UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN

Enrique Guzmán y Valle

Alma Máter del Magisterio Nacional

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales

Plan de negocios para implementar una empresa de servicios.

Examen de suficiencia profesional Res. N° 448-2019-D-FACE

Presentado por:

Cespedes Lucero, Martha Elena

Para optar al Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas

Carrera Profesional: Administración de Empresas

Lima, Perú

2020

Plan de negocios para implementar una empresa de servicios.

Designación de Jurado Resolución N° 448-2019-D-FACE

Dra. Beatriz Del Carmen Caycho Salas
Presidente

Mg. Norma Elizabeth Carrillo Hidalgo
Secretaria

Geo. Eduardo Huamani Romero
Vocal

Línea de investigación: Innovación en gestión, administración pública y privada

UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN
Enrique Guzmán y Valle
Alma Máter del Magisterio Nacional

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Dirección de la Unidad de Investigación

"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

Nº 035-2023-DUI-FACE-UNE

La Directora de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Empresariales

Hace constar que:

La Monografía titulada: Plan de negocios para implementar una empresa de servicios., de CESPEDES LUCERO, MARTHA ELENA, ha sido sometida, en su versión final, al software Turnitin y obtuvo un porcentaje del **12%** de similitud con otras fuentes verificables, lo cual garantiza su originalidad e integridad académica. Asimismo, se comprobó la aplicación de las normas APA de acuerdo con las disposiciones vigentes.

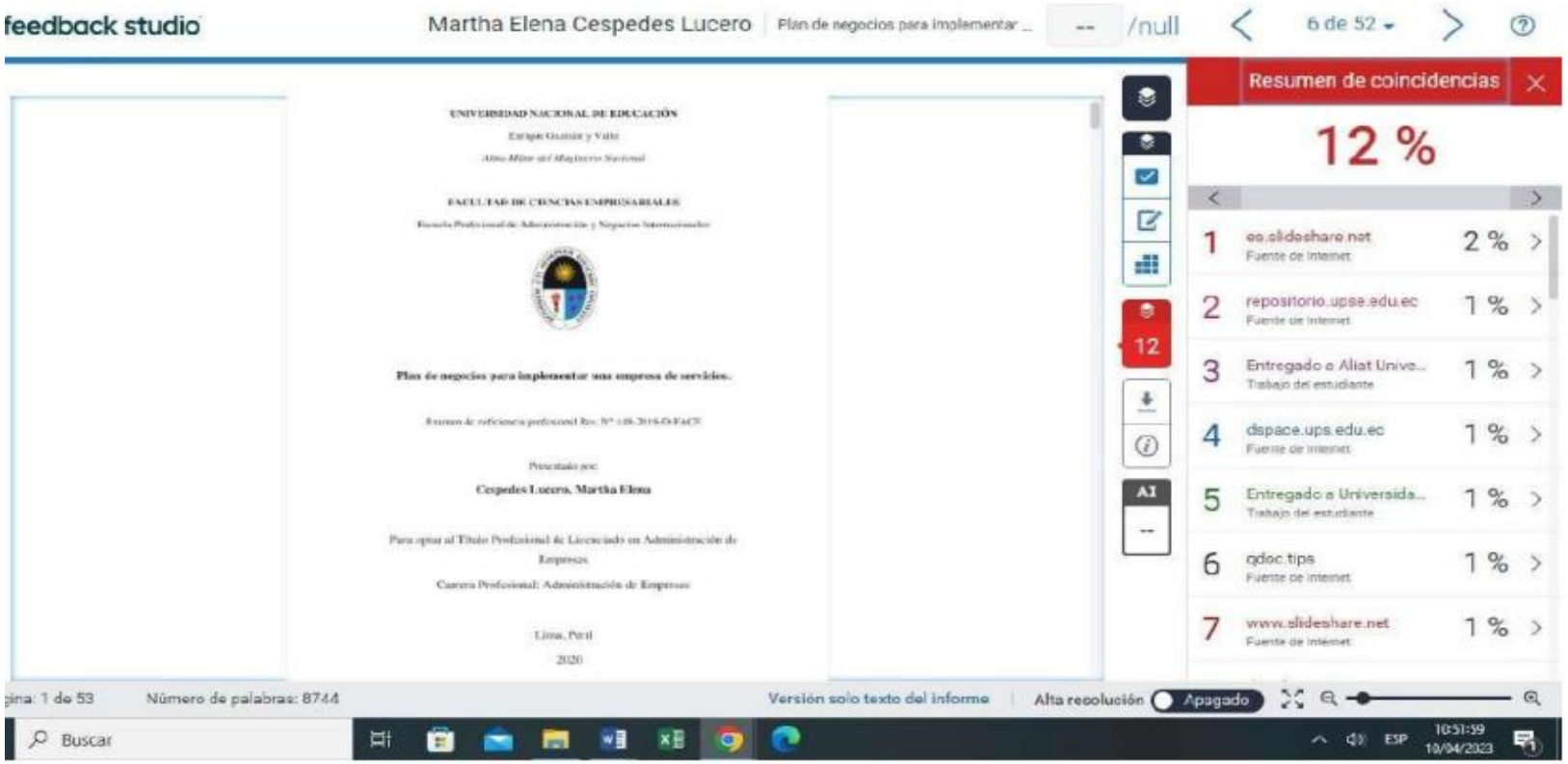
Se expide la presente constancia para los fines pertinentes.

Lima, 18 de abril de 2023.

Mtra. Lorena Amparo Medrano Rivera
Miembro de la Comisión
DNI N° 40846069

Dra. Bertha Gladys Miranda Guevara
Directora de la Unidad de Investigación
DNI N° 09081950

Martha Elena Cespedes Lucero
Autora
DNI N° **44410981**



Mtra. Lorena Amparo Medrano Rivera
DNI N° 40846069

Dra. Bertha Gladys Miranda Guevara
Directora de la Unidad de Investigación
DNI N° 09081950

Dedicatoria

A mis padres, por su apoyo incondicional en cada etapa de mi vida.

Índice de Contenido

Portada i

Hoja de firmas de jurado ii

Dedicatoria iii

Índice de Contenido iv

Lista de Tablas vii

Introducción viii

Capítulo I 10

CORPUS DEL TRABAJO 10

1.1 Plan de negocios 10

1.1.1 Importancia del plan de negocios 11
1.1.2 Tipos de planes de negocios 12
1.1.3 ¿Cómo hacer un plan de negocios? 13
1.1.4 Pasos para elaborar un plan de negocios 15
1.1.4.1 Resumen ejecutivo 15
1.1.4.2 Descripción de la empresa 16
1.1.4.3 Análisis de mercado 16
1.1.4.4 Producto o servicio 17
1.1.4.5 Organización y gestión 18
1.1.4.6 Plan de marketing y ventas 18
1.1.4.7 Plan financiero 19
1.1.4.8 Anexos 20
1.2 Identificación de la idea de negocio 20

1.2.1 ¿Qué es una idea de negocio? 20
1.2.2 Identificación de la mejor idea de negocio – Macro y Micro Filtro 22
Capítulo II 25

APLICACIÓN PRÁCTICA 25

2.1 Plan de negocio de servicio de alquiler de computadoras para medianas y pequeñas empresas 25

2.1.1 Resumen Ejecutivo 25
2.1.2 Descripción de la empresa 26
2.1.2.1 Características del servicio. 26
2.1.2.2 Objetivo general 27
2.1.2.3 Objetivos específicos 27
2.1.2.4 Misión 28
2.1.2.5 Visión 28
2.1.2.6 FODA 28
2.1.2.7 Ubicación 29
2.1.2.8 Importancia del negocio 30
2.1.3 Análisis de mercado 31
2.1.3.1 Factores críticos del éxito. 33
2.1.3.2 Ventajas competitivas 33
2.1.4 Producto o servicio. 33
2.1.5. Precio 33
2.1.5.1 Servicios que se brinda 34
2.1.6 Organización y gestión 35
2.1.6.1 Cantidad de Empleados necesarios en la organización. 35
2.1.6.2 Funciones de cada colaborador 36
2.1.6.3 Estructura Organizativa 36
2.1.6.4 Distribución de los Equipos 37
2.1.7 Plan de marketing y ventas 37
2.1.7.1 El público meta 37
2.1.7.2 Desarrollo de la marca 37
2.1.7.3 Logotipo 38
2.1.7.4 Promoción 38
2.1.8 Presupuesto 38
2.1.9 Plan Financiero. 39
2.1.9.1 Análisis de Inversión 39
2.1.9.2 Análisis de Costo. 40
Capítulo III 42

RESULTADO 42

3.1 Caso Piloto 42

3.2 Ganancia 44

3.3 Diagrama de Gannt 45

SÍNTESIS 46

APRECIACIÓN CRÍTICA Y SUGERENCIA 47

BIBLIOGRAFÍA 48

ANEXOS 49

Lista de Tablas

Tabla 1: Plan de negocios 14

Tabla 2: Macro Filtro 23

Tabla 3: Micro Filtro 24

Tabla 4: Calificación 24

Tabla 5: Elaboración de un plan de negocios 31

Tabla 6: Precios de los servicios 34

Tabla 7: Precios de los productos 35

Tabla 8: Presupuesto 39

Tabla 9: Cuadro de inversión 39

Tabla 10: Resumen para el negocio 40

Tabla 11: Cuadro del personal 40

Tabla 12: Cuadro de recursos 41

Tabla 13: Costos indirectos 41

Tabla 14: Cotización de computadoras 43

Tabla 15: Cotización de la instalación de red 43

Tabla 16: Inversión y pedido 43

Tabla 17: Ganancia del servicio que se brindó 44

Tabla 18: Ganancia del servicio brindado sin IGV 44

Tabla 19: Diagrama de Gannt 45

Introducción

Dentro de las gestiones empresariales continuamente se tiene que decidir de forma estratégica, bajo los lineamientos del plan de negocios elaborado por las empresas. Por lo tanto, el presente estudio fue diseñado buscando las diversas explicaciones que permiten entender mas a fondo los objetivos y las estructuras que por lo general rigen los planes de negocio.

Un proyecto se refiere a toda una serie de tareas vinculadas a objetivos y metas específicas, que contienen puntos y términos predefinidos acorde a periodos específicos en el tiempo, al igual que presupuestos. Por lo tanto, el plan de negocios también es conocido como las áreas de gerencia, dirección de proyectos, los cuales buscan realizar un correcto planeamiento, organización, control, aseguramiento y coordinación de todo recurso que facilite el cumplimiento de las metas establecidas y garantice el éxito de su realización.

De esta manera es importante mencionar que el servicio tecnológico ha tenido un incremento bastante sustancial; hoy existen muchas empresas de servicios con una gama limitada; por lo tanto, son muy pocas la que ofrecen variedad de servicio en un mismo lugar. Una buena parte de las organizaciones en el Perú ha generado una alta ventaja competitiva agilizando sus procedimientos, por lo que la empresa que se manifiesta en la siguiente investigación busca contemplar aspectos tecnológicos como programas computarizados, servicios que permitan mantener el manejo del negocio.

La cantidad de demanda de los consumidores es un factor relevante, más aún que actualmente tienen más exigencias en cuestión de los productos y servicios que necesitan. Dicho poder que reside en el cliente resulta ser más alto al iniciar el negocio ya que la empresa busca que la oferta brindada sea aceptada asimismo pretende satisfacer al cliente para que en un futuro vuelva nuevamente; siendo importanteuna campaña publicitaria arrasadora, con buen contenido y un gran mensaje, precios aceptables así como buenos

servicios y una excelente atención, marcando distancia de la competencia. No obstante, si lo que la empresa oferta no resulta ser de calidad las estrategias iniciales no tendrán los resultados esperados.

Para finalizar, se han adicionado aspectos interesantes, recientes de gran utilidad vinculados a la manera en la que se desarrolla una negociación de tal manera que sea exitosa, abordándose la temática de planeamiento financiero, mismo que es un elemento decisivo en la permanencia de la organización; así pues, se desarrollará la presente investigación.

En el capítulo I se considera el índice, la introducción, el corpus de trabajo, donde se desarrollará lo que es el plan de negocio, su importancia, tipo, cómo se desarrolla, análisis, organización, plan financiero, marketing y ventas.

El capítulo II toma en cuenta la identificación y descripción del negocio, la idea que se maneja, la identificación de los negocios macro y micro, así como la aplicación práctica de un plan de negocios.

Finalmente se visualiza la síntesis, la apreciación crítica y las sugerencias ante un plan de negocio, así como también las referencias bibliográficas y anexos.

Capítulo I

CORPUS DEL TRABAJO

1.1 Plan de negocios

El plan de negocios se muestra como una documentación escrita de forma sencilla, concreta y clara el mismo que presenta todo un proceso de planificación, por lo tanto, el plan de negocios permite orientar toda clase de negocios, ya que da a conocer cada objetivo que se pretende conseguir, así como cada tarea cotidiana que se necesita desarrollar, es así que (Komiya, 2011) manifiesta que:

> El plan de negocios es un instrumento importante que plasma diversas propuestas de negocios, sirviendo de guía para el logro de metas desde un inicio al mismo tiempo que permite la mejora continua enrumbando todo esfuerzo hacia el logro del éxito. Un plan de negocios es dado por escrito, y reúne cada objetivo y meta a conseguir por parte de la organización, siendo empleado de manera interna por la empresa para lograr un correcto planeamiento de funciones, así como eficientes evaluaciones de las necesidades, considerando el servicio bancario o inversiones que potencien el aspecto financiero de la empresa.

Por lo tanto, ello permite la determinación de posibles negocios en base a buenas ideas, brindando datos para la elaboración de proyectos. Finalmente se podrá establecer que las

beneficiosas ideas serán transformadas en adecuados planes de negocios, sentando buenas bases para el inicio de una empresa competitiva y rentable.

Algunos aspectos que pueden describir el significado de un plan de negocios de acuerdo a (Rosales, 2005) son los siguientes:

- Hace referencia a la labor de emprendimiento, que considera todas las capacidades y experiencia de la persona.
- Mediante el empleo de capital, y recurso humano y financiero, se direcciona todo esfuerzo hacia la realización de las metas planteadas.
- Exige la participación de un equipo encargado de la planificación y dirección década proceso en base a los objetivos planteados.
- Todo el proyecto debe estar acorde a las exigencias internas y externas del mercado, considerándose las normativas políticas, financieras, sociales, ambientales, etc.

De esta manera, un plan de negocios se enfoca en la etapa de mercadeo, fase técnica y financiera, aproximándose a las etapas básicas para su desarrollo, como lo son la pre inversión, maduración y funcionamiento.

1.1.1 Importancia del plan de negocios

Este es importante porque, muy aparte de tener un alto nivel de organización en cada una de sus etapas, es sujeto a una evaluación de factibilidad, misma que permite a cada inversionista medir y ver cuan seguro es poder financiar dicho proyecto. De esta manera, la ejecución de un plan resulta importante debido a que permite visualizar las posibilidades de realizar con emprendimiento, asimismo, accede a una detallada evaluación de cada riesgo previo a la realización de las inversiones.

1.1.2 Tipos de planes de negocios

Contar con un plan de negocio permite lograr muchos objetivos, ya que se convierte en una herramienta de emprendimiento y dependerá de las carencias individuales de cada emprendedor, tal y como (Karen, 2009) se presenta a continuación:

- **Plan de negocios para empresas en marcha:** los planes de esta fase deben poder realizar la evaluación y el análisis de la nuevas unidades de negocio de manera libre e imparcial. Asimismo, podrá hacer la distribución de el costo fijo de la empresa entre todas las unidades del negocio, incluyendo las nuevas, teniendo que dar a conocer el conjunto de debilidades y fortalezas de la organización, demostrando una sólida gestión.
- **Plan de negocios para una nueva empresa:** son los planes que detallan las ideas en si mismas como cada objetivo a lograr, de igual forma con las estrategias a aplicar y el respectivo plan de acción.
- **Plan de negocios para un inversionista:** su redacción debe ser atractiva para el inversor, asimismo debe contener todo dato importante que permita describir mejor la idea de negocio. Así como el retorno de las inversiones, permitiendo una correcta evaluación financiera.
- **Plan de negocios para administradores:** deberá contar con todos los detalles que orienten cada operación de la organización. También tendrá que ser sumamente claro y minucioso para mostrar las metas, normativas, procedimientos, presupuesto, etc. De cada área funcional de la organización.

De esta manera, un plan de negocio permite dar a conocer nuevas oportunidades, brindando nuevas opciones a los inversionistas, permitiendo la creación y desarrollo de nuevas empresas. No obstante, existen una serie de planes que tratan de cubrir una necesidad particular del empresario o cada tipo de empresa.

1.1.3 ¿Cómo hacer un plan de negocios?

Para realizar un plan de negocios se deberá tener en cuenta que el posible de apertura sea diferente al resto de los demás negocios, así como tomar en cuenta los siguientes aspectos:

¿Qué hace que tu negocio se distingue del resto?

¿Planeas brindar un servicio específico?

¿Tu marca promocionará una imagen de servicio confiable?

Entre otros, el plan deberá ser corto y de fácil entendimiento para el lector, en la actualidad estos son más cortos y concisos. Estos deberán contener lo siguiente, según (Weinberger, 2009) manifiesta que:

Tabla 1

Plan de negocios

PLAN DE NEGOCIOS PARA EMPRESA EN MARCHA (GERENTE)	PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA NUEVA EMPRESA (INVERSIONISTA O GERENTE)
✓ Resumen ejecutivo ✓ Descripción de la empresa • Historia de la empresa • Análisis de la industria • Productos y servicios ofrecidos • Estados financieros • Equipos gerenciales ✓ Descripción de la competencia de la posición competitiva y del mercado objetivo ✓ Planeamiento estratégico • Análisis de FODA • Estrategia de crecimiento y expansión • Alianzas estratégicas ✓ Estrategia de marketing y ventas ✓ Análisis de la infraestructura ✓ Rediseño de estructura y cambios en la gestión de la empresa ✓ Modelo financiero ✓ Evaluación financiera ✓ Conclusiones y recomendaciones ✓ Anexos	✓ Resumen ejecutivo ✓ Formulación de idea de negocio ✓ Análisis de la oportunidad ✓ Presentación del modelo de negocio ✓ Análisis del entorno ✓ Análisis de la industria, del mercado y estimación de demanda ✓ Planeación estratégica • Análisis FODA • Visión • Misión • Objetivos estratégicos • Estrategia genérica • Fuentes de ventajas competitiva • Alianzas estratégicas ✓ Plan de marketing ✓ Plan de operaciones ✓ Diseño de la estructura y plan de recursos humanos ✓ Proyección de los estados financieros ✓ Evaluación financiera ✓ Conclusiones y recomendaciones ✓ Anexos

Nota: La tabla muestra la diferencia entre un plan de negocios para una empresa puesta en marcha y una empresa nueva / Fuente: Zoila Margot Valverde Gonzales / Fuente: Weinberger, 2009.

1.1.4 Pasos para elaborar un plan de negocios

1.1.4.1 Resumen ejecutivo

Es la presentación breve de los detalles más relevantes de un plan de negocio, debido a que concentra la información más útil para el público, siendo de esta manera la sección más leída de todo el documento. De esa manera, el autor (Weinberger, 2009) manifiesta que a siempre que el resumen despierte la atención de los inversionistas, ellos se verán mas motivados a descubrir todo en relación a la propuesta de negocio, procediendo a analizar todo el plan.

De esta manera los resúmenes ejecutivos bien elaborados abren la puerta a los empresarios interesados en invertir, marcando de dicha forma las posibilidades de competencia o por el contrario de rechazo. Es por ello, que existen muy buenos proyectos, pero con resúmenes ejecutivos muy pobres, ello desmerece la idea de negocio y conduce a la pérdida de inversiones.

Tiene por objetivo brindar al lector una visión global de la organización, así como del mercado actual previamente a describir cualquier detalle. De esta manera, es de gran importancia que los resúmenes ejecutivos sean elaborados después de concluir todo el plan, debido a que se puede seleccionar con mayor facilidad la información precisa e importante.

Un resumen ejecutivo por lo general se presenta en una sola hoja y considera los siguientes segmentos:

- Resumen: es la explicación breve de lo que realiza la organización, su ubicación, giro de negocio y descripción de los clientes.

- Perfil de la empresa: es la explicación breve de la composición de la empresa, información de los dueños, así como las habilidades o experiencias que brindaran en un futuro a los clientes asimismo como cuales son las expectativas en relación al personal que desean contratar.
- Producto y servicio: es la explicación breve de lo que comercializará la empresa.
- Mercado: es la explicación breve de lo más resaltante del análisis de mercado realizado.
- Consideraciones financieras: es la explicación breve de la manera de financiamiento que buscas para tu negocio, así como cuáles son tus proyecciones financieras.

1.1.4.2 Descripción de la empresa

Se deberá resumir de forma concreta la información de mayor relevancia de la organización, indicando a lo que se dedicará, consignando la misión y visión, de acuerdo a la organización comercial e información del titular del negocio los propietarios del negocio, también se contempla la información de la dirección, exigencias del mercado para de esta manera satisfacer las necesidades y al mismo tiempo, cómo los productos o servicios lograrán realizarlos.

1.1.4.3 Análisis de mercado

Este análisis resulta ser muy importante en el descubrimiento de nuevas oportunidades en relación a la propuesta de negocio, asimismo permite a los empresarios la identificación oportuna de cualquier amenaza que podrían dificultar la inserción al mercado, así como la opción de un cambio en el giro de negocio, por lo tanto, el autor (Weinberger, 2009) manifiesta que:

Cuando se evalúa la idea de negocios, se debe tener en cuenta si las propuestas tienen espacios dentro del mercado, al mismo tiempo debe incluir los análisis de estudio realizados por otras personas, en algunos casos para el análisis del mercado se utiliza la encuesta, entrevista, etc.

Asimismo, en estos análisis se analizan elementos propios de la economía, sociedad, política, tecnología y ambiente, asimismo cuando se trata de alguna organización dedicada a la exportación es importante considerar dichos efectos de todos estos elementos en cada país donde haya participación. Asimismo, los análisis deben hacerse buscando nuevas oportunidades y amenazas para las nuevas empresas.

1.1.4.4 Producto o servicio

De acuerdo al producto o servicio, estos se deberán desarrollar según cada detalle acerca de lo que se venderá al igual que la forma en la que serán beneficiados los consumidores. Por lo tanto, en cuanto al servicio informático de gran utilidad se basan de forma específica en brindar soporte para las Pymes, de acuerdo a ello para (Weinberger, 2009) manifiesta lo siguiente para los diversos productos y servicios que se encuentran incluidos en los servicios informáticos:

- **Super Home:** es una de las líneas más módica y económica, la cual es usada generalmente por su fabricante para pc domésticas, es usada como una estación económica para pequeñas empresas.
- **Power User:** es una de las líneas exclusivas; es decir, uno de los sistemas más importantes en el desarrollo del trabajo del hogar, así como de empresas de mayor calidad.

- **Business Special:** es empleado para el cubrimiento de brechas entre los dos productos antes mencionados.

Por lo tanto, los servicios y asistencia técnica deben ofrecer servicios de óptima calidad ante los contratos de mantenimiento y garantía en las tiendas y depósitos; de esta manera brindar respaldo y seguridad que existen expertos que responderán ante toda inquietud relacionada al servicio.

1.1.4.5 Organización y gestión

La organización y la gestión se definen en cómo se organiza una empresa, de esta manera fijando las metas que podría asumir el negocio durante sus inicios y primeros años. En la primera fase se establecerá cuáles son las metas que podría asumir la organización, al igual que se realizará la evaluación de resultados, seguidamente cómo repercutirá en el proyecto y finalmente cómo influenciará en el emprendedor y en la evolución del proyecto.

De acuerdo a la organización y gestión que presente el plan de negocios permitirá determinar los aspectos ante el análisis de las necesidades de los empleados, midiendo su capacidad para cumplir con todas las tareas encomendadas o si por el contrario se necesita de equipos más capacitados.

1.1.4.6 Plan de marketing y ventas

El plan de marketing y ventas se deberá iniciar con una definición de segmentos del mercado, así como de los públicos a los cuales se busca poder llegar, de igual manera evaluar como se encuentra posicionada la organización, estableciendo de manera clara que es lo que se pretende conseguir, en otras palabras, como los empresarios desean que su negocio sea visto y recordado. Según (Weinberger, 2009) manifiesta que:

> La segmentación puede ser abundante y variada, siendo lo más relevante la selección de aquello que permita hacer la diferenciación de los clientes. Al trabajar con organizaciones, las segmentaciones se hacen de acuerdo a cuan grande es la empresa, su grado de facturación, su número de ventas, el nivel de participación dentro del mercado asimismo conforme a su soporte tecnológico, nivel de inversiones, calidad de sus productos, mecanismos de comercialización, posicionamiento actual, entre otros.

De esta manera, después que los empresarios definan sus públicos, el mercado y el posicionamiento que desean, proceden al establecimiento de los objetivos del marketing.

Seguidamente, estos objetivos deben tener claridad, coherencia, precisión y sobre todo deben ser medibles, contando para ello con una serie de indicadores que permitan sus evaluaciones y monitoreo permanente, pudiendo expresarse en una forma cuantitativa.

1.1.4.7 Plan financiero

Hace referencia al estudio de los ingresos, costos y nivel rentable de las organizaciones, tomando en cuenta cada factor productivo, (Pérez, 2006) precisa:

> Conocido como la herramienta que permite establecer el potencial económico que maneja la organización justo cuando se evalúa las ideas de negocio, sirviendo de instrumento contable para la realización de las proyecciones financieras y flujos de caja. Ello permite corroborar si efectivamente las empresas poseen los recursos que le permitan recuperar lo invertido llegando a generar lo planificado.

Estas están relacionadas de forma directa con la planificación del aspecto financiero, debido a que un correcto manejo de la parte económica está sujeto del nivel rentable, siendo necesario que las metas y estrategias empleadas maximicen el nivel de ingreso y disminuyan los costos.

1.1.4.8 Anexos

Es el apartado que ejemplifican de forma más detallada la información presentada a lo largo de todo el documento, pues dicha información debido a su expansión no puede ser abordada dentro del marco principal del documento. Siendo un conjunto de puntos interesantes para ciertos públicos, o determinados lectores. No obstante, debido a la diversidad de información que se consigna en dicho segmento puede ser información que es considerada como prescindible.

Se constituyen como información adicional a lo presentado en el documento, complementando todo el trabajo previo realizada y presentado. Pueden presentarse en el presente apartado imágenes, cuadros estadísticos, tablas, documentos, etc. Siendo importante que todo ello se encuentre referenciado en el documento como por ejemplo decir "ver Anexo 2" para que los lectores no olviden hacer una revisión de dicho material adicional.

1.2 Identificación de la idea de negocio

1.2.1 ¿Qué es una idea de negocio?

Resulta importante mencionar que antes de empezar con un proyecto de negocio, es imperante seleccionar la idea de negocio, por el cual se fijarán los objetivos y se iniciará el mismo. Esta idea es considerada la fase más fundamental del proyecto, sin embargo, no es el definitivo porque también lo hace importante el equipo que lo complementa para el desarrollo de proyecto.

De acuerdo a los negocios desarrollados, estos se presentan como un detalle concreto y preciso ante cada operación principal del negocio, que se proyecta a iniciar. Se debe tener en cuenta que los buenos negocios se inician con buenas ideas. Antes del desarrollo de cualquier

negocio se deben tener las ideas totalmente organizadas y claras de lo que se desea desarrollar. Las ideas principales de los productos suelen partir de un producto en específico como, por ejemplo:

1. Una necesidad insatisfecha encontrada en el mercado.
2. Observación de necesidades que se esperan en un futuro inmediato.
3. Modernas necesidades que podrían presentarse en el tiempo.
4. Tendencias de índole personal
5. Fallas en el producto o servicio existente.

Un punto de partida ante una oportunidad es la necesidad insatisfecha, ya que, por lo general, en ocasiones, siempre es el inicio ante un proyecto direccionado a suplir las necesidades.

Las necesidades insatisfechas son grandes oportunidades para la creación de proyectos de negocios. Debido que ante dicha realidad se cuenta con mercados asegurados, puesto que lo que hay que realizar es ofrecer al público lo que necesita. Precisamente las personas visionarias suelen anticiparse a escenarios futuros, gracias a ello pueden prepararse de manera previa y tener productos y servicios listos que respondan a las necesidades próximas. No obstante, hoy en día es muy común también que la propia sociedad cree nuevas necesidades en los clientes incitándolo a su rápida satisfacción.

La propia inquietud, interés y satisfacción personal son excelentes oportunidades para la generación de ideas innovadoras, debido a que muchas veces los intereses son compartidos por buena parte de la población. Evidencia clara es la existencia de una serie de servicios y productos que han nacido a consecuencia de personas que buscaron aportar soluciones estratégicas frente a determinadas problemáticas.

Asimismo, existen otras formas de generación de nuevas ideas como las debilidades de un producto o servicio ya existente y comercializado en el mercado, puesto que siempre existirán mejores formas de elaborar y ofrecer productos, desarrollándose la capacidad de reinventarse.

1.2.2 Identificación de la mejor idea de negocio – Macro y Micro Filtro

Al inicio se pueden desarrollar ideas enfocadas en responder a las necesidades de tus potenciales consumidores, siendo muy importante realizar mayores análisis, para lograrlo se puede utilizar los métodos de Macro y Micro Filtros, para de esta manera desarrollar una mejor idea.

MACRO filtro, permite la selección de ideas de negocio de forma más ágil tomando como guía una serie de interrogantes centrales, de esta manera se procede a realizar la selección y exclusión de ideas que ofrezcan respuestas negativas a lo que se consulta.

MICRO Filtro, resulta ser un filtro que posee una mayor precisión en cuanto a la selección de las ideas de negocios y el trabajo mismo en sus respectivos planes. Logran destacar aquella empresa que brinde una mejor oportunidad comercial manejando su sistema productivo en su propia zona, considerando el soporte tecnológico adecuado, los recursos, así como las habilidades de su personal. De esta manera se proceden a identificar las ideas que consiguen los mayores puntajes, siempre y cuando respondan a lo que el potencial cliente necesita.

Buscando ofrecer un mejor entendimiento de los Macro y Micro Filtro, a continuación, los desarrollaremos:

Macro Filtro: El ejercicio se centra en el desarrollo del cuadro que se presenta a continuación, para lo que se tiene que responder con un SÍ o un NO a las interrogantes presentadas. Las respuestas permitirán conocer si la idea de negocio podría ser exitosa. Marca

una "X" en cada casillero, y al final cuenta el número de “Sí” que se le dio a cada idea. Debiendo considerar a las ideas que registraron un mayor número de "Sí".

Tabla 2

Macro Filtro

PREGUNTAS ORIENTADORAS/IDEAS	IDEA 1		IDEA 2		IDEA 3		IDEA 4		IDEA 5	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
¿Existe una necesidad que satisfacer en tu Localidad?										
¿Existe un mercado para este producto o Servicio?										
¿Hay una demanda insatisfecha?										
¿Quieres realizar este proyecto?										
¿Es posible producir el producto en tu Distrito / región?										
¿Este proyecto permite tener ganancias?										
Total ideas con SI										

Nota: El análisis realizado en el Macro Filtro puede arrojar como resultado que, del total de ideas de negocio generadas en la lluvia de ideas, sean 3, 4, 5, 10 o más las ideas que reciban un "SI" como respuesta y solo unas pocas no se podrían desarrollar. Por lo tanto, es importante usar el Micro Filtro para definir cuál es la idea de negocio a desarrollar. / Fuente: Zoila Margot Valverde Gonzales / Fuente: Recuperado de http://www.minedu.gob.pe/minedu/archivos/a/002/06-bibliografia-para-etp/6-gipneg.pdf.

Tabla 3

Micro Filtro

PREGUNTAS ORIENTADORAS/IDEAS	IDEA 1	IDEA 2	IDEA 3
Disponibilidad local de materias primas			
Existencia de demanda insatisfecha			
Disponibilidad de mano de obra Calificada			
Disponibilidad de mano de obra a costo Aceptable			
Tecnología localmente disponible			
¿El emprendedor tiene las habilidades para Gestionar el proyecto'			
PUNTAJE TOTAL			

Nota: A partir de esta técnica estarás en condiciones de "priorizar" aquella idea para la cual estés mejor preparado. El ejercicio consiste en darle una calificación a las ideas preseleccionadas, según se indica en la tabla de calificación, siendo priorizada la idea que tiene mayor puntaje. / Fuente: Zoila Margot Valverde Gonzales / Fuente: Recuperado de http://www.minedu.gob.pe/minedu/archivos/a/002/06-bibliografia-para-etp/6-gipneg.pdf.

Tabla 4

Calificación

TABLA DE CALIFICACIÓN
5 Muy bueno
4 Bueno
3 Regular
2 Malo
1 Muy malo

Nota: La idea que obtenga el mejor puntaje será aquella que debes priorizar, pues reúne las mayores FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES para lograr el éxito empresarial. Las otras ideas (que queden en segundo o tercer lugar) no significan que sean malas ideas de negocios, sino que tienen algunas debilidades o que existen algunas amenazas que no te permitirán obtener tanto éxito como la primera idea. / Fuente: Zoila Margot Valverde Gonzales. / Fuente: Recuperado de http://www.minedu.gob.pe/minedu/archivos/a/002/06-bibliografia-para-etp/6-gipneg.pdf.

Capítulo II

APLICACIÓN PRÁCTICA

2.1 Plan de negocio de servicio de alquiler de computadoras para medianas y pequeñas empresas

2.1.1 Resumen Ejecutivo

Mark Servicios Informáticos es una empresa ubicada en los Olivos, que se dedica principalmente al alquiler de computadoras a medianas y pequeñas empresas.

El negocio está conformado por una persona natural de nombre Martha Elena Céspedes Lucero con RUC 10444109811, quien es la única propietaria e inversionista, además será la que desarrollará la parte administrativa, contable y comercial, con miras a poder contratar personal a futuro.

Los Servicios que ofrece la empresa son soluciones informáticas para medianas y pequeñas empresas, brindando equipos de cómputo con garantía por un alquiler de S/150.00 mensual.

Luego de analizar el mercado nos pudimos percatar de la gran necesidad con la que cuentan las medianas y pequeñas empresas en lo que a informática se refiere, notando que no existe ninguna empresa orientada a brindar este servicio a ese segmento del mercado.

2.1.2 Descripción de la empresa

Somos una empresa peruana que busca incursionar en el servicio de alquiler de computadoras, estamos trabajando para que nuestros futuros clientes puedan cumplir con sus objetivos sin preocuparse que su plataforma tecnológica falle o que no tenga tiempo de respuesta adecuada ante cualquier problema. Nuestro público objetivo será brindar el servicio de alquiler de computadoras a las medianas y pequeñas empresas. Nuestro equipo es altamente profesional con solidos conocimientos en el rubro tecnológico, mismo que busca brindar un excelente servicio a todos los clientes.

Forman parte de nuestro equipo técnicos especialistas en brindar soluciones rápidas ante cualquier contingencia.

Nuestra empresa y su personal disfruta del trabajo que realiza y brinda a sus clientes.

2.1.2.1 Características del servicio.

- Contará con Ordenadores, Servidores y Laptops.
- Licencia de Windows.
- Licencia de Microsoft Office.
- Licencia de Antivirus.
- Gestión de garantía.
- Equipos de remplazo, en algunos casos.

2.1.2.2 Objetivo general

Brindar soluciones adecuadas a las necesidades tecnológicas de las medianas y pequeñas empresas, promoviendo el desarrollo de sus ideas para la ejecución del proyecto ideal y el crecimiento de los clientes.

2.1.2.3 Objetivos específicos

Conocer y evaluar las características generales del mercado referente a necesidades y preferencias de las Medianas y Pequeñas empresas de Lima, en lo relacionado a la implantación una empresa encargada de la instalación, reparación y mantenimiento de computadoras desde enero del 2020.

Elaborar un estudio técnico que permita conocer los principales requerimientos para la implantación de la empresa Mark Servicios Informáticos.

Elaborar el estudio organizacional requerido para la implantación de la empresa Mark Servicios Informáticos.

Elaborar el estudio financiero requerido para la implantación e introducción de la empresa Mark Servicios Informáticos.

Investigar cuáles son los requisitos legales para la creación de la empresa Mark Servicios Informáticos.

Definir estrategias competitivas para la implantación de la empresa Mark Servicios Informáticos.

2.1.2.4 Misión

La misión es satisfacer las necesidades tecnológicas que nuestros clientes requieran. Ayudando así a mantener la continuidad del servicio, rendimiento y rapidez

2.1.2.5 Visión

Pretendemos ser un referente dentro del sector de la Tecnología de la Información y la Comunicación en Perú. Es por ello que se brindará el mejor servicio en Tecnología Informática acorde al avance tecnológico, debido a que constantemente nos estamos actualizando conforme a las nuevas exigencias del mercado.

2.1.2.6 FODA

En la figura evaluaremos un FODA de la empresa Mark servicios informáticos buscando realizar una evaluación de toda fortaleza, oportunidad, debilidad y amenaza de manera interna y externa.

Imagen 1: Análisis FODA. / Fuente: Autoría propia.

2.1.2.7 Ubicación

La empresa se localizará en Los Olivos, ubicación céntrica, permitiendo el libre tránsito de personas en la zona. Asimismo, debido a que no es un punto de tráfico como en el propio centro limeño, el cliente puede estacionar su vehículo al costado del local y visitar el negocio libremente. Con respecto al inmueble, no generará mayores costos más que los de mantenimiento, debido a que es un lugar propio no requiere del pago de arriendo o compra. Además, en el sector de Los Olivos hay muchas microempresas que podrán acercarse a las oficinas de la empresa.

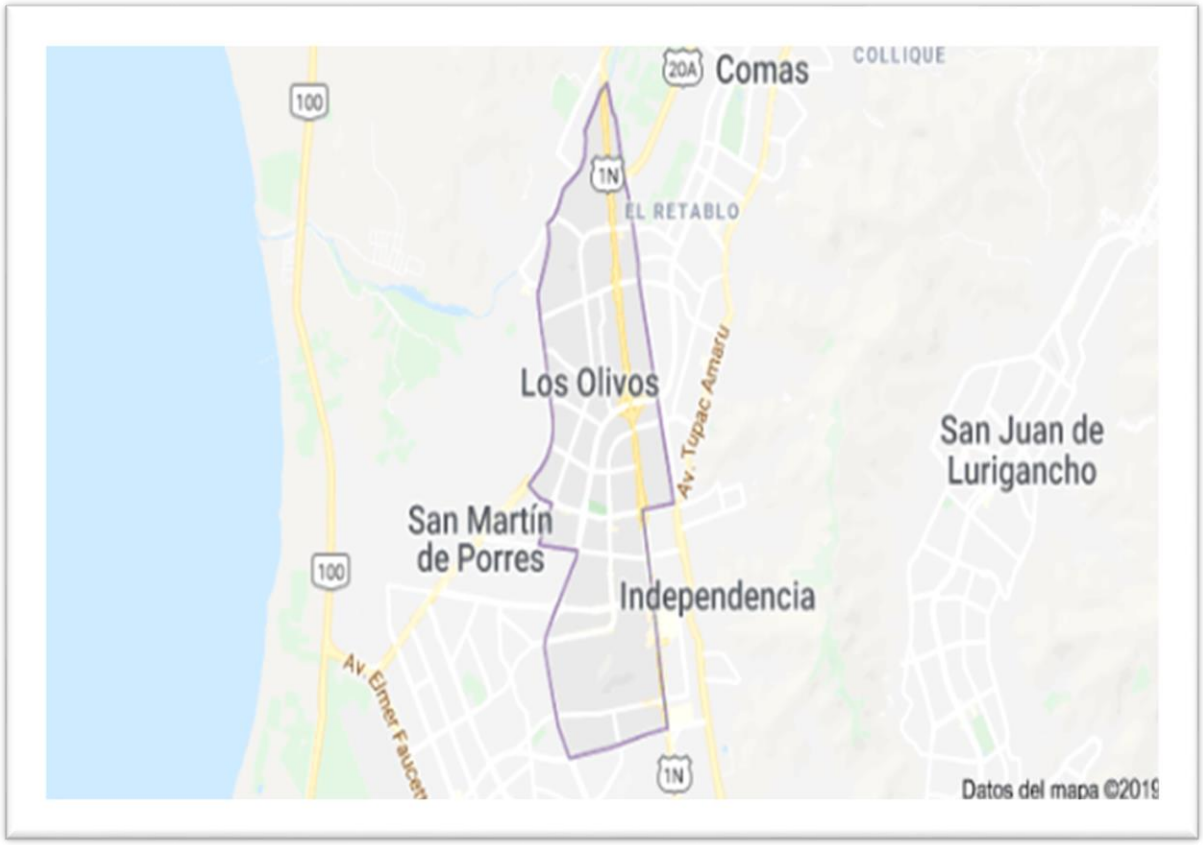


Imagen 2: Mapa de ubicación del distrito de los Olivos. / Fuente: Recuperado de https://www.google.com/search?q=maps+los+olivos&rlz=1C1CHBF_esPE815PE816&oq=maps+los+olivos+&aqs=chrome..69i57j0l7.2752j0j8&sourceid=chrome&ie=UTF-8

2.1.2.8 Importancia del negocio

Los constantes avances digitales en los últimos años han dado paso a una serie de transformaciones que han modificado las economías d ellos países y la sociedad en general, es por ello que hoy se observa un boom tecnológico que esta presenta en la vida cotidiana de cada ser humano. Muestra clara de ello, es que actualmente toda persona se encuentra rodeado de dispositivos tecnológicos, desde una computadora, móvil, Tablet, hasta algún electrodoméstico que utilizamos en casa para las tareas del hogar, variando la complejidad del uso que requiere cada aparato. Una empresa no puede ser la excepción a la norma, es por ello que actualmente existen una serie de servidores que operan una serie de datos en simultáneo, permitiendo y asegurando un funcionamiento las 24 horas del día y los siete días a la semana.

Un aparato no funcionaría sin la asistencia del servicio para su, reparación y actualización, en relación al aspecto físico como hardware, así como referido a los diversos programas informáticos que operan en las maquinarias denominados softwares. En tal sentido, hemos planteado el negocio de una empresa de servicios informáticos. En tal sentido, se ha propuesto un negocio de servicios informáticos.

Por tal motivo hemos desarrollado el plan de un negocio partiendo de una necesidad en el mercado y es factible realizar el negocio porque habrá un margen de ganancia, además en el plan de negocio que deseamos implementar es el Alquiler y mantenimiento de computadoras para medianas y pequeñas organizaciones, con sus sistemas operativos y packs office. Teniendo como meta obtener materiales informáticos a buenos precios, el seguro, y una asistencia técnica para los materiales y software.

Toda licencia relacionada a un programa seria cubierto por los clientes, siendo la empresa intermediaria entre éstos y las compañías de software, básicamente con Microsoft.

En la elaboración del presente plan de negocios hemos realizado los siguientes pasos:

Tabla 5

Elaboración de un plan de negocios

1. Resumen ejecutivo.
2. Descripción de la empresa.
3. Análisis del mercado.
4. Producto o servicio.
5. Organización y gestión.
6. Plan de marketing y ventas.
7. Plan financiero.
8. Anexo.

Nota: Enumeración del Plan de Negocios. / Fuente: Autoría propia.

2.1.3 Análisis de mercado

Después de analizar el Mercado hemos podido observar que actualmente en Perú no existen empresas que brinden el servicio de Alquiler de computadoras a pequeñas y medianas empresas; por otro lado, podemos resaltar que en la zona donde se ubica el negocio no se encuentran empresas pioneras del mismo rubro. Asimismo, las compañías que han logrado surgir son las que desde un inicio han proyectado confianza al cliente a pesar de antiguamente manejar precios sumamente elevados, mismos que han ido descendiendo con el pasar de los años. Asimismo, en el lugar se evidencia toda una filosofía tecnológica promovida por Institutos y Universidades, ya que en esa sede se han recibido profesionales en la materia e incluso ciertos estudiantes han desarrollado sus propios negocios en computación.

Gran parte d ellos habitantes de la capital se encuentran familiarizados con las empresas que llevan muchos años en el rubro, a pesar que en ocasiones y lugares existe cierto descontento, dichas empresas se encuentran posicionadas dentro del mercado y gozan de la preferencia del público. Las empresas que se identifican como competencia son todas aquellas

que comercializan equipos y servicios, centrados es mantener y reparar dispositivos y equipos. Un ejemplo claro de competencia es: Deltron, C&C Computer, Yamoshi, enfocadas en venta y reparaciones de diversos equipos de computación. No obstante, se observa que en muchas ocasiones no cuentan con conocimientos actualizados de los servicios que brindan, perjudicando la calidad que se le ofrece a los clientes, asimismo el personal de ventas no tiene el manejo ni conocimiento necesario para absolver cualquier inquietud presentada por el consumidor.

Asimismo, el personal técnico con el que cuentan no esta conformado por verdaderos especialistas en la materia, ni hay una actualización constante acorde al avance de la tecnología. Asimismo, en la actualidad muchas de dichas empresas no prestan el servicio a domicilio continuando con el método tradicional en el que el usuario debe acudir al establecimiento llevando sus equipos a reparación, siendo sus principales medios publicitarios los medios tradicionales como emisoras y canales locales.

Una de las principales barreras identificadas para la inserción a este rubro es que los clientes únicamente han conocido a empresas que tienen varios años de experiencia, asimismo existe un número importante de comercializadores que a pesar de no contar con un establecimiento ofrecen los servicios, adquiriendo ciertos clientes en base a experiencias. De esta forma las PYMES constituyen cerca del 96,5 % de negocios que existen en el Perú; se consideraría que consiguen inversión de la banca de desarrollo o una inversión del propietario de la empresa.

En Lima las empresas emplean los inventarios, lo cual trae consigo muchos riesgos si no es trabajado bajo consignación. Asimismo, en los exhibidores se encuentran productos que llevan bastante tiempo y no han podido venderse y otros cuyo uso resulta ser insignificante en el tiempo, tal es el caso de la tarjeta de video. Existen otros que si soportan el paso de tiempo y siempre son requeridos como fundas de laptops, micrófono, disco, etc.

2.1.3.1 Factores críticos del éxito.

El presente plan considera a los siguientes puntos como esenciales en el logro del éxito:

- Garantías extendidas.
- Servicios a domicilio
- Precio razonable.
- Soporte técnico a través de una central de llamadas.

2.1.3.2 Ventajas competitivas

- Precio razonable.
- Acceso fácil a los clientes.
- Flexibilidad de horarios.
- Atención rápida y personalizada.
- Personal capacitado.

2.1.4 Producto o servicio.

Servicio: **Mark Servicios Informáticos** está dedicada al alquiler, mantenimiento y actualización de equipos de cómputo a domicilio, brindando una garantía real de los productos y servicios que ofrece.

2.1.5. Precio

El tarifario empleado será el siguiente:

Movilidad dentro de la periferia limeña, tendrá un costo de S./10

2.1.5.1 Servicios que se brinda

Se procede a presentar la lista de precios de los servicios que ofrecerá la empresa:

Tabla 6:

Precios de los servicios

SERVICIO	COSTOS
Instalación de Disco Duro	S/ 50. 00
Instalación Windows y Office	S/ 40. 00
Instalación de Tarjeta Video, sonido, modem	S/ 25. 00
Instalación de memoria	S/ 35. 00
Instalación de Tv Captchure	S/ 35. 00
Instalación de tarjeta Madre	S/ 55. 00
Instalación de Procesador	S/ 65. 00
Cambio de tarro	S/ 45. 00
Instalación de red casera	S/ 35. 00
Instalación de Internet	S/ 40. 00
Instalación de CODEC	S/ 25. 00
Instalación de software convencional	S/ 30. 00
Actualización de antivirus	S/ 100 .00
Cambio de fuente de poder	S/ 20. 00
Respaldos de discos duros	S/ 35. 00
Revisiones	S/ 50. 00

Nota: Lista de precios de servicios. / Fuente: Autoría propia.

Además, se mostrarán los precios de los diversos productos que se estarían comercializando en el negocio para los clientes:

Tabla 7:

Precios de los productos

PRODUCTOS	COSTOS
Disco duro 80GB	S/ 120. 00
Disco duro 120GB	S/ 140. 00
Disco duro 160Gb	S/ 150. 00
Disco duro 200Gb	S/ 180. 00
CD ROM	S/ 130. 00
Quemador CD	S/ 150. 00
DVD	S/ 130. 00
Quemador DVD	S/ 120. 00
Tarjeta de Video GFOR-FX-5200-128Mb	S/ 75. 00
Tarjeta de Video GFOR-G-6200-256Mb	S/ 80.00
Tarjeta de Video IFOR-G-6600-256Mb	S/ 90. 00
MODEM	S/ 45. 00
Tarjeta de Sonido	S/ 20. 00
Disco duro Sata	S/ 200. 00

Nota: Lista de precios de Productos. / Fuente: Autoría propia.

2.1.6 Organización y gestión

2.1.6.1 Cantidad de Empleados necesarios en la organización.

Mark Servicios Informáticos demandará de un técnico, un gerente, y un servicio contable.

2.1.6.2 Funciones de cada colaborador

Dentro del análisis de los puestos se consideraron 4 elementos de especificación, cada elemento contiene una serie de sub factores. Reuniendo los requisitos que el empleado debe reunir de acuerdo a los puestos establecidos. Los mismos que son mostrados a continuación:

- Requisitos intelectuales, se considera el nivel formativo alcanzado académicamente, los años de experiencia en la materia y la habilidad intelectual demostrada por el aspirante.
- Requisitos físicos, se consideran las habilidades sensoriales, capacidades y destrezas físicas.
- Responsabilidad por los materiales, las herramientas y los equipos; así como el resguardo del dinero y el resguardo de los datos confidenciales.
- Condiciones de trabajo, se considera el ambiente y las relaciones laborales.

2.1.6.3 Estructura Organizativa

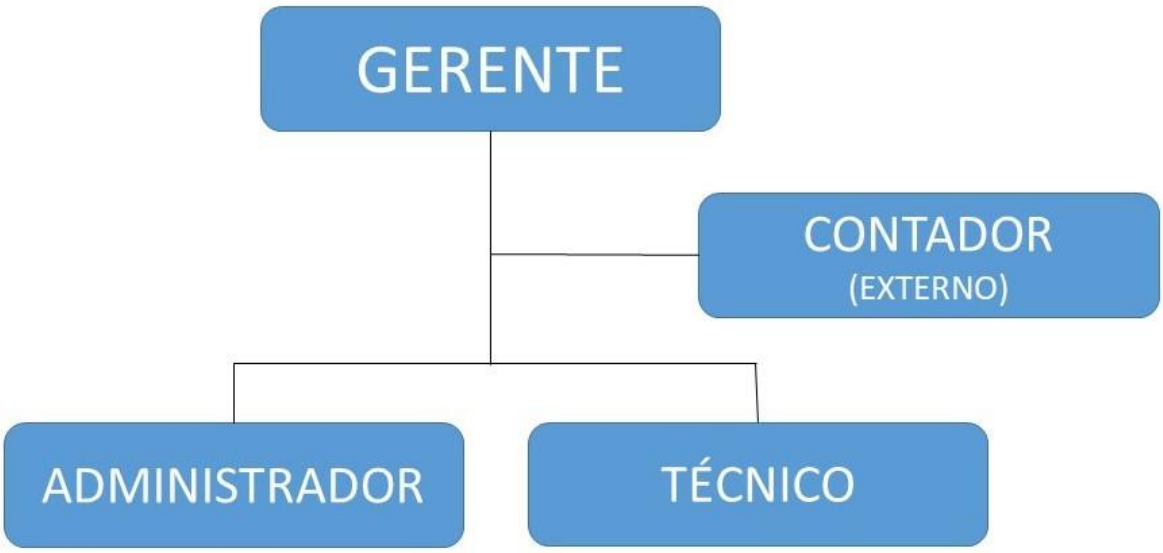


Imagen 3: Organigrama de empresa Mark Servicios Informáticos. / Fuente: Autoría propia.

2.1.6.4 Distribución de los Equipos

La distribución del servicio se dará a través de un auto equipado con los dispositivos e instrumentos requeridos para dar mantenimiento y proceder a reparar los equipos que se encuentran en mal estado o que presentan fallas. Asimismo el negocio tendrá un local físico, en el cual serán exhibidos una serie de productos como ordenadores y otros dispositivos, asimismo se tendrá un call center que atenderán las consultas de los clientes, mismo que se encontrará localizado en Los Olivos, que tiene, aproximadamente, un espacio de 48m.

2.1.7 Plan de marketing y ventas

2.1.7.1 El público meta

Se encuentra integrado por las MYPES que busquen el alquiles de computadoras para el desarrollo de sus funciones y al mismo tiempo estén dispuestas a adquirir un servicio informático en modalidad de alquiler. Dicho público presenta las siguientes características:

- Demográficas: se encuentran integradas por pequeñas y medianas empresas donde dentro de ellas hay personas del sexo masculino y femenino, con edades que oscilan los 18 a 69 años.
- Psicográficas: Individuos jóvenes y adultos, que laboran en una mediana o pequeña empresa donde se necesitan computadoras alquiladas.
- Geográficas: Los servicios serán brindados en la zona de Callao y Lima.

2.1.7.2 Desarrollo de la marca

Nombre de la Marca es: MARK SERVICIOS INFORMÁTICOS

Eslogan: “Todo lo que usted necesita en computación justo en la puerta de su empresa.”

2.1.7.3 Logotipo

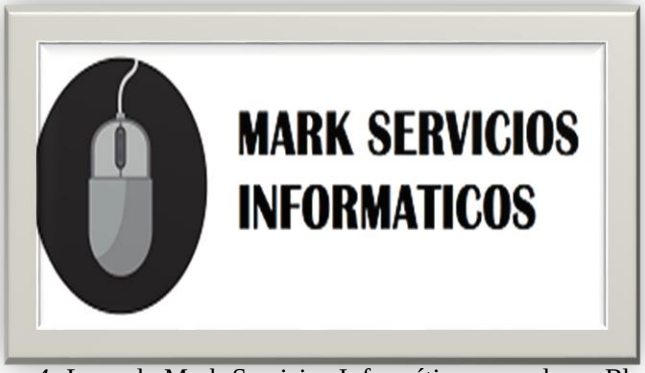


Imagen 4: Logo de Mark Servicios Informáticos en colores Blanco y negro. / Fuente: Autoría propia.

2.1.7.4 Promoción

Se hará uso de una página web que mantendrá una actualización constante de precios, asimismo existirá dentro de ella una sección con preguntas frecuentes acerca del soporte técnico y otros temas de cómputo. Asimismo, en cuestión de medios publicitarios se pagarán por anuncios en emisoras radiales, donde se reproducirán cuñas de 35″, 3 veces en un día, en dos ocasiones dentro de 1 semana por todo 1 año. Además, como parte de un marketing directo se realizara el envío 1 vez por semana de fax a diversas empresas, promocionando los productos y servicios por todo un año. Existirá también la promoción a través boca a boca, donde el propio cliente recomendará sin ningún costo a la empresa en base a sus buenas experiencias.

2.1.8 Presupuesto

No se invertirá mucho en el aspecto publicitario pues existirá una divulgación directa entre los usuarios. Se procede a presentar una tabla de precios en función de los diversos mecanismos de propagación empleados, considerando la frecuencia por mes y el precio total anual, periodo de tiempo definido para difundir los datos relevantes de los servicios brindados por la empresa.

Tabla 8
Presupuesto

TIPO DE PUBLICIDAD	PERIODICIDAD	PLAZO	MENSUAL	ANUAL
RADIO PANAMERICANA	Tres veces ala semana	1 año	S/ 750. 00	S/ 9,000. 00
PUBLICIDAD DE BOCA A BOCA	Clientes que nos promocionen	Indefinitivo	S/ -	S/ -
PAGINA WEB	Continua	1 año	S/ -	S/ -
TOTAL DEL COSTO			S/ 750. 00	S/ 9,000. 00

Nota: Presupuesto para inicio de actividad económica. / Fuente: Autoría propia.

2.1.9 Plan Financiero

La empresa Mark Servicios Informáticos contará inicialmente con una inversión propia la cual se muestra en los Análisis de Inversión y Análisis de Costos, proyectándose a futuro el poder contar con accionistas para la ampliación del negocio.

2.1.9.1 Análisis de Inversión

Para aplicar el proyecto se necesitará contar con una inversión de S/ 100.000, que se contará con un socio que es el mismo y será de S/100,000 con acciones del 100% total, como se mostrará en la siguiente tabla:

Tabla 9
Cuadro de inversión

CUADRO DE INVERSION		
SOCIOS	**APORTACION**	**ACCIONES**
P-01	S/ 100000	100 %
TOTAL	S/ 100000	100%

Nota: cuadro de inversión de solo un accionista. / Fuente: Autoría propia.

2.1.9.2 Análisis de Costo.

Tabla 10
Resumen para el negocio

CUADRO DE RESUMEN PARA EL NEGOCIO	
DETALLE	**COSTO TOTAL**
Costos Indirectos	S/. 330, 00
Recursos	S/. 29, 400
Personal	S/. 1, 900
TOTAL	S/. 31, 630

Nota: Los resúmenes de todos los cuadros de costos, se dividen en 3 indicadores básicos para la empresa que son: costo del personal, costos indirectos y costos de recursos, que asciende a S/31,630.00. / Fuente: Autoría propia.

Tabla 11
Cuadro del personal

CUADRO DEL PERSONAL				
ROL	**CANTIDAD DE PERSONAL**	**COSTO POR JORNADA**	**CANTIDAD DE JORNADA**	**COSTO TOTAL (S/.)**
Administrador	1	S/. 33. 33	30	S/. 1, 000
Contador	1	S/. 40. 00	10	S/. 400
Técnico	1	S/. 50. 00	10	S/. 500
TOTAL				S/. 1, 900

Nota: Para obtener el presupuesto del costo del personal se realizó cálculos de los costos: Administrador, Contador y un técnico. Que asciende a S/ 1,900. 00, cabe señalar que la empresa realizará el pago a los técnicos por jornada y por Recibos por honorarios. / Fuente: Autoría propia.

Tabla 12
Cuadro de recursos

CUADRO DE RECURSOS				
HARDWARE/SOFTWARE	**PROCEDENCIA**	**CANTIDAD**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
Computadoras	Proveedor	12	S/. 1,800. 00	S/. 21, 600
Accesorios para la red	Proveedor	12	S/. 300. 00	S/. 3, 600
Disco duro 80GB	Proveedor	3	S/ 90. 00	S/. 270
Disco duro 120GB	Proveedor	4	S/ 110. 00	S/. 440
Disco duro 160Gb	Proveedor	2	S/ 130. 00	S/. 260
Disco duro 200Gb	Proveedor	5	S/ 150. 00	S/. 750
CD ROM	Proveedor	3	S/ 100. 00	S/. 300
Quemador CD	Proveedor	1	S/ 110. 00	S/. 110
DVD	Proveedor	5	S/ 80. 00	S/. 400
Quemador DVD	Proveedor	6	S/ 100. 00	S/. 600
Tarjeta de Video GFOR FX 5200 128Mb	Proveedor	4	S/ 45. 00	S/. 180
Tarjeta de Video GFOR G 6200 256Mb	Proveedor	2	S/ 60. 00	S/. 120
Tarjeta de Video IFOR G 6600 256Mb	Proveedor	3	S/ 70. 00	S/. 210
MODEM	Proveedor	2	S/ 25. 00	S/. 50
Tarjeta de Sonido	Proveedor	4	S/ 15. 00	S/. 60
Disco duro Sata	Proveedor	3	S/ 150. 00	S/. 450
TOTAL				S/. 29, 400

Nota: En lo que corresponde al cuadro de recursos de inversión del servicio, que en su totalidad asciende a S/29,400.00, cabe señalar que los productos se solicitaran según el pedido del cliente. / Fuente: Autoría propia.

Tabla 13
Costos indirectos

CUADRO DE COSTOS INDIRETOS			
DETALLE	**COSTOS**	**CANTIDAD**	**TOTAL**
Agua	S/. 15	4	S/. 60
Luz	S/. 20	4	S/. 80
Movilidad	S/. 50	3	S/. 150
Internet y Fijo	S/. 10	4	S/. 40
TOTAL			S/. 330

Nota: Para obtener el presupuesto de cuadro de costos indirectos, se realizó un análisis donde se mencionan seis indicadores básicos, que son: Agua, Luz, Movilidad e Internet y fijo. / Fuente: Autoría propia.

Capítulo III

RESULTADO

3.1 Caso Piloto

Se analizará un caso piloto de la Costurería SAC donde evaluaremos su organigrama para determinar cuántas computadoras puede requerir esta micro empresa.

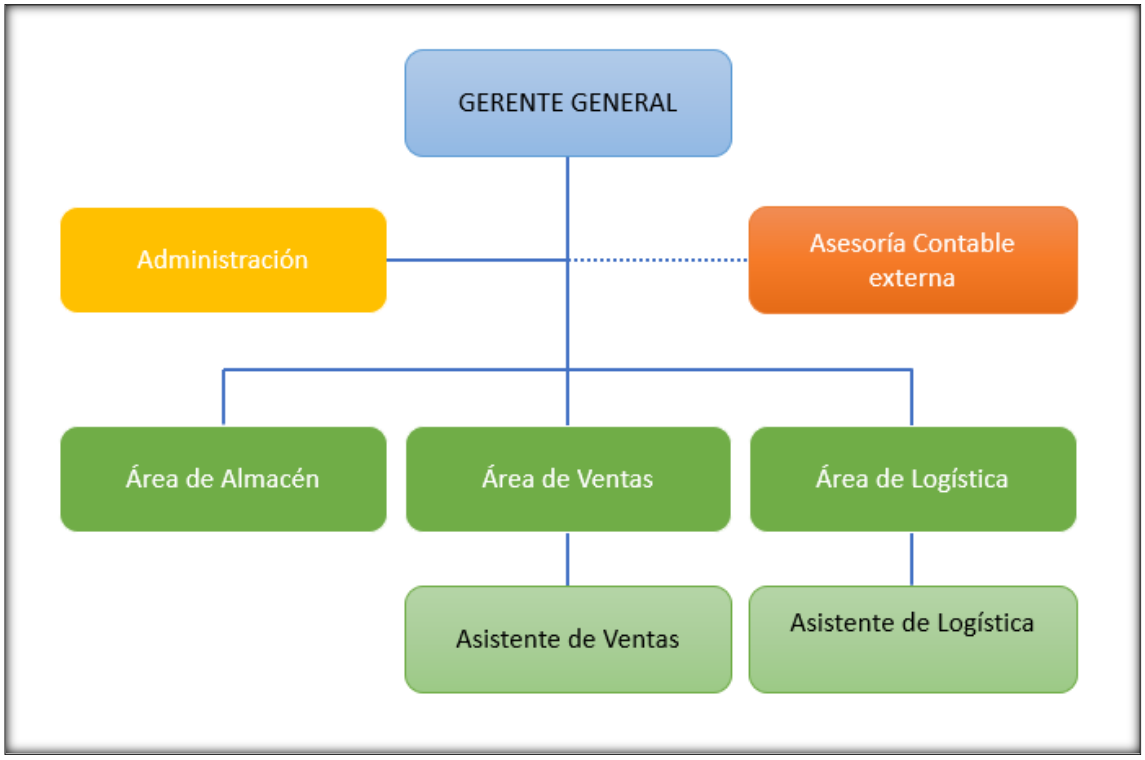


Imagen 5: Como se observa, el organigrama se divide en ocho áreas básicas donde se analizó y para el Gerente General tendrá una, administración una, asesoría contable externa una, área de almacén una, área de ventas dos y área logística dos. Entonces el total de máquinas es de ocho y cinco instalaciones de red. / Fuente: Autoría propia.

Tabla 14
Cotización de Computadoras

COSTURERÍA SAC				
COMPUTADORAS	CANTIDAD	MES	AÑO	CONTRATO
	8	S/ 150. 00	S/ 14,400. 00	S/ 43,200. 00
		TOTAL		S/ 43,200. 00

Nota: Se puede analizar que la solicitud es de 8 computadoras donde el alquiler mensual de c/u es de S/ 150.00 y por un año es de S/ 14,40.00 y el contrato es de tres años donde el ingreso es de S/ 43,200.00. / Fuente: Autoría propia.

Tabla 15
Cotización de Instalación de red

COSTURERÍA SAC				
Instalación de Red	CANTIDAD	MES	AÑO	CONTRATO
	5	S/ 60. 00	S/ 3,600. 00	S/ 10,800. 00
		TOTAL		S/ 10,800. 00

Nota: Se puede analizar que la solicitud es de 5 instalaciones de Red, donde el alquiler mensual de c/u es de S/60.00 y por un año es de S/ 3,600.00 y el contrato es de tres años donde el ingreso es de S/ 10,800.00. / Fuente: Autoría propia.

Tabla 16
Inversión y pedido

INVERSIÓN DEL SERVICIO QUE SE BRINDÓ			
Costurería SAC	PROVEDOR	CANTIDAD	TOTAL
COMPUTADORA	S/ 1,800. 00	8	S/ 14,400. 00
Instalación de Red	S/ 500. 00	5	S/ 2,500. 00
	TOTAL		S/ 16,900. 00

Nota: El precio de cada computadora, según nuestro proveedor, es de S/ 1,800.00 y las instalaciones de Red es de S/ 500.00 donde la inversión por ese pedido es de S/ 16,900.00. / Fuente: Autoría propia.

3.2 Ganancia

Tabla 17
Ganancia del servicio que se brindó

GANANCIA DEL SERVICIO QUE SE BRINDÓ			
	INGRESO	COSTO	GANANCIA
COMPUTADORA	S/ 43,200. 00	S/ 14,400. 00	S/ 28,800. 00
Instalación de la Red	S/ 10,800. 00	S/ 2,500. 00	S/ 8,300. 00
	SUB TOTAL		S/ 37,100. 00

Nota: Se puede observar, restando el ingreso con el costo, que hay margen de ganancia de S/37,100.00 donde el margen solo de las computadoras alquiladas es de S/ 28,800.0 y el margen de las Instalaciones de la Red alquiladas es de S/8,300.00. / Fuente: Autoría propia.

Tabla 18
Ganancia del servicio brindado sin IGV

GANANCIA DEL SERVICIO QUE SE BRINDÓ			
	INGRESO	COSTO	GANANCIA
COMPUTADORA	S/ 43,200. 00	S/ 14,400. 00	S/ 28,800. 00
Instalación de la Red	S/ 10,800. 00	S/ 2,500. 00	S/ 8,300. 00
	SUB TOTAL		S/ 37,100. 00
		IGV	S/ 6,678. 00
		TOTAL SIN IGV	S/ 30,422. 00
	MÁRGEN DE ERROR	5 %	S/ 1,521. 10
	TOTAL		S/ 28,900. 90

Nota: Se analizará la ganancia quitándole el IGV y un margen de error del 5% para que el negocio sea factible en cualquier márgen de error. En conclusión, se puede observar según el piloto que desarrollamos hay un margen de ganancia neta es de S/28,900.90. / Fuente: Autoría propia.

3.3 Diagrama de Gannt

Tabla 19

Diagrama de Gannt

GANNT																								
	MES DE DICIEMBRE DEL 2019																							
	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	2
egocio																								
lan de negocio																								
stos(viabilidad)																								
oductos																								
ocesos																								
cantidad del																								
ecto																								

Nota: Se realizará un análisis mediante el diagrama de gannt, donde se evaluará la cronología de cuánto tiempo se realizó el plan de negocio de la empresa Mark servicios informáticos. / Fuente: Autoría propia.

En la actualidad en diagrama de GANTT es utilizado en muchas empresas en el Perú, sirve para que haya un orden en los tiempos y secuencias en los indicadores, en esta oportunidad se ha realizado un diagrama GANTT para identificar el inicio y el fin de los pasos de cómo se puede elaborar un proyecto, el diagrama se comienza identificando una idea del negocio por la misma propietaria de la empresa Mark servicios informáticos y se termina aplicando el proyecto; de esa manera dando servicios a otras micro empresas con el alquiler de computadoras se da la oportunidad a las micro empresas de surgir , tanto en economizar los costos debido a que las pequeñas empresas no pueden hacer un gasto mayor de comprar computadoras nuevas y optimizar los tiempo; en el caso que se malogre la computadora la empresa Mark servicios informáticos daría inmediatamente la solución.

SÍNTESIS

Se brindó soluciones adecuadas a las necesidades tecnológicas de las micro y medianas empresas, contribuyendo de esta manera al desarrollo sus ideas para que en conjunto se logre ejecutar el proyecto ideal y crecimiento del cliente dejando a un precio adecuado de S/150.00 y servicios adicionales que la empresa brinda a su cliente.

Se conoció y evaluó las características generales del mercado relacionadas a las necesidades y preferencias de los habitantes de Lima en cuanto a la aceptación de implantar una empresa encargada de la instalación, reparación y mantenimiento de computadoras de Enero del 2020 donde los proveedores garantizan que durante los 3 años no habrá ninguna falla.

Se elabora un estudio técnico que permita conocer los principales requerimientos para la implantación de la empresa Mark Servicios Informáticos donde se observó que los pedidos que se requieran serán solicitados por nuestro cliente sacando una margen de ganancia de un 25%.

Elaborar el estudio organizacional requerido para la implantación de la empresa Mark servicios informáticos donde la empresa se divide en tres áreas: la propietaria que es la gerente general, un contador externo y dos técnicos que se les pagará por jornada de trabajo, el pago será mediante un recibo por honorarios.

APRECIACIÓN CRÍTICA Y SUGERENCIA

Ampliar el negocio dando servicios con el entorno de las computadoras, como un soporte técnico, informática y sistemas que se puedan implementar en las computadoras.

Modificar el contrato del negocio reduciendo los costos y dando una calidad de servicio con la comodidad del cliente para mejora de este.

Aplicar continuamente encuestas para poder evaluar la satisfacción del cliente con nuestro servicio y producto que se le brinda de esa manera habrá mejoras y podemos ser una empresa que se preocupa con dar calidad.

Realizar una protección de los equipos para que no se han cambiados o modificados por tema de seguridad.

BIBLIOGRAFÍA

Anexos recuperado de http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/que-son-los-anexos-en-una-investigacion.html

Idea de negocio recuperado de http://www.danlicompite.org/wp-content/uploads/2013/05/guia_de_elaboracion_de_ideas_de_negocios.pdf

Tablas Macro y Micro filtro recuperado de http://www.minedu.gob.pe/minedu/archivos/a/002/06-bibliografia-para-etp/6-gipneg.pdf

Karen, W. (2009) *Plan de Negocios*. En W. Karen, Plan de Negocios Perú: nathan Associaciones.

Komiya, A. (2011) *¿Qué es un plan de negocios*? recuperado de http://www.crecenegocios.com/que-es-un-plan-de-negocios/

Pérez, L. (2006) *Un método eficaz para el análisis financiero de pequeños y medianos proyectos de inversión.* Costa Rica: IICA

Rosales, R. (2005) *Definición de proyectos, en L.F proyectos*. San José. Costa Rica: EUNED. Editorial Universidad Estatal a Distancia. Primera edición.

Weinberger (2009) *Plan de negocios, herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. Nathan Associates Inc. Primera edición

ANEXOS

ANEXO 1

Contamos con computadoras nuevas con sistemas informáticos actuales y con lo último en software, además de contar con garantía extendida por 3 años.

ANEXO 2

Contamos con todos los equipos modernos y de última generación, además contamos con cableado de calidad para que la instalación de redes se extienda a toda su mediana o pequeña empresa.