



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DE SEGURIDAD
Y VIGILANCIA PRIVADA EN LIMA METROPOLITANA**

**PRESENTADO POR
WENDY MARIA VALENCIA ACOSTA**

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

LIMA – PERÚ

2022



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

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

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



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

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DE SEGURIDAD Y VIGILANCIA
PRIVADA EN LIMA METROPOLITANA**

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

PRESENTADO POR:

WENDY MARIA VALENCIA ACOSTA

LIMA – PERÚ

2022

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	12
1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN	15
2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	16
2.1 Nombre o razón social.....	16
2.2 Actividad económica o codificación internacional (CIU).....	16
2.3 Ubicación y factibilidad municipal y sectorial.....	17
2.3.1 Ubicación	17
2.3.2 Factibilidad municipal	17
2.3.3 Factibilidad sectorial	17
2.4 Objetivos de empresa, Principio de la empresa en marcha.....	18
2.4.1 Objetivos.....	18
2.4.2 Misión.....	19
2.4.3 Visión	19
2.4.4 Valores.....	19
2.4.5 Principios	20
2.4.6 Cultura organizacional y política.....	21
2.5 Ley de MYPE micro y pequeña empresa	22
2.6 Estructura orgánica.....	22
2.6.1 Principales funciones del personal.....	23
2.7 Cuadro de asignación del personal.....	28
2.8 Forma jurídica empresarial	29
2.9 Registro de marca y procedimiento en INDECOPI.....	32
2.10 Requisitos y trámites municipales	33
2.11 Régimen Tributario Procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades. ..	34
2.11.1 Requisitos para obtención de RUC.....	34
2.11.2 Regímenes tributarios	35
2.12 Registro de Planillas Electrónica (PLAME)	37
2.13 Régimen Laboral Especial y General Laboral.....	38
2.14 Modalidades de contratos laborales	40
2.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.....	41
3. ESTUDIO DE MERCADO	43

3.1 Descripción del entorno del mercado.....	43
3.1.1 Macro entorno	43
3.1.1.1 Análisis PEST	43
3.1.1.2 Análisis FODA	54
3.1.2 Micro Entorno	57
3.1.2.1 Fuerzas competitivas de PORTER	57
3.2 Ámbito de acción del negocio	60
3.2.1 Cadena de Valor	60
3.2.2 Perfil Estratégico de la Empresa	64
3.3 Descripción del bien o del servicio	65
3.4 Estudio de la demanda	65
3.4.1 Tendencia del consumidor.....	69
3.4.1.1 Perfil de la empresa	69
3.4.1.2 Mercado de servicio de seguridad	69
3.4.2 Segmento del mercado	70
3.4.2.1 Análisis empresarial de las PYMES	70
3.2.4.2 Segmento de la empresa	73
3.5 Estudio de la oferta.....	74
3.5.1 Análisis de competencia.....	74
3.5.2 Análisis de competitividad y benchmarking.....	78
3.6 Determinación de la demanda insatisfecha.....	81
3.7 Proyecciones y provisiones para comercializar	92
3.7.1 Estrategia del servicio	93
3.7.2 Estrategia del precio	94
3.7.3 Canal de distribución	96
3.7.4 Promoción.....	97
3.7.4.1 Establecer los mecanismos y definir estrategias de promoción, incluida promoción de ventas.	97
3.7.4.2 Estrategias de marketing digital	98
3.8 Descripción de la Política Comercial.....	102
3.9 Proyección de la demanda.....	102
4. ESTUDIO TÉCNICO	104

4.1 Tamaño del negocio, factores determinantes	104
4.1.1 Factores determinantes.....	105
4.1.2 Factores condicionantes	105
4.2 Proceso y Tecnología.....	106
4.2.1 Descripción y diagrama de los procesos	106
4.2.2 Capacidad instalada y operativa	110
4.2.3 Cuadro de requerimiento de bienes de capital, personal e insumos	110
4.2.4 Infraestructura y características físicas.....	115
4.3 Localización del negocio, Factores determinantes.	116
4.3.1 Macro Localización	116
4.3.2 Micro Localización	116
5. ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO	119
5.1 Inversión fija	119
5.1.1 Inversión Tangible	119
5.1.2 Inversión Intangible	120
5.2. Capital de Trabajo.....	120
5.3 Inversión Total.....	123
5.4 Estructura de la inversión y financiamiento	124
5.5 Fuentes financieras	124
5.6 Condiciones de crédito.....	125
CAPITULO V. ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS	128
5.1 Presupuesto de los costos	128
6.2 Punto de Equilibrio	132
5.3 Estado de ganancias y pérdidas.....	134
5.4 Presupuesto de Ingresos	136
655 Presupuesto de Egresos	137
6.6. Flujo de caja proyectado	140
6.6.1. Flujo de caja económico.....	142
6.6.2. Flujo de caja financiero.....	143
6.7 Balance general.....	143
7. CAPITULO VI. EVALUACION ECONOMICA Y FINANCIERA	144
7.1 Evaluación Económica, Parámetros de Medición.....	144

7.2. Evaluación financiera	144
CONCLUSIONES	146
8.2. Recomendaciones	147
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	149
ANEXO	152

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Actividad principal del código CIU	16
Tabla 2. Características de las micro, pequeñas y medianas empresas.....	22
Tabla 3. Asignación del personal de la empresa.....	28
Tabla 4. Servicio de terceros de la empresa	29
Tabla 5. Comparativo de S.R.L. S.A. y S.A.C.	30
Tabla 6. Cuadro de Aportes de Socios de la Empresa Innova Security S.A.C	32
Tabla 7: Requisitos para la licencia de funcionamiento de Innova Security S.A.C	33
Tabla 8. Requisitos de Inscripción al RUC - Empresas.....	34
Tabla 9. Pagos y Declaraciones en el Régimen Mype Tributario	37
Tabla 10. Componentes de la Planilla Electrónica	38
Tabla 11. Diferencias entre el Régimen Laboral General y el Régimen Laboral Especial de la Micro y Pequeña Empresa	39
Tabla 12. Matriz de Factores Internos.....	55
Tabla 13. Matriz de Factores Externos.....	56
Tabla 14. Matriz FODA.....	57
Tabla 15. Denuncias por tipo de falta.....	67
Tabla 16. Denuncias por comisión de delitos según tipo.	68
Tabla 17. Las MYPE, venta anual según rangos UIT 2020.....	71
Tabla 18. MYPE por actividad económica.....	71
Tabla 19. MYPE según tipo de contribuyente y organización, 2020	72
Tabla 20. Competencia en el mismo sector	76
Tabla 21. Descripción y Tamaño del Mercado de la Industria de Seguridad.....	77
Tabla 22. Análisis de Bechmarking	81
Tabla 23. Determinación de la demanda.....	82
Tabla 24. Demanda total del producto.....	83
Tabla 25. Resultado de encuestas	87
Tabla 26. Evolución de delitos contra el patrimonio, 2016 – 2020	92
Tabla 27. Aplicación del método de mínimos cuadrados	92
Tabla 28. Calculo de las variables a y b.....	93
Tabla 29. Proyección de delitos contra el patrimonio, 2022 – 2026	93

Tabla 30. Calculo de las variables a y b	102
Tabla 31. Proyección de delitos contra el patrimonio para los años 2022 al 2026	103
Tabla 32. Proyección de agentes de servicios de seguridad de la empresa para los años 2022 al 2026	103
Tabla 33 Requerimiento de bienes de capital	110
Tabla 34. Gastos Fijos.....	111
Tabla 35. Costo Indirecto	111
Tabla 36. Requerimiento de personal por planilla.	111
Tabla 37. Costo de servicio de seguridad de 24 horas de L/D por 7 agentes	112
Tabla 38. Costo de servicio para siete agentes.....	112
Tabla 39. Costo de servicio de seguridad de 24 horas de L/D por 15 agentes ...	113
Tabla 40. Costo de servicio para 15 agentes	113
Tabla 41. Asignación de personal por tercerización de Innova Security S.A.C. ...	113
Tabla 42 Requerimientos de la municipalidad	114
Tabla 43. Distribución de los ambientes de la empresa	116
Tabla 44. Distritos de ubicación del Negocio.....	117
Tabla 45. Método de factores ponderados para la localización del proyecto	117
Tabla 46. Inversión Tangible (Expresado en soles)	119
Tabla 47. Inversión Intangible (Expresado en soles).....	120
Tabla 48 Capital de trabajo (Expresado en soles).....	120
Tabla 49. Inversión total (Expresado en soles)	123
Tabla 50. Estructura de la inversión y financiamiento (Expresado en soles).....	124
Tabla 51. Tasas de intereses anuales de capital de trabajo para micro empresas (Expresado en soles).....	125
Tabla 52. Condiciones de crédito (Expresado en soles)	125
Tabla 53. Cronograma de pagos (Expresado en soles)	126
Tabla 54. Presupuesto de costo de materiales directos (Expresado en soles) ...	128
Tabla 55 Presupuesto de costo de servicio de seguridad por 7 agentes (Expresado en soles).....	129
Tabla 56. Presupuesto de costo de materiales directos (Expresado en soles) ...	129
Tabla 57 Presupuesto de costo de servicio de seguridad por 15 agentes	130

Tabla 58 Presupuesto de materiales indirectos (Expresado en soles).....	130
Tabla 59 Presupuesto de gasto de personal (Expresado en soles)	130
Tabla 60.Gastos Fijos (Expresado en soles).....	131
Tabla 61.Presupuesto de gastos administrativos (Expresado en soles)	131
Tabla 62. Presupuesto de gasto de ventas (Expresado en soles)	131
Tabla 63. Costos fijos (Expresado en soles)	132
Tabla 64. Costos Variables (Expresado en soles).....	132
Tabla 65. Estructura de los precios por producto (Expresado en soles)	133
Tabla 66. Punto de equilibrio por multiproductos (Expresado en soles).....	133
Tabla 67. Depreciación de activos tangibles (Expresado en soles)	134
Tabla 68. Amortización de activos intangibles (Expresado en soles).....	134
Tabla 69. Amortización de activos intangibles (Expresado en soles).....	134
Tabla 70. Estado de ganancias y pérdidas (Expresado en soles).....	135
Tabla 71. Presupuesto de Ingresos (Expresado en soles).....	136
Tabla 72. Crédito fiscal (Expresado en soles).....	137
Tabla 73. Tasa de inflación del año 2020 al 2021	137
Tabla 74. Costos variables.....	138
Tabla 75. Presupuesto proyectado de materiales indirectos.....	138
Tabla 76. Presupuesto proyectado de gastos de personal.....	138
Tabla 77. Presupuesto proyectado de gastos fijos.....	139
Tabla 78. Presupuesto proyectado de gastos administrativos	139
Tabla 79. Presupuesto proyectado de gastos de ventas.....	140
Tabla 80: Aporte propio.....	141
Tabla 81. Calculo de beta apalancado.....	141
Tabla 82. Calculo del costo de oportunidad	141
Tabla 83. Costo Promedio ponderado de Capital.....	142
Tabla 84. Flujo de caja económico.....	142
Tabla 85. Flujo de caja financiero.....	143
Tabla 86. Balance General (Expresado en soles)	143
Tabla 87. Resultados económicos	144
Tabla 88. Periodo de recuperación económica	144

Tabla 89. Resultados financieros	144
Tabla 90. Periodo de recuperación financiera	145

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Principios de la empresa Innova Security S.A.C.	20
Figura 2. Organigrama de la Empresa Innova Security S.A.C	23
Figura 3. Regímenes Tributarios	35
Figura 4. Tipos de contratos laborales	40
Figura 5: Modelos de contratos de Innova Security S.A.C.	40
Figura 6. Análisis PEST.....	44
Figura 7. Cadena de valor de Porter	61
Figura 8. Perfil de la Empresa Innova Security	64
Figura 9. Modalidades de las empresas vigentes	66
Figura 10. El mercado de empresas de seguridad privada.	66
Figura 11. ¿Ha recibido alguna inspección en materia de Seguridad?	87
Figura 12. ¿Cuáles han sido las medidas de seguridad que usted ha utilizado para proteger su negocio?.....	88
Figura 13. ¿Cuáles son los factores críticos de la seguridad privada del país?	88
Figura 14. ¿Qué grado de conocimiento tiene su empresa en cuanto a la legislación de seguridad privada?	88
Figura 15. ¿En su opinión qué tipo de seguridad necesita su empresa?	89
Figura 16. ¿Por cuál de estos beneficios le daría prioridad para contratar servicio de seguridad?.....	89
Figura 17. ¿Conoces algún servicio de seguridad monitoreado en cada puesto de vigilancia?.....	89
Figura 18. ¿Conoces los beneficios de trabajar con este tipo de servicio?	90
Figura 19. ¿Conociendo los beneficios de este servicio estaría dispuesto a adquirirlo?.....	90
Figura 20. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este servicio?	90
Figura 21. ¿Cómo le gustaría enterarse del servicio?	91
Figura 22. ¿Qué servicios debería ofrecer las empresas de seguridad?	91
Figura 23. Formula de regresión Lineal.....	92
Figura 24. Flujoograma de compras.....	107

Figura 25. Flujograma de gestión de personal	108
Figura 26. Flujograma de ventas.....	109
Figura 27. Distribución física de las oficinas Innova Security S.A.C.....	115
Figura 28. La ubicación de la Oficina es en la Av. Nicolás Arriola 871 – La Victoria.	118

RESUMEN EJECUTIVO

Innova Security S.A.C. es una persona jurídica dedicada a las actividades de prestación de “Servicios Complementarios” de Seguridad y Vigilancia Privadas, se iniciará operaciones con la finalidad de brindar servicios de seguridad y vigilancia privada a sus clientes en el ámbito del departamento de Lima, sector 5 (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis y el Agustino) y sector 6 (Cercado de Lima, Rímac, Breña y la victoria).

Actualmente, debido al incremento de la inseguridad ciudadana los clientes se han vuelto más exigentes al momento de elegir una empresa de seguridad y vigilancia. La demanda de servicios de seguridad privada se ha incrementado, una prueba de ello, son las denuncias por comisión del delito las cuales se han incrementado en 9,471 entre el 2019 y 2020, el 70% de las empresas invierten en agentes de seguridad.

La empresa Innova Security S.A.C tiene la necesidad de crecer es por esto que se ha elaborado un plan de negocio para el periodo 2022 – 2026, el cual le ayudará a analizar el entorno interno y externo de la empresa, para poder definir los aspectos claves en los que se debe tomar mayor atención e identificar las decisiones que se tengan que tomar para lograr el crecimiento que se desea, este plan propone una estrategia de penetración de mercado.

El presente plan de negocios se ha dividido en siete puntos: Estructura del plan, organización aspectos legales, estudio de mercado, estudio técnico, estudio de la inversión y financiamiento, estudio de los costos, ingresos y egresos y finalmente la evaluación económica y financiera.

En el primer punto se detalla la estructura de plan de negocio, a través del modelo de Canvas, que es una herramienta de gestión estratégica que da a conocer los aspectos clave de la empresa Innova Security S.A.C y cómo se relacionan y compensan entre sí. Hace visible la infraestructura, la oferta, los clientes y la

situación financiera de tu organización, con el fin de reconocer las deficiencias y analizar su rendimiento.

En el segundo punto se encontrará información relevante sobre la empresa, es decir información detallada de la empresa con especial énfasis en la descripción de su capacidad, experiencia y habilidades para poner en práctica el proyecto. En ese sentido, se mencionan datos como el nombre o razón social, la actividad económica, la ubicación, factibilidad municipal y sectorial, los objetivos de la empresa, ley de MYPES, estructura orgánica entre otros.

En el tercer punto, se tiene el plan de estudio de mercado, el cual es un componente fundamental para la segmentación del servicio, este muestra hacia donde se dirige la empresa con su expansión. En este punto se encontrará mayor detalle sobre la descripción del servicio, el análisis del mercado, el análisis de la oferta y la demanda; y las estrategias de venta y promoción.

El cuarto punto presenta estudio técnico, donde se determina las características físicas del local. Luego se muestra los procesos principales y secundarios de la empresa, así como los requerimientos de los procesos, tales como insumos y servicios.

En el quinto y sexto punto se tiene el estudio de la inversión y financiamiento, aquí se detalla la inversión fija, el capital de trabajo, la estructura de la inversión y financiamiento, las fuentes financieras y condiciones de crédito, presupuesto de costos, ingresos y egresos, punto de equilibrio, flujo de caja, estado de ganancias y pérdidas, evaluación de la inversión, evaluación de costos y finalmente el balance general.

En el último punto se detalla toda la información de carácter económica y financiera del plan de negocios, se ha analizado si éste cumple con las condiciones de rentabilidad, solvencia y liquidez necesarias para evitar pérdidas y asegurar el éxito.

Los resultados económicos y financieros del plan de negocio muestran los siguientes resultados: El VAN económico es de S/. S/. 79,280.45 y TIR económico de 34.54%, también el VAN financiero de S/. 125,943.79 y TIR financiero 52.69%. Por lo expuesto, ambos flujos son positivos y alentadores para poder incursionar en este tipo de negocio.

Como se ha podido observar, a lo largo del plan de negocios se brinda información clara y precisa que permite analizar la pertinencia del mismo, haciendo una revisión completa de los diversos componentes que lo conforman.

1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

<p>Aliados Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • SUNAT • Superintendencia Nacional de Control de Servicios de Seguridad, Armas, Municiones y Explosivos de Uso Civil (SUCAMEC) • Proveedor de equipos tecnológicos, uniformes, herramientas. • Agentes comerciales 	<p>Actividades Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Punto de atención al cliente. • Difusión del servicio. • Selección de proveedores logísticos. • Realizar una adecuada gestión de la cadena logística, desde la compra de suministros hasta la llegada del servicio al cliente. • Mercadeo y trazabilidad adecuada de la promoción del servicio durante toda la gestión. 	<p>Propuesta de Valor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manejo de relaciones (Buenas relaciones con los clientes, pequeños, medianos y grandes. • Equipo Comercial Personal capacitado, debidamente especializado para cada función que se le encomienda. • Conocimiento del servicio de seguridad que tiene el personal hacia el cliente. • Óptimo manejo de la distribución del servicio. • Satisfacción laboral 	<p>Relación con el Cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servicio post venta, comunicación constante con el cliente mediante medios electrónicos. • Captar clientes y fidelizarlos. • Promociones en la Website y fanpage mostrando las cualidades del servicio y sus ventajas competitivas. 	<p>Segmentos de Clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empresas dedicadas al sector Comercio, servicio, manufactura y construcción ubicadas en el Sector 5 (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis y el Agustino) y en el Sector 6 (Cercado de Lima, Rímac, Breña y la Victoria)
	<p>Estructura de Costos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costos de mano de obra directa • Costo de gasto de personal • Gastos de materiales indirectos • Gastos fijos • Costos administrativos • Gasto de venta 		<p>Estructura de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Venta directa en local. • Ventas a través de nuestra plataforma virtual. • Ventas mediante las redes sociales. • Ventas por agentes comerciales 	

2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1 Nombre o razón social

El nombre o razón social de la empresa se denominará Innova Security SAC. Debido a que se desea resaltar lo que ofrece la empresa, que es innovación y en este caso al ser una empresa de seguridad, será fácil de recordar.

Razón Social : Innova Security SAC

RUC : 20601913127

2.2 Actividad económica o codificación internacional (CIIU)

Según (SUNAT, 2019) menciona que la CIIU es la Clasificación Industrial Internacional Uniforme, la cual se establece para actividades que producen bienes y servicios. En el país, el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) ha establecido oficialmente la adopción de la nueva revisión de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU Revisión 4), lo cual permitirá establecer un esquema conceptual uniforme a fin de contar con información más real a nivel de empresas y establecimientos productivos de bienes y servicios.

Tabla 1. Actividad principal del código CIIU

	Descripción CIIU
Sección N	Actividades de servicios administrativas y de apoyo
División 80	Actividades de seguridad e investigación
Grupo 801	Actividades de seguridad privada
Clase 8010	Actividades de seguridad privada

Fuente: (SUNAT, 2019)

2.3 Ubicación y factibilidad municipal y sectorial

La empresa de servicio de seguridad; Innova Security S.A.C. Utilizará una oficina para el desarrollo de sus actividades administrativas, en la cual se determinará un espacio para el almacén y un área adecuada para las Capacitaciones del personal. Se detallará los puntos a considerar para la elección de la ubicación y también los trámites municipales y sectoriales indispensables para dar inicio a las operaciones.

2.3.1 Ubicación

Es importante poder determinar la ubicación adecuada, para poder dar inicio a las actividades del negocio. Utilizando el método cuantitativo de valoración, escogimos 3 distritos de Lima para su evaluación que será detallado en la tabla 45, se considera los más relevantes para obtener la localización del proyecto.

La ubicación donde estará la oficina y el almacén de la empresa Innova Security S.A.C., es en la Victoria, debido a que fue el distrito que obtuvo el mayor puntaje en el método de factores ponderados. La dirección exacta del local donde se ubicará la empresa es la Av. Nicolás Arriola 871, distrito La Victoria

2.3.2 Factibilidad municipal

Según la (Municipalidad La Victoria, 2019) El trámite para todas las autorizaciones se encuentran regulados por la Ordenanza N° 268-2017/MLV que aprueba los procedimientos administrativos y los requisitos contenidos en el texto único de procedimientos administrativos de La Victoria (actualización del TUPA). Se inicia mediante el llenado y presentación de un único formulario gratuito denominado Solicitud de Licencia de Funcionamiento con carácter de Declaración Jurada, que, de acuerdo al Texto Único, el monto para obtener la licencia de funcionamiento para establecimientos con un área de más de 100. m² hasta 500.00 m² es de S/. 103.30.

2.3.3 Factibilidad sectorial

Se deberá pasar una inspección de Defensa Civil, llenando un formulario llamado "Declaración jurada de condiciones de seguridad", ver en ANEXO 5, se solicita a la municipalidad de la Victoria la programación de una inspección del local para

verificar que se cumpla con todas las normas de seguridad y así obtener la licencia de funcionamiento por defensa civil, cumpliendo con las normas de seguridad. De acuerdo con la Ley N°28976, Ley Marco de Licencia de Funcionamiento, no es necesario un certificado de zonificación o compatibilidad de uso para el trámite de licencia de funcionamiento.

Al ser una empresa que se dedicará a brindar servicio de seguridad, ésta debe obtener la licencia de funcionamiento por parte de (SUCAMEC, 2019) (Superintendencia Nacional de Control de Servicios de Seguridad, Armas, Municiones y Explosivos de Uso Civil). Anexo quien tiene la función de Controlar, administrar, supervisar, fiscalizar, normar y sancionar las actividades en el ámbito de los servicios de seguridad privada, fabricación y comercio de armas, municiones y conexos, explosivos y productos pirotécnicos de uso civil, de conformidad con la Constitución Política del Perú, los tratados internacionales y la legislación nacional vigente. En esta materia, comprende también la facultad de autorizar su uso.

2.4 Objetivos de empresa, Principio de la empresa en marcha

2.4.1 Objetivos

Innova Security busca posicionarse en el mercado, a través del reconocimiento del servicio brindado.

Objetivo general:

Brindar servicio de seguridad y vigilancia privada, de manera eficiente en el resguardo y cuidado de los bienes y patrimonios de las entidades, a través de la calidad de nuestro servicio.

Objetivos específicos:

- Posicionar el servicio dentro del segmento de servicios de seguridad.
- Lograr una participación de mercado de 1.29% durante el primer año de operaciones.
- Evaluar bajo qué régimen laboral nos acogeremos que favorezca al negocio.

- Optimizar las estrategias de marketing para garantizar el alcance hacia el cliente final.
- Incrementar el nivel de ventas para el año 2023.
- Incrementar el presupuesto anual de gasto de ventas en 2% para el año 2023.
- Determinar la rentabilidad del plan de negocio en un horizonte de cinco años.

2.4.2 Misión

“Somos una empresa que se dedica a la Protección, resguardo y cuidado de los bienes materiales y humanos encomendados, brindando servicio de seguridad de alta calidad, para el bienestar de nuestros clientes”

2.4.3 Visión

Ser una empresa reconocida en el servicio de seguridad y vigilancia privada en el 2026, asegurando un desempeño óptimo en nuestras operaciones a través de la tecnología, cumpliendo los requerimientos de nuestros clientes, basado en su satisfacción.

2.4.4 Valores

Los valores de la Empresa Innova Security estarán basados en:

- **Respeto:** Se da a través de los trabajadores dentro de la organización, permitiendo un ambiente agradable para realizar sus funciones con seguridad y cordialidad.
- **Disciplina:** Comportamiento adecuado dentro y fuera de la organización, permitiendo trabajar en un ambiente de eficiencia y armonía.
- **Honestidad:** Fomentar el compromiso con la empresa.
- **Responsabilidad:** Con el desarrollo de nuestras actividades a través de las funciones encomendadas.
- **Solidaridad:** Compañerismo y reconocimiento grupal.

- **Esfuerzo:** En mejora del servicio que se brinda.

2.4.5 Principios

Los principios de la empresa Innova Security son:



Figura 1. Principios de la empresa Innova Security S.A.C.

Fuente: Elaboración Propia.

- **Cuidado del medio ambiente:** Mantener de manera continua la práctica de preservación y mejora del medio ambiente.
- **Desarrollo y bienestar del recurso humano:** Proporcionar una adecuada calidad de vida a los trabajadores, brindarles los servicios y recursos que los valoren como personas.
- **Cultura de calidad:** Perfeccionar los procesos, a través de una mejora continua, para lograr eficacia, eficiencia y productividad buscando alcanzar la excelencia, en beneficio y satisfacción de nuestro personal y clientes.
- **Cultura de Servicio:** Destacar por el alto nivel de calidad de servicio que se les brinda a nuestros clientes antes y después de la compra.

- **Cultura de la Innovación:** Ofrecer desarrollo, mejora e innovación en nuestros productos, servicios y procesos que ofrece la empresa.
- **Pensamiento Estratégico:** Analizar tendencias, realizar estrategias de corto, mediano y largo plazo e innovar creando las soluciones más eficientes, seguras y rentables.

2.4.6 Cultura organizacional y política

Según (Fischman, 2009) menciona que la cultura organizacional es el elemento primordial para el éxito de las empresas. Existen 3 niveles de la cultura organizacional: el primer nivel de cultura se conoce como el de los artefactos y se refiere a todo lo que se puede ver, oír y sentir en una organización. El segundo nivel está conformado por los valores y el tercer nivel por las creencias compartidas.

La empresa orientara el comportamiento de los empleados hacia el logro de los objetivos propuestos. Para lograr todo esto de forma efectiva, es necesario establecer políticas empresariales; las cuales se detallan a continuación:

Políticas:

- El personal administrativo ingresará a las 9:00 am y la salida será a las 6:30 pm
- El personal operativo de lunes a viernes de 07:00 am a 07:00 pm y los sábados de 9 am a 01:00 pm. O según requerimiento del servicio.
- El uso del carnet es obligatorio y debe estar visible. (Fotocheck, Carnet y licencia) según el caso.
- Vestir correctamente, según las disposiciones y siempre manteniendo la limpieza y orden.
- Cuidar la presencia personal.
- La remuneración de los trabajadores será de manera quincenal y mensual.
- Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.

- El tiempo de atención por respuesta de un correo electrónico no debe ser mayor a las 12 horas, dentro de los días hábiles.
- Promociones de actividades deportivas, sociales y culturales.
- Habrá reconocimientos al personal por su buen desempeño.

2.5 Ley de MYPE micro y pequeña empresa

Según (Atahúaman C., 2013) indica que, la Ley N° 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”, tiene como objetivo establecer un marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas.

Tabla 2. Características de las micro, pequeñas y medianas empresas

Ley N° 30056		
<i>Categoría Empresarial</i>	Ventas Anuales en UIT	Ventas Anuales en S/.
<i>Microempresa</i>	Hasta 150 UIT	S/. 690,000
<i>Pequeña empresa</i>	Superior a 150 UIT hasta 1700 UIT	Superior a S/. 690,000 hasta S/. 7'820,000
<i>Mediana empresa</i>	Superior a 1700 UIT hasta 2300 UIT	Superior a S/. 7'820,000 hasta S/. 10'580,000

**El monto de las UIT se regula anualmente. Para el año 2022 la UIT es de S/.4,600.*

Fuente: Elaboración Propia, según SUNAT.

Como se puede observar en la **Tabla anterior**, la empresa Innova Security S.A.C será una pequeña empresa por que el nivel de ventas supera las 150 UIT.

2.6 Estructura orgánica

El Gerente General será el representante legal de la organización, debiendo responder al organigrama que se encuentra a continuación:

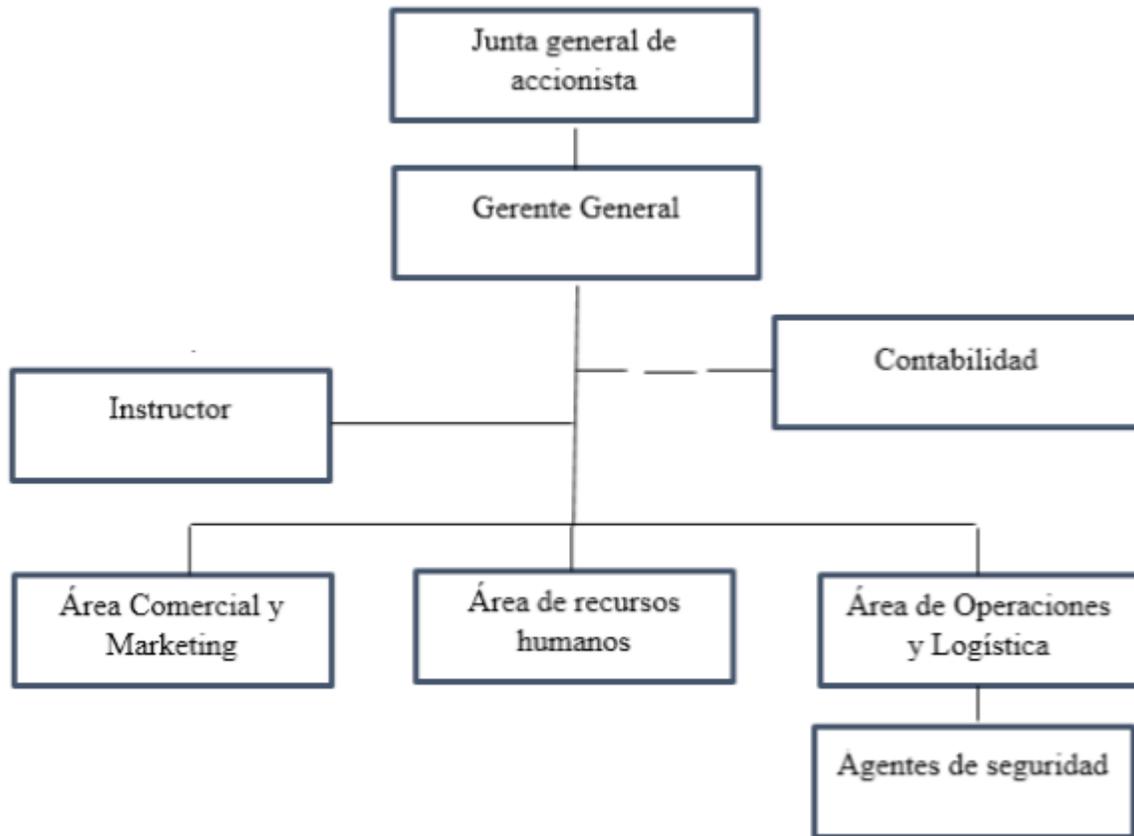


Figura 2. Organigrama de la empresa Innova Security S.A.C

Fuente: Elaboración Propia

2.6.1 Principales funciones del personal

Se detalla las funciones principales del personal:

A. Junta general de accionista

La propiedad de una empresa son sus accionistas que poseen una o varias acciones que representan su inversión de recursos en la empresa, es por ello por lo que, es la autoridad máxima dentro de una Sociedad Anónima.

En la empresa se está considerando a las personas que aporten con capital de acuerdo con lo indicado para el proyecto. Entre las principales funciones de los accionistas será la toma de decisiones que contribuya con el buen funcionamiento de la empresa.

- Aprobar las cuentas anuales y la distribución del resultado.
- Velar por la transparencia y cumplimiento de los derechos de información de todo accionista.
- Participar en la reunión anual para conocer y aprobar el balance general que son presentados por el gerente general.
- Asegurar el cumplimiento de los principios de la empresa.

B. Gerencia general

Es el representante legal de la empresa ante las autoridades judiciales, administrativas, laborales, municipales, políticas y policiales velando por el cumplimiento de todos los requisitos legales que afecten las operaciones de ésta.

- Asistir, con voz, pero sin voto, a las sesiones de la Junta de Accionistas, asimismo, reportar, planear y coordinar con la Junta las actividades de la empresa.
- Supervisar el buen funcionamiento de todas las áreas de la empresa, delegando adecuadamente funciones y verificando el cumplimiento.
- Decidir en la contratación, selección del personal adecuado para cada cargo.
- Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros.
- Realizar negociaciones y representar los intereses de la organización ante los proveedores, clientes y distribuidores.

C. Asistente de marketing

- Analizar e investigar el mercado y desarrollar planes de marketing que se adapten tanto a las particularidades del producto como a las características generales de la empresa.
- Aportar datos e información relevante para el desarrollo de nuevas campañas de marketing.
- Captar nuevos clientes a través de estrategias de promoción.
- Elaborar reportes sobre el avance y cumplimiento de los objetivos de venta.

- Ejecutar actividades de promoción, publicidad, marketing directo, y trade marketing.

En base a las funciones detalladas, para este cargo se requiere un profesional egresado o bachiller de las carreras de Administración o Marketing; con un mínimo de 1 año de experiencia.

D. Asistente de logística y operaciones

- Responsable de la gestión y planificación de compras de los productos.
- Responsable de todo el proceso logístico.
- Negociar con los proveedores a fin de optimizar los procesos.
- Coordinar con los proveedores la entrega de los insumos.
- Organizar, dirigir y controlar la recepción, clasificación, verificación y almacenamiento de la mercancía adquirida.

En base a las funciones detalladas, para este cargo se requiere un profesional de las carreras de Administración o Ingeniería industrial; con un mínimo de 1 año de experiencia.

E. Asistente de recursos humanos

- Realizar el proceso de reclutamiento y selección, asegurando el cumplimiento de los procedimientos y ejecución de actividades del plan operativo, a fin de contar con personal calificado de manera oportuna que cuenten con el perfil del puesto y adaptación a la cultura organizacional.
- Realizar el proceso de capacitación, desde la inducción, detección de necesidades, ejecución del plan de capacitación y análisis de la eficacia de capacitación, asegurando el cumplimiento de los procedimientos y políticas de capacitación e inducción.
- Asegurar las condiciones laborales básicas, el cumplimiento de los procedimientos y ejecución eficiente de actividades del plan operativo, a fin de promover la integración, los valores corporativos, y asegurar el clima laboral adecuado.

- Supervisar y controlar la aplicación de medidas disciplinarias en coordinación con el gerente general, permisos, descansos médicos, vacaciones y licencias, tomando acciones que permitan llevar un mayor y mejor control de los ausentismos en la empresa.
- Canalizar las necesidades relacionadas a los procesos de compensaciones y desarrollo del talento, gestionando en base a los lineamientos y procedimientos, velando por el cumplimiento de las políticas remunerativas de la empresa.
- Presentar los indicadores de gestión de los procesos a cargo, a fin de evaluar y proponer acciones que agreguen valor y contribuyan a la mejora de los procesos.
- Organizar las responsabilidades de su equipo de trabajo, capacitarlos, entrenarlos y gestionar su desempeño, a fin de asegurar el cumplimiento de los objetivos asignados por la gerencia.
- Asegurar el cumplimiento de los resultados del área

F. Instructor y supervisor de seguridad

- Verificar el estricto cumplimiento de las disposiciones operativas en forma permanente.
- Dirigir, controlar y administrar adecuadamente al personal y medios asignados a los sistemas de seguridad a su cargo, cumpliendo las normas y procedimientos establecidos, actuando con criterio y prevención.
- Informar al jefe de operaciones, sobre la situación de los servicios de seguridad y vigilancia que se prestan.
- Gestionar la formulación y controlar el cumplimiento de las funciones generales y específicas en cada puesto de vigilancia.
- Visitar las instalaciones, anexos y coordinar aspectos del servicio con el jefe de operaciones.
- Gestionar la programación oportuna de los servicios.
- Formular los informes correspondientes sobre toda ocurrencia importante de oportuna al jefe de operaciones.
- Es responsable de la evaluación a todo el personal a su cargo e informar los resultados a la jefatura de operaciones.

- Verificar que el personal preste servicios acorde con las disposiciones de la SUCAMEC.
- Dirigir y apoyar la Instrucción del personal y agentes.
- Organizar, comandar y supervisar los servicios que se prestan en las diferentes Unidades.
- Planificar, organizar y comandar los servicios especiales de seguridad y resguardo, solicitado por los clientes.
- Velar por la disciplina del personal de servicio; así como por el uso correcto y conservación de las prendas del uniforme, equipos y otros.
- Intervenir de inmediato y hacerse cargo de las investigaciones, cuando se produzcan siniestros y/u ocurrencias de importancia.
- Llevar un registro de audiencias del personal a su mando, preocupándose porque sus documentos, gestiones y beneficios se cumplan de acuerdo con las normas dispuestas por la empresa.
- Mantener permanentemente actualizado los cargos logísticos de las Unidades bajo su responsabilidad.
- Verificar el cumplimiento del rol de servicio y descanso semanal de los agentes.
- Denunciar ante la autoridad policial, los siniestros en agravio del personal, de la Empresa.
- Controlar el uso y mantenimiento de las unidades móviles.
- Controlar el cumplimiento de los servicios dispuestos por los escalones Superiores.
- Controlar el cumplimiento de las funciones generales y particulares en cada uno de los puestos.
- Verificar que el personal de seguridad conozca el presente manual, los diferentes normativos (Plan de evacuación y contra incendios).
- Presentar periódicamente al jefe de operaciones la evaluación de desempeño de los agentes.
- Poner en práctica en forma periódica los procedimientos y planes de seguridad existentes, actualizando datos, evaluando y registrando los resultados.

Servicio de terceros:

Contabilidad (Contador externo)

- Elaborar estados financieros
- Trabaja en estrecha colaboración con el departamento de finanzas.
- Coordinar el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la empresa, tales como, pago de impuestos según el cronograma de pagos de la SUNAT.
- Realizar el registro de compras, gastos, ventas y declaración de impuestos.
- Procesar y actualizar la información contable-financiera.
- Emitir periódicamente reportes financieros a la Gerencia General y a la Junta General de Accionistas.
- Coordinar el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la empresa.

En base a las funciones detalladas, para este cargo se requiere un profesional de la carrera de Contabilidad con un mínimo de 2 años de experiencia.

2.7 Cuadro de asignación del personal

Tabla 3. Asignación del personal de la empresa
(Expresado en nuevos soles)

Descripción	N° de empleados	Sueldo	Pago mensual	Pago anual	CTS 1 Sueldo	Gratificación 2 sueldos	Vacaciones	Sub total	ESSALUD 9%	Total anual
Gerente General	1	2,500	2,500	28,750	1,250	2,500	1,250	33,750	3,038	36,788
Asistente Comercial y marketing	1	1,300	1,300	14,950	650	1,300	650	17,550	1,580	19,130
Asistente de Logística y operaciones	1	1,300	1,300	14,950	650	1,300	650	17,550	1,580	19,130
Asistente de recursos humanos	1	1,400	1,400	16,100	700	1,400	700	18,900	1,701	20,601
Instructor	1	1,300	1,300	14,950	650	1,300	650	17,550	1,580	19,130
Vendedores	2	1,000	2,000	23,500	500	2,000	500	26,500	2,385	28,885
TOTAL	7				0	0				143,662

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en la **Tabla anterior**, no se considera dentro del pago de planilla pago completo de CTS ni Gratificaciones debido a que al régimen que se acogerá la empresa será al Régimen laboral especial de pequeña empresa.

Tabla 4. Servicio de terceros de la empresa

(Expresado en soles)

Cargo	N° de personal	Sueldo S/.	Sueldo anual S/.
Contabilidad	1	250	3000
Total		250	3000

Fuente: Elaboración Propia

La tabla anterior muestra el pago total anual que deberá realizar la empresa por los servicios que brindará el contador.

2.8 Forma jurídica empresarial

En el Perú, existen dos formas de constituir una empresa, ellas son, como persona natural con negocio y persona jurídica. Según (SUNARP, 2018) razones por las que es recomendable formalizar un emprendimiento son:

- Protección de su patrimonio personal frente al patrimonio del negocio y sus riesgos. Al constituir una persona jurídica usted puede delimitar claramente cuál es el patrimonio que está sujeto a riesgo.
- Mayor credibilidad y presencia en el mercado. Las personas prefieren hacer negocios con empresas constituidas formalmente por una percepción de permanencia en el tiempo.
- Fácil acceso a productos bancarios y de crédito especiales para personas jurídicas. Las instituciones financieras siempre esperan que las empresas estén constituidas como personas jurídicas, de esta manera hay mayor facilidad para acceder a sus productos crediticios.
- Ventajas tributarias. Al formalizar su personería jurídica podrá acreditar con mayor facilidad su derecho a gozar de determinadas ventajas tributarias al tener su patrimonio personal separado claramente del negocio.
- Mayor estabilidad del negocio. Constituyendo una sociedad usted evita los riesgos que pueden sobrevenir como consecuencia de cualquier incapacidad o incluso muerte de los socios dado que la sociedad tiene existencia más allá de la situación personal de los socios. Precisamente su organización legal evitará su desaparición, salvo que se decida lo contrario.

- Mayor control sobre las decisiones que se tomen en el negocio. Al tener una sociedad constituida se evita el riesgo que alguno de los socios tome decisiones unilaterales que afecten al negocio.
- Fácil transferencia de la propiedad. Al constituir una sociedad usted puede transferir fácilmente toda la unidad del negocio con la simple transferencia de sus participaciones en la sociedad.
- Mejor estrategia de salida del negocio. Cuando se quiera salir del negocio el tener constituida una persona jurídica le dará mayor facilidad para liquidar la sociedad y disolverla o si lo prefiere venderla.
- Mayor facilidad para contratar con el Estado.

La empresa Innova Security S.A.C. será constituida como una persona jurídica con la finalidad de formalizarse y acogerse a los beneficios que ello representa.

Tabla 5. Comparativo de S.R.L. S.A. y S.A.C.

Sociedad Comercial De Responsabilidad Limitada S.R.L.	Características	De 2 a 20 socios participacionistas
	Denominación	La denominación es seguida de las palabras "Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada", o de las siglas "S.R.L."
	Órganos	Junta General de Socios y Gerencia
	Capital social	Representado por participaciones y deberá estar pagada cada participación por lo menos en un 25%
	Duración	Indeterminada
	Transferencia	La transferencia de participaciones se formaliza mediante escritura pública y debe inscribirse en el Registro Público de Personas Jurídicas.
	Características	Es aquella que realizó oferta primaria de acciones u obligaciones convertibles en acciones, tiene más de 750 accionistas, más del 35% de su capital pertenece a 175 o más accionistas, se constituye como tal o sus accionistas deciden la adaptación a esta modalidad.
Sociedad Anónima Abierta S.A.	Denominación	La denominación es seguida de las palabras "Sociedad Anónima Abierta", o de las siglas "S.A.A."
	Órganos	Junta General de Accionistas, Directorio y Gerencia
	Capital social	Representado por participaciones y deberá estar pagada cada participación por lo menos en un 25%

Sociedad Anónima Cerrada S.A.C.	Duración	Determinado o Indeterminado
	Transferencia	La transferencia de acciones debe ser anotada en el Libro de Matrícula de Acciones de la Sociedad.
	Características	De 2 a 20 accionistas.
	Denominación	La denominación es seguida de las palabras "Sociedad Anónima Cerrada", o de las siglas "S.A.C."
	Órganos	Junta General de Accionistas, Directorio (opcional) y Gerencia
	Capital social	Aportes en moneda nacional y/o extranjera y en contribuciones tecnológicas intangibles.
	Duración	Determinado o Indeterminado
Transferencia	La transferencia de acciones debe ser anotada en el Libro de Matrícula de Acciones de la Sociedad.	

Fuente: ProInversión

Razones por las que se eligió una Sociedad Anónima Cerrada:

El número mínimo de accionistas que se requieren es 2 y el máximo de 20. Al ser Innova Security S.A.C. una pequeña-empresa y sólo cuenta con 3 socios, la opción de ser una S.A.C calza mejor para el proyecto.

La transferencia de acciones para una S.A.C no es de conocimiento público. Ésta característica ayudará a Innova Security S.A.C., ya que permitirá proteger la privacidad de dichas transferencias y la identidad de los accionistas. Al no estar inscrito en los Registros Públicos del mercado de valores no se conoce cuanto se esta registrando o ganando.

Una Sociedad Anónima Cerrada brinda la opción de establecer un directorio, lo que permite que el gerente general de la empresa pueda asumir dichas facultades; lo que para Innova Security S.A.C supone una reducción de costos.

Tabla 6. Cuadro de Aportes de Socios de la Empresa Innova Security S.A.C

Nombre del Accionista	Capital Social S/. Valor nominal	N° de Acciones	%	
Primer accionista	46,233.17	10	4623	70%
Segundo accionista	9,247	10	925	14%
Tercer Accionista	10,568	10	1057	16%
Total aporte propio	66,047			100%

Fuente: Elaboración propia

Innova Security S.A.C contará con un capital total de S/. 66,047.00 conformada por el aporte de los tres socios siendo S/. 46,233.17, S/. 9247.00 y 10,568.00 respectivamente, con 70, 14% y 16% de participación respectivamente

2.9 Registro de marca y procedimiento en INDECOPI

Según (Indecopi, 2019) los requisitos para poder registrar la marca:

- Completar y presentar tres ejemplares de formato de la solicitud correspondiente (dos para la autoridad y uno para el administrado)
- Indicar los datos de identificación del solicitante.

Para el caso de personas jurídicas: consignar el Número de RUC

En el caso de contar con un representante, se deberá indicar sus datos de identificación y será obligado a presentar un poder que lo autorice a representarlo.

- Señalar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú (incluyendo referencias de ser el caso).
- Indicar cuál es el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros).
 - Si la marca es mixta, figurativa o tridimensional se deberá adjuntar su reproducción (tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores si se desea proteger los colores).

- De ser posible, se sugiere enviar una copia fiel del mismo logotipo al correo electrónico: logos-dsd@indecopi.gob.pe (Formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles)
- Consignar 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, se sugiere entrar al buscador PERUANIZADO.
- Firmar la solicitud por el solicitante o su representante.
- Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo es equivalente al 13.90% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) por una clase solicitada, esto es S/. 611.90 Nuevos Soles. Este importe deberá pagarse en la sucursal del Banco de la Nación.

2.10 Requisitos y trámites municipales

Según la (Municipalidad la Victoria, 2021), establece los siguientes requisitos:

Tabla 7: Requisitos para la licencia de funcionamiento de Innova Security S.A.C

Licencia de Funcionamiento: establecimiento con un área de hasta 100 m²	
Requisitos	Formato de solicitud con carácter de Declaración Jurada
	Copia de vigencia de poder de representante legal
	Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad
	Indicación de número de comprobante de pago por derecho de trámite
Plazos	15 días calendario, contados a partir del día siguiente de la presentación del expediente
Costo	Sin costo

Fuente: Web de la Municipalidad de la Victoria
Elaboración: Propia

El formato de licencia de funcionamiento se detalla en el anexo 4

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

2.11.1 Requisitos para obtención de RUC

Según (SUNAT, 2019) El Registro Único del Contribuyente es un padrón en el que deben registrarse los contribuyentes respecto de los tributos que administra la SUNAT, es una base de datos cuya información es actualizada por los contribuyentes y por la SUNAT.

Este registro permite otorgar a cada persona, entidad o empresa un RUC que consta de 11 dígitos que es de carácter permanente y de uso obligatorio en todo trámite ante la SUNAT.

Para obtener su número de RUC deberá acercarse a cualquier Centro de Servicios al Contribuyente cercano a su domicilio fiscal y presentar los siguientes documentos:

Los requisitos para inscribir la empresa Innova Security S.A.C al RUC son los siguientes:

Tabla 8. Requisitos de Inscripción al RUC - Empresas

Requisitos de Inscripción para empresas
Persona Jurídica
DNI del Representante Legal
Ficha o partida electrónica certificada por Registros Públicos, con una antigüedad no mayor a treinta (30) días calendario
Exhibir el original y presentar la fotocopia simple de la partida registral certificada (ficha o partida electrónica) por los Registros Públicos. Dicho documento no podrá tener una antigüedad mayor a treinta (30) días calendario.
Cualquier documento privado o público en el que conste la dirección del domicilio fiscal que se declara.

Fuente: (SUNAT, 2019)

2.11.2 Regímenes tributarios

Según (Plataforma digital unica del Estado Peruano, s.f.) Los Regímenes tributarios son las categorías bajo las cuales una Persona Natural o Persona Jurídica que posee o va a iniciar un negocio debe estar registrada en la SUNAT.

El régimen tributario establece la manera en la que se pagan los impuestos y los niveles de pagos de los mismos. Puedes optar por uno u otro régimen dependiendo del tipo y el tamaño del negocio.

A partir de enero del año 2017 hay cuatro regímenes tributarios Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS), Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER), Régimen

MYPE Tributario (RMT) y Régimen General (RG).

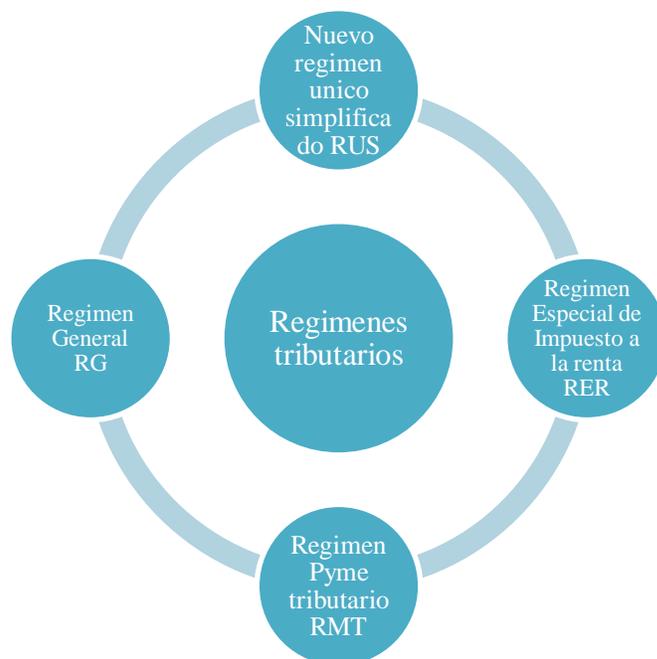


Figura 3. Regímenes tributarios

Fuente: (Plataforma Digital Unica del Estado Peruano, 2019)

El tipo de régimen seleccionado para la empresa Innova Security S.A.C. será Régimen Mype Tributario (RMT).

Según (SUNAT, 2019) El Régimen Mype Tributario es un régimen creado especialmente para las Micro y Pequeñas empresas, con el objetivo de promover su crecimiento al brindarles condiciones más simples para cumplir con sus obligaciones tributarias.

Uno de los requisitos para estar en este régimen es que tus ingresos netos no superen las 1700 UIT en el ejercicio gravable.

Ventajas que te ofrece este régimen tributario:

- Montos a pagar de acuerdo a la ganancia obtenida.
- Tasas reducidas
- Posibilidad de suspender los pagos a cuenta.
- Emitir todos los tipos de comprobantes de pago autorizados por la SUNAT.
- Llevar únicamente: Registro de Venta, Registro de Compras y Libro Diario Formato Simplificado.

Este régimen cuenta con ventajas y razones para acogerse al mismo, las que se detallan a continuación:

- Montos a pagar de acuerdo a la ganancia obtenida.
- Tasas reducidas.
- Realizar cualquier tipo de actividad económica.
- Emitir todos los tipos de comprobantes de pago.
- Llevar libros contables en función de tus ingresos.

A continuación, se detalla como declarar y pagar los impuestos a la SUNAT:

Tabla 9. Pagos y Declaraciones en el Régimen Mype Tributario

Régimen Mype Tributario							
Pago a cuenta del Impuesto a la Renta:							
	*						
	<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;">Monto ingresos netos</td> <td style="width: 50%;">Tasa</td> </tr> <tr> <td>Menos a 300 UIT</td> <td>1% de los ingresos Netos</td> </tr> <tr> <td>A partir del mes que supere las 300 UIT</td> <td>1.5% de los ingresos netos o coeficientes (*)</td> </tr> </table>	Monto ingresos netos	Tasa	Menos a 300 UIT	1% de los ingresos Netos	A partir del mes que supere las 300 UIT	1.5% de los ingresos netos o coeficientes (*)
Monto ingresos netos	Tasa						
Menos a 300 UIT	1% de los ingresos Netos						
A partir del mes que supere las 300 UIT	1.5% de los ingresos netos o coeficientes (*)						
¿Cuánto pagar?	<p>Calculado de acuerdo con lo dispuesto por el artículo 85 de la ley del impuesto a la renta.</p> <p>Impuesto General a las ventas (IGV) Mensual 18% de sus ventas realizadas</p>						
¿Cuándo declarar y pagar?	De acuerdo al cronograma de obligaciones mensuales						
	Si, con la cual se paga una regularización del impuesto equivalente a:						
	<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;">Tramo de Ganancia</td> <td style="width: 50%;">Tasa sobre la utilidad</td> </tr> <tr style="background-color: #D9EAD3;"> <td>Hasta 15 UIT</td> <td>10%</td> </tr> <tr style="border-top: 1px solid black;"> <td>Más de 15 UIT</td> <td>29.5%</td> </tr> </table>	Tramo de Ganancia	Tasa sobre la utilidad	Hasta 15 UIT	10%	Más de 15 UIT	29.5%
Tramo de Ganancia	Tasa sobre la utilidad						
Hasta 15 UIT	10%						
Más de 15 UIT	29.5%						
¿Se presenta una declaración anual?	Si los activos superan el S/. 1 000,000 se debe declarar el Impuesto Temporal a los Activos Netos (ITAN) Tasa: 0.4%						

Fuente: (SUNAT, 2019)

2.12 Registro de Planillas Electrónica (PLAME)

Según (SUNAT Planilla electronica, 2021) La Planilla Electrónica 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 de agosto del 2011 la Planilla electrónica tiene dos componentes que son el Registro de Información Laboral (T-Registro) y la Planilla Mensual de Pagos (PLAME).

Tabla 10. Componentes de la Planilla Electrónica

Planilla electrónica	Descripción	Descripción	Medio de Acceso
T-Registro	Registro de Información Laboral	Es el Registro de Información Laboral de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación – modalidad formativa laboral y otros (practicantes), personal de terceros y derechohabientes.	A través de la Clave sol, opción mi RUC y otros registros
PLAME	Planilla Mensual de Pagos	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

Fuente: (SUNAT Planilla electronica, 2021)

Innova Security S.A.C se acogerá a la planilla electrónica ya que esta nos facilita el cumplimiento de las obligaciones laborales y procesar correctamente la información, es decir, permite conocer los aportes al Seguro Social (EsSalud), a la Oficina de Normalización Previsional (ONP) y lleva el detalle de los ingresos mensuales del empleado. Es por ello que este medio informático es tan útil ya que registra la información de los empleados: sus descuentos, días laborados y no laborados, horas ordinarias y en sobretiempo. (Villa muzio y asociados, s.f.)

2.13 Régimen Laboral Especial y General Laboral

El régimen laboral en el Perú establece derechos y beneficios comunes para los empleados; sin embargo, en algunos casos se establecen condiciones y derechos diferentes en función al tipo de actividad que realizan. (PROINVERSIÓN, 2016)

Cuando se trata de contratar personal para un negocio, es importante tener la información necesaria para gestionar los contratos adecuados, en beneficio del trabajador y el contratante, ya que es parte de la formalización de una empresa.

La empresa se acogerá al régimen laboral especial de la pequeña empresa porque de acuerdo a la proyección de ventas se superará las 150 UIT de forma anual (en ventas) y se reducen costos (por inicio de las operaciones de la empresa).

Por ello el estado peruano tiene 2 regímenes laborales que toda empresa puede acogerse, en la siguiente Tabla se mostrará las principales diferencias de cada régimen.

Tabla 11. Diferencias entre el Régimen Laboral General y el Régimen Laboral Especial de la Micro y Pequeña Empresa

	Régimen Laboral General	Micro Empresa	Pequeña Empresa
Remuneración mínima	S/. 930	S/. 930	S/. 930
Vacaciones	30 días calendario x año	15 días calendario x año	15 días calendario x año
Jornada Diaria Jornada Nocturna	8 horas / 48 h semana 35% de la Remuneración mínima vital	8 horas / 48 h semana No aplica si es una jornada habitual nocturna	8 horas / 48 h semana 35% de la Remuneración mínima vital
Derecho al refrigerio	45min	45min	45min
Descanso	Semanal, y feriados	Semanal, y feriados	Semanal, y feriados
CTS	1 sueldo mensual en mayo y noviembre	No aplica	15 días de remuneración en dos fechas mayo y noviembre
Gratificaciones	Julio y diciembre	No aplica	Julio y diciembre
Seguro de Salud	ESSALUD 9% de la remuneración (aporte empleador)	Empleador paga 50% del SIS, el otro 50% lo aporta el Estado	ESSALUD 9% de la remuneración (aporte empleador)
Indemnización por despido arbitrario	Remuneración 1 ½ x c/mes dejado de laborar, en caso sea un contrato a plazo determinado. En caso de contrato a plazo indeterminado le tocará una remuneración ½ x c/año (máximo 12 remuneraciones)	10 días de remuneración por año de servicios (con un máximo de 90 días de remuneración)	20 días de remuneración por año de servicios (con un máximo de 120 días de remuneración)
Asignación familiar	10% de Remuneración mínima vital	No	No
Participación de utilidades	Si	No	Si
Sistema Pensionario	Si (ONP o AFP)	Si (ONP o AFP)	SI (ONP o AFP)

Fuente: Ministerio de trabajo y promoción del empleo.

2.14 Modalidades de contratos laborales

El contrato laboral se define como un acuerdo entre el empleador y el empleado sobre la prestación de un servicio que será remunerado y subordinado por un plazo determinado. Este contrato se definen tres aspectos básicos, primero que el servicio debe ser personal (no delegado), segundo se establece la relación de subordinación entre el trabajador y el empleador; y el tercero es el salario que el empleado recibe por el trabajo realizado (PROINVERSIÓN, 2016)

Se debe tomar en cuenta que existen dos tipos de contratos, los contratos a plazo determinado y los contratos a plazo indeterminado, las cuales se detalla en la siguiente ilustración.

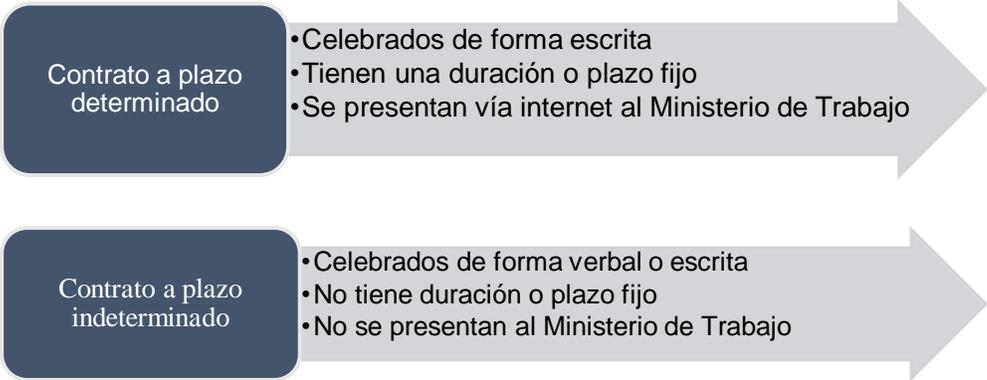


Figura 4. Tipos de contratos laborales

Fuente: PRO INVERSION. Elaboración propia.

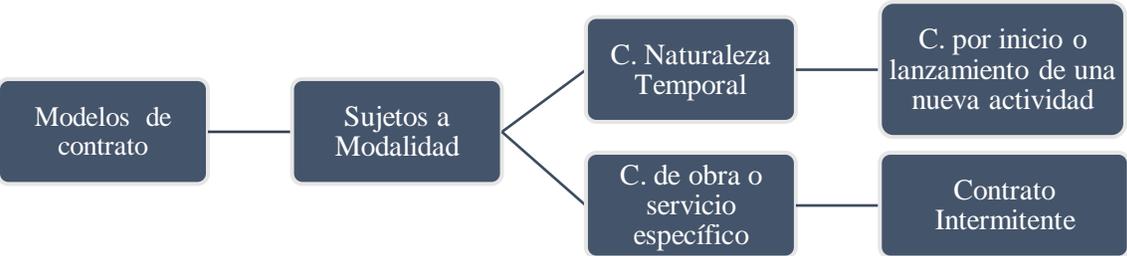


Figura 5. Modelos de contratos de Innova Security S.A.C.

Fuente: Ministerio de trabajo y promoción del empleo (MINTRA)

Entre los contratos sujetos a modalidad, la empresa Innova Security S.A.C adoptará la modalidad de contrato por inicio de lanzamiento de nueva actividad. La vigencia de contratos tendrá un tiempo de tres meses, pudiendo ser renovados de acuerdo al desempeño del personal. El modelo de contrato se detallará en el anexo 07.

Adicionalmente, Innova Security S.A.C contará con un contrato de prestación de servicios que estará regido por un contrato intermitente, para los temas contables (contador externo). El modelo de contrato se detallará en el anexo 08.

2.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas

La empresa Innova Security S.A.C. celebrará contratos para la constitución de la empresa, los contratos de trabajo, los de compra y venta, con los proveedores, de alquiler de local y de prestación de servicios.

Contrato de sociedad o acta constitutiva

Es un documento de constancia notarial donde se registrarán diferentes datos correspondientes a la formación de la sociedad. Se detallará información sobre los integrantes de la sociedad, funciones de cada uno, firmas e información importante.

Contrato de trabajo

Este tipo de contrato se celebrará con cada uno de los trabajadores, donde se indicarán los beneficios y obligaciones que tendrán para con la empresa y sus labores.

Contrato de prestación de servicios

Mediante el contrato de prestación de servicios se dejarán claras las obligaciones y derechos para con el servicio de asesoría en temas contables.

Contrato con proveedores

Para el buen funcionamiento de la empresa, los proveedores son parte fundamental, por ello se debe tener una adecuada relación contractual con ellos. El contrato con proveedores debe tener información acerca del bien o servicio el cual nos provee, así como la responsabilidad de cada una de las partes que lo celebran. Es necesario llegar a un acuerdo y analizar los detalles que se podrían presentar en la relación como proveedores, así como también definir puntos importantes en cuanto a calidad, entrega, tiempo de entrega, etc.

Contrato de arrendamiento

Innova Security S.A.C. alquilará un local para llevar a cabo las operaciones, en el contrato se determinarán derechos y obligaciones tanto para la empresa como como para el arrendador.

Contratos de comisión

Este tipo de contrato será útil para la empresa si desea expandir su demanda, ya que necesitará captar nuevos clientes recurriendo a un comisionista. Agente de ventas.

Contrato de confidencialidad

Este contrato permitirá que los propietarios de las empresas puedan proteger aquella información que comparten con sus trabajadores, en cuanto a procesos, operaciones, patente de marcas, etc. También se puede establecer hacia las personas ajenas de la empresa que prestan sus servicios.

3. ESTUDIO DE MERCADO

Identificar el mercado objetivo es la clave para cualquier negocio ya que mediante un estudio detallado podremos obtener información del mercado en el cual el servicio puede desarrollarse de manera que genere una rentabilidad y visibilidad. Este estudio va a representar plasmar una serie de estrategias que podrían implementarse para la movilización del servicio en el mercado, permitiendo tomar decisiones importantes que respondan preguntas como ¿A quién se venderá el servicio? ¿Cuál es la característica de los clientes? ¿Cuál es el nivel de competitividad en este sector? ¿Qué canales de comercialización son óptimos?

3.1 Descripción del entorno del mercado

Según (Antonio, s.f.) Indica que: “Un empresario debe estar atento a lo que sucede en su entorno macroeconómico y microeconómico, político, sociocultural y tecnológico, y a la evolución de los elementos estratégicos internos que le permiten mantener su competitividad ¿por qué? La empresa como sistema abierto está en constante interacción dinámica con su entorno. La mundialización de la economía y la aceleración del cambio en el entorno obligan a las organizaciones a redefinir continuamente sus líneas de actuación. La dirección de la empresa, necesita aplicar una metodología estratégica que le ayude a adelantarse a los cambios que se producen en el mercado.” Es necesario que Innova Security S.A.C tenga un constante análisis de su entorno debido a que esto permitirá que la empresa sobreviva ante cualquier cambio, de esto dependerá el éxito de la empresa, el saber y conocer la evolución de su entorno.

3.1.1 Macro entorno

Este análisis ayudará a conocer el entorno en donde se desenvolverá la organización, y ayudará a definir el modo correcto para actuar enfrentando los menos riesgos posibles y estar preparados a los escenarios que se puedan presentar.

3.1.1.1 Análisis PEST

		FACTORES					DIMENSIONES		
		PRIORIDAD	PONDERACION	CALIFICACION	CONTRIBUCION	PONDERACION	CONTRIBUCION		
		Importancia	Peso de Factores	(1.00 al 4.00)		Peso de Dimension			
		(1 a 9)	(%)			(%)			
DIMENSION POLITICA									
1	Estabilidad Politica	9	35%	x 4	=	1.40			
2	Estabilidad Normas Laborales	7	22%	x 2	=	0.44			
3	Politica de impuestos	6	20%	x 1	=	0.20			
4	Gobernabilidad Democratica	8	23%	x 3	=	0.69			
TOTAL DIMENSION			100%		Calificacion Dimension	2.73	x 25% = 0.6825		
DIMENSION ECONOMICA									
1	Crecimiento del sector	8	30%	x 4	=	1.2			
2	Demanda del servicio	7	26%	x 3	=	0.78			
3	PBI	5	23%	x 2	=	0.46			
4	Inflación	4	21%	x 1	=	0.21			
TOTAL DIMENSION			100%		Calificacion Dimension	2.65	x 30% = 0.795		
DIMENSION SOCIAL									
1	Crecimiento de la población	8	20%	x 4	=	0.8			
2	Perfil de empresa	6	15%	x 3	=	0.45			
3	Nivel de confianza del cliente	7	17%	x 3	=	0.51			
4	Ingreso Per Capita	9	28%	x 4	=	1.12			
5	Disposicion de mano de obra	5	11%	x 2	=	0.22			
6	Seguridad Interna	4	9%	x 1	=	0.09			
TOTAL DIMENSION			100%		Calificacion Dimension	3.19	x 35% = 1.1165		
DIMENSION TECNOLOGICA									
1	Sistema de Informacion	8	35%	x 3	=	1.05			
2	Desarrollo tecnologico	9	45%	x 4	=	1.8			
3	Velocidad de las transferencias de tecnologías	7	20%	x 2	=	0.4			
TOTAL DIMENSION			100%		Calificacion Dimension	3.25	x 10% = 0.325		
TOTAL MACRO ENTORNO						Total	100%	2.919	Evaluación Macro Entorno
desde el punto de vista del inversor									

Figura 6. Análisis PEST

Análisis:

El entorno al cual nos enfrentamos presenta una disminución de la economía debido a la pandemia, se espera que a partir del 2022 el escenario económico sea favorable por la crecida del PBI y un ingreso Per Capital aceptable, además al implementar estrategias de promoción como por ejemplo página web, Facebook empresarial, LinkedIn empresarial, google adwords y merchandising, se va lograr posicionar la marca y nuestra participación en el mercado; ya que lograríamos captar la atención de los clientes.

A. Dimensión política

- Estabilidad política y riesgos

Según (Euromonitor internacional, 2021) Se confirmó que la pandemia del coronavirus (COVID-19) se había extendido a Perú en marzo de 2020 y, más tarde ese mes, el gobierno anunció un estado de emergencia, estableció leyes de distanciamiento social, cerró todos los establecimientos educativos, cerró todos los negocios no esenciales e impuso una cuarentena y toque de queda nocturno, con prohibición de todas las formas de viaje.

Estas estrictas medidas han sido aplicadas por los militares en Lima. Además, los hombres y las mujeres solo pueden salir de sus hogares determinados días de la semana y es obligatorio el uso de máscaras faciales en público. Se está llevando a cabo una reapertura gradual de la economía, pero las medidas tendrán un impacto económico grave.

Las protestas estallaron en las calles de Perú en noviembre de 2020, luego de la destitución de Martín Vizcarra como presidente. Según la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito, Perú rivaliza con Colombia como el principal productor mundial de coca, el ingrediente crudo de la cocaína.

- Estabilidad Laboral

Según (Gestión, 2020) La pandemia del coronavirus ha afectado diversos sectores de la economía, como finanzas, salud, educación e industria (sea agrónoma, minera o de bienes de consumo), entre los más importantes.

Todos ellos están relacionados con una realidad muy importante y fundamental para el desarrollo de cualquier economía: el empleo.

Aunque, debido al confinamiento las empresas han adaptado sus trabajos a una forma remota, es importante mencionar que no todos los empleos son adaptables al modo virtual y que muchos necesitan la presencia del trabajador para que este pueda ejecutar el trabajo en su centro. Al no poderse adaptar a lo remoto, se genera desempleo, ya que, si un trabajador no puede ofrecer un servicio, la empresa no puede contratarlo o mantenerlo en su equipo.

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), el Perú sufrió un aumento en la tasa de desempleo solo en Lima Metropolitana de 88%, comparando el primer trimestre del 2020 y el mismo del 2021; es decir, se ha incrementado el número de las personas integrantes de la Población Económicamente Activa (PEA) que no están trabajando. En términos porcentuales por años, el Perú ha pasado de una tasa de desempleo de 7% a 14,5%. Este índice se saca dividiendo las personas desocupadas de la PEA sobre la PEA.

- **Política de impuestos**

Según (CIA, 2021) La reforma clave incluye un nuevo marco constitucional para la inversión en infraestructura pública y privada, destinada a reducir la burocracia y un nuevo régimen tributario para las pymes, para ser que el sistema fiscal sea más progresivo. El gobierno de Castillo daría prioridad a aumentar los impuestos a los mineros y lucharía contra la evasión y elusión de los tributos a la renta de las empresas, para financiar un mayor gasto en salud y educación.

Perú es el segundo productor de cobre del mundo, detrás de Chile, cuyo congreso está evaluando una propuesta de la oposición para elevar los impuestos hasta el 75% a los mineros, en ciertas condiciones. Una eventual administración de Castillo no necesariamente propondría un tributo tan alto.

- **Gobernabilidad democrática**

Según (Euromonitor international, 2021) La actual constitución establece un régimen republicano, democrático y social, el presidente es elegido por sufragio universal, por un periodo de 5 años, sin posibilidad de reelección en la siguiente convocatoria.

B. Dimensión económica

- **Aumento de gasto de infraestructura**

Según (CIA, 2021) el aumento de la infraestructura será un determinante importante en el desempeño económico, habiendo pasado la etapa más difícil de la pandemia, es necesario proyectar los retos que enfrentará el sector infraestructura durante el 2021 y las acciones que deberán tomarse para acelerar las inversiones en este sector. Por ejemplo, reducir la brecha existente en infraestructura será clave para la recuperación de nuestro crecimiento económico.

Para el 2021, resulta vital que como país se pueda destrabar los proyectos que actualmente sufren demoras en la ejecución de las inversiones comprometidas. Por citar algunos ejemplos, la Línea 2 del Metro de Lima y el Proyecto de Irrigación Majes-Siguas presentan dichos inconvenientes. Por otro lado, cumplir el cronograma de adjudicaciones de los nuevos proyectos anunciados, como país, tanto a inversionistas nacionales e internacionales también contribuirá con dicho impulso.

- **Consumo de hogares**

Según (Euromonitor international, 2021) Se proyecta que las parejas con niños y familias extendidas seguirán siendo los tipos de hogares dominantes para 2040. Los programas gubernamentales abordan la desigualdad de ingresos persistente, pero los intentos podrían verse afectados negativamente por la pandemia de COVID-19. La falta de viviendas asequibles sigue siendo un desafío clave para los hogares urbanos peruanos, lo que obliga a los adultos jóvenes a depender de sus padres durante más tiempo. Se prevé que la

digitalización se acelerará a medida que aumenten las inversiones públicas y privadas en la infraestructura de las TIC.

- **Crecimiento del PBI**

Según (CIA, 2021) En su informe sobre perspectivas económicas globales, el Banco Mundial (BM) elevó a 10,3% su estimado de crecimiento de la economía peruana para este año, mayor al 8,1% previsto en marzo. Según el informe, este aumento se daría apoyado por el impulso del consumo privado y una aceleración de la inversión pública.

También precisó que la economía peruana se vería beneficiada ante mejores condiciones crediticias y de apoyo externo, así como el incremento en la cotización del cobre. Asimismo, el BM proyectó que para el 2022 habría un aumento del PBI de Perú de 3,9%.

- **Inflación**

Según (CIA, 2021) Los agentes económicos mantienen sus expectativas de inflación para el 2021 y los próximos dos años, según la Encuesta de Expectativas Macroeconómicas de abril del Banco Central de Reserva el Perú (BCR). Para este año las expectativas de inflación se ubican entre 2.2% y 2.5%. Mientras que para el 2022 y 2023, están entre 2.0% y 2.3%. En todos los casos dentro del rango meta.

- **Ingreso Per cápita**

Según (CIA, 2021) El ingreso Per cápita ha aumentado de 12,507.00 USD en el año 2018 a 12,848.00 USD en el año 2020, esto debido a los aumentos constantes en el consumo privado y el crecimiento moderado de las exportaciones que han impulsado la economía.

C. Dimensión Social

- Crecimiento de la población

Según (Euromonitor international, 2021) La población de Perú era de 32,5 millones en 2019. El país ha sumado 6,1 millones de personas desde 2000, pero la tasa de crecimiento se está desacelerando. Se espera que la población sea de unos 36,0 millones en 2030. La edad media fue de 30,3 años en 2019, un aumento de 7,7 años desde 2000. Debería aumentar a 34,3 años en 2030. Más de la mitad de los peruanos viven cerca de la costa, la mayoría en Lima. Solo alrededor del 13% de la población total vive en la vasta región de selvas tropicales del país.

- Dinámica empresarial

Según (Euromonitor international, 2021) La postura de Perú en Doing Business 2020 continuó disminuyendo, debido a un sistema judicial ineficiente, procedimientos complejos para iniciar un negocio, pagar impuestos y negociar. A pesar de las bajas tasas de interés en 2020, un sistema financiero débil y la baja confianza continúan limitando el acceso a la financiación. La infraestructura de transporte y TIC carece de inversión, lo que deja a Perú rezagado con respecto a los principales pares regionales.

- Nivel de confianza del consumidor

Según (Euromonitor international, 2021) El mercado de consumo será testigo de una desaceleración, debido a las crecientes incertidumbres económicas y políticas, que sofocan la confianza de los consumidores. Las brechas de infraestructura, la corrupción persistente y una gran economía informal continuarán obstaculizando el crecimiento de los ingresos. La crisis de COVID-19, las restricciones a la movilidad y el acceso limitado a una red de seguridad social están destinadas a exacerbar los riesgos de pobreza. Además, se prevé un aumento de las disparidades en términos de gasto de los consumidores entre las zonas costeras peruanas y las regiones del interior.

- **Disposición de mano de obra**

Según (Gestión, 2021) el Perú sufrió un aumento en la tasa de desempleo solo en Lima Metropolitana de 88%, comparando el primer trimestre del 2020 y el mismo del 2021; es decir, se ha incrementado el número de las personas integrantes de la Población Económicamente Activa (PEA) que no están trabajando. En términos porcentuales por años, el Perú ha pasado de una tasa de desempleo de 7% a 14,5%. Este índice se saca dividiendo las personas desocupadas de la PEA sobre la PEA.

La participación del sector informal ha sufrido un aumento en el mercado laboral. En el 2019, la tasa de participación fue de 73%, mientras que en 2020 habría estado cerca del 90% (INEI). El trabajo es fundamental si es que se busca el desarrollo de un país o una región. Si una economía sufre un estancamiento o desaceleración, una de las principales herramientas para activarla es el trabajo, pero dada la actual coyuntura sanitaria, el trabajo tiene que ir de la mano con la salud y no se le debe priorizar sin tomar las medidas sanitarias más adecuadas.

- **Seguridad Interna**

Según (Euromonitor internacional, 2021) existe la percepción de que el crimen esta aumentado más que nunca. Según la encuesta "Lima como vamos 2014", más de 80% del grupo de personas mayores de 45 años no está satisfecho con esta situación. Esta es la tasa más alta, aunque solo un 19% más de personas de mediana edad han sido víctimas de crimen (Robo, Acoso y agresión física). El motivo es que las personas de este grupo han alcanzado la madurez económica, tiene casa, automóvil, dispositivos tecnológicos y cuentas de ahorro más grande.

D. Dimensión Tecnológica

- **Cobertura de banda ancha**

Según (Euromonitor internacional, 2021) está logrando un aumento impresionante en la cobertura de banda ancha móvil, debido a que la región disfruta del crecimiento más rápido en suscriptores de banda ancha inalámbrica

en el periodo 2011 - 2016. Los operadores están invirtiendo fuertemente en redes 4GLTE para satisfacer la creciente demanda de datos.

Comercio Digital

Según (Euromonitor international, 2021) el comercio digital Presenta inmensas oportunidades de crecimiento, aunque el alto uso de efectivo y la baja penetración de la tarjeta son preocupaciones persistentes. Las plataformas de medios sociales enormemente populares se están convirtiendo en vías importantes para la participación de la marca.

- Internet

Según (Euromonitor international, 2021) La penetración de Internet de banda ancha en Perú se situó en el 30,7% de los hogares en 2020, significativamente por debajo del promedio regional de 52,5% en el mismo año. La penetración de Internet móvil, por otro lado, se mantuvo en línea con el promedio de América Latina, cubriendo el 79,4% de la población en 2020. Con un bajo acceso a Internet, Perú se ubica notablemente por debajo de las principales economías regionales en el NRI en 2020. El país no adopta la tecnología de la información y las comunicaciones (TIC) para los servicios gubernamentales y las empresas, lo que apunta a una postura débil en el pilar de adopción de las TIC (GCI) en 2019. A partir de 2020, el país gastó solo el 0,1% de su PIB en I + D, y se ubica entre el más bajo dentro de las economías más grandes de América Latina, lo que indica una capacidad de innovación limitada y una postura competitiva más débil.

E. Análisis legal

En el Perú, se han creado leyes que amparan las operaciones de la empresa privada, al considerarse necesaria para el desarrollo del país, lo cual deja sin efecto cualquier restricción al desarrollo del servicio de seguridad privada. En los últimos años el crecimiento del crimen y la violencia en el país se han convertido en una de las grandes amenazas internas. Frente a ello, el aspecto legal se convierte en una de las variables principales para poder luchar contra este flagelo que sigue latente.

Dentro del Acuerdo Nacional (2014), específicamente en la séptima política, se trata la erradicación de la violencia y el fortalecimiento del civismo y de la seguridad ciudadana: “Nos comprometemos a normar y fomentar las acciones destinadas a fortalecer el orden público y el respeto al libre ejercicio de los derechos y al cumplimiento de los deberes individuales” (Acuerdo Nacional, 2014, p. 1).

En cuanto a las normas legales sobre la seguridad ciudadana, se tienen las siguientes leyes:

- Ley N° 27933 - Ley del Sistema Nacional de Seguridad Ciudadana (2003): Tiene por objeto proteger el libre ejercicio de los derechos y libertades, garantizar la seguridad, paz, tranquilidad, el cumplimiento y respeto de las garantías individuales y sociales a nivel nacional. Comprende a las personas naturales y jurídicas, sin excepción, que conforman la nación peruana.
- Ley N° 28478 - Ley del Sistema de Seguridad y Defensa Nacional (2005): Su naturaleza y finalidad es garantizar la seguridad nacional mediante la concepción, planeamiento, dirección, preparación, ejecución y supervisión de la defensa nacional. Promueve el trabajo conjunto de distintas entidades del Estado, con el fin de garantizar la seguridad. Ley N° 27972 - Ley Orgánica de Municipalidades (2003): Norma la naturaleza, finalidad, competencias, funciones, organización, recursos, patrimonio, relaciones e instituciones de apoyo a las municipalidades del país, así como el régimen especial de la capital de la república, conforme lo establece la Constitución Política del Estado.
- Ley N° 27238 - Ley de la Policía Nacional del Perú (2002): Tiene por finalidad establecer y normar la estructura orgánica de la Policía Nacional del Perú; así como, la organización interna y funciones generales y específicas de los órganos y unidades orgánicas que la conforman.
- Ley N° 29372 - Ley que modifica el artículo 259° de la Ley 27238: Referidos a la detención policial y arresto ciudadano en flagrante delito.
- Ley N° 27934 - Ley que regula la intervención de la Policía y el Ministerio Público en la investigación preliminar del delito (2003): Cuando el Fiscal se

encuentre impedido de asumir de manera inmediata la dirección de la investigación debido a circunstancias de carácter geográfico o de cualquier otra naturaleza, la Policía Nacional del Perú dejando constancia de dicha situación dará cuenta al Ministerio Público dentro de las 24 horas de iniciada la investigación, más el término de la distancia de ser el caso y podrá realizar cualquier acción que considere pertinente, en favor de la investigación.

- Ley N° 27935 - Ley que modifica artículos de la Ley N° 27030, Ley de Ejecución de las Penas de Prestación de Servicios a la Comunidad y de Limitación de Días libres.

Dentro de las entidades nacionales que existen para la seguridad y defensa se encuentra el Consejo Nacional de Seguridad Ciudadana, que fue creado como máximo organismo del Estado para formular, conducir y evaluar las políticas de seguridad ciudadana; con autonomía funcional y técnica (Ley 27933, 2003). Depende de la Presidencia de la República y es presidido por el ministro del Interior, estando integrado por representantes de los ministerios de Justicia, Educación, Salud, Economía y Finanzas, la Corte Suprema de Justicia, la Fiscalía de la Nación, la Defensoría del Pueblo, los gobiernos locales, provinciales y regionales.

En opinión de los expertos, se deben realizar cambios en la legislación para que los castigos a delitos sean más severos. También deben darse leyes de protección para los ciudadanos que retiran grandes cantidades de dinero de los bancos y tiene que implementarse el servicio militar obligatorio como lo era anteriormente. Con respecto a la implementación de la Ley 28879 (2006), las oportunidades del mercado de la seguridad se han ido incrementando de manera rápida, pero tal aumento no ha sido ordenado ni efectivo.

El marco legal de la industria de la seguridad no ha logrado ser efectivo por las siguientes razones: (a) bajos niveles de control, (b) incremento de la competencia desleal, (c) incumplimiento de la regulación actual, la cual es compleja, (d) alta rotación, y (e) sanciones inocuas ante el incumplimiento de las normas. De acuerdo con la práctica confrontada de manera legal y los patrones previstos por organismos de regulación mundial, en el Perú se creó el SUCAMEC, a través del Decreto Legislativo N° 1127. Además, con el D. L. N°

1213 se confirmó la nueva medida sobre los servicios de seguridad privada, cuya transformación se encuentra en proceso.

Si bien existe una diversidad de leyes y reglamentos de distintos niveles que definen y limita las políticas y actividades de la seguridad ciudadana y la seguridad privada, hay procesos extensos y confusos que obligan a las empresas de seguridad formales a consumir recursos y tiempo en el cumplimiento de las normas establecidas. Por lo tanto, se hace necesario que exista una entidad nacional que realice controles y regulaciones en el sector de la seguridad particular, pero de manera eficaz y eficiente.

No obstante, los controles anteriores o posteriores que ejerza la administración no son suficientes. El mercado le asigna un rol específico para el desarrollo de esta actividad, ya que es un elemento adicional que puede depurar las organizaciones buenas de las malas y las responsables de las irresponsables. Es preciso que se proporcione necesariamente a los clientes una nueva regulación, creando incentivos apropiados mediante los cuales, sea más seguro y eficiente contratar a una empresa formal, antes que a una informal.

3.1.1.2 Análisis FODA

El análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que realiza una empresa se le conoce como análisis FODA, que se define como una técnica de planeación estratégica, que mediante el desarrollo de un estudio de la situación interna y externa que tiene actualmente una organización, permite obtener un diagnóstico claro y preciso; que ayuda a establecer un conjunto de estrategias, decisiones o actividades que se deben realizar para alcanzar los objetivos propuestos (David, F., 2012). Este análisis tiene dos partes:

A continuación, se detalla el análisis realizado para la empresa:

A. Análisis interno

Se trata de realizar una autoevaluación, donde se identifica las fortalezas y debilidades que cuenta la empresa, origen en ventajas o desventajas. En la tabla siguiente, se muestra los factores internos realizada para la empresa.

Tabla 12. Matriz de Factores Internos

Calificación: Rango de 1 (muy malo) – 4 (muy bueno)

Factores Determinantes de éxito		Peso	Valor	Ponderación
Fortalezas				
1	Ubicación estratégica	5%	2	0.1
2	Buena infraestructura	11%	5	0.55
3	Cartera de proveedores	4%	1	0.04
4	Conocimiento de la Competencia	6%	3	0.18
5	Personal capacitado	6%	3	0.18
6	Conocimiento de costos	10%	4	0.4
7	know how de la empresa	11%	5	0.55
Sub – Total		53%		2
Debilidades				
1	Baja Inversión de Marketing	9%	4	0.36
2	Capacidad crediticia limitada	10%	5	0.5
3	Rotación de personal elevada	7%	2	0.14
4	Falta de posicionamiento de la marca.	8%	3	0.24
5	Falta de experiencia en rubro	2%	1	0.02
6	Ingreso limitado a inicio de operaciones	7%	2	0.14
7	Clima Laboral	4%	1	0.04
Sub – total		47%		1.44
Total		100%		3.44

Fuente: Elaboración propia

B. Análisis Externo

Se evalúa las oportunidades y amenazas, teniendo en cuenta que son factores que no podemos controlar por la empresa e influyen directamente en el desarrollo, en el caso de la oportunidad podemos sacar el máximo provecho, mientras que en la amenaza debemos identificarla a tiempo para estar prevenido.

En la tabla siguiente, se muestra lo expuesto para la empresa.

Tabla 13. Matriz de Factores Externos

Calificación: Rango de 1 (muy malo) – 5 (muy bueno)

Factores determinantes de éxito		Peso	Valor	Ponderación
Oportunidades				
1	Demanda en crecimiento	12%	5	0.6
2	Marketing boca a boca	6%	1	0.06
3	Redes Sociales y Marketing Digital	7%	2	0.14
4	Crecimiento de la inseguridad ciudadana	13%	5	0.65
5	Crecimiento del sector empresarial	11%	4	0.44
6	Crecimiento Económico	10%	4	0.4
7	Tecnología	8%	3	0.24
SUB – TOTAL		67%		2.53
Amenazas				
1	Entrada de nuevos competidores	2%	2	0.04
2	Pandemia COVID	7%	5	0.35
3	Competitividad en la Oferta de servicios de seguridad.	8%	5	0.4
4	Desastres naturales	1%	1	0.01
5	Barreras Legales	5%	4	0.2
6	Normas Laborales	6%	4	0.24
7	Cambios en régimen tributario	4%	3	0.12
SUB – TOTAL		33%		1.36
TOTAL		100%		3.89

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se muestra la matriz FODA cruzada, elaborada luego de haber analizado los factores internos y externos que se hizo en el negocio y como se relacionan para establecer estrategias que permita beneficiar el futuro de la empresa.

Las estrategias a desarrollar son de cuatro tipos:

- Estrategias FO (Fortalezas y Oportunidades) → Estrategia Ofensiva
- Estrategias DO (Debilidades y Oportunidades) → Estrategia de Reorientación
- Estrategias FA (Fortalezas y Amenazas) → Estrategia Defensiva
- Estrategias DA (Debilidades y Amenazas) → Estrategia de Supervivencia

Tabla 14. Matriz FODA

		Fortalezas	Debilidades
Factores	Internos	<ol style="list-style-type: none"> 1. know how de la empresa 2. Buena infraestructura 3. Conocimiento de costos 4. Conocimiento de la Competencia 5. Personal capacitado 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacidad crediticia limitada 2. Baja Inversión de Marketing 3. Falta de posicionamiento de la marca. 4. Rotación de personal elevada 5. Ingreso limitado a inicio de operaciones
	Externos		
		Oportunidades	Estrategias FO
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Crecimiento de la inseguridad ciudadana. 2. Crecimiento del sector empresarial 3. Demanda en crecimiento 4. Crecimiento Económico 5. Tecnología. 	<ul style="list-style-type: none"> - Implementar una empresa de seguridad (F1, O2, O3). - Realizar adecuada estructura de costos para ofrecer precios competitivos (F3, F5, O3, O4). - Realizar un Análisis Benchmarking. (F4, O1, O2, O5).
		Amenazas	Estrategias DA
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Competitividad en la Oferta de servicios de seguridad. 2. Pandemia COVID 3. Normas Laborales 4. Barreras Legales 5. Cambios en régimen tributario 	<ul style="list-style-type: none"> - Buscar financiamiento de la banca a través de un Aval. (D1, A1) - Utilizar Capital de Trabajo como plan de contingencia para el inicio de operaciones (D5, A1, A2). - Implementar estrategias de Posicionamiento a través de Servicio Calidad y sistemas tecnológicos (F3, A1, A2).

Fuente: Elaboración propia

3.1.2 Micro Entorno

3.1.2.1 Fuerzas competitivas de PORTER

En este punto se va a realizar el análisis para la empresa, de las cinco fuerzas de Porter. A continuación, el análisis que realiza para las cinco fuerzas:

1. Amenaza de entrada de competidores:

En esta fuerza, como se viene comentando el servicio tiene competencia o amenaza ya que es un servicio que existe en el mercado. Cabe señalar que en algún momento puede producirse en el mercado un servicio con valor agregado-

A. Curva de experiencia.

Entre los más importantes competidores, se tomarán en cuenta aquellas empresas que ofrezcan los servicios de vigilancia por parte de personas capacitadas y de aparatos tecnológicos, como sistemas de alarmas y cámaras de video-vigilancia. Entre los principales competidores está la empresa Prosegur, Liderman, SG4.

- Prosegur ofrece servicios de seguridad física, alarmas, soluciones tecnológicas, centro de control y capacitación.
- Liderman brinda vigilancia física, equipos tecnológicos, un centro de control y personal capacitado.
- Por último, SG4 da el servicio de vigilancia especializada, control y monitoreo de cámaras

2. Poder de negociación con los clientes

A. Concentración de clientes:

En el segmento al cual se dirige la empresa se ha identificado que existe concurrencia de clientes que demandan el servicio, sin embargo, todavía hay un mercado por atender

B. Diferenciación:

De acuerdo a un análisis de benchmarking se ha analizado la competencia y se ha observado que sus servicio de seguridad no ofrecen el servicio de registro de asistencia y control del personal a través de una aplicación tecnológica, En base a esta información, la empresa tendrá como valor agregado la información en el momento, obteniendo el reporte, control y ubicación de manera inmediata.

3. Amenaza de productos y servicios sustitutos

Dentro del sector de seguridad privada por el momento la demanda se divide en seguridad física que consiste en la provisión de vigilantes y supervisores y el otro es de seguridad electrónica y se basa en la instalación y monitoreo de elementos de seguridad electrónica tales como cámaras, sensores, etcétera. Ambos servicios suelen ser proporcionados por las mismas empresas y la tendencia general marcha hacia la complementación de lo físico y lo electrónico, con un crecimiento sustancial de esta última parte del negocio.

4. Poder de negociación con los proveedores

Todos los insumos que se compran son importantes para el sector; aquí no se efectúan compras improductivas. Como casi todos los insumos pueden ser obtenidos de múltiples fuentes, esto minimiza el poder negociador de los proveedores. En algunos casos se realizan incorporaciones de tecnología que dependen de insumos exclusivos fabricados por un solo proveedor, lo que brinda a éste la posibilidad de cobrar altos precios por ellos.

Los proveedores de algunos insumos como ropa son empresas pequeñas con las que al menos las grandes empresas de seguridad pueden negociar condiciones favorables de calidad, precio, condiciones de entrega. Otros proveedores son empresas multinacionales, de mucho mayor tamaño que las organizaciones de seguridad. Cuando una pequeña empresa de seguridad negocia, por ejemplo, con grandes proveedores mundiales de electrónica, lo hace desde una posición de precio - aceptante dada la diferencia de escala entre ambos.

5. Rivalidad entre los competidores

La rivalidad de competidores es alta, ya que en estos momentos hay muchas empresas que brindan el giro de negocio de seguridad empresarial. La empresa espera generar una ventaja sobre la competencia y desarrollarse en el mercado. El impacto es directo en las empresas, por eso se tendrá en cuenta el trato de los vigilantes con los clientes, para que nuestro servicio sea óptimo. Por ello realizaremos constantes capacitaciones a los trabajadores referentes al servicio que se va a brindar, para una mejor información al cliente, reduciendo tiempos.

3.2 Ámbito de acción del negocio

La empresa Innova Security tendrá un ámbito de acción, el cual se va a ubicar en la en el distrito de La Victoria. Está dirigido a las pequeñas y Medianas empresas que cuenten con los siguientes criterios:

- Tener calificación en la SBS adecuada.
- Tener ventas mayores de 150 UIT en cada año cerrado.

En el largo plazo está dirigido a empresas del estado, por medio de licitaciones, cuando la empresa cumpla con los requisitos mínimos, y uno de ellos y el más importante es la experiencia.

La relación con nuestro cliente será a través de visitas programadas en su negocio, así como el contacto vía teléfono, o en algunos casos aquellos que deseen asistir en nuestro establecimiento.

Cabe resalta que el sector al que hoy nos estamos dirigiendo, está adaptándose. Según (EmprendePyme.net, 2016), de acuerdo con el Gremio de pequeñas empresas de la Cámara de Comercio de Lima, el sector tuvo un decrecimiento en las ventas hasta 4.3% en el 2019 y de 3.5% para el 2020.

El 2021 será un año complicado y la planeación del negocio exigirá tener planes estratégicos y operativos para los diferentes semáforos epidemiológicos que operan en el país, por lo que se requiere tener estructurados al menos cuatro diferentes planes apegados a los semáforos y poder ajustar los procesos de forma ágil y no afectar la continuidad del emprendimiento.

3.2.1 Cadena de Valor

La figura Siguiente, muestra la cadena de valor propuesta por Porter y la que se usará como referencia para que Innova Security S.A.C defina el valor agregado que ofrecerá a los clientes.



Figura 7. Cadena de valor de Porter

A continuación, se describen cada una de las actividades que realizará Innova Security SAC. para generar una propuesta de valor general para la organización:

A. Actividades primarias

- **Logística interna**

La empresa contará con un local administrativo, según la distribución realizada, se podrá almacenar:

- Uniformes de seguridad
- Borceguíes
- Chalecos antibalas,
- Municiones
- Bóveda (se guardarán las armas)
- Las radios de comunicación
- Los Garrets
- Fundas de chalecos
- Cámaras
- Celulares Smart

Los materiales a almacenar, no se mantendrán por mucho tiempo en el almacén, ya que serán distribuidos ni bien inicie un servicio.

- **Operaciones y comunicaciones**

El proveedor de la empresa Innova Security, es el encargado del proceso de compra, de ropa de seguridad, zapatos, equipos de seguridad. Ante esta situación la empresa debe verificar la condición del producto a comprar. Asimismo, realizará funciones como son:

- Supervisión de puntos de vigilancia
- Administración de radios operadores
- Identificación de personal operativo
- Indagación de eventos de seguridad
- Manejo y control de armas
- Control de vehículos para vigilancia
- Legalización porta armas
- Recepción y seguimiento de quejas
- Monitoreo electrónico a clientes

- **Logística externa**

La empresa contará con un personal capacitado para realizar el procesamiento de datos y la distribución de todos los requerimientos de seguridad a las empresas a la cual le brindamos el servicio Por otro lado, si el cliente se comunica por teléfono o escribe por internet, el personal debe procesarlo y devolver la llamada o correo, para realizar el servicio de asesoría de forma inmediata.

- **Marketing y ventas**

Innova Security ha establecido un estructurado plan de marketing cuyo objetivo principal es la captación de clientes que nos brinden la oportunidad de crear una relación comercial duradera, mediante la aplicación de estrategias de promoción para captar la atención como por ejemplo creación de páginas Web, merchandising, LinkedIn empresarial, Google Adword, utilización de agentes comerciales y participación en ferias.

- **Servicios**

El servicio al cliente que brindará Innova será uno de los puntos más cruciales, puesto que todos los empleados estarán en la capacidad de atender con la mayor cordialidad y apoyo ante cualquier consulta que tenga el cliente. Asimismo, la página web tendrá un nivel de interacción capaz de proveer o absolver las dudas técnicas que se tenga del servicio, además se ha creado un correo corporativo de servicio al cliente, desde donde la empresa responderá todas las consultas que puedan tener los clientes (cotizaciones, pedidos, información técnica, etc)

En cuanto a las actividades de apoyo, en el punto B serán mencionadas.

B. Actividades de apoyo

- **Infraestructura de la organización**

Son cuatro áreas establecidas en la empresa que se desarrollan con las condiciones esenciales, y se complementarán entre sí buscando brindar soporte al resto de la organización. Asimismo, la empresa contará con activos tangibles (Equipos, muebles y enseres) y el local donde se realizan las operaciones.

- **Recursos humanos**

La empresa cuenta con el área de recursos humanos, quien se encargará del reclutamiento, selección y capacitación del personal, será el principal encargado del desarrollo de las actividades motivacionales y de integración dentro de la empresa. Las políticas en cuanto a este punto buscan fidelizar al empleado para lograr que se comprometa íntegramente con los procesos organizacionales.

- **Tecnología**

La empresa contará con procedimientos automatizados para un adecuado control del servicio de seguridad, facilitando el manejo de la información. Entre la tecnología que se empleará se encuentran cámaras, software y herramientas de office.

- **Abastecimiento o compras**

Para este punto la empresa ha establecido una política de compras semestral, referida principalmente al abastecimiento. El personal encargado será capaz de realizar una evaluación de inventario y de movimiento de salida que ha tenido de manera que se pueda determinar la cantidad mínima a comprar. Además, la compra de cualquier suministro estará sustentada bajo la autorización explícita del gerente general.

3.2.2 Perfil Estratégico de la Empresa

AREA FUNCIONALES FACTORES CLAVES	MUY NEGATIVO MN	NEGATIVO N	EQUILIBRADO E	POSITIVO P	MUY POSITIVO MP
AREA DE MARKETING Y VENTAS					
Generar oportunidades de ventas				X	
Imagen de la marca			X		
Promocion y ofertas				X	
Responsable de analizar la competencia			X		
Definir la estrategia comercial				X	
AREA DE LOGISTICA					
Analizar los canales de distribucion			X		
Gestionar y procesar los pedidos compras			X		
Supervisar las actividades diarias, prever los requerimientos.				X	
Controlar la cadena de suministro			X		
AREA DE OPERACIONES					
Supervicion de puntos de seguridad				X	
Administración de radios operadores				X	
Identificación de personal operativo			X		
Indagación de eventos de seguridad				X	
Manejo y control de armas				X	
Legalización portar armas				X	
recepción y seguridad de quejas			X		
Monitoreo electrónico a clientes				X	
AREA TECNOLÓGICAS					
Tecnología a disposición de la empresa.			X		
Adaptación de las TIC			X		
Programas informáticos.			X		
AREA DE CONTABILIDAD					
Elaborar los Estados Financieros			X		
Cumplir con las obligaciones laborales, control de planillas de los trabajadores			X		
Análisis de los gastos.				X	
Llevar el registro y control de los libros contables (Diario, Mayor e Inventarios)				X	

Figura 8. Perfil de la Empresa Innova Security

3.3 Descripción del bien o del servicio

Innova SECURITY S.A.C. es una persona jurídica dedicada a las actividades de prestación de “Servicios Complementarios” de Seguridad y Vigilancia Privadas, con la finalidad de brindar servicios de seguridad y vigilancia privada a sus clientes en el ámbito del departamento de Lima, en los sectores 5 y 6.

La estrategia de marketing propuesta es la estrategia de diferenciación por medio de los productos y servicios dando valor agregado, el servicio de seguridad que se ofrecerá tendrá adicionalmente un servicio de registro de asistencia y control del personal a través de una aplicación tecnológica.

En base a esta información, la empresa tendrá como valor agregado la información en el momento, obteniendo el reporte, control y ubicación de manera inmediata, lo cual nos distingue de otras empresas que brindan este servicio, ya que solo se enfocan en el servicio de seguridad.

Además, se brindará asesoría técnica, esto nos daría una ventaja competitiva, ya que ofreceríamos un servicio más completo y así lograríamos posicionarnos ocupando un lugar distinguible en la mente del público objetivo, esta es una razón convincente para adquirir el servicio, no solamente se busca vender, sino que anexo a esto crear en ellos confianza y seguridad para así proyectar futuras compras y fidelidad de parte de los futuros clientes.

3.4 Estudio de la demanda

El mercado de la seguridad privada se divide principalmente en tres grandes modalidades: (a) las empresas de vigilancia privada, (b) las de protección de personal y (c) las proveedoras de tecnología de seguridad (ver Figura 10). De acuerdo a la (SUCAMEC, 2016) en el mercado actual existen 450 empresas autorizadas de prestación de servicios de vigilancia privada solo en Lima y a nivel nacional 1,787.

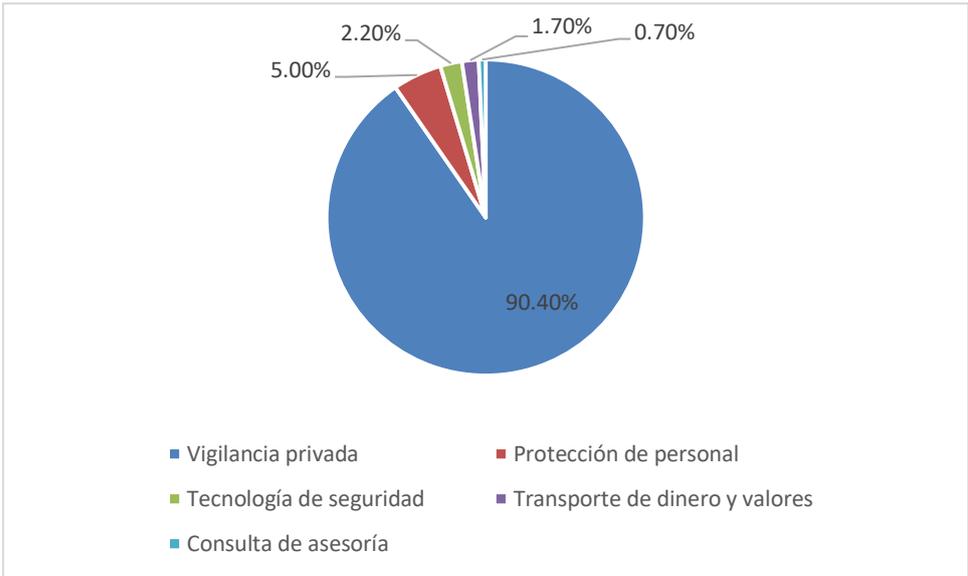


Figura 9. Modalidades de las empresas vigentes

Fuente: SUCAMEC

Este mercado se encuentra en crecimiento. Si bien hay más de 1,700 entidades de seguridad privada, solo las seis más importantes de la industria son las que generan el 50% de la facturación (ver Figura siguiente), se prevé que este sector genera alrededor de S/.3.000 millones.



Figura 10. El mercado de empresas de seguridad privada.

Fuente: El comercio

En el año 2019, las principales empresas del rubro invirtieron en conjunto aproximadamente S/.100 millones. La transnacional G4S público su ingreso al transporte de valores. Seguroc comenzó a ocuparse de la gran minería y la

agroindustria, así mismo JV Resguardo valora nuevos rubros, Securitas apostó por más tecnología, Prosegur y Hermes edificaron nuevas plantas. (El Comercio, 2019).

Los usuarios de este servicio y soluciones de seguridad destinan entre 2% y 3% de sus ventas en métodos de protección y resguardo de sus sedes corporativas y se firman contratos en promedio de 5 años (El Comercio, 2019). De acuerdo al estudio del (INEI, 2019) de todos los incidentes de crímenes reportados en los últimos 10 años desde 2009 al 2019, 51,674 son crímenes por delito contra el patrimonio, entiéndase como delito al patrimonio todo hurto o daño a propiedades privada, el año pasado del total de delitos el 21% corresponde a delitos contra el patrimonio (ver Tabla 16).

Tabla 15. Denuncias por tipo de falta

Año	Total delitos	Delito contra el patrimonio	Porcentaje
2010	201,002	103,344	51%
2011	232,504	119,799	52%
2012	210,241	94,823	45%
2013	212,035	87,532	41%
2014	215,865	79,895	37%
2015	206,588	69,920	34%
2016	209,897	63,860	30%
2017	237,771	68,883	29%
2018	245,279	69,151	27%
2019	258,979	71,020	24%
2020	250,392	77,674	21%

Fuente: INEI

La demanda de servicios de seguridad privada se ha incrementado, una prueba de ello son las denuncias por comisión del delito contra el patrimonio, las cuales se han incrementado en 6,654 entre el 2019 y 2020) las mismas que han ido en aumento en los últimos cinco años.

Tabla 16. Denuncias por comisión de delitos según tipo.

Año / Trimestre	Total	Información anual por tipo de delito					
		Contra la vida, el cuerpo y la salud.	Contra la familia	Contra la Libertad	Contra el patrimonio	Contra la seguridad pública	Otros delitos
2010	152,516	18,813	931	9,503	108,349	6,668	8,252
2011	153,055	19,931	1,473	10,131	105,905	7,224	8,391
2012	144,205	18,501	1,207	10,532	96,035	9,619	8,311
2013	151,560	19,171	1,494	11,441	99,997	11,180	8,277
2014	160,848	20,376	1,744	10,464	108,062	11,247	8,955
2015	181,866	22,285	1,306	8,686	123,723	16,345	9,521
2016	206,610	24,244	1,760	11,292	139,263	19,653	10,398
2017	254,645	28,629	2,465	13,185	167,554	28,922	13,890
2018	268,018	29,497	2,280	13,212	179,163	34,398	9,468
2019	278,181	27,582	2,099	13,536	185,015	40,016	9,933
2020	287,806	27,445	1,954	13,693	194,486	40,626	9,602

Fuente: INEI

Los clientes demandan un mix entre la parte tecnológica y la supervisión con personas, además los grupos que más emplean la tecnología para su seguridad son los bancos, mineras y las farmacias. El 70% de las empresas invierten en agentes de seguridad y el 30% lo hace de manera mixta, esto debido al cambio de las expectativas de los clientes frente a la materia de protección.

Actualmente, debido al incremento de la inseguridad ciudadana los clientes se han vuelto más exigentes al momento de elegir una empresa de seguridad y vigilancia, ya no solo requieren de agentes sino buscan también un complemento como la seguridad electrónica, lo que ahora están buscando los clientes son servicios más integrales y especializados.

Los clientes buscan la unificación de técnicas, es decir diseños de seguridad más sofisticados, que incluye el montaje de circuitos cerrados de televisión y el sistema de detección de incendios, lograr que cuando se accione la alarma de incendio, se interrumpa el aire acondicionado, construcciones con un eje de observación que esté a cargo de la seguridad, del ahorro de energía, del control de aguas, entre otros.

Los compradores de ahora han cambiado. Si antes los proveedores de protección de una compañía eran ex policías o castrenses, ahora son mucho

más entendidos pues sirven de apoyo en ciertas funciones dentro de la organización, las empresas de vigilancia deben ofrecer a sus clientes un personal con mayores habilidades y más comprometido. “El reto es que las empresas de seguridad se involucren para ayudar a su cliente” (El Comercio, 2018).

Esta nuevas exigencias por parte de los clientes ocasiona que hoy en día las empresas de seguridad privada deban de contratar personal más capacitado para poder cumplir con las expectativas del sector así como invertir en programas de capacitación constantes para el personal que ya se encuentra laborando en la empresa esto con la finalidad de preparar mejor al personal en las tareas que se le encomienden (El Comercio, 2018).

3.4.1 Tendencia del consumidor

3.4.1.1 Perfil de la empresa

Innova Security SAC habiendo realizado la selección del mercado, considera el siguiente perfil de consumidor para el servicio de seguridad.

- ✓ Empresas constituidas como pequeñas (150 a 1700UIT) y medianas (1700 a 2300UIT) empresas.
 - ✓ Cuenten de 1 a 100 trabajadores
- Empresas del sector empresarial en las actividades. (Comercio, servicio, manufactura y construcción)
- ✓ Ubicadas en Lima metropolitana
 - ✓ Sector 5 (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis y el Agustino)
 - ✓ Sector 6 (Cercado de Lima, Rímac, Breña y la victoria)
 - ✓ Constituidas como persona jurídica.

3.4.1.2 Mercado de servicio de seguridad

A. Problema

El sector de seguridad y vigilancia privada ha ido creciendo de manera favorable por la inseguridad ciudadana que se vive en el país, sin embargo, pequeñas y medianas empresas no ha tenido el crecimiento esperado

manteniendo desde sus inicios una relación comercial con un único cliente que representa más del 90% de sus ventas.

Por otro lado, internamente las PYME presentan complicaciones en su funcionamiento y en su estructura. Estas empresas no se han organizado adecuadamente para atender el crecimiento de la demanda interna actual y venidera de seguridad que requieren las empresas, además la dependencia de un solo cliente la hace vulnerable ante las decisiones estratégicas que puedan presentarse; generando que las PYME no logre posicionarse en el mercado y tenga deficiencia en el desarrollo de sus procesos internos.

B. Oportunidad

Son muchas las PYME que brindan servicios de seguridad y vigilancia privada en Lima y provincias, especialmente para la industria avícola, automotriz, textil, así como a entidades del Estado como Servicios de Parques de Lima (SERPAR). Las empresas de seguridad con un tiempo de operación mayor a siete años cubren sus costos fijos por los pocos cliente que tienen y generan una rentabilidad promedio de 7.34% (utilidad neta/venta) y 37.52% (utilidad neta/patrimonio) se puede considerar que pueden crecer ofreciendo servicios con un costo marginal menor.

De acuerdo con lo mencionado anteriormente, sobre el crecimiento de la industria de seguridad y vigilancia y la rentabilidad obtenida; se genera una oportunidad para que las PYME puedan alcanzar sus metas de crecimiento y posicionamiento buscando captar nuevos clientes del sector privado.

3.4.2 Segmento del mercado

3.4.2.1 Análisis empresarial de las PYMES

Según (INEI, 2020) y el último informe de Estructura empresarial, para el año 2020, 2 millones 11 mil 153 empresas en el Perú fueron clasificadas como microempresas, esto representa el 94.7% del total de empresas. Se obtuvo una variación positiva de 4% con respecto al año anterior, 92 mil 789 son clasificadas como pequeñas empresas, y representaron el 4.4% del total. La gran y mediana

empresa y administración pública tuvieron menor representación, con un 06% y 0.3% respectivamente. La tabla siguiente contiene los datos detallados.

Tabla 17. Las MYPE, venta anual según rangos UIT 2020

Estrato empresarial	N° de empresas	%
Microempresa	1,652,071	95.1%
0 -13 UIT	1,220,880	73.90%
13 - 75 UIT	294,069	17.80%
75 - 150 UIT	56,170	3.40%
Pequeña Empresa	74,085	4.3%
150 - 850	69,510	4.0%
850 - 1700 UIT	4,575	0.3%
Total MYPE	1,726,156	99.33%
Mediana empresa	2,621	0.15%
Total de Mipyme	1,728,777	99.48%
Gran Empresa	8,966	0.52%
Total de empresas	1,737,743	100.0

Fuente: SUNAT, Registro Único de Contribuyentes 2020

Elaboración: PRODUCE – DGMYPE-C / Dirección de Desarrollo Empresarial

De acuerdo a lo que se observa en la tabla anterior, el 73.90% de las MYPE formales, es decir, 1, 220,880 empresas venden hasta 13 UIT al año, el 17.80% de MYPES, es decir 294,069 empresas venden entre 13 - 75UIT y tan solo el 3.40% es decir 56,170 empresas logran alcanzar ventas entre el 75 – 150 UIT; lo que nos indica que el 95.1 %de las empresas formales en el país son Microempresas, dando una totalidad de 1, 652,071.

Por otro lado, la Pequeña empresa representa el 4.3% de empresas formales en el país, dando una totalidad de 74,085; siendo el 4.0% aquellas empresas con ventas entre 150-850 UIT y solo el 0.3% de empresas cuentan con ventas de entre 850 – 1700 UIT. Asimismo, cabe señalar que la mediana y gran empresa representan el 0.67% de las empresas en el país, es decir 11,587 empresas.

Tabla 18. MYPE por actividad económica

Sector económico	Mipyme 2019		Mipyme 2020		VAP ¹ 2015-2019
	N°	%	N°	%	
Comercio	630,193	47.0	762,127	44.1	4.9
Servicios	504,589	37.6	718,008	41.5	9.2
Manufactura	131,731	9.8	151,584	8.8	3.6

Construcción	39,662	3.0	58,093	3.4	10.0
Agropecuario	22,298	1.7	23,908	1.4	1.8
Minería	8,793	0.7	11,562	0.7	7.1
Pesca	3,437	0.3	3,495	0.2	0.4
Total	1,340,703	100	1,728,777	100	6.6

Fuente: SUNAT, Registro Único del Contribuyente 2019 y 2020

Elaboración: PRODUCE –OEE

Según el (Ministerio de Producción, 2020): “Las actividades económicas detalladas en la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU) son las actividades aceptadas y definidas por la División de Estadísticas de la Organización de las Naciones Unidas. La CIIU tiene por finalidad establecer una clasificación uniforme de las actividades económicas productivas, ofreciendo un conjunto de categorías de actividades que se usa para generar estadísticas y cuentas nacionales. En el Perú actualmente se utiliza la CIIU revisión 3.0, la misma que se utiliza en el presente documento.”

En la distribución de las empresas por actividad económica a nivel nacional, el 44,1% de las MYPE desarrollan actividades de comercio, en tanto que el 41,5% están orientadas a la generación de servicios. Las empresas vinculadas a actividades extractivas representan en el sector agropecuario el 1,4%, sector minería el 0.7 % mientras que la pesca el 0.2%. Asimismo, el sector de manufactura representa el 8.8% y la construcción el 3.4%.

Tabla 19. MYPE según tipo de contribuyente y organización, 2020

Tipo de contribuyente	N° de empresas	Part. %
Persona natural	1,210,323	69.6
Sociedad anónima cerrada	260,780	15.0
Empresa individual de responsabilidad limitada	168,996	9.7
Sociedad comercial de responsabilidad limitada (SCRL)	63,628	3.7
Sociedad anónima	20,493	1.2
Sociedad irregular	5,384	0.3
Sociedad civil	2,103	0.1
Otros	6,036	0.3
Total de empresas formales	1,737,743	100.0

Fuente: SUNAT, Registro Único del Contribuyente 2020

Elaboración: PRODUCE - OEE

“El Objetivo Social se establece como determinante para aquellos negocios u operaciones lícitas que circunscriben sus actividades. Es decir que describen detalladamente las actividades que constituyen su objetivo social. En la descripción se incluyen las actividades relacionadas a sus fines. El objetivo social puede ser múltiple, pero siempre está referido a la actividad principal de la empresa. Las EIRL no pueden prestar servicio de dotación de personal de acuerdo al Art. 2° de la Ley 27626. Las consideraciones de Capital Social y Objetivo Social corresponden a las empresas organizadas como: Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada, Sociedad Anónima Cerrada y Sociedad anónima.” (Ministerio de producción, 2020)

Según la descripción anterior, las MYPE organizadas como persona natural representan el 69,6% es decir 1,210,323 empresas y sólo el 30,3% de las MYPE se constituyen como persona jurídica es decir 527,420 empresas, de las cuales, el 15% se organizan como Sociedad Anónima Cerrada, el 9,7% como Empresas Individual de Responsabilidad Limitada, 3,7% como Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada, mientras que las sociedades: anónima, irregular y otras representan el 1,2%, 0,3% y 0,3% respectivamente.

Respecto al tipo de contribuyente en las que las MYPE tienen mayor preferencia son las siguientes: Persona Natural, Sociedad Anónima Cerrada y Empresa Individual de Responsabilidad Limitada lo cual representa un 94,3% a nivel nacional.

3.2.4.2 Segmento de la empresa

Para el presente plan de negocio el mercado de la demanda serán las pequeñas y medianas empresa del sector comercio, manufactura, servicios y construcción, el cual, de acuerdo al estudio realizado por el ministerio de producción en el año 2020, es el 97.75% de la población que representa un total de 1, 689,812 entre micro, pequeña y mediana empresa en Perú.

Una vez realizada la segmentación del total de micro, pequeñas y medianas empresas en Perú, se segmentará geográficamente hacia Lima metropolitana, el cual, de acuerdo al Ministerio de Producción en el año 2020, es el 38.00% de la población que representa un total de 640,547 empresas.

- Número de micro, pequeñas y medianas empresas en Lima metropolitana (1, 689,812 empresas* 38%).

Luego, se segmentará por PYME que geográficamente se encuentren en Lima metropolitana y cuyo nivel de ventas se encuentra en el rango de 150 UIT hasta 2300 UIT de ventas al año, el cual, de acuerdo al ministerio de producción en el año 2020, es el 20.74% de la población de MIPYME que representa un total de 132,876 empresas.

A continuación, se realizará la segmentación del total de PYME de Lima metropolitana de la por empresas del distrito del sector 6 (Cercado de Lima, Rímac, Breña y la victoria) y sector 5 (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis y el Agustino), el cual de acuerdo al estudio realizado por la SUNAT en el año 2020, es el 1.30% de la Cantidad de PYME que pertenecen a Lima Metropolitana con ventas de 150 UIT a 2300 UIT.

Empresas de la Zona 5 y 6 de Lima metropolitana: 1723 empresas

3.5 Estudio de la oferta

3.5.1 Análisis de competencia

La rivalidad entre empresas competidoras suele ser la más poderosa, las estrategias de una empresa únicamente pueden tener éxito en la medida en que le proporcionen una ventaja competitiva sobre las estrategias de las empresas rivales (David, F.R., 2013).

Entre las barreras de salida más comunes en el sector de la seguridad privada pueden mencionarse:

A. Costos fijos:

En particular el sector de seguridad de vigilancia privada tiene un alto costo de salida pues su principal componente es el uso de personal, por ello uno de los mayores costos fijos para salir del sector es el pago de las indemnizaciones. Estos casos se pueden presentar no solo por el cierre de la empresa sino

también cuando la empresa pierde a un cliente significativo en este caso, esto se transforma en una “barrera de salida del cliente”.

B. Activos especializados:

La reutilización y/o venta de los activos de la una empresa de servicios depende del tamaño de la empresa y su complejidad, en el caso de empresas pequeñas su infraestructura casi siempre es una simple casa que es muy fácil destinarla a otros usos y cuando se trata de empresas más grandes con infraestructura más específica es un poco más complicado y tiene un mayor costo emplearlas para otro destino aunque esto no dificulta su venta.

Las empresas que brindan servicios de transporte de valores y caudales, mantienen una alta inversión en vehículos blindados que sólo pueden ser empleados para ese fin, estos activos le permiten tener una ventaja competitiva y es una excelente barrera de ingreso para nuevos competidores; pero a la vez una barrera de egreso para ellas mismas.

Por otro lado, los activos utilizados específicamente en la prestación de los servicios de seguridad son de poco valor de reventa o prácticamente invendibles lo que causa dificultades patrimoniales al tener que prescindir de ellos.

C. Relación con otros negocios:

Se presenta cuando la organización de seguridad es una sub-unidad de negocio dentro de otra organización de mayor tamaño, tales como los grandes grupos empresariales en donde el requerimiento de implementar una empresa de seguridad interna responde principalmente a la necesidad de mantener la información confidencial al interior del grupo, más que por un tema de costos.

D. Diferenciación de servicios:

Es bastante difícil obtener diferenciación en este sector con servicios iguales ofrecidos por las diversas empresas de seguridad privada. Es común relacionar la diferenciación con el uso de tecnología de punta o equipos de seguridad electrónica como sistemas de circuitos cerrados de televisión, pero estas herramientas son prontamente anuladas por imitación.

Otras opciones para diferenciarse utilizadas por las organizaciones son a través del entrenamiento de sus empleados, también con el reconocimiento de personas o contactos con algún prestigio en ciertos segmentos y nichos de la seguridad, también con estrategias más intensivas en marketing, etc.

La competencia es alta debido a la presencia de empresas formales e informales en el sector de seguridad y porque el producto o servicio es similar lo que conlleva a que las empresas del sector busquen diferenciarse a través de los servicios ofrecidos como es el mix de los servicios de seguridad privada (agente y tecnología).

La rivalidad entre competidores es bastante fuerte actualmente existe un pequeño grupo de empresas importantes (Prosegur, Liderman, G4S, Securitas y Seguroc, Hermes) que representan más del 50% de la facturación total del sector. Existen muchas empresas, formales de menor facturación y otras irregulares que operan en el sector.

HPG se encuentra entre las empresas de menor facturación siendo otros competidores: VIUNSA S.A.C. y National Enterprise of Security S.A. (NEOS), las cuales tanto en facturación, como en tamaño de la compañía se encuentran en el mismo nivel.

Tabla 20. Competencia en el mismo sector

Competencia en el mismo sector	Intensidad				
	Muy alto	Alto	Medio	Bajo	Muy bajo
Costos fijos	5				
Activos especializados		4			
Relación con otros negocios			3		
Diferenciación de servicios		4			
Promedio			4		
Calificación: Muy bajo 1 - 5 muy alto			Alta		

Fuente: Elaboración propia

El mercado de seguridad privada tiene un total de 720 empresas autorizadas en el país, de acuerdo con la Superintendencia Nacional de Control de Servicios de Seguridad, Armas y Explosivos de Uso Civil (SUCAMEC, 2016). Los números que se presentan en la Tabla 21 incluyen todas las modalidades del servicio: (a) vigilancia, (b) transporte blindado, y (c) seguridad personal, entre otras.

Tabla 21. Descripción y Tamaño del Mercado de la Industria de Seguridad

Empresa	Cantidad de agentes	Facturación promedio anual (S/)	Margen	Participación de mercado
G4S	8,200.00	275,520.00	11%	11.14%
Prosegur	6,500.00	218,400.00	10%	8.83%
Securitas*	7,100.00	238,560.00	12%	9.65%
Liderman	12,500.00	420,000.00	10%	16.98%
Esvicsac	5,100.00	171,360.00	11%	6.93%
Iseg	3,500.00	117,600.00	12%	4.76%
Seguroc	2,600.00	87,360.00	11%	3.53%
Procsa	2,600.00	87,360.00	10%	3.53%
Boxer	1,500.00	50,400.00	10%	2.04%
Vigarza	1,250.00	42,000.00	10%	1.70%
Otros	22,750.00	764,400.00		30.91%
Total	73,600.00	2,472,960.00		100%

Fuente: Superintendencia Nacional de Control de Servicios de Seguridad, Armas y Explosivos de Uso Civil

Si bien existen 720 empresas de seguridad privada, casi el 60% de la facturación es controlada por los seis principales competidores: (a) Liderman, (b) G4S PERÚ S.A.C., (c) Securitas, (d) Prosegur, (e) Esvicsac, e (f) Iseg. Según Wilson Gómez-Barrios, presidente de Securitas Perú, se calcula que “este mercado mueve alrededor de S/.3.000 millones.

Además, las mismas siguen buscando otros nichos de negocio y ampliar cobertura” (“El 68% de empresas”, 2015). Aunque se trata de un sector que presentó tasas de crecimiento anual cercanas al 7%, a partir del año 2019 ha sido impactado por la desaceleración de la economía lo que fue enfrentado por diversas empresas del sector de seguridad privada con la reducción de sus márgenes de utilidad, para retener clientes.

A pesar de la desaceleración del mercado, la industria de la seguridad sigue siendo atractiva. Prueba de ello ha sido el ingreso de un fondo de inversión al mercado (Carlyle) con la compra de Liderman (“El 68% de empresas”, 2015). Pero para los años 2020 y 2021, se espera un crecimiento comprendido entre el 5% y el 8% por la recuperación económica, así como por la aplicación de estrategias de negocios por parte de algunas empresas del sector. Por lo general, un nuevo enfoque podría el desarrollo de nuevos servicios, en especial entre las empresas pequeñas y medianas de la industria.

G4S PERÚ S.A.C. ingresó al segmento de transporte de valores en el año 2016, pero rápidamente decidió retirarse de esta línea del negocio. Fue así que la operación, en 2017 fue vendida a la empresa española Prosegur. A partir de esta negociación, actualmente en el transporte de valores solamente están compitiendo dos empresas a nivel nacional: (a) Prosegur, y (b) la local Hermes. Se debe entender que cuando se ingresó en el rubro de transporte de valores, G4S PERÚ S.A.C. atendía principalmente a clientes del sector retail y al sector financiero, que tienen gran cantidad de puntos de atención y para ello se tramitaron los permisos requeridos por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP.

Prosegur, hasta el cierre del 2016 contaba con el 51% del mercado de transporte de valores, y esperaba crecer en dos puntos porcentuales durante el 2019, al incrementar su portafolio de producto a través de innovaciones, las cuales también se iban a reflejar en otros segmentos del área de seguridad (“Prosegur adquiere la división”, 2019). Ante este incremento en la competencia, los ejecutivos de G4S PERÚ S.A.C. invirtieron en tecnología y no descartan adquirir empresas que contribuyan a desarrollar un portafolio de servicios complementarios (“Prosegur adquiere la división”, 2019).

3.5.2 Análisis de competitividad y benchmarking

Según (Obeso, P., 2017), el benchmark significa “punto de referencia”, y benchmarking significa “evaluación comparativa”, es decir el benchmarking consiste en evaluar y analizar los procesos, productos, servicios y/o demás aspectos de otras compañías o áreas para compararlos y tomarlos como punto de referencia para futuras estrategias que ayudará a las empresas mantenerse a la vanguardia e innovar en un mundo de constante cambio.

Según I (La Ley N° 28879, 2006) , se denomina empresa especializada en el ámbito de la seguridad a todas aquellas personas jurídicas que brindan servicios de seguridad privada y que se encuentran debidamente constituidas en el Registro Público, pero además están autorizadas por la SUCAMEC para ofrecer los servicios que brindan. En el Perú, la oferta de las empresas de seguridad está dividida de la siguiente manera:

a) Prosegur

Se ha convertido en una de las mayores multinacionales del sector de la seguridad privada en el mundo, con más de 40 años de historia. Esta compañía ofrece soluciones integrales de seguridad a las empresas, servicios especializados en la gestión de efectivo y sistemas de alarmas para hogares y comercios; todos ellos dotados de un elevado componente tecnológico e innovador.

Ofrece soluciones personalizadas o customizadas, las cuales incluyen la vigilancia móvil o localización GPS. El negocio de logística de valores y gestión de efectivo ha mostrado un comportamiento estable y consistente, con crecimiento sostenido. La empresa mantiene una estrategia de automatización de los procesos en la gestión de efectivo, para lo cual continúa desarrollando dispositivos de automatización. También tienen el negocio de Personal Especialista en la Gestión de Efectivo (PEGE), para dar apoyo a la red de oficinas bancarias.

El año 2017 fue también el año de la consolidación de los servicios de externalización. A través de Prosegur Business Process Outsourcing (Prosegur BPO) (PROSEGUR, 2020).

b) Securitas Perú

La empresa forma parte del Grupo Securitas y es parte de la industria de seguridad privada a nivel mundial desde hace más de 80 años, brindando soluciones de seguridad contenidas en recursos tecnológicos, consultoría y servicios de vigilancia. La historia de Securitas empezó en Suecia en 1934 con tan solo tres hombres y que en la actualidad llegan a ser casi de 330,000 empleados en el mundo.

En el Perú, Securitas comenzó sus operaciones en el año 2007 con 1,500 hombres, llegando a contar actualmente con tres empresas relacionadas. Esto la constituye como un competidor importante en el sector con más de 6 mil colaboradores brindando servicios de seguridad física y electrónica a nivel nacional con una participación del mercado de un 8.2% (Securitas, 2020).

c) Liderman

Según (Liderman, 2020) la empresa Inició operaciones en el año 1989 con solo cuatro hombres de seguridad, y durante sus 29 años de actividades han estado enfocados en el desarrollo de su recurso humano como fuente de ventaja. Hoy cuentan con reconocimientos en este aspecto y con un universo de aproximadamente 12,500 colaboradores en el Perú y 1,500 en Ecuador. Sus servicios hoy son a nivel nacional y además de vigilancia ofrece servicios de resguardos y monitoreo de alarmas.

d) Hermes

Según (Hermes, 2020) En el año 1985 inició sus actividades en la ciudad de Lima con sólo tres unidades blindadas y un pequeño grupo de trabajadores, brindando los servicios de traslado y custodia de valores en bóveda. Posteriormente, fueron los primeros en brindar los servicios de procesamiento de dinero, recuento, selección y custodia. Actualmente, Hermes cuenta con tres unidades de negocios: (a) logística de valores, (b) logística de canales y (c) logística de documentos. A nivel nacional tiene 17 sucursales y esto le permite tener una posición de liderazgo en todos sus mercados de influencia.

e) Otros:

Existen más de 720 empresas de seguridad privada en total, por lo que retirando a las principales empresas, el resto del mercado constituye un 40% que: (a) es atendido por empresas que fueron creadas específicamente para servir a un sector, (b) que tienen régimen tributario MYPE, (c) que pertenecen a un grupo económico y atienden sus propias necesidades, (d) beneficios tributarios por zona selva, y (e) que atienden alguna localidad en particular.

Para el presente proyecto el análisis de Benchmarking se enfoca en el estudio de las 3 principales empresas que ofertan servicios de seguridad en el mercado peruano, estas empresas se han determinado según el nivel de participación que actualmente tienen en el mercado peruano indicado en el estudio de Euromonitor. En la tabla siguiente se observa el análisis realizado considerando seis variables: calidad del producto, precio del producto,

innovación en sus servicios, capacidad económica, promoción y publicidad, participación en el mercado.

Tabla 22. Análisis de Benchmarking

Empresa/ Características	Peso	PROSEGUR		GRUPO ELITE DEL NORTE		LIDERMAN	
		Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
Calidad de Servicio	23%	5	1.15	3	0.69	4	0.92
Precio del Servicio	20%	3	0.6	4	0.8	2	0.4
Innovación en sus servicios	20%	4	0.8	3	0.6	4	0.8
Capacidad económica	9%	5	0.45	3	0.27	5	0.45
Promoción y publicidad	14%	5	0.7	4	0.56	5	0.7
Participación en el Mercado	14%	5	0.7	2	0.28	4	0.56
Total	100%		4.4		3.2		3.83

Fuente: Elaboración propia

Según este análisis, es la empresa peruana PROSEGUR, la que tiene más aspectos positivos por imitar. Los servicios que ofrece esta empresa son considerados en el mercado como uno de los que mejor presenta. Esta es una de las empresas de referencia que la empresa considerará como fuente de aprendizaje para lograr una participación activa en el mercado de seguridad.

Asimismo, la empresa Grupo Elite del Norte presenta un precio competitivo y brinda opciones de servicio para las diferentes empresas del sector y que gracias a la publicidad y promoción que realiza, se sigue manteniendo.

3.6 Determinación de la demanda insatisfecha

Para realizar la determinación de la demanda insatisfecha, se buscó información reciente de ministerio de producción y SUNAT y se pudo obtener una segmentación que permita a determinar cuál es el mercado disponible y la demanda insatisfecha.

Para determinar la demanda insatisfecha se realizó la segmentación del mercado, el cual nos ayudara a determinar la demanda potencial, cabe señalar que se ha obtenido información Geográfica, por sectores, tipo de empresas y por los sectores 5 y 6 de Lima metropolitana.

Tabla 23. Determinación de la demanda

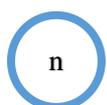
Descripción	Cantidad
N° de empresas en Perú	1,728,777
% Población Empresas que pertenecen a Lima Metropolitana	97.75%
Cantidad de MIPYME que pertenecen Al sector comercio, servicio, manufactura y construcción.	1,689,812
% Cantidad de MIPYME que pertenecen a Lima Metropolitana	38%
Cantidad de MIPYME que pertenecen a Lima Metropolitana	640,547
% Cantidad de PYME que pertenecen a Lima Metropolitana con ventas de 150 UIT a 2300 UIT	20.74%
Cantidad de PYMEs que pertenecen a Lima Metropolitana con ventas de 150 UIT a 2300 UIT	132,876
% Cantidad de PYME del sector 6 (Cercado de Lima, Rímac, Breña y la victoria) y sector 5 (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis y el Agustino)	1.30%
Cantidad de PYME del sector 6 (Cercado de Lima, Rímac, Breña y la victoria) y sector 5 (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis y el Agustino)	1723
Mercado disponible (n)	1723
Cantidad de personas por servicio (q)	15
Demanda potencial (Q)	25845
% Mercado efectivo	79%
Mercado efectivo	20418
Participación de mercado	1.29%
Ventas anuales	264.00

Fuente: Dirección de estudios económicos de MYPE e industria, SUNAT

En la Tabla anterior se ha organizado la información para sacar los porcentajes aproximados de las empresas que se encuentran dentro del rubro, tomando en cuenta que el servicio se está asemejando a otro; de esta manera se puede conocer el mercado disponible y la cantidad de las ventas anuales.

A continuación, se presenta la estructura de la demanda:

$$Q = n * q$$



Mercado Disponible



Cantidad de personas por servicio



Demanda Potencial

De acuerdo a la estructura de la demanda, se ha determinado que “n” es el mercado disponible, tomando en cuenta los distritos, donde se encuentran las empresas del sector comercio, servicio, manufactura y construcción del sector 5 y 6. Luego se ha analizado que “q”, es la cantidad de personas por servicio que una empresa va a adquirir, de lo cual al final de la ecuación se tiene la demanda potencial “Q”.

A continuación, se presenta nuestra ecuación en cifras:

Tabla 24. Demanda total del producto.

Demanda potencial (Q)	25845
% Mercado efectivo	79%
Mercado efectivo	20418
Participación de mercado	1.29%
Ventas anuales	264

Fuente: Elaboración propia en base a SUNAT

Se ha determinado que una empresa compra el servicio una vez al año. Para determinar la demanda potencial (Q) al mercado disponible (n) se multiplica por la cantidad de personas por servicio (q), dando como resultado la demanda potencial de 25845 personas de servicios de seguridad. Una vez determinada la demanda potencial, se calcula el mercado efectivo que es el 79% que es atendido por empresas que fueron creadas específicamente para servir a un sector y la participación que tomará la empresa es de 1.29% del mercado efectivo que representa los 264 personas por servicio que la empresa comercializará en el primer año.

Questionario

Dentro de los objetivos de nuestra investigación, el objetivo general es generar la máxima utilidad en base a la comercialización de servicios de seguridad, para ello se ha considerado realizar una encuesta a pequeña y medianas empresas, debido a que es el mercado objetivo y necesitamos saber

la importancia de tener claro si nuestro servicio tendrá una aceptación buena. Las empresas a encuestar se encuentran dentro de Lima Metropolitana.

Los criterios de inclusión y exclusión son: pequeñas y medianas empresas del sector 5 (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis y el Agustino) y sector 6 (Cercado de Lima, Rímac, Breña y la victoria)

El cuestionario se realizó en base a una muestra de 25 empresas; para sacar el muestreo de la población se ha utilizado el método cuantitativo ya que se trata de un problema de investigación. Para ello hemos identificado, tal como se muestra en nuestra segmentación, se tiene 1723 empresas en el sector 5 y 6 de Lima Metropolitana, por lo cual solo tomaremos una muestra de 25 empresas.

A continuación, se presenta el procedimiento de cómo se tomaron las encuestas:

Modelo de la encuesta:

Estimado(a):

A continuación, se está presentando una encuesta, que permitirá conocer si el servicio de seguridad podría ser aceptado dentro de las pequeñas y medianas empresas dedicadas a las actividades comercio, servicio, manufactura y construcción actividades en Lima Metropolitana. La información que nos proporcione será utilizada para conocer el grado de aceptación en el mercado del servicio.

Para ello se ha formulado 12 preguntas que tienen relación con el tema que estamos investigando, por lo que se solicita su apoyo para responder el cuestionario con la mayor objetividad posible. Asimismo, indicarle que la información que coloquen es confidencial y anónima. La encuesta dura cinco minutos aproximadamente.

Agradecemos de antemano su participación.

Datos de Identificación:

Nombre de la Empresa (Opcional)

.....

Empresa: Publica () Privada ()

Antigüedad de su empresa en el rubro:

1-5 años () 6-10 años () 11-20 años () Más de 20 años ()

Cargo que desempeña en la empresa:

Directivo () Gerencial () Supervisor () Operativo ()

Preguntas

1. Ha recibido alguna inspección en materia de Seguridad
 - a) No
 - b) Si, sin sanción
 - c) Si, y nos sancionaron

2. ¿Cuáles han sido las medidas de seguridad que usted ha utilizado para proteger su negocio?
 - a) Auxiliar de servicio
 - b) Vigilante de seguridad
 - c) Cámara de seguridad.

3. ¿Cuáles son los factores críticos de la seguridad privada del país?
 - a) La informalidad
 - b) Políticas gubernamentales
 - c) La entidad reguladora
 - d) Competencia
 - e) Los clientes que en muchos casos no exigen formalidad

4. ¿Qué grado de conocimiento tiene su empresa en cuanto a la legislación de seguridad privada?
 - a) Nulo
 - b) Bajo
 - c) Medio
 - D) Alto

5. ¿En su opinión qué tipo de seguridad necesita su empresa?
 - a) Solución de seguridad (Vigilancia + Tecnología)
 - b) Rondas de seguridad
 - c) Otros

6. ¿Por cuál de estos beneficios le daría prioridad para contratar servicio de seguridad?
 - a) Tecnología
 - b) Calidad
 - c) Precio
 - d) Seguimiento constante

7. ¿Conoces algún servicio de seguridad monitoreado en cada puesto de vigilancia?

- a) Sí b) No

8. ¿Conoces los beneficios de trabajar con este tipo de servicio?

- a) Sí b) No

Sabía que con el uso de este servicio

- a. Se podrá tener información de primera mano.
- b. Conocimiento de incidencias y cambios oportunos.
- c. Personal capacitado ante cualquier siniestro
- d. Vigilancia y Seguridad de Calidad.

9. Conociendo los beneficios de este servicio estaría dispuesto a adquirirlo?

- a) Si b) No

10. Cuanto estaría dispuesto a pagar por este servicio?

- a) S/ 2400 a S/ 2800 b) S/ 2900 a 3200 c) S/ 3200 a S/ 3600
d) S/ 3600 a S/ 5000

11. ¿Cómo le gustaría enterarse del servicio?

- a) Radio b) Aviso publicitario c) Redes sociales d) Revistas.

12. ¿Qué servicios debería ofrecer las empresas de seguridad?

- a) Supervisión constante b) Entrenamiento c) Soporte
d) Sistema de gestión de seguridad e) Tecnología

A continuación, se presenta las respuestas en porcentaje de acuerdo a la muestra de 25 empresas.

Tabla 25. Resultado de encuestas

Encuestas												
Respuestas	Preguntas											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
a	3	7	7	2	16	6	6	5	19	11	2	7
b	18	10	6	8	7	6	19	20	6	7	7	6
c	4	8	3	11	2	7				5	12	4
d			4	4		6				2	4	3
e			5									5
f												
Total	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
Porcentajes de aceptación												
a	12%	28%	28%	8%	64%	24%	24%	20%	76%	44%	8%	28%
b	72%	40%	24%	32%	28%	24%	76%	80%	24%	28%	28%	24%
c	16%	32%	12%	44%	8%	28%	0%	0%	0%	20%	48%	16%
d	0%	0%	16%	16%	0%	24%	0%	0%	0%	8%	16%	12%
e	0%	0%	20%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	20%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia en base a encuestas

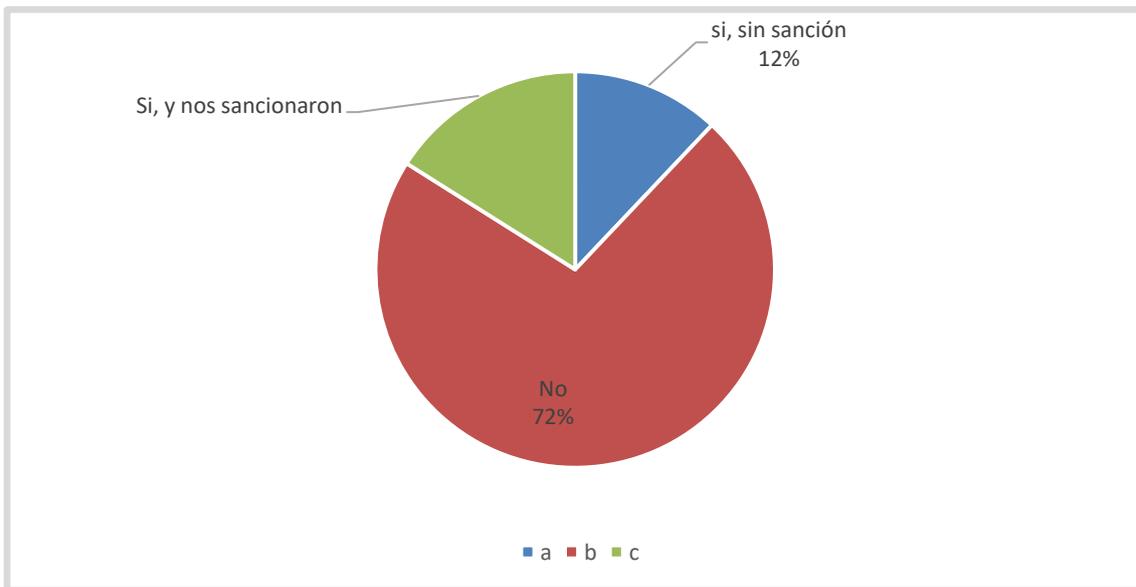


Figura 11. ¿Ha recibido alguna inspección en materia de Seguridad?

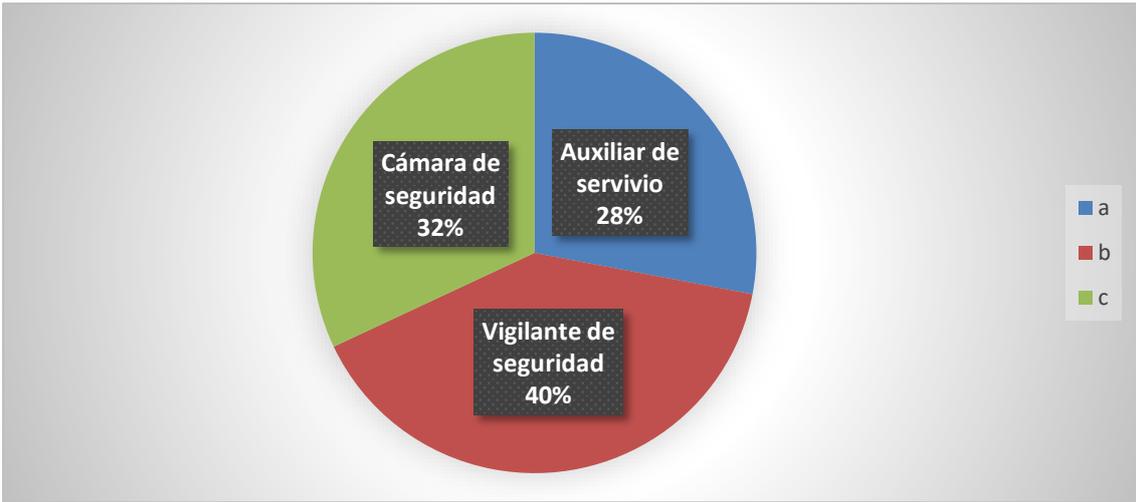


Figura 12. ¿Cuáles han sido las medidas de seguridad que usted ha utilizado para proteger su negocio?

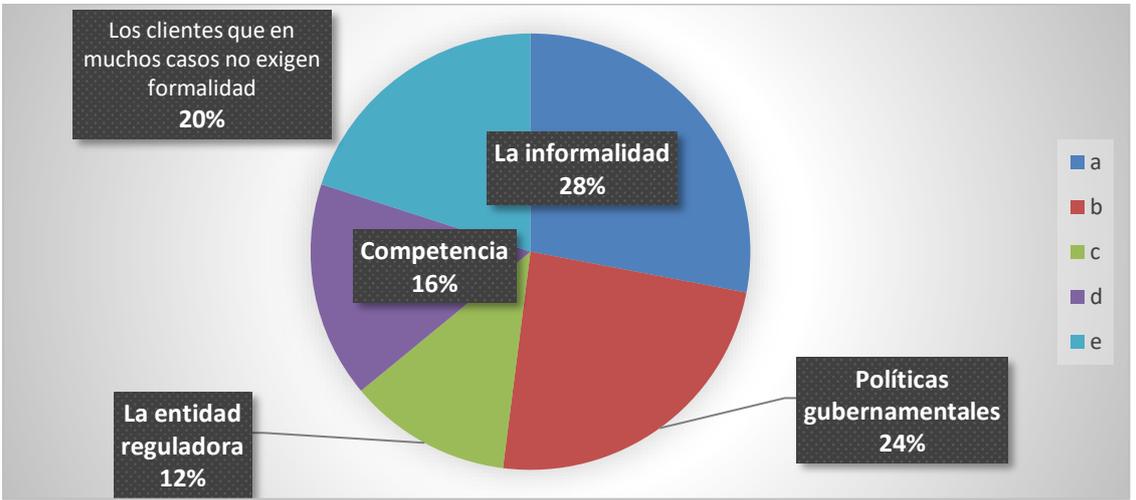


Figura 13. ¿Cuáles son los factores críticos de la seguridad privada del país?

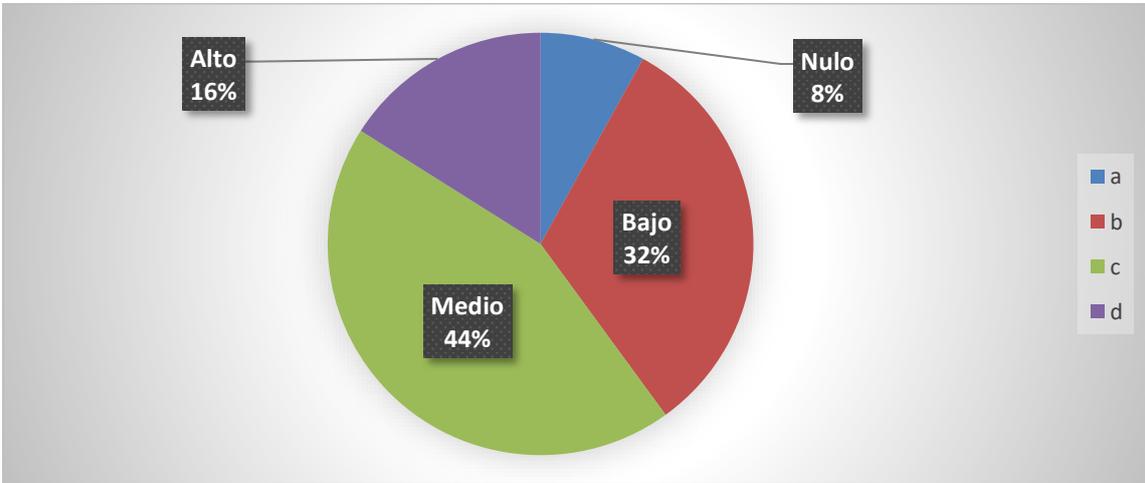


Figura 14. ¿Qué grado de conocimiento tiene su empresa en cuanto a la legislación de seguridad privada?

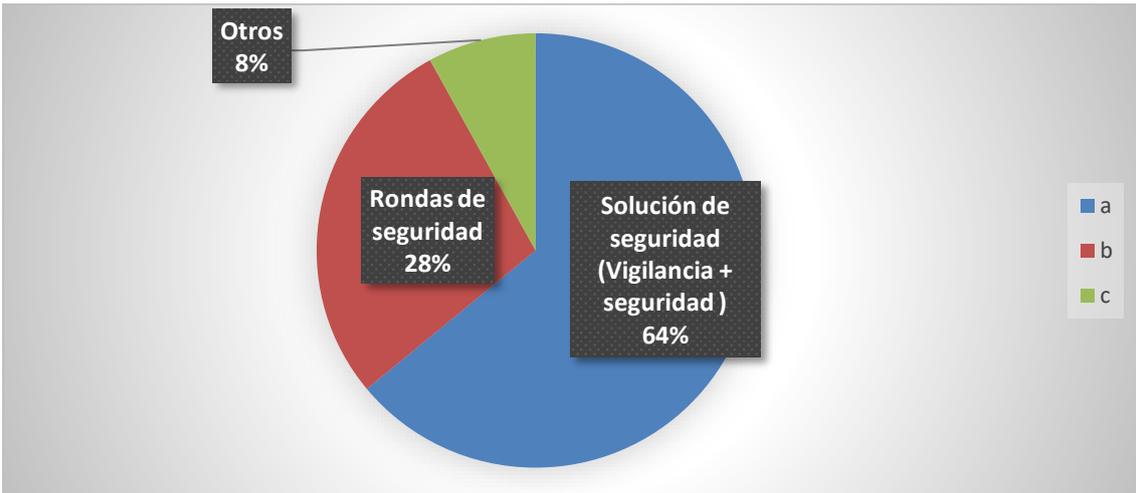


Figura 15. ¿En su opinión qué tipo de seguridad necesita su empresa?

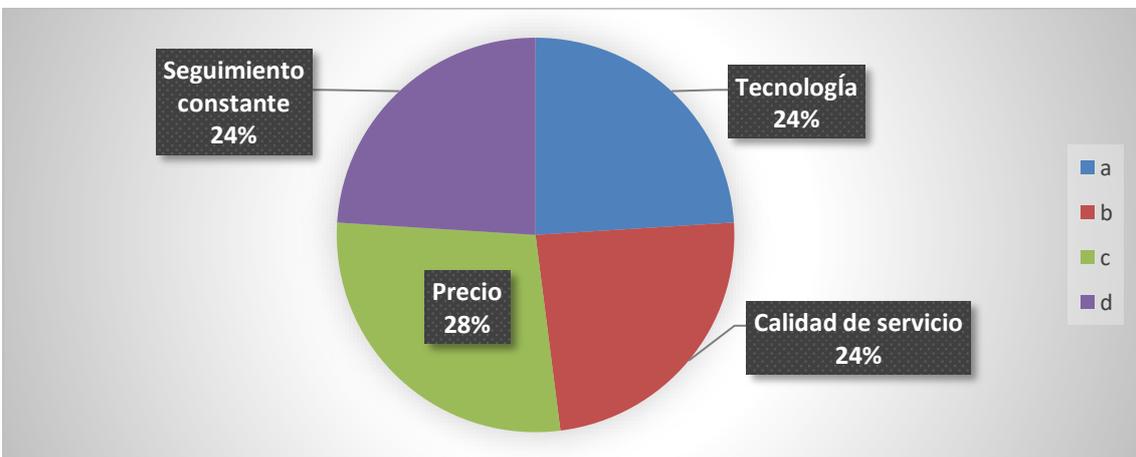


Figura 16. ¿Por cuál de estos beneficios le daría prioridad para contratar servicio de seguridad?

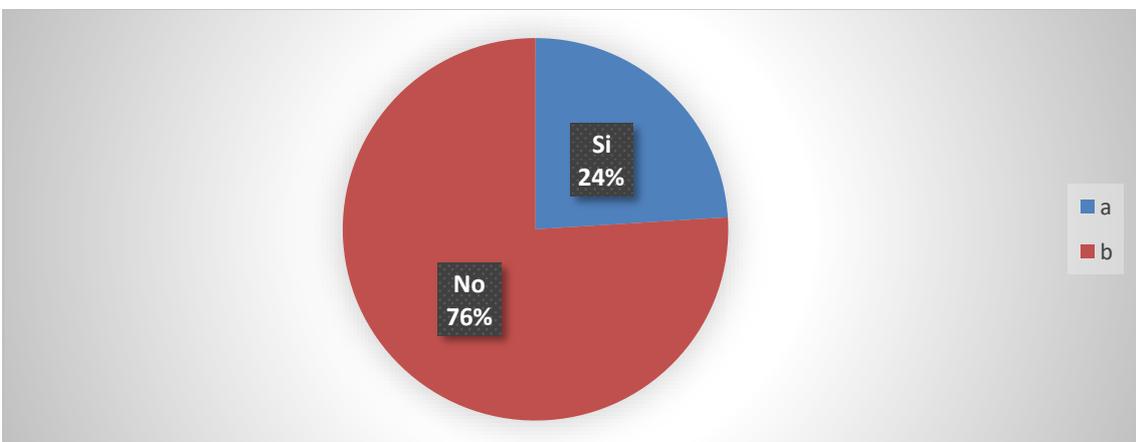


Figura 17. ¿Conoces algún servicio de seguridad monitoreado en cada puesto de vigilancia?

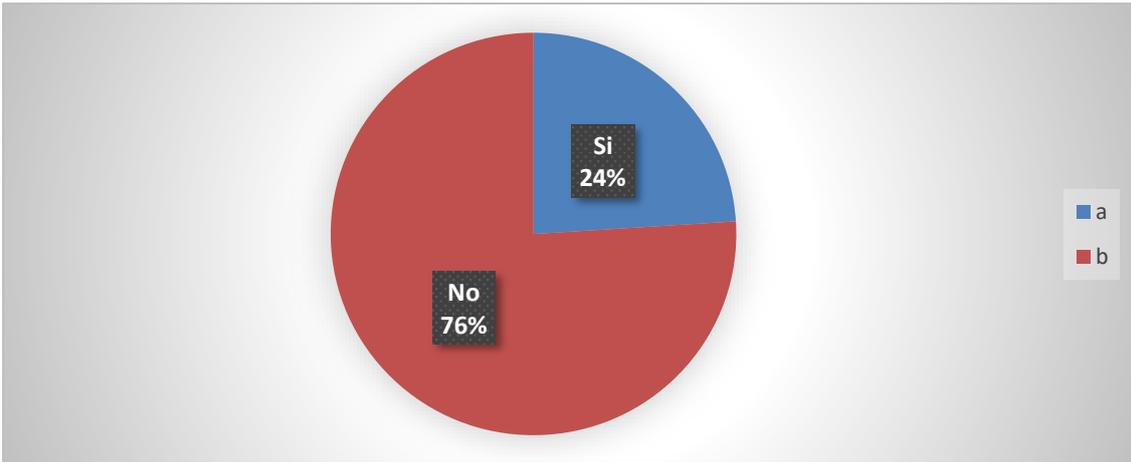


Figura 18. ¿Conoces los beneficios de trabajar con este tipo de servicio?

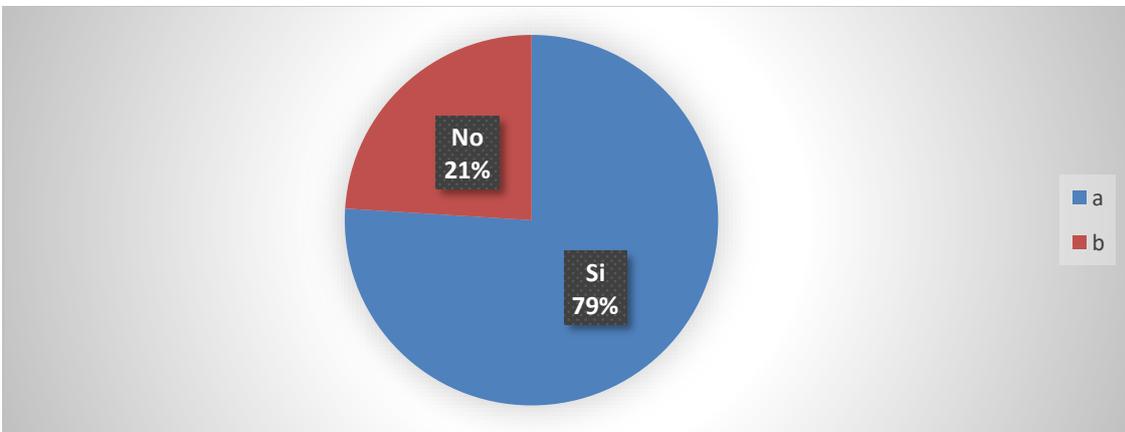


Figura 19. ¿Conociendo los beneficios de este servicio estaría dispuesto a adquirirlo?

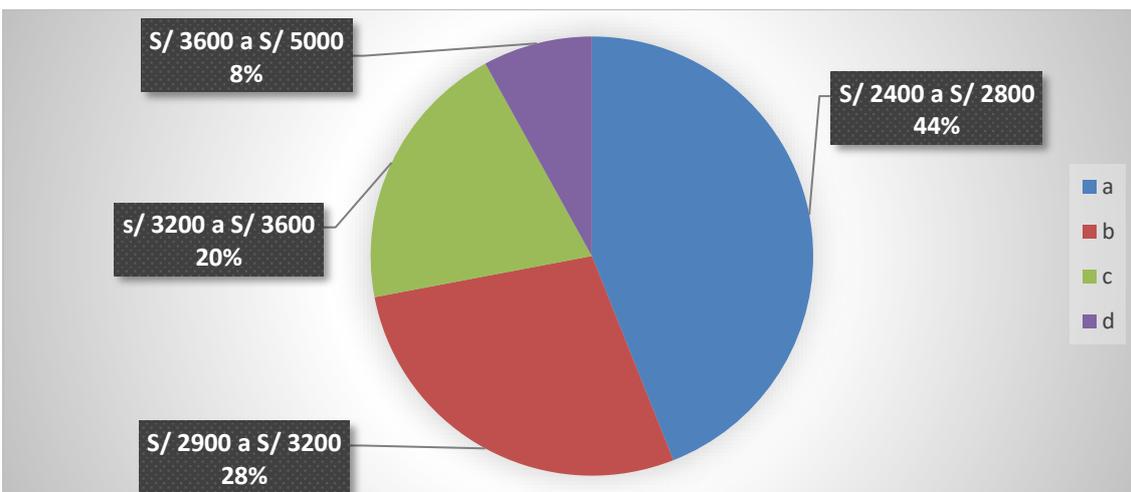


Figura 20. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este servicio?

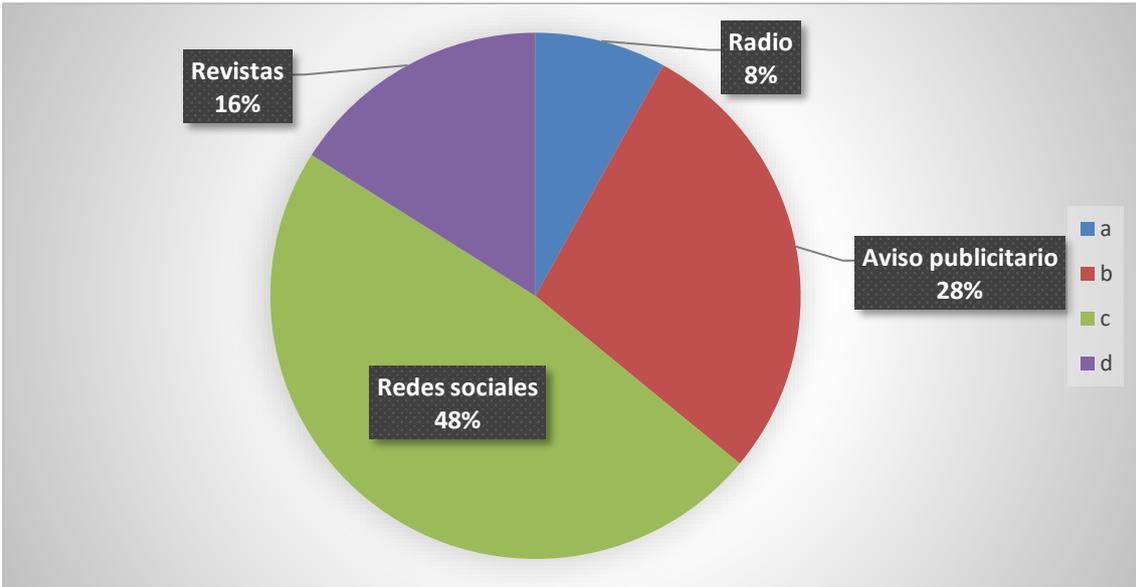


Figura 21. ¿Cómo le gustaría enterarse del servicio?

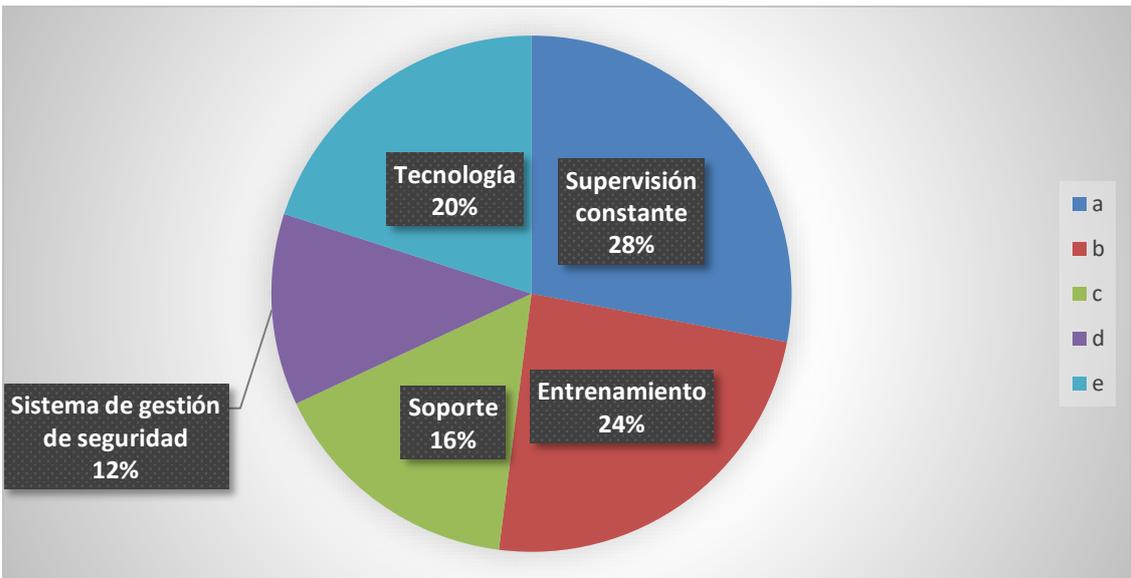


Figura 22. ¿Qué servicios debería ofrecer las empresas de seguridad?

3.7 Proyecciones y provisiones para comercializar

Para el cálculo de la demanda proyectada, se tomará en cuenta los datos de la evolución de delitos contra el patrimonio de los últimos cinco años; evaluando si hubo crecimiento o no durante ese periodo de tiempo. En la tabla siguiente se observa el histórico de los años 2016 al 2020.

Tabla 26. Evolución de delitos contra el patrimonio, 2016 – 2020

Años	2016	2017	2018	2019	2020
Delitos contra el patrimonio	139,263	167,554	179,163	185,015	194,486

Fuente: SUCAMEC

Según la tabla anterior se observa que el histórico de delitos contra el patrimonio de los últimos cinco años es creciente, por lo que la proyección que más se adecua es la de regresión lineal. Además, mediante la aplicación del método de mínimos cuadrados se calcula la variable independiente a y la variable dependiente b; de modo que a través de la fórmula de proyección lineal $Y=a+bx$ se pueda proyectar la demanda de los próximos cinco años. En la tabla siguiente se observa la aplicación del método de mínimos cuadrados, y en la tabla 28 se verifica el cálculo de las variables a y b.

Tabla 27. Aplicación del método de mínimos cuadrados

X	X	Y	XY	X ²
2016	1	139,263	139263	1
2017	2	167,554	335108	4
2018	3	179,163	537489	9
2019	4	185,015	740060	16
2020	5	194,486	972430	25
Total	15	865481	2724350	55

Fuente: Elaboración Propia

Regresión lineal:

$$A = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2} ; B = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

Figura 23. Formula de regresión Lineal

Tabla 28. Calculo de las variables a y b

Variables		Calculo
Variable Dependiente	B	12790.7
Variable Independiente	A	134724.1

Fuente: Elaboración Propia

Con la información calculada en la tabla anterior y aplicando la fórmula de proyección lineal se ha calculado la proyección de los próximos cinco años; en la tabla siguiente se observa el análisis realizado, donde se verifica la proyección para cada año.

Tabla 29. Proyección de delitos contra el patrimonio, 2022 – 2026

	2022	2023	2024	2025	2026
	224,259	237,050	249,840	262,631	275,422
Tendencia del crecimiento		5.70%	5.40%	5.12%	4.87%

Fuente: Elaboración Propia

Según la proyección calculada en la tabla anterior, se observa que hay un crecimiento anual promedio de 5.27%, información que ayudará a la empresa para calcular el incremento de las ventas de servicio para los próximos cinco años. En la tabla 32 se observa la proyección de ventas que tendrá este proyecto para los años 2022 al 2026.

Marketing Mix:

3.7.1 Estrategia del servicio

El trabajo reside en la instalación de una empresa de servicios de seguridad empresarial que ayude al cuidado y protección de los bienes, como también el cuidado del personal de dicha empresa. Se contará con personal capacitado y equipos tecnológicos de primera calidad.

El proyecto propuesto radica en dar un servicio de seguridad empresarial, cuya razón social será Innova Security. El servicio está definido por todas las actividades que se efectúa cuando un cliente ingresa al local de la empresa, con la intención de contratar el tipo de servicio de seguridad para su empresa o recibir información pertinente al tema.

Además, se dará facilidad a los clientes, si desean podrán contratar un vigilante más o una cámara extra, dependiendo de la necesidad de los clientes. Por otro lado, los vigilantes llevaran los implementos de chaleco antibalas, arma de fuego con licencia de SUCAMEC y su uniforme reglamentario.

Para las empresas con el servicio de seguridad, en el caso del sistema de monitoreo, este será manipulado por el encargado de operaciones, en la cual se encontrará en la empresa, ubicada en el distrito de la Victoria. También, el cliente contará con un monitoreo que podrá realizar a través de una aplicación, la cual podrá manejar las 24 horas del día, principalmente en el horario nocturno puesto que el servicio que brindará será de 12 horas.

3.7.2 Estrategia del precio

Todas las determinaciones que se tomarán con respecto a los elementos de la mezcla de marketing son de interés crucial. De repente sea el punto de la estrategia comercial más primordial ya que por un lado repercute intensamente en la determinación de compra y por el otro, impacta en forma principal en la rentabilidad de la empresa.

Para elegir una estrategia de precio se debe examinar:

- La sensación que el precio tendrá sobre la demanda del producto o servicio
- El mercado meta
- Los competidores directos e indirectos
- El consumidor cuanto pagaría por el servicio.
- Objetivos de fijación de precio.

Aunque estos propósitos varían entre los negocios, lo importante es hallar la meta, ya que el objetivo es alcanzar la fijación del precio, esto lleva a los siguientes posibles escenarios:

- Maximizar las utilidades
- Hacer frente a la competencia
- Objetivos de rentabilidad
- Incrementar las ventas

- Estabilizar los precios
- Sostener o captar una determinada participación de mercado.

Además, existen distintos elementos muy importantes que también predominan al momento de establecer el precio de un servicio o un bien, como:

- Reacciones de la competencia
- Costos
- La demanda
- Elasticidad de la demanda

Si bien es cierto la gran mayoría de los objetivos, antes citados, son de gran interés, hay algunos que son de especial predilección.

Participación de mercado

Uno de los más importantes objetivos que se deseará, es buscar una concreta participación de mercado. Es por esto que no solo se tendrá como objetivo principal obtener a recientes usuarios, sino también captar a clientes de otras compañías, empleando para tal fin diferentes mecanismos de promoción o incentivos como descuentos, facilidades de pago u otro tipo de beneficios.

Hacer frente a la competencia

En este caso el objetivo será mejorar los precios de la industria de la seguridad privada, con el propósito de poner el énfasis que los empresarios se inclinen por nuestra propuesta.

La empresa ha determinado el precio de venta en base a lo siguiente.

Averiguar los precios que ofrece la competencia sobre la línea de productos que venderemos y determinar el costo unitario al cual se le adicionará un margen de ganancia que será determinado por la empresa y así ofrecer al público objetivo el precio acorde a la competencia.

La empresa establecerá la fijación de precio de venta, hallando el costo unitario de cada producto adquirido por su proveedor, el cual se atribuirá el margen de ganancia, permitiendo tener un precio competitivo para la empresa.

Ante lo expuesto, se ofrece a las empresas de seguridad, precios convenientes, calidad del servicio y variedad. Se utilizará al inicio del negocio la estrategia de más beneficio aún precio de acuerdo al mercado con la finalidad de lograr una participación en el mercado.

3.7.3 Canal de distribución

El canal de distribución que empleará la empresa es un canal de comercialización directo, dado por la comunicación telefónica y electrónico. Es directo porque los clientes podrán visitar el establecimiento, ver la variedad de los servicios que ofrecemos a través de una llamada telefónica al establecimiento pueden solicitar el servicio a través de una reunión de negocio. Es electrónico porque se contará con redes sociales (Fanpage y LinkedIn empresarial) y pagina web para solicitar el servicio.

La forma de pago que se acepta para los diferentes canales de comercialización es en efectivo, tarjeta de crédito y tarjeta de debito.

Existen puntos importantes que se van a considerar al momento de la planificación del proceso logístico de distribución, entre los cuales están:

- El medio de transporte que se usará para la distribución física del material, este tomará en cuenta criterios como el tipo de material a transportar, la distancia a recorrer, el tiempo de transporte y el costo de transporte.
- El diseño y programación de rutas de transporte, se establecerá el mejor plan de rutas de transporte que permita encontrar la ruta más corta para cada destino, así como se tratará de minimizar la distancia total recorrida; esto ayudará a atender a todos los clientes con el mejor servicio posible.
- Se debe considerar una coordinación previa con el cliente donde se clarifique la dirección, la disposición de una zona destinada para la descarga así como de personal y equipos que ayudarán en el proceso, que también deberán contar con la documentación necesaria para la recepción, verificación y aceptación de los accesorios de seguridad.

3.7.4 Promoción

La estrategia de promoción es uno de los ejes más importantes en un plan de marketing porque representa un porcentaje significativo en el presupuesto anual de la empresa, esta herramienta se debe desarrollar de manera correcta, debido a que se relaciona directamente con el incremento de las ventas.

3.7.4.1 Establecer los mecanismos y definir estrategias de promoción, incluida promoción de ventas.

La empresa iniciará con la aplicación de promociones, teniendo en cuenta que, al ser una empresa nueva en el mercado, necesita enfocar sus actividades en la captación de clientes que estén interesados en la compra del servicio.

Merchandising:

El merchandising es una técnica de marketing que se enfoca en estudiar la manera de incrementar la rentabilidad en un punto de venta, implementando técnicas comerciales que permitan presentar el producto o servicio de la mejor forma al cliente objetivo y estimulen a la compra.

Los beneficios del merchandising para la empresa, son:

- ✓ Incremento de las ventas.
- ✓ Mayor cantidad de compra por impulso del consumidor.
- ✓ Mayor rotación de los productos.
- ✓ Mayor rentabilidad para el negocio.

• Visitas comerciales

Se realizarán visitas a las pequeñas y medianas empresas, para mejorar y fortalecer la relación de negocio, así como también coordinar temas relacionados a la comercialización del servicio. Durante el cuestionario realizado a las empresas de los distritos seleccionados, casi el 100% de entrevistados indicaron que la mejor forma de presentar el servicio es visitando personalmente las empresas.

Tener una estrategia y plan de visitas comerciales favorece a innova security pues es la forma directa para presentar el servicio. Además, ayudará a conocer

las necesidades específicas que tiene cada empresa, lo que permitirá la elaboración de una oferta personalizada para cada empresa en particular.

Las visitas comerciales estarán segmentadas geográficamente, de acuerdo a los distritos escogidos para la comercialización del servicio; y se harán visitas semanales con la principal intención de encontrar nuevos clientes.

- **Agentes comerciales**

Para la empresa contar con un agente comercial contribuirá a encontrar clientes potenciales en el corto plazo, gracias a la experiencia y a la base de clientes con las que cuenta este representante. Las habilidades y la experiencia en ventas que tiene este agente aportarán mucho en el desenvolvimiento de las ventas.

Además, la credibilidad que mantiene frente a sus clientes lo hace aún más importante, pues al mantener una sólida relación con los clientes de su base de datos genera la confianza necesaria para que estos clientes estén dispuestos a comprar o a escuchar la propuesta que tiene este servicio (como es el caso de Innova Security). Se le establecerá una comisión de 1% sobre el valor de la venta que concrete.

3.7.4.2 Estrategias de marketing digital

El marketing digital se desarrolla estrategias de publicidad y comercialización a través de los medios digitales, que empleará la empresa para posicionarse como una marca reconocida. La empresa, aplicará estrategias digitales que van desde la creación de una página web hasta la aplicación de herramientas online:

- **Creación de página Web**

De acuerdo (Delgado, Hugo, 2019) una página Web es un documento o información electrónica adaptada para la World Wide Web que generalmente forma parte de un sitio web. Su principal característica son los hipervínculos de una página, siendo esto el fundamento de la WWW.

A través de la página web los clientes podrán visualizar el servicio, beneficios y la información de la empresa (visión, misión, valores, etc.). La empresa innova security S.A.C mediante este medio virtual busca brindar al cliente las facilidades

de información para que pueda conocer más acerca del servicio y el cliente se familiarice con este.

Los beneficios que obtendrá al contar con una página web accesible:

- Catálogo electrónico en formato pdf, donde el cliente puede encontrar información del servicio.
- Blog donde se colocará información relacionados al servicio y el mercado,
- Secciones de contacto, suscripción email y consulta, para que el cliente pueda llamar o escribir sobre alguna duda que pueda tener.
- Secciones de promociones, concursos o suscripción a pruebas gratis.
- Prestigio e imagen de la empresa.
- Contacto directo con el cliente.
- Crecimiento de la cartera de clientes y ventas.
- Canal de ventas nuevo.
- Servicio las 24 horas al día.

- **Facebook**

Según Facebook es una red social que fue lanzada en el año 2004 y la cual ha crecido exponencialmente desde entonces. Para empresas, este canal puede convertirse en un arma letal cuando lo que buscas es hacer crecer tu empresa, dar a conocer tus productos o simplemente atraer a clientes nuevos.

Varias empresas crean su Fan Page en Facebook sin conocer realmente cuales son todos los beneficios que esta herramienta puede brindarles. Por esta razón, aquí hablaremos un poco de 5 beneficios que obtendría la empresa innova security de una Fan Page de Facebook.

Según (Morales, L., 2019) Los beneficios publicitarios del Facebook para la empresa son los siguientes:

1. Incrementa la posibilidad de atraer nuevos clientes

Este es uno de los beneficios más notorios que tendrá la empresa al contar con una página de fans. Esta red social cuenta con 1650 millones de usuarios en todo el mundo, los cuales basándose en el target y características de clientes que se buscará alcanzar, se podrá ver la publicidad de los servicios a ofrecer y

podrán contactarnos fácilmente sin importar la ubicación geográfica en donde estos se encuentren.

2. Fortalece las relaciones con los clientes

El contar con una página como esta, hará que la comunicación entre proveedor y cliente sea más fácil, rápida y efectiva. Se Recuerda que ahora es más fácil ingresar a una de las redes sociales y realizar una pregunta, antes que llamar o visitar la tienda para poder resolver las dudas. Hay que tomar en cuenta que la mayoría de clientes pasan la mayor parte del tiempo con su smartphone o dispositivo móvil a la mano, lo cual facilita y fortalece las relaciones entre empresa y cliente.

3. Incrementa el tráfico de tu sitio web y mejora tu SEO

Una ventaja de las páginas de fans es que no le prohíben a los dueños enlazar o agregar su link del sitio web. De hecho, una opción al crearla es enlazar el sitio web a la página de tu negocio en la red social. De esta manera, será más fácil que los leads puedan ingresar al website desde la Fan Page y conozcan más de tu negocio. Con el simple hecho de enlazar estas dos herramientas, también se estará mejorando el SEO y esto te dará un mejor posicionamiento en los motores de búsqueda al generar resultados de búsqueda favorables para tu marca.

4. Reduce los costos de publicidad para tu empresa

La publicidad que puedes darle a tus productos o servicios serán menos comparados con el precio que cuesta un spot publicitario en algún medio de comunicación como radio o televisión. Crear una página de fans es totalmente gratis y el precio de los anuncios que desees publicar se basa en tu presupuesto disponible o en el impacto que buscas hacer en el mercado.

5. Tener un mejor control y retroalimentación de tus clientes

Las Fan Page que ofrece esta red social cuentan con una herramienta llamada Facebook Insights la cual te permite monitorear cuantos “Likes” se obtendrá, qué alcance obtuvo la publicación, cuál es la reacción de los seguidores y qué tanta interacción tienen los consumidores con la empresa. Los usuarios podrán expresar fácilmente sus sentimientos y opiniones de los

servicios que se ofrece. Con esto, se tendrá la oportunidad de ver en qué áreas se puede mejorar y que elementos son los que más le gustan a los clientes.

Para finalizar, se puede recalcar que estos son 5 de los beneficios más notorios que brinda esta herramienta a las empresas. Se Recuerda que las compañías que no cuentan con una página de fans en Facebook tienden a tener una desventaja en el mercado ante los competidores que si utilizan esta herramienta.

Google Adwords

Según (Google, 2020) el Google adword es un sistema desarrollado por la compañía estadounidense Google, que consiste en brindar a las empresas la posibilidad de incluir sus anuncios en los resultados de las búsquedas que realizan las personas en Internet. Se trata de una publicidad dinámica: cuando un usuario busca algún tipo de información en Google, además de recibir los resultados correspondientes a su pesquisa, encuentra avisos publicitarios relacionados con los datos que buscó. Dichas publicidades son gestionadas a través de AdWords, que constituye la fuente de ingresos más importante para Google.

Supongamos que la empresa quiere difundir un nuevo servicio a través de Internet. Para esto ingresa al programa AdWords de Google, abonando una cierta cantidad de dinero cada vez que alguien hace un click en su anuncio. De este modo, si un cliente busca en Google la frase “seguridad”, el buscador exhibirá el anuncio gestionado a través de AdWords, ya que considera que el usuario puede estar interesado en dicha publicidad.

Los beneficios al usar Google AdWords, son los siguientes:

- ✓ Permite mostrar la ubicación del negocio: Cada vez que algún usuario busque un producto o servicio, Google no solo mostrara la información que ofrece el negocio, sino que adjuntara el mapa de ubicación de la empresa física.

- ✓ Se obtiene un alto rendimiento de la inversión: Esta herramienta conlleva a un retorno de inversión porque permite incrementar los porcentajes de clicks de los usuarios en visita, existiendo una posibilidad de negocio.
- ✓ Se puede medir a tiempo real los resultados de los anuncios.

3.8 Descripción de la Política Comercial

La política comercial es un factor importante para poder llevar a cabo un buen servicio a los clientes, por lo que la política de la empresa será que el cliente siempre será primero; por lo que se cumplirá con el servicio ofrecido, y en las especificaciones que se hayan requerido. Así mismo se respetará el precio pactado en los contratos y se aplicará el servicio de post venta tal como se especifica en el contrato de ventas

La empresa innova security S.A.C, realizará el pago al contado, esto porque recién está iniciando las actividades, lo cual llevara a obtener mayores ingresos dependiendo de las ventas que se realicen.

3.9 Proyección de la demanda

Se proyectó la demanda para los próximos 5 años.

Tabla 30. Calculo de las variables a y b

Variables		Cálculo
Variable Dependiente	B	12790.7
Variable Independiente	A	134724.1

Fuente: Elaboración propia

Fórmula para proyectar linealmente:

$$Y = a + bx$$

a, es la ordenada en el origen, es decir, es la altura a la que la recta corta al eje Y.

b, también denominada pendiente es la inclinación de la recta, es decir, es el incremento que se produce en la variable Y cuando la variable X aumenta una unidad.

$$Y = 134724.1 + 12790.7 * x$$

Con la información calculada en la tabla anterior y aplicando la fórmula de proyección lineal se ha calculado la proyección de los próximos cinco años; en la tabla siguiente se observa el análisis realizado, donde se verifica la proyección para cada año.

Tabla 31. Proyección de delitos contra el patrimonio para los años 2022 al 2026

	2022	2023	2024	2025	2026
	224,259	237,050	249,840	262,631	275,422
Tendencia del crecimiento del mercado		5.70%	5.40%	5.12%	4.87%

Fuente: Elaboración propia

Según la proyección calculada en la tabla anterior, se observa que hay un crecimiento anual promedio de 5.27%, información que ayudará a la empresa para calcular los delitos contra el patrimonio que tendrá para los próximos cinco años. En la tabla siguiente se observa la proyección que tendrá este proyecto para los años 2022 al 2026

Tabla 32. Proyección de agentes de servicios de seguridad de la empresa para los años 2022 al 2026

Años	2022	2023	2024	2025	2026
N° de agentes por servicio de 7 agentes	84	87	90	94	99
N° de agentes por servicio de 15 agentes	180	185	193	202	213
Cantidades de servicios	264	272	283	297	313
Tasa de crecimiento		3.00%	4.00%	5.00%	5.27%

Fuente: Elaboración propia

Según la proyección calculada en la tabla anterior, se observa que hay un crecimiento anual promedio de 5.27%, información que ayudará a la empresa para calcular la demanda que tendrá en el mercado para los próximos cinco años. La empresa decidirá proyectar sus ventas en los próximos cinco años y crecerá a tasas de 3, 4,5 y 5.27% a través del gasto de ventas.

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Tamaño del negocio, factores determinantes

El presente plan de negocio determinó que el mercado de la demanda serán las pequeñas y medianas empresa del sector comercio, manufactura, servicios y construcción; el cual, de acuerdo al estudio realizado por el ministerio de la producción en el año 2020, es el 97.75% de la población que representa un total de 1,689,812 entre micro, pequeña y mediana empresa en el Perú.

La segmentación se orienta a Lima metropolitana, que según datos del ministerio de la producción en el año 2020, es el 38.00% de la población que representa un total de 640,547 empresas.

A continuación, se realizará la segmentación del total de PYME de Lima metropolitana por empresas del distrito del sector 6 (Cercado de Lima, Rímac, Breña y la victoria) y sector 5 (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis y el Agustino), el cual de acuerdo al estudio realizado por la SUNAT en el año 2020, es el 1.30% de la Cantidad de PYME que pertenecen a Lima metropolitana con ventas de 150 UIT a 2300 UIT.

Empresas de la Zona 5 y 6 de Lima metropolitana: 1723 empresas.

Se ha determinado que una empresa compra el servicio una vez al año. Para determinar la demanda potencial (Q) al mercado disponible (n) se multiplica por la cantidad de personas por servicio (q), dando como resultado la demanda potencial de 25845 personas de servicios de seguridad. Una vez determinada la demanda potencial, se calcula el mercado efectivo que es el 79% que es atendido por empresas que fueron creadas específicamente para servir a un sector y la participación que tomará la empresa es de 1.29% del mercado efectivo que representa los 264 personas por servicio que la empresa comercializará en el primer año.

4.1.1 Factores determinantes

Los factores determinantes son los siguientes:

- La población objetivo, pequeñas y medianas empresas dedicadas al rubro de comercio, manufactura, servicios y construcción que soliciten el servicio de seguridad y vigilancia privada.
- Localización del mercado, El servicio se desarrollará en las instalaciones en donde se solicite el servicio, la ubicación geográfica de la empresa será en el distrito de la Victoria, en el cual también se contará con el ambiente adecuado para las capacitaciones e instrucciones correspondientes para el desarrollo del servicio, basado en la calidad del mismo.
- Estacionalidad o fluctuación del mercado, se brindará el servicio por el tiempo que el cliente estime conveniente, se cumplirá con los requerimientos solicitados, obteniendo contratos mayores a los 6 meses. El objetivo es conseguir de manera anual y renovable.

4.1.2 Factores condicionantes

Los factores condicionantes para este proyecto es la tecnología, aspectos financieros, capacidad de gestión, y recursos humanos.

- Tecnología: se contará con las mejores herramientas tecnológicas para hacer frente a la competencia. (Cámaras de vigilancia de última generación, software, aplicativo móvil para el reporte de incidencias y un control tecnológico para el cumplimiento del servicio por parte de los colaboradores).
- Financiamiento: Se solicitará un financiamiento a corto plazo para evitar demoras en el pago del personal tanto administrativo como operativo.
- Capacidad de Gestión: Se tendrá al personal altamente calificado en el tiempo establecido para poder cumplir con los requerimientos, (Brindaremos al personal debidamente capacitado y con nociones básicas de la entidad a la cual se prestará el servicio).
- Recurso Humano: Se tendrá un jefe de recursos humanos, que tendrá a su cargo a un asistente que verificará, controlará y ordenará los legajos del personal contratado verificando el cumplimiento de los requisitos mínimos y necesarios, quien a la vez tramitará los documentos necesarios ante la

entidad reguladora del servicio en este caso SUCAMEC (Superintendencia Nacional de Control de Servicios de Seguridad, Armas, Municiones y Explosivos de Uso Civil) un instructor responsable del dictado del curso se encuentre registrado ante la SUCAMEC. Un personal calificado que brindará las capacitaciones en los temas en que se le solicite como atención al cliente, procedimientos, salud y seguridad en el trabajo, charlas de primeros auxilios, un psicólogo para manejo de conflictos, estrés laboral entre otros.

4.2 Proceso y Tecnología

4.2.1 Descripción y diagrama de los procesos

Se desarrolla el proceso de la captación del personal hasta la ejecución del servicio.

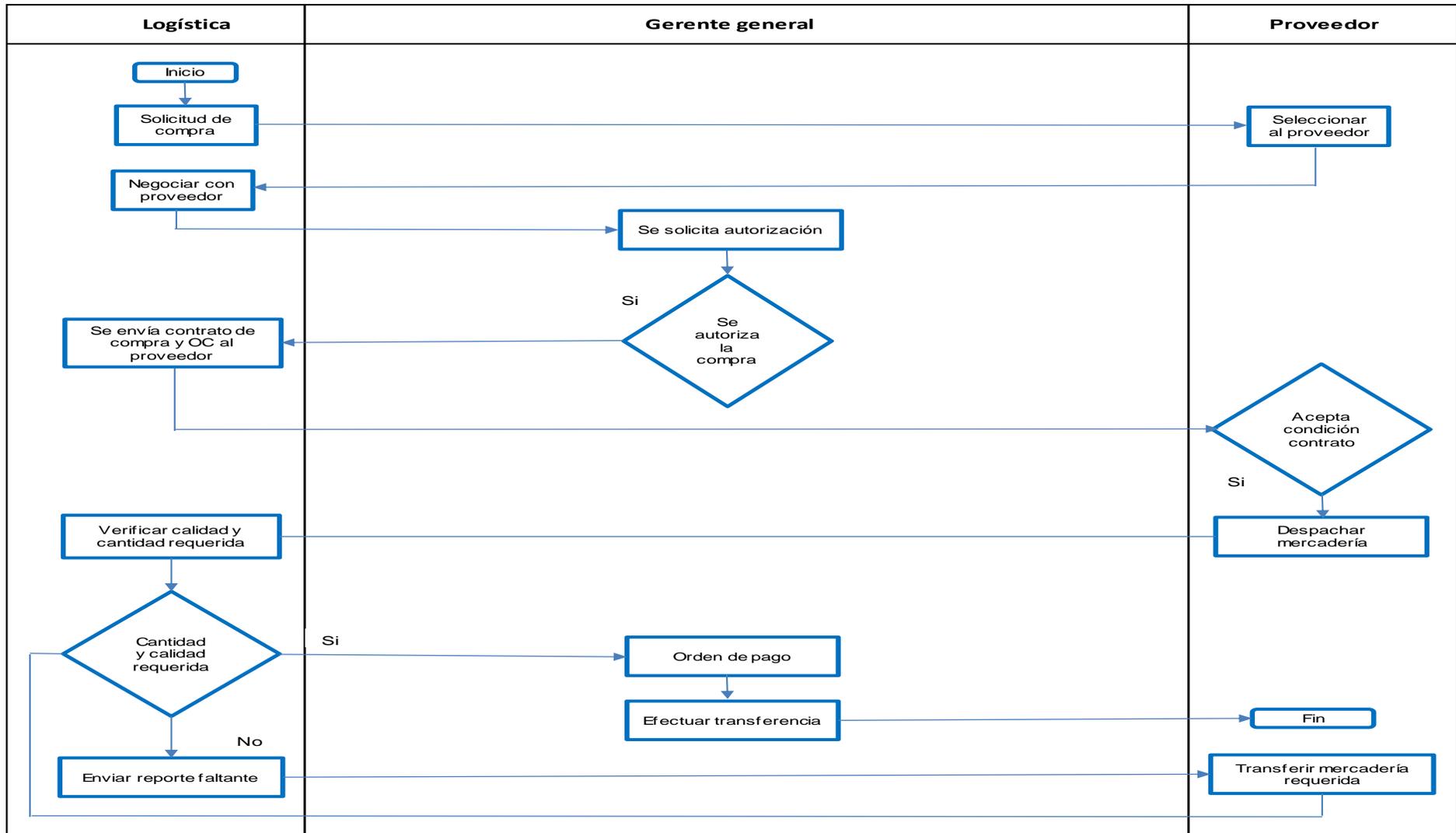


Figura 24. Flujograma de compras

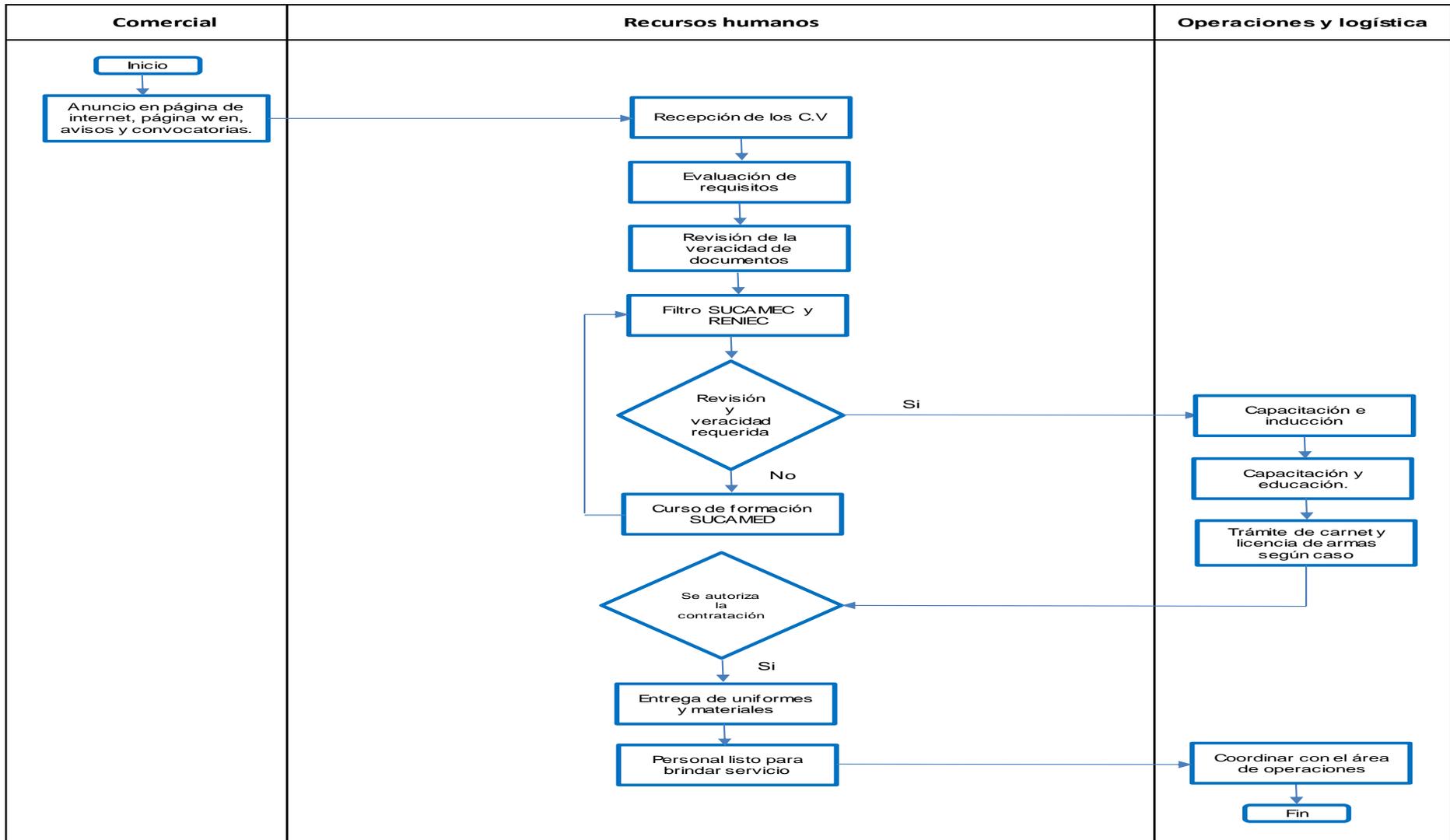


Figura 25. Flujograma de gestión de personal

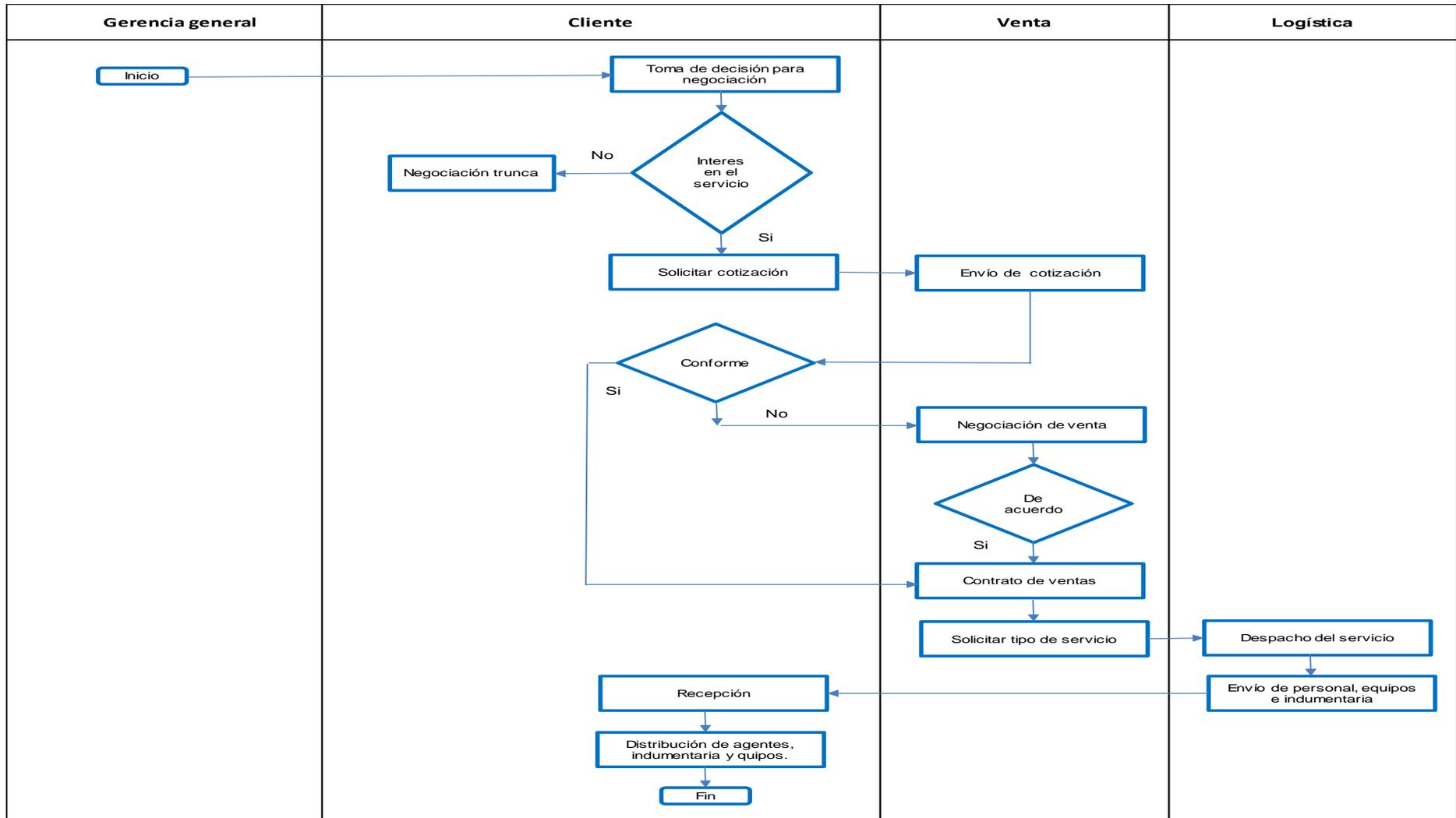


Figura 26. Flujograma de ventas

4.2.2 Capacidad instalada y operativa

La Capacidad estimada es cubrir 264 agentes por servicios de seguridad de manera anual que está conformado por, servicios de 7 agentes (84 agentes al año), servicio de 15 agentes (180 agentes al año), en un inicio se contará con el personal requerido por la entidad solicitante, luego se determinará una cantidad consignada en los cursos de capacitación requerido por SUCAMEC, el mínimo para el curso es el personal con el que contaremos para cubrir puestos y eventualidades, teniendo ya al personal debidamente capacitado, las capacitaciones se realizaran de manera mensual con un mínimo de 20 personas por curso, la cantidad de personas capacitadas será la capacidad que podremos estimar para cubrir los servicios. Pudiendo cumplir satisfactoriamente con el cliente.

4.2.3 Cuadro de requerimiento de bienes de capital, personal e insumos

4.2.3.1 Relación tamaño – tecnología

Dentro de la tecnología, la empresa Innova Security S.A.C utilizará los siguientes recursos explicadas en la tabla siguiente.

Tabla 33. Requerimiento de bienes de capital

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo
Muebles y enseres			
Escritorios	7	240.00	1,680
Sillas giratorias	7	100.00	700
Muebles de espera	2	1350.00	2,700
Estante de madera	4	200.00	800
Mesas	1	360.00	360
Equipos			
Computadoras	7	1300.00	9,100
Ventiladores	4	199.00	796
Impresora Multifuncional	1	1650.00	1,650
Proyector	1	1750.00	1,750
Microondas	1	550.00	550
Cámaras pequeñas	14	99.00	1,386
Cámaras grandes	13	330.00	4,290
Costo de equipos y maquinarias			25,762

Fuente: Elaboración propia

- 1 impresora para por emitir boletas o facturas cuando el cliente asiste al local a comprar un producto u otro canal de comercialización.
- Internet será importe para obtener información y para cumplir las funciones que tenemos por cada área.
- 2 teléfonos fijos que serán asignados 1 para el Gerente General y otro para el establecimiento.
- 1 celular asignado para la persona

Por el presente se detalla el costo unitario y total de los bienes tangibles, necesarios para el inicio de las actividades del negocio.

Tabla 34. Gastos Fijos

Descripción	Mensual	Anual
Pago de alquiler de local 100 M 2	1,200.00	14,400.00
Servicios (luz, agua, teléfono e internet)	400.00	4,800.00
Total Gastos fijos	1,600	19,200

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 35. Costo Indirecto

Materiales de limpieza	Cantidad	Precio unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Recogedor (unidades)	1	7.00	7.00	14.00
Escoba (unidades)	1	11.00	11.00	22.00
Jabón Líquido (unidades)	2	14.00	28.00	168.00
Paños (paquete)	1	8.00	8.00	32.00
Desinfectante (unidades)	1	10.00	10.00	120.00
Papel Higiénico (Rollo)	2.00	13.00	26.00	156.00
Total material indirecto			90.00	512.00

Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se muestra los sueldos totales que incurrirá la empresa como gasto de personal por el trabajo realizado.

Tabla 36. Requerimiento de personal por planilla.

Descripción	N° de empleados	Sueldo	Pago mensual	Sub total	CTS 1 Sueldo	Gratificación 2 sueldos	Vacaciones	Pago anual	ES SALUD 9%	Total anual
Gerente General	1	2,500	2,500	28,750	1,250	2,500	1,250	33,750	3,038	36,788
Asistente Comercial y marketing	1	1,300	1,300	14,950	650	1,300	650	17,550	1,580	19,130
Asistente de Logística y operaciones	1	1,300	1,300	14,950	650	1,300	650	17,550	1,580	19,130

Asistente de recursos humanos	1	1,400	1,400	16,100	700	1,400	700	18,900	1,701	20,601
Instructor	1	1,300	1,300	14,950	650	1,300	650	17,550	1,580	19,130
Vendedores	2	1,000	2,000	23,500	500	2,000	500	26,500	2,385	28,885
TOTAL	7				0	0				143,662

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 37. Costo de servicio de seguridad de 24 horas de L/D por 7 agentes

Detalle	Costo unitario	Cantidad	Costo	Costo anual por servicio
Detector de Metal Portátil Tipo Paleta	50.00	7	350.00	350.00
Linternas de mano Halógenas de alto poder y cargador correspondiente	15.00	7.00	105.00	210.00
Chaleco reflector	30.00	2	60.00	120.00
Funda de Chaleco	35.00	7	245.00	245.00
Kevlar	400.00	7.00	2,800.00	2,800.00
Silbato	3.50	7.00	24.50	24.50
Megáfono	100.00	1.00	100.00	100.00
Equipos Móviles	400.00	7.00	2,800.00	2,800.00
Capotín Impermeable con forro abrigador	45.00	7.00	315.00	315.00
Pantalón Drill	30.00	14.00	420.00	840.00
Camisa Manga Larga	25.00	14.00	350.00	700.00
Camisa Manga Corta	20.00	14.00	280.00	560.00
Correa	9.00	7.00	63.00	63.00
Gorra	8.00	7.00	56.00	112.00
Corbata	6.00	7.00	42.00	84.00
Chompa	30.00	7.00	210.00	210.00
Fotocheck	7.00	7.00	49.00	49.00
Borceguíes	40.00	7.00	280.00	280.00
Total servicios			8,549.50	9,862.50

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 38. Costo de servicio para siete agentes

Detalle	N° de empleados	Sueldo	Pago mensual	Sub total	CTS 1 Sueldo	Gratíf. 2 sueldos	Vacac .	Pago anual	ES SALUD 9%	Poliza SCTR	Poliza Patrimonial	Total anual
Agente de Seguridad	5	930	4,650	53,475	2,325	4,650	2,325	62,775	5,650	346	296	69,067
Supervisor	2	1,200	2,400	27,600	1,200	2,400	1,200	32,400	2,916	346	296	35,958
TOTAL	7		7,050									105,025

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 39. Costo de servicio de seguridad de 24 horas de L/D por 15 agentes

Detalle	Costo unitario	Cantidad	Costo	Costo anual por servicio
Detector de Metal Portátil Tipo Paleta	50.00	15	750.00	750.00
Linternas de mano Halógenas de alto poder y cargador correspondiente	15.00	15.00	225.00	450.00
Chaleco reflector	30.00	5	150.00	300.00
Funda de Chaleco	35.00	15	525.00	525.00
Kevlar	400.00	15.00	6,000.00	6,000.00
Silbato	3.50	15.00	52.50	52.50
Megáfono	100.00	3.00	300.00	300.00
Equipos Móviles	400.00	15.00	6,000.00	6,000.00
Capotin Impermeable con forro abrigador	45.00	15.00	675.00	675.00
Pantalón Drill	30.00	30.00	900.00	1,800.00
Camisa Manga Larga	25.00	30.00	750.00	1,500.00
Camisa Manga Corta	20.00	30.00	600.00	1,200.00
Correa	9.00	15.00	135.00	135.00
Gorra	8.00	15.00	120.00	240.00
Corbata	6.00	15.00	90.00	180.00
Chompa	30.00	15.00	450.00	450.00
Fotocheck	7.00	15.00	105.00	105.00
Borceguíes	40.00	15.00	600.00	600.00
Total servicios			18,427.50	21,262.50

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 40. Costo de servicio para 15 agentes

Detalle	N° de empleados	Sueldo	Pago mensual	Sub total	CTS 1 Sueldo	Gratíf. 2 sueldos	Vacac.	Pago anual	ES SALUD 9%	Poliza SCTR	Poliza Patrimonial	Total anual
Agente de Seguridad	13	930	12,090	139,035	6,045	12,090	6,045	163,215	14,689	346	296	178,546
Supervisor	2	1,200	2,400	27,600	1,200	2,400	1,200	32,400	2,916	346	296	35,958
Total	15					0						214,504

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 41. Asignación de personal por tercerización de Innova Security S.A.C.

Materiales de oficina	Costo unitario	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Asesor Contable	250.00	1	250.00	3,000.00
Total gastos administrativos			250.00	3,000.00

Fuente: Elaboración propia.

La tabla muestra el pago total anual que deberá realizar la empresa por los servicios que brindará el contador.

Tabla 42. Requerimientos de la municipalidad

Servicios	Descripción	Frecuencia	Costo
Licencia de funcionamiento	Obligaciones como permisos para el inicio de actividad	Anual	103.30
Licencia de SUCAMEC	Obligaciones de la municipalidad	Trimestral	1050.00

Fuente: Elaboración propia.

Personal recursos humanos

- Puesto de jefatura de recursos humanos

Encargado de administrar al personal a cargo, será responsable de planificar y programar las capacitaciones y el seguimiento de que toda la documentación del personal se encuentre de acuerdo a lo requerido, cumpliendo los requisitos mínimos. Verificación, seguimiento y control de los trámites ante Sucamec. Controlar alta y baja del personal comunicando oportunamente a contabilidad, remuneración de los trabajadores de acuerdo al mercado. Cumplimiento de sus beneficios sociales.

- Asistente

Encargado de desarrollar las funciones que indique la jefatura

- Puesto de jefatura de operaciones

Coordinación directa con Recursos Humanos para el abastecimiento del personal y con los clientes para el cumplimiento. A su cargo tendrá al personal operativo.

- Asistente

Encargado de desarrollar las funciones que indique la jefatura.

- Logística

Encargado de abastecer los requerimientos. Llevar el control de entradas y salidas.

- Instructor

Encargado de desarrollo de las capacitaciones y los cursos de formación, según malla curricular de SUCAMEC.

- **Supervisor**

Encargado de un grupo de personas en servicio, verificando que se cumplan las funciones encargadas, supervisión y control diario. Hará llegar el rol del servicio, rotación y alguna eventualidad o incidencia a reportarse de manera inmediata.

- **Contador**

Encargado de las declaraciones de impuestos, todos los trámites ante Sunat y los requisitos establecidos por Ley.

4.2.4 Infraestructura y características físicas

Como se observa en la Ilustración siguiente, el local tendrá 11 ambientes donde estarán ubicadas las oficinas de cada área con las que Innova Security S.A.C., contará. Se debe considerar que el ambiente habilitado para contabilidad, es una zona abierta que funcionará también como sala de reuniones, pues el contador es área externa.

La empresa Innova Security S.A.C. contará con la siguiente distribución

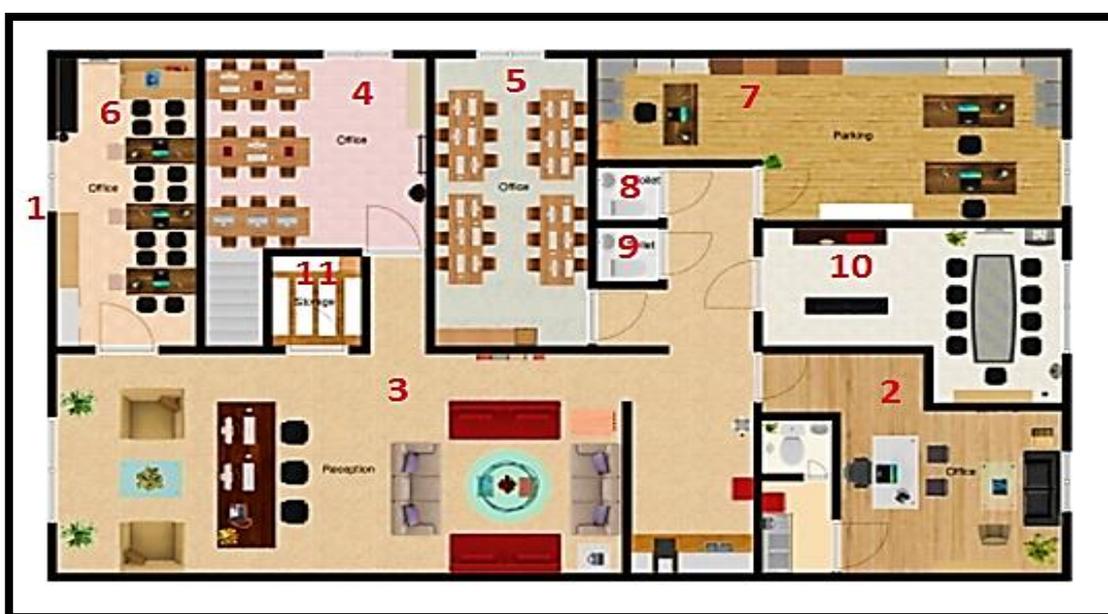


Figura 27. Distribución física de las oficinas Innova Security S.A.C.

Fuente: Elaboración propia

El ambiente de la empresa es la siguiente:

Tabla 43. Distribución de los ambientes de la empresa

Número	Ambiente de la Empresa
1	Estacionamiento de carga y descarga
2	Gerencia General
3	Área de Recepción
4	Oficina del Área Logística
5	Oficina del Área de recursos humanos
6	Oficina del Área de ventas y marketing
7	Almacén de equipos e instrumentaria
8	Baño de caballeros
9	Baño de damas
10	Sala de reuniones
11	Depósito

Fuente: Elaboración propia

4.3 Localización del negocio, Factores determinantes.

4.3.1 Macro Localización

La empresa Innova Security S.A.C. se encuentra ubicada en Lima Metropolitana.

4.3.2 Micro Localización

Para poder iniciar las actividades del negocio es importante tener en cuenta la zona geográfica donde estará ubicada Innova Security S.A.C., ya que es un punto importante que ayudará al desarrollo y crecimiento de la misma. Una mala ubicación generaría pérdida de inversión y tiempo. Para ello antes de tomar una decisión final se analizará los pros y contras, que presenta las diversas zonas de la provincia de Lima y Callao.

Para escoger la ubicación del local se han seleccionado tres distritos, debido a que los procesos logísticos serán más factibles en el tema de tiempo e inversión. Con estos tres distritos ya definidos en la provincia Lima y Callao, se ha realizado un análisis mediante el método cuantitativo de valoración donde se han considerado una serie de factores o criterios que influyen a la hora de la elección de un local; dichos criterios se han evaluado para cada uno de los distritos, asignándole un peso ponderado y una calificación individual.

Para iniciar esta clasificación, se escogieron posibles distritos, los cuales fueron evaluados y categorizados. A continuación, se detalla:

Tabla 44. Distritos de ubicación del Negocio

Opción	Distritos
1	La Victoria
2	San Luis
3	Los Olivos

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en la Tabla anterior se han optado por 3 locales, cada uno de ellos en un distrito diferente, los cuales son: La Victoria, San Luis, Los Olivos. Éstos se están categorizando en diversas opciones como: 1, 2 y 3.

Posteriormente, se identificaron los factores de evaluación, los cuales tienen una relación directa con el local para el inicio del plan de negocio, los cuales son: Posición estratégica, seguridad, vías de comunicación y accesibilidad, facilidad de transporte, flujo de personas, disponibilidad de servicios básicos y costo de alquiler de local.

En la siguiente tabla se tiene factores que se consideran relevantes para la localización del proyecto, que permite una comparación cuantitativa de las diferentes zonas.

Tabla 45. Método de factores ponderados para la localización del proyecto

Calificación: Rango de 1 (Muy malo) – 5 (Muy bueno)

Factores	%	Puntaje	La Victoria	Puntaje	San Luis	Puntaje	Los Olivos
Posición estratégica	20%	5	1	4	0.8	3	0.6
Seguridad	10%	3	0.3	4	0.4	4	0.4
vías de comunicación y accesibilidad	15%	5	0.75	4	0.6	4	0.6
facilidad de transporte	10%	4	0.4	3	0.3	3	0.3
flujo de personas	10%	4	0.4	3	0.3	3	0.3
disponibilidad de servicios básicos	15%	5	0.75	4	0.6	3	0.45
costo de alquiler de local	20%	5	1	5	1	4	0.8
Total	100%	31	4.6	27	4.00	24	3.45

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en la tabla anterior se colocó un peso relativo a cada uno de los factores mencionados de acuerdo a la importancia que presenta, y en función a la escala de calificación se ponderó cada uno los distritos potenciales; por lo que la calificación quedó de la siguiente manera: El local de San Luis obtuvo un puntaje de 4.0 puntos, el local de Los Olivos obtuvo un puntaje de 3.45 puntos y, finalmente, La Victoria obtuvo un puntaje de 4.60 puntos. La calificación más alta la obtuvo el distrito de la Victoria.

Finalmente, la ubicación donde estará la oficina y el almacén de la empresa Innova Security S.A.C., es en La Victoria, debido a que fue el distrito que obtuvo el mayor puntaje en el método de factores ponderados. La dirección exacta del local donde se ubicará la empresa es la siguiente:

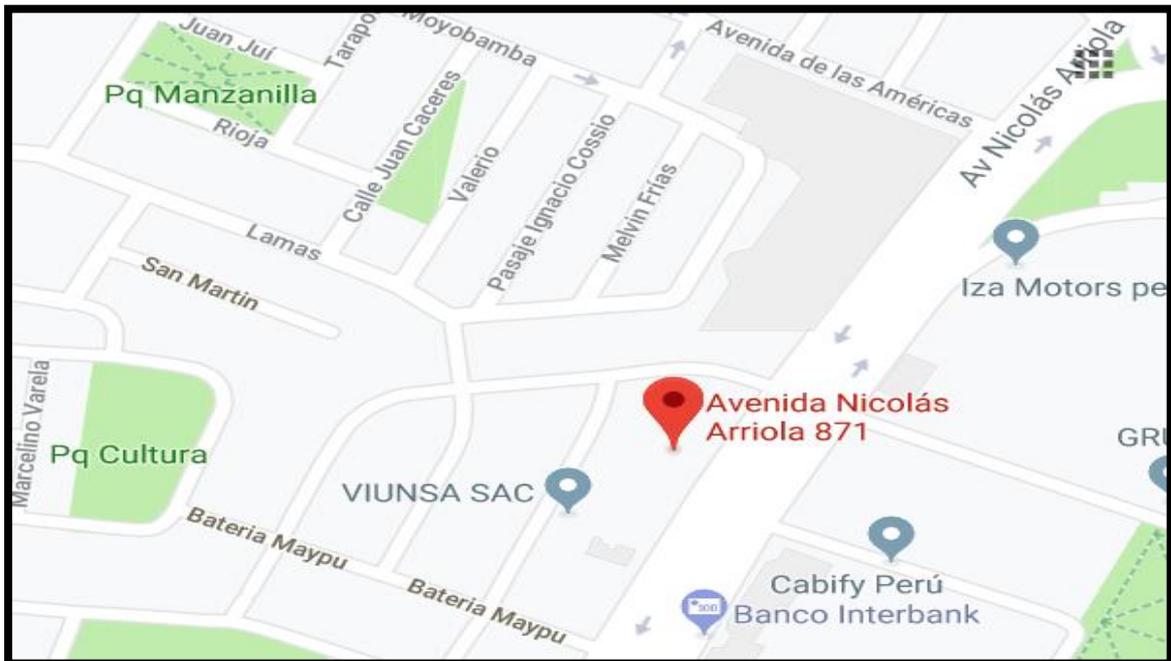


Figura 28. La ubicación de la Oficina es en la Av. Nicolás Arriola 871 – La Victoria.
Fuente: Google Maps

Como se puede observar en la ilustración anterior la ubicación del negocio es la Av. Nicolás Arriola 871, distrito La Victoria.

5. ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

5.1 Inversión fija

5.1.1 Inversión Tangible

Tabla 46. Inversión Tangible (Expresado en soles)

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo
Muebles y enseres			
Escritorios	7	240.00	1,680
Sillas giratorias	7	100.00	700
Muebles de espera	2	1350.00	2,700
Estante de madera	4	200.00	800
Mesas	1	360.00	360
Equipos			
Computadoras	7	1300.00	9,100
Ventiladores	4	199.00	796
Impresora Multifuncional	1	1650.00	1,650
Proyector	1	1750.00	1,750
Microondas	1	550.00	550
Cámaras pequeñas	14	99.00	1,386
Cámaras grandes	13	330.00	4,290
Costo de equipos y maquinarias			25,762

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior, se muestra la inversión tangible que la empresa necesitará para llevar a cabo sus funciones. Esta inversión tangible está formada por la inversión en muebles y enseres dentro de los cuales encontramos escritorios, sillas giratorias; muebles de espera, estante de madera y mesas, asimismo contando con la inversión en equipos lo cual está formado por las laptops, ventiladores, impresora multifuncional, proyector, microondas, cámaras pequeñas y cámaras grandes obteniendo como inversión tangible en soles 25,762.00 soles.

5.1.2 Inversión Intangible

Tabla 47. Inversión Intangible (Expresado en soles)

Datos de inversión	Inversión
Diseño de página web	1000.00
Registro de marca	611.60
Constitución de empresa	971.52
Licencia de funcionamiento y defensa civil	103.30
licencia de SUCAMEC	1050.00
Software	2000.00
Elaboración del plan	5000.00
Inversión intangible	10736.42

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior, se puede observar que la inversión intangible es todo aquello no material, por lo que dentro de esta inversión se cuenta con el diseño de página web, registro de marca, constitución de empresa, licencia de funcionamiento y defensa civil, licencia de SUCAMEC, software y elaboración del plan.

5.2. Capital de Trabajo

Tabla 48 Capital de trabajo (Expresado en soles)

Capital de trabajo en soles			
Concepto	Costo unitario	Costo mensual	Costo trimestral
Total capital de trabajo		83,204	110,274
Capital de trabajo		80,204	107,274
Caja		3,000	3,000
Costo de Servicio de seguridad de 24 horas de L/D por 7 agentes		15,599.50	15,599.50
Detector de Metal Portátil Tipo Paleta	50.00	350.00	350.00
Linternas de mano Halógenas de alto poder y cargador correspondiente	15.00	105.00	105.00
Chaleco reflector	30.00	60.00	60.00
Funda de Chaleco	35.00	245.00	245.00
Kevlar	400.00	2,800.00	2,800.00
Silbato	3.50	24.50	24.50
Megáfono	100.00	100.00	100.00
Equipos Móviles	400.00	2,800.00	2,800.00
Capotin Impermeable con forro abrigador	45.00	315.00	315.00
Pantalón Drill	30.00	420.00	420.00

Camisa Manga Larga	25.00	350.00	350.00
Camisa Manga Corta	20.00	280.00	280.00
Correa	9.00	63.00	63.00
Gorra	8.00	56.00	56.00
Corbata	6.00	42.00	42.00
Chompa	30.00	210.00	210.00
Fotocheck	7.00	49.00	49.00
Borceguíes	40.00	280.00	280.00
Agente de Seguridad	930.00	4,650.00	4,650.00
Supervisor	1,200.00	2,400.00	2,400.00
Costo de Servicio de seguridad de 24 horas de L/D por 15 agentes		32,917.50	32,917.50
Detector de Metal Portátil Tipo Paleta	50.00	750.00	750.00
Linternas de mano Halógenas de alto poder y cargador correspondiente	15.00	225.00	225.00
Chaleco reflector	30.00	150.00	150.00
Funda de Chaleco	35.00	525.00	525.00
Kevlar	400.00	6,000.00	6,000.00
Silbato	3.50	52.50	52.50
Megáfono	100.00	300.00	300.00
Equipos Móviles	400.00	6,000.00	6,000.00
Capotín Impermeable con forro abrigador	45.00	675.00	675.00
Pantalón Drill	30.00	900.00	900.00
Camisa Manga Larga	25.00	750.00	750.00
Camisa Manga Corta	20.00	600.00	600.00
Correa	9.00	135.00	135.00
Gorra	8.00	120.00	120.00
Corbata	6.00	90.00	90.00
Chompa	30.00	450.00	450.00
Fotocheck	7.00	105.00	105.00
Borceguíes	40.00	600.00	600.00
Agente de Seguridad	930.00	12,090.00	12,090.00
Supervisor	1,200.00	2,400.00	2,400.00
Gasto de personal		9,800.00	29,400.00
Gerente General	2,500	2,500	7,500
Asistente Comercial y marketing	1,300	1,300	3,900
Asistente de Logística y operaciones	1,300	1,300	3,900
Asistente de recursos humanos	1,400	1,400	4,200
Instructor	1,300	1,300	3,900
Vendedores	2,000	2,000	6,000
Materiales indirectos		90.00	218.00
Recogedor (unidades)	7.00	7.00	7.00
Escoba (unidades)	11.00	11.00	11.00
Jabón líquido (unidades)	14.00	28.00	84.00
Paños (paquete)	8.00	8.00	8.00
Desinfectante (unidades)	10.00	10.00	30.00

Papel Higiénico (Rollo)	13.00	26.00	78.00
Gastos fijos		1,600.00	4,800.00
Pago de alquiler de local	1,200	1200.00	3,600
Servicios (luz, agua, teléfono e internet)	400	400.00	1,200
Gastos administrativos		1,388.55	1,930.55
Hojas bond (millar)	16.00	16.00	48
archivadores (unidades)	5.50	55.00	55
Lapiceros (cajas)	10.00	10.00	10
Lápices (cajas)	9.00	9.00	9
Perforador (unidades)	5.50	27.50	28
Engrapador (unidades)	7.00	35.00	35
Grapas	5.00	5.00	15
Toner	460.00	920.00	920
Fastener	3.01	15.05	15
Clips	2.00	4.00	4
Goma en barra	3.20	32.00	32
Regla	0.60	3.00	3
Saca grapa	1.40	7.00	7
Asesor Contable	250.00	250.00	750
Gastos de ventas		18,808.00	18,808.00
Página web	500	500	
Espacio en la feria (Stand)	2000	2000	
Decoración del Stand	1500	1500	
Movilidad	200	200	
Alimentación	150	150	
Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos) + Muestras	2000	2000	
Google Adwords	4158	4158	
Comisionista	6000	6000	
LinkedIn In	300	300	
Facebook empresarial	2000	2000	
Garantía de local		1200	3600
Garantía de local	1200	1200	3600

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior, se puede apreciar que el costo mensual de trabajo es de S/ 80,204.00, esto debido a que hemos realizado el caculo correspondiente para hallarlo, la cual es la suma de hallar el costo de servicio de seguridad de 24 horas por 7 agentes, costo de servicio de seguridad de 24 horas por 15 agentes , gasto de personal, materiales indirectos, gastos fijos, gastos administrativos y gastos de ventas; añadiéndole la caja chica que mensualmente la empresa tendrá, el cual asciende a S/ 3000. Asimismo, se ha calculado en forma trimestral el costo de capital de trabajo el cual asciende a S/ 110,274.00 ya que es la inversión de

capital necesaria para ser frente a nuestros gastos operativos hasta que nuestros ingresos puedan cubrir nuestros egresos de los 3 primeros meses.

5.3 Inversión Total

Tabla 49. Inversión total (Expresado en soles)

Datos de inversión	Inversión
Diseño de página web	1000.00
Registro de marca	611.60
Constitución de empresa	971.52
Licencia de funcionamiento y defensa civil	103.30
licencia de SUCAMEC	1050.00
Software	2000.00
Elaboración del plan	5000.00
Inversión intangible	10736.42
Equipos y maquinaria	19522.00
Muebles y enseres	6240.00
Inversión Tangible	25762.00
Capital de trabajo	110273.55
Inversión Total	
Inversión tangible	25,762.00
Inversión intangible	10,736.42
Capital de trabajo	110,273.55
Total	146,771.97

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior, se explica la inversión total que será necesaria para poner en funcionamiento la empresa. Es importante precisar que la inversión total parte de sumar el cálculo de la inversión intangible, inversión tangible y el capital de trabajo; de los cuales el que mayor representa es el capital de trabajo ya que cuenta con un 75.1 % del total, seguido por la inversión tangible el cual es el 17.6 % del total y finalmente inversión intangible que representa el 7.3 % del total.

5.4 Estructura de la inversión y financiamiento

Tabla 50. Estructura de la inversión y financiamiento (Expresado en soles)

Datos de financiamiento	
% Aporte propio	45%
% Financiado	55%
Préstamo a mediano plazo	80,725
Aporte propio	66,047
Total	146,772

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se puede apreciar la estructura de financiamiento, en donde se detalla cuál será el aporte propio y cuánto será financiado por una entidad financiera. Cabe señalar que esta estructura está constituida por el aporte del capital propio de un 45% que es necesario para poder vender el producto y un 55% financiado por al banco BBVA. Asimismo, es importante indicar que el capital propio es de S/ 66,047.00 soles, mientras que el aporte financiado es de S/ 80,725.00 soles.

5.5 Fuentes financieras

La inversión total para el presente proyecto es de S/. 146,772.00 para lo cual la empresa ha decidido financiar el 55% de la inversión total con el banco BBVA, esto con el propósito de obtener una mayor rentabilidad en lo invertido con el capital propio, además de hacer uso del escudo fiscal y de obtener un apalancamiento financiero, ya que al adquirir el préstamo se tendría que pagar intereses como un costo por el financiamiento, lo cual reduciría el impuesto a la renta. Cabe indicar que para una microempresa que recién inicia sus actividades ningún banco estaría dispuesto a financiarle el total del préstamo requerido, a menos que se cuente con un AVAL financiero que respalde el préstamo. Por ende, la empresa creyó necesario aportar el 45% de su capital para poder vender los diferentes productos. Asimismo, la empresa ha adquirido el préstamo del banco BBVA, ya que ofrece dicho financiamiento con AVAL y con una tasa preferencial, a continuación, se detalla las tasas efectivas anuales que te cobran las diferentes cajas municipales, entre las cuales se encuentra con mejor disposición el banco BBVA.

Tabla 51. Tasas de intereses anuales de capital de trabajo para micro y pequeñas empresas (Expresado en soles)

Tasa Anual (%)	CMAC Arequipa	CMAC Cusco	Banco BBVA	CMCP Lima	Promedio
Préstamos a cuota fija a más de 360 días	32.61	30.76	13.65-35	35.23	35.15

Fuente: Superintendencia de banca y seguro

Elaboración propia

La tabla anterior se puede apreciar las tasas de intereses que ofrecen las distintas entidades financieras elegidas para tomar la decisión de financiamiento, muestran por ejemplo caja metropolitana ofrece el 35.15% de tasa efectiva anual, sin embargo, no accedimos porque era una tasa alta y como empresa que recién inicia actividades no conviene acceder. Se decidió financiarse por el banco continental debido a que nos ofrece un 27.73% de tasa efectiva anual, el cual es relativamente baja en comparación con las otras entidades financieras evaluadas.

5.6 Condiciones de crédito

Tabla 52. Condiciones de crédito (Expresado en soles)

Préstamo	80,725
Tiempo (mensual)	48
Tasa interés mensual	2.06%
Periodo de gracia con pago de intereses	0
Valor de la Cuota	2,664

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se puede apreciar cuales son las características del préstamo, dentro de los cuales encontramos que se realizará un préstamo del banco continental de S/ 80,725.00 soles, el cual será pagado en un plazo de 4 años, con un costo de interés mensual de 2.06%. Cabe indicar que no hay un periodo de gracia con pago de intereses y el valor de la cuota asciende a S/ 2,664.00 soles.

Tabla 53. Cronograma de pagos (Expresado en soles)

Meses	Saldo deudor	Interés	Amortización	Renta	Ahorro tributario	Servicio de deuda
0	80,725				Escudo Fiscal	
1	79,724	1,663.34	1,000.94	2,664	40.92	2,623.36
2	78,702	1,642.72	1,021.56	2,664	40.41	2,623.87
3	77,659	1,621.67	1,042.61	2,664	39.89	2,624.39
4	76,595	1,600.18	1,064.10	2,664	39.36	2,624.92
5	75,509	1,578.26	1,086.02	2,664	38.83	2,625.46
6	74,401	1,555.88	1,108.40	2,664	38.27	2,626.01
7	73,270	1,533.04	1,131.24	2,664	37.71	2,626.57
8	72,115	1,509.73	1,154.55	2,664	37.14	2,627.14
9	70,937	1,485.94	1,178.34	2,664	36.55	2,627.73
10	69,734	1,461.66	1,202.62	2,664	35.96	2,628.32
11	68,507	1,436.88	1,227.40	2,664	35.35	2,628.93
12	67,254	1,411.59	1,252.69	2,664	34.73	2,629.56
13	65,976	1,385.78	1,278.50	2,664	34.09	2,630.19
14	64,671	1,359.44	1,304.84	2,664	33.44	2,630.84
15	63,339	1,332.55	1,331.73	2,664	32.78	2,631.50
16	61,980	1,305.11	1,359.17	2,664	32.11	2,632.17
17	60,593	1,277.10	1,387.18	2,664	31.42	2,632.86
18	59,177	1,248.52	1,415.76	2,664	30.71	2,633.57
19	57,732	1,219.35	1,444.93	2,664	30.00	2,634.28
20	56,257	1,189.57	1,474.71	2,664	29.26	2,635.02
21	54,752	1,159.19	1,505.09	2,664	28.52	2,635.76
22	53,216	1,128.18	1,536.10	2,664	27.75	2,636.53
23	51,648	1,096.52	1,567.76	2,664	26.97	2,637.31
24	50,048	1,064.22	1,600.06	2,664	26.18	2,638.10
25	48,415	1,031.25	1,633.03	2,664	25.37	2,638.91
26	46,749	997.60	1,666.68	2,664	24.54	2,639.74
27	45,048	963.26	1,701.02	2,664	23.70	2,640.58
28	43,311	928.21	1,736.07	2,664	22.83	2,641.45
29	41,540	892.44	1,771.84	2,664	21.95	2,642.33
30	39,731	855.93	1,808.35	2,664	21.06	2,643.22
31	37,886	818.67	1,845.61	2,664	20.14	2,644.14
32	36,002	780.64	1,883.64	2,664	19.20	2,645.08
33	34,080	741.83	1,922.45	2,664	18.25	2,646.03
34	32,117	702.21	1,962.07	2,664	17.27	2,647.01
35	30,115	661.78	2,002.50	2,664	16.28	2,648.00
36	28,071	620.52	2,043.76	2,664	15.26	2,649.02
37	25,985	578.41	2,085.87	2,664	14.23	2,650.05
38	23,857	535.43	2,128.85	2,664	13.17	2,651.11
39	21,684	491.57	2,172.71	2,664	12.09	2,652.19
40	19,466	446.80	2,217.48	2,664	10.99	2,653.29
41	17,203	401.11	2,263.17	2,664	9.87	2,654.41

42	14,893	354.47	2,309.81	2,664	8.72	2,655.56
43	12,536	306.88	2,357.40	2,664	7.55	2,656.73
44	10,130	258.30	2,405.98	2,664	6.35	2,657.93
45	7,674	208.73	2,455.55	2,664	5.13	2,659.15
46	5,168	158.13	2,506.15	2,664	3.89	2,660.39
47	2,610	106.49	2,557.79	2,664	2.62	2,661.66
48	0	53.79	2,610.49	2,664	1.32	2,662.96

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se detalla el flujo del préstamo que realizó la empresa, lo cual como se muestra el saldo deudor irá disminuyendo en medida que se vaya amortizando la deuda. La renta está realizada en cuotas iguales y es constante en el plazo en el que se tenga planeado pagar la deuda, cabe señalar que la renta está constituida por la suma del interés y la amortización. Asimismo, la empresa aprovechará el escudo fiscal que produce el préstamo a través de la disminución en el impuesto a la renta que la empresa tendrá que pagar.

CAPITULO V. ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS

5.1 Presupuesto de los costos

Costos Directos:

Tabla 54. Presupuesto de costo de materiales directos (Expresado en soles)

Detalle	Costo unitario	Cantidad	Costo	Costo anual por servicio
Detector de Metal Portátil Tipo Paleta	50.00	7	350.00	350.00
Linternas de mano Halógenas de alto poder y cargador correspondiente	15.00	7.00	105.00	210.00
Chaleco reflector	30.00	2	60.00	120.00
Funda de Chaleco	35.00	7	245.00	245.00
Kevlar	400.00	7.00	2,800.00	2,800.00
Silbato	3.50	7.00	24.50	24.50
Megáfono	100.00	1.00	100.00	100.00
Equipos Móviles	400.00	7.00	2,800.00	2,800.00
Capotín Impermeable con forro abrigador	45.00	7.00	315.00	315.00
Pantalón Drill	30.00	14.00	420.00	840.00
Camisa Manga Larga	25.00	14.00	350.00	700.00
Camisa Manga Corta	20.00	14.00	280.00	560.00
Correa	9.00	7.00	63.00	63.00
Gorra	8.00	7.00	56.00	112.00
Corbata	6.00	7.00	42.00	84.00
Chompa	30.00	7.00	210.00	210.00
Fotocheck	7.00	7.00	49.00	49.00
Borceguíes	40.00	7.00	280.00	280.00
Total servicios			8,549.50	9,862.50

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior, se muestra que el costo de materiales directos que se utiliza para el servicio de seguridad para siete agentes.

Tabla 55 Presupuesto de costo de servicio de seguridad por 7 agentes
(Expresado en soles)

Detalle	N° de empleados	Sueldo	Pago mensual	Sub total	CTS 1 Sueldo	Gratif. 2 sueldos	Vacac.	Pago anual	ES SALUD 9%	Poliza SCTR	Poliza Patrimonial	Total anual
Agente de Seguridad	5	930	4,650	53,475	2,325	4,650	2,325	62,775	5,650	346	296	69,067
Supervisor	2	1,200	2,400	27,600	1,200	2,400	1,200	32,400	2,916	346	296	35,958
Total	7		7,050			0						105,025

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior, se muestra los gastos de planilla en los cuales incurrirá la empresa y como somos una pequeña empresa que sobrepasa las ventas de 150 UIT al año, permitirá acogerse a un régimen especial de pequeña empresa, lo cual permitirá a la empresa reducir costos.

Tabla 56. Presupuesto de costo de materiales directos
(Expresado en soles)

Detalle	Costo unitario	Cantidad	Costo	Costo anual por servicio
Detector de Metal Portátil Tipo Paleta	50.00	15	750.00	750.00
Linternas de mano Halógenas de alto poder y cargador correspondiente	15.00	15.00	225.00	450.00
Chaleco reflector	30.00	5	150.00	300.00
Funda de Chaleco	35.00	15	525.00	525.00
Kevlar	400.00	15.00	6,000.00	6,000.00
Silbato	3.50	15.00	52.50	52.50
Megáfono	100.00	3.00	300.00	300.00
Equipos Móviles	400.00	15.00	6,000.00	6,000.00
Capotin Impermeable con forro abrigador	45.00	15.00	675.00	675.00
Pantalón Drill	30.00	30.00	900.00	1,800.00
Camisa Manga Larga	25.00	30.00	750.00	1,500.00
Camisa Manga Corta	20.00	30.00	600.00	1,200.00
Correa	9.00	15.00	135.00	135.00
Gorra	8.00	15.00	120.00	240.00
Corbata	6.00	15.00	90.00	180.00
Chompa	30.00	15.00	450.00	450.00
Fotocheck	7.00	15.00	105.00	105.00
Borceguíes	40.00	15.00	600.00	600.00
Total servicios			18,427.50	21,262.50

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior, se muestra que el costo de materiales directos que se utiliza para el servicio de seguridad para quince agentes.

Tabla 57. Presupuesto de costo de servicio de seguridad por 15 agentes
(Expresado en soles)

Detalle	N° de empleados	Sueldo	Pago mensual	Sub total	CTS 1 Sueldo	Gratificación 2 sueldos	Vacac.	Pago anual	ES SALUD 9%	Poliza SCTR	Poliza Patrimonial	Total anual
Agente de Seguridad	13	930	12,090	139,035	6,045	12,090	6,045	163,215	14,689	346	296	178,546
Supervisor	2	1,200	2,400	27,600	1,200	2,400	1,200	32,400	2,916	346	296	35,958
Total	15					0						214,504

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior, se muestra los gastos de planilla en los cuales incurrirá la empresa y como somos una pequeña empresa que sobrepasa las ventas de 150 UIT al año, permitirá acogerse a un régimen especial de pequeña empresa, lo cual permitirá a la empresa reducir costos.

Tabla 58. Presupuesto de materiales indirectos (Expresado en soles)

Materiales de limpieza	Cantidad	Precio unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Recogedor (unidades)	1	7.00	7.00	14.00
Escoba (unidades)	1	11.00	11.00	22.00
Jabón líquido (unidades)	2	14.00	28.00	168.00
Paños (paquete)	1	8.00	8.00	32.00
Desinfectante (unidades)	1	10.00	10.00	120.00
Papel Higiénico (Rollo)	2.00	13.00	26.00	156.00
Total material indirecto			90.00	512.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 59. Presupuesto de gasto de personal (Expresado en soles)

Descripción	N° de empleados	Sueldo	Pago mensual	Sub total	CTS 1 Sueldo	Gratificación 2 sueldos	Vacac.	Pago anual	ES SALUD 9%	Total anual
Gerente General	1	2,500	2,500	28,750	1,250	2,500	1,250	33,750	3,038	36,788
Asistente Comercial y marketing	1	1,300	1,300	14,950	650	1,300	650	17,550	1,580	19,130
Asistente de Logística y operaciones	1	1,300	1,300	14,950	650	1,300	650	17,550	1,580	19,130
Asistente de recursos humanos	1	1,400	1,400	16,100	700	1,400	700	18,900	1,701	20,601
Instructor	1	1,300	1,300	14,950	650	1,300	650	17,550	1,580	19,130
Vendedores	2	1,000	2,000	23,500	500	2,000	500	26,500	2,385	28,885
Total	7				0	0				143,662

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior, se muestra los gastos de planilla en los cuales incurrirá la empresa y como somos una pequeña empresa que sobrepasa las ventas de 150 UIT al año, permitirá acogerse a un régimen especial de pequeña empresa, lo cual permitirá a la empresa reducir costos.

Tabla 60. Gastos Fijos (Expresado en soles)

Descripción	Mensual	Anual
Pago de alquiler de local 100 M 2	1,200.00	14,400.00
Servicios (luz, agua, teléfono e internet)	400.00	4,800.00
Total Gastos fijos	1,600	19,200

Fuente: Elaboración propia

Tabla 61. Presupuesto de gastos administrativos (Expresado en soles)

Materiales de oficina	Costo unitario	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Hojas bond (millar)	16.00	1	16.00	32.00
archivadores (unidades)	5.50	10	55.00	110.00
Lapiceros (cajas)	10.00	1	10.00	60.00
Lápices (cajas)	9.00	1	9.00	9.00
Perforador (unidades)	5.50	5	27.50	27.50
Engrapador (unidades)	7.00	5	35.00	35.00
Grapas	5.00	1	5.00	10.00
Toner	460.00	2	920.00	920.00
Fastener	3.01	5	15.05	60.20
Clips	2.00	2	4.00	24.00
Goma en barra	3.20	10	32.00	64.00
Regla	0.60	5	3.00	6.00
Saca grapa	1.40	5	7.00	14.00
Asesor Contable	250.00	1	250.00	3,000.00
Total gastos administrativos			1,388.55	4,371.70

Fuente: Elaboración propia

Tabla 62. Presupuesto de gasto de ventas (Expresado en soles)

Descripción	Total
Página web	500.00
Espacio en la feria (Stand)	2000.00
Decoración del Stand	1500.00
Movilidad	200.00
Alimentación	150.00
Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos) + Muestras	2000.00
Google Adwords	4158.00
Comisionista	6000.00
LinkedIn In	300.00
Facebook empresarial	2000.00

Gasto de venta total	18808.00
-----------------------------	-----------------

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla anterior se puede apreciar que los gastos de ventas a los que incurre la empresa son altos, debido a ser una empresa nueva que recién inicia actividades, es importante invertir para poder introducir el producto al sector donde se va a dirigir ya que es necesario y esencial poder aumentar las ventas e ir captando nuevos clientes.

6.2 Punto de Equilibrio

Tabla 63. Costos fijos (Expresado en soles)

Gastos de personal	143,662
Materiales indirectos	512
Gastos indirectos	19,200
Gastos administrativos	4,372
Gasto de ventas	18,808
Costo fijo Total	186,554

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se puede apreciar a todos los costos fijos de la empresa. Estos costos fijos son costos que la empresa debe pagar así opere o no, es decir así la empresa venda o no venda estos costos deben ser pagados. Los costos fijos de la empresa están conformados por gasto de personal, materiales indirectos, gastos indirectos, gastos administrativos y gastos de ventas, lo que generan un total de S/.186,554.00 soles al primer año de operación.

Tabla 64. Costos Variables (Expresado en soles)

Servicio por 7 agentes	114,887.25	33%
Servicio por 15 agentes	235,766.85	67%
Costo variable total	350,654.10	100%

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se aprecia los costos variables de la empresa, los cuales están formados por el costo total del producto que comercializamos, el cual genera un total de S/ 350,654.10 soles para el primer año.

Tabla 65. Estructura de los precios por producto (Expresado en soles)

Servicio	Peso	Costo Total	Costo unitario	Margen	Valor de venta en soles	IGV	Precio de servicio por agente
Servicio por 7 agentes	32.76%	176,009	2,095.3	15%	2,465	444	2,909
Servicio por 15 agentes	67.24%	361,199	2,006.7	15%	2,361	425	2,786
	100.00%	537,208					

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se aprecia la estructura para determinar el precio de venta de la empresa, los cuales están calculados de acuerdo a la competencia.

Tabla 66. Punto de equilibrio por multiproductos (Expresado en soles)

Producto	Cantidad Anual	Partic	Precio de venta	Costo variable unitario	Marg Contr (S/.)	MC*p	Punto de Equilibrio-Cantidad Anual	Punto de Equilibrio en Soles
Servicio por 7 agentes	84.00	31.82%	2,908.77	1,367.71	1,541.1	490.34	40	115,361.8
Servicio por 15 agentes	180.00	68.18%	2,785.77	1,309.82	1,476.0	1,006.33	85	236,750.7
	264.00	100%				1,496.67	125	352,112.5

Fuente: Elaboración propia

Por lo tanto, la cantidad mínima que se debe comercializar para que la empresa no gane ni pierda es de 40 servicios de seguridad para siete agentes al año, y la venta adicional de una unidad representará la ganancia para la empresa. Para el servicio de seguridad de 15 agentes se necesita vender 85 servicios de seguridad para no ganar y perder.

5.3 Estado de ganancias y pérdidas

Tabla 67. Depreciación de activos tangibles (Expresado en soles)

Concepto / Período	Valor inicial	Tasa Anual	1	2	3	4	5
Computadoras	9,100.00	25%	2275.00	2275.00	2275.00	2275.00	0.00
Impresora Multifuncional	1,650.00	25%	412.50	412.50	412.50	412.50	0.00
Proyector	1,750.00	10%	175.00	175.00	175.00	175.00	175.00
Cámaras pequeñas	1,386.00	10%	138.60	138.60	138.60	138.60	138.60
Cámaras grandes	4,290.00	10%	429.00	429.00	429.00	429.00	429.00
Muebles y enseres	6,240.00	10%	624.00	624.00	624.00	624.00	624.00
Total			4054.10	4054.10	4054.10	4054.10	1366.60

Fuente: Elaboración propia

Tabla 68. Depreciación de activos tangibles (Expresado en soles)

Concepto / Período	Valor inicial	Depreciación acumulada	valor residual
Computadoras	9,100.00	9100.00	0
Impresora Multifuncional	1,650.00	1650.00	0
Proyector	1,750.00	875.00	875
Cámaras pequeñas	1,386.00	693.00	693
Cámaras grandes	4,290.00	2145.00	2145
Muebles y enseres	6,240.00	3120.00	3120
Total		17583.00	6833

Fuente: Elaboración propia en base a la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT)

Tabla 69. Amortización de activos intangibles (Expresado en soles)

Concepto / Período	Valor inicial	Tasa Anual	1	2	3	4	5
Amortización intangibles	10736	20%	2,147.28	2,147.28	2,147.28	2,147.28	2,147.28
Acumulado			2,147.28	4,294.57	6,441.85	8,589.14	10,736.42

Fuente: Elaboración propia en base a la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT)

Tabla 70. Estado de ganancias y pérdidas (Expresado en soles)

Ingresos	745,776	768,149	798,875	838,819	883,024
Costo de venta	350,654	361,176	375,625	394,409	415,195
Gastos de ventas	18,808	19,174	19,734	20,504	21,504
Gastos fijos	19,200	19,638	20,203	20,924	21,840
Gastos de personal	143,662	146,535	149,466	152,455	155,504
materiales indirectos	512	543	588	649	731
gastos administrativos	4,372	4,546	4,789	5,114	5,511
Depreciación y amortización	6,201	6,201	6,201	6,201	3,514
Gastos Financieros	18,501	14,766	9,994	3,900	
Impuesto a la renta	54,240	57,693	62,621	69,225	76,471

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior, se muestra el estado de ganancias y pérdidas que inicia con el ingreso por ventas, esto quiere decir el monto total en soles de las ventas durante el periodo del cual se disminuye el costo de venta.

La utilidad bruta de S/ 395,121.00 que resulta en el primer año, representa el monto restante para cubrir los costos operativos, financieros y fiscales. Luego, los gastos operativos que incluyen los gastos de ventas, los gastos fijos, materiales indirectos, gastos administrativos, depreciación y amortización se deducen de la utilidad bruta.

La utilidad operativa de S/202,366.00 que resulta en el primer año, representa la utilidad obtenida por vender los productos, este monto no considera los costos financieros ni fiscales. Después la empresa obtuvo S/ 183,865.00 de utilidad neta antes de impuestos.

Posteriormente se calculan los impuestos a las tasas fiscales adecuadas y se deducen para determinar la utilidad neta después de impuesto. La utilidad neta después de impuesto de la empresa es de S/ 129,625.00.

5.4 Presupuesto de Ingresos

Tabla 71. Presupuesto de Ingresos (Expresado en soles)

Años	2022	2023	2024	2025	2026
Servicio por 7 agentes	244,336.63	251,666.73	261,733.40	274,820.07	289,303.09
Servicio por 15 agentes	501,438.92	516,482.09	537,141.37	563,998.44	593,721.15
Ventas	745,776	768,149	798,875	838,819	883,024

Fuente: Elaboración propia

Según la tabla anterior, las ventas reflejan los cinco años proyectados de la evaluación del negocio. El valor representado por los ingresos por las ventas del primer año es de S/ 745,776 el cual se explica así:

Se comercializará 84 servicios de seguridad de 7 agentes el primer año. A la par se ha evaluado el precio de venta por unidad y este es igual a S/ 2909. Luego de estas dos premisas se puede conocer la venta del primer año, es decir S/ 244,336.63.

- 84 servicios de seguridad de 7 agentes al año
- Precio de venta: S/ 2909
- Venta (año 1): Cantidad del producto * precio de venta = S/ 244,336.63.
- En el transcurso de los cuatro años restantes nuestra tendencia de crecimiento será en promedio de 3,4,5 y 5.27 %.

Se comercializará 180 servicios de seguridad de 15 agentes el primer año. A la par se ha evaluado el precio de venta por unidad y este es igual a S/ 2786.00. Luego de estas dos premisas se puede conocer la venta del primer año, es decir S/ 501,438.92.

- 84 servicios de seguridad de 15 agentes al año
- Precio de venta: S/ 2786
- Venta (año 1): Cantidad del producto * precio de venta = S/ 501,438.92
- En el transcurso de los cuatro años restantes nuestra tendencia de crecimiento será en promedio de 3, 4,5 y 5.27 %.

Tabla 72. Crédito fiscal (Expresado en soles)

Años	0	2022	2023	2024	2025	2026
Costo de compra de producto		31,125	32,059	33,341	35,008	36,853
Gastos administrativos		1,372	1,456	1,576	1,740	1,959
Gasto de ventas		18,808	19,174	19,734	20,504	21,504
Materiales indirectos		512.00	543.34	588	649	731
Total		51,817	53,232	55,239	57,901	61,047
Base imponible de ventas		632,013	650,974	677,013	710,863	748,326
Base imponible de compras		43,912	45,112	46,813	49,069	51,735
IGV de ventas 18%		113,762	117,175	121,862	127,955	134,699
IGV Compras 18%		7,904	8,120	8,426	8,832	9,312
IGV de inversiones	5,568					
Diferencias de IGV	5,568	105,858	109,055	113,436	119,123	125,386
Pago del IGV		100,291	109,055	113,436	119,123	125,386

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se observa el crédito fiscal que es la diferencia del I.G.V. de ventas menos el I.G.V. de compras. El pago del I.G.V. de ventas se considera dentro de los egresos en el flujo de caja económico.

655 Presupuesto de Egresos

El presupuesto de egresos estará en función del promedio de la tasa de inflación, así como en función al promedio de la tendencia de ventas o tendencia de la demanda.

Tasa de inflación 2020 según BCR 2.00%

FAI n = $(1 + \text{Tasa de inflación 2020})^n$

Tabla 73. Tasa de inflación del año 2020 al 2021

FAI 2021 =	1.02
FAI 2022 =	1.04
FAI 2023 =	1.06
FAI 2024 =	1.08
FAI 2025 =	1.10
FAI 2026 =	1.13

Fuente: BCR

En la Tabla anterior, se puede verificar que se ha obtenido la proyección de la tasa de inflación para los próximos cinco años, esta tasa servirá como referencia para lograr proyectar los costos y hacer más real el proyecto.

- **Costos directos**

Tabla 74. Costos variables
(Expresado en soles)

Años	2022	2023	2024	2025	2026
Servicio por 7 agentes	114,887.25	118,334.93	123,069.41	129,223.98	136,035.21
Servicio por 15 agentes	235,766.85	242,840.92	252,555.64	265,184.52	279,159.75
Costo de venta	350,654.10	361,175.85	375,625.04	394,408.50	415,194.96

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior, los presupuestos proyectados de costos variables están en función a la tasa de crecimiento de la demanda y tasa de crecimiento de la inflación. Por ello se verifica que año tras año la proyección va en aumento.

▪ **Costos indirectos**

Tabla 75. Presupuesto proyectado de materiales indirectos
(Expresado en soles)

Materiales de limpieza	2022	2023	2024	2025	2026
Útiles de limpieza	512.00	543.3	588.1	649.3	731.3
Total de materiales indirectos	512.00	543.34	588.13	649.34	731.26

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla anterior, se puede observar que el presupuesto proyectado de materiales indirectos va en crecimiento y este costo va en función de la inflación porque son costos en soles, lo cual se ve afectado directamente por la inflación.

Tabla 76. Presupuesto proyectado de gastos de personal
(Expresado en soles)

Descripción	2022	2023	2024	2025	2026
Gerente General	36,787.50	37,523.25	38,273.72	39,039.19	39,819.97
Asistente Comercial y marketing	19,129.50	19,512.09	19,902.33	20,300.38	20,706.39
Asistente de Logística y operaciones	19,129.50	19,512.09	19,902.33	20,300.38	20,706.39
Asistente de recursos humanos	20,601.00	21,013.02	21,433.28	21,861.95	22,299.18
Instructor	19,129.50	19,512.09	19,902.33	20,300.38	20,706.39
Vendedores	28,885.00	29,462.70	30,051.95	30,652.99	31,266.05
Gasto de personal total	143,662.00	146,535.24	149,465.94	152,455.26	155,504.37

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla anterior, se observa que el presupuesto proyectado en cinco años de los gastos de personal, va en aumento debido a que la empresa optará por

subir de manera anual 2% el sueldo de los colaboradores, esta medida se ha tomado debido al régimen en el cual la empresa se encuentra, al no cumplir con el 100% de los beneficios con el fin de evitar la rotación constante del personal.

Tabla 77. Presupuesto proyectado de gastos fijos

(Expresado en soles)

Descripción	2022	2023	2024	2025	2026
Pago de alquiler de local	14,400.00	14,544.00	14,689.44	14,836.33	14,984.70
Servicios (luz, agua, teléfono e internet)	4,800.00	5,093.80	5,513.69	6,087.56	6,855.58
Total Gastos Indirectos	19,200.00	19,637.80	20,203.13	20,923.90	21,840.28

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla anterior, se detalla el presupuesto proyectado de los gastos fijos, lo que corresponde al pago de servicios está en función a la proyección de la tasa de inflación. Por otro lado, lo que corresponde al pago de alquiler de local, se ha considerado un 1% en la proyección debido a que se trata de un bien inmueble. El arrendador a través del contrato colocará un incremento en el pago del alquiler, esto se debe a que los bienes inmuebles se aprecian y toman más valor en el tiempo.

Tabla 78. Presupuesto proyectado de gastos administrativos

(Expresado en soles)

Materiales de oficina	2022	2023	2024	2025	2026
Útiles de oficina	1,371.70	1,455.66	1,575.65	1,739.65	1,959.13
Asesor Contable	3,000.00	3,090.00	3,213.60	3,374.28	3,552.10
Total de gastos administrativos	4,371.70	4,545.66	4,789.25	5,113.93	5,511.23

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla anterior, muestra el presupuesto proyectado de los gastos administrativos, donde los útiles de oficina se proyectan en función a la tasa de inflación.

Tabla 79. Presupuesto proyectado de gastos de ventas

(Expresado en soles)

Descripción	2022	2023	2024	2025	2026
Página web	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00
Espacio en la feria (Stand)	2000.00	2040.00	2101.20	2185.25	2294.51
Decoración del Stand	1500.00	1530.00	1575.90	1638.94	1720.88
Movilidad	200.00	204.00	210.12	218.52	229.45
Alimentación	150.00	153.00	157.59	163.89	172.09
Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos) + Muestras	2000.00	2040.00	2101.20	2185.25	2294.51
Google Adwords	4158.00	4241.16	4368.39	4543.13	4770.29
Comisionista	6000.00	6120.00	6303.60	6555.74	6883.53
Linked In	300.00	306.00	315.18	327.79	344.18
Facebook empresarial	2000.00	2040.00	2101.20	2185.25	2294.51
Total gasto de ventas	18808.00	19174.16	19734.38	20503.76	21503.95

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior, se puede observar los gastos de ventas que la empresa ha proyectado para los siguientes cinco años que el crecimiento está en función a las ventas que se generen durante el tiempo de actividad, por lo tanto, va en función a la tasa de crecimiento de la demanda.

6.6. Flujo de caja proyectado

A. Costo de oportunidad

El Costo de Oportunidad del Capital es el rendimiento esperado de la mejor alternativa de inversión con igual riesgo. No es un indicador de rentabilidad, permite evaluar el aporte propio. El COK ayuda a saber si existe alguna mejor alternativa, con igual riesgo, en la que se puede invertir. Indica, entonces, cuál es la alternativa equivalente. La determinación del COK depende, por cierto, del grado de riesgo (riesgo similar al de mi proyecto) y del número de oportunidades que tengo para invertir mi capital y de otras consideraciones. El caso más simple ocurre si, en vez de invertir en el negocio que estoy considerando, deposito mi dinero en el banco. Entonces tengo dos alternativas adicionales a la inversión que pretendo realizar (suponiendo que percibo un riesgo similar en cada caso).

Tabla 80: Aporte propio
(Expresado en soles)

Fuente	Porcentaje	Monto
Aporte propio	45.00%	66,047

Fuente: Elaboración propia

Se tiene un capital propio de S/ 66,047.00 que, de acuerdo a este capital, el inversionista realiza una evaluación de mercado para conocer cuál es la rentabilidad máxima que podría obtener por dicha inversión.

$$K_{\text{proy}} = R_f + B(R_m - R_f) + R_P$$

Tabla 81. Calculo de beta apalancado

d	55%
e	45%
d/e	122%
Tx	29.50%
beta	1.07
beta apalancado	1.68

Fuente: Elaboración propia

Tabla 82. Calculo del costo de oportunidad

KPROY	Costo de capital propio	14.06%
Rf	Tasa libre de riesgo	1.66%
B	Beta del sector	1.68
Rm - Rf	Prima por riesgo del mercado	7.40%
Rp	Prima por riesgo país	0

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a como se visualiza en la tabla anterior, se tiene que la rentabilidad que otorga el mercado por el capital propio es lo máximo que se deja de ganar por invertir en este proyecto, Realizando el cálculo se tiene como costo de oportunidad 14.06 % que es lo mínimo que se espera ganar por la inversión en este proyecto de comercialización de servicios de seguridad.

B. Costo promedio ponderado de capital

A continuación, se calcula el costo promedio ponderado de capital (CPPC):

CPPC: (Deudas de terceros/Total de financiamiento) (Costos de la deuda) (1-tasa de impuesto) + (Capital propio/total de financiamiento) (costos de capital propio).

$$CPPK = \frac{D}{D+E} k_d (1 - Tx) + \frac{E}{D+E} k_{proy}$$

Tabla 83. Costo Promedio ponderado de Capital

- Capital	45.00%
- Deuda	55.00%
- cok	14.06%
- Kd	27.73%
- Tax Perú	29.50%
- WACC	17.08%

Fuente: Elaboración propia

6.6.1. Flujo de caja económico

Tabla 84. Flujo de caja económico

(Expresado en soles)

Período (años)	0	2022	2023	2024	2025	2026
Ingresos Operativos		745,776	768,149	798,875	838,819	883,024
Costo de venta		350,654	361,176	375,625	394,409	415,195
Gastos de ventas		18,808	19,174	19,734	20,504	21,504
Gastos fijos		19,200	19,638	20,203	20,924	21,840
Gastos de personal		143,662	146,535	149,466	152,455	155,504
materiales indirectos		512	543	588	649	731
gastos administrativos		4,372	4,546	4,789	5,114	5,511
Impuesto a la renta		54,240	57,693	62,621	69,225	76,471
Pago del IGTV		100,291	109,055	113,436	119,123	125,386
Egresos Operativos		691,739	718,360	746,462	782,403	822,144
Flujo de Caja Operativo		54,037	49,789	52,412	56,415	60,881
Inversiones en Activo Fijo Tangible	25,762					
Inversiones en Activos Fijo intangible	10,736					
Inversiones en Capital de Trabajo	110,274					110,274
Valor residual						6,833
Total flujo de Inversiones	146,772	0	0	0	0	117,107
Flujo de Caja Económico	-146,772	54,037	49,789	52,412	56,415	177,987

Fuente: Elaboración Propia

En el tabla anterior, se puede observar que el flujo de caja económico está constituido por los ingresos operativos y egresos operativos, los cuales están proyectados en un plazo de 5 años.

6.6.2. Flujo de caja financiero

Tabla 85. Flujo de caja financiero
(Expresado en soles)

Período (años)	0	2022	2023	2024	2025	2026
Flujo de Caja Económico	-146,772	54,037	49,789	52,412	56,415	177,987
Flujo de deuda						
- Ingresos por préstamos	80,725					
- Egresos por servicio de deuda		31,516	31,608.1	31,726	31,875	
Total flujo de deuda	80,725	31,516	31,608	31,726	31,875	-
Total Flujo de Caja Financiero	-66,047	22,521	18,180	20,686.88	88,291	177,987

Fuente: Elaboración Propia

En el Tabla anterior, se puede observar que el flujo de caja financiero resulta de la diferencia del flujo de caja económico menos el flujo caja de deuda. El flujo de deuda está formado por la deuda del préstamo bancario en el año 0 y los egresos por servicio de deuda. Cabe señalar que los intereses se pagan como gastos financieros.

6.7 Balance general

Tabla 86. Balance General (Expresado en soles)

Activo		Pasivo	
Caja y bancos	61756.55	Préstamos Bancarios	80724.58
Inventarios	48517.00	Total Pasivo	80724.58
Muebles y enseres	6240.00	Patrimonio	
Maquinaria y equipo	19522.00	Capital	47516.45
Activos intangibles	10736.42	Total Patrimonio	66047.39
Total activo	146771.97	Total pasivo y patrimonio	146771.97

Fuente: Elaboración propia.

7. CAPITULO VI. EVALUACION ECONOMICA Y FINANCIERA

7.1 Evaluación Económica, Parámetros de Medición

Tabla 87. Resultados económicos

VANE	S/. 79,280.45
TIRE	34.54%
B/C (FCE)	1.54

Fuente: Elaboración Propia

Tasa de descuento del Flujo de caja económico el $wacc = 17.08\%$ para el cálculo del VAN y el beneficio costo. En la tabla anterior se observa la evaluación económica de la empresa y con ello se puede concluir que el proyecto es rentable, debido a que el flujo de efectivo económico cumple con las condiciones para que un proyecto pueda ser aceptado, por lo tanto se tiene como resultado VANE igual a S/. 79,280.45 soles, un TIR de 34.54% y un B/C (Beneficio/costo) de 1.54. Esto significa que se cumple los requisitos para que un proyecto sea rentable: $VAN > 0$, $TIR > COK$ y el $B/C > 1$.

Tabla 88. Periodo de recuperación económica

(Expresado en soles)

Periodo de recuperación	0	1	2	3	4	5
FCE	-146,772	46,153	36,321	32,656	30,022	80,900
FCE Acumulado		46,153	82,474	115,130	145,153	226,052

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla anterior, se observa el periodo de recuperación económica, tomando en cuenta el WACC (costo promedio ponderado de capital) el cual es de 17.08%. Por otro lado, actualizando los flujos económicos del futuro al presente y teniendo en cuenta el WACC, la inversión se recuperará en 49 meses.

7.2. Evaluación financiera

Tabla 89. Resultados financieros

VANF	125,943.79
TIRF	52.69%
B/C (FCF)	2.91

Fuente: Elaboración propia

Tasa de descuento del Flujo de caja financiero es el $COK = 14.06\%$ para el cálculo del VAN y el beneficio costo. En la Tabla anterior, se tiene el flujo de caja

financiero, donde se cumple que el VANF > cero y el TIRF > Tasa de interés anual que el banco ofrece, con ello se produce un apalancamiento financiero en beneficio del inversionista. De acuerdo a lo antes mencionado, la empresa tiene como resultado un VANF igual a S/ 125,943.79.00 soles, un TIRF de 52.69% y un B/C de 2.91, por lo cual se puede deducir que el proyecto es muy rentable. De acuerdo al análisis realizado en ambos casos, tanto el flujo financiero, como el económico el proyecto son rentables.

Tabla 90. Periodo de recuperación financiera

Periodo de recuperación	0	1	2	3	4	5
FCF	-66,047	19,744	13,973	13,939	52,156	92,178
FCF Acumulado		19,744	33,717	47,656	99,813	191,991

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla anterior se observa el periodo de recuperación financiera, tomando en cuenta el costo de oportunidad del 14.06%. Por otro lado, actualizando los flujos financieros del futuro al presente y teniendo en cuenta el COK, la inversión se recuperará en 40 meses.

CONCLUSIONES

1. Se ha desarrollado un plan estratégico para la empresa Innova Security S.A.C., que incluye la elaboración de la misión, visión y valores corporativos, los cuales forman parte de la identidad institucional. Este plan contempla la implementación de una estrategia en base a la diferenciación del servicio para el período del 2022 al 2026, lo que promueve el crecimiento de ventas y la rentabilidad del negocio.
2. Con respecto a la organización y aspectos legales, la empresa Innova Security S.A.C. será una sociedad anónima cerrada ya que es ideal para empresas que recién inician sus operaciones, protege la privacidad de la transferencia de acciones y reduce los trámites que en otras formas jurídicas son engorrosas.
3. Las ventas proyectadas serán sustentadas a través de un presupuesto de gasto de ventas que la empresa ha evaluado del año 2022 al 2026.
4. La empresa asegurará una adecuada gestión en todo el proceso logístico a través de un plan de contingencia de proveedores de suministros alternativos con el objetivo de asegurar un excelente servicio.
5. Para implementar las estrategias seleccionada se necesita una inversión inicial de S/ 146,771.97 que cubre los activos fijos tangibles, activos fijos intangibles y el capital de trabajo para que la diferenciación sea percibida por los clientes. Un 45% de esta inversión será financiada por los accionistas, con fondos propios que tienen un costo de 14.06%; y el restante 55% se obtendrá de un préstamo bancario con tasa del 27.73%.
6. El análisis económico financiero permite concluir que la implementación del plan de negocio es viable. En primer lugar, porque se obtienen utilidades todos los años analizados, con una utilidad neta que llega a S/ 129,625.00 en el año 2022, lo que representa el 17% de las ventas y se considera totalmente posible. A partir de la proyección de flujos de efectivo se conoció que la TIRE asciende a 34.54% que es superior al WACC (17.08%) y por ende se recomienda a la empresa implementar la estrategia seleccionada. Pero

también se calculó la TIRF que llegó a 52.69% y al ser mayor que el COK (14.06%) se recomienda a los accionistas invertir en este proyecto.

8.2. Recomendaciones

1. Ejecutar el Plan Estratégico e implementarlo con la adopción de la visión, misión, políticas, principios y valores que se crearon para la empresa Innova Security S.A.C. Se recomienda el desarrollo de talleres para motivar y capacitar, explicándolos de manera detallada; además, se deben poner de manera expuesta en un lugar de alta visibilidad, de esta forma garantizar un óptimo clima laboral y óptimo funcionamiento de la empresa.
2. Para poder atraer nuevos clientes y fidelizarlos, Innova Security S.A.C necesita mejoras de los que actualmente se brindan. La empresa debe ser más activa en la búsqueda de nuevos segmentos, así como en la penetración de los sectores y áreas geográficas donde busca posicionarse. Todo esto enmarcado dentro de la diferenciación, que es la estrategia genérica seleccionada. Solo así podrá lograr incrementar su participación de mercado.
3. Utilizar las fortalezas que la empresa posee para desarrollar ventaja competitiva y consolidar la posición fuerte que se posee. Al mismo tiempo hay que mitigar las debilidades, por lo que tiene que crear y aplicar un programa completo de seguridad industrial, para preservar la salud de los trabajadores.
4. En el período 2022-2026 se deben realizar mediciones semestrales de todos los indicadores y comparar los resultados con las metas. En caso de que haya una brecha negativa habrá que diseñar e implementar medidas de contingencia.
5. Se recomienda invertir fuertemente en los gastos de venta, esto incluye la página web, google adwords, merchandising, facebook empresarial, visitas comerciales y agentes de venta. Asimismo se recomienda invertir en el presupuesto de marketing para poder aumentar las ventas y lograr que la empresa sea rentable.

6. Negociar con la institución financiera la mejor tasa posible. Se ha considerado un 27.3% pero se podría mejorar con la concesión de garantías. En paralelo, se debe gestionar la inversión de los accionistas, haciendo el debido registro de aumento de capital social. Implementar el plan estratégico, cumpliendo el presupuesto que se desarrolló. Es necesario que ejerzan una estricta vigilancia de los costos y gastos para poder obtener los altos niveles de rentabilidad proyectados.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Antonio, G. H. (s.f.). *Empresa y entorno*. Obtenido de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/23351/22621>
- Atahuaman C. (2013). *La Ley N° 30056 y sus modificaciones laborales al régimen especial de las micro y pequeñas empresas*. Obtenido de https://mep.pe/intranetvirtual/Constitucion-y-Fomalizacion/tramites_laborales/MEP_Formalizacion_TramitesLaborales_ReporteEstudio-LeyMYPEyLey30056.pdf
- CIA. (2021). *Principales indicadores económicos*. Obtenido de <https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/peru/#economy>
- David, F. (2012). *Conceptos de administración estratégica* (11 a edición ed.). México D.F.: Pearson Educación.
- David, F.R.: (2013). *Conceptos de Administración Estratégica* (14ava edición ed.). México D.F.: Editorial Progreso S.A. Copyright 2013 por Pearson Educación.
- Delgado, Hugo. (2019). *Beneficios de tener una página Web en Internet*. Obtenido de <https://disenowebakus.net/beneficios-pagina-web.php>
- EmprendePyme.net. (Marzo de 2016). Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/que-son-las-politicas-de-una-empresa.html>
- Euromonitor international. (2021). *Dinámica empresarial*. Obtenido de <http://www.portal.euromonitor.com/portal/analysis/tab>
- Fischman, D. (2009). *CUANDO EL LIDERAZGO NO ES SUFICIENTE*. Editorial - UPC (Perú).
- Gestión. (2020). *Perfil País*. Obtenido de <https://gestion.pe/blog/te-lo-cuento-facil/2021/04/situacion-actual-del-empleo-en-el-peru-2.html/>
- Gestión. (2021). *Situación actual del empleo en el Perú*. Obtenido de <https://gestion.pe/blog/te-lo-cuento-facil/2021/04/situacion-actual-del-empleo-en-el-peru-2.html/?ref=gesr>
- Google. (2020). *Google Adwords*. Obtenido de <https://support.google.com/google-ads/answer/6319?hl=es-419>
- Hermes. (2020). *Administración de riesgos*. Obtenido de <https://www.hermes.com.pe/>
- Indecopi. (2019). Obtenido de <https://indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>

- INEI. (2019). *Sistema Integrado de Estadísticas de la Criminalidad y Seguridad Ciudadana*. Obtenido de <http://m.inei.gov.pe/prensa/noticias/inei-presento-el-sistema-integrado-de-estadisticas-de-la-criminalidad-y-seguridad-ciudadana-10780/#:~:text=de%20forma%20gr%C3%A1fica-,El%20Sistema%20Integrado%20de%20Estad%C3%ADsticas%20de%20a%20Criminalidad%20y%20Seg>
- INEI. (2020). *Análisis de la estructura empresarial de Lima Metropolitana*. Obtenido de https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1703/cap05.pdf
- La Ley N° 28879. (2006). *Ley de Servicios de Seguridad Privada*. Obtenido de <https://www.sucamec.gov.pe/web/index.php/ley-28879/>
- Liderman. (2020). *Seguridad integral de servicio*. Obtenido de <https://www.liderman.com.pe/>
- Ministerio de producción. (2020). *Estadística MIPYME*. Obtenido de <https://www.produce.gov.pe/index.php/elecciones-mype-2017/codemype>
- Ministerio de Producción. (2020). *Estadísticas MIPYME*. Obtenido de <https://www.produce.gov.pe/index.php/elecciones-mype-2017/codemype>
- Morales, L. (2019). *El Facebook 23 Beneficios Publicitarios Para Tu Negocio*. Obtenido de <https://beneficioss.com/facebook/>
- Municipalidad La Victoria*. (2019). Obtenido de https://www.munilavictoria.gob.pe/index.php/licencias-de-funcionamiento?v=proc_lic_funcionamiento
- Municipalidad la Victoria. (10 de 03 de 2021). *Licencia de funcionamiento*. Obtenido de <https://www.munilavictoria.gob.pe/requisitos>
- Obeso, P. (2017). *Qué es benchmarking y qué ventajas aporta a las empresas*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-benchmarking/>
- Plataforma digital unica del Estado Peruano. (s.f.). Obtenido de <https://www.gob.pe/280-regimenes-tributarios>
- Plataforma Digital Unica del Estado Peruano. (2019). Obtenido de <https://www.gob.pe/254-tipos-de-empresa-razon-social-o-denominacion>
- PROINVERSIÓN. (2016). *Régimen laboral de la actividad privada en el Perú*. Obtenido de <http://www.proinversion.gob.pe/apec/pdf/4%20Regimen%20Laboral.pdf>

- PROINVERSIÓN. (2016). *Régimen laboral de la actividad privada en el Perú*. Obtenido de <http://www.proinversion.gob.pe/apec/pdf/4%20Regimen%20Laboral.pdf>
- PROSEGUR. (2020). *Líneas de negocio*. Obtenido de <https://www.prosegur.com/?jsessionid=1F8DA01A8E956411FC57B5658943C6DE>
- Securitas. (2020). *Soluciones de protección*. Obtenido de <https://www.securitasperu.com/>
- SUCAMEC. (2019). Obtenido de <http://www.sucamec.gob.pe/web/index.php/organizacion-ini/17-informacion-institucional/institucion/22-03-funciones>
- SUNARP. (2018). Obtenido de <https://www.sunarp.gob.pe/PRENSA/inicio/post/2018/09/19/conoce-cuales-son-los-beneficios-de-constituir-tu-empresa>
- SUNAT. (2019). Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/personas-menu/rucpersonas/inscripcion-al-ruc-personas/6745-03-tablas-anexas-ruc-personas>
- SUNAT. (2019). Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/ruc-empresas/inscripcion-al-ruc-empresas>
- SUNAT. (2019). Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/ruc-empresas/inscripcion-al-ruc-empresas>
- SUNAT. (2019). Obtenido de <http://emprender.sunat.gob.pe/como-me-conviene-tributar>
- SUNAT. (2019). *clasificacion internacional industrial uniforme*. Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/personas-menu/ruc-personas/inscripcion-al-ruc-personas/6745-03-tablas-anexas-ruc-personas>
- SUNAT Planilla electronica. (2021). Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/informacion-general-planilla-electronica>
- Villa muzio y asociados. (s.f.). Obtenido de <http://estudiocontablevmc.pe/debo-llevar-la-plame/>

ANEXO

ANEXO N° 01: Formato de elevación de minuta

		ANEXO 1: FORMULARIO	
<u>SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA</u>			
SEÑOR REGISTRADOR DEL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS:			
Yo, _____ identificado con:			
DNI° <input type="checkbox"/> CIP <input type="checkbox"/> CE <input type="checkbox"/> OTROS _____ N° _____			
en mi calidad de (titular <input type="checkbox"/> socio <input type="checkbox"/> abogado <input type="checkbox"/> notario <input type="checkbox"/> representante <input type="checkbox"/>) domiciliado en _____, distrito de _____, Provincia de _____, ante Ud. con el debido respeto me presento y digo:			
SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA para:			
Constitución <input type="checkbox"/>		Modificación de Estatuto <input type="checkbox"/>	
Podrá indicar hasta 03 nombres y de forma opcional sus correspondientes abreviaturas tratándose de denominaciones. ¹			
Sólo se concederá la reserva de un nombre (completo o abreviado) de forma excluyente.			
<u>NOMBRE COMPLETO DE LA PERSONA JURÍDICA OBLIGATORIO</u>		<u>NOMBRE ABREVIADO DE LA PERSONA JURÍDICA OPCIONAL</u>	
1. _____ _____		1. _____ _____	
2. _____ _____		2. _____ _____	
3. _____ _____		3. _____ _____	
TIPO DE PERSONA JURÍDICA: (Marque una opción)			
<input type="checkbox"/> S.A		<input type="checkbox"/> ASOCIACIÓN	
<input type="checkbox"/> S.A.C		<input type="checkbox"/> E.I.R.L	
<input type="checkbox"/> S.R.L		<input type="checkbox"/> COOPERATIVA	
<input type="checkbox"/> COMITÉ		<input type="checkbox"/> S. CIVIL	
<input type="checkbox"/> OSB		<input type="checkbox"/> OTROS (precisar el tipo de persona jurídica) _____	
NOMBRE (S) Y APELLIDOS DE TODOS LOS INTEGRANTES DE LA PERSONA JURÍDICA EN CONSTITUCIÓN O NOMBRE DE LA PERSONA JURÍDICA CONSTITUIDA EN CASO DE MODIFICACIÓN DE ESTATUTOS O NOMBRE DE LAS PERSONAS AUTORIZADAS PARA LA FORMALIZACIÓN (letra imprenta):			
_____		_____	
_____		_____	
_____		_____	
Lima, _____ de _____ del 20 ____			
_____ Firma del Solicitante			
<small>¹ También podrá solicitar la reserva de nombre ingresando a la página web www.sunarp.gob.pe, servicios en línea, donde podrá indicar hasta cinco (5) nombres y de forma opcional sus abreviaturas tratándose de denominaciones.</small>			
			

ANEXO N° 02: Formato de elevación de minuta

SEÑOR NOTARIO

SÍRVASE EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PÚBLICAS UNA CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANONIMA CERRADA, SIN MINUTA, DE CONFORMIDAD CON EL ARTICULO 58 LITERAL I) DEL D. LEG. N° 1049, DECRETO LEGISLATIVO DEL NOTARIADO, CONCORDADO CON EL DECRETO SUPREMO N° 007-2008-TR – TUO DE LA LEY DE PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD, FORMALIZACION Y DESARROLLO DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA Y DEL ACCESO AL EMPLEO DECENTE, LEY MYPE, QUE OTORGAN:, DE NACIONALIDAD, PROFESION..... CON D.N.I. N°....., ESTADO CIVIL.....
.....,DE NACIONALIDAD.....,
PROFESION.....CON D.N.I.....ESTADO CIVIL.....,....., DE NACIONALIDAD, PROFESION CON D.N.I. N°, ESTADO CIVIL.....; SEÑALANDO DOMICILIO COMUN PARA EFECTOS DE ESTE INSTRUMENTO ENPROVINCIA CONSTITUCIONAL DEL DEPARTAMENTO.....EN LOS TERMINOS SIGUIENTES:

PRIMERO.- POR EL PRESENTE PACTO SOCIAL, LOS OTORGANTES MANIFIESTAN SU LIBRE VOLUNTAD DE CONSTITUIR UNA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA, BAJO LA DENOMINACION DESOCIEDAD ANONIMA CERRADA”, SE OBLIGAN A EFECTUAR LOS APORTES PARA LA FORMACION DEL CAPITAL SOCIAL Y A FORMULAR EL CORRESPONDIENTE ESTATUTO.

SEGUNDO.- EL MONTO DEL CAPITAL DE LA SOCIEDAD ES DEREPRESENTADO POR ACCIONES NOMINATIVAS DE UN VALOR NOMINAL DECADA UNA, SUSCRITAS Y PAGADAS DE LA SIGUIENTE MANERA:

1.SUSCRIBE.....ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA..... MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.
2.SUSCRIBE.....ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/.MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.
3.SUSCRIBE.....ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGAMEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO

TERCERO.- LA SOCIEDAD SE REGISTRÁ POR EL **ESTATUTO** SIGUIENTE Y EN TODO LO NO PREVISTO POR ESTE, SE ESTARÁ A LO DISPUESTO POR LA LEY GENERAL DE SOCIEDADES – LEY 26887 – QUE EN ADELANTE SE LE DENOMINARA LA “LEY”.

ESTATUTO

ARTICULO 1.- DENOMINACION-DURACION-DOMICILIO: LA SOCIEDAD SE DENOMINA: MIMARKET LISTO SOCIEDAD ANONIMA CERRADA.

TIENE UNA DURACION INDETERMINADA, INICIA SUS OPERACIONES EN LA FECHA DE ESTE PACTO Y ADQUIERE PERSONALIDAD JURIDICA DESDE SU INSCRIPCION EN EL REGISTRO DE PERSONAS JURIDICAS

SU DOMICILIO ES EN.....EN LA PROVINCIA....., DISTRITO DE.....

ARTICULO 2.- OBJETO SOCIAL: LA SOCIEDAD TIENE POR OBJETO DEDICARSE A:SE ENTIENDEN INCLUIDOS EN EL OBJETO SOCIAL LOS ACTOS RELACIONADOS CON EL MISMO QUE COADYUVEN A LA REALIZACION DE SUS FINES. PARA CUMPLIR DICHO OBJETO, PODRA REALIZAR TODOS AQUELLOS ACTOS Y CONTRATOS QUE SEAN LICITOS, SIN RESTRICCION ALGUNA.

ARTÍCULO 3.- CAPITAL SOCIAL: EL MONTO DEL CAPITAL DE LA SOCIEDAD ES DEREPRESENTADO POR.....ACCIONES NOMINATIVAS DE UN VALOR NOMINAL DE.....CADA UNA.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO.

ARTICULO 4.- TRANSFERENCIA Y ADQUISICION DE ACCIONES: LOS OTORGANTES ACUERDAN SUPRIMIR EL DERECHO DE PREFERENCIA PARA LA ADQUISICION DE ACCIONES, CONFORME A LO PREVISTO EN EL ULTIMO PARRAFO DEL ARTICULO 237º DE LA "LEY".

ARTICULO 5.- ORGANOS DE LA SOCIEDAD: LA SOCIEDAD QUE SE CONSTITUYE TIENE LOS SIGUIENTES ÓRGANOS:

LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS; Y LA GERENCIA. **LA SOCIEDAD NO TENDRÁ DIRECTORIO.**

ARTICULO 6.- JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS: LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS ES EL ORGANO SUPREMO DE LA SOCIEDAD. LOS ACCIONISTAS CONSTITUIDOS EN JUNTA GENERAL DEBIDAMENTE CONVOCADA, Y CON EL QUORUM CORRESPONDIENTE, DECIDEN POR LA MAYORIA QUE ESTABLECE LA "LEY" LOS ASUNTOS PROPIOS DE SU COMPETENCIA. TODOS LOS ACCIONISTAS INCLUSO LOS DISIDENTES Y LOS QUE NO HUBIERAN PARTICIPADO EN LA REUNION, ESTAN SOMETIDOS A LOS ACUERDOS ADOPTADOS POR LA JUNTA GENERAL.

LA CONVOCATORIA A JUNTA DE ACCIONISTAS SE SUJETA A LO DISPUESTO EN EL ART. 245º DE LA "LEY".

EL ACCIONISTA PODRA HACERSE REPRESENTAR EN LAS REUNIONES DE JUNTA GENERAL POR MEDIO DE OTRO ACCIONISTA, SU CONYUGE, O ASCENDIENTE O DESCENDIENTE EN PRIMER GRADO, PUDIENDO EXTENDERSE LA REPRESENTACION A OTRAS PERSONAS.

ARTICULO 7.- JUNTAS NO PRESENCIALES: LA CELEBRACION DE JUNTAS NO PRESENCIALES SE SUJETA A LO DISPUESTO POR EL ARTICULO 246º DE LA "LEY".

ARTICULO 8.- LA GERENCIA: NO HABIENDO DIRECTORIO, TODAS LAS FUNCIONES ESTABLECIDAS EN LA "LEY" PARA ESTE ORGANO SOCIETARIO SERAN EJERCIDAS POR EL GERENTE GENERAL.

LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS PUEDE DESIGNAR UNO O MÁS GERENTES SUS FACULTADES REMOCION Y RESPONSABILIDADES SE SUJETAN A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 185º AL 197 DE LA "LEY".

EL GERENTE GENERAL ESTA FACULTADO PARA LA EJECUCION DE TODO ACTO Y/O CONTRATO CORRESPONDIENTES AL OBJETO DE LA SOCIEDAD, PUDIENDO ASIMISMO REALIZAR LOS SIGUIENTES ACTOS:

- A. DIRIGIR LAS OPERACIONES COMERCIALES Y ADMINISTRATIVAS.
- B. REPRESENTAR A LA SOCIEDAD ANTE TODA CLASE DE AUTORIDADES. EN LO JUDICIAL GOZARA DE LAS FACULTADES SENALADAS EN LOS ARTICULOS 74, 75, 77 Y 436 DEL CODIGO PROCESAL CIVIL, ASI COMO LA FACULTAD DE REPRESENTACION PREVISTA EN EL ARTICULO 10 DE LA LEY 26636 Y DEMAS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS; TENIENDO EN TODOS LOS CASOS FACULTAD DE DELEGACION O SUSTITUCION. ADEMAS, PODRA CELEBRAR CONCILIACION EXTRAJUDICIAL, PUDIENDO SUSCRIBIR EL ACTA CONCILIATORIA, GOZANDO DE LAS FACULTADES SENALADAS EN LAS DISPOSICIONES LEGALES QUE LO REGULAN. ADEMAS PODRA CONSTITUIR Y REPRESENTAR A LAS ASOCIACIONES QUE CREA CONVENIENTE Y DEMAS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS.
- C. ABRIR, TRANSFERIR, CERRAR Y ENCARGARSE DEL MOVIMIENTO DE TODO TIPO DE CUENTA BANCARIA; GIRAR, COBRAR, RENOVAR, ENDOSAR, DESCONTAR Y PROTESTAR, ACEPTAR Y REACEPTAR CHEQUES, LETRAS DE CAMBIO, PAGARES, CONOCIMIENTO DE EMBARQUE, CARTA DE PORTE, POLIZAS, CARTAS FIANZAS Y CUALQUIER CLASE DE TITULOS VALORES, DOCUMENTOS MERCANTILES Y CIVILES; OTORGAR RECIBOS CANCELACIONES, SOBREGIRARSE EN CUENTA CORRIENTE CON GARANTIA O SIN ELLA, SOLICITAR TODA CLASE DE PRESTAMOS CON GARANTIA HIPOTECARIA,
- D. ADQUIRIR Y TRANSFERIR BAJO CUALQUIER TITULO; COMPRAR, VENDER, ARRENDAR, DONAR, DAR EN COMODATO, ADJUDICAR Y GRAVAR LOS BIENES DE LA SOCIEDAD SEAN MUEBLES O INMUEBLES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS YA SEAN PRIVADOS O PUBLICOS. EN GENERAL PODRA CONSTITUIR GARANTIA HIPOTECARIA, MOBILIARIA Y DE CUALQUIER FORMA. PODRA CELEBRAR TODA CLASE DE CONTRATOS NOMINADOS E INNOMINADOS, INCLUSIVE LOS DE LEASING O ARRENDAMIENTO FINANCIERO, LEASE BACK, FACTORY Y/O UNDERWRITING, CONSORCIO, ASOCIACION EN PARTICIPACION Y CUALQUIER OTRO CONTRATO DE COLABORACION EMPRESARIAL, VINCULADOS CON EL OBJETO SOCIAL. ADEMAS PODRA SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE Y SUSCRIBIR LOS RESPECTIVOS CONVENIOS ARBITRALES.

- E. SOLICITAR, ADQUIRIR, TRANSFERIR REGISTROS DE PATENTE, MARCAS, NOMBRES COMERCIALES CONFORME A LEY, SUSCRIBIENDO CUALQUIER CLASE DE DOCUMENTOS VINCULADOS A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL O INTELECTUAL.
- F. PARTICIPAR EN LICITACIONES, CONCURSOS PUBLICOS Y/O ADJUDICACIONES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS, QUE CONLLEVE A LA REALIZACION DEL OBJETO SOCIAL.

EL GERENTE GENERAL PODRA REALIZAR TODOS LOS ACTOS NECESARIOS PARA LA ADMINISTRACION DE LA SOCIEDAD, SALVO LAS FACULTADES RESERVADAS A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.

ARTICULO 9.- MODIFICACION DEL ESTATUTO, AUMENTO Y REDUCCION DEL CAPITAL: LA MODIFICACION DEL PACTO SOCIAL, SE RIGE POR LOS ARTICULOS 198 Y 199 DE LA "LEY", ASI COMO EL AUMENTO Y REDUCCION DEL CAPITAL SOCIAL, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 201 AL 206 Y 215 AL 220, RESPECTIVAMENTE DE LA "LEY".

ARTICULO 10.- ESTADOS FINANCIEROS Y APLICACION DE UTILIDADES: SE RIGE POR LO DISPUESTO EN LOS ARTICULOS 40, 221 AL 233 DE LA "LEY".

ARTICULO 11.- DISOLUCION, LIQUIDACION Y EXTINCION: EN CUANTO A LA DISOLUCION, LIQUIDACION Y EXTINCION DE LA SOCIEDAD, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 407, 409, 410, 412, 413 A 422 DE LA "LEY".

CUARTO.- QUEDA DESIGNADO COMO GERENTE GENERAL:.....CON D.N.I. N°....., CON DOMICILIO EN:....., DISTRITO DE....., PROVINCIA DE....., DEPARTAMENTO DE.....

LIMA, 30 DE JULIO DE 2021

ANEXO N° 03: Solicitud de registro de marca

	PERÚ	Presidencia del Consejo de Ministros	INDECOPI
DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS			
SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA DE PRODUCTO / SERVICIO Y/O MULTICLASE			
1. DATOS DEL SOLICITANTE		<input type="checkbox"/> N° de Solicitantes (En caso de ser más de 1 solicitante llenar el anexo A por cada solicitante adicional)	
<input type="checkbox"/> PERSONA NATURAL		<input type="checkbox"/> PERSONA JURÍDICA	
Tipo de empresa (*) (marque de corresponder): <input type="checkbox"/> Micro <input type="checkbox"/> Pequeña <input type="checkbox"/> Mediana <input type="checkbox"/> Otra: _____			
Nombre o Denominación / Razón Social (conforme aparece en su documento de identidad o de constitución)			
Nacionalidad / País de Constitución:		Documento de Identidad (marcar y llenar según corresponda: Persona Natural: DNI <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> / Persona Jurídica RUC <input type="checkbox"/>)	
Representante Legal (Llenado <u>obligatorio</u> en caso de ser Persona Jurídica):			
Domicilio para envío de notificaciones en el Perú			
Dirección:			
Distrito:		Provincia:	Departamento:
Referencias de domicilio:			
Correo electrónico		Número de teléfono fijo	
Casilla electrónica (previa suscripción de contrato con Indecopi)		Número de teléfono celular	
<input type="checkbox"/> Se adjunta documentación que acredita representación. <input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación ha sido presentado en el expediente N°: <small>(Este expediente no debe tener una antigüedad mayor de 05 años, conforme a lo establecido en el artículo 40 de la Ley N° 27444)</small>			
2. DATOS RELATIVOS AL SIGNO DISTINTIVO A REGISTRAR			
2.1. Tipo de Signo: <input type="checkbox"/> Denominativa <input type="checkbox"/> Denominativa con grafía <input type="checkbox"/> Mixta <input type="checkbox"/> Tridimensional <input type="checkbox"/> Figurativa <input type="checkbox"/> Otros: _____	2.2. Indicación del Signo (de ser solo denominativo)	2.3. Reproducción del Signo <div style="border: 2px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> PEGAR REPRODUCCIÓN DE LA MARCA DENOMINATIVA CON GRAFÍA, MIXTA, FIGURATIVA O TRIDIMENSIONAL </div> <small>Se sugiere enviar <u>copia fiel del mismo logotipo</u> al correo: logos-dsd@indecopi.gob.pe. (formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles) Se considerarán los colores que se aprecian en la reproducción adjunta, salvo comunicación en contrario en cada expediente.</small>	
2.4. Precise si desea proteger el color o colores como parte de la Marca: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> (en caso de NO MARCAR alguna opción, se protegerán los colores que aparecen en la reproducción adjuntada)			
<small>(*) De acuerdo con el D.S. 013-2013-PRODUCE será considerada como micro empresa, aquella que tenga ventas anuales no mayores a 150 U.I.T.; pequeña empresa, aquella que tenga ventas anuales no menores a 150 U.I.T. ni mayores a 1700 U.I.T.; y mediana empresa, aquella que tenga ventas anuales no menores a 1700 U.I.T. ni mayores a 2300 U.I.T.</small>			

ANEXO N° 04: Solicitud de licencia de funcionamiento

ANEXO 04		N° de expediente:	
	FORMATO DE DECLARACIÓN JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	Página 1 de 2	Fecha de recepción:
	L.F.V. N° 2003 - Ley Marco de Licencia de Funcionamiento y Modificaciones Versión 02	N° de recibos de pago:	Fecha de pago:
VER INSTRUCCIONES PARA EL USUARIO (Página 2)			
(SELECCIONE EL TÍTULO DEL ÍTEM) (marcar más de una alternativa si corresponde)			
<p style="text-align: center; font-size: x-small;">Alcance de funcionamiento</p> <p><input type="checkbox"/> Indeterminada <input type="checkbox"/> Temporal Indicar el plazo: _____</p> <p><input type="checkbox"/> Licencia de funcionamiento más autorización de apertura pública Tipo de apertura (especificar): _____</p> <p><input type="checkbox"/> Licencia para venderse</p> <p><input type="checkbox"/> Licencia para servicios de salud, galerías comerciales y centros comerciales</p>	<p style="text-align: center; font-size: x-small;">Cambios o modificaciones</p> <p><input type="checkbox"/> Cambio de denominación o nombre comercial de la persona jurídica (Solo completar unidades I, II y III) N° de licencia de funcionamiento: _____ Indicar nueva denominación o nombre comercial: _____</p> <p><input type="checkbox"/> Cambiamento de licencia de funcionamiento (Solo completar unidades I, II, III y adjuntar copia simple de licencia de funcionamiento) N° de licencia de funcionamiento: _____</p>	<p style="text-align: center; font-size: x-small;">Otras</p> <p><input type="checkbox"/> Licencia autorizada (Solo completar unidades I, II y III) N° de licencia de funcionamiento: _____</p> <p><input type="checkbox"/> Otras (especificar): _____</p>	
II DATOS DEL SOLICITANTE			
Apellidos y Nombres / Sexo (masculino)			
N° DNI/ N° C.E.	N° RUC	N° Teléfono	Carné profesional
Dirección			
Av./Cr./Ca./Pta./Otros	N°/Int./Alta./Otros	Circ./Dist./M.P./Otros	Distrito y Provincia
III DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO			
Apellidos y Nombres		N° DNI/ N° C.E.	N° de partida electoral y centro de inscripción (LUBISA) (de corresponder)
IV DATOS DEL ESTABLECIMIENTO			
Nombre comercial			
Código-DIG N°	Dirección N°	Instancia	Especialidad
Dirección			
Av./Cr./Ca./Pta./Otros	N°/Int./Alta./Otros	Circ./Dist./M.P./Otros	Provincia
Autorización Municipal (de corresponder)			
Entidad que otorga autorización	Denominación de la autorización municipal	Fecha de autorización	Número de autorización
Área total edificable (m ²)		Categoría de edificación	

* Esta información es llevada por el representante de la municipalidad.

	FORMATO DE DECLARACIÓN JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO <small>LEY Nº 20076 - Ley Marco de Gestión de Funcionamiento y Modificaciones Artículo 27</small>	Nº de expediente:	
		Página: 2 de 2	Fecha de recepción:
		Nº de recibos de pago:	
		Fecha de pago:	

I. DECLARACIÓN JURADA			
Declaro (X) (CONTRAPONER) (MARCAR CON X)			
Cuento con poder suficiente vigente para actuar como representante legal de la persona jurídica solicitante (alternativamente, de la persona natural que representa).	<input type="checkbox"/>		
El establecimiento cumple con las condiciones de seguridad en edificaciones y cumplimiento a la inspección técnica que corresponde en función al riesgo, de conformidad con la legislación aplicable.	<input type="checkbox"/>		
El establecimiento cumple con la dotación reglamentaria de estacionamientos, de acuerdo con lo previsto en la ley.	<input type="checkbox"/>		
Cuento con título profesional vigente y estoy habilitado por el colegio profesional correspondiente (en el caso de servicios relacionados con la salud).	<input type="checkbox"/>		
Pongo conocimiento de que la presente Declaración Jurada y documentación aquí sujeta a la fiscalización posterior. En caso de haber proporcionado información, documentos, formatos o datos falsos que no corresponden a la realidad, se me aplicarán las sanciones administrativas y penales correspondientes, desvirtuando la realidad o veracidad de la licencia o autorización otorgada. Asimismo, involucro las facilidades necesarias para los controles de control de la autoridad municipal competente.			
Observaciones o comentarios del solicitante:			
Fecha: _____ <div style="text-align: center;"> _____ Firma del solicitante/ Representante legal/ Apoderado DNI: _____ Nombres y apellidos: _____ </div>			
II. CALIFICACIÓN DEL NIVEL DE RIESGO (Por ser llenada por el calificador designado de la municipalidad) *			
<input type="checkbox"/> Riesgo bajo	<input type="checkbox"/> Riesgo medio	<input type="checkbox"/> Riesgo alto	<input type="checkbox"/> Riesgo muy alto
_____ Firma y sello del calificador municipal Nombres y apellidos: _____			

* Esta información debe ser llenada por el calificador designado por la municipalidad, de acuerdo con los artículos 2 y 3 del Manual de Ejecución de Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones.

INSTRUCCIONES PARA SU LLENADO	
Base de datos Se llenan con una "X" en la casilla según la realidad del trámite que solicita, en caso de corresponder puede marcar más de una alternativa. En haber marcado "Cambio de denominación o nombre comercial de la persona jurídica" o "Cese de actividades", solo debe completarse las casillas I, II y III. En haber marcado "Transferencia de licencia de funcionamiento", debe adjuntar una copia simple del contrato de transferencia y solo debe completarse las casillas I, II y III.	
Nota: Si el establecimiento que cuenta con una licencia de funcionamiento y el titular se va a retirar se a realizar alguna de las actividades simuladas y subsecuente establecidas por el Ministerio de la Producción mediante Decreto Supremo Nº 041-2017-PRODAGC, no corresponde utilizar este formato sino el "Formato de Declaración Jurada para informar el desarrollo de actividades simuladas y subsecuente a la licencia de funcionamiento".	
El establecimiento que cuenta con una licencia de funcionamiento, el titular puede realizar actividades de apoyo correspondiente a necesidad de solicitar una modificación, ampliación o nueva licencia de funcionamiento ni realizar ningún trámite adicional.	
Base de datos: En caso de persona natural, consignar los datos personales del solicitante. En caso de persona jurídica, consignar la razón social y el número de RUC.	
Base de datos: En caso de representación de personas naturales, adjuntar copia simple firmada por el representante indicando de manera obligatoria su número de documento de identidad. En caso de representación de personas jurídicas, consignar los datos del representante legal, número de partida electrónica y asiento de inscripción en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP).	
Base de datos: Consignar los datos del establecimiento, el tipo de actividad a desarrollar y la calificación. Los campos correspondientes al "Código CNAE" y "CNAE" son completados por el representante de la municipalidad. Para aquellas actividades que, conforme al D.L. N° 006-2011-PCM, requieren autorización sectorial previa al otorgamiento de la licencia de funcionamiento, consignar los datos de la autorización sectorial. Consignar el área total para la que solicita la licencia de funcionamiento. Consignar en el campo la ubicación exacta del establecimiento.	
Base de datos: De corresponder, marcar con una X.	
Base de datos: Base de datos por el calificador designado de la municipalidad.	

ANEXO N° 05: Declaración jurada de observancia de defensa civil

DECLARACIÓN JURADA

De conformidad a lo dispuesto en la Ley N° 28976 Ley Marco de Marco de Licencia de Funcionamiento Declaro que el establecimiento que conduco cumple con las condiciones de seguridad establecidas en la normatividad de Defensa Civil, estipulado en el D.S. 058-2014 PCM.

DECLARO BAJO JURAMENTO

- Que los datos que proporciono en este documento son verdaderos que actúo de buena fe y que:
 - Conozco las normas legales y administrativas que regulan el procedimiento solicitado.
 - Sé que en caso de establecerse que el documento solicitado hubiese sido obtenido fraudulentamente, se dispondrá la anulación del acto, ordenándose la clausura del establecimiento (si fuese el caso) y se impondrá una multa administrativa sin perjuicio de las acciones civiles y penales a que hubiere lugar considerándose la magnitud del daño potencial o efectivamente generado a la sociedad y/o al Estado.
 - Estoy informado que si los actos que realice en el establecimiento fueran ilícitos o no están debidamente autorizados será pasible de ser denunciado(a) ante el Ministerio Público por el delito cometido, sin el perjuicio de las correspondientes sanciones administrativas a que hubiere lugar.
- Que la obtención del documento solicitado no me exime de la obligación de gestionar y obtener la Declaratoria de Fábrica, Conformidad de Obra, Licencia de Construcción, Certificado de Conformidad Ambiental, permisos y/o autorizaciones específicas o inscripciones en SUNARP que son exigidas por normas sectoriales y otras disposiciones legales colaterales (NRC.D.S. 005-2013-PCM-O.M.-000061-2008).
- Tengo la obligación de tener en el establecimiento, todos los documentos indicados en este formulario, para la verificación y fiscalización posterior por las autoridades municipales ó presentados en caso de verificación previa.
- O.M. N° 000022 que establece Prohibiciones y Sanciones por permitir el acceso a páginas pornográficas a menores de edad en cabinas de Internet.
- O.M. N° 000010 que regula Clausura Definitiva de los Locales que promuevan ó favorezcan la trata de personas, la prostitución clandestina y la explotación de menores de edad.
- En caso de tratarse de restaurantes, Discotecas, bodegas y/o Abarrotes, Video Pub o algún otro giro similar donde se expendan licores, queda prohibido su venta a menores de edad, bajo causal de disponerse la clausura del establecimiento y de imponerse las multas correspondientes.
- En caso de tratarse de bodegas y/o abarroterías u otros giros análogos, la venta de licores (en caso de autorizarse) es únicamente envasados de fábrica para llevar.
- Que, mi establecimiento no está ubicado en área pública ni retro municipal, ni en zonas de estricto uso público, ni causará molestias ni daños a terceros.
- En caso de ser representante legal, declaro que el poder con el que actúo está vigente y es suficiente para asumir todas las responsabilidades y obligaciones que genere este trámite.
- Que adjunto los requisitos exigidos por la ley No. 28976 y el Texto Único de Procedimientos Administrativos - TUPA y que doy poder Legalizado ó Fedatizado a don(ña)
Con documento de identidad No. Domiciliado en
..... Para que realice los trámites correspondientes y recepcione el documento solicitado.

Declaro bajo juramento que los datos consignados expresan la verdad y que tengo conocimiento que cualquier enmendadura o borrón invalida automáticamente el presente documento.

Croquis de Ubicación del predio (Indicar Mz, Lote, Calle)
Avenidas Colindantes del predio

Calleo de del

--	--	--

ANEXO N° 06: Autorización de funcionamiento inicial para prestar servicios de vigilancias privadas.

N°	AUTORIZACION DE FUNCIONAMIENTO INICIAL PARA PRESTAR SERVICIOS DE VIGILANCIA PRIVADA	OBSERVACIONES RECURRENTES
1	Formulario de solicitud firmado por el representante legal de la empresa, indicando Razón Social, Número de RUC., Domicilio legal y medios de comunicación.	El formulario único de trámite (FUT), no cuenta con la firma del representante legal o del representante legal adicional de la empresa.
		La firma que consigna el representante legal o representante legal adicional de la empresa en el formulario único de trámite (FUT), no es similar a la que consta en el Documento Nacional de Identidad (DNI).
		En el Formulario Único de Trámite (FUT), no señaló si brindará el servicio sin armas de fuego o con armas de fuego, en este último caso deberá señalar si será con caja fuerte o con armería.
2	Comprobante de depósito al Banco de la Nación: Rubro Servicios de Seguridad Privada - Código 5371 . Indicando RUC de la empresa.	El pago se realizó indicando otro numero de RUC y no con el de la empresa.
		El pago se realizó por un monto diferente al de S/ 1,494,60 soles
		El pago no se ha realizado al Código 5371
3	Ficha Registral de Constitución de la empresa expedida por SUNARP	La empresa se encuentra inscrita como una EIRL
	Poder vigente del representante legal expedida por SUNARP	La empresa no tiene como objeto social brindar servicios de seguridad o de intermediación laboral
4	Copia del DNI de los accionistas y del representante legal con la constancia de haber sufragado en las últimas elecciones o la dispensa respectiva. Para accionistas extranjeros presentar copia de carné de extranjería con calidad migratoria de independiente.	No presentó declaración jurada en la que señale quienes son socios actuales
		El representante legal, representante legal adicional y accionistas de la empresa poseen multas electorales.

		El representante legal, representante legal adicional o los accionistas extranjeros no presentan el camé de extranjería con calidad migratoria independiente.
5	Carta Fianza con vigencia mínima de cinco (05) años y por cuatro (04) UIT, expedida por entidad controlada por la Superintendencia de Banca Seguros y Administradoras de Fondos de Pensiones, a favor del Ministerio del Interior - DICSCAMEC, solidaria e irrevocable, incondicionada y de ejecución inmediata, con el siguiente tenor "En garantía de fiel cumplimiento de las obligaciones contenidas en la Ley de Servicios de Seguridad Privada y su Reglamento, que han sido asumidas por la empresa".	<p>La carta fianza no cuenta con vigencia mínima de cinco (05) años.</p> <p>La carta fianza no fue emitida por el monto de cuatro (04) UIT del 2017 (S/. 16,200,00 soles)</p> <p>La carta fianza no fue expedida por una entidad controlada por la SBS</p> <p>La carta fianza no fue emitida a favor de la SUCAMEC</p> <p>La carta fianza no cuenta con el tenor "En garantía de fiel cumplimiento de las obligaciones contenidas en la Ley de Servicios de Seguridad Privada y su Reglamento, que han sido asumidas por la empresa"</p>
6	Declaración Jurada de los Accionistas y/o socios, miembros del directorio o quienes asuman la responsabilidad de la empresa o de sus representantes legales, de no registrar antecedentes penales y judiciales por delitos y faltas contra el patrimonio.	De la revisión de los sistemas de MSIAP e INPE, se advierte que la persona que asume la responsabilidad de la empresa o el representante legal o el representante legal adicional de la empresa posee antecedentes penales y judiciales por delitos y faltas contra el patrimonio.
7	Copia de la Licencia Municipal de Funcionamiento indeterminada (no temporal) del local principal donde operará la empresa, indicando la actividad en la que se desarrollará.	<p>La copia de la Licencia Municipal de Funcionamiento no se encuentra legible</p> <p>No adjunta la Licencia Municipal de Funcionamiento o adjunta otro documento que no es el solicitado por el TUPA.</p> <p>La Licencia Municipal de Funcionamiento es determinada.</p> <p>La Licencia Municipal de Funcionamiento no establece como giro prestar actividades de seguridad</p> <p>La Licencia Municipal de Funcionamiento consigna una dirección diferente a la establecida en el Acta de Verificación.</p> <p>La Licencia Municipal de Funcionamiento prohíbe tener armería en dicho local.</p>

ANEXO N° 07: Modelo de contrato por inicio de lanzamiento de nueva actividad

Conste por el presente documento el Contrato de Trabajo a plazo fijo bajo la modalidad de “Contrato por inicio o incremento de actividad” que celebran al amparo del Art. 57º de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97-TR y normas complementarias, de una parte....., con R.U.C. N°y domicilio fiscal....., debidamente representada.....con D.N.I....., a quien en adelante se le denominará simplemente EL EMPLEADOR; y de la otra parte.....; con D.N.I....., domiciliado ena quien en adelante se le denominará simplemente EL TRABAJADOR; en los términos y condiciones siguientes:

PRIMERO: EL EMPLEADOR requiere cubrir las necesidades administrativas de la empresa.

SEGUNDO: Por el presente documento EL EMPLEADOR contrata a plazo fijo bajo la modalidad ya indicada, los servicios de EL TRABAJADOR quien desempeñará el cargo de asistente administrativo, en relación con las causas objetivas señaladas en la cláusula anterior. TERCERO: El plazo de duración del presente contrato es de....., y rige desde.....fecha en que debe empezar sus labores EL TRABAJADOR hasta el....., fecha en que termina el contrato.

CUARTO: EL TRABAJADOR estará sujeto a un período de prueba de tres meses, la misma que inicia.....y concluye el.....

QUINTO: EL TRABAJADOR cumplirá el horario de trabajo siguiente: De lunes a viernes de.....horas a.....horas.

SEXTO: EL TRABAJADOR deberá cumplir con las normas propias del Centro de Trabajo, así como las contenidas en el Reglamento interno de Trabajo (en caso cuente con uno debidamente registrado ante la AAT) y en las demás normas laborales, y las que se impartan por necesidades del servicio en ejercicio de las facultades de administración de la empresa, de conformidad con el Art. 9º

de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97-TR.

SÉPTIMO: EL EMPLEADOR abonará al TRABAJADOR la cantidad de S/.....como remuneración mensual, de la cual se deducirá las aportaciones y descuentos por tributos establecidos en la ley que le resulten de aplicación.

OCTAVO: Queda entendido que EL EMPLEADOR no está obligado a dar aviso alguno adicional referente al término del presente contrato, operando su extinción en la fecha de su vencimiento conforme la cláusula tercera, oportunidad en la cual se abonara al TRABAJADOR los beneficios sociales que le pudieran corresponder de acuerdo a ley.

NOVENO: Este contrato queda sujeto a las disposiciones que contiene el TUO del D. Leg. N° 728 aprobado por D. S. N° 003-97-TR Ley de Productividad y Competitividad Laboral, y demás normas legales que lo regulen o que sean dictadas durante la vigencia del contrato.

Como muestra de conformidad con todas las cláusulas del presente contrato firman las partes, por triplicado a los días.....del mes de.....del año.....

.....

EL EMPLEADOR

.....

EL TRABAJADOR

**ANEXO N° 08: Contrato de trabajo a plazo fijo bajo la modalidad de
“contrato intermitente”**

Conste por el presente documento el Contrato de Trabajo a plazo fijo bajo la modalidad de “Contrato intermitente”, que celebran al amparo del Art. 64° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97TR y normas complementarias, de una parte....., con R.U.C. N° y domicilio fiscal en....., debidamente representada por la, con D.N.I. N°....., a quien en adelante se le denominará simplemente EL EMPLEADOR; y de la otra parte....., con D.N.I. N°....., domiciliado en....., a quien en adelante se le denominará simplemente EL TRABAJADOR; en los términos y condiciones siguientes:

PRIMERO: EL EMPLEADOR requiere cubrir las necesidades contables de la empresa.

SEGUNDO: Por el presente documento EL EMPLEADOR, contrata a plazo fijo bajo la modalidad ya indicada, los servicios de EL TRABAJADOR que desempeñará el cargo de Contador, en relación con el objeto señalado cláusula anterior.

TERCERO: El presente contrato tiene un plazo de duración de.....mes, el mismo que regirá a partir del.....fecha en que EL TRABAJADOR debe empezar sus labores, hasta el....., fecha en que termina el contrato.

CUARTO: Dada la naturaleza de la contratación y en aplicación del art. 65° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 00397-TR, el EMPLEADOR requerirá de los servicios de EL TRABAJADOR y para el mismo fin durante 01 mes

QUINTO: EL TRABAJADOR cumplirá el horario de trabajo siguiente: El último día lunes del mes de.....horas a.....horas.

SEXTO: EL TRABAJADOR deberá cumplir las normas propias del Centro de Trabajo, así como las contenidas en el Reglamento Interno de Trabajo (en caso cuente con uno debidamente registrado ante la AAT) y en las demás normas

laborales, y las que se impartan por necesidades del servicio en ejercicio de las facultades de administración de la empresa, de conformidad con el Art.9º de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S .Nº 003-97TR.

SÉPTIMO: EL EMPLEADOR abonará al TRABAJADOR la cantidad de..... como remuneración mensual.

OCTAVO: Queda entendido que EL EMPLEADOR no está obligado a dar aviso alguno adicional referente al término del presente contrato, operando su extinción en la fecha de su vencimiento conforme la cláusula tercera, oportunidad en la cual se abonará al TRABAJADOR los beneficios sociales que le pudieran corresponder de acuerdo a ley.

NOVENO: Este contrato queda sujeto a las disposiciones que contiene el TUO del D. Leg. Nº 789 aprobado por D. S. Nº 003-97-TR Ley de Productividad y Competitividad Laboral, y demás normas legales que lo regulen o que sean dictadas durante la vigencia del contrato.

Conforme con todas las cláusulas, las partes firman el presente contrato, por triplicado a los.....días del mes de.....del año 2021

.....
EL EMPLEADOR

.....
EL TRABAJADOR