de Perú frente a otros países. (Fuente: BCR)

Figura N° 11: Riesgo país de Perú frente a otros países
Fuente: BCR

El riesgo país, medido por el spread EMBIG, se redujo de 168 puntos básicos en diciembre de 2018 a 107 puntos básicos al cierre de 2019. (Perú 21, 2020).

Indicador del Riesgo País (Pbs.)



Riesgo país de Perú. (Fuente: BCR)

Figura N° 12 : PBI de Perú en 2019 frente a otros países
Fuente: BCR

C. Sociocultural

En el Perú hacer una reunión conlleva a realizarlo de manera agradable y con todos los insumos e implementos necesarios para tener una reunión acogedora. Desde la reunión más pequeña hasta la de gran magnitud debe tener un accesorio para la decoración y ambientación del mismo, entregando mayor armonía entre el ambiente y los invitados.

Jorge Bouverie, especialista en Gestión de Eventos de Toulouse Lautrec indica que el 60% de eventos sociales que se realizan en el Perú son matrimonios, mientras que el 30%

corresponden a eventos corporativos organizados por empresas, los cuales se realizan de acuerdo a la realidad económica del país. Mientras que el 10% restante se distribuye entre festividades tales como cumpleaños, quinceañeros, entre otros de índole familiar. (Gestión, 2016).

Para una fecha especial se organiza un evento, ya acostumbramos a ello, por eso debe tener todo lo necesario para que la reunión sea agradable y divertida, que resalte y quede como un gran recuerdo para el organizador y los invitados.

D. Político

Estos últimos años el país ha sufrido una crisis política debido muchos factores, uno de ellos es la red de corrupción que se generó en el sector Justicia que fue un gran escándalo para el gobierno: como también el caso de corrupción más grande del Perú que es Odebrecht en el que muchos políticos y hasta ex presidentes están involucrados y por ello llevan procesos penales hasta el día de hoy. Esto empezó a generar incomodidad y repudio de la población hacia el gobierno. Pero eso no es todo, en octubre del 2019 estallo lo peor, el Presidente Martin Vizcarra cerraría el congreso de la República, debido a los factores de confianza para dejarlo trabajar por parte del legislativo que estuvo conformado, en mayoría, por la bancada opositora. Estos acontecimientos son negativos para el desarrollo del país.

E. Tecnológico

Actualmente en el mundo se maneja mucho la tecnología, las empresas no son ajenas a ello ya que es una herramienta adecuada para su desarrollo ante el mercado, competencia y clientes. Hoy en día las redes sociales están contribuyendo mucho al desarrollo de una empresa en cuanto a generar ventas y oportunidades.

El uso de las redes sociales en la organización de eventos es un acontecimiento cada vez más usual ya que los usuarios no sólo se informan del evento, sino que participan, interactúan con los demás, ya sea para compartir una opinión positiva o negativa o para conocer los servicios. (Vela, M. 2013)

Las redes sociales son hoy en día una de las herramientas de marketing más potentes a la hora de dar a conocer y difundir información sobre un evento. Un 85% de los usuarios de internet utilizan las redes sociales, por lo que resulta un canal imprescindible para llegar a nuestro público objetivo. Actualmente, la comunicación boca a boca ha perdido relevancia y las marcas optan por las estrategias multicanal, incluyendo medios offline y

online. Maximillion Events llegó a la conclusión de que el 75% de las marcas ven las redes sociales como un elemento muy importante a la hora de promocionar un evento y sacar provecho de este antes, durante y después. Y es que eso es lo bueno de las redes sociales, en comparación con otros medios, que son útiles en las 3 fases del proceso de organización de un evento, desde su planificación hasta la medición de resultados final. (Venus place. S.f.)

Las redes sociales ayudan mucho a vender un producto o servicio, en el Perú la mayoría de empresas dedicadas al sector servicio, rubro de eventos sociales venden por fotos o videos publicados en una página de Facebook e Instagram. El cliente siempre interactúa por estos medios, ya es habitual hacerlo y más si se le muestran fotos y videos; como dicen: “Todo entra por los ojos”. Por ello enfocaremos mayor importancia en este canal para llegar a los clientes y dar a conocer nuestro servicio y los productos que ofrecemos.

3.1.2 Factores Micro ambientales

3.1.2.1. Análisis de las cinco fuerzas de Porter

Existen diferentes factores internos para desarrollar una estrategia de negocio, a través de las 5 fuerzas de Porter podremos identificar un modelo que nos proporciona un marco de reflexión estratégica para determinar la rentabilidad de un sector con el fin de evaluar su valor a largo plazo.

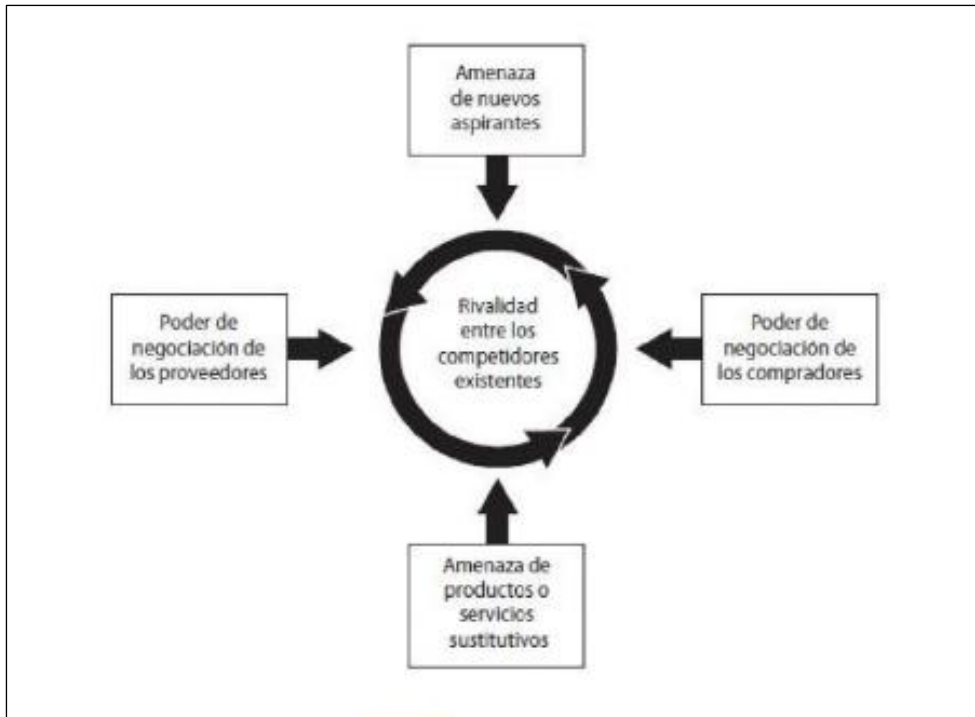


Figura N° 13: Las cinco fuerzas que moldean la competencia de un sector
Fuente: Michael Porter, 2017

1. Amenaza de entrada de nuevos competidores:

El ingreso de nuevos competidores en este rubro es regular debido a que la inversión para este negocio es accesible y se puede ofrecer lo básico para los eventos. Existen competidores que se dedican solo a alquilar mobiliario como también están los que no se dedican exclusivamente a ofrecer mobiliario para eventos, por ejemplo, una empresa que ofrece más cosas para eventos como toldo, estructuras, buffet, luces y otros; al siguiente día puede ofrecer mobiliario para eventos, porque tiene el capital y la posibilidad de ofrecerlo en su cartera de productos. Entonces, no solo hay competidores dedicados al tema de alquiler mobiliario exclusivamente, también están los que ofrecen el paquete completo.

VLADeco E.I.R.L. tiene al frente un mercado emergente y variable por ello se dedica exclusivamente a alquiler mobiliario para evento, lo cual se especifica en un solo servicio donde otorga calidad y confianza para diferenciarse del resto.

2. Poder de negociación de los proveedores:

Existen gran variedad de proveedores en cuanto al rubro mobiliarios, una gran ventaja para poder encontrar los indicados. Debemos tener en cuenta que debemos formar alianzas estratégicas para que ambas partes ganen. Cabe resaltar que hay muchos proveedores, entonces la calidad del producto varia, debemos tener en cuenta mucho el acabado del producto y el diseño, ya que el proveedor tiene que captar la idea que buscamos en cuanto a innovación y rapidez. Este rubro de eventos sociales todo se trabaja a tiempo y con calidad, entonces nuestros aliados también tienen que captar esa idea de trabajo.

3. Poder de negociación de los clientes:

El mercado de eventos sociales es amplio y los clientes son muchos, entonces aprovecharemos eso para poder ofrecer nuestro servicio. Debemos aceptar que no somos los únicos en el mercado ni los mejores, entonces buscaremos diferenciarnos del resto. El cliente en este mercado busca lo bueno, bonito y barato, por ello existe una gran variedad de servicios que ofrecen mobiliario desde lo básico hasta lo innovador; en VLADECO E.I.R.L. trataremos de ganar clientes a través de estrategias que generen fidelidad de los clientes hacia la empresa, ofreceremos:

- Innovación y novedad.
- Materiales y accesorios de calidad.
- Compromiso y dedicación en el trabajo.
- Puntualidad.
- Materiales en buen estado e impecables.
- Mobiliario para todo tipo de evento.
- Facilidades de pago.
- Promociones y ofertas.

4. Amenaza del producto sustituto

Los productos sustitutos en este rubro se venden, a comparación de lo que ofrecemos que es alquiler. El cliente puede comprar el producto y ponerlo en su evento las veces que quiera, pero no siempre querrá ver lo mismo en su evento y mucho menos estaría comprando un mueble para diferentes eventos que haga, entonces se le hace más fácil, útil y económico alquilar los muebles, porque se evita ese proceso de llevar, colocar,

desarmarlo y guardarlo; claro que hay personas que si hacen esto, pero son pocos, entonces prefieren alquilar este servicio. Así que los productos sustitutos comprados son poco usados para eventos sociales. Una gran ventaja para impulsar más nuestro servicio de alquiler de mobiliario para eventos sociales y lograr captar y cambiar esa mentalidad de comprar algo para un evento cuando puedes alquilarlo y escoger el mueble de acuerdo a su necesidad y gusto.

5. Rivalidad entre los competidores

Ya mencionado anteriormente, este mercado de eventos sociales es amplio y existe mucha competencia, entonces no será fácil ser el primero, pero debemos ser realistas, para llegar hacerlo entonces debemos ofrecer algo que no tenga la competencia, además que los primeros en el negocio ya están posicionados y tienen su clientela; solo en Lima metropolitana existen varias empresas dedicadas al servicio de alquiler de mobiliario, son pocas las grandes posicionadas, donde existe una rivalidad competitiva por el servicio, precio y productos. Entonces, VLADECO E.I.R.L. al ser una empresa que recién inicia, buscará la diferenciación desde el inicio para ganar fidelidad. Una estrategia que nos ayudara poco a poco ingresar al mercado y lograr posicionarnos.

3.2. Ámbito de acción del negocio

3.2.1. Segmentación del mercado

VLADECO E.I.R.L. dependerá del mercado de eventos sociales, lo cual abarcaremos los eventos de matrimonio y corporativo, siendo eventos de matrimonio nuestros clientes principales, también están todo tipo de personas que deseen mobiliario para su evento. Estas personas tienen que ser entre el rango de edad de 30 a 45 años de Nivel socioeconómico medio/alto (A-B) residentes en Lima metropolitana, específicamente en los distritos de La Molina, Surco, San Isidro, Miraflores y San Borja.

A. Perfil geográfico

El perfil geográfico de Lima Metropolitana donde nos abocaremos específicamente será en los distritos ubicados en la zona 7 conformado por Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco y La Molina. Estos distritos y más se agrupan estratégicamente en 10 zonas geográficas de acuerdo al nivel socioeconómico (CPI, 2019).

B. Perfil demográfico

La población de Lima Metropolitana es de 10,580.9, de los cuales las mujeres de 25 a 55 años son 2,401.0 y los hombres de 25 a 55 años son 2,368.9, un porcentaje de 45% para las mujeres y 45.1% para los hombres.

Cuadro N° 9 Lima metropolitana 2019: Población por sexo y segmentos de edad						
GRUPO DE EDAD	Total		HOMBRES		MUJERES	
	Miles	%	Miles	%	Miles	%
00 - 05 años	941.7	8.9	481.3	9.2	460.4	8.6
06 - 12 años	1,102.1	10.4	561.9	10.7	540.2	10.1
13 - 17 años	828.5	7.8	420.4	8.0	408.1	7.7
18 - 24 años	1,357.4	12.8	692.2	13.2	665.2	12.5
25 - 39 años	2,683.4	25.5	1,348.8	25.7	1,334.6	25.0
40 - 55 años	2,086.5	19.7	1,020.1	19.4	1,066.4	20.0
56 - + años	1,581.3	14.9	722.7	13.8	858.6	16.1
TOTAL	10,580.9	100.0	5,247.4	100.0	5,333.5	100.0

FUENTE: I.N.E.I. - Estimaciones y proyecciones de población en base al Censo 2017
ELABORACIÓN: DEPARTAMENTO DE ESTADÍSTICA - C.P.I.

Figura N° 14: Lima metropolitana 2019: Población por sexo y segmentos de edad
Fuente: Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública S.A.C (CPI)

Cabe resaltar que nuestro público objetivo son personas con edades de 30 a 45 años, que se encuentran dentro de esos rangos. Esto quiere decir que no es mucha la diferencia y que la toma de decisiones en una pareja puede venir de ambos.

Además, un reciente estudio del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) indica que la edad promedio de los hombres que contrajeron matrimonio en el 2017 fue 36 años y de las mujeres, 33. (La República, 2019)

C. Perfil socio económico

En los distritos de la zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco y La Molina) está conformado por 8,10.6 con porcentaje de 7.7% de los cuales el nivel A tiene un 35.9% y el nivel B tiene 43.2%. A comparación de la zona 5 (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis y El Agustino) que cuentan con la mayor población que es 1,477.6 con porcentaje de 14.0%. Sin embargo, el proyecto está enfocado en la zona 7.

Cuadro N° 12
Lima metropolitana 2019: APEIM estructura socioeconómica de la población por zonas geográficas

Zonas	Población		Estructura socioeconómica (% horizontal)					
	Miles	%	A	B	C	D	E	
1	Puente Piedra, Comas, Carabaylo.	1,309.3	12.4	0.0	14.6	39.7	36.6	9.1
2	Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras.	1,318.3	12.5	2.1	28.3	47.6	19.9	2.1
3	San Juan de Lurigancho.	1,157.6	10.9	1.1	21.5	44.6	25.3	7.5
4	Cercado, Rimac, Breña, La Victoria.	771.2	7.3	2.5	29.9	43.9	21.5	2.2
5	Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino.	1,477.6	14.0	1.4	11.6	45.6	33.3	8.1
6	Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel.	377.7	3.6	16.2	58.1	20.5	3.5	1.7
7	Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina.	810.6	7.7	35.9	43.2	13.6	6.3	1.0
8	Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores.	878.3	8.3	2.0	29.1	48.8	17.3	2.8
9	Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Lurín, Pachacamac.	1,098.7	10.4	0.5	7.9	52.2	31.6	7.8
10	Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Carmen de la Legua, Ventanilla y Mi Perú	1,100.4	10.4	1.4	19.0	46.0	24.4	9.2
11	Cieneguilla y Baños	190.5	1.8	0.0	9.9	47.6	32.7	9.8
TOTAL LIMA METROPOLITANA		10,580.9	100.0	4.3	23.4	42.6	24.1	5.6

FUENTE: APEIM - Estructura socioeconómica 2018
ELABORACIÓN: DEPARTAMENTO DE ESTADÍSTICA - C.PI.

Figura N° 15: Lima metropolitana 2019: APEIM estructura socioeconómica de la población por zonas geográficas

Fuente: Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública S.A.C (CPI)

Además, el nivel socioeconómico en cuanto a niveles A y B para edades de 25 a 55 años es 1,326.6, ya que este NSE se encuentra en el segundo lugar de la lista. Cabe resaltar que el proyecto está dirigido a edades de 30 a 45 años y se encuentra dentro de ese rango.

Cuadro N° 10											
Lima metropolitana 2019: Hogares y población por sexo y segmentos de edad según nivel socioeconómico											
(En miles de personas)											
NSE	Hogares		Población		Población por segmentos de edad						
	Mls.	%	Mls.	%	00 - 05 años	06 - 12 años	13 - 17 años	18 - 24 años	25 - 39 años	40 - 55 años	56 - + años
A/B	759.1	27.9	2,922.8	27.7	228.9	272.2	212.8	355.9	722.0	604.6	526.4
C	1,123.7	41.3	4,507.1	42.6	408.9	478.8	358.1	585.5	1149.5	880.6	645.7
D	663.9	24.4	2,553.2	24.1	244.3	282.5	207.8	337.1	658.0	488.2	335.3
E	174.1	6.4	597.8	5.6	59.6	68.6	49.8	78.9	153.9	113.1	73.9
TOTAL LIMA METROPOLITANA	2,720.8	100.0	10,580.9	100.0	941.7	1,102.1	828.5	1,357.4	2,683.4	2,086.5	1,581.3

FUENTE: APEIM - Estructura socioeconómica 2018
 I.N.E.I. - Estimaciones y proyecciones de población en base al Censo 2017
 ELABORACIÓN: DEPARTAMENTO DE ESTADÍSTICA - C.P.I.

Figura N° 16: Lima Metropolitana 2019: Hogares y población por sexo y segmentos de edad según nivel socioeconómico

Fuente: Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública S.A.C (CPI)

D. Conductas y estilo de vida

El estilo de vida del nivel A tiene un gasto promedio mensual de 7,766 y un ingreso promedio mensual familiar de 12,592. En el nivel B el gasto promedio mensual es de 4,947 y el ingreso promedio mensual familiar es de 7,318. A comparación de los demás niveles, estos niveles tienen un ingreso mayor y gastos el nivel A es mayor a comparación del B que no es mucho.

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

Figura N° 17: Distribución NSE por gastos

Fuente: Asociación Peruana de Empresas de Inteligencia de Mercados (APEIM)

De acuerdo al análisis realizado, nuestro segmento de mercado se basa en las siguientes características:

Tabla N° 07: Segmentación de mercado de VLADECO E.I.R.L.

GEOGRAFICO	DEMOGRAFICO
<ul style="list-style-type: none"> - Lima Metropolitana - Distritos de La Molina, Surco, San Isidro, Miraflores y San Borja - Zonas urbanas y de recreación - Clima: cálido y templado 	<ul style="list-style-type: none"> - Edad: 30 a 45 años - Sexo: Masculino y Femenino - Nivel educativo: Básico y Superior - Clase social: A y B - Estado civil: Soltero - Religión: Todas

PSICOGRAFICO	CONDUCTUAL
<ul style="list-style-type: none"> - Personas que buscan realizar un evento social. - Personas que buscan contraer matrimonio. - Buscan una ambientación integral para su fiesta o evento. - Sorprender a su entorno social con una decoración llamativa. - Personas que les gustan las fiestas y reuniones con amigos. - Los que desean pasar un momento agradable con los suyos. - Están pendientes de las novedades en música, moda y fiestas - Empáticos, carismáticos y sociables 	<ul style="list-style-type: none"> - Pendientes de la experiencia de usuario al adquirir un servicio. - Verifican que cada detalle quede excelente. - Su estado de ánimo varía de acuerdo al servicio que recibe. - Leales si obtienen un servicio que cumpla con sus expectativas. - Están pendientes de las promociones y ofertas. - Buscan que todo lo que obtienen este bien realizado.

Fuente: Elaboración Propia

3.2.2. Público objetivo

VLADECO E.I.R.L. principalmente estará dirigido a las personas naturales que van a realizar su matrimonio y al organizador de eventos, como wedding planner, entre otros; que necesitan de mobiliario para la ambientación de sus eventos. Estas personas tienen que ser entre el rango de edad de 30 a 45 años de Nivel socioeconómico alto y medio (A-B) residentes en Lima metropolitana, específicamente en los distritos de La Molina, Surco, San Isidro, Miraflores y San Borja.

A. Buyer persona



JUAN CARLOS CAICEDO MORALES

EDAD: 33 AÑOS

VIVE EN: LA MOLINA

NIVEL DE EDUCACIÓN: SUPERIOR

OCUPACIÓN: ADMINISTRADOR

ESTADO CIVIL: SOLTERO

Figura N° 18: Perfil del cliente - Buyer persona

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 08: Características del cliente – Buyer persona

HABITOS	INTERESES	RETOS	FRUSTRACIONES	OBJETIVOS
<ul style="list-style-type: none"> • Le gusta reunirse con sus amigos • Le gusta realizar fiestas • Le gusta subir fotos a sus redes sociales • Concurre a fiestas y reuniones sociales • Conversar y pasar tiempo con sus amistades 	<ul style="list-style-type: none"> • Pendiente de los nuevos lanzamientos de las bandas y orquestas de rock y salsa • Le gusta el fútbol • Le encanta la comida • Detallista en las cosas que hace • Salir con sus amigos y pareja 	<ul style="list-style-type: none"> • Pasar más tiempo con su familia • Realizar un gran evento para su matrimonio • Lograr terminar sus estudios de maestría • Ir a un concierto en el extranjero para ver su grupo de música favorito • Mantener un horario equilibrado entre trabajo y vida social 	<ul style="list-style-type: none"> • No tener tiempo para su familia. • Perder su trabajo • No lograr cumplir sus retos • No estar satisfecho con algo que compra o alquila • Perder el tiempo en cosas innecesarias 	<ul style="list-style-type: none"> • Crear su propia empresa • Viajar por todo el mundo • Casarse • Tener una familia • Lograr ser reconocido con su empresa

Fuente: Elaboración Propia

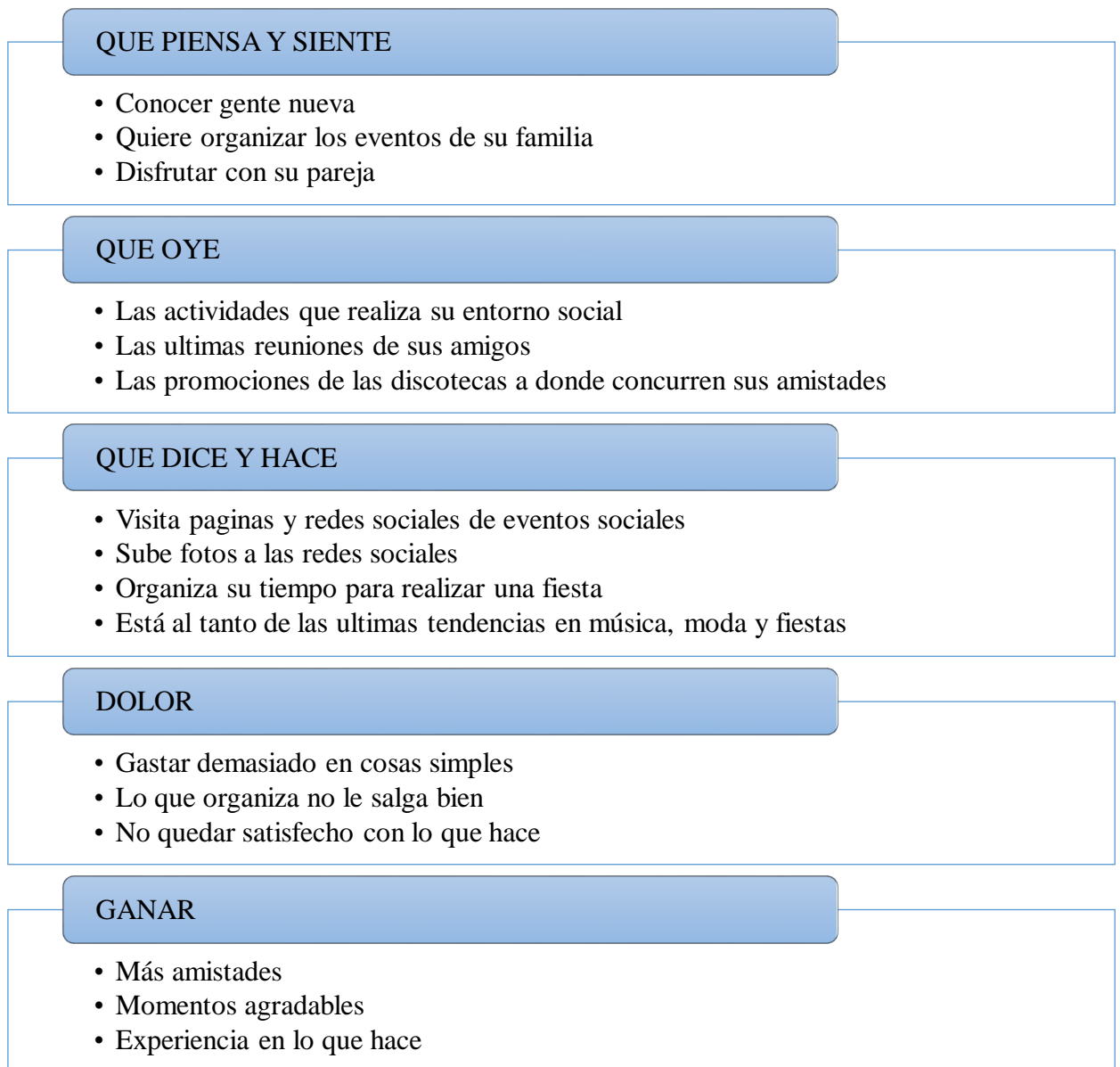


Figura N° 19: Mapa de empatía del cliente - Buyer persona

Fuente: Elaboración propia

- **Millennials**

Esta es una de las generaciones que está más enganchada al tema tecnológico, lo cual es muy importante para poder ofrecer nuestros productos mediante la red. Comprende las edades de 25 a 45 años.

Esta generación se siente muy cómoda con la idea de la vida pública en Internet. Las redes sociales son muy importantes y la mayoría tiene un modelo de vida que imitan a través de sus actualizaciones de estados en vivo. Se sienten vacíos sin la red de redes, por lo que cortes de luz o caídas de servidores son sus peores enemigos al dejarlos incomunicados. Gracias a esta pertenencia a una comunidad global, los millennials tienden a ser colaboradores, tolerantes, comprometidos y transparentes, conociendo a detalle el futuro político y económico de sus países, siendo conscientes de que lo heredarán en unos años. Además, se consideran individuos versátiles y volubles que buscan constantemente diferenciarse del resto, siempre buscando la igualdad y aceptación entre sus pares. (Gestión, 2020)

- **Tendencias**

De acuerdo con el portal Mintel en el año 2019, menciona que el sector de organización y servicios de eventos crecería en el mundo en un 30% y esto se ve sustentado dado que hay más jóvenes que gustan y prefieren celebrar cumpleaños de sus mayores y organizar las famosas fiestas sorpresas. Esta tendencia lo que busca explicar es el aumento que tienen los eventos sociales para celebraciones de diversos tipos los cuales son promocionados por los millennials, quienes se encargan o tercerizan los servicios de eventos suyos y familiares.

Este boom se acrecienta en América Latina, para caso específico de acuerdo con la revista COSAS, los distritos donde se realizan mayores eventos sociales son los distritos de La Molina, Surco, San Isidro, Miraflores y San Borja.

3.3. Descripción del bien o del servicio

VLADECO E.I.R.L. ofrece el servicio de alquiler de mobiliario para eventos sociales, el cual ofrece alquiler de sillas, mesas, mantelería, muebles y barras de bebida, de diferentes modelos y variedades, hechos con materiales e insumos de calidad de acuerdo a las exigencias del mercado.

Cuenta con una variedad de productos de acuerdo a la demanda y temporada del mercado, además con productos innovadores.

Tabla N° 09: Productos que ofrece la empresa VLADECO E.I.R.L.

SILLAS	MESAS
Sillas plásticas	Mesa redonda para 10 personas
Sillas de metal	Mesas rectangulares
Sillas de madera	Mesas con diseño
MANTELERIA	MUEBLES
Mantelería con diseño	Salas lounge
Mantelería estampada	Mesitas altas
Mantelería bordada	Salas vintage
BARRAS DE BEBIDA	
Barra de madera	
Barra con diseño	

Fuente: Elaboración Propia

El servicio consta de la adquisición de materiales y accesorios para la ambientación integral del evento a realizarse. Dentro del servicio incluye el traslado del mobiliario hacia el lugar del evento, luego realizar la instalación adecuada de acuerdo a indicaciones del organizador (previa coordinación o el mismo día del evento), luego de terminado el evento se pasa a recoger el mobiliario.

La empresa contara con un vehículo furgoneta para transportar los materiales, además de un local y personal.

Además, para que el cliente no esté buscando los demás servicios, la empresa tendrá alianzas con empresas terceras dedicadas al rubro de eventos sociales para poder ofrecerle

el servicio de toldo, estructuras, arreglos florales, buffet, torta, bocaditos, sonido, luces y catering, con la garantía de empresas especializadas.

3.3.1. Atributos determinantes

A. Productos:

Contaremos con productos de calidad e innovadores que otorguen al cliente seguridad y confianza.

Tabla N° 10: Productos que ofrece la empresa VLADECO E.I.R.L.

ARTICULOS PARA ALQUILER
Silla de plástico sin brazo color blanco
Silla de metal modelo Tiffany
Silla de madera modelo Crossback
Sillones para novios modelo Luis XV
Mesa redonda de 10 personas
Caballete de metal
Tablero recto
Tablero media luna
Mesa wash larga
Mesa wash de 3 niveles (grande, mediano y pequeño)
Juego de mesa vintage blanco (4 piezas) 2 largos y 2 pequeños
Barra de bebidas en madera grande (5mt)
Mantel redondo de borlón
Tapete redondo brocado
Tapete cuadrado de organza bordada con cinta de fantasía
Tapete cuadrado de organza
Tapete cuadrado de yute con aplicaciones
Tapete cuadrado andino
Un juego de 8 puff individual y 1 mesita baja
Juego de sala pallet rustico
Juego de 4 banquetas y 1 mesa alta color blanco

Fuente: Elaboración Propia

Uno de nuestros productos interesantes e innovadores son las sillas de madera modelo Crossback, la cual se distingue, ofreciendo elegancia, novedad y rustico. Estas sillas serán una de nuestras novedades para ofrecer al mercado competitivo. Estimamos que nos va ir

bien por ser un producto de moda con un precio accesible. Con esto buscamos que a futuro podamos seguir innovando con productos que estén a la vanguardia de la moda en el mercado.

B. Precio:

Contaremos con precios accesibles y que estén de acuerdo al mercado, claro que abran promociones y ofertas para captar más al cliente. También la forma de pago será 50% adelanto y 50% terminado de instalar los muebles.

C. Servicio:

Daremos facilidad para que su idea se pueda plasmar con productos personalizados como barra de bebidas hechas con diseños de acuerdo a lo que el cliente busca, con un toque de elegancia, atrevimiento e imponente. Además, visitaremos al cliente para poder coordinar y ofrecer nuestros productos.

3.3.2. Mapa de posicionamiento

En base a nuestro servicio y precios, tendremos una visión del posicionamiento donde empezaríamos como empresa nueva. Dicho posicionamiento se proyecta de acuerdo al servicio que se ofrecerá de manera personalizada y contar con productos para llevar a cabo un evento que satisfaga la necesidad del cliente. El precio es otro valor fundamental para lograr el posicionamiento, ofreceremos un precio accesible para ganar fidelidad y aceptación.

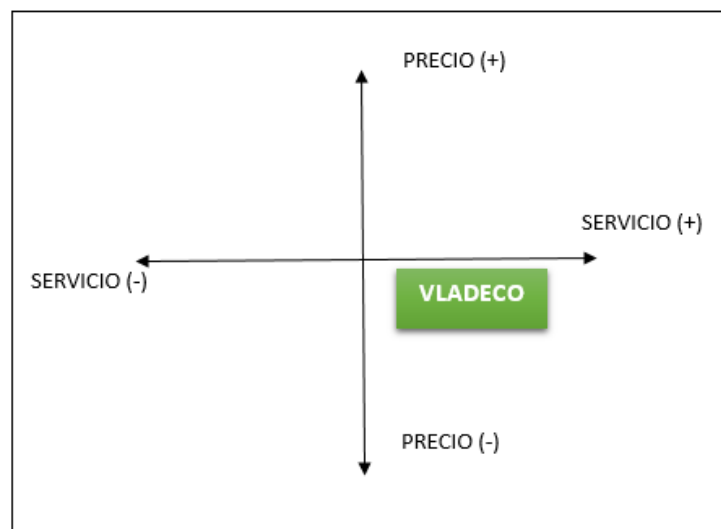


Figura N° 20: Mapa de posicionamiento

Fuente: Elaboración propia

A. Propuesta de valor

Tabla N° 11: Modelo Canvas de la empresa VLADECO E.I.R.L.

Aliados Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relación con el Cliente	Segmentos de Clientes
<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores manufactureros especializados en el rubro de mobiliario. • Importadores de mobiliarios y accesorios para la decoración. • Dueños de locales para realizar eventos. • Tolderos para crear una estructura al aire libre. • Sonidistas que alquilan equipos de sonido y luces. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ambientación de eventos sociales con mobiliario y accesorios de calidad. • Planificar y recrear la estructura de la ambientación del evento a realizar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Generar una propuesta de ambientación para matrimonios, eventos corporativos y otras festividades, brindando comodidad y satisfacción. • Interacción continua con nuestro cliente para el diseño personalizado y ambientación a través de una propuesta de planos y catálogos digitales. • Generar comunicación e interacción con el cliente de manera personalizada, con el objetivo de brindar confianza en el servicio. • Fomentar la experiencia de usuario a través de una propuesta comunicacional y una interacción permanente a través de nuestras redes sociales, con el objetivo de fidelizar y brindar protagonismo al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de Redes sociales y generación de contenido para relacionamiento con el cliente. • Networking. • Participación en ferias de negocio. • Alianzas corporativas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Novios a punto de casarse. • Empresas que van a realizar un evento corporativo • Personas interesadas en realizar un evento social (onomásticos, bautizos, entre otros).
	Recursos Clave		Canales	
	<ul style="list-style-type: none"> • Mobiliario y accesorios nacionales e internacionales. • Equipo humano especializado en el rubro de mobiliario para eventos sociales. • Local amplio para almacenar y mantener nuestros materiales. • Movilidad adecuada para el traslado de los materiales. 		<ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales como Instagram, Facebook, YouTube, Tik Tok y Pinterest. • Vía telefónica. • Ferias comerciales. 	
Estructura de Costos		Estructura de Ingresos		
<ul style="list-style-type: none"> • Adquisición de muebles • Publicidad • Elaboración de muebles personalizados • Pago de personal • Alquiler de local • Compra de materiales 		<ul style="list-style-type: none"> • Plan de financiamiento • Alquiler de mobiliario • Aceptación de cualquier tipo de pago (Tarjetas y efectivo) • Muebles propios • Movilidad propia 		

Fuente: Elaboración Propia

B. Marketing Digital

- **PERSONALIZACIÓN**

De acuerdo a la necesidad de los clientes y lograr llegar más cerca de ellos, impulsaremos a que pueden generar sus propios planos e interactuar con la interface de cómo se verá su evento antes de poder ambientarlo, siempre con la asesoría adecuada. Esto se realizará de manera digital, ofreciendo una experiencia única que hará que el cliente se sienta a gusto y el mismo pueda escoger y diseñar su ambientación, con los muebles y accesorios que desee.

- **PARTICIPACIÓN**

Conectaremos a nuestros clientes a través de videos en vivo de sus eventos, conferencias sobre eventos y mobiliario, encuestas de experiencia de usuario para que tenga un protagonismo y pueda mostrar la realización de su evento y la experiencia que obtuvo al recibir nuestro servicio. Haremos que su protagonismo esté en nuestras redes sociales (Facebook, Instagram, YouTube y Tik Tok) y que otras personas vean su evento y puedan comentar, reaccionar y compartir, lo cual será premiado al final de las transmisiones.

- **PEER TO PEER**

Realizaremos transmisión en vivo del evento, como también sesiones fotográficas para subirlas a nuestras redes sociales, mostrando la ambientación y lo bien que quedó. Entrevistaremos al cliente para conocer su experiencia y satisfacción del servicio, dando a conocer su testimonio del servicio que ofrecemos. Dentro de estas interacciones ofreceremos sorteos para que otras personas puedan participar, esto con el fin de captar más clientes a que se animen a poder contratar nuestros servicios.

- **PREDICCIONES MODELADAS**

Dentro de nuestras redes sociales realizaremos sorteos basados en realizar encuestas sobre qué tipo de ambientación desean realizar en sus próximos eventos y que sugerencias darían sobre ambientación de eventos, además incentivaremos a que puedan compartir nuestras encuestas, a más compartidos más posibilidades de ganar. Se realizarán semanalmente con nuevas preguntas para que más personas interesadas puedan participar y ganar. Todo esto permitirá encontrar y conseguir información y data de contactos, preferencias, necesidades y otros de los clientes en cuanto a la ambientación de su evento.

C. Análisis FODA

Tabla N° 12: Cuadro FODA de la empresa VLADECO E.I.R.L.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Servicio innovador y personalizado 	<ul style="list-style-type: none"> • Marca y empresa nueva en el mercado
<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento con el Just in time 	<ul style="list-style-type: none"> • No podemos brindar servicios fuera de Lima
<ul style="list-style-type: none"> • Brindamos experiencia al cliente 	<ul style="list-style-type: none"> • Contamos con personal reducido
<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores especializados en rubro de mobiliario 	<ul style="list-style-type: none"> • No disponemos de mobiliario de última generación
<ul style="list-style-type: none"> • Precios competitivos y accesibles 	<ul style="list-style-type: none"> • No abastecemos para mayor demanda de eventos
OPORTUNIDAD	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Demanda potencial en el mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Pandemia del COVID-19
<ul style="list-style-type: none"> • Aumento en la demanda de eventos sociales y corporativos 	<ul style="list-style-type: none"> • Regulaciones legales y cambios de normativas para la realizar eventos sociales
<ul style="list-style-type: none"> • Nuevas tecnologías en el mercado que permiten optimizar tiempo y costo 	<ul style="list-style-type: none"> • Inestabilidad política y económica en el país a causa de la corrupción
<ul style="list-style-type: none"> • Uso de analítica de datos para captación de nuevos clientes 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de la competencia
<ul style="list-style-type: none"> • Marketing digital 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de compra de los productos sustitutos

Fuente: Elaboración Propia

D. Estrategia de posicionamiento

Se basa en la competencia, con precio, calidad y diferenciación. Lo primero es posicionarnos en la mente de los clientes objetivos como una empresa de alquiler de mobiliario que ofrece un servicio personalizado y de calidad, con un precio similar al de la competencia. Lograremos plantearlo de la siguiente manera:

- Implementaremos un servicio personalizado donde el cliente y su evento sean los protagonistas en nuestras redes sociales.
- Lograr alianzas digitales con influencers de las redes sociales para que promocionen nuestro servicio y puedan llegar más rápido a los clientes.
- Interacción y comunicación continúa a través de redes sociales y vía telefónica para lograr una buena relación y empatía con el cliente, ofreciendo confianza y tranquilidad en el servicio.

- Adaptarnos a los cambios y movimientos que puedan suceder en el entorno del mercado, como los estilos de vida de los clientes, para garantizar que estamos pendientes a ellos.
- Estar presentes en el lugar y momento especial de los clientes. Siempre dispuestos para ellos y contar con todo lo que tenemos.

3.4. Estudio de la demanda

En Lima Metropolitana la celebración de matrimonios va aumentando y el alquiler de organización de eventos son muy requeridos para estas reuniones. Las características y dimensiones de estos eventos dependen de la posibilidad económica de los novios o personas a casarse, muchos de estos eventos tienen una idea ya definida y los servicios que requieren.

Se debe tomar en cuenta las personas que se van a casar son dependientes económicamente y ellos mismos son los que financian su boda, en la actualidad la población económicamente activa (PEA) va aumentando, según INEI La Población Económicamente Activa (PEA) del país alcanzó el 62% del total censado en octubre de 2017, porcentaje mayor en cinco puntos porcentuales respecto al 57% del censo de 2007. Esto es alentador ya que las personas tienen ingresos adecuados para poder cubrir el gasto de un servicio en base a su evento.

Además, según datos del INEI, según departamento, Lima reportó mayor número en el 2017 con 41.209, le siguen Arequipa con 4.706, La Libertad 4.197, Junín 4.042, Piura 3.947, Cusco 3.485, Áncash 3.454 y Cajamarca 3.117. En Lima, la edad promedio de los hombres para contraer nupcias es 36 años y en las mujeres 33. Mientras que, en la Provincia Constitucional del Callao los hombres, en promedio se casan a los 37,2 años y las mujeres a los 33,6 años. El 90 % que contrajo matrimonio en el 2017 era soltero al momento de hacerlo, mientras que el 8,4 % de varones y 6,3 % de mujeres era divorciados/as.

Según Jorge Bouverie, especialista en Gestión de Eventos de Toulouse Lautrec, indicó que el 60% de eventos sociales que se realizan en el Perú son matrimonios, mientras que el 30% corresponden a eventos corporativos organizados por empresas, los cuales se realizan de acuerdo a la realidad económica del país. Además, el matrimonio se está convirtiendo en un evento cada vez más costoso, ya que como mínimo se pueden gastar

de US\$ 10,000 a US\$ 20,000, mientras que el costo máximo puede llegar a US\$ 30,000 o US\$ 40,000, principalmente en el segmento A y B de la población. (Gestión, 2016).

Analizando estos datos, contamos con una gran cantidad de personas que se casan y su demanda hacia realizar un evento para su matrimonio es mayor, esto también significa que nuestro servicio tiene que estar de acuerdo a la necesidad del cliente y variación de temporada en el mercado.

3.5. Estudio de la oferta

En este rubro de alquiler de mobiliario para eventos sociales, hay más empresas que van ofreciendo este servicio específicamente, porque como se mencionó anteriormente, también hay empresas que se dedican a ofrecer todo el paquete completo para eventos sociales.

Las empresas de alquiler de mobiliario para eventos sociales han ido creciendo en los últimos años, los beneficios de esto es que podemos ofrecer una diferenciación en cuanto a nuestro servicio y productos, también podríamos usar la tecnología en cuanto a innovación, ya que existe una gran variedad de productos para la ambientación de matrimonios, las cuales en el país aún no se ofrecen. Otro factor importante en la tecnología es las redes sociales, esta es una herramienta importante en este rubro, ya que mediante ella se puede exponer todo lo que se ofrece y esto es lo que buscan los clientes del mercado, de acuerdo a esto la empresa no solo será un proveedor más que están buscando, sino de lo que quieren como objetivo.

Los competidores de este mercado son amplios, por ello identificamos a los que son conocidos y posicionados dentro de los que ofrecen variedad de materiales para eventos sociales:

Tabla N° 13: Competidores del mercado de mobiliario para eventos sociales

EMPRESA	SERVICIO	DISTRITO
Innova Kreativa Eventos	Alquiler de estructuras, mobiliario e iluminación	Villa El Salvador
El progreso	Alquiler de mobiliario para eventos	Chorrillos
Candy Eventos	Alquiler de mobiliario para eventos	San Juan de Miraflores

Eventos Innova	Alquiler de mobiliario para eventos	Chorrillos
----------------	-------------------------------------	------------

Fuente: Elaboración Propia

Los competidores ofrecen el mismo servicio y otros una gran variedad de servicios, nosotros buscaremos desde el inicio la diferenciación a través de la atención personalizada, que el cliente sea tratado como se lo merece y darle lo que busca, siempre de la mano de una asesoría para que pueda usar los materiales necesarios y de acuerdo a su necesidad. Además, brindarle esa confianza que la mayoría busca, con productos de calidad, cuidados y que lleguen a tiempo a su evento. Otro aspecto y más importante, el precio y la facilidad de pago para obtener nuestro servicio.

3.6. Determinación de la demanda insatisfecha

Para poder conocer la demanda insatisfecha, hemos realizado una encuesta en base a preguntas específicas para poder conocer la demanda a este tipo de servicios.

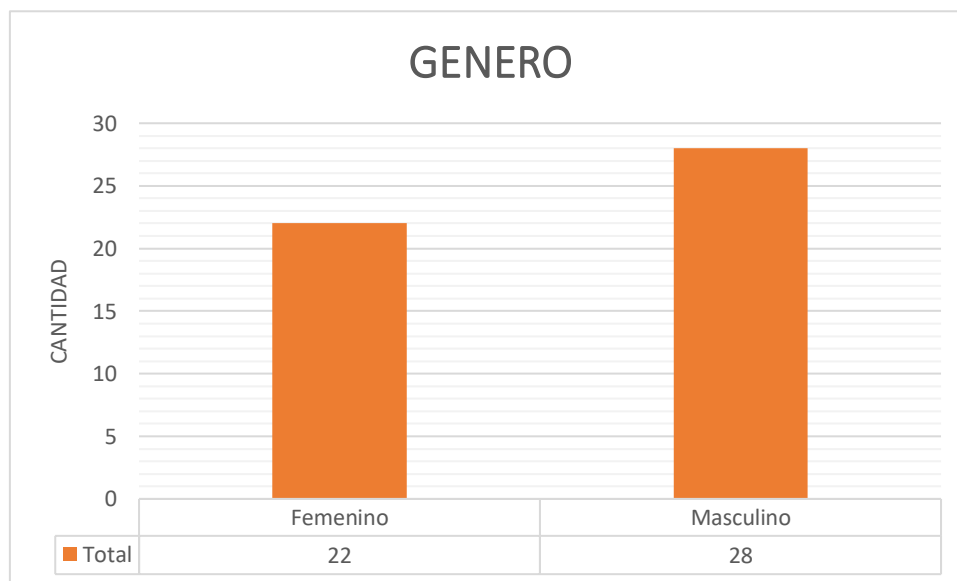


Figura N° 21: Tipo de género

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

El género entre varones y mujeres de mayor cantidad en los encuestados fue el género masculino con 28 y 22 el femenino.

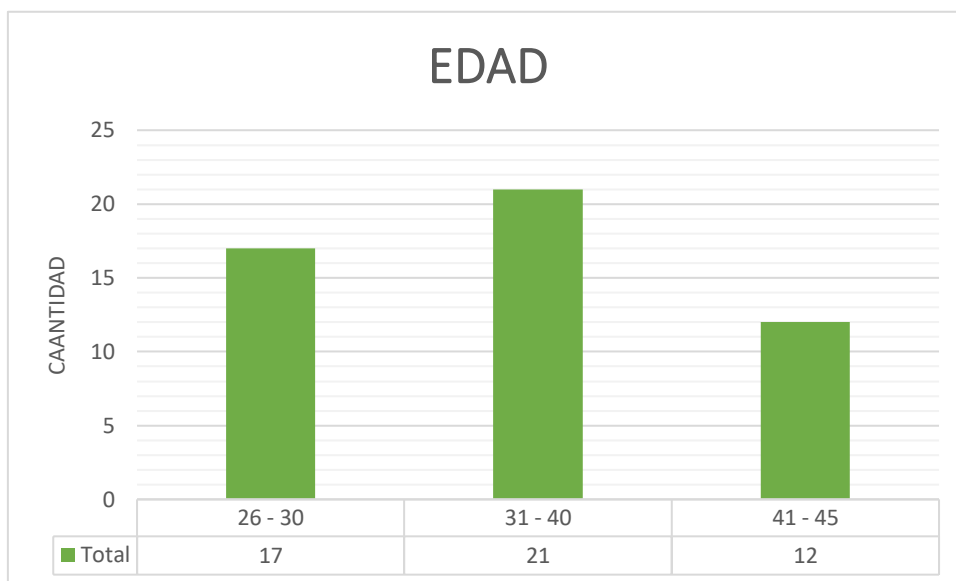


Figura N° 22: Edad de encuestados
Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

Entre el rango de edades, la que resalto entre los encuestados fue de 31 a 40 años con 21 personas. Siguiéndole el rango de 26 a 30 con 17 y por último el rango de 41 – 45 con 12 personas.

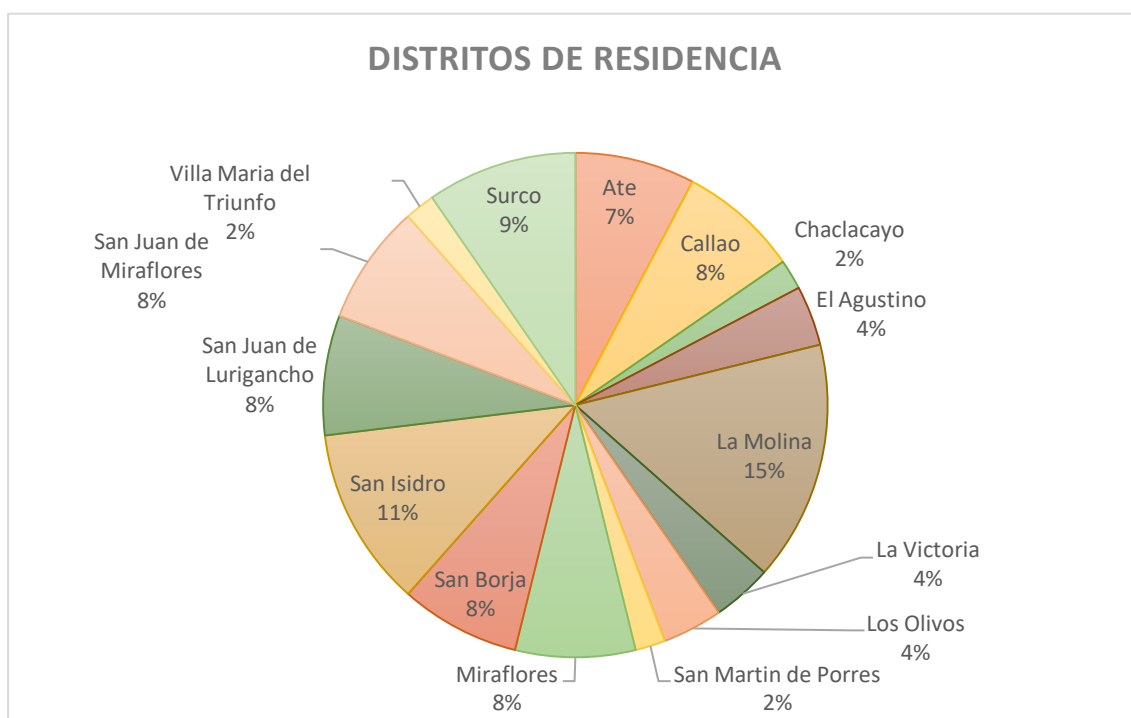


Figura N° 23: Distritos de residencia
Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

Entre los distritos encuestados encontramos a La Molina con 15%, San Isidro con 11%, Surco con 9%, Miraflores 8% y San Borja 8%. Estos distritos son los que tenemos como segmento de mercado, por ello su importancia.

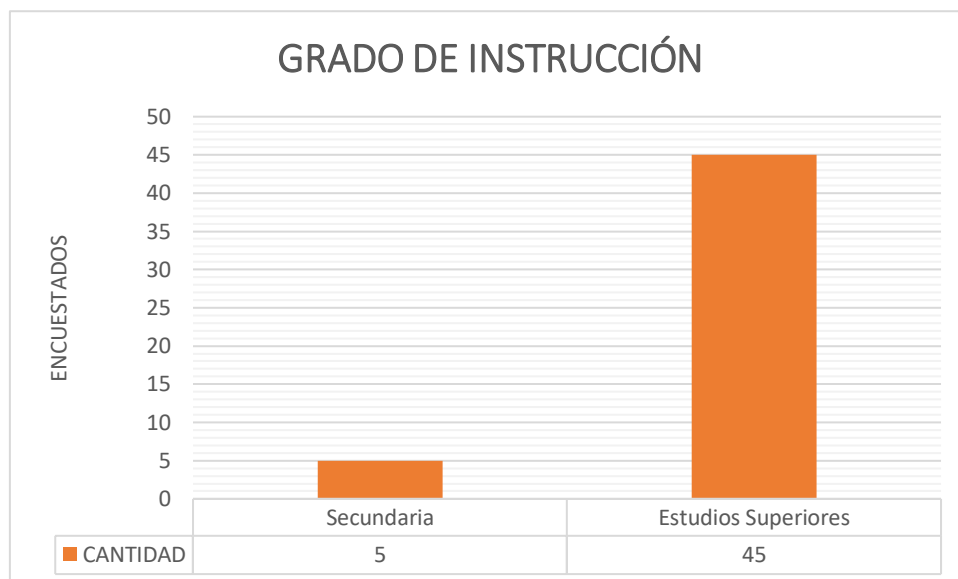


Figura N° 24: Grado de instrucción
Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

El grado de instrucción que más resalto fue Estudios superiores con 45 encuestados, seguido de Secundaria con 5 personas.

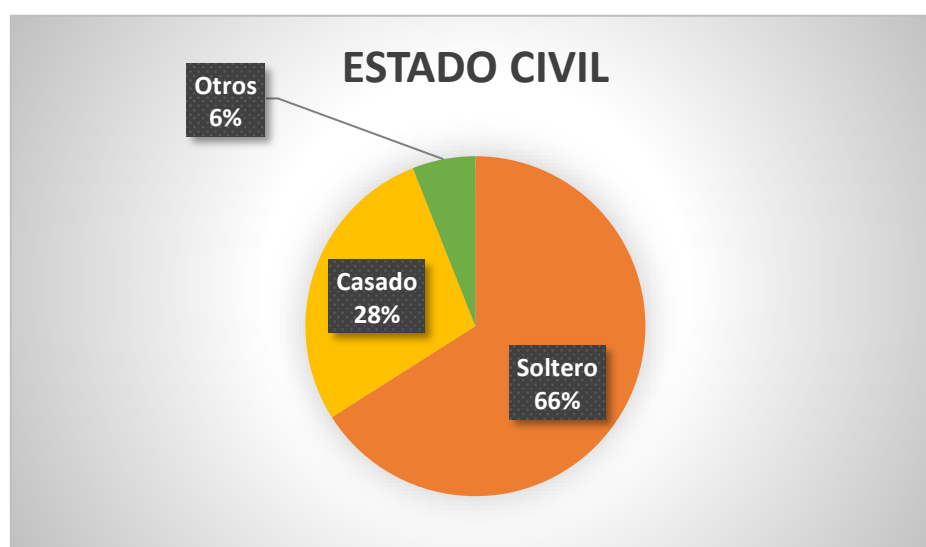


Figura N° 25: Estado civil
Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

La mayoría de encuestados eran personas solteras con 66%, seguido por personas casadas con 28% y otros con 6%.



Figura N° 26: Nivel de ingresos

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

El nivel de ingresos que la mayoría posee es de S/. 3001.00 a S/. 4000.00, con 17 personas encuestadas.

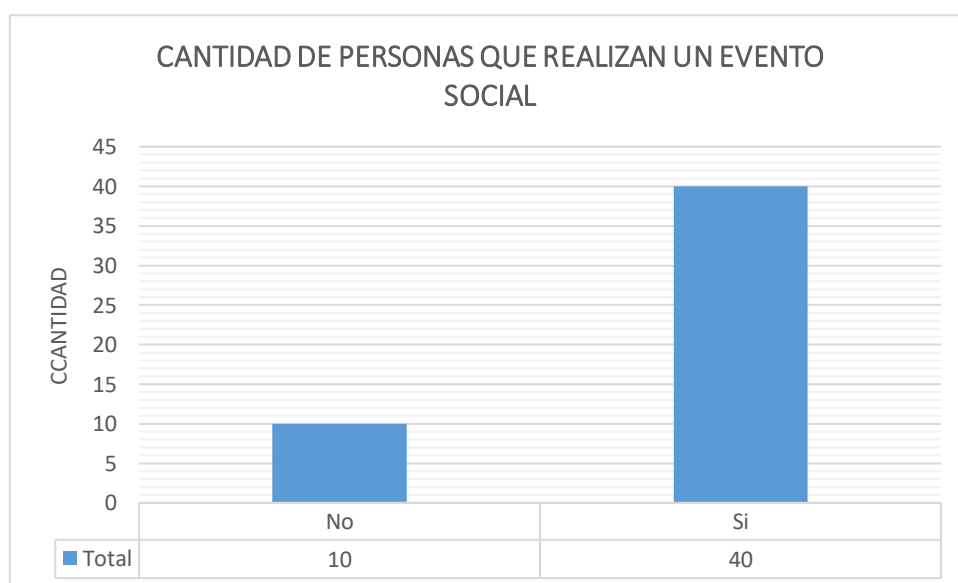


Figura N° 27: Personas que realizan un evento social

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

En cuanto a las personas que realizan un evento social, tenemos que 40 si organizan y 10 no lo hacen.



Figura N° 28: Personas que realizan un evento social
Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

Un 80% prefiere contar con servicios para realizar su evento y el 20% no lo hace.

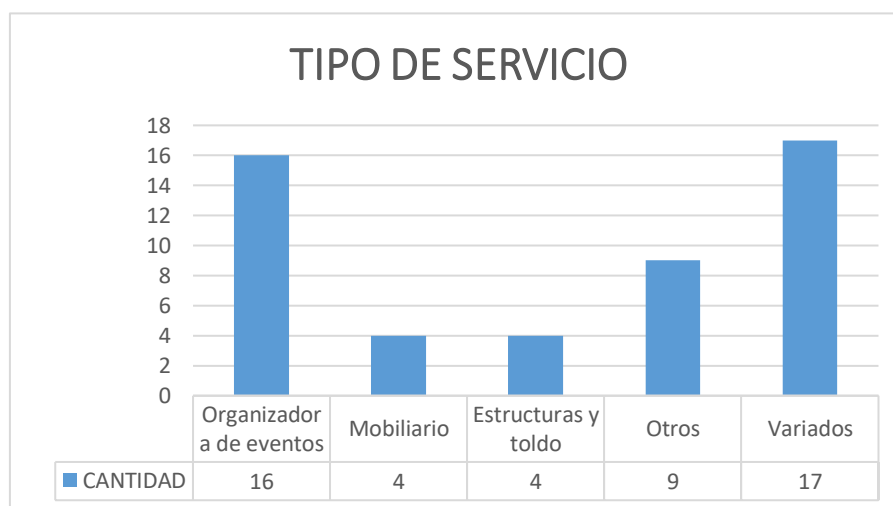


Figura N° 29: Tipo de servicio
Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

El tipo de servicio que más solicitan es variados (Organizadora de eventos, mobiliario, estructura y toldo y otros servicios) que cuenta con 17 personas, siguiéndole la organizadora de eventos con 16 personas.

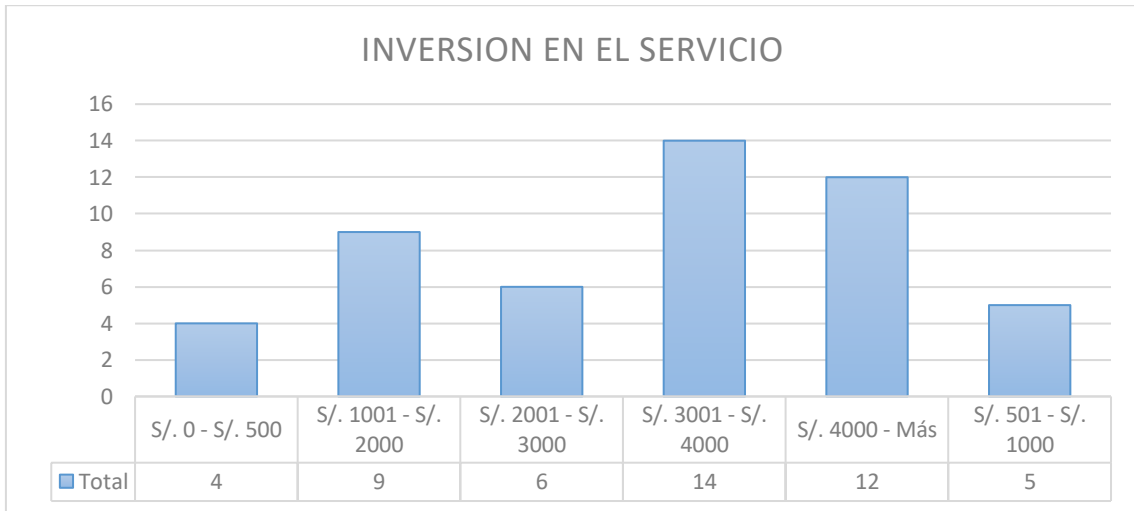


Figura N° 30: Inversión en el servicio

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

La inversión que harían esta entre S/. 3001.00 a S/. 4000.00, estos son 14 personas y la que le sigue es S/. 4000.00 a más con 12 personas.

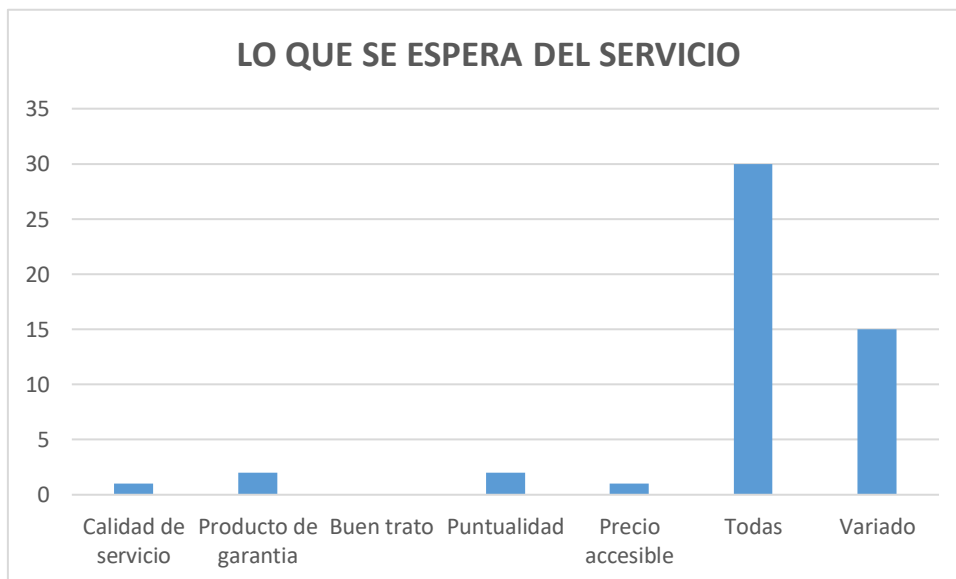


Figura N° 31: Lo que se espera del servicio

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

La cantidad de 30 personas entrevistadas esperan del servicio: calidad de servicio, producto de garantía, buen trato, puntualidad y precio accesible.

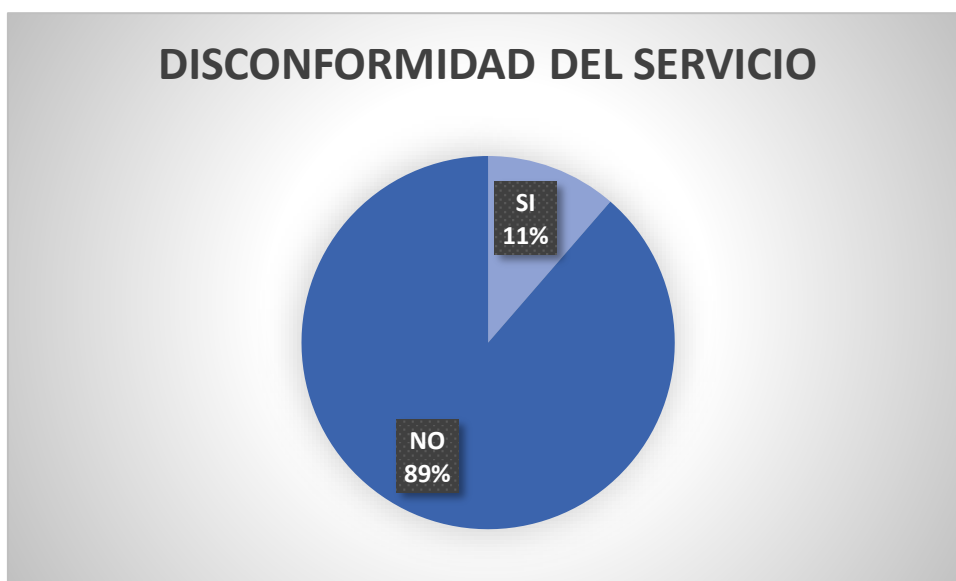


Figura N° 32: Disconformidad del servicio

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

En cuanto a la disconformidad del servicio, solo el 11% tuvo disconformidad con el servicio, entre los cuales destaca la puntualidad y productos en mal estado. Y el 80% quedó conforme.

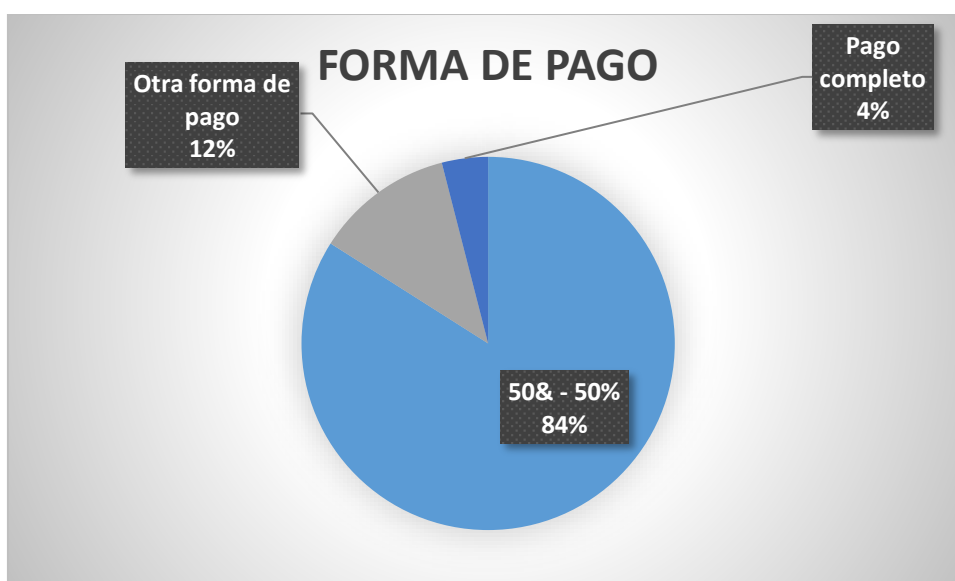


Figura N° 33: Forma de pago

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

Por último, la forma de pago que prefieren más es el de 50% - 50%.

En base a esta encuesta podemos decir que existe un pequeño porcentaje de demanda insatisfecha para el rubro servicio de alquiler de mobiliario para eventos sociales (Figura N° 32), debido a que el inconveniente no pasa a mayor, como cancelar el contrato de servicio o el evento. Por ello como una estrategia será enfocarnos en ese pequeño porcentaje de clientes insatisfechos para cubrir su necesidad y brindarle confianza a la hora de llevar los productos a su evento.

3.7. Proyecciones y provisiones para comercializar

En este mercado de eventos sociales se necesitan buenos materiales de trabajo, para ofrecer, así como también las herramientas adecuadas para poder trabajar y ofrecer un buen servicio. La empresa VLADECO E.I.R.L., al ser una empresa nueva, tiene en claro cuáles son las provisiones necesarias para poder ejercer sus labores de manera adecuada, por ello contará con materiales y los recursos necesarios para ofrecer sus servicios.

- Materiales y productos:

Se contará con los productos adecuados al entorno del mercado, que cumplan con los requisitos de seguridad y calidad para ofrecer garantía a los clientes. Estos productos son elaborados en talleres donde se dedican a la elaboración y comercialización de productos mobiliarios para todo tipo de eventos.

También tendremos una movilidad de trabajo, que es una camioneta con furgón, ideal para transportar todo nuestro producto hacia los eventos. Además, tendremos computadoras e insumos necesarios para el área administrativa.

- Proveedores

Trabajaremos con proveedores que tengan experiencia en su rubro y puedan otorgar confianza y garantía en sus trabajos. Formaremos alianzas de trabajo que generen beneficios para ambas partes, lo cual es una estrategia que implementaremos desde el primer día de trabajo y así poder generar un lazo de trabajo a largo plazo.

- Infraestructura:

Tendremos un local de trabajo el cual contará con las medidas necesarias para poder almacenar nuestros productos, tendrá todos los papeles en regla para no tener ningún inconveniente con la Municipalidad y otras Entidades reguladoras. Este será nuestra base de operaciones donde trabajará la parte operativa y administrativa del negocio. El local tiene un área de 120 m² y está ubicada en el distrito de Ate.

- Personal:

La empresa tendrá un equipo de trabajo el cual está conformado por personal administrativo que son el Gerente General, el personal operativo conformado por el Encargado de Logística y Mantenimiento, Chofer Operario de instalación y Operario de instalación; los cuales suman un total de 4 personas.

3.8. Descripción de la política comercial

El mercado de eventos sociales, en especial de matrimonios es muy competitivo, es por ello que para buscar diferenciarnos de los demás, debemos tener estrategias de competitivas que logren alcanzar los objetivos que tenemos trazados. Esto lo haremos a través de publicidad, trato personalizado, productos de calidad, entre otros.

3.8.1. Estrategias de Marketing Mix

- Producto

VLADECO E.I.R.L. ofrecerá el servicio de alquiler de mobiliario para eventos sociales, que cuenta con alquiler de sillas, mesas, mantelería, muebles y barras de bebida, de diferentes modelos y variedades, hechos con materiales e insumos de calidad de acuerdo a las exigencias del mercado. Los productos como las sillas de madera, barra de bebidas y mesas son hechos por proveedores dedicados al rubro de mobiliario que son carpintería, tapicería. Los cuales tienen una amplia experiencia creando estos productos. En cuanto a sillas de metal y bases de metal para mesas y barra de bebidas son elaborados por proveedores soldadores con conocimiento en metal y sus derivados. Por último, la mantelería será elaborada a mano por costureras creativas con experiencia en bardado. Con todo esto, queremos ofrecer un producto que valga la pena tener en el evento del cliente, ya que fueron elaborados por personas que conocen su trabajo, esto genera un gran valor que se transforma en calidad.

- Precio

Ofreceremos un precio adecuado al mercado, ya que existen una gran variedad de ofertas que son tentativos para los clientes. También tendremos en cuenta los costos de producción de cada producto a ofrecer.

SILLAS		BARRA DE BEBIDAS	
ARTICULO	PRECIO	ARTICULO	PRECIO
Silla de plastico sin brazo color blanco	S/.1.50	Barra de bebidas mediana (2.50 mt) y (3 mtrs.) color a ele	S/.350.00
Silla de metal modelo Tiffany (colores: plateado, dorado y bronce)	S/.3.00	Barra de bebidas grande (5 mt) en madera	S/.500.00
Silla de madera modelo crossback	S/.6.00	Barra de bebidas con capitone (2.50 mt) y (3 mt)	S/.350.00
Par de sillones para novios modelo Luis XV	S/.150.00	Barra de bebidas con capitone de 5 mt	S/.500.00
		Barra de madera con diseño de 5 mt	S/.500.00
MESAS		MANTELERIA	
ARTICULO	PRECIO	ARTICULO	PRECIO
Mesa redonda de 10 p. vestida con manteleria basica	S/.40.00	Mantel redondo de piel de angel	S/.15.00
Mesa redonda de 10 p. con base (caballete)	S/.10.00	Mantel redondo polyseda	S/.15.00
Caballete		Mantel redondo de borlon	S/.20.00
Tablero recto vestido con manteleria basica	S/.40.00	Mantel redondo o cuadrado corrugado	S/.20.00
Tablero recto o curvo con dos bases de metal	S/.15.00	Mantel redondo brocado	S/.20.00
Mesa wash larga	S/.100.00	Tapete redondo brocado	S/.20.00
Mesa wash mediana	S/.80.00	Tapete redondo de borlon	S/.20.00
Mesa wash pequeña	S/.50.00	Tapete cuadrado de organza bordada con cinta de fantasia	S/.20.00
Mesa con capitone de 2.40 mt x 90 ctm. Para dulce o queso	S/.150.00	Tapete cuadrado de organza con doble cinta satinada	S/.20.00
Mesa de 3 niveles en wash para dulce o queso	S/.250.00	Tapete cuadrado de organza	S/.20.00
Juego de mesa vintage blanco (4 piezas) 2 largos y 2 pequeños	S/.300.00	Tapete cuadrado de borlon	S/.20.00
Mesa de madera tallada color nogal para ceremonia	S/.100.00	Tapete cuadrado de piel de angel	S/.15.00
		Tapete corrugado	S/.20.00
		Tapete cuadrado de yute con aplicaciones	S/.20.00
		Tapete cuadrado andino	S/.20.00
		Tapete cuadrado de organza con flecos y cinta fantasia	S/.20.00
SALAS LOUNGE		BARRA DE BEBIDAS	
ARTICULO	PRECIO	ARTICULO	PRECIO
Un juego de 8 puff inividual y 1 mesita baja	S/.120.00	Juego de 4 banquetas y 1 mesa alta color blanco	S/.60.00
Juego de sala palet rustico	S/.160.00	Banqueta	S/.10.00
Juego de sala Luis XV	S/.250.00	Mesita alta	S/.40.00
Juego de sala vintage	S/.400.00		

Figura N° 34: Cuadro de precios de la empresa VLADECO E.I.R.L.

Fuente: Elaboración propia

- Plaza

La ubicación de nuestra base de operaciones se encuentra en el Distrito de Ate, donde estamos cerca a los lugares donde se llevan a cabo eventos sociales y matrimonios, por ejemplo, estamos cerca de Chaclacayo, Chosica, La Molina y Cieneguilla. Tenemos fácil acceso a las vías principales de la ciudad para poder llegar con anticipación a un evento fuera del distrito donde nos ubicamos. Además, el cliente puede visitar nuestro local para conocer como trabajamos en nuestros productos, el cuidado y mantenimiento que le

damos y el ambiente de trabajo y el equipo que logra que su evento tenga lo mejor, y pueda tener la seguridad de llevarse un servicio confiable y seguro.

- Promoción

La mejor promoción para poder ofrecer nuestros productos es a través de las redes sociales, ya que es un medio por el cual los clientes ven tu trabajo y lo que ofreces. Mediante la interacción con el cliente a través de un video llamada, compartiendo un evento en vivo o subiendo fotos y videos actualizados de los eventos que hemos trabajado será el punto de partida para ofrecer un servicio personalizado. Estaremos en todas las redes sociales que más interactúan los clientes interesados en matrimonios y eventos sociales que son Facebook, Instagram, Pinterest, YouTube, y Tik Tok; Actualizando constantemente y manteniendo al tanto al cliente de las novedades que iremos ofreciendo temporalmente.

3.9. Cuadro de la demanda proyectada para el negocio

La demanda proyectada para la empresa VLADECO E.I.R.L., se basará de acuerdo a como vaya ganando aceptación en el mercado y cubriendo la demanda insatisfecha. Ya que es una empresa que recién está iniciando sus actividades y no es muy conocida.

Nos enfocamos en la demanda insatisfecha, para ello estamos preparados y contamos con los recursos y materiales para cubrir la demanda. Nos proyectamos a 5 años, teniendo en cuenta una participación de 5% por los 5 años, iniciamos con una demanda de 2675 lo cual se calcula en base a la demanda insatisfecha, entonces proyectaremos una venta el primer año de 134 servicios atendidos y 163 el quinto año.

Tabla N° 14: Cuadro de la demanda proyectada

ESTIMACIÓN DE AÑO (5)	2021	2022	2023	2024	2025
DEMANDA PROYECTADA	2675	2809	2949	3097	3251
PARTICIPACIÓN %	5%	5%	5%	5%	5%
ESTIMACIÓN DE VENTA	134	140	147	155	163

Fuente: Elaboración Propia

Debemos señalar que actualmente se cuenta con datos estadísticos muy limitados y casi inexistentes de empresas de este rubro de eventos sociales y mobiliarios.

Se estima que las personas a casarse en Lima Metropolitana aumenten un 0.5% cada año, aquí debemos resaltar que el mercado de matrimonios es variable, pero según estadísticas del INEI hasta el 2017 los matrimonios fueron creciendo, esto es un enfoque importante para el mercado de eventos de matrimonios.

Otro factor a mencionar es la demanda proyectada, esto se analiza en base a la cantidad de eventos que podamos realizar durante el año, cabe precisar que somos una empresa nueva y que recién estamos entrando al mercado, va a tomar tiempo lograr mantenernos en el mercado y lograr fidelidad de los clientes, así que estos datos son variables.

Se espera lograr una participación en el mercado del 5% en 5 años de manera progresiva a través del factor de diferenciación.

Para lograr esta proyección trabajaremos desde el inicio con el factor de diferenciación sin dejar de lado nuestro compromiso con los clientes en ofrecer un servicio comprometido y de calidad.

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Tamaño del negocio, Factores determinantes

A. Demanda

El tamaño del negocio estará determinado en función a la capacidad instalada, distribución del servicio y los productos en alquiler; como también del público objetivo a satisfacer. Se conoce que la demanda insatisfecha es de 2675 personas, en base a la cantidad de matrimonios realizados en Lima Metropolitana y la cantidad de personas que contratan servicio para realizar su evento social.

Tabla N° 15: Cuadro del Mercado y Demanda insatisfecha

MERCADO	
MERCADO POTENCIAL	30403
MERCADO META	24322
DEMANDA INSATISFECHA	2675

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N° 16: Cuadro del Mercado Meta.

MERCADO META	
Personas que hacen eventos	89%
Contratan servicios para eventos	80%
Disconformidad del servicio	11%

Fuente: Elaboración Propia

Analizando, el mercado potencial es la cantidad de personas que se casaron en Lima Metropolitana en el 2018 según INEI. En base a ello pudimos calcular el mercado meta que se base en el 80% de personas que contratan servicio para eventos sociales, y la demanda insatisfecha es la cantidad de disconformidad del servicio. Estos datos del mercado meta lo generamos de acuerdo al estudio de mercado realizado en Lima Metropolitana.

B. Punto de equilibrio

El mercado es variable y existe temporadas de venta, en todo el año las ventas del servicio de alquiler de mobiliario serán variables, entonces se necesita conocer el punto donde no ganemos ni perdamos, el punto donde empezáramos y no debemos bajar de ello para cubrir nuestros costos y generar rentabilidad. Para contar con el punto de equilibrio de la empresa VLADECO E.I.R.L., se cuenta con diferentes variables como el costo fijo, costo variable y el precio del servicio.

Tabla N° 17: Cuadro del Mercado y Demanda insatisfecha

COSTOS		DETALLE
PRECIO UNITARIO	S/.1,440.00	Paquete de servicio para 50 personas
COSTO FIJO	S/.6,246.20	-
COSTO VARIABLE UNITARIO	S/.600.00	-
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	S/.840.00	Precio – Costo Variable
PUNTO DE EQUILIBRIO	7	Costo fijo / precio venta - costo variable

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a los datos arrojados en la Tabla N° 17 podemos indicar que se desarrolló el punto de equilibrio que nos da la cantidad de 7, eso quiere decir que debemos partir de 7 eventos al mes para no perder ni ganar, esto es importante para tener en claro que debemos ofrecer nuestro servicio de manera progresiva, además que somos una nueva empresa en el mercado que busca diferenciarse de lo demás y ser conocidos.

C. Entorno

Al ser una empresa en inicio, nos encontraremos en el sector MYPE ya que nuestras ventas anuales serán menores a 150 UIT, de acuerdo al precio que tenemos establecido y la estimación de ventas.

Tabla N° 18: Cuadro del Entorno

SEGMENTO	UIT	DEMANDA EN SOLES	EMPRESAS EN LIMA METROPOLITANA
MICROEMPRESA	0 - 150	4300 - 645000	926775
PEQUEÑA EMPRESA	151 - 1700	649300 - 7310000	56325

MEDIAN EMPRESA	1701 - 2300	7314300 - 9890000	9621
GRAN EMPRESA	2301 - MÁS	9894300	998

Fuente: INEI 2015

Elaboración: Propia

La inversión proyectada para iniciar las operaciones de la empresa es de S/. 81,861.78, estará dividido en capital propio y préstamo bancario, pagado en cuotas de acuerdo al tiempo establecido con la entidad financiera.

El rendimiento esperado sería de 30% de utilidad y el 70% para gastos y pagos.

Podemos indicar que nuestro tamaño, en base al punto de equilibrio y la demanda, será de 2675 servicios para el primer año.

4.2. Proceso y Tecnología

4.2.1. Descripción y diagrama de los procesos

Contaremos con los siguientes procesos para el servicio de alquiler de mobiliario para eventos sociales:

A. Atención al cliente

- Se ofrece nuestro servicio mediante redes sociales y otros medios.
- El cliente nos contacta mediante teléfono o redes sociales.
- Se escucha y toma nota de lo que el cliente solicita, en base a ello se le ofrece todo el mobiliario que tenemos para su evento (Sillas, mesas, muebles, barra de bebidas y mantelería) a través de fotos, videos y reseñas. Además, se le brinda una cotización detallada de acuerdo a su necesidad y su demanda.
- El cliente toma la decisión y responde:
 - Si: Se llega a un acuerdo y se firma un contrato, y se cancela el 50% de adelanto.
 - No: Se agradece por contactarnos y se le registra en nuestra base de datos para contactarnos a futuro con él.

Tabla N° 19: Diagrama de Gantt – Atención al cliente de la empresa VLADECO E.I.R.L.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	MINUTOS			
		30	45	60	90
1. Ofrecer nuestro servicio	Gerente General				
2. Contacto con el cliente	Gerente General				
3. Brindar información y cotización	Gerente General				
4. Concretar acuerdo con cliente	Gerente General				

Fuente: Elaboración Propia

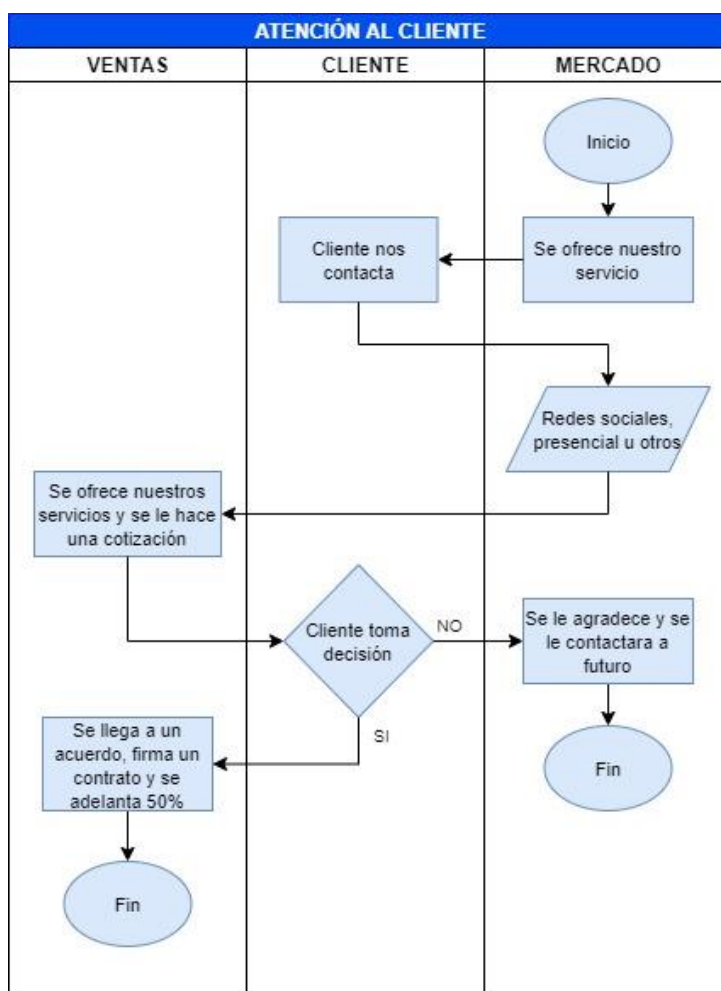


Figura N° 35: Diagrama de flujo de Atención al cliente de la empresa VLADECO E.I.R.L.

Fuente: Elaboración propia

B. Servicio

- Se toma el pedido y se coordina con logística para separar y preparar las cosas solicitadas con días de anticipamiento.
- Se preparan las cosas y se empaqueta para tener todo listo. Si tuviera que tener algún diseño o retoque, se pasa al área de mantenimiento para su respectivo proceso.
- Si hay un producto personalizado, entonces se contacta con nuestro proveedor para realizarlo y tenerlo listo antes del evento.
- Se realiza un conteo y control de los productos a salir para tener conocimiento que cumpla con lo solicitado para el evento.
- Se carga la movilidad con los productos ya separados para llevarlos al lugar del evento, el mismo día del evento o un día antes.
- Se descarga los productos y se empieza a instalar en los lugares indicados.
- Terminando de instalar, se hace presente al cliente o encargado que ya se dejó todo listo y se deposita la cancelación del 50% restante.
- Terminado el evento, se desinstala y recoge los productos el mismo día o al siguiente, dependiendo de la coordinación con el cliente.

Tabla N° 20: Diagrama de Gantt – Servicio de la empresa VLADECO

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	MINUTOS				
		30	60	90	120	180
1. Toma de pedido	Gerente General					
2. Se escoge y contabiliza los productos	Encargado de Logística y Mantenimiento					
3. Empaquetado y ordenado de productos	Operario de instalación					
5. Mantenimiento de Producto	Encargado de Logística y Mantenimiento					
6. Conteo y control de productos	Encargado de Logística y Mantenimiento					
7. Carga y movilidad	Chofer y operario de instalación					
8. Descarga de productos	Operario de instalación					
9. Instalación y entrega de servicio	Operario de instalación					

Fuente: Elaboración Propia

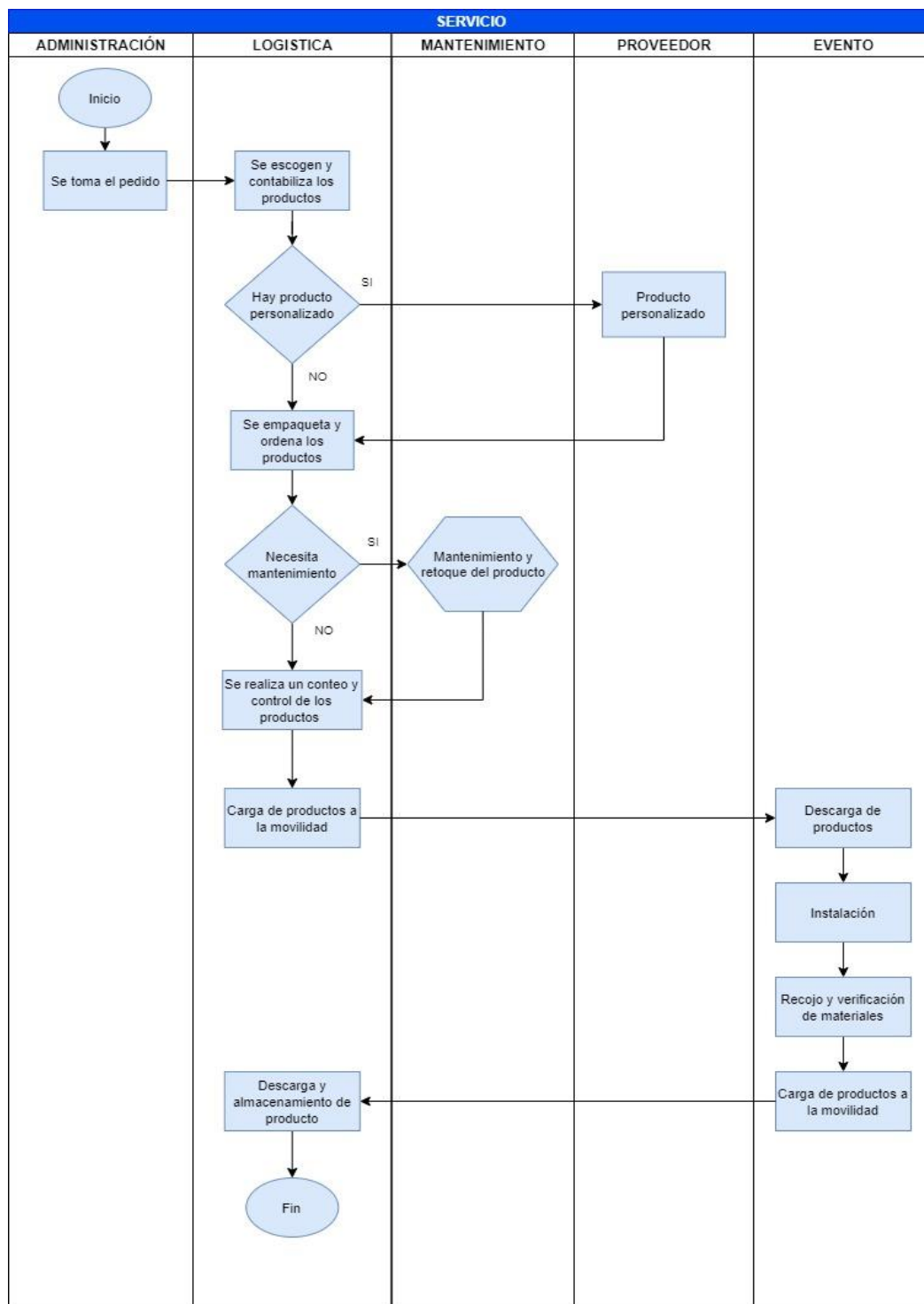


Figura N° 36: Diagrama de flujo de Servicio de la empresa VLADeco
Fuente: Elaboración Propia

El servicio inicia en el área administrativa y finaliza en logística, este proceso involucra a todo el personal de la empresa para lograr brindar un servicio adecuado y personalizado.

4.2.2. Capacidad instalada y operativa

VLADECO E.I.R.L. cuenta con un servicio personalizado, donde se tendrá en cuenta los gustos que pueda tener en mente el cliente, siempre con la asesoría adecuada por parte de nosotros. Para contar con nuestra capacidad instalada tomaremos en cuenta el tiempo a usar para realizar un servicio y la cantidad de personal involucrado en ello. Primero, para realizar un servicio de alquiler de mobiliario para eventos sociales se contará con 4 personas, desde que ingresa el pedido hasta que finalice el evento y se recoja el mobiliario; el tiempo estimado por 1 servicio es de 9 horas, según nuestro diagrama de Gantt (Tabla N° 20), utilizando distintos recursos y procesos. De acuerdo a ello, podemos indicar que el tiempo de servicio por semana es de 9 horas, por mes es de 36 horas y por año es de 432 horas.

Tabla N° 21: Cuadro de capacidad instalada por horas

CAPACIDAD INSTALADA POR HORAS	
SERVICIO	1
CANTIDAD DE PERSONAL	4
TIEMPO PARA REALIZAR SERVICIO - H	9
TIEMPO SERVICIO POR SEMANA - H	9
TIEMPO SERVICIO POR MES - H	36
TIEMPO SERVICIO POR AÑO - H	432

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a encuesta realizada por nosotros e información obtenida de la competencia, para inicio de actividades se toma 2 eventos a realizar por semana, el cual estará basado en nuestro público objetivo y el estado de la empresa, estos eventos son los días sábados que es el día donde la mayoría de eventos se realiza. Debemos saber que nuestro estado es una empresa en inicio y aunque deseamos tener eventos a cubrir todos los días, debemos estar de acuerdo a la realidad, existe un mercado con una competencia potencial, debemos iniciar de acuerdo a nuestra capacidad y servicio para lograr diferenciarnos creando valor y calidad en cada servicio, la mayoría de competidores se basan en cantidad y no calidad y es ahí donde debemos atacar para generar una clientela fiel.

Tabla N° 22: Cuadro de estimación de servicios

ESTIMACIÓN DE SERVICIOS REALIZADOS POR SEMANA							
MATRIMONIO	L	M	M	J	V	S	TOTAL
NOVIOS	0	0	0	0	0	1	1
CATERING	0	0	0	0	0	1	1
TOTAL	0	0	0	0	0	2	2

Fuente: Elaboración Propia

Nuestra capacidad operativa al año es de 134 servicios ofrecidos y atendidos, esto se basa en la cantidad de servicios realizados en los 12 meses del año, con una variación de acuerdo a los matrimonios realizados en los meses de temporada. Según INEI el 2018 en Lima Metropolitana se realizaron 30403 matrimonios de los cuales la mayor proporción de matrimonios se celebró en el mes de diciembre con 10.8% después de febrero con 10.3% y agosto 9.6%. De acuerdo a estos datos podemos tener claro que el mercado es variable y los meses de mayor porcentaje son los de mayor potencial para cubrir la demanda.

Tabla N° 23: Cuadro de capacidad operativa

MES	EVENTOS	EVENTOS POR SEMANA
Enero	8	2
Febrero	13	3
Marzo	12	3
Abril	8	2
Mayo	9	2
Junio	9	2
Julio	9	2
Agosto	13	3
Setiembre	9	2
Octubre	12	3
Noviembre	14	3
Diciembre	18	4
TOTAL	134	

Fuente: Elaboración Propia

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

A continuación, daremos una breve descripción de los insumos, recursos y equipos necesarios para el funcionamiento y proceso de nuestro servicio de alquiler de mobiliario para eventos sociales.

A. Bienes de capital e insumos

ARTICULO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	IGV	PRECIO TOTAL
Silla de plastico sin brazo color blanco	100	S/ .20.00	S/ .3.60	S/ .2,360.00
Silla de metal modelo Tiffany	100	S/ .60.00	S/ .10.80	S/ .7,080.00
Silla de madera modelo crossback	100	S/ .90.00	S/ .16.20	S/ .10,620.00
Sillones para novios modelo Luis XV	2	S/ .450.00	S/ .81.00	S/ .1,062.00
Mesa redonda de 10 personas	10	S/ .80.00	S/ .14.40	S/ .944.00
Caballete de metal	40	S/ .40.00	S/ .7.20	S/ .1,888.00
Tablero recto	4	S/ .80.00	S/ .14.40	S/ .377.60
Tablero media luna	2	S/ .80.00	S/ .14.40	S/ .188.80
Mesa wash larga	3	S/ .600.00	S/ .108.00	S/ .2,124.00
Mesa wash de 3 niveles (grande, mediano y pequeño)	1	S/ .1,500.00	S/ .270.00	S/ .1,770.00
Juego de mesa vintage blanco (4 piezas) 2 largos y 2 pequeños	1	S/ .300.00	S/ .54.00	S/ .354.00
Barra de bebidas en madera grande (5mt)	1	S/ .2,200.00	S/ .396.00	S/ .2,596.00
Mantel redondo de borlon	10	S/ .80.00	S/ .14.40	S/ .944.00
Tapete redondo brocado	10	S/ .80.00	S/ .14.40	S/ .944.00
Tapete cuadrado de organza bordada con cinta de fantasia	10	S/ .80.00	S/ .14.40	S/ .944.00
Tapete cuadrado de organza	10	S/ .80.00	S/ .14.40	S/ .944.00
Tapete cuadrado de yute con aplicaciones	10	S/ .80.00	S/ .14.40	S/ .944.00
Tapete cuadrado andino	10	S/ .80.00	S/ .14.40	S/ .944.00
Un juego de 8 puff invidual y 1 mesita baja	2	S/ .800.00	S/ .144.00	S/ .1,888.00
Juego de sala palet rustico	2	S/ .600.00	S/ .108.00	S/ .1,416.00
Juego de 4 banquetas y 1 mesa alta color blanco	4	S/ .350.00	S/ .63.00	S/ .1,652.00
TOTAL		S/ .7,730.00	S/ .1,391.40	S/ .41,984.40

Figura N° 37: Cuadro de mobiliario de la empresa VLADECO E.I.R.L.

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 24: Cuadro de muebles e insumos y equipo y maquinaria de la empresa VLADECO E.I.R.L.

ARTICULO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	IGV	PRECIO TOTAL
MUEBLES E INSUMOS				
Escritorio	1	S/.150.00	S/.27.00	S/.177.00
Estante de oficina	1	S/.150.00	S/.27.00	S/.177.00
Pizarra	1	S/.50.00	S/.9.00	S/.59.00
Estante de almacén	1	S/.180.00	S/.32.40	S/.212.40
Mesa de trabajo	2	S/.60.00	S/.10.80	S/.70.80
EQUIPO Y MAQUINARIA				
Computadora	1	S/.1,500.00	S/.270.00	S/.1,770.00
Impresora	1	S/.800.00	S/.144.00	S/.944.00
Celular	1	S/.200.00	S/.36.00	S/.236.00
Plancha	1	S/.100.00	S/.18.00	S/.118.00
Máquina de coser	1	S/.400.00	S/.72.00	S/.472.00
Camioneta para reparto	1	S/.24,000.00	S/.4,320.00	S/.28,320.00
TOTAL		S/.27,590.00	S/.4,966.20	S/.32,556.20

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N° 25: Costos fijos de la empresa VLADECO E.I.R.L.

COSTOS FIJOS	MENSUAL	ANUAL
Personal administrativo	S/.1,600.00	S/.19,200.00
Personal operativo	S/.2,810.00	S/.33,720.00
Materiales de limpieza y oficina	S/.106.20	S/.1,274.40
Asesoría contable	S/.700.00	S/.8,400.00
Servicios Públicos	S/.310.00	S/.3,720.00
Internet	S/.60.00	S/.720.00
Alquiler de local	S/.600.00	S/.7,200.00
Seguro	S/.60.00	S/.720.00
TOTAL	S/.6,246.20	S/.74,954.40

Fuente: Elaboración Propia

B. Recurso Humano

➤ **Gerente General**

❖ **Característica**

- Tramitación inicial e implementación del negocio.
- Designación y Contratación de personal.
- Realización de reuniones mensuales con los empleadores.
- Resolución de los problemas que puedan afectar a la estrategia del negocio.
- Seguimiento económico financiero del negocio a través de la revisión y análisis de los estados financieros e informes mensuales.
- Resolución de los problemas que puedan afectar a la estrategia del negocio.
- Dar instrucciones necesarias para alcanzar los objetivos estratégicos establecidos
- Realizar el inventario de los materiales.
- Se reúne con el encargado del área de Mantenimiento para el cuidado de los materiales.
- Abastecer de materiales, insumos y todo lo necesario a todas las áreas para que realicen su trabajo.
- Compra de materiales.
- Llevar un control de los ingresos y egresos de efectivo.
- Coordinar con el encargado de Logística en temas de compra, venta y distribución.
- Verificar de la adquisición de materiales.
- Emisión de facturas, boletas y guías a los clientes.
- Ejecutar planes de acción para tener un control y orden dentro de las demás áreas.
- Realizar publicidad y venta de los productos y servicios a ofrecer.
- Realiza el cuadro de caja.
- Contactar a los clientes para realizar una venta.
- Administrar, planificar y controlar las actividades de la empresa.
- Realiza los reportes de costos.
- Reporta informes a la asesoría contable, en aspectos de pagos de impuestos, estados financieros, etc.

❖ **Perfil**

- Edad: 30 -35 años
- Sexo: Masculino
- Estudios: Administración

➤ **Asesoría Contable**

❖ Característica

- Encargada de la gestión financiera de la empresa y del cumplimiento de todos los requisitos legales.
- Encargada de los tributos y responsabilidades tributarias.
- Asesoría en temas de contabilidad y finanzas.

❖ Perfil

- Edad: 30 -35 años
- Sexo: Masculino o Femenino
- Estudios: Contabilidad

➤ **Encargado de Logística y Mantenimiento**

❖ Característica

- Inventario de los materiales.
- Tener un control de los materiales que saldrán para un evento.
- Verifica e informa que los materiales estén en buen estado.
- Encargado de la salida y entrada de materiales, antes y después de un evento.
- Prepara los materiales antes de salir a un evento.
- Es el encargado de cuidar las instalaciones y los materiales.
- Coordinar con Administración para la sugerencia de adquisición de nuevos materiales.
- Verificar y controlar que los materiales estén en perfectas condiciones.
- Dar mantenimiento a todo material en mal estado.
- Asegurarse que los materiales estén bien cuidados.
- Limpieza, pintado y empaque de los materiales para su guardado.

- Coordinar con el encargado de logística para conocer que materiales están para mantenimiento.
- Informar a Administración sobre el estado de los materiales.
- Sugerir mejoras para el cuidado de los materiales.

❖ Perfil

- Edad: 30 -35 años
- Sexo: Masculino
- Estudios: Profesionales o técnicos

➤ **Operarios**

❖ Característica

- Lleva los productos al lugar del evento.
- Encargado de armar los muebles en el evento.
- Apoya al mantenimiento de los productos.
- Apoya en mantenimiento de los productos.
- Ordena el área de trabajo, pone en su lugar los materiales.
- Encargado de las actividades operativas de la empresa.

❖ Perfil

- Edad: 20 - 40 años
- Sexo: Masculino y Femenino
- Estudios: Profesionales, técnicos o secundaria completa

4.2.4. Infraestructura y características físicas

La infraestructura para el negocio es para almacenar nuestros productos y para el área administrativa. La venta será a través de internet, así que no contamos con local para ventas, pero si el cliente desea conocer nuestro local, se le recibirá y atenderá para que pueda conocer nuestra base de operaciones.

El local se encuentra en la calle Santa Rosa Mz.9 Lt. 25 – Urbanización San Gregorio en el distrito de Ate y cuenta con un área de 120 mt² el cual es un local alquilado y ubicado

cerca a los lugares donde se realizan eventos. Además, cumple con todos los temas legales y todo lo necesario para almacenar y trabajar.

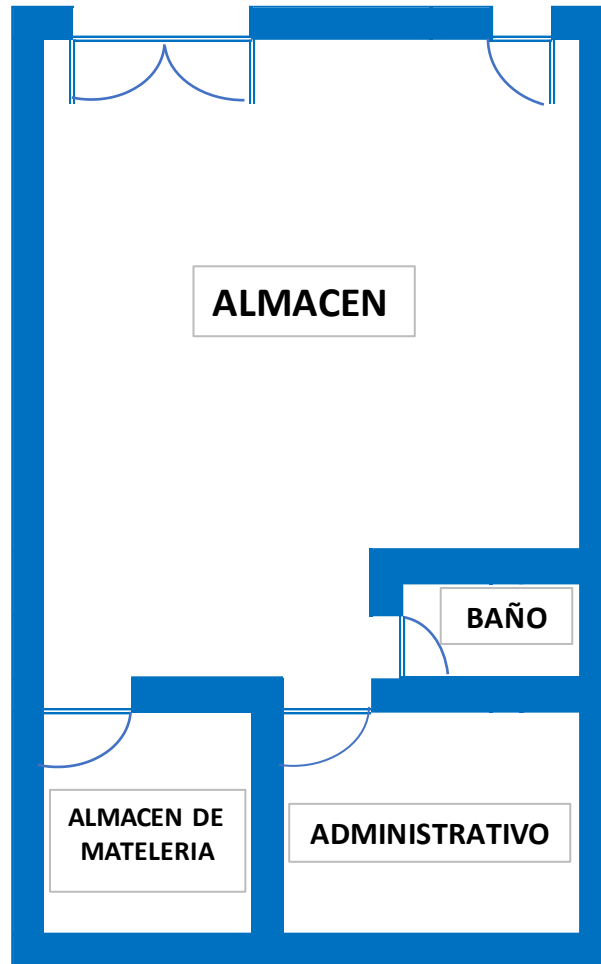


Figura N° 38: Plano de local de la empresa VLADECO E.I.R.L.
Fuente: Elaboración propia

Como se observa, contamos con tres áreas donde el almacén es el más grande, ya que necesitaremos de buen espacio para poder almacenar nuestros productos y movilidad. A continuación, mostramos las 2 áreas que también se encuentran en el local; que son almacén de mantelería, donde se guardará y trabajará todo el tema de manteles y telas. Y también está el área administrativa, donde controlaremos todo el negocio y estará instalado el Gerente General, además ahí se recibirán a los clientes que deseen visitarnos para conocer nuestra base de operaciones y concretar una venta.

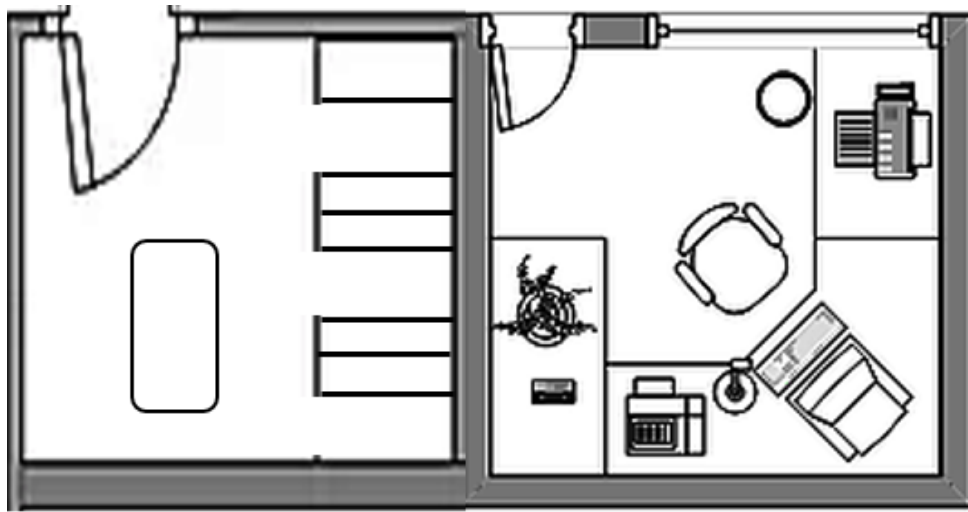


Figura N° 39: Plano del área de mantelería y administrativa de la empresa VLADECO E.I.R.L.

Fuente: Elaboración propia

4.3. Localización del negocio, Factores determinantes

A. Macro localización

La ubicación del local estará en Lima Metropolitana ya que nuestro público objetivo se encuentra ahí, en la zona 7 que está conformada por Santiago de Surco, La Molina, Miraflores, San Isidro y San Borja, al cual nos abocamos atender.



Figura N° 40: Mapa de Lima Metropolitana

Fuente: Recuperado de Google Imágenes, 2014

B. Micro localización

Dentro de Lima Metropolitana estaremos ubicados en el distrito de Ate, el cual se encuentra al este de Lima, un distrito con un clima agradable y con vías de acceso rápidas para llegar a los lugares que se va a realizar los eventos sociales.



Figura N° 41: Mapa del distrito de Ate

Fuente: Recuperado de Google Maps, 2014

C. Factores determinantes

Atraves del método cuantitativo por puntos se determinará la localización del negocio, se calificará del 1 al 5, donde el 1 es el malo y 5 es bueno.

Se tomó en cuenta dos distritos, los cuales fueron el distrito de Santa Anita y el distrito de Ate, los factores a considerar son:

- Proximidad al mercado
- Clima
- Acceso
- Seguridad
- Proveedores
- Costo de localización

Tabla N° 26: Factores determinantes de localización

FACTORES RELEVANTES	PESO ASIGNADO	SANTA ANITA		ATE	
		CALIFICACIÓN	PONDERADO	CALIFICACIÓN	PONDERADO
Proximidad al mercado	0.30	4	1.20	5	1.50
Clima	0.15	3	0.45	4	0.60
Acceso	0.25	4	1.00	4	1.00
Seguridad	0.25	3	0.75	3	0.75
Proveedores	0.15	2	0.30	2	0.30
Costo de localización	0.20	3	0.60	4	0.80
	1		4.30		4.95

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la comparación y ponderado de ambos distritos, según resultado se optó por escoger el distrito de Ate, ya que cuenta con buena proximidad al mercado, que está en el distrito de la Molina y demás en el sector 7, también está el acceso, que es importante porque Ate cuenta con acceso rápido para poder llegar a los lugares donde se realizan los eventos, como ejemplo tenemos las vías importantes que son Carretera Central y la Av. Javier Prado. Otro factor importante es el clima, Ate cuenta con un clima cálido casi todo el año por ubicarse en la zona este de Lima donde encontramos un clima menos húmedo y más soleado, ideal para mantener óptimos nuestros productos; el otro factor es el costo de localización, el cual es importante porque contamos con el local que tiene un precio bajo de alquiler que se diferencia del mercado, además que vivimos cerca al local.

5. ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

5.1. Inversión Fija

5.1.1. Inversión Tangible

La inversión tangible está compuesta por bienes tangibles que se usarán para iniciar las operaciones del negocio; el cual incluye mobiliario que serán bienes para utilizar en el servicio que se brindará, muebles e insumos y equipos y maquinaria para el área administrativa y almacén, la camioneta será para el transporte del mobiliario a los eventos. El monto total de la inversión tangible es de S/. 74,540.60; mobiliario es de S/. 41,984.40; muebles e insumos es S/. 696.20 y equipo y maquinaria es S/. 31,860.00.

	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUBTOTAL	IGV	TOTAL
INVERSION FIJA			S/.64,081.00	S/.11,534.58	S/.75,615.58
INVERSION TANGIBLE			S/.63,170.00	S/.11,370.60	S/.74,540.60
MOBILIARIO			S/.35,580.00	S/.6,404.40	S/.41,984.40
Silla de plastico sin brazo color blanco	100	S/.20.00	S/.2,000.00	S/.360.00	S/.2,360.00
Silla de metal modelo Tiffany	100	S/.60.00	S/.6,000.00	S/.1,080.00	S/.7,080.00
Silla de madera modelo crossback	100	S/.90.00	S/.9,000.00	S/.1,620.00	S/.10,620.00
Sillones para novios modelo Luis XV	2	S/.450.00	S/.900.00	S/.162.00	S/.1,062.00
Mesa redonda de 10 personas	10	S/.80.00	S/.800.00	S/.144.00	S/.944.00
Caballote de metal	40	S/.40.00	S/.1,600.00	S/.288.00	S/.1,888.00
Tablero recto	4	S/.80.00	S/.320.00	S/.57.60	S/.377.60
Tablero media luna	2	S/.80.00	S/.160.00	S/.28.80	S/.188.80
Mesa wash larga	3	S/.600.00	S/.1,800.00	S/.324.00	S/.2,124.00
Mesa wash de 3 niveles (grande, mediano y pequeño)	1	S/.1,500.00	S/.1,500.00	S/.270.00	S/.1,770.00
Juego de mesa vintage blanco (4 piezas) 2 largos y 2 p	1	S/.300.00	S/.300.00	S/.54.00	S/.354.00
Barra de bebidas en madera grande (5mt)	1	S/.2,200.00	S/.2,200.00	S/.396.00	S/.2,596.00
Mantel redondo de borlon	10	S/.80.00	S/.800.00	S/.144.00	S/.944.00
Tapete redondo brocado	10	S/.80.00	S/.800.00	S/.144.00	S/.944.00
Tapete cuadrado de organza bordada con cinta de fan	10	S/.80.00	S/.800.00	S/.144.00	S/.944.00
Tapete cuadrado de organza	10	S/.80.00	S/.800.00	S/.144.00	S/.944.00
Tapete cuadrado de yute con aplicaciones	10	S/.80.00	S/.800.00	S/.144.00	S/.944.00
Tapete cuadrado andino	10	S/.80.00	S/.800.00	S/.144.00	S/.944.00
Un juego de 8 puff invidual y 1 mesita baja	2	S/.800.00	S/.1,600.00	S/.288.00	S/.1,888.00
Juego de sala palet rustico	2	S/.600.00	S/.1,200.00	S/.216.00	S/.1,416.00
Juego de 4 banquetas y 1 mesa alta color blanco	4	S/.350.00	S/.1,400.00	S/.252.00	S/.1,652.00
MUEBLES E INSUMOS			S/.590.00	S/.106.20	S/.696.20
Escritorio	1	S/.150.00	S/.150.00	S/.27.00	S/.177.00
Estante de oficina	1	S/.150.00	S/.150.00	S/.27.00	S/.177.00
Pizarra	1	S/.50.00	S/.50.00	S/.9.00	S/.59.00
Estante de almacen	1	S/.180.00	S/.180.00	S/.32.40	S/.212.40
Mesa de trabajo	2	S/.30.00	S/.60.00	S/.10.80	S/.70.80
EQUIPO Y MAQUINARIA			S/.27,000.00	S/.4,860.00	S/.31,860.00
Computadora	1	S/.1,500.00	S/.1,500.00	S/.270.00	S/.1,770.00
Impresora	1	S/.800.00	S/.800.00	S/.144.00	S/.944.00
Celular	1	S/.200.00	S/.200.00	S/.36.00	S/.236.00
Plancha	1	S/.100.00	S/.100.00	S/.18.00	S/.118.00
Maquina de coser	1	S/.400.00	S/.400.00	S/.72.00	S/.472.00
Camioneta para reparto	1	S/.24,000.00	S/.24,000.00	S/.4,320.00	S/.28,320.00

Figura N° 42: Cuadro de inversión tangible de la empresa VLADECO E.I.R.L.
Fuente: Elaboración propia

5.1.2. Inversión Intangible

La inversión intangible son bienes que no son percibidos físicamente, pero tienen una gran importancia en la implementación del negocio. Estos bienes son los trámites que se realizan para constituir y formalizar en negocio ante el estado. El monto total de la inversión intangible es de S/. 1,074.98.

	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUBTOTAL	IGV	TOTAL
INVERSION INTANGIBLE			S/.911.00	S/.163.98	S/.,1,074.98
Licencia de funcionamiento	1	S/.,187.00	S/.,187.00	S/.,33.66	S/.,220.66
Solicitud de RUC - SUNAT	1	-	-	-	-
Patente de marca INDECOPI	1	S/.,534.00	S/.,534.00	S/.,96.12	S/.,630.12
Gastos de constitución y formalización notarial	1	S/.,120.00	S/.,120.00	S/.,21.60	S/.,141.60
Busqueda y reserva de nombre en SUNARP	1	S/.,20.00	S/.,20.00	S/.,3.60	S/.,23.60
Otros	-	S/.,50.00	S/.,50.00	S/.,9.00	S/.,59.00

Figura N° 43: Cuadro de inversión intangible de la empresa VLADECO E.I.R.L.

Fuente: Elaboración propia

5.2. Capital de Trabajo

El capital de trabajo es la cantidad de recursos mínimos que necesita la empresa para poder iniciar sus operaciones. Está compuesta por personal, materiales de limpieza y oficina, asesoría contable, servicios públicos (Agua, luz y teléfono), internet, alquiler de local y seguro de personal. El monto total del capital de trabajo es de S/. 6,246.20.

Tabla N° 27: Cuadro capital de trabajo de la empresa VLADECO E.I.R.L.

DETALLE	TOTAL
CAPITAL DE TRABAJO	S/.,6,246.20
Personal administrativo	S/.,1,600.00
Personal operativo	S/.,2,810.00
Materiales de limpieza y oficina	S/.,106.20
Asesoría contable	S/.,700.00
Servicios Públicos (Luz, agua y teléfono)	S/.,310.00
Internet	S/.,60.00
Alquiler de local	S/.,600.00
Seguro	S/.,60.00

Fuente: Elaboración Propia

5.3. Inversión Total

Para desarrollar nuestras operaciones y funciones se requiere una inversión total de S/. 81,861.78; el cual un 85% es la inversión tangible con S/. 74,540.60; el 1% es la inversión intangible con S/. 1,074.98 y el 14% es el capital de trabajo con S/. 6,246.20.

Tabla N° 28: Cuadro de la inversión total de la empresa VLADECO E.I.R.L.

INVERSIÓN		
DETALLE	TOTAL	%
INVERSION TANGIBLE	S/.74,540.60	85%
INVERSION INTANGIBLE	S/.1,074.98	1%
CAPITAL DE TRABAJO	S/.6,246.20	14%
INVERSION TOTAL	S/.81,861.78	100%

Fuente: Elaboración propia

5.4. Estructura de la inversión y financiamiento

La inversión del proyecto es de S/. 81,861.78, 60% es de capital propio con S/. 61,861.78 y el 40% es de financiamiento bancario con S/. 20,000.00.

Tabla N° 29: Cuadro de estructura de inversión y financiamiento de la empresa VLADECO E.I.R.L.

ESTRUCTURA DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO			
INVERSIÓN	APORTE PROPIO	PRESTAMO	TOTAL
Inversión tangible	S/.61,861.78	S/.12,678.82	S/.74,540.60
Inversión intangible	-	S/.1,074.98	S/.1,074.98
Capital de trabajo	-	S/.6,246.20	S/.6,246.20
TOTAL INVERSION	S/.61,861.78	S/.20,000.00	S/.81,861.78
%	60%	40%	100%

Fuente: Elaboración propia

5.5. Fuentes Financieras

La empresa tendrá financiado el 60% de la inversión con capital propio de S/. 61,861.78 y acudiré a una entidad bancaria para financiar el 40% de la inversión del proyecto, por el monto de S/. 20,000.00. Se consultó con dos entidades financieras, que ofrecían beneficios y requisitos accesibles, las cuales fueron CrediScotia y Financiera Credinka, cada uno poseía una tasa de interés de acuerdo al mercado.

Tabla N° 30: Cuadro de fuentes de financiación de la empresa VLADECO E.I.R.L.

FUENTES DE FINANCIACIÓN	
DETALLE	MONTO
Personal y/o Socios	S/.61,861.78
Entidad Financiera	S/./20,000.00
TOTAL INVERSION	S/./81,861.78

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 31: Fuentes de financiamiento

ENTIDAD FINANCIERA	SERVICIO	TASA DE INTERES
CrediScotia	Capital de Trabajo	39%
Financiera Credinka	Crédito MYPE	30%

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la tasa más baja, decidimos optar por la entidad bancaria Financiera Credinka porque con su servicio “Crédito para MYPES” nos ofrece el monto solicitado a una tasa de interés de 30%, adecuada para poder acceder.



Figura N° 44: Financiera Credinka, crédito MYPE

Fuente: Financiera Credinka

5.6. Condiciones de Crédito

Solicitaremos un préstamo bancario para cubrir el 40% de la inversión total. Este monto es de S/. 20,000.00 el cual será cancelado en 24 cuotas a una TEA de 30%, Dicho préstamo nos otorgará la financiera Credinka con su producto “Crédito MYPE”, el cual nos ofrece mayor accesibilidad y menores exigencias para para otorgar el préstamo, con una tasa accesible. Los requisitos a solicitar son los siguientes:

- (D.N.I. / carné de extranjería) del titular y cónyuge si tuviera.
- Sustento del negocio.
- Sustento de casa propia (autovalúo y/o testimonio de compra venta)
- En caso de no tener casa propia se puede contar con un garante.
- La edad del solicitante debe ser no mayor a 65 años y de permanencia máxima hasta los 70 años.

Tabla N° 32: Cuadro de condición de crédito Financiera Credinka.

CONDICIÓN DE CREDITO	
Entidad financiera	Financiera Credinka
Producto	Crédito MYPE
Tipo de moneda	Soles
Préstamo	S/.20,000.00
Cuota mensual	S/.1,096.79
TEA	30%
TCEA	31.33%
Plazo	24 Meses

Fuente: Financiera Credinka

Elaboración: Propia

Tabla N° 33: Cuadro de condición de crédito Financiera Credinka.

PERIODO	SALDO CAPITAL	AMORTIZACIÓN	INTERES	SEG. DESGRAVAMEN	VALOR DE CUOTA
1	20000.00	654.70	442.09	0.00	1096.79
2	19345.30	650.79	427.62	18.38	1096.79
3	18694.51	651.87	427.16	17.76	1096.79
4	18042.64	680.83	398.82	17.14	1096.79
5	17361.81	683.59	396.71	16.49	1096.79
6	16678.22	671.57	393.53	31.69	1096.79
7	16006.65	751.59	329.99	15.21	1096.79
8	15255.06	759.59	337.20	0.00	1096.79
9	14495.47	762.61	320.41	13.77	1096.79
10	13732.86	769.95	313.79	13.05	1096.79
11	12962.91	797.94	286.54	12.31	1096.79
12	12164.97	807.27	277.96	11.56	1096.79
TOTAL AÑO 1		8642.30	4351.82	167.36	13161.48
13	11357.70	826.48	259.52	10.79	1096.79
14	10531.22	854.00	232.79	10.00	1096.79
15	9677.22	842.84	235.56	18.39	1096.79
16	8834.38	914.66	182.13	0.00	1096.79
17	7919.72	908.31	180.96	7.52	1096.79
18	7011.41	929.92	160.21	6.66	1096.79
19	6081.49	965.64	125.37	5.78	1096.79
20	5115.85	975.03	116.90	4.86	1096.79
21	4140.82	1001.33	91.53	3.93	1096.79
22	3139.49	1022.07	71.74	2.98	1096.79
23	2117.42	1047.98	46.80	2.01	1096.79
24	1069.44	1069.44	25.23	2.03	1096.70
TOTAL AÑO 2		11357.70	1728.74	74.95	13161.39
TOTAL		20000.00	6080.56	242.31	26322.87

Fuente: Financiera Credinka

Elaboración: Propia

En la Tabla N° 33 podemos apreciar un préstamo desde la Financiera Credinka por un valor de S/. 20,000.00 a una TEA de 30% en un plazo de 2 años. En el primer año se estaría pagando un total de S/. 13,161.48 y para el segundo año un monto acumulado de S/. 13,161.39 con lo cual habrá un excedente de S/. 6322.87 que tenemos que sumarle al monto total que estamos solicitando.

6. ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS

6.1. Presupuesto de los costos

Los costos usados para análisis financiero fueron los costos fijos, costo de venta, gastos financieros y gastos de promoción y venta.

Tabla N° 34: Costos fijos de la empresa VLADECO E.I.R.L.

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Personal administrativo	S/.19,200.00	S/.19,200.00	S/.19,200.00	S/.19,200.00	S/.19,200.00
Personal operativo	S/.33,720.00	S/.33,720.00	S/.33,720.00	S/.33,720.00	S/.33,720.00
Materiales de limpieza y oficina	S/.1,274.40	S/.1,274.40	S/.1,274.40	S/.1,274.40	S/.1,274.40
Asesoría contable	S/.8,400.00	S/.8,400.00	S/.8,400.00	S/.8,400.00	S/.8,400.00
Servicios públicos	S/.3,720.00	S/.3,720.00	S/.3,720.00	S/.3,720.00	S/.3,720.00
Internet	S/.720.00	S/.720.00	S/.720.00	S/.720.00	S/.720.00
Alquiler de local	S/.7,200.00	S/.7,200.00	S/.7,200.00	S/.7,200.00	S/.7,200.00
Seguro	S/.720.00	S/.720.00	S/.720.00	S/.720.00	S/.720.00
TOTAL	S/.74,954.40	S/.74,954.40	S/.74,954.40	S/.74,954.40	S/.74,954.40

Fuente: Elaboración propia

Estos costos se mantendrán fijos durante los 5 años de acuerdo a la proyección de tiempo establecido para el proyecto. Entre los más importantes tenemos Personal Administrativo que está conformado por el Gerente General, luego Personal operativo está conformado por el Encargado de Logística y Mantenimiento, chofer y operario de instalación; Asesoría contable que es un servicio tercerizado. El monto fijo es de S/. 74,954.40.

Tabla N° 35: Costos de ventas de la empresa VLADECO E.I.R.L.

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo de ventas	S/.80,400.00	S/.84,000.00	S/.88,200.00	S/.93,000.00	S/.97,800.00
TOTAL	S/.80,400.00	S/.84,000.00	S/.88,200.00	S/.93,000.00	S/.97,800.00

Fuente: Elaboración propia

El costo de ventas aumenta cada año de acuerdo a la cantidad de servicios realizados por el costo variable unitario.

Tabla N° 36: Gastos financieros de la empresa VLADECO E.I.R.L.

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Intereses y Otros Gastos Financieros	S/.4,519.18	S/.1,803.69	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
TOTAL	S/.4,519.18	S/.1,803.69	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00

Fuente: Elaboración propia

Los gastos financieros indican los montos que se generan del préstamo que se obtuvo para completar la inversión para el proyecto. El préstamo es de S/. 20,000.00.

Tabla N° 37: Gastos de promoción y ventas de la empresa VLADECO E.I.R.L.

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Página Web y redes sociales	S/. 1,200.00	S/. 1,260.00	S/. 1,323.00	S/. 1,389.15	S/. 1,458.61
TOTAL	S/. 1,200.00	S/. 1,260.00	S/. 1,323.00	S/. 1,389.15	S/. 1,458.61

Fuente: Elaboración propia

Los gastos de promoción y ventas empiezan del año 1 para poder generar publicidad en el mercado y lograr ventas y ganar clientes.

Tabla N° 38: Depreciación de la empresa VLADECO E.I.R.L.

DETALLE	% DEPRECIACIÓN	TOTAL	ANUAL
MOBILIARIO	10%	S/.4,198.44	S/.349.87
MUEBLES Y ENSERES	10%	S/.69.62	S/.5.80
EQUIPO	25%	S/.885.00	S/.73.75
MAQUINARIA	20%	S/.7,080.00	S/.590.00
	TOTAL	S/.12,233.06	S/.1,019.42

Fuente: Elaboración propia

6.2. Punto de equilibrio

El mercado es variable y existe temporadas de venta, en todo el año las ventas del servicio de alquiler de mobiliario serán variables, entonces se necesita conocer el punto donde no ganemos ni perdamos, el punto donde empezáramos y no debemos bajar de ello para cubrir nuestros costos y generar rentabilidad. Para contar con el punto de equilibrio de la empresa VLADECO

E.I.R.L., se cuenta con diferentes variables como el costo fijo, costo variable y el precio del servicio.

Tabla N° 39: Cuadro del Punto de Equilibrio de la empresa VLADECO E.I.R.L.

COSTOS		DETALLE
PRECIO UNITARIO	S/.1,440.00	Paquete de servicio para 50 personas
COSTO FIJO	S/.6,246.20	-
COSTO VARIABLE UNITARIO	S/.600.00	-
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	S/.840.00	Precio – Costo Variable
PUNTO DE EQUILIBRIO	7	Costo fijo / precio venta - costo variable

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a los datos arrojados en la Tabla N° 39 podemos indicar que se desarrolló el punto de equilibrio que nos da la cantidad de 7, eso quiere decir que debemos partir de 7 eventos al mes para no perder ni ganar, esto es importante para tener en claro que debemos ofrecer nuestro servicio de manera progresiva, además que somos una nueva empresa en el mercado que busca diferenciarse de lo demás y ser conocidos.

6.3. Estado de ganancias y perdidas

Se muestra el Estado de Ganancias y Pérdidas de la empresa VLADECO E.I.R.L. donde se puede observar que no existe perdida alguna en la utilidad neta, al contrario, va aumentado el monto inicial de S/. 21,606.90 a S/. 149,738.27 en el quinto año. Esto demuestra rentabilidad del negocio porque genera utilidades desde el primer año hacia el quinto año.

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	S/. 192,960.00	S/. 226,199.87	S/. 265,045.19	S/. 323,767.79	S/. 389,144.24
Costos	S/. 155,354.40	S/. 158,954.40	S/. 163,154.40	S/. 167,954.40	S/. 172,754.40
Depreciación y amortizacion	S/. 1,019.42	S/. 1,019.42	S/. 1,019.42	S/. 1,019.42	S/. 1,019.42
Utilidad bruta	S/. 36,586.18	S/. 66,226.05	S/. 100,871.37	S/. 154,793.97	S/. 215,370.42
Gastos de Promoción y Ventas	S/. 1,200.00	S/. 1,260.00	S/. 1,323.00	S/. 1,389.15	S/. 1,458.61
Utilidad Operativa	S/. 35,386.18	S/. 64,966.05	S/. 99,548.37	S/. 153,404.82	S/. 213,911.81
Otros ingresos	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
Utilidad Antes de Int. e Imp.	S/. 35,386.18	S/. 64,966.05	S/. 99,548.37	S/. 153,404.82	S/. 213,911.81
Gastos Financieros	S/. 4,519.18	S/. 1,803.69	S/. -	S/. -	S/. -
Utilidad Antes Impuestos	S/. 30,867.00	S/. 63,162.36	S/. 99,548.37	S/. 153,404.82	S/. 213,911.81
Impuestos (30%)	S/. 9,260.10	S/. 18,948.71	S/. 29,864.51	S/. 46,021.45	S/. 64,173.54
Utilidad Neta	S/. 21,606.90	S/. 44,213.65	S/. 69,683.86	S/. 107,383.37	S/. 149,738.27

Figura N° 45: Estado de ganancia y perdida de la empresa VLADECO E.I.R.L.

Fuente: Elaboración propia

6.4. Presupuesto de ingresos

Tabla N° 40: Proyección de ingresos anuales de la empresa VLADECO E.I.R.L.

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades a Vender	134	140	147	155	163
Participación %	5%	5%	5%	5%	5%
Valor ventas anuales	S/.192,960.00	S/.201,600.00	S/.211,680.00	S/.223,200.00	S/.234,720.00

Fuente: Elaboración Propia

La tabla N° 40 muestra la cantidad de ventas proyectadas a 5 años, de acuerdo a la proyección de participación para cada año de 5% y nuestra capacidad operativa, iniciaremos con 134 servicios a realizar y en el quinto año lograremos 163, tendremos un crecimiento razonable y realista de acuerdo a los recursos disponibles.

6.5. Presupuesto de egresos

Se muestran los gastos y costos que son necesarios para el inicio de las operaciones de la empresa VLADECO E.I.R.L. durante los primeros 5 años.

Tabla N° 41: Proyección de egresos anuales de la empresa VLADECO E.I.R.L.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
EGRESOS					
Costo de ventas	S/. 80,400.00	S/. 84,000.00	S/. 88,200.00	S/. 93,000.00	S/. 97,800.00
Costos Fijos	S/. 74,954.40	S/. 74,954.40	S/. 74,954.40	S/. 74,954.40	S/. 74,954.40
Gastos de promoción y ventas	S/.1,200.00	S/. 1,260.00	S/. 1,323.00	S/. 1,389.15	S/. 1,458.61
TOTAL EGRESOS	S/. 156,554.40	S/. 160,214.40	S/. 164,477.40	S/. 169,343.55	S/. 174,213.01

Fuente: Elaboración Propia

6.6. Flujo de Caja proyectado

El flujo de caja nos muestra los ingresos y egresos de efectivo de la empresa VLADECO E.I.R.L. durante los 5 años proyectados.

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SALDO INICIAL			S/. 24,599.87	S/. 53,365.19	S/. 100,567.79	S/. 154,424.24
INGRESOS						
Ventas de Contado		S/. 192,960.00	S/. 201,600.00	S/. 211,680.00	S/. 223,200.00	S/. 234,720.00
TOTAL INGRESOS		S/. 192,960.00	S/. 226,199.87	S/. 265,045.19	S/. 323,767.79	S/. 389,144.24
EGRESOS						
Costo de ventas		S/. 80,400.00	S/. 84,000.00	S/. 88,200.00	S/. 93,000.00	S/. 97,800.00
Costos Fijos		S/. 74,954.40	S/. 74,954.40	S/. 74,954.40	S/. 74,954.40	S/. 74,954.40
Gastos de promoción y ventas		S/. 1,200.00	S/. 1,260.00	S/. 1,323.00	S/. 1,389.15	S/. 1,458.61
TOTAL EGRESOS		S/. 156,554.40	S/. 160,214.40	S/. 164,477.40	S/. 169,343.55	S/. 174,213.01
INVERSIONES						
Inversión Fijo Tangible	-S/.74,540.60	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
Inversión Fijo Intangible	-S/.1,074.98	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
Capital de Trabajo	-S/.6,246.20	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-S/.81,861.78	S/.36,405.60	S/.65,985.47	S/.100,567.79	S/.154,424.24	S/.214,931.23
Flujo de Financiamiento Neto						
Préstamo	S/.20,000.00					
Amortización		-S/.8,642.30	-S/.11,357.70	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
Interes		-S/.4,519.18	-S/.1,803.69	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
Escudo Tributario		S/.1,355.75	S/.541.11	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
Financiamiento Neto	S/.20,000.00	-S/.11,805.73	-S/.12,620.28	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
Flujo de Caja Financiero	-S/.61,861.78	S/.24,599.87	S/.53,365.19	S/.100,567.79	S/.154,424.24	S/.214,931.23

Figura N° 46: Flujo de caja proyectada de la empresa VLADECO E.I.R.L.

Fuente: Elaboración propia

6.7. Balance general

Se muestra el Balance General de la empresa VLADECO E.I.R.L. donde se muestra los activos, pasivos y patrimonios de la empresa, estos indican la misma cantidad de inversión que se solicita para iniciar operaciones de la empresa. Tendremos un total de S/. 81,861.78 de activos y el pasivo tenemos S/. 20,000.00 que es el financiamiento bancario que solicitaremos y S/. 61,861.78 de patrimonio, que sumado nos da S/. 81,861.78.

Tabla N° 42: Balance General

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
Caja y Bancos	S/.6,246.20	Préstamo bancario	S/.20,000.00
Total Activo Corriente	S/.6,246.20	Total pasivo	S/.20,000.00
ACTIVO NO CORRIENTE			
Mobiliario	S/.41,984.40	PATRIMONIO	
Muebles e insumos	S/.696.20	Capital Social	S/.61,861.78
Equipo y maquinaria	S/.31,860.00	Total patrimonio	S/.61,861.78
Activos Intangibles	S/.1,074.98		
Total Activo No Corriente	S/.75,615.58		
TOTAL ACTIVO	S/.81,861.78	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	S/.81,861.78

Fuente: Elaboración Propia

7. EVALUACIÓN

7.1. Evaluación Económica, Parámetros de Medición

Para realizar a evaluación económica se contará con el Costo promedio ponderado del capital WACC, que es la tasa de descuento que se utiliza para descontar los flujos de caja futuros y generar valor presente. (Plan de negocios Perú, 2020)

La fórmula es la siguiente:

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

Tabla N° 43: Costo promedio ponderado WACC

WACC	COSTO PRORMEDIO PONDERADO	16.25%
Ke	Costo de los Fondos Propios	14.72%
Kd	Costo de la Deuda Financiera	30.00%
E	Fondos Propios	61,861.78
D	Deuda Financiera	20,000.00
T	Tasa impositiva	30.00%

Fuente: Elaboración Propia

Obtenido el costo promedio ponderado WACC, se procede a realizar el cálculo y la evaluación económica.

Tabla N° 44: Evaluación económica

VAN Económico	S/.248,088.66
TIR Económico	81.66%
WACC	16.25%
B/C (Beneficio costo)	1.40

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N° 45: Resumen evaluación económica

EVALUACIÓN ECONOMICA		
VAN Económico (Valor actual neto Económico)	S/.248,088.66	El VAN económico es mayor a 0, por lo tanto se acepta el proyecto.
TIR económico (Tasa interna de retorno Económico)	81.66%	El TIR económico es mayor al WACC (16.25%) por lo tanto se acepta el plan.
B/C (Beneficio costo)	1.40	El B/C es mayor a 1, por lo tanto se acepta el proyecto.
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	373	La inversión realizada se va a recuperar en 1 año, 0 meses y 8 días.

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la evaluación económica, con un costo promedio ponderado (WACC) de 16.25% se obtiene que el VAN es de S/. 248,088.66 siendo mayor a 0 y positivo, lo cual indica que el proyecto es viable y rentable, por lo tanto conviene realizar la inversión. Por el lado de la TIR es de 81.66 %, lo cual es mayor a la tasa de actualización, esto significa que el proyecto presenta un monto mayor al costo promedio ponderado, por lo cual se debe de ejecutar el proyecto. Nuestro beneficio costo (B/C) es > a 1, esto indica que los beneficios son mayores a los costos, en consecuencia el proyecto debe ser considerado. Finalmente la inversión a realizar se va a recuperar en un periodo de 1 año, 0 meses y 8 días.

7.2. Evaluación Financiera, Parámetros de Medición

Para realizar a evaluación financiera se contará con el Costo de oportunidad del capital COK, La fórmula es la siguiente:

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

Tabla N° 46: Costo de oportunidad del capital COK

COK	COSTO DE OPORTUNIDAD DEL CAPITAL	14.72%
Rf	Tasa libre de riesgo	2.16%
β	Beta del Sector	0.87
	(Building Materials)	
Rm	Prima por riesgo de mercado	14.91%
RP	Prima por riesgo país	1.47%

Fuente: Elaboración Propia

Obtenido el costo de oportunidad del capital COK, se procede a realizar el cálculo y la evaluación financiera.

Tabla N° 47: Evaluación financiera

VAN Financiero	S/.244,067.88
TIR Financiero	91.15%
COK	14.72%

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N° 48: Resumen evaluación financiera

EVALUACIÓN FINANCIERA		
VAN Financiero (Valor actual neto Financiero)	S/.244,067.88	El VAN económico es mayor a 0, por lo tanto se acepta el proyecto.
TIR Financiero (Tasa interna de retorno Financiero)	91.15%	El TIR económico es mayor al COK (14.72%) por lo tanto se acepta el plan.
COK (Costo de Oportunidad del Capital)	14.72%	
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	1052	La inversión realizada se va a recuperar en 2 años, 10 meses y 18 días.

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la evaluación financiera, con un costo de oportunidad del capital (COK) de 14.72% se obtiene que el VAN es de S/. 244,067.88 siendo mayor a 0 y positivo, lo cual indica que el proyecto es viable y rentable, por lo tanto, conviene realizar la inversión. Por el lado de la TIR es de 91.15%, lo cual es mayor a la tasa de actualización, esto significa que el proyecto presenta un monto mayor al costo de oportunidad, por lo cual se debe de ejecutar el proyecto.

Finalmente, la inversión a realizar se va a recuperar en un periodo de 2 años, 10 meses y 18 días.

7.3. Evaluación Social

La empresa VLADECO E.I.R.L. es una empresa nueva el cual desde sus inicios de actividades generará empleo en su comunidad, esto ayudará al desarrollo y bienestar social de la zona. No habrá discriminación por parte de la empresa en cuanto a contratar

al personal, se contará con cualquier colaborador que cumpla los requerimientos solicitados. Las personas contratadas podrán mejorar su calidad de vida y la de su familia por tener nuevos ingresos.

Además, VLADECO E.I.R.L. estará comprometido con el bienestar de su comuna, por ello realizara ayuda social para los más necesitados en las temporadas que más lo soliciten, atreves de donativos, generando así una responsabilidad social directa en beneficio de la comunidad.

7.4. Impacto Ambiental

En la empresa VLADECO E.I.R.L. nos comprometemos con el uso adecuado de materiales que no involucren en la contaminación ambiental, además se tendrá dentro de la empresa una política en el cuidado ambiental, a través del reciclaje, con separadores de desechos como plástico, papel, vidrio y desechos orgánicos. Además, se dará conocimiento e información al personal de trabajo sobre la importancia del cuidado del medio ambiente y su impacto en nuestro trabajo, para que pueda implementar en sus áreas de trabajo y fuera de la empresa.

Nuestro servicio involucra algunos elementos que puedan contaminar como por ejemplo plástico y papel para forrar los muebles, por ello se ejecutara esta política para tener un impacto ambiental positivo para el planeta.

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1. Conclusiones

- La empresa estará ubicada en el distrito de Ate y contará con los permisos necesarios para poder operar legalmente.
- Desde el inicio de actividades, la empresa buscará la formalidad para poder trabajar responsablemente cumpliendo con las leyes y normas establecidas por el estado. Generará su RUC para declarar sus contribuciones. Estará en la modalidad de microempresa que da inicio a sus actividades y no generan ventas anuales que superen los 150 UIT, además estará bajo la denominación E.I.R.L. por ser una empresa con un solo dueño.
- Internamente se encontrará organizacionalmente estructurado con una visión y misión, también con el personal capaz de afrontar los retos y alcanzar los objetivos trazados.
- La empresa se enfocará en el mercado de eventos sociales, en el segmento de matrimonios, para personas tienen entre el rango de edad de 30 a 45 años de Nivel socioeconómico medio/alto (A-B) residentes en Lima metropolitana, específicamente en los distritos de La Molina, Surco, San Isidro, Miraflores y San Borja.
- En Lima Metropolitana existe gran cantidad de matrimonios realizados y el contrato por empresas que prestan servicio para realizar estos eventos es considerable, según encuesta realizada, el 80% de personas encuestadas contratan empresas para realizar servicios para eventos sociales.
- Existe un 11% de disconformidad en los servicios realizados por estas empresas que prestan servicios para eventos sociales.
- Se estima una participación en el mercado de 5% cada año por los 5 años.
- Se contará con una estrategia para lograr posicionamiento a través de la diferenciación y atención personalizada que genere fidelidad del cliente.
- De acuerdo a la inversión establecida se obtendrá los recursos necesarios y adecuados para el inicio de las actividades de la empresa, además de la movilidad para el transporte del mobiliario hacia el evento.

- En base al análisis financiero, el flujo de caja muestra una rentabilidad progresiva que se va generando cada año, a pesar de ser una empresa nueva que inicia sus actividades formalmente.
- La evaluación financiera y económica concluye que el negocio es rentable y viable por tener un VAN económico de S/. 248,088.66 y financiero de S/. 244,067.88, siendo mayores 0 y positivos, a su vez, la TIR económica y financiera son de 81.66% y 91.15% respectivamente.
- VLADECO E.I.R.L. estará comprometido con cuidado del medio ambiente y con su sociedad.

8.2. Recomendaciones

- Generar más ofertas para poder captar más clientes y dar facilidades para poder tener una opción para los clientes.
- Realizar más publicidad en diferentes medios para llegar a más personas interesadas en alquilar servicio de mobiliario.
- Realizar más estrategias de posicionamiento que logre alcanzar los objetivos a largo plazo.
- Invertir más en productos novedosos para captar más clientela.
- Contratar más personal para cubrir mayor demanda mientras transcurre los años.
- Innovación constante para lograr la diferenciación esperada.

BIBLIOGRAFIA

1. 1086, D.L. N°. (2008). El Peruano. Obtenido de <http://www.elperuano.com.pe>
2. Dirección Nacional de Cuentas Nacionales del Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2010). Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas. Lima.
3. El insignia. (13 de Junio de 2013). Modalidades del contrato de trabajo. Obtenido de El insignia.
4. Gestión. (2 de Diciembre de 2018). ¿Cuáles son los regímenes tributarios y en qué se diferencian? Obtenido de Gestión: <https://gestion.pe/tu-dinero/regimenes-tributarios-diferencias-pagar-impuestos-empresas-peru-nnda-nnlt-250529-noticia/?ref=gesr>
5. Indecopi. (s.f.). Registro de Marca y Otros Signos. Obtenido de Indecopi: <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>
6. IUS 360. (6 de Abril de 2019). La Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L): sus similitudes y diferencias con las sociedades. Obtenido de IUS 360: <https://ius360.com/notas/25508/>
7. Municipalidad Distrital de Ate. (06 de Octubre de 2015). Atorización municipal de funcionamiento ley marco 28976, ordenanza 159-md a y modificatorias. Obtenido de Municipalidad Distrital de Ate: http://www.muniate.gob.pe/ate/files/licenciaFuncionamiento/PROCEDIMIENTO/requisitos_ord_159_mda.pdf
8. Panibra, O. (03 de Julio de 2013). Blog de Oscar Panabria Flores. Obtenido de <http://blog.pucp.edu.pe/blog/tributosyempresa/2013/07/03/ley-30056-que-modifica-diversas-leyes-para-facilitar-la-inversion-impulsar-el-desarrollo-productivo-y-el-crecimiento-empresarial/>
9. Peñaranda, C. (2018). Empleo informal del sector servicios se concentrara en transporte y alojamiento. La cámara, 36.

10. Plan de negocios Perú. (25 de Marzo de 2020). Cómo calcular el WACC. Obtenido de Plan de negocios Perú: <https://plandenegociosperu.com/2020/03/como-calcular-el-wacc/>
11. Plataforma digital única del Estado Peruano. (25 de Noviembre de 2019). Régimen General. Obtenido de Plataforma digital única del Estado Peruano: <https://www.gob.pe/6991-regimen-general>
12. Plataforma digital única del Estado Peruano. (04 de Marzo de 2020). Inscripción al RUC para Persona Jurídica. Obtenido de Plataforma digital única del Estado Peruano.
13. SUNAT. (s.f.). Concepto - Planilla Electrónica. Obtenido de SUNAT: <https://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/informacion-general-planilla-electronica>
14. Congreso de la República (2013). Normas Legales, Ley N° 30056. Recuperado de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-modifica-diversas-leyes-para-facilitar-la-inversion-ley-n-30056-956689-1/>
15. Plataforma digital del Estado Peruano (2019). Regímenes Tributarios. Recuperado de <https://www.gob.pe/280-regimenes-tributarios>
16. Plataforma digital del Estado Peruano (2019). Tipos de empresa (Razón Social o Denominación). Recuperado de <https://www.gob.pe/254-tipos-de-empresa-razon-social-o-denominacion>
17. Benner, J. (s.f.). 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>
18. Perú 21 (2015). Organización de eventos: El negocio de la diversión. Recuperado de <https://peru21.pe/emprendimiento/organizacion-eventos-negocio-diversion-200101-noticia/?ref=p21r>
19. Blas, M. (2013). Plan de Negocios para una Empresa de alquiler de mobiliario especializado para eventos en la Ciudad de México. (Tesis de Maestría). Universidad Iberoamericana Puebla, Recuperado de https://repositorio.iberopuebla.mx/bitstream/handle/20.500.11777/934/PLAN_D

- E_NEGOCIOS_EMPRESA_EN_ALQUILER_MOBILIARIO_ESPECIALIZADO_PARA_EVENTOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
20. Sánchez, B. (s.f.). Las MYPES en el Perú. Su importancia y propuesta tributaria. Recuperado de <file:///E:/Casaico/Downloads/5433-Texto%20del%20art%C3%ADculo-18749-1-10-20140316.pdf>
 21. Pomarino, A. (2013). Plan de Negocios para el lanzamiento de una Empresa de organización de eventos corporativos. (Tesis de Licenciatura). Universidad de Piura. Recuperado de https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1660/ADS_003.pdf?sequence=1&isAllowed=y
 22. PQS (2019). Mypes: por qué son importantes para la economía peruana. Recuperado de <https://www.pqs.pe/economia/mypes-por-que-son-importantes-para-la-economia-peruana>
 23. PQS (2019). Diferencia entre empresa formal e informal. Recuperado de <https://www.pqs.pe/capacitacion/diferencias-entre-empresa-formal-informal>
 24. Gestión (2019). El futuro de las MYPES. Recuperado de <https://gestion.pe/blog/el-arte-de-emprender-y-fallar/2019/01/el-futuro-de-las-mypes.html/?ref=gesr>
 25. La Cámara (2018). El impulso del sector servicios. Recuperado de https://apps.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/edicion818/edicion_818.pdf
 26. Gestión (2016). Empresas optan por realizar sus eventos sociales en verano por costos menores en 50%. Recuperado de <https://gestion.pe/tu-dinero/empresas-optan-realizar-eventos-sociales-verano-costos-menores-50-144827-noticia/?ref=gesr>
 27. Grupo El Comercio (s.f.). Organización de eventos. Los productores que vuelven tus momentos inolvidables. Recuperado de <https://archivo.elcomercio.pe/especial/50-ideas-de-negocios/noticias/organizadores-que-convierten-momentos-inolvidables-noticia-1992812>
 28. Gestión (2018). CCL: Sector servicios crecerá 4.6% este año por la demanda interna. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/ccl-sector-servicios-crecera-4-6-ano-demanda-interna-242909-noticia/?ref=gesr>

29. Perú 21 (2020). BCR estima que PBI de Perú anotó crecimiento de 2.3% en 2019. Recuperado de <https://peru21.pe/economia/bcr-estima-que-pbi-de-peru-anoto-crecimiento-de-23-en-2019-noticia/>
30. Venus Place (2019). ¿Por qué utilizar las redes sociales en los eventos? Recuperado de <https://www.venuesplace.com/es/idea/368-por-que-utilizar-las-redes-sociales-en-los-eventos>
31. Paz, M. (2013). Las redes sociales en la organización de eventos. Herramientas para la difusión. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación – Universidad de Palermo
32. El País (2020). La economía peruana resiste a la crisis política. Recuperado de https://elpais.com/economia/2020/01/24/actualidad/1579899503_016784.html
33. La República (2019). En Lima, hombres se casan a los 36 años y mujeres a los 33, según informe de la INEI. Recuperado de <https://larepublica.pe/sociedad/1413004-lima-hombres-casan-36-anos-mujeres-33-informe-inei/>
34. Condori, K. (2016). Plan de Negocio: Betz – Eventos & Catering. Recuperado de <https://www.ujcm.edu.pe/sites/default/files/field/archivos/EP/Comercial/3.1.pdf>
35. Porter, M. (2017). Ser competitivo: Edición actualizada y aumentada. Grupo Planeta.
36. Almache, G. (2014). Modelo de las 5 fuerzas de Porter. Recuperado de <https://es.slideshare.net/gracealmache/5-poder-porter>
37. Andina (2018). Población Económicamente Activa del Perú se incrementó de 57% a 62% en últimos 10 años. Recuperado de <https://andina.pe/agencia/noticia-poblacion-economicamente-activa-del-peru-se-incremento-57-a-62-ultimos-10-anos-714570.aspx>
38. El Comercio (2019). San Valentín: ¿Cuántos matrimonios y divorcios se realizaron en el país? Recuperado de <https://elcomercio.pe/lima/sucesos/san-valentin-matrimonios-divorcios-realizaron-pais-noticia-607522-noticia/?ref=ecr>
39. Medina, N., Sulca, B., Urtecho, K. y Zúñiga, E. (2018). Boda & Diseño. (Tesis de Bachiller). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/624823/SULC_A_GB.pdf?sequence=1&isAllowed=y

40. INEI (2016). La nupcialidad en los distritos de área metropolitana de Lima y Callao 2015. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1410/libro.pdf
41. Publimetro (2019). Matrimonio: ¿Cuánto cuesta casarse en Perú? Recuperado de <https://www.publimetro.pe/vida-y-estilo/2019/09/24/matrimonio-cuanto-cuesta-casarse-en-el-peru-noticia/>
42. INEI (2019). Perú: Natalidad, mortalidad y nupcialidad 2018 (Departamento, provincia y distrito). Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1698/libro.pdf
43. INEI (2019). Perú: Estructura empresarial, 2018. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1703/libro.pdf
44. INEI (2015). Directorio central de empresas y establecimientos. Recuperado de <https://unstats.un.org/unsd/trade/events/2015/aguascalientes/9.-Panel%20III%20-%20Presentation%201%20-%20INEI%20Peru.pdf>
45. INEI (2017). Perú: Estructura empresarial 2016. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1445/libro.pdf
46. BCR (s.f.). Bonos del Tesoro EE.UU. – 10 años (%). Recuperado de <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/diarias/resultados/PD04719XD/html/2010-06-30/2020-06-30/>
47. Yahoo finanzas (s.f.). Descripción general del rendimiento. Recuperado de https://es.finance.yahoo.com/quote/SPY/performance/?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAAGT3nbUczaCpKscoz4Ip97TFc7dzTsPMWXzjNxxC_oK3xVI6SaNmS_wUjODbJh95bh0M3mppuJkn-fYV_IW-N7pp7RCPOW4glPbAyfjwD-JGqITLBxuVzs49xpBxwY7nZUPX7QT2bPRhTw4t6l-KfTDfrJFCyCrUkoWqoq_4AMqL
48. Aswath Damodaran (2020). Betas por sector (EE.UU.). Recuperado de http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html

49. Ámbito (2020). Riesgo país Perú. Recuperado de <https://www.ambito.com/contenidos/riesgo-pais-peru.html>
50. CPI (2019). Perú: Población 2019. Recuperado de <http://www.cpi.pe/market/estadistica-poblacional.html>

ANEXOS

Anexo N° 01: Encuesta para estudio de mercado



Servicio de alquiler de mobiliario para eventos sociales

Proyecto de implementación de una empresa de servicio de alquiler de mobiliario para eventos sociales.

Genero

Masculino

Femenino

Edad

26 - 30

31 - 40

41 - 45

46 a más

Distrito donde vive

Tu respuesta _____

Grado de instrucción

- Secundaria
- Estudios Superiores

Estado civil

- Soltero
- Casado
- Otros: _____

Nivel de ingresos

- S/. 500 - S/. 1000
- S/.1001 - S/. 2000
- S/. 2001 - S/. 3000
- S/. 3001 - S/. 4000
- S/. 4001 - Más

¿Realiza o celebra un evento social?

- Si
- No

¿Contrata alguna empresa que ofrezca servicios para fiestas o eventos sociales?

- Si
- No

¿Qué tipo de servicio contrata?

- Organizadora de eventos
- Mobiliario
- Estructuras y toldo
- Otros

¿Cuánto suele invertir o invertiría en este servicio?

- S/. 0 - S/. 500
- S/. 501 - S/. 1000
- S/. 1001 - S/. 2000
- S/. 2001 - S/. 3000
- S/. 3001 - S/. 4000
- S/. 4000 - Más

¿Que es lo que espera con estos servicios?

- Calidad de servicio
- Productos de garantía
- Buen trato
- Puntualidad
- Precio accesible
- Todas las anteriores

¿Que es lo que espera con estos servicios?

- Calidad de servicio
- Productos de garantía
- Buen trato
- Puntualidad
- Precio accesible
- Todas las anteriores

¿Ha tenido algunos inconvenientes con estos servicios? *Si su respuesta es "Si" en el campo "otros" indique cual es.

- Si
- No
- Otros: _____

¿Que forma de pago es el adecuado para usted?

- Pago completo
- 50% - 50%
- Otra forma de pago

Anexo N° 02: Minuta de constitución de empresa E.I.R.L.

SEÑOR ABOGADO
NOTARIO DE LIMA:

SIRVASE EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PÚBLICAS UNA DE CONSTITUCION DE **EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA** QUE OTORGAN DON:

....., NACIONALIDAD PERUANA,
OCUPACION....., DNI N°....., ESTADO CIVIL CASADO
CON....., NACIONALIDAD PERUANA,
OCUPACION....., DNI N°..... CON DOMICILIO UBICADO
EN.....N°..... URBANIZACION.....,
DISTRITO....., PROVINCIA LIMA, DEPARTAMENTO DE LIMA, EN
LOS TERMINOS DE LAS CLAUSULAS SIGUIENTE:

PRIMERA.- POR LA PRESENTE, DON..... CONSTITUYE UNA
EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA BAJO LA
DENOMINACION DE..... E.I.R.L.
CON DOMICILIO EN LA CIUDAD DE LIMA, INICIA SUS OPERACIONES A
PARTIR DE SU INSCRIPCION EN EL REGISTRO MERCANTIL CON UNA
DURACION INDEFINIDA, PUDIENDO ESTABLECER SUCURSALES EN TODO
EL TERRITORIO NACIONAL.

SEGUNDA.- LA EMPRESA TIENE POR OBJETO DEDICARSE A: -----

SE ENTIENDE INCLUIDO EN EL OBJETO LOS ACTOS RELACIONADOS CON
EL MISMO, QUE COADYUVEN A LA REALIZACION DE SUS FINES
EMPRESARIALES, PARA CUMPLIR DICHO OBJETO, PODRA REALIZAR
TODOS AQUELLOS ACTOS Y CONTRATOS QUE SEAN LICITOS, SIN
RESTRICCION ALGUNA.

TERCERA.- EL CAPITAL DE LA EMPRESA ES DE S/. (.....
..... CON 00/100 NUEVOS SOLES), DISGREGADO DE LA
SIGUIENTE MANERA:

- EN EFECTIVO
S
/.

-	EN	BIENES
		S
/.		
TOTAL		APORTE
		S
/.		

ESTOS BIENES SE DETALLAN EN LA DECLARACION JURADA QUE SE ANEXA A LA PRESENTE Y FORMA PARTE INTEGRANTE DE LA ESCRITURA PUBLICA QUE ESTA MINUTA ORIGINE.

EL CAPITAL ESTA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO.

CUARTA.- SON ORGANOS DE LA EMPRESA EL TITULAR Y LA GERENCIA. EL REGIMEN QUE LE CORRESPONDE ESTA SEÑALADO EN EL DECRETRO LEY 21621, ARTICULO 39° Y 50° RESPECTIVAMENTE Y DEMAS NORMAS MODIFICATORIAS Y COMPLEMENTARIAS.

QUINTA.- LA GERENCIA ES EL ORGANO QUE TIENE A SU CARGO LA ADMINISTRACION Y REPRESENTACION DE LA EMPRESA. SERA DESEMPEÑADA POR UNA O MAS PERSONAS NATURALES, EL CARGO DE GERENTE ES INDELEGABLE.

EN CASO DE QUE EL CARGO DE GERENTE RECAIGA EN EL TITULAR, ESTE SE DENOMINARA TITULAR GERENTE.

SEXTA.- LA DESIGNACION DEL GERENTE SERA EFECTUADA POR EL TITULAR, LA DURACION DEL CARGO ES INDEFINIDA, AUNQUE PUEDE SER REVOCADO EN CUALQUIER MOMENTO.

SEPTIMA.- CORRESPONDE AL GERENTE:

A.- ORGANIZAR EL REGIMEN INTERNO DE LA EMPRESA

B.- CELEBRAR CONTRATOS INHERENTES AL OBJETO DE LA EMPRESA, FIJANDO SUS CONDICIONES, SUPERVIGILAR Y FISCALIZAR EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES DE LA EMPRESA.

C.- REPRESENTAR A LA EMPRESA ANTE LOS PODERES DEL ESTADO, INSTITUCIONES NACIONALES Y EXTRANJERAS, GOZANDO DE LAS FACULTADES GENERALES Y ESPECIALES A QUE SE REFIERE LOS ARTICULOS 74, 75, 77 Y 436 DEL CODIGO PROCESAL CIVIL. TAMBIEN GOZA DE LAS FACULTADES A QUE SE REFIERE EL ARTICULO 10° DE LA LEY N° 26636.

D.- CUIDAR LOS ACTIVOS DE LA EMPRESA

E.- ABRIR Y CERRAR CUENTAS CORRIENTES, BANCARIAS, MERCANTILES, Y GIRAR CONTRA LAS MISMAS, COBRAR Y ENDOSAR CHEQUES DE LA EMPRESA ASI COMO ENDOSAR Y DESCONTAR DOCUMENTOS DE CREDITO, SOLICITAR SOBREGIROS, PRESTAMOS, CREDITOS O FINANCIACIONES PARA DESARROLLAR EL OBJETO SOCIAL CELEBRANDO LOS CONTRATOS RESPECTIVOS.

F.- SUSCRIBIR CONTRATOS DE ARRENDAMIENTO.

G.- AUTORIZAR A SOLA FIRMA LA ADQUISICION DE BIENES, CONTRATACION DE OBRAS Y PRESTACION DE SERVICIOS PERSONALES.

H.- NOMBRAR, PROMOVER, SUSPENDER Y DESPEDIR A LOS EMPLEADOS Y SERVIDORES DE LA EMPRESA.

I.- CONCEDER LICENCIA AL PERSONAL DE LA EMPRESA.

J.- CUIDAR DE LA CONTABILIDAD Y FORMULAR EL ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS, EL BALANCE GENERAL DE LA EMPRESA Y LOS DEMAS ESTADOS Y ANALISIS CONTABLES QUE SOLICITE EL TITULAR.

OCTAVA.- PARA TODO LO NO PREVISTO RIGEN LAS DISPOSICIONES CONTENIDAS EN EL D.L. 21621 Y AQUELLAS QUE LO MODIFIQUEN O COMPLEMENTEN.

DISPOSICION TRANSITORIA.- DON..... EJERCERA EL CARGO DE TITULAR GERENTE DE LA EMPRESA.....E.I.R.L., CON DOMICILIO EN AQUEL SEÑALADO EN LA INTORDUCCION DEL PRESENTE.

CLAUSULA ADICIONAL I.- DE CONFORMIDAD CON EL ARTICULO 315° DEL CODIGO CIVIL INTERVIENE.....CONYUGE DE....., AUTORIZANDO EXPRESAMENTE EL APORTE DE BIENES MUEBLES. AGREGUE USTED SEÑOR NOTARIO LO QUE FUERE DE LEY, Y CURSE LAS PARTES RESPECTIVOS A LOS REGISTROS PUBLICOS DE LIMA.

..... DE..... DEL 2020.

DECLARACION JURADA DE APORTE DE BIENES

POR EL PRESENTE DOCUMENTO, YO....., EN MI CALIDAD DE TITULAR GERENTE DESIGNADO DE LA EMPRESA DENOMINADA “..... E.I.R.L.”, QUE SE CONSTITUYE, DECLARO BAJO JURAMENTO HABER RECIBIDO LOS BIENES MUEBLES QUE A CONTINUACION SE PRECISAN, COMO APORTE AL CAPITAL SOCIAL DE LA PRECITADA EMPRESA:

**DETALLE DE LOS BIENES APORTADOS VALORIZADOS EN S/.,
....., APORTA A LA EMPRESA LOS SIGUIENTES
BIENES MUEBLES:**

1.-

S/.

2.-

S/.

3.-

S/.

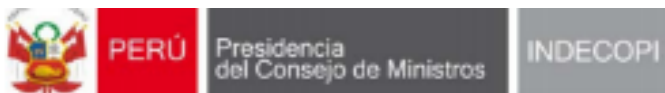
TOTAL, S/:

LO QUE HACE UN TOTAL GENERAL DE S/. (..... Y 00/100
NUEVOS SOLES), COMO APORTE EN BIENES MUEBLES AL CAPITAL DE LA
EMPRESA.

..... DE..... DEL 2020.

(NOMBRES Y APELLIDOS)
TITULAR GERENTE
DNI N°

Anexo N° 03: Solicitud de registro de Marca de producto y/o servicio



DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS

SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA DE PRODUCTO Y/O SERVICIO

SECCIÓN 1. SOLICITANTE		<input type="checkbox"/> Persona Natural	<input type="checkbox"/> Persona Jurídica
1.1. Datos del Solicitante			
Nombre o Denominación / Razón Social			
Documento de Identidad		RUC	
NACIONALIDAD / PAIS DE CONSTITUCIÓN	DIRECCIÓN DEL SOLICITANTE: CALLE, N°, DISTRITO, PROVINCIA, DPTO.		
CORREO ELECTRÓNICO DEL SOLICITANTE		N° FAX	N° TELEFONO
1.2 Datos del Representante o Apoderado (llenar sólo en el caso de contar con representante)			
Nombre o Denominación / Razón Social		Documento de Identidad	RUC
DIRECCIÓN DEL REPRESENTANTE EN EL PERÚ: CALLE, N°, DISTRITO, PROVINCIA, DPTO. (DOMICILIO PARA EFECTO DE NOTIFICACIONES)			
CORREO ELECTRÓNICO DEL REPRESENTANTE EN EL PERÚ		N° FAX	N° TELEFONO
<input type="checkbox"/> Se adjunta documentación que acredita representación.			
<input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación ha sido presentada en el Expediente N°:			
<input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación se entregará en una fecha posterior.			

SECCIÓN 2. DATOS RELATIVOS A LA MARCA		
2.1. Tipo de Marca		
<input type="checkbox"/> DENOMINATIVA	<input type="checkbox"/> FIGURATIVA	<input type="checkbox"/> OTROS (especificar:)
<input type="checkbox"/> DENOMINATIVA CON GRAFÍA ESPECIAL	<input type="checkbox"/> MIXTA	_____

<p>2.2. Indicación de la Marca (En caso de ser una marca denominativa consigne la denominación)</p>	<p>2.3. Reproducción de la Marca (En caso de marcas mixtas, figurativas, denominativas con grafía especial u otras, adjunte o inserte el facsimil)</p>
	<p>2.4. Precise si desea proteger el color o colores como parte de la Marca: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p>

2.5. Lista de Productos y/o Servicios (deberá pagar una tasa de tramitación por cada clase en la que solicite el registro)

CLASE	PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

MARCAR ESTE RECUADRO SI EL ESPACIO ANTERIOR NO ES SUFICIENTE. EN TAL CASO, ÍNDIQUE LOS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS EN EL ANEXO A.

SECCIÓN 3. REIVINDICACIÓN DE PRIORIDAD (llenar sólo en caso de tenerla)

3.1. Número de la solicitud cuya prioridad que reivindica	3.2. Fecha de presentación	3.3. País de presentación

3.4. Documentos relativos a la prioridad extranjera

COPIA DE LA SOLICITUD CERTIFICADA POR LA AUTORIDAD QUE LA EXPIDIO (traducida al Español, de ser el caso)

SE ADJUNTA CON LA PRESENTE SOLICITUD

SE APORTARÁ DENTRO DEL PLAZO ESTABLECIDO EN EL ARTÍCULO 16 DE LA DECISIÓN 486

SECCIÓN 4. INTERÉS REAL PARA OPOSICIÓN ANDINA (llenar sólo de ser el caso)

Esta solicitud se presenta para acreditar el interés real de la oposición formulada en el Expediente N°

.....
Firma

.....
Nombre del firmante

Anexo N° 04: Solicitud de registro de nombre comercial



DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS

SOLICITUD DE REGISTRO DE NOMBRE COMERCIAL

SECCIÓN 1. SOLICITANTE		<input type="checkbox"/> Persona Natural	<input type="checkbox"/> Persona Jurídica
1.1. Datos del Solicitante			
Nombre o Denominación / Razón Social _____			
Documento de Identidad _____		RUC _____	
NACIONALIDAD / PAIS DE CONSTITUCIÓN	DIRECCIÓN DEL SOLICITANTE: CALLE, N°, DISTRITO, PROVINCIA, DPTO.		
CORREO ELECTRÓNICO DEL SOLICITANTE		N° FAX	N° TELÉFONO
1.2 Datos del Representante o Apoderado (llenar sólo en el caso de contar con representante)			
Nombre o Denominación / Razón Social _____		Documento de Identidad _____	RUC _____
DIRECCIÓN DEL REPRESENTANTE EN EL PERÚ: CALLE, N°, DISTRITO, PROVINCIA, DPTO. (DOMICILIO PARA EFECTO DE NOTIFICACIONES)			
CORREO ELECTRÓNICO DEL REPRESENTANTE EN EL PERÚ		N° FAX	N° TELÉFONO
<input type="checkbox"/> Se adjunta documentación que acredita representación.			
<input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación ha sido presentada en el Expediente N°:			
<input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación se entregará en una fecha posterior.			

SECCIÓN 2. DATOS RELATIVOS DEL NOMBRE COMERCIAL SOLICITADO		
2.1. Tipo de Nombre Comercial		
<input type="checkbox"/> DENOMINATIVO	<input type="checkbox"/> FIGURATIVO	<input type="checkbox"/> OTROS (especificar:)
<input type="checkbox"/> DENOMINATIVO CON GRAFÍA ESPECIAL	<input type="checkbox"/> MIXTO	_____

2.2. Indicación del Nombre Comercial (En caso de ser un nombre comercial denominativo, consigne la denominación)	2.3. Reproducción del Nombre Comercial (En el caso de nombres comerciales mixtos, figurativos, denominativos con grafía u otros, adjunte o inserte el facsimil)	
2.4. Precise si desea proteger el color o colores como parte del Nombre Comercial: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		
2.5. Lista de Actividades Económicas (deberá pagar una tasa de tramitación por cada clase en la que solicite el registro)		
CLASE	ACTIVIDADES ECONÓMICAS	
<input type="checkbox"/> MARCAR ESTE RECUADRO SI EL ESPACIO ANTERIOR NO ES SUFICIENTE. EN TAL CASO, ÍNDIQUE LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS EN EL ANEXO A.		
2.6. Fecha de primer uso (el cual deberá ser anterior a la fecha de presentación de la solicitud)		
Día	Mes	Año
<input type="checkbox"/> Se adjunta documentación que sustenta el primer uso del Nombre Comercial.		
<input type="checkbox"/> Documentación que acredita el primer uso ha sido presentado en el expediente N°:		
<input type="checkbox"/> Documentación que sustenta el primer uso se entregará en una fecha posterior.		
SECCIÓN 3. REIVINDICACIÓN DE PRIORIDAD (llenar sólo en caso de tenerla)		
3.1. Número de la solicitud cuya prioridad que reivindica	3.2. Fecha de presentación	3.3. País de presentación
3.4. Documentos relativos a la prioridad extranjera		
COPIA DE LA SOLICITUD CERTIFICADA POR LA AUTORIDAD QUE LA EXPIDIO (traducida al Español, de ser el caso)		
<input type="checkbox"/> SE ADJUNTA CON LA PRESENTE SOLICITUD		
<input type="checkbox"/> SE APORTARÁ DENTRO DEL PLAZO ESTABLECIDO EN EL ARTÍCULO 16 DE LA DECISIÓN 486		
..... Firma		
..... Nombre del firmante		