



UNIVERSIDAD CONTINENTAL  
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

**SERVICIO DE ALQUILER DE NOVIAS  
ENFOCADO EN SOLUCIONAR LOS  
PROBLEMAS SOCIALES DE LOS JÓVENES  
CON IMPACTO SOCIAL POSITIVO EN EL  
DISTRITO DE HUANCAYO**

Autores:

Cardenas Acosta Humberto Diego

Cuicapuza Curipaco David

Inga Espinoza Marcos Victor Hugo

Paucar Huaman Isaac Isaias

Rivas Lazo Diego Sammy

Docente: Alvarez Huaman José Antonio

Curso: Iniciativa Empresarial

Sección: 11235

Huancayo, Octubre 2019

## Tabla de contenido

Lista de tablas.....	vi
Lista de ilustraciones.....	vii
Resumen.....	ix
Abstract.....	ix
1. Aspectos Generales.....	1
1.1. Título del plan de Iniciativa Empresarial.....	1
1.2. Descripción de la idea de negocio.....	1
1.2.1. Problema.....	1
1.2.2. Solución del problema.....	2
1.2.3. Datos del mercado.....	2
1.2.4. Descripción de la idea de negocio de acuerdo al problema.....	3
1.2.5. Impacto social positivo.....	3
1.3. Características innovadoras y creativas del producto.....	3
2. Estudio del mercado.....	5
2.1. Análisis de la oferta.....	5
2.1.1. Características comparativas de la competencia.....	5
2.2. Análisis de la demanda.....	6
2.2.1. La segmentación.....	6
2.2.2. Ficha técnica estadística.....	8
2.2.3. La encuesta.....	9
2.2.4. Resultados de las encuestas u otros resultados.....	10
2.2.5. Determinación de los mercados.....	11
2.2.6. Determinación de la demanda.....	11
2.2.7. Proyección de las ventas a 5 años.....	12
2.3. Análisis de la comercialización.....	12

2.3.1.	Estrategias genéricas.....	12
2.3.2.	Marketing mix.....	12
2.3.3.	Ciclo de vida estratégico del negocio.....	16
3.	Estudio técnico operativo.....	17
3.1.	Ficha técnica del producto.....	17
3.2.	Proceso del servicio.....	18
3.3.	Localización.....	19
3.3.1.	Macro localización.....	19
3.3.2.	Micro localización.....	20
3.4.	Tamaño de planta.....	21
3.5.	Distribución de planta.....	21
3.6.	Requerimientos.....	22
3.6.1.	Requerimientos de RRHH.....	22
3.6.2.	Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y herramientas.....	23
4.	Estudio administrativo legal/Organizacional.....	24
4.1.	Filosofía empresarial.....	24
4.1.1.	Visión.....	24
4.1.2.	Misión.....	24
4.1.3.	Valores.....	24
4.1.4.	Objetivos.....	24
4.2.	Tipo de empresa.....	24
4.2.1.	Empresa según la constitución legal.....	24
4.2.2.	Empresa según el tamaño.....	25
4.2.3.	Empresa según el sector.....	25
4.2.4.	Empresa según el origen del capital.....	25
4.3.	Proceso de formalización.....	25
4.3.1.	Formalización registral.....	25

4.3.2.	Formalización tributaria.....	26
4.3.3.	Formalización laboral.....	27
4.3.4.	Formalización municipal.....	28
4.4.	Presupuesto de formalización.....	29
4.5.	Estructura organizacional.....	29
5.	Estudio económico.....	31
5.1.	Cuadro de inversión inicial.....	31
5.1.1.	Interpretación del cuadro de inversión inicial.....	32
5.2.	Depreciación – Amortización.....	32
5.2.1.	Interpretación de la Depreciación – Amortización.....	32
5.3.	Costos fijos y variable por mes y año.....	33
5.3.1.	Interpretación de los costos fijos y variables por mes y años.....	34
5.4.	Proyección de ventas, mes y año.....	34
5.4.1.	Interpretación de proyección de ventas, mes y año.....	35
5.5.	Punto de equilibrio.....	35
5.5.1.	Interpretación del punto de equilibrio.....	35
5.6.	Flujo de caja económica.....	35
5.6.1.	Interpretación del flujo de caja económica.....	36
5.7.	Indicadores de rentabilidad.....	36
5.7.1.	Vane y su interpretación.....	36
5.7.2.	Tire y su interpretación.....	36
5.7.3.	Beneficios/Costos y su interpretación.....	36
5.7.4.	Periodo de recupero y su interpretación.....	36
6.	Análisis del impacto social positivo del plan de iniciativa empresarial.....	38
6.1.	Matriz del impacto social positivo del plan de iniciativa empresarial.....	38
6.2.	Interpretación.....	39
7.	Conclusiones.....	40

8. Sugerencias.....	41
9. Anexos.....	42
9.1. Anexo 1.....	42
9.2. Anexo 2.....	43
10. Referencias bibliográficas .....	44

## Lista de tablas

Tabla 1. Tabla comparativa de la competencia, con información extraída de las experiencias personales de algunos integrantes del grupo (*) y Tinder (2019) (**). .....	5
Tabla 2. Tabla de localización del Distrito de Huancayo, información obtenida de la Municipalidad Provincial de Huancayo (s.f.).....	6
Tabla 3. Tabla de cantidad de varones en el distrito de Huancayo, referente a su condición conyuga, INEI (2017).....	7
Tabla 4. Ficha técnica de segmentación.....	8
Tabla 5. Cuadro de demanda proyectada. ....	12
Tabla 6. Ciclo de vida estratégico del negocio.....	16
Tabla 7. Ficha técnica de un servicio. ....	17
Tabla 8. Tabla de descripción de áreas de la sucursal.....	21
Tabla 9. Tabla de áreas de la sucursal.....	21
Tabla 10. Tabla de requerimientos de RRHH. ....	22
Tabla 11. Tabla de requerimientos de maquinarias, equipos, muebles y herramientas. ....	23
Tabla 12. Tabla de presupuesto de formalización.....	29
Tabla 13. Cuadro de inversión inicial. ....	31
Tabla 14. Tabla de Depreciación.....	32
Tabla 15. Tabla de Amortización.....	32
Tabla 16. Tabla de gastos fijos.....	33
Tabla 17. Cantidad de usos de la aplicación por mes de acuerdo a la demanda. ....	33
Tabla 18. Total de horas del total de novias por mes. ....	33
Tabla 19. Tabla de gastos variables. ....	34
Tabla 20. Tabla de proyección. ....	34
Tabla 21. Tabla de punto de equilibrio. ....	35
Tabla 22. Tabla de flojo de caja económica.....	35
Tabla 23. Tabla de indicadores económicos. ....	36
Tabla 24. Tabla de periodo de recupero. ....	37

## Lista de ilustraciones

Ilustración 1. Fragmento una película en donde se contempla una interacción interpersonal del personaje icónico Mark Zuckerberg, extraída de Fincher (2010). .....	1
Ilustración 2. Todo el mundo quiere guardar las apariencias en Japón, imagen extraída del diario La Prensa, Hermosín (2017).....	2
Ilustración 3. Captura de un vídeo en donde se puede ver el proceso de selección de novias en Japón, por Asian Boss Español (2019).....	3
Ilustración 4. El SCAMPER es una técnica de braintorming creada por Bob Eberlee, información proporcionada por Alemany et al. (2013).....	4
Ilustración 5. Mapa del distrito de Huancayo, obtenido de Google Maps (s.f.). .....	6
Ilustración 6. Gráfico pastel de los resultados de la encuesta .....	10
Ilustración 7. Gráfico pastel de los resultados de la encuesta. ....	10
Ilustración 8. Gráfico pastel de los resultados de la encuesta. ....	10
Ilustración 9. Gráfico pastel de los resultados de la encuesta .....	11
Ilustración 10. Gráfico pastel de los resultados de la encuesta. ....	11
Ilustración 11. Disposición de la aplicación.....	13
Ilustración 12. Isotipo.....	14
Ilustración 13. Logotipo. ....	14
Ilustración 14. Imagotipo. ....	14
Ilustración 15. Flujograma del proceso de servicio.....	18
Ilustración 16. Mapa de macro localización de la provincia de Huancayo, obtenido de la municipalidad de Huancayo (s.f.). ....	19
Ilustración 17. Fotografía del centro comercial Real Plaza. ....	19
Ilustración 18. Mapa de micro localización, obtenido de Google Maps (s.f.). ....	20
Ilustración 19. Frontis de la sucursal empresarial. ....	20
Ilustración 20. Página principal de la SID Sunarp, obtenida de Sunarp (s.f.).....	26
Ilustración 21. Proceso de solicitud, obtenida de Sunarp (s.f.). ....	26
Ilustración 22. Ficha de la declaración mensual de IGV-Renta, rescatado de la Sunat (s.f.). .	27
Ilustración 23. Los pasos para hacer una formalización laboral apropiada están en la siguiente página, extraído de Mi pequeña empresa (s.f.). ....	27
Ilustración 24. Organigrama de la empresa.....	29
Ilustración 25: Grafico pastel de interpretación del cuadro de inversión inicial.....	32

Ilustración 26. Gráfico pastel de interpretación de los costos fijos y variables por mes y años  
..... 34

## **Resumen**

El presente trabajo está enfocado en la creación, consolidación, formalización y proyección de una empresa. En el caso nuestro es una empresa que brinda servicios denominado: “Servicio de alquiler de novias enfocado en solucionar los problemas sociales de los jóvenes con impacto social positivo en el distrito de Huancayo.” Gracias a lo especificado, ahora tenemos las capacidades técnicas necesarias para formar un futuro proyecto de empresa. Primero se abordó el estudio de mercado en donde se calculó una demanda de aproximadamente 57072 usos de la aplicación por año. Para posteriormente analizar el Análisis de la comercialización en donde determinamos nuestras estrategias genéricas. Luego se realizó el estudio técnico operativo en donde establecimos una ficha técnica del producto, la localización y las distribuciones de planta. Después se hizo el estudio administrativo/legal/organizacional, en donde se estableció la filosofía empresarial y el proceso de formalización, en el caso de nuestra empresa, se determinó que va a ser una sociedad anónima cerrada (S.A.C). Posteriormente se hizo el estudio económico técnico económico en donde se pudo saber que la empresa es rentable. Finalmente, el análisis del impacto social positivo del plan de iniciativa empresarial.

## **Abstract**

The present work is focused on the creation, consolidation, formalization and projection of a company. In our case, it is a company that provides services called: “Bridal rental service focused on solving the social problems of young people with a positive social impact in the district of Huancayo.” Thanks to what is specified, we now have the technical capabilities necessary to form a future company project. First, the market study was approached where a demand of approximately 57072 uses of the application per year was calculated. To subsequently analyze the Marketing Analysis where we determine our generic strategies. Then the operational technical study was carried out where we established a technical data sheet of the product, the location and the plant distributions. Then the administrative / legal / organizational study was carried out, where the business philosophy and the formalization process were established, in the case of our company, it was determined that it will be a closed limited company (S.A.C). Subsequently, the economic technical economic study was carried out where it was known that the company is profitable. Finally, the analysis of the positive social impact of the business initiative plan.

## 1. Aspectos Generales

### 1.1. Título del plan de Iniciativa Empresarial

Servicio de alquiler de novias enfocado en solucionar los problemas sociales de los jóvenes con impacto social positivo en el distrito de Huancayo.

### 1.2. Descripción de la idea de negocio

#### 1.2.1. Problema.

Nuestra empresa de servicios abordará un problema común de la sociedad peruana, y, naturalmente, de la sociedad mundial en general. Este problema es el aislamiento por parte de los jóvenes en el distrito de Huancayo, debido a que, “En la actualidad, los marcados cambios estructurales, sociales y culturales, han modificado las formas básicas en que las personas establecen sus contactos interpersonales.” (Tapia, Fiorentino, & Correché, 2003, p. 164). Lo cual indica que en la actualidad los jóvenes se relacionan en mayor medida mediante redes sociales, lo que conlleva a que los jóvenes tengan menos interacciones interpersonales directas.

Padilla y Ortega (2017) refiere que en estudiantes universitarios un 55.6% de estudiantes con un nivel bajo de adicción a las redes sociales presentan un nivel de sintomatología depresiva mínima, adicionalmente un 38.3% de los encuestados con un nivel muy alto de adicción a las redes sociales presentan un nivel severo de sintomatología depresiva.



Ilustración 1. Fragmento una película en donde se contempla una interacción interpersonal del personaje icónico Mark Zuckerberg, extraída de Fincher (2010).

### 1.2.2. Solución del problema.

De acuerdo a la problemática expuesta anteriormente, se ha planteado un servicio que ayude a los jóvenes con sintomatología depresiva mínima o severa, alquilándoles novias o novios para su recuperación, debido a que, “Las relaciones buenas con otras personas—amigos, compañeros sentimentales, familiares y compañeros de trabajo—son el factor que contribuye de manera más importante a la buena vida psicológica.” (Pérez, 2013, p. 211).

### 1.2.3. Datos del mercado.

En el Perú este tipo de servicios son de características extrañas y lejanas, dado que en el Perú las personas en su mayoría son conservadoras. Pero por el contrario según Asian Boss Español (2019) en Japón es posible alquilar novias, amigos, padres e incluso hijos para asistir a eventos sociales o citas programadas con el objetivo de evitar el sentimiento de soledad o tomarse alguna foto para las redes sociales, además ratifican que el servicio cuenta con una demanda creciente.

Ilustración 2. Todo el mundo quiere guardar las apariencias en Japón, imagen extraída del diario La Prensa, Hermosín (2017).

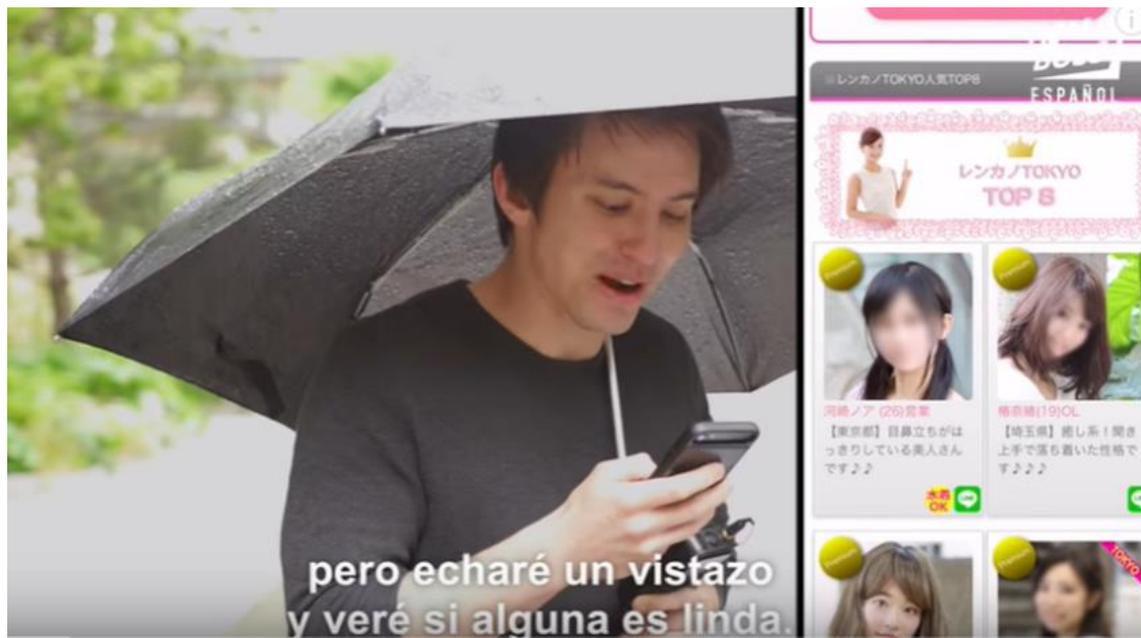


Nuestro servicio resultaría inédito, debido a que es un mercado inexistente en el Perú, recordemos que “Esta particular idea de negocio le surgió hace una década a Yuichi Ishii cuando decidió acompañar a una amiga, madre soltera, y hacerse pasar por su marido durante una entrevista de acceso para una guardería privada de Tokio, donde no aceptaban a niños de familias monoparentales.” (Hermosín, 2017).

#### 1.2.4. Descripción de la idea de negocio de acuerdo al problema.

Se pondrá a disposición de nuestros clientes con sintomatología depresiva y problemas sociales una gran variedad de mujeres y hombres dispuestos a hacer el papel de novia o novio por intervalos de tiempo, permitiendo a nuestros clientes tomar la decisión de salir con cualquiera en base a una ficha descriptiva y una entrevista corta; en donde, gracias a esto conocerán más de la amplia gama de personas con las que tienen la oportunidad de salir.

Ilustración 3. Captura de un vídeo en donde se puede ver el proceso de selección de novias en Japón, por Asian Boss Español (2019).



#### 1.2.5. Impacto social positivo.

El impacto social positivo de nuestra empresa de servicios abordará los siguientes objetivos de acuerdo a la “La Agenda de Desarrollo 2030” del Organismo de las Naciones Unidas (2015).

##### 1.2.5.1. Tercer objetivo del plan de desarrollo sostenible.

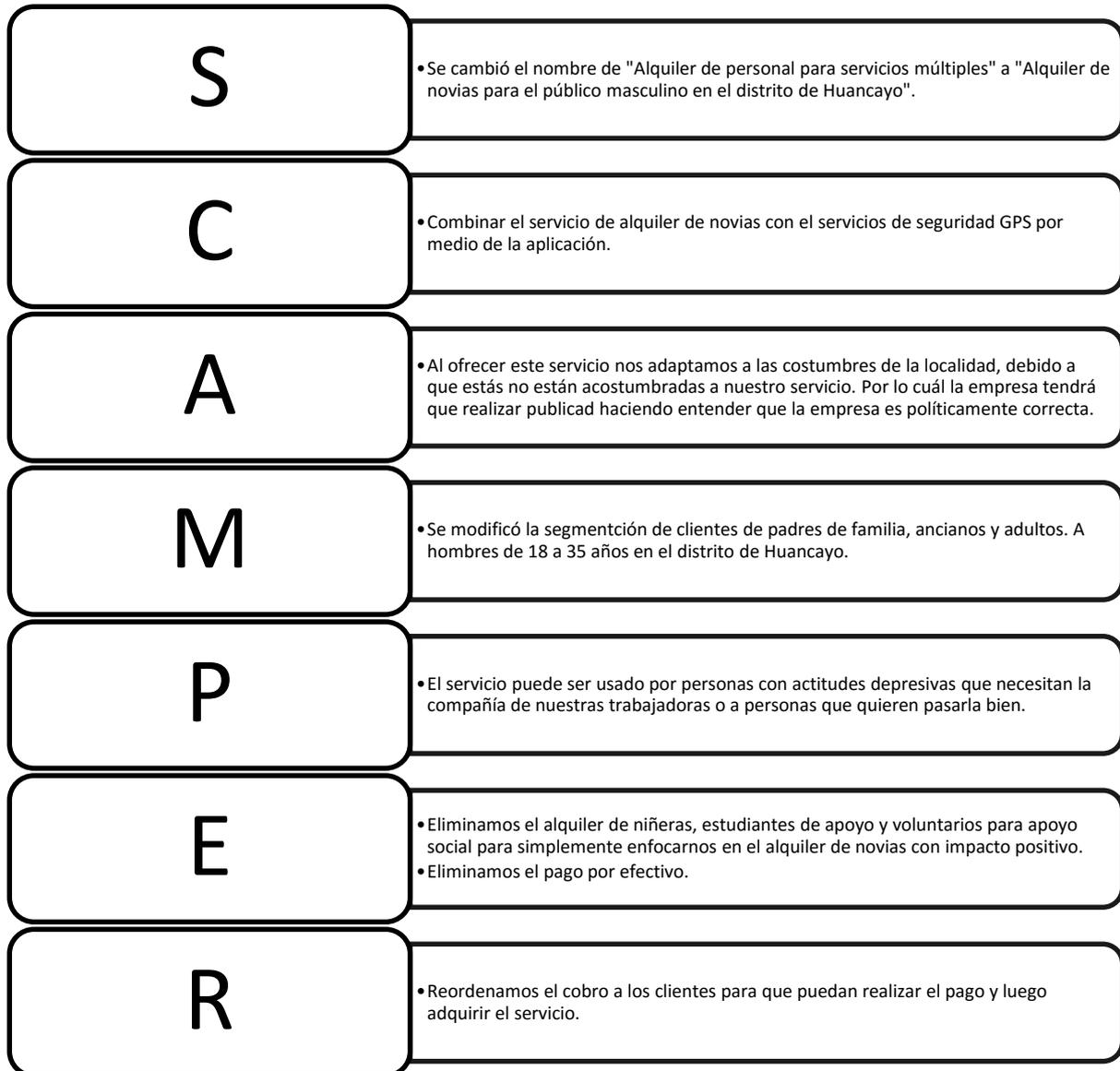
El tercer objetivo es “Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades” (ONU, 2015). Nuestra empresa promoverá el bienestar para personas con sintomatología depresiva y problemas sociales de 18 a 35 años de edad.

### 1.3. Características innovadoras y creativas del producto

El Scamper es la herramienta seleccionada para conocer y discernir las características innovadoras y creativas de nuestra empresa de servicios. Ya que, “Esta técnica permite la generación de nuevas ideas al realizar acciones sobre una idea base. Parte de la base de que un producto, servicio, o procesos existentes, tanto si son propios como si son de la competencia, se pueden

mejorar, si aplico una serie de verbos y preguntas relacionadas y persigo las respuestas para ver donde le llevan.” (Alemany et al., 2013, p. 957).

Ilustración 4. El SCAMPER es una técnica de braintorming creada por Bob Eberlee, información proporcionada por Alemany et al. (2013).



## 2. Estudio del mercado

### 2.1. Análisis de la oferta

#### 2.1.1. Características comparativas de la competencia.

Tabla 1. Tabla comparativa de la competencia, con información extraída de las experiencias personales de algunos integrantes del grupo (\*) y Tinder (2019) (\*\*).

Ítems	El acuario *	Las Quebraditas *	Tinder **
Ubicación	Av. Circunvalación 593, Huancayo	Av. Ferrocarril 5171, Huancayo	Plataforma web
Horario	De 7:30pm a 11:30 pm	De 6.00 pm a 2 am	Horario libre
Producto / Servicio	Alquiler de damas de compañía	Alquiler de damas de compañía	Buscar Pareja
Precio y Formas de Pago	Efectivo y tarjeta	Efectivo y tarjeta	Sólo tarjeta (Servicio Premium)
Calidad del producto / Servicio	Depende de los gustos personales y de la mujer a tratar.	Depende de los gustos personales y de la mujer a tratar.	Calidad buena de la aplicación.
Calidad de la atención	Buena atención por parte de los trabajadores del local.	Buena atención por parte de los trabajadores del local.	Buena atención por parte de la atención al usuario
Publicidad y Promoción	Facebook	Facebook	Ads Google, Facebook, Instagram, etc.
Capacidad de respuesta	1-2 hora, Facebook	3-4 hora, Facebook	Segundos, Facebook y atención al usuario
Canal de comercialización	Página Web y Facebook	Página Web y Facebook	Aplicación
% Participación del mercado	Se desconoce	Se desconoce	Se desconoce
Infraestructura	Material noble con acabados decentes	Material noble con buenos acabados	Virtual
Personal	Señoritas y Señoras	Señoritas y Señoras	Se desconoce
Costo	Entrada S/5.00 y las distinguidas damas S/. 30.00	Entrada S/10.00, las distinguidas damas S/. 50.00 y el servicio vip S/90.00	El servicio premium cuesta S/. 29.81



### 2.2.1.2. Segmentación demográfica.

Luego de la segmentación geográfica, el segundo paso para centrarnos en el público objetivo de la empresa es la segmentación demográfica, en donde separaremos a las personas por condición conyugal, edad y sexo. Por ende, la sumatoria total de la población de hombres de 18 a 35 años solteros, viudos, separados y divorciados en el Distrito de Huancayo es de 11841 personas, INEI (2017).

Tabla 3. Tabla de cantidad de varones en el distrito de Huancayo, referente a su condición conyugal, INEI (2017).

Edad en años	Conviviente	Separado	Casado	Viudo	Divorciado	Soltero	Total
18 años	31	-	1	-	-	1084	1116
19 años	53	3	2	-	-	1100	1158
20 años	92	3	6	-	1	1034	1136
21 años	101	5	9	-	1	967	1083
22 años	153	10	21	-	-	928	1112
23 años	170	12	26	1	-	847	1056
24 años	198	4	28	-	-	825	1055
25 años	204	7	36	-	-	751	998
26 años	258	7	50	-	-	635	950
27 años	263	12	67	-	1	519	862
28 años	270	11	77	-	1	513	872
29 años	327	16	148	1	2	490	984
30 años	347	16	124	-	2	420	909
31 años	328	17	157	-	1	346	849
32 años	327	21	148	1	1	316	814
33 años	311	19	182	1	3	293	809
34 años	352	14	226	3	4	257	856
35 años	318	27	249	-	3	285	882
<b>Total</b>	<b>4103</b>	<b>204</b>	<b>1557</b>	<b>7</b>	<b>20</b>	<b>11610</b>	

### 2.2.1.3. Segmentación psicográfica.

Padilla y Ortega (2017) refiere que un 55.6% de estudiantes con un nivel bajo de adicción a las redes sociales presentan un nivel de sintomatología depresiva baja.

### 2.2.1.4. Segmentación conductual.

Las personas que más recurren a estos servicios son los “Gamers” o jugadores de videojuegos, por lo cual la cantidad de Gamers peruanos es del 44%, IPSOS Apoyo (2019).

Tabla 4. Ficha técnica de segmentación.

Forma	Descripción	Cantidad	Porcentaje
Geográfico	Población total del Distrito de Huancayo.	119 993	100.00%
Demográfico	Hombres de 18 a 35 años solteros.	11 841	9.86%
Psicográfico	Personas que padecen episodios de ansiedad y depresión.	6 584	55.60%
Conductual	La cantidad de Gamers peruanos	2 896	44.00%

### 2.2.2. Ficha técnica estadística.

FICHA TÉCNICA ESTADÍSTICA	
UNIVERSO POBLACIONAL	2896
ÁMBITO GEOGRÁFICO	Distrito de Huancayo
MÉTODO DE MUESTREO	Muestreo aleatorio simple
TAMAÑO MUESTRA	340
PEFIL DEL ENCUESTADO	Varón de 18 a 35 años
NIVEL DE CONFIANZA	95%
ERROR DE MUESTREO	5%
FICHA DE TRABAJO DE CAMPO	Encuesta en internet
CORDINADOR DEL EQUIPO DE TRABAJO	Paucar Huaman Isaac Isaias

$$Tamaño\ muestral = \frac{P * Q}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{P * Q}{N}} = \frac{0.5 * (1 - 0.5)}{\frac{0.05^2}{1.96^2} + \frac{0.5 * (1 - 0.5)}{1144}} = 339.17 \cong 340$$

### 2.2.3. La encuesta.

## Alquiler de Novias

¿Tienes novia o enamorada?

- Si
- No

¿Eres un consumidor habitual de los animes y los Vídeo-juegos?

- Si
- No

¿Te sientes depresivo o ansioso en la mayor parte de tus días?

- Sí
- No

¿Estarías dispuesto a alquilar una novia por un intervalo de tiempo?

- Si
- No

¿Con qué frecuencia alquilarías nuestros servicios?

- Mucho
- Medio
- Poco

Disponible en [https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfZIF8LTV9r68qyf-FLuG111O312ja9\\_p-hcVJrHB-z54\\_iZRQ/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfZIF8LTV9r68qyf-FLuG111O312ja9_p-hcVJrHB-z54_iZRQ/viewform)

### 2.2.4. Resultados de las encuestas u otros resultados.

Ilustración 6. Gráfico pastel de los resultados de la encuesta

¿Tienes novia o enamorada?

304 respuestas

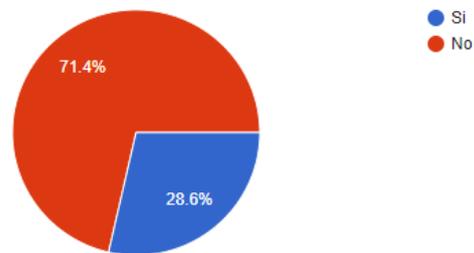


Ilustración 7. Gráfico pastel de los resultados de la encuesta.

¿Eres un consumidor habitual de los animes y los Vídeo-juegos?

304 respuestas

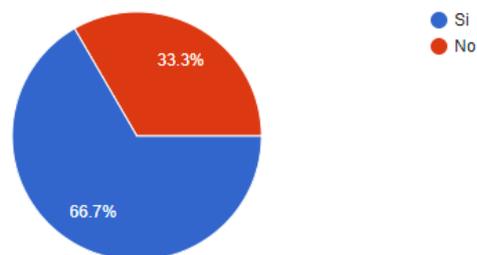


Ilustración 8. Gráfico pastel de los resultados de la encuesta.

¿Te sientes depresivo o ansioso en la mayor parte de tus días?

304 respuestas

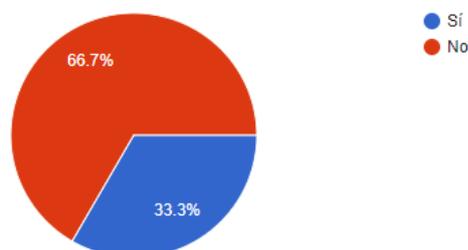


Ilustración 9. Gráfico pastel de los resultados de la encuesta

¿Estarías dispuesto a alquilar una novia por un intervalo de tiempo?

304 respuestas

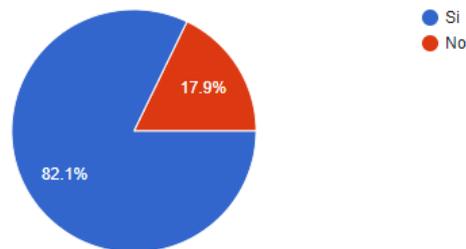
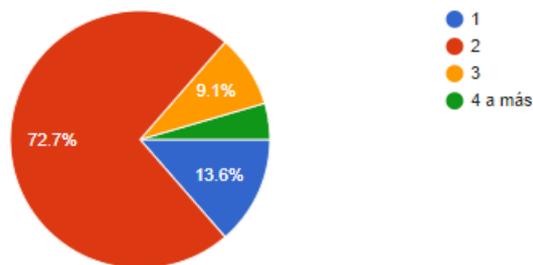


Ilustración 10. Gráfico pastel de los resultados de la encuesta.

¿Cuántas veces al mes usarías nuestros servicios?

304 respuestas



## 2.2.5. Determinación de los mercados.

### 2.2.5.1. Mercado potencial.

El mercado potencial es de 2896 según la segmentación de clientes, disponible en el capítulo 2.2.1.

### 2.2.5.2. Mercado disponible.

El porcentaje de clientes disponibles a usar nuestro servicio es del 82.1%, disponible en el gráfico N°4, lo cual comparándolo con el universo poblacional sería 2378 personas aproximadamente.

### 2.2.5.3. Mercado objetivo.

La capacidad proyectada para atender a los clientes es de 450 personas.

## 2.2.6. Determinación de la demanda.

$$Q = N * f * q = 2378 * 2 * 12 * 1 = 57072$$

### 2.2.7. Proyección de las ventas a 5 años.

La tasa de crecimiento del Departamento de Junín es de 0.2 % según el último censo realizado por INEI (2017), disponible en el cuadro 07 de crecimiento y distribución de la población del 2017.

Tabla 5. Cuadro de demanda proyectada.

Ítems	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TASA DE CRECIMIENTO	0.20%	0.20%	0.20%	0.20%	0.20%
MERCADO POTENCIAL	2986	2992	2998	3004	3010
MERCADO DISPONIBLE	2378	2383	2388	2392	2397
MERCADO OBJETIVO	500	501	502	503	504
FRECUENCIA DE COMPRA	2	2	2	2	2
VOLUMEN DE COMPRA	1	1	1	1	1
DEMANDA	57072	57186	57301	57415	57530
PRECIO UNITARIO	S/.35.00	S/.45.00	S/.45.00	S/.45.00	S/.45.00
VENTAS/INGRESOS	S/1,997,520.00	S/2,573,370.00	S/2,578,545.00	S/2,583,675.00	S/2,583,675.00

## 2.3. Análisis de la comercialización

### 2.3.1. Estrategias genéricas.

Nuestras estrategias consistirían en:

- **Diferenciación:** Nuestro servicio va ser el único en el mercado, por lo cual va ser diferente a los servicios comunes ya que el simple hecho de salir con una novia es muy distinto a ir a una zona rosa en el sector peruano. Y si existe alguna competencia en un futuro próximo, nuestro servicio va tener prestigio en el mercado.
- **Enfoque:** Estamos enfocados a un público que tiene problemas con la depresión y que por lo general buscan refugio en los videojuegos y el anime. Lo que queremos es darle la posibilidad de vivir nuevas experiencias.

### 2.3.2. Marketing mix.

#### 2.3.2.1. Producto.

- **Calidad:** La empresa va contar con un buen catálogo de mujeres de acuerdo a los gustos y preferencias del usuario, además la aplicación estará bien estructurada para la mejor experiencia del usuario.

- Diseño: El diseño de la aplicación tendrá la siguiente disposición.

Ilustración 11. Disposición de la aplicación.



- Características: Las novias tendrán un aspecto casual o formal.

- Marca:

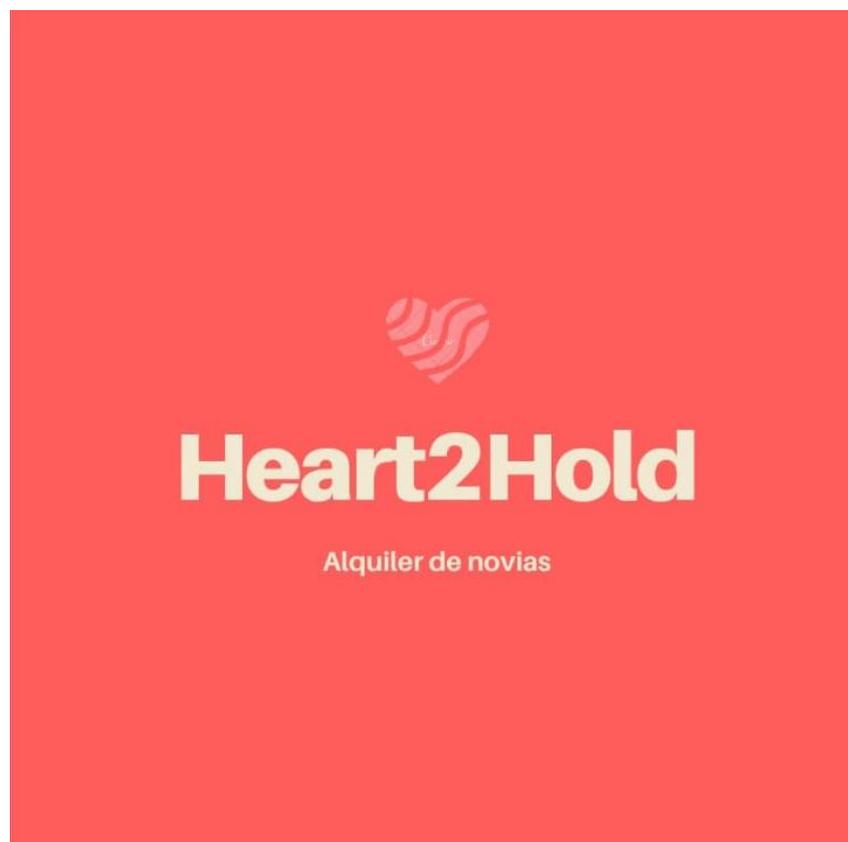
Ilustración 12. Isotipo.



Ilustración 13. Logotipo.



Ilustración 14. Imagotipo.



- **Servicios:** El horario de atención será de 3:00 pm a 10:00 pm, y la forma de pago es por tarjeta de crédito y débito.
- **Garantía:** Tendrás la garantía de tener chicas con un registro de salud mental estable, además de la seguridad correspondiente y reembolso en caso de que ocurra algún inconveniente.

#### *2.3.2.2. Plaza.*

- **Canales:** El tipo de canal es directa, el cliente hará un trato directamente con nuestra empresa de servicios.
- **Cobertura:** La cobertura de nuestros servicios es exclusivamente en el Distrito de Huancayo.
- **Ubicación:** La sede de la empresa se ubicará en el Jr. Neptuno N°334, urbanización los Jardines, Huancayo.

#### *2.3.2.3. Promoción.*

- **Publicidad:** Nuestra publicidad será la superación de problemas sociales en jóvenes por medio de interacciones sociales.
- **Promoción de ventas:** La promoción será dirigida al consumidor, mediante descuentos, cupones, descuentos, premios, paquetes de precio, suscripciones, garantía de servicio.
- **Relaciones públicas:** Nuestra empresa va tener relaciones con la policía nacional del Perú por motivos de seguridad del consumidor y de las damas.
- **Propaganda:** En internet.

#### *2.3.2.4. Precio.*

- **Precio de lista:** El precio de lanzamiento será de 35 soles.
- **Descuentos:** En el siguiente uso de nuestros servicios, ofreceremos un descuento de 5 soles.
- **Periodo de pago:** El pago será después de la cita.

**2.3.3. Ciclo de vida estratégico del negocio.**

Tabla 6. Ciclo de vida estratégico del negocio.

PRO- DUCTO	Servicio de alquiler de novias	Servicio de alquiler de novias	Servicio de alquiler de novias	Servicio de alquiler de novias
PRECIO	S/35.00	S/45.00	S/40.00	S/35.00
PROMO- CIÓN	Sin promoción	Cupones	Cupones con publicidad en televisión	Cupones con publicidad y sorteos
PLAZA	Servicio en el distrito de Huancayo	Servicio en el distrito de Huancayo, tambo y chilca.	Servicio en el distrito de Huancayo, tambo y chilca.	Servicio en el distrito de Huancayo, tambo y chilca.
PE- RIODO	INTRODUCCIÓN	CRECIMIENTO	MADUREZ	DECLINACIÓN
TIEMPO	1 año	2 años	1 año	1 año
ESTRA- TEGIA	Enfoque	Enfoque y diferenciación	Enfoque y diferenciación	Diferenciación
DE- MANDA	11280	11314	11348	11371
VENTAS	S/. 1,997,520.00	S/. 2,573,370.00	S/. 2,578,545.00	S/. 2,583,675.00

### 3. Estudio técnico operativo

#### 3.1. Ficha técnica del producto

Tabla 7. Ficha técnica de un servicio.

Características	Descripción
Denominación del servicio:	Servicio de alquiler de novias enfocado en solucionar los problemas sociales de los jóvenes con impacto social positivo en el distrito de Huancayo.
Denominación técnica del producto	Servicio de alquiler de novias enfocado en solucionar los problemas sociales de los jóvenes con sintomatología depresiva mínima o Servera con una aplicación para dispositivos móviles con impacto social positivo en el distrito de Huancayo.
Unidad de medida	Personal: Diez (10) señoritas capacitadas para cualquier situación repentina, atendidas con exámenes psicológicos para no tener futuros imprevistos. Cuatro (4) Programadores en la sede administrativa capacitados y con experiencia laboral.
	Equipos: Cuatro (4) computadoras de última generación para los programadores. Dos (2) Servidores. Una (1) fotocopidora.
Descripción general	Se pondrá a disposición de nuestros clientes con sintomatología depresiva y problemas sociales una gran variedad de mujeres y hombres dispuestos a hacer el papel de novia o novio por intervalos de tiempo, permitiendo a nuestros clientes tomar la decisión de salir con cualquiera en base a una ficha descriptiva y una entrevista corta; en donde, gracias a esto conocerán más de la amplia gama de personas con las que tienen la oportunidad de salir.

**3.2. Proceso del servicio**

Debido a que la empresa es un servicio se recurrió en la creación de un flujograma para sintetizar los procesos de una mejor manera.

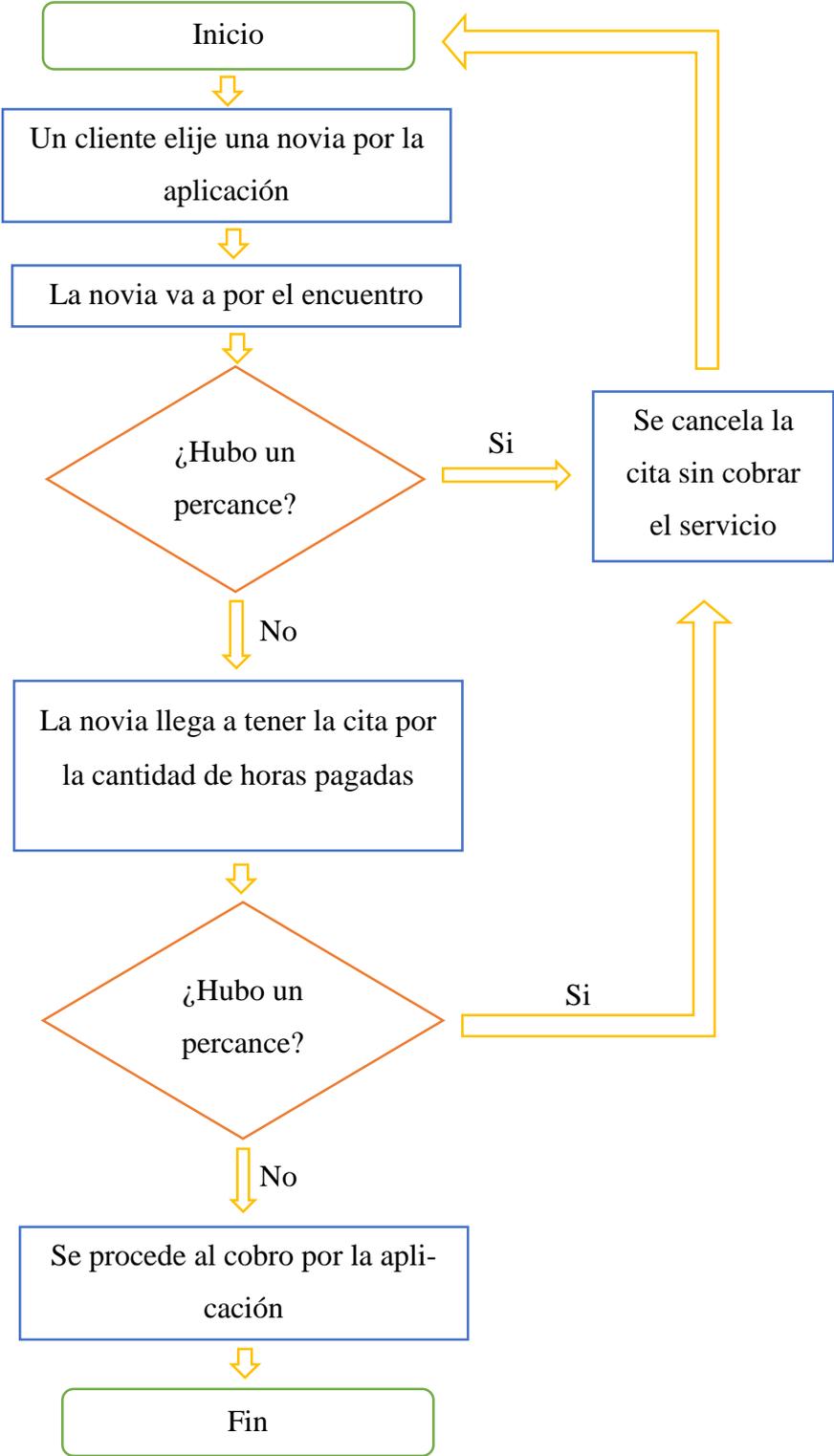
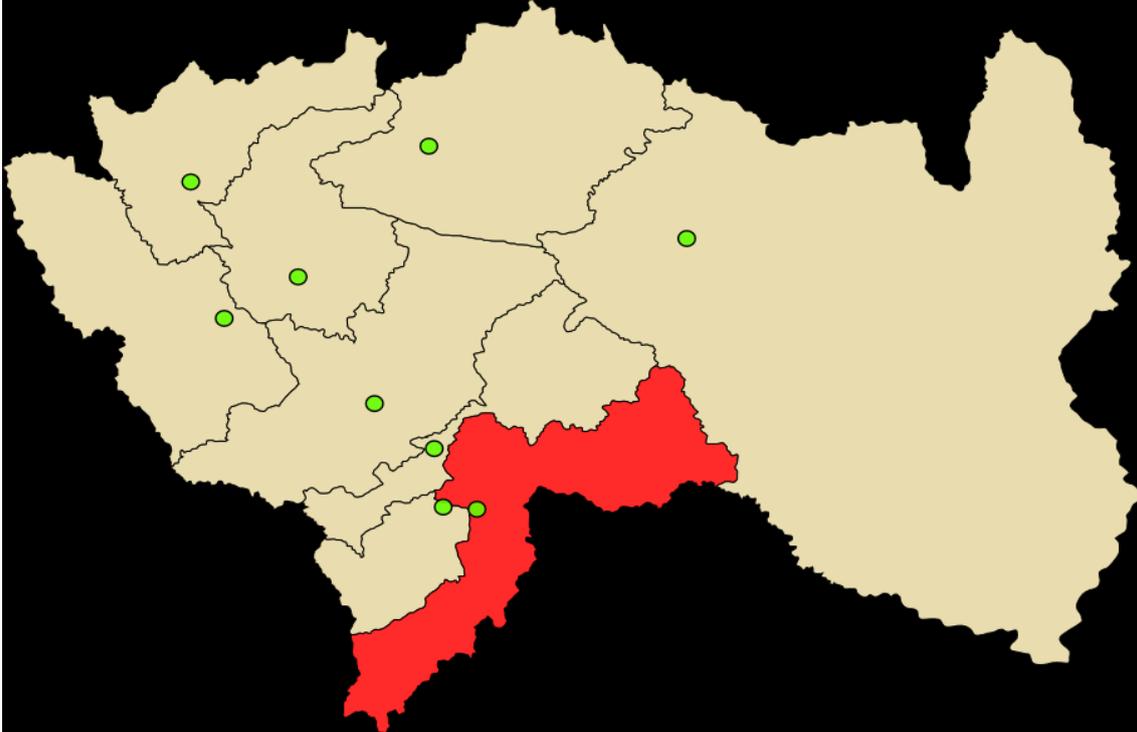


Ilustración 15. Flujograma del proceso de servicio.

### 3.3. Localización

#### 3.3.1. Macro localización.

Ilustración 16. Mapa de macro localización de la provincia de Huancayo, obtenido de la municipalidad de Huancayo (s.f.).



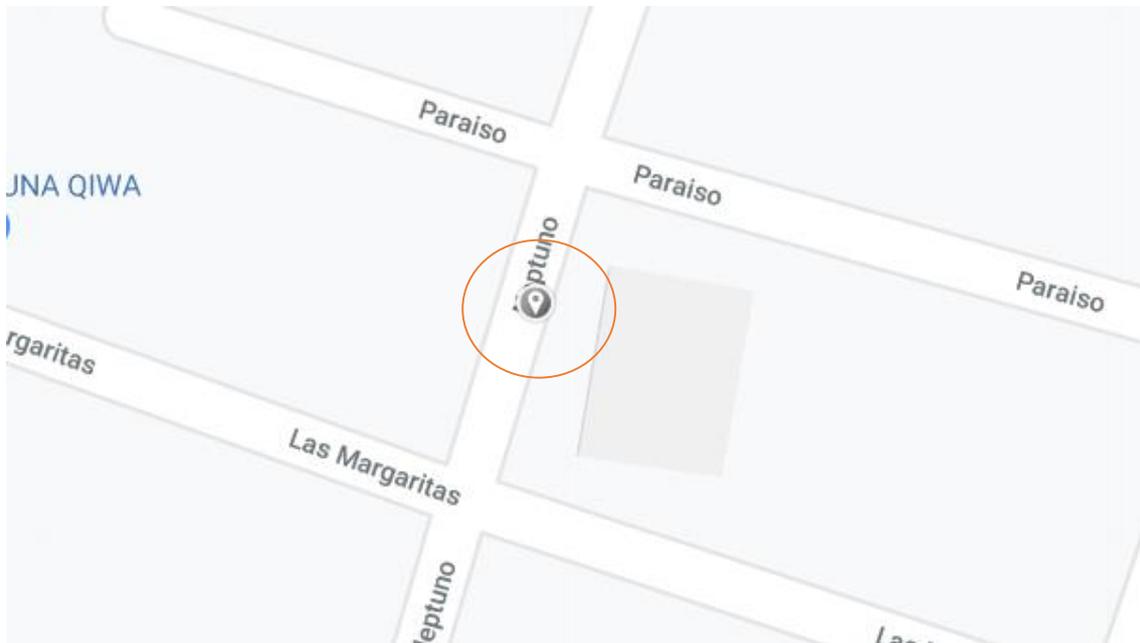
A diferencia de otros lugares de la región Junín, Huancayo es el centro de comercio de la sierra Perú, ya que “Huancayo no solo es conocida como la “capital ferial de Perú”, sino además se consolida como el “eje del comercio formal”, gracias al reporte de la Gerencia de Promoción Económica de la Municipalidad Provincial de Huancayo (MPH), que indica un aumento de más del 40 por ciento de empresas formalizadas entre el 2014 – 2015, se pasó de 1145 licencias entregadas a 1630 casos.” (Cástillo, G., 2016).

Ilustración 17. Fotografía del centro comercial Real Plaza.



### 3.3.2. Micro localización.

Ilustración 18. Mapa de micro localización, obtenido de Google Maps (s.f.).



La ubicación de la sucursal estará ubicada en el Jr. Neptuno N° 334, en la urbanización los jardines a la altura de la cuadra 13 de la avenida Calmell del Solar.

Ilustración 19. Frontis de la sucursal empresarial.



### 3.4. Tamaño de planta

Tabla 8. Tabla de descripción de áreas de la sucursal.

	Sección / Área	Actividades, materiales y/o equipo
1	Oficinas administrativas	Se contará con oficinas para la gerencia, relaciones, contabilidad y otros que sean necesarios.
2	Chilling room	Se contará con un cuarto grande con decorado artístico con entretenimiento para el descanso de las novias.
3	Recepción de reclamos o consultas	Se contará un área para las consultas y reclamos del cliente en caso de alguna eventualidad.
4	Servicios higiénicos	Se contará con ambientes adecuados para servicios higiénicos y vestuarios, tanto para las damas y para el personal administrativo.
5	Área de programación	Se contará un área destinada a las actualizaciones de la aplicación y también para los Bugs o errores de esta.

Tabla 9. Tabla de áreas de la sucursal.

Ambientes	Área (m2)
Oficinas administrativas	60 m2
Chilling room	90 m2
Recepción de reclamos o consultas	20 m2
Servicios higiénicos	12 m2
Área de programación	20 m2
<b>Total</b>	<b>202 m2</b>

### 3.5. Distribución de planta

La distribución de planta está disponible en el Anexo 2.

### 3.6. Requerimientos

#### 3.6.1. Requerimientos de RRHH.

Tabla 10. Tabla de requerimientos de RRHH.

Tipo de personal	Personal requerido	Cantidad de personal	Dedicación del personal	Costo por periodo mensual
Administrativo	Gerente General	01	Tiempo completo	S/. 9,000.00
Administrativo	Jefe de marketing	01	Tiempo completo	S/. 3,500.00
Administrativo	Jefe de administración y finanzas	01	Tiempo completo	S/. 3,500.00
Administrativo	Jefe de operaciones	01	Tiempo completo	S/. 3,500.00
Administrativo	Contador	01	Tiempo completo	S/. 2500.00
Administrativo	Secretaria	07	Tiempo completo	S/. 1100.00
Administrativo	Personal de reclamos o consultas	01	Tiempo completo	S/.1100.00
Operativo	Programadores	04	Tiempo completo	S/ 2000.00
Otros	Limpieza	02	Tiempo completo	S/. 950.00

**3.6.2. Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y herramientas.**

Tabla 11. Tabla de requerimientos de maquinarias, equipos, muebles y herramientas.

Tipo personal	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Descripción
Administrativo	16	S/. 1,500.00	S/.30,000.00	Computadora administrativa
Operativo	04	S/. 3,500.00	S/. 16,000.00	Computadora de alto desempeño
Servidor	02	S/. 12,000.00	S/24,000.00	Servidor para la aplicación

## **4. Estudio administrativo legal/Organizacional**

### **4.1. Filosofía empresarial**

#### **4.1.1. Visión.**

Al 2025 ser una empresa líder en crecimiento y rentabilidad sustentable respecto al alquiler de novias a nivel nacional, implementando la mejora continua en todos nuestros procesos, con un equipo de personas orgullosas de pertenecer a la misma empresa ofreciendo la mejor experiencia al usuario cada día.

#### **4.1.2. Misión.**

Ayudar a nuestros clientes a superar la inestabilidad emocional generada por el apartamiento causado por el internet y las redes sociales; brindándoles a un precio accesible novias temporales; superando las expectativas, de manera eficiente y responsable.

#### **4.1.3. Valores.**

- Conducta ética: Integridad, honestidad, compromiso y responsabilidad.
- Trabajo en equipo.
- Flexibilidad y adaptación.
- Compromiso con la calidad.
- Orientación al cliente en servicios.
- Responsabilidad Social: Con nuestros colaboradores.

#### **4.1.4. Objetivos.**

- Ofrecer un buen servicio distinguiéndonos de las competencias.
- Superar el margen anual de servicios contratados en un 50%.
- Establecerse en el mercado nacional y abrir sucursales en las ciudades del Perú.
- Fomentar entre los empleados la cultura del crecimiento, el ahorro y la educación de manera sostenida.
- Establecerse en el mercado internacional y abrir sucursales en las principales ciudades del mundo.

### **4.2. Tipo de empresa**

#### **4.2.1. Empresa según la constitución legal.**

Según la Ley general de sociedades (Ley N° 26887, 2008), de acuerdo a la especificación del artículo 1, nuestra empresa encajaría en la definición básica de una sociedad. Además,

según el artículo 234, nuestra empresa encaja a la denominación de sociedad anónima cerrada (S.A.C), puesto que no contamos con más de 20 accionistas y no tenemos acciones inscritas en el mercado de valores.

#### **4.2.2. Empresa según el tamaño.**

Según la Ley N° 29157, nuestra empresa es considerada como pequeña empresa debido a que una pequeña empresa cuenta entre 1 a 100 trabajadores. Aparte de lo especificado una pequeña empresa percibe ventas anuales hasta un monto máximo de 1700 unidades impositivas tributarias (UIT) y nuestra empresa según el Cuadro de venta proyectada (tabla 5) las ventas anuales serán de S/.1,997,520.00.

#### **4.2.3. Empresa según el sector.**

Según el tipo de actividad o sector, nuestra empresa engloba el termino de servicio de acuerdo a las definiciones de esta.

#### **4.2.4. Empresa según el origen del capital.**

Según el origen del capital, nuestra empresa es considerada como una empresa privada, ya que la empresa está regida por emprendedores particulares. También debe cumplir con las obligaciones estatales.

### **4.3. Proceso de formalización**

#### **4.3.1. Formalización registral.**

Para la formalización de nuestra empresa accedimos a la página web SID Sunarp, con el objetivo de constituir y formalizar nuestra empresa como una persona jurídica.

Ilustración 20. Página principal de la SID Sunarp, obtenida de Sunarp (s.f.).

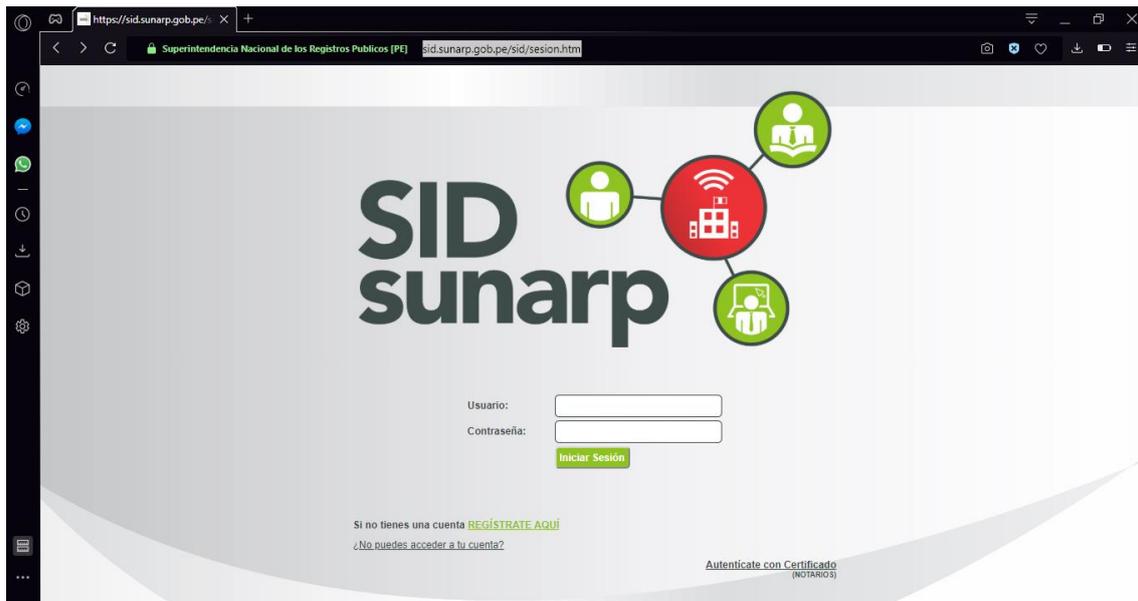


Ilustración 21. Proceso de solicitud, obtenida de Sunarp (s.f.).

The image shows a screenshot of a web form titled 'Paso 4: Datos del Solicitante'. The form is set against a light blue background. At the top, there is a heading 'Paso 4: Datos del Solicitante' and a sub-heading 'Revise que la información que proporcione en el formulario esté correcta antes de completar su registro. Por favor consígnelos exactamente como se muestran'. Below this, there are several fields for data entry, each with a blue bar indicating the input area. The fields are: (\*) Tipo de Documento: (dropdown menu showing 'DNI DOCUMENTO NACIONAL DE IDENTIDAD'), (\*) Número de Documento: (text input), (\*) Primer Apellido: (text input), Segundo Apellido: (text input), (\*) Pre Nombres: (text input), (\*) Estado Civil: (text input), (\*) Profesión/Ocupación: (dropdown menu), (\*) Nacionalidad: (dropdown menu), (\*) Correo electrónico: (text input), (\*) Teléfono fijo: (text input), (\*) Móvil: (text input), and (\*) Dirección: (text input).

#### 4.3.2. Formalización tributaria.

Nuestra empresa se encontrará en el Régimen MYPE Tributario “RMT” por las siguientes razones:

- El RMT nos permitirá tener un límite de ingresos que no superen los 1700 UIT en el ejercicio gravable, esto resultaría beneficioso pues se puede observar en nuestro cuadro de demanda de proyecto.

- No tendremos un límite de compras y a las chicas de nuestra empresa eso les vendría bien.
- También podremos emitir factura, boleto y todos los demás comprobantes permitidos.

Ilustración 22. Ficha de la declaración mensual de IGV-Renta, rescatado de la Sunat (s.f.).

#### 4.3.3. Formalización laboral.

Nuestros bajadores entran dentro del régimen laboral especial de la micro y pequeña empresa, debido a que, según el Ministerio de trabajo y promoción del empleo (2019), nuestros trabajadores contarán con una remuneración, jornada de trabajo, descanso semanal obligatorio, descanso vacacional, indemnización por despido injustificado, seguridad social en salud como el SIS, sistema de pensiones, compensación por tiempo de servicios (CTS), gratificaciones, seguro complementario de trabajo de riesgo (SCTR), seguro de vida ley y utilidades.

Ilustración 23. Los pasos para hacer una formalización laboral apropiada están en la siguiente página, extraído de Mi pequeña empresa (s.f.).

#### 4.3.4. Formalización municipal.

Según la Municipalidad Provincial de Huancayo (2012), de acuerdo al procedimiento: Establecimientos con un área de más de 100 m<sup>2</sup> hasta los 500 m<sup>2</sup> - con ITSE básica ex – ante. Nuestra Empresa tendrá que acogerse a la siguiente solicitud a causa del área total del local especificada en la tabla de áreas de la sucursal (Tabla 9):

- A. Solicitud para Licencia de Funcionamiento y/o Anuncio Adosado a la Fachada – con Carácter de Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad –Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil.
  - i. Número de R.U.C. y D.N.I. o Carné de Extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda.
  - ii. D.N.I. o Carné de Extranjería del representante legal en caso de personas jurídicas, u otros entes colectivos, o tratándose de personas naturales que actúen mediante representación.
- B. Vigencia de poder de representante legal, en el caso de personas jurídicas u otros entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada.
- C. Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones Básica EX – ANTE, emitido por la Oficina de Defensa Civil de la Municipalidad Provincial de Huancayo.
- D. Adicionalmente, de ser el caso, serán exigibles los siguientes requisitos:
  - i. Copia simple del título profesional en el caso de servicios relacionados con la salud.
  - ii. Informar sobre el número de estacionamientos de acuerdo a la normativa vigente, en la Declaración Jurada.
  - iii. Copia simple de la autorización sectorial respectiva en el caso de aquellas actividades que conforme a Ley la requieran de manera previa al otorgamiento de la licencia de funcionamiento.
  - iv. Copia simple de la autorización expedida por el Instituto Nacional de Cultura, conforme a la Ley N° 28296, Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación.
- E. Pago por derecho de la tasa administrativa de Licencia de Funcionamiento – S/. 414.20

No se pudo extraer una imagen de formalización de la municipalidad provincial de Huancayo, a causa de que este no cuenta con un servicio web estable.

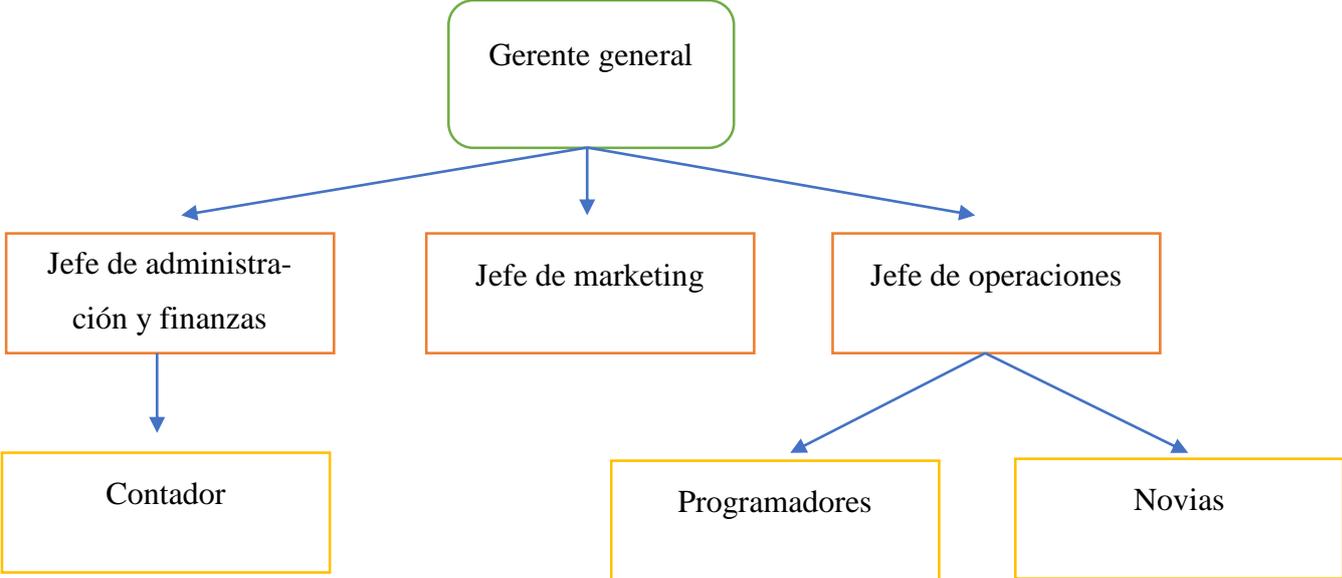
#### 4.4. Presupuesto de formalización

Tabla 12. Tabla de presupuesto de formalización.

N°	PASOS DE FORMALIZACIÓN	COSTOS S/.	
	PROCESO REGISTRAL-SUNARP /NOTARIA		
1	Búsqueda de Nombre	9.00	
2	Reserva de Nombres	18.00	
3	Minuta y Escritura Pública	140.00	Dependiendo el Monto de capital Social
			1,000-10,000 Capital
		250.00	10,000-100,000 Capital
4	Elevar Escritura Pública		
	Nombramiento del representante Legal	22.00	
	Trámite Documentario	39.00	
	S/. 3.00 x Cada S/. 1,000 de capital		El cálculo dependerá del Monto de Capital
	Copia Literal	4.00	Por hoja
	PROCESO FORMALIZACION TRIBUTARIA		
5	Inscripción del RUC	Gratuito	
6	Impresión de Comprobantes	100.00	Empresa pequeña
7	Legalización de Libros Contables	12.00	Cada libro contable
	PROCESO DE FORMALIZACION LABORAL		
8	Acogimiento a la Ley de la MIPYME	Gratuito	
9	Contrato de Trabajadores	12.00	Por trabajador
	PROCESO DE FORMAILIZACIÓN MUNICIPAL		
10	Licencia inmediata	258	
	Licencia Básica		
11	Anuncios publicitarios		
	Ads en internet	167.5	Crédito de Google
COSTO TOTAL		1031.5	

#### 4.5. Estructura organizacional

Ilustración 24. Organigrama de la empresa



## 5. Estudio económico

### 5.1. Cuadro de inversión inicial

Tabla 13. Cuadro de inversión inicial.

Inversiones						
	Concepto		U.M.	CANT.	P.UNIT.	TOTAL
<b>1.- ACTIVOS FIJOS</b>					S/.	S/.
I. Maquinarias y equipos						
	Computadoras		ud	5	1500	S/ 7,500.00
	Servidores		ud	2	12000	S/ 24,000.00
	Computadoras para programadores		ud	1	2500	S/ 2,500.00
					Sub Total S/.	S/ 34,000.00
II. Muebles						
	Escritorio + sillas		ud	16	250	S/ 4,000.00
	Sillas para los clientes		ud	3	75	S/ 225.00
					Sub Total S/.	S/ 4,225.00
<b>2.- CAPITAL DE TRABAJO</b>						
	Costo variables		mes	1	S/ 132,480	S/ 132,480.00
	Costos y gastos fijos		mes	1	S/ 13,908	S/ 13,908.04
					Sub Total S/.	S/ 146,388.04
<b>3.- GASTOS OPERATIVOS</b>						
	Plan de negocio e investigación		ud	1	200	S/ 200.00
	Licencia y constitución de la empresa		ud	1	1031.5	S/ 1,031.50
	Publicidad		ud	1	532.5	S/ 532.50
	Desarrollo de la aplicación		ud	1	2000	S/ 2,000.00
	Mantenimiento de la aplicación		ud	1	800	S/ 800.00
					Sub Total S/.	S/ 4,564.00
	<b>Total de inversión</b>					S/ 189,177.04

### 5.1.1. Interpretación del cuadro de inversión inicial.

Ilustración 25: Grafico pastel de interpretación del cuadro de inversión inicial.



Nota: El color azul (1) es: activos fijos, el color naranja (2) es: capital de trabajo, el color gris (3) es: gastos operativos.

## 5.2. Depreciación – Amortización

Tabla 14. Tabla de Depreciación

Depreciación	Tasa	Precio total	Depreciación anual	Depreciación mensual
Escritorio + sillas	10%	S/.4,000.00	S/.400.00	S/.33.33
Sillas para cliente	10%	S/.225.00	S/.22.50	S/.1.88
Computadoras	25%	S/.7,500.00	S/.1,875.00	S/.156.25

Tabla 15. Tabla de Amortización.

Amortización	Tasa	Costos Total	Amortización anual	Amortización mensual
Total de gastos	10%	S/.86,389.74	S/.8,119.37	S/.676.61

### 5.2.1. Interpretación de la Depreciación – Amortización.

Según las tablas 14 y 15, la amortización es del 10% del total de gastos y la depreciación mensual varía de acuerdo a lo establecido por la SUNAT.

### 5.3. Costos fijos y variable por mes y año

Tabla 16. Tabla de gastos fijos.

Gastos fijos				
Ítems	UM	Cantidad	PU	PT
Alquiler	mes	1	510	S/ 510.00
Sueldo gerente	mes	1	2500	S/ 2,500.00
Suelo del administrador	mes	1	2000	S/ 2,000.00
Sueldo contador	mes	1	1500	S/ 1,500.00
Secretaria	mes	1	1000	S/ 1,000.00
Promotora	mes	1	1000	S/ 1,000.00
Programador	mes	1	2000	S/ 2,000.00
Limpieza	mes	2	950	S/ 1,900.00
Amortización	mes	1	716.58	S/ 716.58
Depreciación	mes	1	191.46	S/ 191.46
Internet	mes	1	90	S/ 90.00
Servicios de agua y luz	mes	1	500	S/ 500.00
				S/ 13,908.04
Anual				S/ 166,896.48

Debido a la demanda, se tiene que analizar la cantidad por usos/hora por mes, con el objetivo de proyectar la cantidad de trabajadoras (Tabla 17).

Tabla 17. Cantidad de usos de la aplicación por mes de acuerdo a la demanda.

Cantidad de usos/hora por año	Cantidad de usos/hora por mes
57072	4756

Se tiene que proyectar una cantidad de 50 novias (Tabla 18) para satisfacer la demanda (Tabla 17).

Tabla 18. Total de horas del total de novias por mes.

Cantidad de novias	Cantidad de horas por día	Cantidad de días por semana	Total, de horas por mes
50	8	3	4800

Ahora de acuerdo a los cálculos anteriores se procede a hallar el total de gastos variables por año. (Tabla 19).

Tabla 19. Tabla de gastos variables.

Gastos variables				
Ítems	UM	Cantidad	PU	PT
Suelo de las chicas	horas/mes	4800	4800	S/. 120,000.00
Pasajes de las chicas	mes	9600	1.3	S/. 12,480.00
Mensual				S/. 132,480.00
Anual				S/. 1,589,000.00

### 5.3.1. Interpretación de los costos fijos y variables por mes y años.

Ilustración 26. Gráfico pastel de interpretación de los costos fijos y variables por mes y años



Nota: El color azul (1) es: costos variables, el color naranja (2) es: costos fijos.

### 5.4. Proyección de ventas, mes y año.

Tabla 20. Tabla de proyección.

Ítems	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TASA DE CRECIMIENTO	0.20%	0.20%	0.20%	0.20%	0.20%
MERCADO POTENCIAL	2986	2992	2998	3004	3010
MERCADO DISPONIBLE	2378	2383	2388	2392	2397
MERCADO OBJETIVO	500	501	502	503	504
FRECUENCIA DE COMPRA	2	2	2	2	2
VOLUMEN DE COMPRA	1	1	1	1	1
DEMANDA	57072	57186	57301	57415	57530
PRECIO UNITARIO	S/.35.00	S/.45.00	S/.45.00	S/.45.00	S/.45.00
VENTAS/INGRESOS	S/.1,997,520.00	S/.2,573,370.00	S/.2,578,545.00	S/.2,583,675.00	S/.2,583,675.00

### 5.4.1. Interpretación de proyección de ventas, mes y año.

De acuerdo a la tabla 20, la diferencia en ingresos del último año analizado y el primer año es de S/.586,155.00.

## 5.5. Punto de equilibrio

Tabla 21. Tabla de punto de equilibrio.

Punto de equilibrio	
Valor de ventas	S/ 48.80
Costos ventas unitario	S/ 27.60
Margen de contra	S/ 21.20
Proporción de ventas (100%)	S/ 13,908.04
Punto de equilibrio (horas al mes)	656.1630143
Punto de equilibrio	S/ 32,018.14

### 5.5.1. Interpretación del punto de equilibrio.

Como podemos ver en el cuadro de punto de equilibrio, este se alcanzará a partir de las 656 horas, es decir que si se presta servicios por 656 horas al mes nuestro beneficio será de 0, si logramos más horas de 656 entonces obtendremos beneficios y si obtenemos menos pues tendremos pérdidas.

## 5.6. Flujo de caja económica

Tabla 22. Tabla de flujo de caja económica.

	Periodo 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año4
Ingresos					
Total de beneficios	S/.0.00	S/.1,997,520.00	S/.2,573,370.00	S/.2,578,545.00	S/.2,583,675.00
B. Costos					
Costos variables		S/.1,589,760.00	S/.1,589,760.00	S/.1,589,760.00	S/.1,589,760.00
Costos fijos		S/.166,896.48	S/.166,896.48	S/.166,896.48	S/.166,896.48
Activos fijos	S/.34,000.00				
Capital de tra.	S/.38,408.04				
Gastos pre opera.	S/.189,177.04				
impuesto 1.5%		S/.29,962.80	S/.38,600.55	S/.38,678.18	S/.38,755.13
Total de costos	S/.261,585.08	S/.1,786,619.28	S/.1,795,257.03	S/.1,795,334.66	S/.1,795,411.61
Flujo de CAJA	S/.261,585.08	S/.210,900.72	S/.778,112.97	S/.783,210.35	S/.788,263.40

### 5.6.1. Interpretación del flujo de caja económica.

De acuerdo a la tabla 22 el flujo de caja aumenta de forma modesta de S/. 210,900.72 hasta S/. 788,263.40 en el año 4.

## 5.7. Indicadores de rentabilidad

Tabla 23. Tabla de indicadores económicos.

Indicadores económicos			
COK	40%	B/C	1.425876942
VAN	S/. 776,672.64	VAB	S/.4,351,998.67
TIR	158%	VAC	S/.3,052,155.86

### 5.7.1. Vane y su interpretación.

Nuestro Van es mayor que 0 lo cual significa que nuestro proyecto es rentable.

### 5.7.2. Tire y su interpretación.

La TIR supera al COK lo cual significa que tenemos una TIR por encima de la mínima exigible del 40%.

### 5.7.3. Beneficios/Costos y su interpretación.

La relación B/C nos indica que nuestro proyecto es rentable, pues su valor supera al de 1.

### 5.7.4. Periodo de recupero y su interpretación.

$$PR = 1 + \left[ \frac{(b - c)}{d} \right]$$

$$PR = 1 + \left[ \frac{(261585.08 - 1786619.28)}{1795257.03} \right]$$

$$PR = 0.1505$$

$$PR_{año} = 0$$

$$PR_{mes} = 0.1505 \times 12$$

$$PR_{mes} = 1.8062$$

$$PR_{día} = 0.8062 \times 30$$

$$PR_{día} = 24.18$$

El periodo de recuperación se dará después de:

Tabla 24. Tabla de periodo de recupero.

Año	0
Mes	1
Día	24

## 6. Análisis del impacto social positivo del plan de iniciativa empresarial

### 6.1. Matriz del impacto social positivo del plan de iniciativa empresarial

N°	Variables de impacto social positivo (ODS)	Dis-trital	Pro-vin-cial	Re-gio-nal	Na-cio-nal	Mun-dial	Pun-taje
1	Erradicar la pobreza en todas sus formas en todo el mundo	1	0	0	0	0	1
2	Poner fin al hambre, conseguir la seguridad alimentaria y una mejor nutrición, y promover la agricultura sostenible	0	0	0	0	0	0
3	Garantizar una vida saludable y promover el bienestar para todos para todas las edades	3	2	1	0	0	6
4	Garantizar una educación de calidad inclusiva y equitativa, y promover las oportunidades de aprendizaje permanente para todos	0	0	0	0	0	0
5	Alcanzar la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y niñas	3	2	1	0	0	6
6	Garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos	0	0	0	0	0	0
7	Asegurar el acceso a energías asequibles, fiables, sostenibles y modernas para todos	0	0	0	0	0	0
8	Fomentar el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos	4	3	2	1	0	10
9	Desarrollar infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible, y fomentar la innovación	0	0	0	0	0	0
10	Reducir las desigualdades entre países y dentro de ellos	0	0	0	0	0	0
11	Conseguir que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles	0	0	0	0	0	0

12	Garantizar las pautas de consumo y de producción sostenibles	0	0	0	0	0	0
13	Tomar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos (tomando nota de los acuerdos adoptados en el foro de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático)	0	0	0	0	0	0
14	Conservar y utilizar de forma sostenible los océanos, mares y recursos marinos para lograr el desarrollo sostenible	0	0	0	0	0	0
15	Proteger, restaurar y promover la utilización sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar de manera sostenible los bosques, combatir la desertificación y detener y revertir la degradación de la tierra, y frenar la pérdida de diversidad biológica	0	0	0	0	0	0
16	Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles	0	0	0	0	0	0
17	Fortalecer los medios de ejecución y reavivar la alianza mundial para el desarrollo sostenible	1	0	0	0	0	1
<b>Total</b>		<b>12</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>24</b>

## 6.2. Interpretación

- A. Según la matriz de impacto social positivo, nuestra empresa está enfocada en solucionar y fomentar el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos. Ya que vamos a brindar trabajo en tiempo completo a 19 personas especializadas en diferentes campos y también mejorar los ingresos de una cantidad aproximada de 50 mujeres colaboradoras de la empresa.
- B. El sector en donde vamos a tener un mayor impacto es el sector distrital, en este caso es el distrito de Huancayo.
- C. Otro de los impactos positivos de nuestra empresa, aunque no tan destacables debido a la puntuación de la matriz del impacto social positivo del plan de iniciativa empresarial es disminuir la pobreza, garantizar una vida saludable y promover el bienestar de los jóvenes y Fortalecer los medios de ejecución y reavivar la alianza mundial para el desarrollo sostenible.

## 7. Conclusiones

- A. De acuerdo al trabajo realizado se pudo concluir que es factible realizar este proyecto en el distrito de Huancayo debido a que tenemos un B/C de 1.4259.
- B. El capital inicial para poder iniciar con la empresa es muy alto, debido a que el costo del periodo 0 es de S/. 261,585.08.
- C. De acuerdo al periodo de recuperación, la inversión se podrá recuperar luego de 1 meses y 24 días, en el caso de que todo salga de acuerdo a lo previsto.
- D. De acuerdo al estudio social que hicimos, pudimos saber que realmente existe un problema debido al aislamiento por culpa de las redes sociales y el estrés social.
- E. En conclusión, el presente proyecto resultó relevante y factible, además de tener características exóticas y un mercado aún sin explorar.

## **8. Sugerencias**

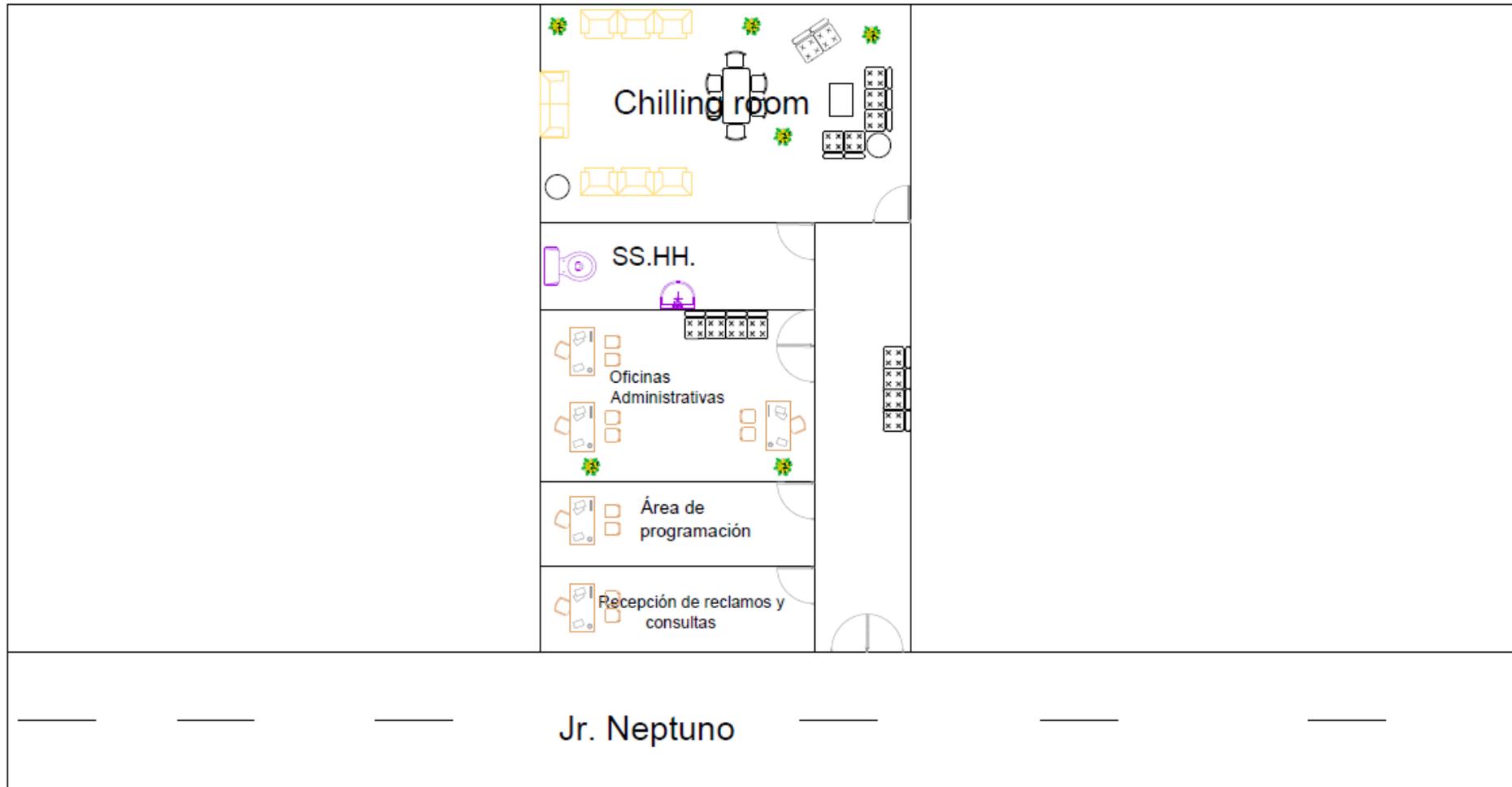
- A. Sugerimos tener un cronograma de actividades para el avance continuo del presente informe.
- B. Sugerimos hacer un buen estudio de mercado, ya que es una parte esencial para proyectar la idea de negocio.

9. Anexos

9.1. Anexo 1.

<p><b>8.SOCIOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresa que alquile servidores</li> <li>• Restaurantes</li> <li>• <u>Caffes</u></li> <li>• Inversionistas</li> <li>• Universidades</li> <li>• Policía nacional del Perú</li> </ul> 	<p><b>7.ACTIVIDAD</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluación y contratos</li> <li>• Foros</li> <li>• Actualizaciones de las plataformas</li> </ul>  <p><b>6. RECURSOS CLAVES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Personas hábiles y eficaces</li> <li>• Sedes en cada región</li> <li>• Plataforma digital</li> </ul> 	<p><b>2.PROPUUESTA DE VALOR</b></p> <p>Ofrecer servicios como acompañamiento para eventos importantes y novias por horas. Hay varios tipos de novias. La persona que busca una chica en especial podrá buscar tomando como referencia su personalidad y/o profesión si hay algún cliente que trabaja.</p> 	<p><b>4.RELACION</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reseña y calificación</li> <li>• Videos instructivos</li> <li>• Soporte a usuarios y trabajadores</li> </ul>  <p><b>3. CANALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Página web</li> <li>• Redes sociales</li> <li>• Publicidad por you tube</li> <li>• Volantes</li> </ul>  	<p><b>1.CLIENTES</b></p> <p>*Personas varones con una edad promedio de 18 a 30 años, que les guste ver animes, jugadores de videojuegos (dota 2, <u>fortine</u>)</p> 
<p><b>9.ESTRUCTRA DE COSTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Infraestructura</li> <li>• Alquiler de servidores</li> <li>• Marketing</li> <li>• Colaboradores (fijos)</li> <li>• Colaboradores (no fijos)</li> </ul> 		<p><b>5.FUENTE DE INGRESO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Suscripción en la aplicación.</li> <li>• Pagos director</li> <li>• Suscripción: En donde el cliente tiene más ventajas</li> </ul>  <p><b>Efectivo</b></p> 		

9.2. Anexo 2.



## 10. Referencias bibliográficas

Alemaný Díaz, M. D. M., Cuenca González, M. L., Ruiz Font, L., & Boza, A. (2017). SCAMPER-3-5 para generación de ideas y su análisis de valor. In In-Red 2017. III Congreso Nacional de innovación educativa y de docencia en red. (pp. 955-964). Editorial Universitat Politècnica de València.

Asian Boss Español. (2019). Alquilamos a una novia en Japón | Asian Boss Español. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=qtHNym3mPpk>.

Cástillo, G. (2016). Huancayo repunta como la capital del comercio en el centro del país. Diario Correo. Recuperado de <https://diariocorreo.pe/peru/huancayo-repunta-como-la-capital-del-comercio-en-el-centro-del-pais-644795/>

Distrito de Huancayo. Recuperado el 11 de noviembre de 2019, de <http://munihuancayo.gob.pe>.

Fincher, D. (2010). The Social Network. Los Ángeles: Michael De Luca Productions.

Google. (s.f.). [Mapa del Distrito de Huancayo, Perú en Google maps]. Recuperado el 10 de noviembre, 2019, de: <https://www.google.com/maps/place/Huancayo>.

Hermosín, A. (2017). Alquilar amigos, novia o familiares, el negocio en auge en Japón. La prensa.

INEI. (2017). Censos Nacionales 2017 (XII de Población, VII de Vivienda y III de comunidades indígenas). Recuperado de <http://censos2017.inei.gob.pe/redatam/>.

Ley N° 29157. Ley de promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente, Lima, Perú, 2008.

Ley N° 26887. Ley general de sociedades, Lima, Perú, 2008.

Mi Empresa Propia. (s.f.). Servicios mi empresa propia. Recuperado de <https://mep.pe/remype-registro-de-la-micro-y-pequena-empresa/>

Ministerio de trabajo y promoción del empleo (2019). RÉGIMEN LABORAL ESPECIAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA. Boletín Informativo Laboral. Volumen (Número 85), 01-09.

Municipalidad Provincial de Huancayo (2012). REQUISITOS PARA LOS PROCEDIMIENTOS DE LICENCIAS DE FUNCIONAMIENTO. Recuperado de [http://200.37.252.83/documentos/2012/funcionamiento/requisitos\\_licencia.pdf](http://200.37.252.83/documentos/2012/funcionamiento/requisitos_licencia.pdf).

Padilla Romero, C. L., & Ortega Blas, J. S. (2017). Adicción a las redes sociales y sintomatología depresiva en universitarios.

Pérez-Álvarez, M. (2013). La psicología positiva y sus amigos: en evidencia. *Papeles del Psicólogo*, 34(3), 208-226.

Tapia, M. L., Fiorentino, M. T., & Correché, M. S. (2003). Soledad y tendencia al aislamiento en estudiantes adolescentes. Su relación con el autoconcepto. *Fundamentos en humanidades*, 4(7-8), 163-172.