



**INSTITUTO PERUANO DE ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS IPAE**

**PROGRAMAS DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS**

**PLAN OPERATIVO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
VENTA DE ARTICULOS DE MERCHANDISING  
EMPRESARIAL – MASSIVAL MERCH**

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título de  
Administración de Empresas**

**CAYAO ARRASCUE, KELLY YANINA**

**0000-0001-8179-2094**

**PALOMINO GONZALES, CINDY LISBETH**

**0000-0003-3171-3874**

**Lima – Perú**

**2022**

## Dedicatoria

Agradecida con nuestro creador por permitirme llegar a este momento de mi vida. Este logro va dedicado primeramente para el ser más maravilloso del mundo y mi ejemplo a seguir en la vida, sin ella no habría siquiera podido empezar el ciclo que estoy cerrando, gracias mamá. Sin dejar de lado a mi padre y hermanos que siempre están atentos a escuchar y ayudarme en cada preocupación o apuro que me ha tocado vivir durante esta carrera. A mi esposo que siempre estuvo allí para alentarme cada que he sentido no poder continuar, a mi pequeña valentina que sin ella no habría podido tener la motivación que a veces nos hace caer, pues ahora abrazada a ella, puedo decir "familia, lo logramos" (Kelly Cayao Arrascue)

En esta tesis hay muchas horas de trabajo, de empeño, de no dormir, de pensar que tal vez no pueda con esto, pero también hay muchas ganas de salir adelante, este trabajo va dedicado a mi querida hija, que aunque este muy pequeña, ha tenido la paciencia de esperar a mamá a que termine sus trabajos, a sacrificar salidas ya que mamá tenía que quedarse a estudiar, gracias hija por tu comprensión, a mi esposo, por ayudarme y alentarme a lograr culminar este tan ansioso anhelo, a mis profesores, gracias a sus enseñanzas y su paciencia estoy logrando culminar esta etapa de mi vida, a mis padres y sobre todo a Dios, por no dejarme caer, y darme las fuerzas para lograr las cosas que me proponga. (Cindy Palomino)

## Índice General

<b>Resumen Ejecutivo .....</b>	<b>9</b>
<b>Introducción.....</b>	<b>10</b>
<b>Capítulo I Definición del Negocio .....</b>	<b>11</b>
Idea del Negocio.....	11
Diagnóstico de la Idea de Negocio .....	12
Justificación.....	13
<b>Capítulo II Diagnóstico del Plan de Negocio .....</b>	<b>14</b>
Análisis del Microentorno.....	14
Análisis del Macro entorno .....	19
<b>Capítulo III Planeamiento Estratégico .....</b>	<b>27</b>
Misión.....	27
Visión .....	27
Valores .....	27
Objetivos Estratégicos Generales.....	28
Matriz FODA.....	29
Estrategia Genérica de Porter .....	30
Cronograma de Actividades .....	31
<b>Capítulo IV Estudio del Mercado .....</b>	<b>32</b>
Oferta .....	32

<b>Capítulo V Plan de comercialización</b> .....	45
Mercado .....	45
Marketing Mix .....	46
Formulación Estratégica de ANSOFF .....	55
Proyección de Ventas.....	56
Capítulo VI Plan técnico .....	58
Localización de la Empresa.....	58
Tamaño de negocio.....	60
Necesidades.....	63
Costos .....	64
Proceso de Producción.....	65
Capítulo VII Plan organizacional de personal y legal .....	70
Constitución de la empresa .....	70
Obligaciones.....	71
Estructura organizacional .....	72
Descripción de funciones.....	73
Capítulo VIII Inversiones.....	76
Deuda / Amortización .....	78
Evaluación Económica y Financiera (VAR/TIR).....	80
<b>Conclusiones</b> .....	82
<b>Recomendaciones</b> .....	84
<b>Referencias Bibliográficas</b> .....	86

**Anexos..... 88**

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1</b>	Poder de Negociación de Clientes.....	17
<b>Tabla 2</b>	Amenaza de Nuevos Competidores .....	18
<b>Tabla 3</b>	PBI por Tipo de Gasto .....	21
<b>Tabla 4</b>	Objetivos estratégicos .....	28
<b>Tabla 5</b>	Matriz FODA.....	29
<b>Tabla 6</b>	Cronograma de actividades.....	31
<b>Tabla 7</b>	Competidores Directos .....	32
<b>Tabla 8</b>	Productos de la empresa Publikt Merchandising.....	33
<b>Tabla 9</b>	Productos de la empresa Hota Chiclayo.....	33
<b>Tabla 10</b>	Productos de la empresa Gráfica Internacional .....	33
<b>Tabla 11</b>	Competencia Indirecta.....	34
<b>Tabla 12</b>	Base de datos de encuestados.....	44
<b>Tabla 13</b>	Productos de MassiVal Merch .....	46
<b>Tabla 14</b>	Precio de los productos de MassiVal .....	49
<b>Tabla 15</b>	Presupuesto de marketing.....	54
<b>Tabla 16</b>	Ansoff.....	55
<b>Tabla 17</b>	Proyección de Ventas.....	57
<b>Tabla 18</b>	Matriz de Macro.Localización .....	58
<b>Tabla 19</b>	Matriz de Micro Localización.....	59
<b>Tabla 20</b>	Costos Directos Mensual.....	64
<b>Tabla 21</b>	Costos Indirectos Mensuales .....	64
<b>Tabla 22</b>	Inversiones Tangibles.....	76
<b>Tabla 23</b>	Inversiones Intangibles.....	77
<b>Tabla 24</b>	Capital de Trabajo .....	77
<b>Tabla 25</b>	Financiamiento de la deuda.....	78
<b>Tabla 26</b>	Cuadro de la deuda.....	78

<b>Tabla 27</b> Tabla de Amortización.....	79
<b>Tabla 28</b> Flujo de Caja .....	79
<b>Tabla 29</b> Método de Ajuste de la Tasa de Descuento .....	80
<b>Tabla 30</b> Wacc.....	80
<b>Tabla 31</b> Valor Actual Neto Económico / Tasa Interna de Retorno Económico.....	80
<b>Tabla 32</b> Valor Actual Neto Financiero / Tasa Interna de Retorno Financiero.....	80
<b>Tabla 33</b> Punto de Equilibrio .....	81
<b>Tabla 34</b> Relación Beneficio Costo .....	81

## Índice de Figuras

<b>Figura 1</b>	Estadísticas del Programa Reactiva Perú .....	20
<b>Figura 2</b>	Importaciones Peruanas .....	22
<b>Figura 3</b>	Proyección del PBI.....	22
<b>Figura 4</b>	Porcentaje de compradores por internet en el Perú .....	24
<b>Figura 5</b>	Dispositivos más usados en el Perú.....	25
<b>Figura 6</b>	Utilización de Merchandising.....	37
<b>Figura 7</b>	Interés de la compra de Merchandising.....	38
<b>Figura 8</b>	Asignación de presupuesto de compra de Merchandising.....	39
<b>Figura 9</b>	Presupuesto en valores .....	40
<b>Figura 10</b>	¿El Merchandising ayuda a incrementar ventas? .....	41
<b>Figura 11</b>	Frecuencia de Compra.....	42
<b>Figura 12</b>	Recepción de Información.....	43
<b>Figura 13</b>	Plaza del Negocio .....	52
<b>Figura 14</b>	Medidas del tamaño del negocio.....	61
<b>Figura 15</b>	Distribución del negocio .....	62
<b>Figura 16</b>	Interior del negocio .....	62
<b>Figura 17</b>	Diagrama de Flujo.....	66
<b>Figura 18</b>	Organigrama de la empresa MassiVal Merch.....	73
<b>Figura 19</b>	Manual de Operaciones del Diseñador Gráfico .....	74
<b>Figura 20</b>	Manual de Operaciones del Asesor de Ventas de Campo .....	75



## Resumen Ejecutivo

La presente idea de negocio se lleva a cabo ante la inexistencia de publicidad diferenciada, Massival merch es creada para la venta de artículos de merchandising, brindando productos novedosos de calidad, los cuales serán personalizados según el requerimiento o necesidad de los clientes.

El mercado objetivo para el cual trabajaremos, son todas aquellas empresas que requieran de publicidad, desde un emprendedor hasta una empresa sólida, esto se desarrollara dentro del departamento de Lambayeque, provincia de Chiclayo, se ha logrado recopilar información relevante cuantitativa mediante una entrevista a 16 empresas, gracias a ellos tenemos información como frecuencia de compra, total de inversión en compras, entre otros.

Así mismo se detallan los presupuestos de ingresos y egresos, a la vez la inversión y financiamiento que requiere la creación del proyecto, en la cual los socios estarán aportando un total de S/. 12,707.29, equivalente a un 40 % y el 60% restante que asciende a un total de S/.19,060.94 será financiado mediante con el banco Scotiabank, con un periodo de pago de 24 meses, con una tasa anual del 16.32%, con la unión de ambos capitales, se pondrá en marcha la idea de negocio, adema cabe recalcar que ambos socios cuentan con la capacidad, conocimientos y herramientas necesarias para poner en marcha esta empresa asegurando perdurabilidad y éxito de esta.

Como parte final llegamos a la conclusión de que nuestro plan financiero, reflejan alta rentabilidad y viabilidad del proyecto, teniendo como resultados un VAN Efectivo de s/373214.21 y un VAN Financiero s/355005.57.

## Introducción

El proyecto presente, nació mediante una necesidad de satisfacer la demanda de publicidad que existe en el mercado chiclayano, el cual va dirigido a emprendedores y empresas ya consolidadas, a continuación, detallaremos algunos de los temas de investigación realizada y propuestas para poner en marcha nuestra idea de negocio.

Se ha trabajado minuciosamente investigando el rubro de venta de merchandising en la ciudad de Chiclayo, si bien es cierto existen negocios iguales o similares en este mercado, por lo cual MassiVal Merch competirá ofreciendo una atención diferenciada, artículos novedosos, económicos y con la mejor calidad en estampado, serigrafiado, realizando la marca de las diferentes empresas con la cual trabajaremos.

En Chiclayo se ha encontrado un segmento bastante atractivo, actualmente las empresas buscan posicionar su marca en la mente de sus consumidores, y para ello recurren a los distintos canales de publicidad entre ellos la compra de merchandising.

La finalidad de esta propuesta es que las empresas encuentren en MassiVal Merch, opciones atractivas, que se ajusten a su presupuesto, que cuenten con la calidad requerida y a la vez gocen de una atención diferenciada.

## **Capítulo I:**

### **Definición del Negocio**

#### **Idea del Negocio**

La siguiente idea de negocio tiene como finalidad apoyar a distintas empresas a crear estrategias diferenciadas, fáciles de usar, con presupuestos accesibles para su publicidad, mediante productos y/o artículos promocionales. Las cuales tienen como objetivo dar a conocer su negocio, un evento, un nuevo lanzamiento de producto, una nueva marca, etc.

Esta idea de negocio busca poder ayudar a que los clientes y colaboradores de las organizaciones puedan posicionar la marca en su mente, dándole productos agradables, duraderos y sobre todo útiles, nosotros le facilitaremos diversos modelos de merchandising los cuales podrán personalizar a su estilo u conveniencia.

De igual forma esta idea de negocio generara una experiencia y satisfacción con el cliente, mediante el trato directo que tendremos con las áreas encargadas de las empresas, de esta manera podremos observar cuales son las necesidades de los clientes y el comportamiento del mercado con las nuevas tendencias que se van desarrollando, este trato directo y la mejora continua nos permitirá, conocer más a fondo nuestro público objetivo, teniendo en mente hacia donde vamos y sobre todo a donde queremos llegar.

## Diagnóstico de la Idea de Negocio

En la ciudad de Chiclayo - Lambayeque de acuerdo con los datos estadísticos del Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI (2019), actualmente Lambayeque representa el 3.2% del total de empresas comerciales en el Perú, mediante los datos tomados de la Sunat el indica lo siguiente, el 99.5% son MYPES y de ese porcentaje el 82.1% lo tiene el sector de Comercio y Servicios.

Posterior a la pandemia, se viene generando una reactivación de empresas que ha ido creciendo notoriamente, ya que se registra una variación positiva en altas de nuevas empresas con 18.2%, siendo un total de 2442 las que se encuentran activas y necesitan el servicio de publicidad para su empresa. Por ello encontramos la oportunidad de proveer nuestros artículos de publicidad y merchandising a un mercado que se encuentra en ascenso.

En el año 2021 la inversión publicitaria en el Perú creció un 44%, más empresas optan por invertir en publicidad impresa, televisiva o radial. La creación de esta empresa, busca aportar a los diversos negocios a tener una alternativa más económica, apostando por una menor inversión, sin dejar de lado la esencia la cual es hacer conocida su empresa.

Este negocio que se plantea es el de una empresa que facilite tres tipos de venta de Merchandising, la primera para poder captar clientes, la segunda, merchandising para los colaboradores de la empresa, y la tercera para poder fidelizar a los clientes internos que tiene la empresa. Chiclayo es una ciudad que cuenta con organizaciones de diferentes rubros los cuales buscan mejoras y diferentes estrategias de publicidad. Nuestra ventaja competitiva radicará en atención de calidad, rápida y efectiva hacia nuestros clientes y trabajaremos de la mano con nuestros proveedores de Lima y Chiclayo, para obtener productos a tiempo, novedosos y diferenciados de nuestra competencia y más económicos. Se estará realizando las ventas a través de las diferentes plataformas sociales, y también se

contará con una oficina, el cual servirá para poder atender a los clientes y entregar los productos solicitados, ella se encontrará en Horacio Patiño N° 189 Cruce con Cruz de Chalpón Urbanización Latina JLO Chiclayo

## **Justificación**

El proyecto a presentar busca captar a las diversas empresas que actualmente se encuentran en Lambayeque – Chiclayo, existen empresas que necesitan de un mayor renombre en el mercado, necesitan generar estrategias publicitarias para sus empresas , buscan sobresalir, y a parte de darle una buena atención y producto a sus clientes, desean alcanzar sus objetivos en ventas, por estas razones el planteamiento de la venta de artículos de merchandising no solo se dirige a un solo rubro, si no abarca, desde una empresa dedicada a la venta de artículos tecnológicos, venta de material industrial, salones de belleza, instituciones educativas, hasta el rubro minero, etc. Creemos que este proyecto no tiene limitantes con respecto a los sectores, si no un amplio mercado empresarial, el cual se trabajara para poder alcanzar nuestros objetivos.

Este proyecto aportara soluciones innovadoras en la publicidad de diferentes empresas, con el fin de aumentar la visibilidad, la popularidad y la imagen de cualquier organización, por lo cual los principales beneficiados son los clientes y empleados de la organización, teniendo como opción estos diferentes artículos obtendremos el aumento de la fidelización, un ambiente laboral maximizado, y muchas veces la decisión de optar por la compra de un producto o servicio que ofrecen las organizaciones.

Con este proyecto de venta de artículos de Merchandising, vamos a poder ayudar a las organizaciones a alcanzar más presencia en el mercado con una menor inversión.

## Capítulo II

### Diagnóstico del Plan de Negocio

#### **Análisis del Microentorno**

Para poder realizar este análisis, recurriremos a la herramienta de las cinco fuerzas de Porter, el cual nos ayudara a analizar el nivel de competitividad de la empresa.

Porter indica que para poder investigar si la creación de la empresa es rentable, debemos evaluar lo siguiente, el poder de negociación de proveedores, la amenaza de productos sustitutivos, la rivalidad entre competidores existentes, el poder de negociación de clientes y la amenaza de nuevos competidores, a continuación, detallaremos cada uno.

#### ***Poder de negociación de Proveedores***

Este punto nos permitirá medir y analizar el nivel de poder que los diferentes proveedores tienen en nuestro futuro negocio. Trabajaremos con proveedores que se encuentren en Lima para los insumos de materiales, ya que sabemos que en la capital existe mucha más diversidad de productos, y en Chiclayo tendremos proveedores los cuales nos ayudaran con la colocación del logo. Realizamos la investigación de proveedores y tenemos a los siguientes:

- Corporación Bellagio SAC (Lima) (Artículos)
- Promos Perú SAC (Lima) (Artículos)
- Inversiones el Chinito Star EIRL (Lima) (Artículos)
- Publicidad & Merchandising HR EIRL (Lima) (Artículos)
- Synthetic Insumos SAC (Lima) (Bolsas Notex)
- Supera Publicidad (Chiclayo) (Serigrafía)

- Gamagraf (Chiclayo) (Serigrafía) (Tampografía)

La existencia de proveedores, con diversidad y disponibilidad de productos son de suma importancia ya que mediante ellos podremos ofrecer las nuevas tendencias en el rubro.

### **Estrategia:**

Realizar la búsqueda minuciosa de diferentes proveedores tanto en Chiclayo como en Lima, de esta manera podremos tener diferentes opciones de artículos, los cuales se ajustarán mejor al pedido del cliente. Debemos construir una buena comunicación, ya que constantemente se estará realizando consulta del stock que manejan. La calidad de los artículos, tiempos de entrega y proceso de colocación de logo será indispensable para poder cumplir con las expectativas de nuestros clientes.

### ***Amenaza de Productos Sustitutos***

En la ciudad de Chiclayo existen diferentes empresas dedicadas a la venta de productos sustitutos, los cuales son:

- Venta de textiles como, polos, gorros, mochilas con el logo de la empresa.
- Productos Sublimados.
- Publicidad radial.
- Publicidad impresa

Los cuales son considerados como una amenaza para nosotros.

### **Estrategia:**

Implementar la mejora de los canales de venta, de igual forma se tiene que tener más allegada a los clientes, esto se puede lograr realizando estrategias de marketing para

poder ofrecer mejor los artículos, asegurar la calidad de los productos, y minimizar el tiempo de producción de los pedidos.

### ***Rivalidad de competidores existentes***

Actualmente la búsqueda de artículos que ayuden a publicitar eventos, empresas, nuevos lanzamientos, aperturas de tiendas, son constantes, por ende, la búsqueda que harán los clientes, será constante, por tal motivo nuevos competidores nacerán y serán una nueva alternativa para los clientes. Actualmente hemos verificado los siguientes competidores en Chiclayo:

- Publi KT Merchandising
- Gráfica Internacional
- Hota Chiclayo

Está comprobado que, si se les ofrece un buen trato, transparencia y apoyo a los clientes, es casi probable que opte por ser un cliente fidelizado con nosotros, de esta manera minimizaremos que busquen hacer un contrato con los nuevos competidores.

### **Estrategia:**

Reforzar un plan de posicionamiento, esto debe incluir, promocionar nuestra marca, mediante las redes sociales (LinkedIn, Facebook, Instagram, Página Web) mostrar al detalle los trabajos que se vienen realizando, para que los clientes puedan tener constancia de la calidad y servicio que ofrecemos. De igual forma la comunicación con nuestros clientes debe ser antes, durante y después de la venta dándole un valor agregado, de esa manera se logrará confraternizar y sobre todo conseguir que el cliente recomiende nuestros servicios, por lo cual nos dará ventaja competitiva y un plus adicional.



### ***Poder de Negociación de Clientes***

En este punto esta fuerza, atribuye a que, si el cliente cuenta con una gama de opciones como empresas y productos sustitutos, llegan a tener un mayor poder de negociación.

Por esta razón las empresas están implementando estrategias de precios, promociones, y lanzamientos de productos diferenciados de las diferentes competencias.

**Tabla 1**

#### *Poder de Negociación de Clientes*

<b>Poder de Negociación de Clientes</b>			
<b>Criterio de Evaluación</b>	<b>Peso</b>	<b>Valor</b>	<b>Ponderado</b>
Diferenciación del Servicio	<b>0.3</b>	<b>4</b>	<b>1.2</b>
Precio del Mercado	<b>0.2</b>	<b>2</b>	<b>0.4</b>
Inclinación por compra de productos sustitutos	<b>0.2</b>	<b>2</b>	<b>0.4</b>
Calidad del producto	<b>0.3</b>	<b>3</b>	<b>0.9</b>
	<b>1</b>		<b>2.9</b>

*Nota.* Información sobre el poder de negociación de clientes

#### **Interpretación:**

El resultado del análisis realizado, arroja un valor mayor a 2.5, por lo cual nos indica que los clientes cuentan con un alto poder de negociación.

#### **Estrategia:**

Implementar un valor añadido el cual ira de la mano con la atención al cliente, teniendo una atención diferenciada, creando clientes fieles a la empresa, buscar y mantener a proveedores que importen directamente, cuenten con stock y su precio sea menor, de esta manera podemos cubrir las expectativas del cliente y opte por mantenerse con nosotros.

### **Amenaza de Nuevos Competidores**

Mediante esta fuerza, se puede reconocer las ventajas que existen frente a la competencia, de esta manera podemos reaccionar e implementar estrategias contra ello.

**Tabla 2**

*Amenaza de Nuevos Competidores*

<b>Amenaza de Nuevos Competidores</b>			
<b>Criterio de Evaluación</b>	<b>Peso</b>	<b>Valor</b>	<b>Ponderado</b>
Importadores directos	0.3	1	0.3
Experiencia	0.1	4	0.4
Inversión de capital	0.3	2	0.6
Nueva Tecnología	0.3	4	1.2
		1	2.5

*Nota*, Información sobre las Amenazas de nuevos competidores.

### **Interpretación:**

El resultado del análisis realizado, arrojó un valor mayor a 2.5, por lo cual nos indica que la amenaza de los nuevos competidores pueda repercutir en el negocio.

### **Estrategia:**

Realizar un plan de elaboración en las futuras compras directas de materias primas, realizar importación para abastecerse de stock y el precio de los productos sean más cómodos que la competencia. De igual forma poder seguir a la vanguardia de las últimas tendencias tecnológicas para la impresión de logos en los artículos, reforzar búsqueda de proveedores y sobre todo seguir fidelizando a los clientes.

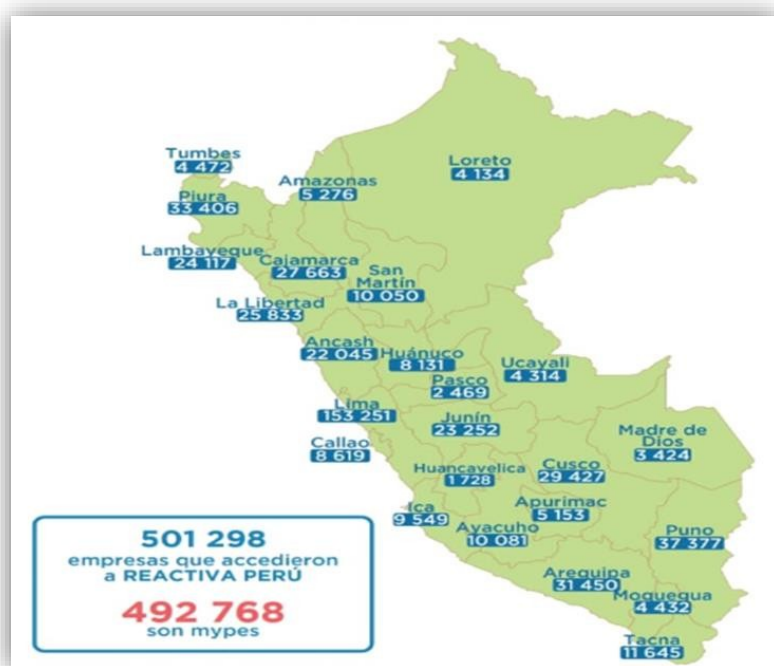
## **Análisis del Macro entorno**

### **Político**

En la actualidad la situación política en el Perú es un dejavu, se encuentra en una etapa de inestabilidad democrática, económica e institucional, sumándole a ellos los rezagos que ha generado el Covid – 19.

De la mano con la Pandemia, la controversia de la crisis política que genero las últimas elecciones presidenciales, hizo que el dólar, tenga el valor de compra y venta más altos después de 18 años en la historia.

Se sabe también que el Estado Peruano creo programas de reactivación económica como FAE – MYPE (Fondos de apoyo empresarial) teniendo como propósito promover el financiamiento para las micro y pequeñas empresas de todos los sectores económicos. De igual forma con el Reactiva Perú, el cual permitió otorgar créditos con garantía estatal, con el fin de asegurar la continuidad de sus cadenas de pagos, cabe recalcar que el Poder Ejecutivo publicó el Decreto Supremo 124-2020-EF que modifica este último programa con el objetivo de ampliar los alcances y mejoras en las condiciones de acceso en beneficios de las microempresas, ampliando también los montos máximos de créditos y flexibilidad de condiciones para el acceso, priorizando a las empresas más pequeñas, a continuación se detalla el total de las empresas.

**Figura 1***Estadísticas del Programa Reactiva Perú*

*Nota,* Información sobre las estadísticas del programa de Reactiva Perú, página de Gobierno del Perú Ministerio de Economía y Finanzas

## Económico

Debido a la aparición de la Covid-19, el factor económico se vio afectado a nivel mundial, se paralizó el mundo y Perú no fue la excepción, se cerraron muchos comercios, entre ellos restaurantes, centros de diversiones, discotecas, como también las exportaciones e importaciones.

Se calcula que para este 2022 la economía mantenga un dinamismo y se proyecta un crecimiento de 4.8%, impulsado por el gasto privado, avance de las exportaciones, la producción gradual de Quellaveco (Proyecto minero de cobre) además de tener un mayor control de la pandemia y vacunación masiva de la población. Son algunas de las actividades que ayudaran a la reactivación económica en nuestro país.

Si mencionamos las exportaciones, la expansión de los productos de nuestros principales socios comerciales como EE.UU. y China, además la favorable evolución de los precios internacionales de minerales, nos llevaría a un crecimiento de exportaciones de 7.2 % durante el año en curso.

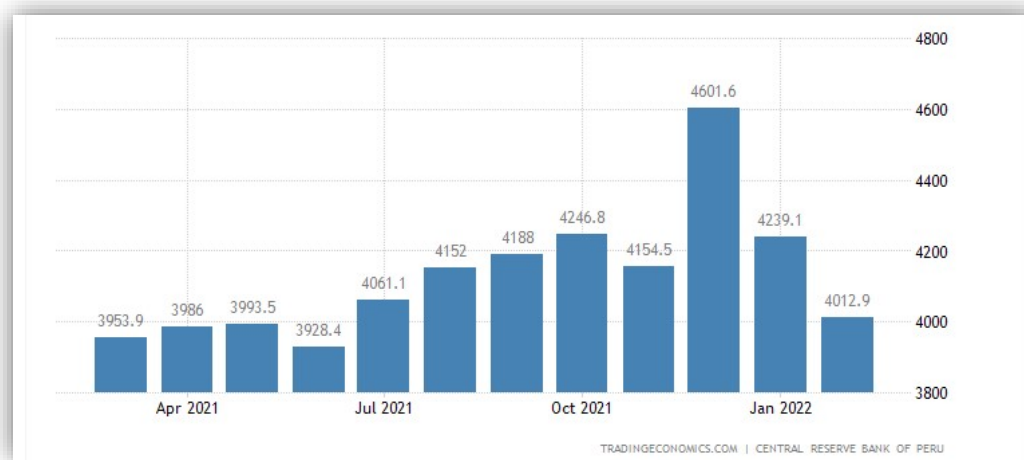
**Tabla 3**

*PBI por Tipo de Gasto*

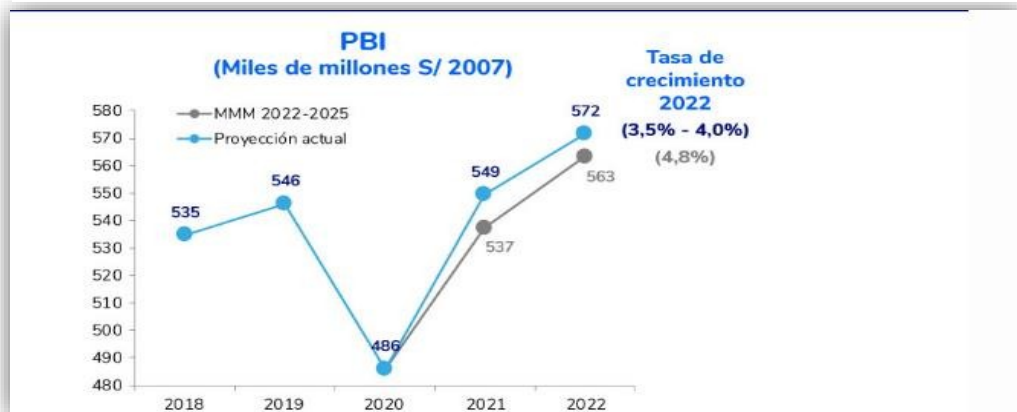
	2019	2020	2021	2022	21/19	22/19
PBI	2.2	-11.1	12.8	3.1	0.3	3.4
Demanda Interna	2.1	-9.4	13.7	2.6	3	5.7
Consumo privado	3.0	-8.7	11.4	3.5	1.7	5.2
Consumo público	2.2	7.6	10.1	1.8	18.6	20.7
Inversión privada	4.5	-16.5	36.6	0.6	14.1	14.7
Inversión pública	-1.5	-15.5	28.3	5.3	8.5	14.2
Exportaciones	1.6	-20.8	13.3	7.2	-10.3	-3.8
Importaciones	1.2	-15.6	17.1	5.2	-1.2	3.9

Nota: Revista Digital la Cámara de Lima

Las importaciones peruanas en el primer bimestre del año volvieron a ser las más altas después de mucho tiempo, resaltando el mes de enero con un crecimiento del 34.2%, alcanzando unos US\$ 4601.6 con un aumento de 25.8% respecto al mismo periodo del año pasado, lo cual fue catalogado como un récord para ese mes en los últimos 20 años, según el Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales de la Asociación de Exportadores. CIEN – ADEX.

**Figura 2***Importaciones Peruanas*

*Nota*, El gráfico representa las Importaciones Peruanas realizadas hasta principios del 2022, obtenido de la página Trading economics

**Figura 3***Proyección del PBI*

*Nota*, El gráfico presenta la tasa de crecimiento de PBI, BCRP, Obtenido de la Página Proyecciones MEF

Según el ministerio de economía y finanzas (MEF) el valor proyectado del PBI (Producto Bruto Interno) para este 2022 se elevará de s./ 563.000 millones a s./ 572.000 millones, según el Marco Macroeconómico Multianual.

En el 2021 el crecimiento del PBI habría sido del 13% superando al nivel que se tenía de prepandemia y la proyección para este 2022 se dice que se tendrá un crecimiento entre un 3.5 % a un 4%.

## **Social**

El principal problema social en el Perú se considera que es la corrupción, es un problema que empezó en el año 2000, año en el cual se marcó la historia por el comportamiento ilegal y corrupto del gobierno, lo cual genera que la sociedad desconfíe de los políticos y su entorno laboral.

La Covid-19 afecto a diversos sectores empresariales, a raíz de ellos el gobierno creo algunos programas de reactivación económica los cuales ayudo a algunas empresas y a muchos ciudadanos a retomar sus trabajos. muchas empresas, emprendedores, artistas que están volviendo a los escenarios, se ven en la necesidad de promocionarse mediante una publicidad como el merchandising, para actividades como presentación de marcas, agradecimientos, invitaciones, eventos artísticos y demás. El e-commerce es una forma de llegar a muchos de los clientes, ya que nuestra sociedad debido a la coyuntura que vivimos se adaptó a las compras por internet. Las cuales en el Perú se espera tener una participación de entre 35% y 40 % según la CAPECE (Cámara Peruana de Comercio Electrónico).

## Tecnológico

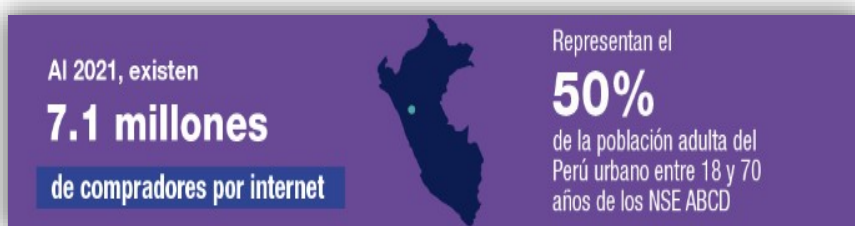
Como Sabemos la tecnología está a la orden del día, es una herramienta fundamental y muy cambiante, la necesidad del uso de estas nos lleva a adaptarnos a la ola digital que se hace parte de nuestra vida cotidiana, estar en constante aprendizaje y actualizaciones de aplicaciones como redes sociales de uso personal, laboral, paginas para venta de productos, es lo que nos llevara a diferenciarnos en el mercado, pues a nosotros como a muchas empresas nos ayudara con el crecimiento de nuestras ventas, sin dejar de lado la publicidad, que libremente se puede utilizar sobre redes sociales ya conocidas, como el Facebook, Instagram, LinkedIn y por ultimo Tik Tok.

Como avance tecnológico para este 2022, están las computadoras cuánticas, las cuales se caracterizan por realizar en segundos las tareas que una computadora convencional podría tardar más de 10.000 años, aunque la primera computadora cuántica fue inventada por Google en 2019. Sera hasta este año 2022 que se comenzara a ver esta tecnología disponible al público, ya que por la pandemia de covid-2019 se atrasó su lanzamiento al público.

El Constante avance de la tecnología ha alterado la expectativa del consumidor por completo, desde como conocen una marca o producto, hasta que puede ofrecerles, tener en claro cómo crear y manejar una tienda virtual es clave para que comerciantes pequeñas y grandes empresas puedan vender sus productos o servicios de forma rápida y eficaz.

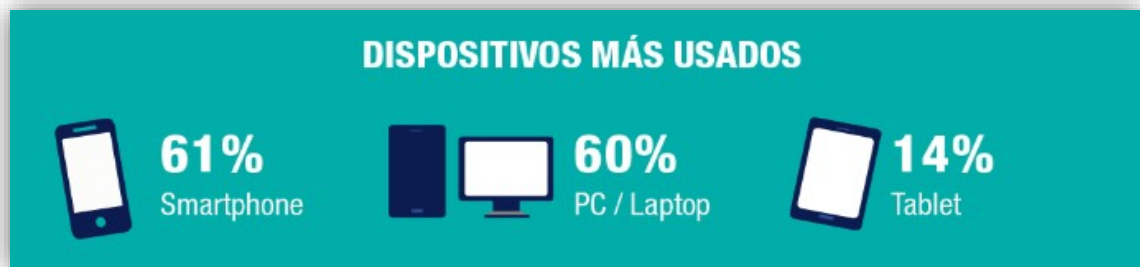
### Figura 4

*Porcentaje de compradores por internet en el Perú*



*Nota*, Datos tomados de la página Ipsos



**Figura 5***Dispositivos más usados en el Perú*

*Nota*, Datos tomados de la página Ipsos

## Legal

En el ámbito legal se requieren alguna documentación de origen obligatorio, que son solicitados en la municipalidad de la provincia donde reside el negocio u empresa, entre ellos tenemos algunos como, licencia de funcionamiento, certificado de defensa civil, certificado de salubridad.

Seguido de ello se tiene que contar con algunos requisitos legales para la empresa como para el consumidor como son:

**Protección de datos del consumidor**, el cual ayudara al cliente a sentir la seguridad de que los datos que brinda para su compra no serán vulnerados inescrupulosamente.

**Responsabilidad civil**, tiene como finalidad el proteger el patrimonio de la empresa por si llegase a existir algún tipo de penalización e indemnización por incumplimiento de algún trabajo contratado.

**Prevención de riesgos laborales**, es especialmente importante para evitar que la salud de algún miembro del equipo de vea afectada por el exceso de carga, exceso de tiempo frente a un ordenador, causando daños a futuro.

**Condiciones de servicio**, que se dan a conocer por la empresa para que el consumidor tenga claro el tema de solicitudes de compras, pagos y entregas de los mismos.

## **Ecológico**

Actualmente existen muchos países que luchan por contar con medidas para limitar la contaminación y proteger su medio ambiente, nuestro Perú es un país con una población creciente, en el cual existen graves problemas debido a gran parte de explotación precaria de los recursos naturales y en ocasiones ilegales, algunos de estos problemas son la deforestación, la extracción y exportación de recursos minerales como la plata, el cobre, el plomo y el oro, el cual tiene un alto índice de explotación ilegal, la sobrepesca, la agricultura industrial, la cual abusa del uso de productos agrotóxicos como fertilizantes y pesticidas y todos estos se les suma la falta de concientización de la población.

Por otro lado, existe un grupo de personas que luchan por ser lo opuesto a lo mencionado anteriormente, el programa llamado RECICLAME, está situado en el distrito de San Isidro- lima, es una organización sin fines de lucro que busca impulsar la transición de economías lineales a economías circulares, mediante educación técnica y promoción de políticas públicas enfocada en la cadena de reciclaje por la sostenibilidad y competitividad del Perú.

Dicho programa tiene como respaldo a socios empresariales, líderes a nivel global, como son Coca Cola, Owens Illinois, Tetra Pak, San Miguel industrias PET, Pamolsa, Backus, Diageo, HeinzGlas, Industrias del Envase, Natura, Nestle y Qroma, todos ellos están comprometidos con el cuidado del medio ambiente, buscando trabajar en conjunto en la transición de la economía circular del país.

Podemos contribuir desde nuestros hogares con la separación de residuos que pueden ser reciclados.

## Capítulo III:

### Planeamiento Estratégico

#### Misión

Nuestra misión es otorgar una solución integral potenciando la imagen de su negocio. Brindando más que un solo servicio, cubriendo las necesidades de nuestros clientes y siendo parte de ellos para lograr los objetivos planteados. Privilegiando la calidad e innovación permanente.

#### Visión

Constituirnos como una empresa líder en el mercado, contando con estrategias de ventas, tanto en creatividad, publicidad, diseño y marketing a un mejor precio.

#### Valores

En este proyecto de implementación estaremos cultivando diversos valores institucionales que detallaremos líneas abajo, estos nos ayudaran a poder crear un buen cimiento en la organización, los cuales tienen que ser solidos para poder alcanzar los objetivos trazados.

***Trabajo en Equipo***, este valor será considerablemente necesario, ya que seremos dos personas las cuales tienen que estar en constante contacto para poder realizar las diferentes actividades que tendremos.

***Orientación al cliente***, para MassiVal Merch, los clientes son parte fundamental del crecimiento de la empresa, por eso creemos que una acertada orientación, un trato amable,

rapidez y una buena comunicación con ellos, formara lazos fuertes, los cuales van a llegar a fidelizar a nuestros futuros clientes.

**Calidad**, MassiVal Merch apostara por cumplir con la entrega de los productos solicitados con las características y parámetros requeridos.

## Objetivos Estratégicos Generales

A continuación, detallaremos nuestros objetivos y estrategias que ejecutaremos.

### Tabla 4

#### Objetivos estratégicos

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS
Ampliar la cartera de Clientes en Chiclayo	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Coberturar al 70% Pequeñas, medianas y grandes empresas</li> <li>* Realizar llamadas telefónicas, solicitando correos de los encargados o areas afines.</li> </ul>
Consolidar alianzas con Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Realizar pedidos continuos de insumos.</li> <li>* Ofrecer a nuestros clientes productos que cuentan en su stock.</li> </ul>
Maximizar presencia de Marca en el mercado	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Implementar campañas promocionales en Redes Sociales.</li> <li>* Realizar marketing digital en Página Web.</li> </ul>
Incrementar ventas el segundo trimestre	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Visitar a posibles clientes.</li> <li>* Buscar clientes mediante LinkedIn.</li> <li>* Lograr una atención al cliente, eficiente, rápida y continua.</li> </ul>
Acrecentar al 5% la rentabilidad anual del negocio	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Controlar adecuadamente los gastos mediante Excel o algún otro sistema.</li> <li>* Reducir costos innecesarios.</li> <li>* Gestionar correctamente los recursos de la empresa.</li> </ul>

## Nota, Información de los objetivos y estrategias

### Matriz FODA

Mediante la siguiente matriz podremos tener conocimiento de nuestros Factores Internos y Externos, los cuales nos ayudaran a crear estrategias de apoyo a nuestro plan de Negocio.

#### Tabla 5

##### Matriz FODA

	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<b>Factores Internos</b>	1. Proveedores Fijos y confiables de Lima y Chiclayo.	1.-Ser nuevos en el mercado
	2. Variedad de Productos	2.-No contamos con cartera de clientes
	3.- Precios competitivos	3.-Dependencia de proveedores
	4.- Rápida Atención	4.-Costos altos de parte de los proveedores
<b>Factores Externos</b>	5.-Empresa formal por Registrarse en Sunat	5.- Publicidad débil por falta de presupuesto
<b>Oportunidades</b>	<b>FO (MAXI-MAXI)</b>	<b>DO (MINI-MAXI)</b>
1.-Reactivación económica	F5 - O5, Solicitar un credito Financiero para la compra de máquinas.	D1 - O4, Implementar nuevas tecnologías para el proceso de impresión de logos, brindando mayor calidad del mismo
2.-Emprendedores de marcas nuevas	F2 - O3, Manejar diferentes modelos de Merchandising para abarcar diferentes Rubros de Comercio.	D3 - O3.-Buscar nuevos proveedores, apoyandonos de las aperturas de nuevas empresas con la reactivación económica.
3.- Tendencia en apostar por Publicidad	F3 - O2, Creación de Packs de Bienvenida con precios accesibles para nuevas empresas.	
4.-Mejora en la calidad de Impresión por nuevas tecnologías		
5.-Financiamiento de créditos para la Micro y Pequeña Empresa		
<b>Amenazas</b>	<b>FA (MAXI-MINI)</b>	<b>DA (MINI-MINI)</b>
1.-Inestabilidad política y económica	F4A4.- Contar con personal altamente calificado para la atención de los clientes, el cual agregara un plus adicional de diferenciación	D1A1.- Se contara con un capital de soporte el cual pueda ayudarnos a cubrir algun extra si en caso se requiere
2.-Precios elevados en los artículos, por la inestabilidad del dólar		
3.-Nuevos competidores con precios muy bajos	F1 - A5.- Alianzas con proveedores que cuenten con un Stock de diferentes productos de Calidad	D2 - A4,- Crear una base de datos de posibles clientes, realizando visitas, llamadas, o enviando correos, de esta manera estaremos creando más visibilidad en el mercado.
4.-Marcas del mismo rubro ya posicionadas		
5. Incremento de importaciones de calidad baja.		

*Nota, Información creada para la Matriz Foda*

## **Estrategia Genérica de Porter**

Porter desarrollo tres estrategias, las cuales ayudaran a que las organizaciones puedan desempeñarse competitivamente y obtener una ventaja competitiva en el mercado, así como también sostenerse en el transcurso de tiempo.

En MassiVal Merch, se está considerando desarrollar la estrategia de Diferenciación puesto que tendremos y brindaremos a nuestros clientes productos de calidad, trabajaremos de la mano con nuestros proveedores para obtener productos diferentes, innovadores, a comparación de nuestra competencia, de igual forma mantendremos un servicio de atención al cliente eficiente, estableciendo un proceso de compra el cual permita acompañar al cliente antes de adquirir un producto, durante la compra y seguir el post venta, el cual hará una diferencia notable y creará un valor diferenciado de nuestros competidores.

Adicionalmente, a medida que la empresa se va posicionando, queremos lograr tener un liderazgo en costos, importando directamente diversos productos y ofreciéndolos por grandes volúmenes de esta manera estaremos reduciendo considerablemente el precio, y sería más atractivo el producto en el mercado.

## Cronograma de Actividades

Para poder tener en orden y sobre todo saber en qué tiempo vamos a implementar nuestras actividades, realizamos el Diagrama de Gantt, que será detallado a continuación.

**Tabla 6**

*Cronograma de actividades*

Actividades	Octubre				Noviembre				Diciembre			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Lluvia de Ideas de Negocio	■											
Elección del Negocio	■	■										
Constitución de la empresa	■	■	■									
Busqueda de Proveedores	■	■	■	■								
Elaboración del Planeamiento del Negocio		■	■	■								
Creación de Carta de Presentación				■								
Creación de Redes Sociales, LinkedIn, Facebook, Instagram, Página Web				■								
Creación de Catálogo con los productos que ofreceremos				■								
Realizar llamadas para obtener correos electronicos de representantes de área					■	■						
Implementación de campaña de promoción por apertura							■	■	■			
Envío de Carta de presentación a correos										■	■	■
Apertura de Oficina												■

*Nota, Información sobre el cronograma de actividades*

## Capítulo IV:

### Estudio del Mercado

#### Oferta

Para poder ejecutar este punto, realizamos un análisis de nuestros competidores directos e indirectos, los cuales nos permiten tener conocimiento de los diversos precios que manejan, de esa forma sabremos a que nos enfrentamos y podemos realizar una contra oferta para poder sobresalir en el mercado.

#### *Competidores Directos*

Realizamos una investigación de nuestros principales competidores Directos en la Ciudad de Chiclayo, los cuales son Hota Chiclayo, Grafica Internacional y Publi Kt Merchandising.

**Tabla 7**

#### *Competidores Directos*

Competencias	Descripción	Ubicación y sedes	Tipo de productos	Precio promedio
<b>Publi KT Merchandising</b>	El negocio inició sus actividades en el año 2018, siendo este un negocio familiar y hasta la actualidad cuentan con un local en el centro de Chiclayo.	Se encuentra ubicado en, calle Vicente de la Vega N° 742- Chiclayo.	Los articulos que ofrecen son, llaveros destapador,lapiceros publicitarios,tomatodos, polos publicitarios,lanyard,fotocheck,tazas, vasos, bolsas de kraft, agendas.	Cada una de las marcas presentadas cuentan con distintos precios, de acuerdo con el tipo de producto que ofrecen, por ejemplo podemos encontrar articulos desde s./ 45.00 el ciento, que son los basicos llaveros destapadores y asi una variedad de precios y productos de acuerdo a la calidad y cantidad que se solicite el cliente.
<b>Hota Chiclayo</b>	El inició de este negocio se da en el 2020, con la realización de pines y fotochecks, actualmente ofrecen algunos productos de merchandising.	Ubicado en calle Lora y Cordero N° 762- Chiclayo.	Fabricación de fotochecks en pvc , lanyards, lapiceros publicitarios,tomatodos,llaveros destapadores,yoyo,pines.	
<b>Gráfica Internacional</b>	Fue en el 2015 que empezaron con su negocio, ofreciendo primemeramente productos como gigantografias, volantes y afiches.	Esta ubicado en Av.Saenz Peña N°1244 -Chiclayo	Volantes, gigantografias,almanaques, tomatodos de aluminio, lapiceros corporativos, bolsas de tela,lanyard.	

*Nota, Información sobre los competidores directos*



**Tabla 8***Productos de la empresa Publikt Merchandising*

<b>Publi KT Merchandising</b>	
<b>Producto</b>	<b>Precio</b>
Lapicero Ecologico por 100 und	S/70.00
Tomatodo Plastico 450 ml por 100 und	S/500.00
Botella de aluminio de 600 ml por und	S/11.00
Agenda basica por 100 und	S/400.00

*Nota, Investigación a los competidores***Tabla 9***Productos de la empresa Hota Chiclayo*

<b>Hota Chiclayo</b>	
<b>Producto</b>	<b>Precio</b>
Lapicero Ecologico por 100 un	S/150.00
Tomatodo de metal 600ml por und	S/25.00
Llavero destapador por 100 und	S/50.00

*Nota, Investigación a los competidores***Tabla 10***Productos de la empresa Gráfica Internacional*

<b>Gráfica Internacional</b>	
<b>Producto</b>	<b>Precio</b>
Lapicero Ecologico por 100 un	S/95.00
Botella de aluminio de 600 ml por und	S/19.00
Llavero destapador por 100 und	S/45.00
Agenda basica por 100 und	S/420.00

*Nota, Investigación a los competidores*

### **Competencia Indirecta**

En este punto detallaremos a dos empresas las cuales si bien es cierto no venden los mismos productos que ofreceremos en MassiVal, cuentan con productos similares o alternativos que van dirigidos a nuestros posibles clientes.

Entre ellos tenemos a:

Regalos Personalizados Chiclayo: Es una empresa dedicada a brindar servicios de diseños personalizados como gorros, mousepad, cojines, tazas, etc.

J&E Sublimados: Es una empresa dedicada a realizar servicios de productos sublimados y personalizados como, polos, box, tomatodos, etc.

**Tabla 11**

#### *Competencia Indirecta*

<b>Competencia Indirecta</b>	<b>Modalidad de Venta</b>	<b>Productos</b>
Regalos Personalizados Chiclayo	Virtual	Gorros Personalizados s/ 30.00
J&E Sublimados	Virtual	Box Corporativos desde s/40.00

*Nota*, Investigación a los competidores indirectos

### **Demanda**

#### **Objetivo General**

Analizar y determinar la demanda existente de los productos que ofreceremos, así como también los diferentes factores que van a influir en la adquisición de los productos.

***Objetivos Específicos***

- Conocer la frecuencia de compra.
- Conocer las fechas especiales en las cuales desean adquirir los productos.
- Conocer las preferencias de los productos.
- Obtener información del contacto.
- Descubrir cual sería el presupuesto de compra.

***Metodología de Recolección de Datos***

- Recolección de Datos: Entrevistas
- Instrumento de recolección de datos: Cuestionario (Ver Anexo 1)

***Determinación del tamaño de la muestra***

Actualmente en Chiclayo contamos con 2442 Empresas de diferentes rubros, información obtenida Ministerio de Producción, por lo cual hemos escogido 16 Negocios para poder realizar la entrevista y llenado del formulario, a continuación, detallo el modelo de Encuesta:

**Anexo 1**

## Encuesta

**Entrevista**

¿Cuál es su nombre?

\_\_\_\_\_

¿Nos indicaría por favor el nombre de su Empresa o la Empresa en la cual labora?

\_\_\_\_\_

¿Cuál es el rubro?

\_\_\_\_\_

¿Actualmente en que puesto se desempeña?

\_\_\_\_\_

¿Alguna vez utilizaste artículos de Merchandising?

Si  No

¿Estaría interesado en utilizar artículos de Merchandising para tu empresa o negocio?

Si  No

¿Asignarías un presupuesto para la compra de artículos de Merchandising?

Si  No

¿Qué montos destinarías para los artículos Merchandising?

a.- S/300 - S/600

b.- s/ 600 – s/900

c.- s/ 900 – s/1200

d.- s/1200 a más

¿Crees que esto ayudaría a incrementar tus ventas?

Si  No

¿Con que frecuencia requeriría este tipo de servicio?

a.- 2 veces al Mes

b.- Mensual

c.- Trimestral

d.- Anual

¿Les gustaría recibir información de nuestro servicio de Merchandising?

Si  No

¿Cuál es su correo corporativo?

\_\_\_\_\_

Luego de realizar las entrevistas y terminar el llenado de la encuesta, se procederá con la interpretación de los resultados.

### Figura 6

#### *Utilización de Merchandising*



*Nota, Resultados de Encuesta 2022*

**Interpretación:** Mediante esta pregunta obtenemos que el 75% de las personas encuestadas, si han utilizado los artículos de Merchandising en su Empresa.

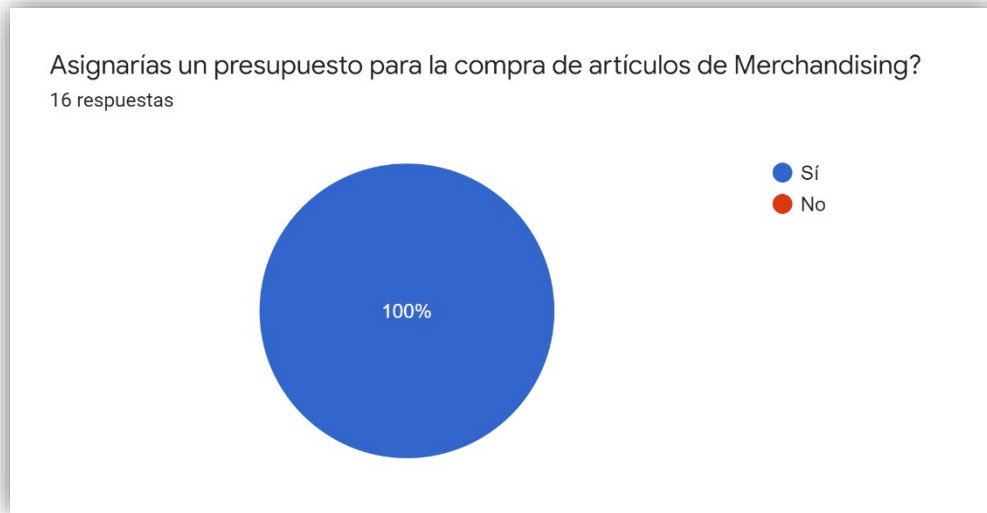
Esto quiere decir que gran porcentaje del mercado al cual nos estamos proyectando, tienen conocimiento de cuáles son los artículos de merchandising.

**Figura 7***Interés de la compra de Merchandising*

*Nota, Resultados de Encuesta 2022*

**Interpretación:** Mediante esta pregunta, podemos observar que los 16 entrevistados, están interesados en realizar la compra de artículos de Merchandising para su negocio o Empresa.

Podemos deducir que actualmente si tenemos un mercado potencial, el cual muestra interés por la compra de los diferentes artículos de merchandising.

**Figura 8***Asignación de presupuesto de compra de Merchandising*

*Nota, Resultados de la Encuesta 2022*

**Interpretación:** Al realizar las entrevistas, nuestros encuestados indicaron que si asignarían un presupuesto para la compra de diversos artículos de Merchandising. Es decir, los clientes corporativos ven atractivo asignar un parte de su presupuesto para la compra de merchandising.

## Figura 9

### Presupuesto en valores



*Nota,* Resultados de encuesta 2022

**Interpretación,** Incluímos en la encuesta montos en dinero para poder observar, cuánto dinero destinaría para la compra de artículos de Merchandising, el 50% indicó que destinaría de s/300 a s/600, el 37.5% indicó que destinaría de s/600 a s/900, y el 12.5% destinaría de s/900 a s/1200.

Mediante esta pregunta, podemos crear estrategias de compra de productos a nuestros proveedores, ya que este resultado arroja que los empresarios o dueños del negocio destinarían un presupuesto no tan alto al momento de realizar la compra, de esta manera podemos adquirir productos novedosos y prácticos, los cuales no tengan un costo tan elevado.



**Figura 10**

*¿El Merchandising ayuda a incrementar ventas?*



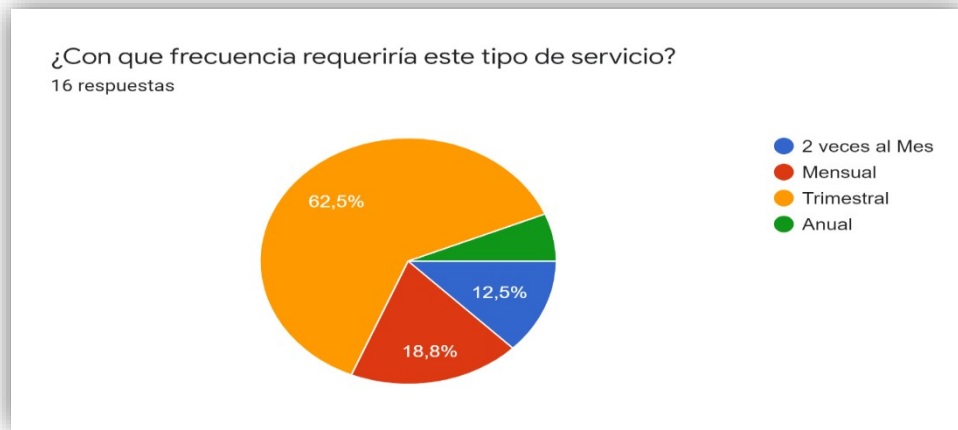
Fuente, Resultados de encuesta 2022

**Interpretación,** Los resultados de esta pregunta son que el 81.3% indica que facilitarle merchandising a sus clientes ayudaría a realizar una venta, mientras el 18.8% indica que tal vez ayudaría a concretar la venta.

Mediante estas respuestas, crearemos estrategias podemos realizar una base de datos con los diferentes rubros que cuentan las empresas a las cuales vamos ofrecer el servicio, de esta manera tendríamos productos diferenciados por rubros para poder darle una ayuda a su negocio.

## Figura 11

### Frecuencia de Compra



*Nota, Resultados de encuesta 2022*

**Interpretación:** La frecuencia de compra en nuestros clientes encuestados es, 62.5% compraría trimestralmente, el 18.8% compraría mensualmente, el 12.5 % compraría dos veces al mes y el 6.2% compraría anualmente.

Mediante estas respuestas podemos elaborar una base de datos en la cual asignemos el tiempo de frecuencia de compra, de esta manera podemos enviar publicidad en el tiempo preciso para incentivar a la compra.

**Figura 12***Recepción de Información*

*Nota, Resultados de encuesta 2022*

**Interpretación:** Mediante esta última pregunta, nuestros encuestados indicaron que desean recibir información de nuestro servicio de Merchandising, por lo cual nos facilitaron sus correos electrónicos, de esta manera formamos una pequeña base de datos, los cuales nos ayudaran a poder darnos a conocer, y que nuestros futuros clientes puedan tener conocimiento de lo que ofrecemos y los productos que tenemos.

**Tabla 12***Base de datos de encuestados*

<b>Nombre</b>	<b>Empresa</b>	<b>Correo Electronico</b>
Daniel Borja	Concepto Estudio	grupoconceptoperu@gmail.com
Edgardo Medina Hernández	E&M fast company SAC	eymfastcompany@gmail.com
Rashida Salés	Rash illustrations	rashsales98@gmail.com
Mariale	Las 4 Hadas	mariale.conceptoestudio@gmail.com
Paul Merino	Garden	Paulmerino0074@gmail.com
Claudia Diaz	Hipermercados Tottus S.A.	cdiazho@tottus.com.pe
Edwin	CARGO MASS SAC	cargomass.sac@gmail.com
Segundo	SANAVIA BECERRA	Sesabe.5@hotmail.com
Robinson Puse	ROPUSAC	Rpuss@ropusac.pe
Ericson martin Ruiz Diaz	Inversiones comerciales Jairo	Inversionesjairo@hotmail.com
Silvana Pinedo	Malka Urban Food	silvanapinedo1912@gmail.com
DIXON VIDAL DIAZ COTRINA	Multiservicios M&D	Martinruiz0385@gmail.com
Dora Mercedes Olivera Doig	Dora Olivera Repostería	josrobert126@gmail.com
Miguel garcia arevalo	Consortio Divina Misericordia	Consortio.divinamisericordia@gmail.com
Nicky Manosalva	Concepto Perú	nickyconceptoestudio@gmail.com

*Nota, Resultados de encuesta 2022*

## Capítulo V

### Plan de comercialización

#### **Mercado**

Este año con la reactivación económica que se va dando paulatinamente en el Perú, diferentes empresas están apostando por incrementar la publicidad en sus negocios, según Mediabrans, somos el tercer país de la Región que presentara un crecimiento mayor publicitario en el presente año.

Según el informe del Inei (2019) las empresas comerciales en Lambayeque representan el 3.2% del total de comercios en el Perú, el 99.5% son pequeñas y Micro empresas y el 82.1% perteneces al Sector Comercio y Servicios. (Influencia del Financiamiento a las micro y pequeñas empresas en su crecimiento y desarrollo Sabogal 2018)

Esta idea de negocio estará dirigido a empresas que se encuentren en la Región Lambayeque, y están divididos en tres factores que mencionaremos a continuación:

**Factor Geográfico:** Departamento de Lambayeque

**Factor Demográfico:** Empresas Micro, Pequeña, Mediana y Grandes Empresas

**Factor Psicográfico:** Empresas que buscan incrementar ventas, mantener un buen clima laboral, y que buscan posicionar su marca.

## Marketing Mix

### *Producto*

Ofreceremos una amplia gama de productos los cuales dividiremos en líneas, Ecológicas, Premium, Bolsas y Cajas, que en su mayoría serán importados, en los cuadros adjuntos detallaremos los más comercializados y preferidos por las empresas.

### **Tabla 13**

#### *Productos de MassiVal Merch*

---

#### **Productos Línea Ecológico**

---

Lapicero Ecológico



Agenda básica ecológica



Botella de Fibra de Trigo de 375ml



---

## Productos Línea de Bolsas

---

Bolsas Notex



Bolsas Linner



---

## Productos Línea de Cajas

---

Caja Microcorrugada



Caja de Envío



---

### Productos Línea Artículos Premium

---

Usb de 8 GB



Tomatodo Pavonado 600 ml



Cuaderno Anillado



Pop Socket



---

*Nota,* Descripción de los artículos que tendrá el negocio.






## Precio





En el rubro de merchandising, se cuenta con gran variedad de productos, y el precio de ellos varia por la calidad y la cantidad que se puede solicitar.

El precio de nuestros productos se basa en el promedio con los cuales trabaja nuestros competidores y el precio que nos cuesta realizarlo, a continuación, se detalla los productos de mayor requerimiento.

**Tabla 14**

*Precio de los productos de MassiVal*

Producto	Precio por Producto por 100 uni	Precio por Serigrafia por 100 uni por color	Utilidad 30%	Precio Final
Lapicero Ecológico 	S/36.00	S/30.00	S/19.80	S/ 85.80
Agenda básica ecológica 	S/400.00	S/70.00	S/141.00	S/ 611.00
Botella de Fibra de Trigo de 375ml 	S/620.00	S/70.00	S/207.00	S/ 897.00

Producto	Precio por Producto por 100 uni	Precio por Serigrafia por 100 uni por color	Utilidad 30%	Precio Final
Usb de 8 GB 	S/1,500.00	S/60.00	S/468.00	S/ 2,028.00
Tomatodo Pavonado 600 ml 	S/750.00	S/70.00	S/246.00	S/ 1,066.00
Cuaderno Anillado 	S/1,200.00	Impresión Full Color en Tapa	S/360.00	S/ 1,560.00
Pop Socket 	S/90.00	S/60.00	S/45.00	S/195.00

Producto	Precio por Producto por 100 uni	Precio por Serigrafia por 100 uni por color	Utilidad 30%	Precio Final
Bolsas Notex 30*30*10 	S/150.00	S/60.00	S/63.00	S/ 273.00
Bolsas Linner 30*25*7 	S/250.00	S/60.00	S/93.00	S/ 403.00

Producto		Precio por Producto por 100 uni	Precio por Serigrafía por 100 uni por color	Utilidad 30%	Precio Final
Caja Microcorrugada		S/125.00	S/45.00	S/51.00	S/ 221.00
Caja de Envío		S/320.00	S/45.00	S/109.50	S/ 474.50

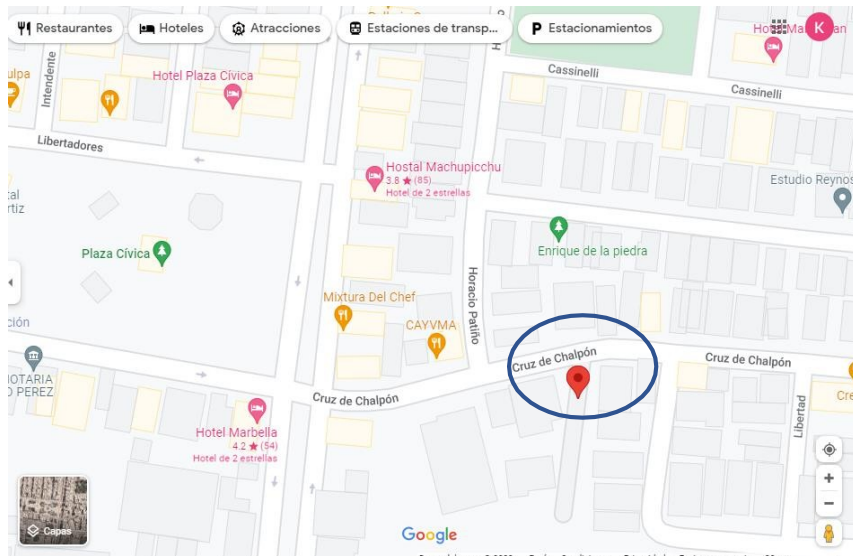
*Nota, Listado de productos*

### **Plaza**

En MassiVal Merch, se utilizará solo un canal para la distribución y este es el canal directo, ya que las ventas se dan directamente entre nosotros y el consumidor.

Nuestro emprendimiento de merchandising, será ofrecido dentro de la Región de Lambayeque, por el momento solo se comercializará de forma directa, donde estaremos en comunicación directa con nuestros clientes, orientándolos con la elección de sus productos, formando lazos de atención personalizada que es lo que nos caracteriza como empresa.

La ubicación del negocio será en Horacio Patiño N° 189 Cruce con Cruz de Chalpón Urbanización Latina JLO Chiclayo.

**Figura 13****Plaza del Negocio**

*Nota,* Imagen tomada de Google Maps

**Promoción**

El mercado hacia el cual está enfocado nuestro servicio, es el de las empresas que se están reinventando, que necesitan de este tipo de publicidad para tener mayor reconocimiento o simplemente consentir a su personal y clientes con los cuales vienen trabajando.

Por lo tanto, se cree conveniente utilizar estrategias de marketing para darnos a conocer como empresa, las cuales serán:

- Redes sociales, se creará flyers digitales, los cuales postearemos en nuestro Feed de LinkedIn, Facebook, Instagram, WhatsApp Business y Tik Tok.
- Visitas programadas a nuestros posibles clientes, los cuales podrían estar en búsqueda de nuestros servicios, ofreciéndoles la gama de accesorios con los que se cuentan e informado cómo funciona el servicio.

### ***Estrategia***

- Sabemos que algunos clientes se encuentran con el horario copado, por esa razón se estará enviando catálogos mostrando la variedad de productos que tenemos, e invitarlos a cotizar con nosotros.
- Consideremos que, al realizar la visita con los futuros clientes, se puede llevar muestras de lo que realizamos, de esa manera ellos pueden verificar de la calidad de los productos y del logo.
- Realizaremos una campaña Digital con el fin de darnos a conocer y conseguir seguidores en las Redes Sociales. Nos enfocaremos un 70% más a la Red LinkedIn, ya que nuestro mercado objetivo es el público empresarial. De la misma manera se creará perfiles en Facebook, Instagram, Tiktok y Whassapp Business, en los cuales se posteará los flyer digitales con promociones y trabajos realizados.
- Se realizará la creación de la Página Web de MassiVal Merch, de esta manera los clientes van a poder observar las diferentes campañas promocionales que lanzaremos y generaremos presencia de marca.

Después de indicar nuestras estrategias que emplearemos, detallaremos un punto importante para nuestra idea de negocio, el cual es la inversión que realizaremos a través de un Plan de Marketing, con el fin de poder tener más en claro los gastos que haremos para poder ser más visibles en el mercado.

**Tabla 15***Presupuesto de marketing*

<b>Objetivo</b>	<b>Acciones</b>	<b>Presupuesto</b>
Presencia de Marca	Creación del Logo, Perfiles en las Redes Sociales LinkedIn, Facebook, Instagram Tiktok.	S/ 500.00
Captación de clientes Potenciales	Creación de Campaña publicitaria en las redes, se realizara creación de flyers con contenido, describiendo lo que ofrecemos como empresa, ello se colocara mediante la redes sociales como Publicidad. ( se realizara solo por el primer mes de lanzamiento de la marca)	S/ 1,000.00
Redes activas	Creación de material visual para las publicaciones constantes en las redes sociales.	S/ 250.00
Total		S/ 1,750.00

*Nota, Información y detalle del plan de presupuesto*

## Formulación Estratégica de ANSOFF

A continuación, realizaremos la formulación de la estrategia Ansoff

**Tabla 16**

*Ansoff*

	PRODUCTOS EXISTENTES	PRODUCTOS NUEVOS
<b>MERCADOS EXISTENTES</b>	*Precios promocionales por el primer mes de apertura	*Catering empresarial
	*Inversión en Campañas publicitarias mediante redes	* Sublimación de prendas para eventos masivos, marchas, partidos políticos.
	*Obsequiaremos pequeños productos en alguna feria o centro comercial, con la finalidad de dar a conocer nuestra calidad.	* Elaboración de sorpresas para cumpleaños corporativos.
<b>MERCADOS NUEVOS</b>	*Explorar provincias aledañas a Lambayeque, realizando un estudio un previo estudio de mercado.	* De ser necesario, realizar un cambio de productos ofrecidos y de mercado objetivo.

*Nota, Información y elaboración de la estrategia de Ansoff*

## **Proyección de Ventas**

En este punto realizaremos un cálculo estimado de ventas que tienen que realizarse mensual para poder llegar a nuestro objetivo.

Los productos que ofreceremos en MassiVal Merch serán mediante diferentes líneas, se proyecta crecer un 1.025% mes a mes.

De igual forma hemos realizado la proyección anual de ventas, y estamos considerando un crecimiento del segundo año del 5%, tercer año 7%, cuarto año 8% y el quinto año del 12%, se considera que en el Perú crezca un 15% en las ventas del rubro de la publicidad, en nuestra propuesta de negocio estamos considerando esa proyección ya recién estamos ingresando al mercado.

A continuación, lo detallaremos en los siguientes cuadros.



**Tabla 17**

*Proyección de Ventas*

Proyección de Ventas (unidades)		AÑO 1 (unidades de compra promedio)											
PRODUCTOS A COMERCIALIZAR	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Línea Ecológica	5	5	5	6	6	6	7	7	7	8	8	8	80
Línea Premium	10	10	11	11	12	12	13	13	14	14	15	15	152
Línea de Bolsas	5	5	6	6	7	7	8	8	9	9	10	10	91
Línea de Cajas	10	10	11	11	12	12	13	13	14	14	15	15	152
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>31</b>	<b>33</b>	<b>35</b>	<b>37</b>	<b>38</b>	<b>41</b>	<b>42</b>	<b>44</b>	<b>46</b>	<b>48</b>	<b>49</b>	<b>475</b>

Proyección de Ventas (unidades)		Proyección				
PRODUCTOS A COMERCIALIZAR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Línea Ecológica	80	84	90	97	109	
Línea Premium	152	159	171	184	206	
Línea de Bolsas	91	96	107	116	130	
Línea de Cajas	152	159	171	184	206	
<b>Ventas en Unidades</b>	<b>475</b>	<b>499</b>	<b>538</b>	<b>581</b>	<b>651</b>	

TASA DE CRECIMIENTO 2:	5.00%
TASA DE CRECIMIENTO 3:	7.00%
TASA DE CRECIMIENTO 4:	8.00%
TASA DE CRECIMIENTO 5:	12.00%

*Nota,* Información sobre la proyección de ventas mensual y anual de las líneas a comercializar en MassiVal Merch

# Capítulo VI

## Plan técnico

### Localización de la Empresa

#### **Macro Localización**

Para poder determinar la ubicación de nuestra oficina, hemos evaluado en primer lugar los distritos que tiene la Región de Lambayeque, para poder localizar nuestro negocio, entre los principales factores que evaluaremos son:

- Alquiler
- Infraestructura
- Tamaño de Mercado

#### **Tabla 18**

##### *Matriz de Macro Localización*

FACTORES IMPORTANTES PARA EL ÉXITO	VALOR	Jose Leonardo Ortiz		Chiclayo		La Victoria	
		CLASIFICACIÓN	PUNTAJE	CLASIFICACIÓN	PUNTAJE	CLASIFICACIÓN	PUNTAJE
Tamaño de Mercado	0.2	1	0.2	4	0.8	1	0.2
Alquiler	0.2	2	0.4	3	0.6	2	0.4
Infraestructura	0.1	1	0.1	4	0.4	2	0.2
	0.5		0.7		1.8		0.8

*Nota*, Análisis de los resultados presentado en tabla.

La clasificación es la siguiente: 1 = debilidad vital, 2 = debilidad mínima, 3 = fortaleza mínima, 4 = fortaleza primordial.

### **Micro Localización**

En este punto se realizó la misma evaluación, incrementando los factores para obtener la urbanización en la cual estaría localizado nuestro negocio, los factores a evaluar fueron los siguientes:

- Servicios Básicos
- Alquiler
- Infraestructura
- Accesibilidad a Proveedores
- Accesibilidad a Clientes
- Facilidad de transporte

**Tabla 19**

#### *Matriz de Micro Localización*

FACTORES IMPORTANTES PARA EL ÉXITO	VALOR	Urb. Santa Victoria		Urb. San Eduardo		Urb. Latina	
		CLASIFICACIÓN	PUNTAJE	CLASIFICACIÓN	PUNTAJE	CLASIFICACIÓN	PUNTAJE
Servicios Básicos	0.2	1	0.2	2	0.4	3	0.6
Alquiler	0.2	1	0.2	1	0.2	4	0.8
Infraestructura	0.1	1	0.1	1	0.1	3	0.3
Accesibilidad de Proveedores	0.1	2	0.2	2	0.2	3	0.3
Accesibilidad de Clientes	0.2	3	0.6	3	0.6	2	0.4
Facilidad de Transporte	0.2	1	0.2	1	0.2	1	0.2
	1		1.5		1.7		2.6

*Nota*, Análisis de los resultados presentado en tabla.

La clasificación es la siguiente: 1 = debilidad vital, 2 = debilidad mínima, 3 = fortaleza mínima, 4 = fortaleza primordial.

### **Tamaño de negocio**

Para poder calcular el tamaño del negocio, se estimará las dimensiones del local, de esta manera podremos realizar una correcta distribución.

### ***Descripción de Oficina***

Área Administrativa y Comercial: La oficina contara con un espacio de 4.8 m<sup>2</sup>, contara con un sistema de enchufes, luz, escritorios, computadoras, sillas tanto para los trabajadores y clientes, vitrinas para mostrar nuestros productos, y un televisor para que los clientes puedan ver nuestros trabajos realizados, de igual forma contara con un extintor y botiquín de primeros auxilios.

Almacén: Nuestro almacén tendrá un espacio de 3m<sup>2</sup>, en el cual colocaremos nuestros productos terminados y la materia prima que utilizaremos.

Servicios Higiénicos: Contaremos con un baño para el uso de nuestros clientes y trabajadores.

**Figura 14**

*Medidas del tamaño del negocio*



*Nota*, Ilustración de las medidas que tendrá el negocio

**Figura 15**

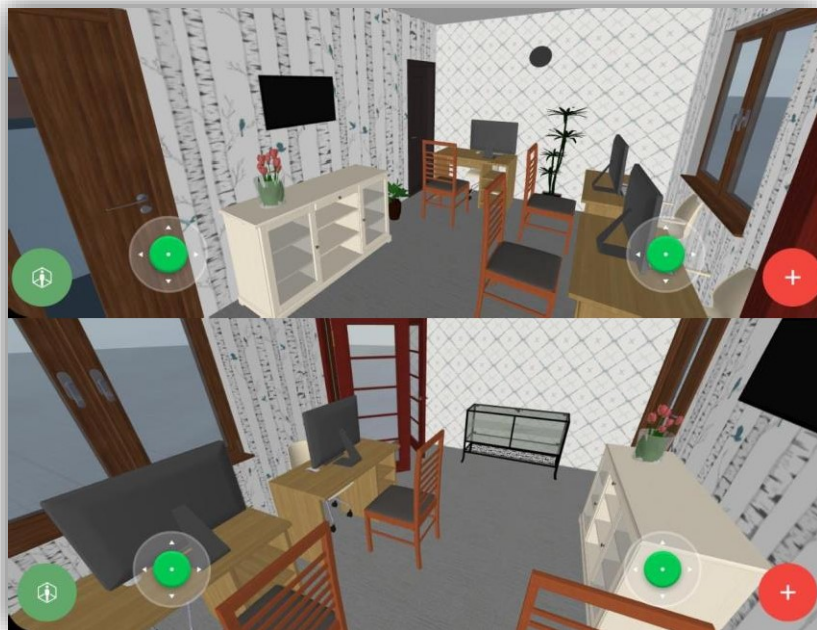
*Distribución del negocio*



*Nota, Ilustración de la distribución del negocio*

**Figura 16**

*Interior del negocio*



*Nota, Ilustración del interior del negocio*

## **Necesidades**

Para la realización de este Plan de negocio, necesitamos ciertos recursos para llevarlo a cabo, el cual detallaremos líneas abajo.

### Maquinarias y Equipos

- Computadoras
- Impresora
- Televisor

### Útiles

- Lapiceros, plumones
- Hojas
- Archivadores
- Cutter, tijera
- Cinta de Embalaje

### Muebles

- Escritorios
- Vitrina Exhibidoras
- Sillas

### Licencias

- Funcionamiento
- Certificado de Defensa Civil
- Certificado de Fumigación
- Certificado de Salubridad

### Personal

- Administrador
- Vendedor
- Diseñador

## Costos

**Tabla 20**

*Costos Directos Mensual*

Item	Descripción		P.U. S/	Total S/.
<b>1</b>	<b>Línea Ecológica</b>			<b>S/1,426.00</b>
	Materia Prima / Insumos	Ciento	1,226.00	
	Mano de Obra Directa		150.00	
	Otros Costos Indirectos (movilidad)		50	
<b>2</b>	<b>Línea Premium</b>			<b>S/3,930.00</b>
	Materia Prima / Insumos	Ciento	3730.00	
	Mano de Obra Directa	Ciento	150.00	
	Otros Costos Indirectos (movilidad)		50	
<b>3</b>	<b>Línea de Cajas</b>			<b>S/735.00</b>
	Materia Prima / Insumos	Ciento	535.00	
	Mano de Obra Directa	Ciento	150.00	
	Otros Costos Indirectos(movilidad)		50	
<b>3</b>	<b>Línea de Bolsas</b>			<b>S/720.00</b>
	Materia Prima / Insumos	Ciento	520.00	
	Mano de Obra Directa	Ciento	150.00	
	Otros Costos Indirectos(movilidad)		50	
				<b>S/6,811.00</b>

*Nota, Costos Directos proyectados por MassiVal*

**Tabla 21**

*Costos Indirectos Mensuales*

Item	Descripción	Cantidad	P.U. S/	Total S/.
<b>1</b>	<b>Mano de Obra Indirecta</b>			<b>S/400.00</b>
	Contador Externo	1	400.00	
<b>2</b>	<b>Servicios</b>			<b>S/398.00</b>
	Agua	1	30	
	Luz	1	120	
	Plan Movistar total	1	248	
<b>4</b>	<b>Insumos</b>			<b>S/40.00</b>
	Utiles de Limpieza	1	40	
				<b>S/838.00</b>

*Nota, Costos Indirectos proyectados por MassiVal*



## Proceso de Producción

A continuación detallaremos el proceso de Venta que se realizara en MassiVal Merch, a través del diagrama de flujo.

### Recepción

- Orden de compra del cliente
- Arte para el logotipo

### Proceso de Producción

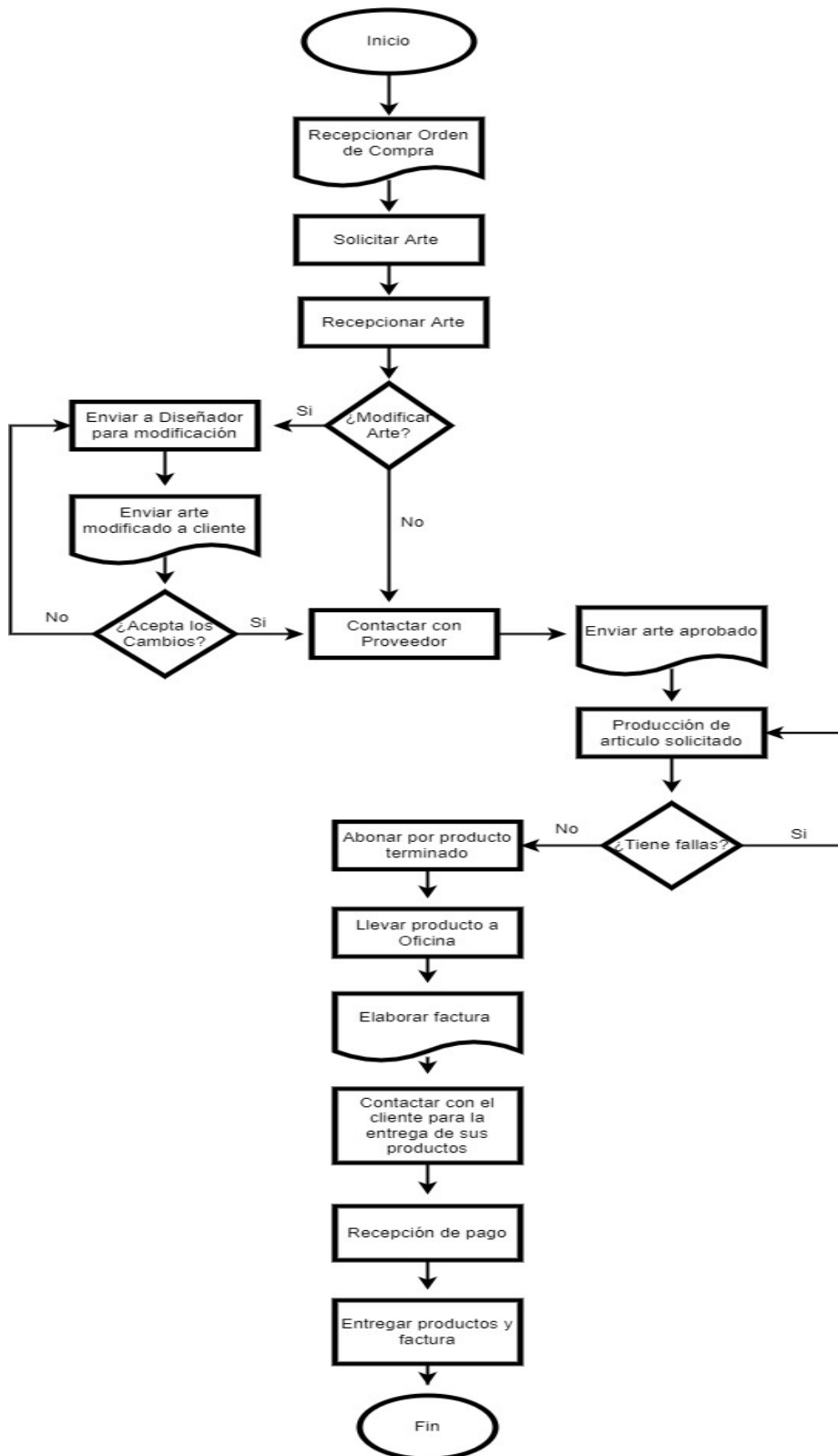
- Envío de Arte a Proveedor
- Producción del articulo
- Pago al proveedor

### Despacho

- Contactar con el cliente
- Recepción del pago del producto
- Realización de factura
- Entrega del producto al cliente

Figura 17

Diagrama de Flujo



Nota, Detalles del paso a paso del proceso de producción de un pedido

## **Certificaciones necesarias**

### ***Licencia de funcionamiento:***

Para obtener dicha licencia se cuenta con una serie de requisitos, los cuales se deben presentar en la municipalidad correspondiente al distrito de ubicación del negocio, por ejemplo:

Para nuestro negocio que es menor de 100 M2-con evaluación posterior de las condiciones de seguridad en defensa civil, de acuerdo con ley N°28976, se necesita:

- Formato de solicitud de declaración jurada de licencia de funcionamiento, el cual debe incluir, N° de RUC y N° de DNI o carné de extranjería del solicitante
- Persona Natural, se solicitará carta poder
- Persona Jurídica, se solicitará licencia de poder del representante legal.
- Declaración jurada de observancia de condiciones de seguridad en Defensa Civil.
- Pago por derecho de trámite.

### ***Certificado de Defensa Civil:***

Este documento es extendido por el Gobierno Regional, los cuales son realizados por inspectores acreditados por el INDECI, los cuales verifican lo siguiente:

- Que se cuente con un extintor para nuestro rubro. Usaremos un extintor para incendio producidos por tipo de fuego A, B, C, este es un polvo seco.
- Se debe presentar un plano del local el cual indique señaléticas de aforo de local, ubicación de los extintores, así como salidas de emergencia.

***Certificado de fumigación:***

- De conformidad con el D.S N°022-2001 y R.M 449-2001 -SA-DM, las cuales regulan la prestación de servicios de saneamiento ambiental. Se requiere la de fumigación de dicho local, prevenir la aparición de insectos como cucarachas, moscas, arañas, zancudos y otros.
- Dicho certificado deberá renovarse de forma anual.

***Certificado de salubridad***

- Este certificado es obligatorio para todos los rubros comerciales, tiene como finalidad preservar la salubridad del área de trabajo, como de sus colaboradores.
- La renovación de este documento se realiza anualmente.

***Plan de vigilancia, prevención y control de la COVID - 19***

Debido a los acontecimientos afrontados en el país el Minsa solicita a las empresas que apertura sus actividades, presentar el plan de vigilancia, prevención y control de la Covid – 19, el cual debe ser enviado al Ministerio de Salud, dicho plan debe estar a disposición de los clientes y colaboradores.

***Impacto en el Medio Ambiente***

MassiVal Merch, tiene como propósito ser una empresa sostenible, teniendo en cuenta los aspectos medio ambientales ayudando a la conservación de nuestro planeta y contribuyendo al progreso de las generaciones presentes y futuras.

El respeto por la naturaleza y nuestro entorno son buenas estrategias para transmitir nuestros valores sociales, además brinda la responsabilidad de aplicar las 3 R que son,

Recicla, Reutiliza y Reduce. por ello los primeros productos que ofreceríamos a nuestros clientes, son ecológicos como, por ejemplo, libretas con lapicero, bolsas de tocuyo, packs de bienvenida orgánicos, utilizando las cajas de cartón y bolsas reutilizables.

## Capítulo VII

### Plan organizacional de personal y legal

#### Constitución de la empresa

Para poder realizar la constitución de la empresa, realizaremos los siguientes pasos:

- Reserva de Nombre, para poder evitar cualquier tipo de coincidencia o igualdad, se debe realizar la búsqueda y reserva del nombre de la empresa, para ello se realizará el pago de s/.24.00.
- Elaboración de la Minuta, Mediante este documento firmado por un abogado, los miembros en sociedad manifiestan la voluntad de constituir una empresa jurídica. Este documento contara con los siguientes puntos:
  - Actividad económica principal de MassiVal Merch Sac, será Publicidad
  - Monto del Capital con el cual se constituirá la empresa.
  - Documento nacional de identificación de los socios.La elaboración de la minuta durara un aproximado de 4 días, y el costo es de s/ 200.00.
- Elaboración de la Escritura Pública, Teniendo redactado la minuta, debe ser llevado a la notaría, este debe ser revisado y elevado a Escritura pública, el cual debe estar firmado y sellado por el notario, y adicionalmente tendrá la firma de los socios, el costo y el tiempo de tramite va a determinarlo la notaría que se elija.
- Inscripción de la sociedad en el Registro de Personas Jurídicas de la Sunarp, este trámite es la Partida de Nacimiento de la empresa, el cual es el requisito fundamental para adquirir la condición de persona jurídica. Dichos documentos se presentarán en Sunarp, adjuntando las partes notariales de la empresa en constituida y la copia de los Dni de los representantes legales.

- Inscripción al Ruc para la Persona Jurídica, el Registro Único de Contribuyentes, será el número que va a identificar como contribuyente, este contendrá los datos de las actividades económicas el cual es emitido por la Sunat y no tiene costo.

## **Obligaciones**

### ***Obligaciones tributarias***

MassiVal Merch Sac cumplirá con obligaciones tributarias como se detallará a continuación:

- Registro en SUNAT.
- Libros RMT (Régimen MYPE Tributario) si los ingresos del año llegasen hasta 300 UIT se tendrá que llevar el Registro de compras, ventas, y libro diario de formato simplificado.
- Impuesto general a las ventas (IGV)
- Declarar impuestos, en la cual se considera la fecha de vencimiento del cronograma de obligaciones tributarias
- Pago, las MYPES cuenta con distintos canales a disposición del usuario, pago electrónico, red bancaria y el NPS (número de pago SUNAT)
- Facturación electrónica, esto empezó a regir desde el 1 de febrero del 2018, en la cual se tiene como obligación contar con un sistema de facturación electrónica que sea capaz de emitir facturas, notas de crédito, guías de despacho, facturas de compra y algunos otros documentos tributarios.

### **Obligaciones Laborales**

En esta oportunidad se contará con algunos colaboradores, para lo cual se tiene que cumplir con algunos requisitos como, por ejemplo:

- Establecer un horario de 8 horas diarias en el caso de un full time.

- Establecer un día de descanso a la semana, el cual puede ser variable según necesidad de la empresa.
- Los colaboradores tienen derecho a 15 días de vacaciones al año.
- Salario básico acorde al mercado para ambas modalidades.
- Por ser una MYPE, el colaborador no gozará de CTS.
- Beneficio de un seguro social, en este caso EsSalud o SIS familiar subsidiado.
- Descansos en días feriados
- 2 gratificaciones al año (fiestas patrias y navidad)
- Elegir un sistema de pensiones que puede ser ONP u AFP.

### **Estructura organizacional**

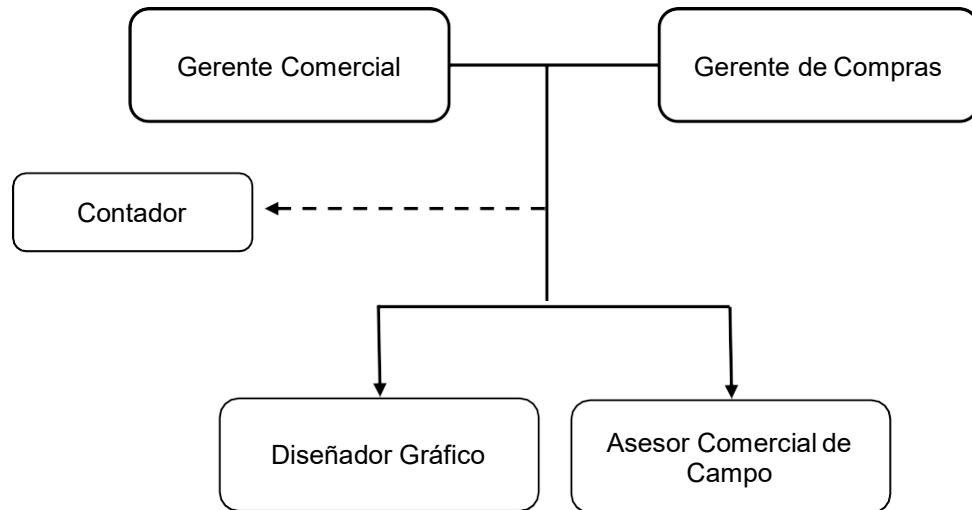
En MassiVal Merch, formado la siguiente estructura organizacional

- **Gerente comercial:** Es la persona encargada de programar, controlar, coordinar y controlar la generación de ingresos que permiten financiar las operaciones e inversiones, así como también liderar la gestión de la organización.
- **Gerente de compras:** Es la responsable de buscar los mejores precios de proveedores y suministros para la empresa, ya que, en cada compra o inversión, pone en juego la generación de utilidades de la empresa.
- **Contador:** Es el encargado de llevar la contabilidad de MassiVal Merch, cabe recalcar que este será un personal externo, al cual se le abonará sus honorarios sin tener establecido un horario dentro de la organización.
- **Diseñador Gráfico:** Encargado de los diseños de artes para los clientes, como también publicidad propia.
- **Vendedor de campo:** Su función principal es captar clientes y cerrar contratos, teniendo la atención personalizada que nos caracteriza.



**Figura 18**

*Organigrama de la empresa MassiVal Merch*




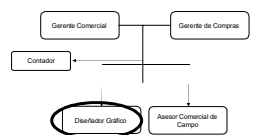
*Nota*, Breve explicación sobre los cargos de la empresa.

### **Descripción de funciones**

A continuación, adjuntamos el Manual de Operaciones y funciones del Diseñador Gráfico y el Asesor de ventas de Campo

Figura 19


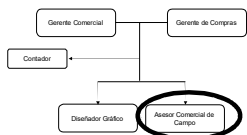
## Manual de Operaciones del Diseñador Gráfico

		PERFIL DEL PUESTO		Fecha:	Junio del 2021
				Versión	1
				Página:	1 de 1
<b>CARGO</b>	Diseñador Gráfico				
<b>Área</b>	Comercial				
<b>REPORTA A</b>			<b>Organigrama del área</b>		
Gerente Comercial					
<b>FUNCIONES</b>					
Diseñar Pagina web					
Diseñar publicidad para redes sociales					
Revisar y/o corregir artes enviados por clientes					
Crear artes para los clientes que soliciten el servicio					
<b>ESPECIFICACIONES DEL CARGO</b>					
<b>Tipo de Carrera o Formación Especifica</b>					
Bachiller o técnico de la carrera de diseño grafico					
Bachiller o técnico de la carrera de diseñador industrial					
<b>Conocimientos Técnicos o Especificos</b>					
<b>Lista de cursos de capacitaciones y/o especificaciones necesarias para desempeñarse en el puesto.</b>					
<b>Curso</b>		<b>Especificaciones / Nivel</b>			
Conocimiento en diseños y uso de paginas web		Avanzado			
Conocimiento en diseño publicitario		Avanzado			
Manejo de publicidad en redes sociales		Avanzado			
<b>Competencias del puesto</b>					
<b>Nivel con el que debe contar la posición: 1(no posee), 2(En desarrollo), 3(Posee), 4(Domina), 5(excede)</b>					
<b>Competencias Organizacionales</b>			<b>Competencias Funcionales</b>		
Orientación de resultados	4	Liderazgo, en el desempeño de la web y diseños a elaborar			
Comunicación asertiva	5	Capacidad para comunicar eficazmente sus ideas, conocimientos y sentimientos			
<b>Experiencia</b>					
<b>Experiencia Laboral en áreas/ puestos/años:</b>					
Experiencia no menor de 3 años en puestos iguales o similares					
Certificaciones de carreras terminada o en curso					
Certificaciones de nuevos cursos terminada o en curso					
<b>Observaciones adicionales (especificar temas de: sede de trabajo, horario, etc)</b>					
Sede Chiclayo					
Horarios rotativos					
Jornada de 48 hr semanales					

Nota, Detalle de las funciones del puesto

## Figura 20

### Manual de Operaciones del Asesor de Ventas de Campo

		<b>PERFIL DEL PUESTO</b>		<b>Fecha:</b> Junio del 2021
				<b>Versión:</b> 1
				<b>Página:</b> 1 de 1
<b>CARGO</b>	Asesor comercial de Campo			
<b>Área</b>	Comercial			
<b>REPORTA A</b>		<b>Organigrama del área</b>		
Gerente Comercial				
<b>FUNCIONES</b>				
Contar con una cartera básica de clientes				
Visita clientes de cartera y posibles clientes nuevos				
Asesorar para la elección de los productos				
Asesorar con los posibles artes				
<b>ESPECIFICACIONES DEL CARGO</b>				
<b>Tipo de Carrera o Formación Específica</b>				
Bachiller o técnico de la carrera computación e informática				
Bachiller o Técnico de la carrera de administración				
Bachiller o técnico de la carrera de marketing				
<b>Conocimientos Técnicos o Específicos</b>				
<b>Lista de cursos de capacitaciones y/o especificaciones necesarias para desempeñarse en el puesto.</b>				
<b>Curso</b>		<b>Especificaciones / Nivel</b>		
Conocimiento de atención al cliente		Avanzado		
Conocimiento en diseño grafico		Básico		
Conocimiento en programas microsoft office		Intermedio		
<b>Competencias del puesto</b>				
<b>Nivel con el que debe contar la posición: 1(no posee), 2(En desarrollo), 3(Posee), 4(Domina), 5(excede)</b>				
<b>Competencias Organizacionales</b>		<b>Competencias Funcionales</b>		
Orientación de resultados	5	Habilidad para determinar necesidades y deseos de los clientes		
Comunicación asertiva	5	Comuinación efectiva, capacidad para comunicar eficazmente sus ideas y conocimientos		
<b>Experiencia</b>				
<b>Experiencia Laboral en áreas/ puestos/años:</b>				
Experiencia no menor de 2 años en puestos iguales o similares				
Certificaciones de carreras terminada o en curso				
<b>Observaciones adicionales (especificar temas de: sede de trabajo, horario, etc)</b>				
Sede Chiclayo				
Horarios rotativos				
Jornada de 48 hr semanales				

Nota, Detalle de las funciones del puesto

## Capítulo VIII

### Plan Económico Financiero

#### Inversiones

#### Tabla 22

#### Inversiones Tangibles

INVERSIONES	Cantidad	Precio Unitario	Total (Soles)	Tasa de Depreciación %	Depreciación Anual 1	Depreciación Anual 2	Depreciación Anual 3	Depreciación Anual 4	Depreciación Anual 5
<b>Inversiones Tangibles</b>			<b>S/ 13,812.70</b>		<b>S/ 2,633.67</b>	<b>S/ 2,337.97</b>	<b>S/ 2,337.97</b>	<b>S/ 2,337.97</b>	<b>S/ 2,337.97</b>
<b>Maquinaria y Equipos</b>			<b>S/ 7,847.00</b>	<b>%</b>	<b>S/ 1,569.40</b>	<b>S/ 1,569.40</b>	<b>S/ 1,569.40</b>	<b>S/ 1,569.40</b>	<b>S/ 1,569.40</b>
Laptop HP 14-DK1003DX AMD ATHL	2	S/ 1,599.00	S/ 3,198.00	20% S/	639.60	S/ 639.60	S/ 639.60	S/ 639.60	S/ 639.60
Computadora All in One	1	S/ 2,500.00	S/ 2,500.00	20% S/	500.00	S/ 500.00	S/ 500.00	S/ 500.00	S/ 500.00
Impresora BROTHER dcp1617nw mu	1	S/ 599.00	S/ 599.00	20% S/	119.80	S/ 119.80	S/ 119.80	S/ 119.80	S/ 119.80
TV 40"	1	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00	20% S/	200.00	S/ 200.00	S/ 200.00	S/ 200.00	S/ 200.00
Ventilador	1	S/ 150.00	S/ 150.00	20% S/	30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00
Tablet	1	S/ 400.00	S/ 400.00	20% S/	80.00	S/ 80.00	S/ 80.00	S/ 80.00	S/ 80.00
<b>Muebles y Enseres</b>			<b>S/ 2,970.00</b>	<b>%</b>	<b>S/ 498.57</b>	<b>S/ 498.57</b>	<b>S/ 498.57</b>	<b>S/ 498.57</b>	<b>S/ 498.57</b>
Escritorios	4	S/ 200.00	S/ 800.00	17% S/	133.33	S/ 133.33	S/ 133.33	S/ 133.33	S/ 133.33
Sillas para recepción	4	S/ 50.00	S/ 200.00	17% S/	33.33	S/ 33.33	S/ 33.33	S/ 33.33	S/ 33.33
Librero	1	S/ 400.00	S/ 400.00	17% S/	68.00	S/ 68.00	S/ 68.00	S/ 68.00	S/ 68.00
Rack	1	S/ 70.00	S/ 70.00	17% S/	11.90	S/ 11.90	S/ 11.90	S/ 11.90	S/ 11.90
Vitrinas	2	S/ 300.00	S/ 600.00	17% S/	102.00	S/ 102.00	S/ 102.00	S/ 102.00	S/ 102.00
Sillas para escritorio-oficina	4	S/ 120.00	S/ 480.00	17% S/	80.00	S/ 80.00	S/ 80.00	S/ 80.00	S/ 80.00
Andamio	2	S/ 210.00	S/ 420.00	17% S/	70.00	S/ 70.00	S/ 70.00	S/ 70.00	S/ 70.00
<b>Material de seguridad e higiene</b>			<b>S/ 295.70</b>	<b>%</b>	<b>S/ 295.70</b>	<b>S/ -</b>	<b>S/ -</b>	<b>S/ -</b>	<b>S/ -</b>
Mascarillas 3 pliegues por caja (100 p)	10	S/ 8.00	S/ 80.00	100% S/	80.00	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
Alcohol 70% por galón (3.85 L.)	3	S/ 30.00	S/ 90.00	100% S/	90.00	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
Botiquín	1	S/ 59.90	S/ 59.90	100% S/	59.90	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
Extintor	2	S/ 32.90	S/ 65.80	100% S/	65.80	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
Señalética	3	S/ 15.00	S/ 45.00	100% S/	45.00	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
<b>Uniformes</b>			<b>S/ 600.00</b>	<b>%</b>	<b>S/ 60.00</b>	<b>S/ 60.00</b>	<b>S/ 60.00</b>	<b>S/ 60.00</b>	<b>S/ 60.00</b>
Camisas	12	S/ 25.00	S/ 300.00	10% S/	30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00
Polos	12	S/ 25.00	S/ 300.00	10% S/	30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00
<b>Infraestructura</b>			<b>S/ 2,100.00</b>	<b>%</b>	<b>S/ 210.00</b>	<b>S/ 210.00</b>	<b>S/ 210.00</b>	<b>S/ 210.00</b>	<b>S/ 210.00</b>
Panel Publicitario	1	S/ 300.00	S/ 300.00	10% S/	30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 30.00
Acondicionamiento del local	1	S/ 2,100.00	S/ 2,100.00	10% S/	210.00	S/ 210.00	S/ 210.00	S/ 210.00	S/ 210.00

*Nota.* Descripción de los costos de la Maquinaria y Equipos, Muebles y Enseres, Material de Seguridad e higiene, Uniformes e Infraestructura.

**Tabla 23**

## Inversiones Intangibles

Concepto	Cantidad	Precio Unitario	Total (Soles)		
<b>Inversiones Intangibles</b>			<b>S/</b>		<b>3,733.32</b>
Defensa. Civil	1	S/	90.00	S/	90.00
SUNARP	1	S/	22.00	S/	22.00
Constitución de empresa	1	S/	320.00	S/	320.00
Licencia de funcionamiento	1	S/	150.00	S/	150.00
Legalización de libros	1	S/	200.00	S/	200.00
Registro de compras y ventas	1	S/	200.00	S/	200.00
Búsqueda y registro de nombre	1	S/	20.00	S/	20.00
Elaboración de minuta	1	S/	500.00	S/	500.00
Plan correo corporativo	1	S/	481.32	S/	481.32
Presupuesto de Marketing	1	S/	1,750.00	S/	1,750.00

*Nota,* Descripción de los costos de documentación, elaboración de la minuta, del plan del correo corporativo y del presupuesto de marketing.

**Tabla 24**

## Capital de Trabajo

<b>Capital de Trabajo</b>			<b>S/</b>		<b>14,222.21</b>
Caja	1	S/	7,500.00	S/	7,500.00
Servicios generales	1	S/	698.00	S/	698.00
Materiales de oficina	1	S/	121.50	S/	121.50
Mano de Obra / Planilla	1	S/	5,902.71	S/	5,902.71

**SERVICIOS GENERALES**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL MENSUAL		
Agua	1	S/	30.00	S/	30.00
Luz	1	S/	120.00	S/	120.00
Plan Movistar total	1	S/	248.00	S/	248.00
Alquiler	1	S/	300.00	S/	300.00
<b>TOTAL</b>				<b>S/</b>	<b>698.00</b>

Micro Empresa	Sueldo	SIS	Vacaciones	TOTAL/MES	TOTAL ANUAL
<b>Costo Operativo</b>	<b>S/. 2,225.00</b>	<b>S/. 30.00</b>	<b>S/. 92.71</b>	<b>S/. 2,347.71</b>	<b>S/. 28,172.50</b>
Diseñador Gráfico	S/. 1,200.00	S/. 15.00	S/. 50.00	S/. 1,265.00	S/.15,180.00
Asesor Comercial de Campo	S/. 1,025.00	S/. 15.00	S/. 42.71	S/. 1,082.71	S/.12,992.50
Gasto Administrativo	<b>S/. 3,000.00</b>	<b>S/. 30.00</b>	<b>S/. 125.00</b>	<b>S/. 3,155.00</b>	<b>S/. 37,860.00</b>
Gerente de Comercial	S/. 1,500.00	S/. 15.00	S/. 62.50	S/. 1,577.50	S/.18,930.00
Gerente de Compras	S/. 1,500.00	S/. 15.00	S/. 62.50	S/. 1,577.50	S/.18,930.00
Gasto de Ventas	<b>S/. 400.00</b>	<b>S/. 0.00</b>	<b>S/. 0.00</b>	<b>S/. 400.00</b>	<b>S/. 4,800.00</b>
Contador Externo	S/. 400.00			S/. 400.00	S/.4,800.00
<b>TOTAL PLANILLA</b>	<b>S/. 5,625.00</b>	<b>S/. 60.00</b>	<b>S/. 217.71</b>	<b>S/. 5,902.71</b>	<b>S/.70,832.50</b>

*Nota*, Descripción del capital del trabajo

## Deuda / Amortización

### Financiamiento:

Banco Scotiabank

### Tabla 25

Financiamiento de la deuda

Fuente	Porcentaje	Total (Soles)
Capital Propio	40%	S/12,707.29
Terceros	60%	S/19,060.94
	<b>100%</b>	<b>S/31,768.23</b>

### Tabla 26

Cuadro de la deuda

<b>Préstamo / Capital / Princip</b>	<b>S/19,060.94</b>
TEA	16.32%
Tasa Mensual	1.27%
Tasa Costo Efectiva Mensual	2.53%
Seguro de Desgravamen	1.26%
Plazo	24
Cuota	S/926.13

*Nota*, Se establece la cuota mensual la cual es S/ 926.13

Tabla 27

## Tabla de Amortización

Número de Cuota	Saldo Inicial	Amortización	Intereses	Cuota	Saldo Final
1	S/19,060.94	S/684.49	S/241.65	S/926.13	S/18,376.45
2	S/18,376.45	S/693.16	S/232.97	S/926.13	S/17,683.29
3	S/17,683.29	S/701.95	S/224.18	S/926.13	S/16,981.34
4	S/16,981.34	S/710.85	S/215.28	S/926.13	S/16,270.49
5	S/16,270.49	S/719.86	S/206.27	S/926.13	S/15,550.63
6	S/15,550.63	S/728.99	S/197.14	S/926.13	S/14,821.64
7	S/14,821.64	S/738.23	S/187.90	S/926.13	S/14,083.41
8	S/14,083.41	S/747.59	S/178.54	S/926.13	S/13,335.82
9	S/13,335.82	S/757.07	S/169.07	S/926.13	S/12,578.76
10	S/12,578.76	S/766.66	S/159.47	S/926.13	S/11,812.09
11	S/11,812.09	S/776.38	S/149.75	S/926.13	S/11,035.71
12	S/11,035.71	S/786.23	S/139.91	S/926.13	S/10,249.48
13	S/10,249.48	S/796.19	S/129.94	S/926.13	S/9,453.29
14	S/9,453.29	S/806.29	S/119.84	S/926.13	S/8,647.00
15	S/8,647.00	S/816.51	S/109.62	S/926.13	S/7,830.49
16	S/7,830.49	S/826.86	S/99.27	S/926.13	S/7,003.63
17	S/7,003.63	S/837.34	S/88.79	S/926.13	S/6,166.29
18	S/6,166.29	S/847.96	S/78.17	S/926.13	S/5,318.33
19	S/5,318.33	S/858.71	S/67.42	S/926.13	S/4,459.62
20	S/4,459.62	S/869.59	S/56.54	S/926.13	S/3,590.03
21	S/3,590.03	S/880.62	S/45.51	S/926.13	S/2,709.41
22	S/2,709.41	S/891.78	S/34.35	S/926.13	S/1,817.63
23	S/1,817.63	S/903.09	S/23.04	S/926.13	S/914.54
24	S/914.54	S/914.54	S/11.59	S/926.13	-S/0.00

Tabla 28

## Flujo de Caja

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5				
<b>Ingresos</b>										
+ Ventas	S/	1,031,122	S/	1,082,678	S/	1,161,699	S/	1,254,635	S/	1,405,191
<b>Egresos</b>										
- Costos de Ventas	S/	887,827.50	S/	932,218.87	S/	949,975.42	S/	958,853.70	S/	994,366.80
- Gastos Administrativos	S/	84,413.00	S/	85,679.20	S/	86,964.38	S/	88,268.85	S/	89,592.88
- Gastos de Ventas	S/	1,200.00	S/	1,218.00	S/	1,236.27	S/	1,254.81	S/	1,273.64
- Impuesto a la Renta	S/	5,274.54	S/	6,035.96	S/	12,118.52	S/	20,391.98	S/	31,762.01
- Inversión Inicial	-S/	31,768.23								
<b>Flujo de Caja Económico</b>	<b>-S/ 31,768.23</b>	<b>S/ 52,406.61</b>	<b>S/ 57,525.70</b>	<b>S/ 111,404.61</b>	<b>S/ 185,865.79</b>	<b>S/ 288,196.03</b>				
Préstamo Bancario	S/	19,060.94								
Amortización del Préstamo	S/	8,811.45	S/	10,249.48						
Intereses	S/	2,302.13	S/	864.10						
Escudo Fiscal	S/	230.21	S/	86.41						
<b>Flujo de Caja Financiero</b>	<b>-S/ 31,768.23</b>	<b>S/ 41,062.82</b>	<b>S/ 46,325.71</b>	<b>S/ 111,404.61</b>	<b>S/ 185,865.79</b>	<b>S/ 288,196.03</b>				
<b>Tasa de Impuesto a la Renta</b>	<b>10%</b>									

## Evaluación Económica y Financiera (VAR/TIR)

**Tabla 29**

Método de Ajuste de la Tasa de Descuento

Tasa Libre de Riesgo	15.20%
Prima de Riesgo	2%
<b>COK</b>	<b>16.81%</b>

*Nota*, El Cok calculado es 16.81%.

**Tabla 30**

Wacc

<b>WACC (CPPC)</b>	<b>15.54%</b>
% Deuda	60%
Kd	16%
Tasa de IR	10.00%
% Capital	40%
<b>COK</b>	<b>16.81%</b>

*Nota*, El Wacc calculado es 15.54%.

**Tabla 31**

Valor Actual Neto Económico / Tasa Interna de Retorno Económico

<b>VANE</b>	<b>S/373,214.21</b>
<b>TIRE</b>	<b>198%</b>

*Nota*, Según el análisis el plan de negocios es viable.

**Tabla 32**

Valor Actual Neto Financiero / Tasa Interna de Retorno Financiero

<b>VANF</b>	<b>S/355,005.57</b>
<b>TIRF</b>	<b>174%</b>

*Nota*, Según el análisis el plan de negocios es viable.



**Tabla 33**

Punto de Equilibrio

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1</b>			
Precio de venta unitario		1,593.80	
Costo variable unitario		1,426.00000	
		167.80	
<b>CF</b>		28,478.75	
<b>Punto de equilibrio</b>	<b>CF</b>	<b>170</b>	<b>Und</b>
<b>% Mg contrib unit</b>			

*Nota*, el punto de equilibrio nos indica 170 unidades

**Tabla 34**

Relación Beneficio Costo

	<b>Salidas</b>	<b>Entradas</b>	<b>(B/C)</b>
Flujo de Caja Económico	3,769,972	3,046,564	S/ 1.24

*Nota*, el costo beneficio calculado es de s/1.24

## **Conclusiones**

### **Conclusión 1**

Luego de realizar un estudio de mercado en la ciudad de Chiclayo, llegamos a la conclusión de que es mercado potencial en el cual existen empresas con falencias en el tema publicitario, dispuestos a invertir en merchandising para sus empresas

### **Conclusión 2**

Se sabe que actualmente se cuenta con competencia tanto directa como indirecta, para ello las estrategias de marketing desarrolladas en este proyecto de ventas serán cruciales para conseguir llegar a muchos más clientes.

### **Conclusión 3**

Los proveedores serán parte crucial del negocio, es por ello que se tiene que mantener una alianza estratégica el cual nos permita contar con una gama de productos diferentes.

### **Conclusión 4**

Mediante las encuestas que realizamos podemos deducir que Chiclayo cuenta con un público favorable para la realización del proyecto.

### **Conclusión 5**

Mediante el plan de localización que se ejecutó, se llegó a la conclusión que el lugar donde se colocara la dirección es en Horacio Patiño N° 189, Urbanización Latina JLO – Chiclayo.

**Conclusión 6**

El estudio generado a este plan de negocios, determina que existe la proyección de incrementar las ventas a un 5% el primer año.

**Conclusión 7**

El VANE, VANF y el TIRE, TIRF calculado en nuestro plan financiero, refleja alta rentabilidad y viabilidad del proyecto.

**Conclusión 8**

La idea de negocio presentada tiene muchas ventajas y sobre todo condiciones favorables, las cuales lo hacen atractiva para una favorable inversión.

## **Recomendaciones**

### **Recomendación 1**

Para poder posicionarse en el mercado, se recomienda crear estrategias de marketing diferenciadas, mediante las redes sociales que existen, ya sea usando publicidad segmentada, flyers o campañas. De igual forma contar con un catálogo actualizado y carta de presentación.

### **Recomendación 2**

Ya que se contará con personal a cargo, es necesario la integración de los mismos para poder obtener un ambiente laboral llevadero y poder alcanzar las metas trazadas.

### **Recomendación 3**

Las alianzas corporativas que se realizaran con los proveedores pueden estar documentadas, de esta manera se puede generar una atención exclusiva con los artículos que ingresen de importación.

### **Recomendación 4**

Se recomienda tener un control riguroso de seguimiento de los posibles clientes, de igual forma de los precios de compra de los artículos y de los proveedores y esto lo pueden obtener mediante una base de datos.

### **Recomendación 5**

Mantener una buena relación con el sistema financiero, y con el pago de sus tributos, con ello estarían evitando inconvenientes futuros y se estarían abriendo puertas para un préstamo.

**Recomendación 6**

Para evitar contingencias futuras, deberán contar con la documentación necesaria de estandarización mediante un manual de procesos en el cual se pueda detallar las políticas de compra y ventas.

**Recomendación 7**

Para evitar inconvenientes con Sunat o la municipalidad, se recomienda conformar esta empresa con la documentación necesaria, la cual permitirá formalizar y respetar obligaciones tributarias laborales, cumpliendo ello, permitirá ser una empresa confiable para los futuros clientes.

**Recomendación 8**

Para obtener artículos más variados y a un mejor precio, se recomienda realizar importación de sus productos, de esa manera obtendrán más variedad y sobre todo una ganancia con un margen mayor.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adlatina (2021) *Se prevé un 15% de crecimiento en las ventas de la industria publicitaria en Perú*. [https://www.adlatina.com/publicidad/se-prev%C3%A9-un-15-de-crecimiento-en-las-ventas-de-la-industria-publicitaria-en-per%C3%BA#:~:text=A%20finde%202021%2C%20el,\(680%20millones%20de%20d%C3%B3lares\).](https://www.adlatina.com/publicidad/se-prev%C3%A9-un-15-de-crecimiento-en-las-ventas-de-la-industria-publicitaria-en-per%C3%BA#:~:text=A%20finde%202021%2C%20el,(680%20millones%20de%20d%C3%B3lares).)
- El Economista América (2022) *Reactiva Perú* [Reactiva Perú: Estas son las 71,553 empresas que accedieron al programa hasta fines de mayo - \[eleconomistaamerica.pe\]\(https://www.eleconomistaamerica.pe\)](https://www.eleconomistaamerica.pe/empresas-que-accedieron-al-programa-hasta-fines-de-mayo-)
- Gobierno del Perú (08 de mayo del 2022) *Registrar o constituir una empresa* <https://www.gob.pe/269-registrar-o-constituir-una-empresa>
- Gobierno del Perú (24 de enero de 2022) *MEF: valor proyectado del PBI para el 2022 se eleva de S/ 563 000 millones, según el MMM, a S/ 572 000 de millones*. <https://www.gob.pe/institucion/mef/noticias/578936-mef-valor-proyectado-del-pbi-para-el-2022>
- INEI (02 de noviembre del 202) *Boletín Demografía Empresarial en el Perú* [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin-demografia\\_empresarial.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin-demografia_empresarial.pdf)
- Ipsos (3 de Setiembre del 2021) *Compras por Internet*. <https://www.ipsos.com/es-pe/compras-por-internet-2021>
- La Cámara (2022, 10 de enero) *Economía Peruana no crecería lo suficiente el 2022*. <https://lacamara.pe/economia-peruana-no-creceria-lo-suficiente-el-2022/>
- Mercado Negro(21 de Junio del 2022) *Perú es el tercer país de la región que presentará mayor crecimiento publicitario en el 2022*

<https://www.mercadonegro.pe/publicidad/peru-el-tercer-pais-de-la-region-que-tendria-mayor-crecimiento-publicitario/#:~:text=Per%C3%BA%20es%20el%20tercer%20pa%C3%ADs,crecimiento%20publicitario%20en%20el%202022&text=Pese%20a%20que%20Magna%20prev%C3%A9,visto%20durante%20la%20%C3%BAltima%20d%C3%A9cada.>

Trading Economics (2022) *Perú Importaciones*.

<https://es.tradingeconomics.com/peru/imports>

**Anexos**

**Anexo 1** Encuesta ..... 36