



**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO
“ZEGEL”**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS**

PLAN DE NEGOCIO DE UN LAN CENTER

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título Profesional Técnico en
Administración de Negocios**

**BRISA BRIGGITE FLORES MANRIQUE
(0000-0003-4829-8777)**

**CRISTHIAN ALEXANDER FLORES MANRIQUE
(0000-0002-9758-625X)**

Lima – Perú

2022

DEDICATORIA

Agradezco a Dios por darme una familia maravillosa, dedico esta tesis a mis padres, por su sacrificio y esfuerzo, por forjar mi camino, acompañarme y por creer en mi capacidad, a pesar de los momentos difíciles, gracias por su paciencia, espero contar siempre con su incondicional apoyo, por sembrar una buena enseñanza en mí y por compartir sus conocimientos, alegrías y tristezas y hacer que este sueño se haga realidad.

Índice General

Resumen Ejecutivo	9
Introducción	11
Capítulo I	12
Plan de Negocio	12
Formulación de la Idea de Negocio.....	12
Análisis de la Oportunidad	12
Presentación del Modelo de Negocio.....	13
Capítulo II.....	15
Plan Estratégico y Plan Organizacional.....	15
Formulación de la Idea de Negocio.....	15
Descripción de la Empresa	15
<i>Datos de la Empresa</i>	15
Direccionamiento estratégico	19
<i>Visión</i>	19
<i>Misión</i>	19
<i>Valores</i>	19
<i>Objetivos</i>	19
Matriz FODA – FODA CRUZADO	20
Capitulo III.....	22
Análisis del Entorno y Plan de Mercadeo	22
<i>Factores Económicos</i>	22
<i>Factores Socioeconómicos</i>	23
<i>Factores Políticos y Legales</i>	24

	4
<i>Factores Tecnológicos</i>	26
<i>Factores Ambientales</i>	27
Análisis de los Principales Actores	27
<i>Perfil de los Clientes o Consumidores</i>	27
<i>Perfil de Competidores</i>	29
<i>Perfil de Proveedores</i>	30
Determinación del tamaño del mercado	31
<i>Objetivo de la Investigación del Mercado</i>	31
Capítulo IV	39
Plan de Marketing	39
Producto.....	39
Precio.....	41
Plaza	41
Promoción	41
Persona.....	47
Marketing Mix	48
Capítulo V	54
Plan de Operaciones	54
Producción de Bienes y Servicios.....	54
<i>Layout del Lan Center</i>	57
Los procesos de Producción	62
Logística de Entrada.....	63
<i>Compras</i>	63
Punto de equilibrio.....	65
Capítulo VI.....	67
Organización de la empresa	67

Estructura de la Organización Plan de gestión del Talento	67
<i>Organigrama</i>	67
Principales funciones que se requieren en el Negocio.....	67
Políticas y Estrategias para la Administración del Negocio.....	72
La planilla de la Empresa o Presupuesto de las Remuneraciones.....	73
Aspectos Legales y Tributarios.....	73
Capítulo VII	74
Plan financiero	74
Capital de Trabajo	76
Análisis de Costos: Determinar los Costos del Negocio.....	76
<i>Estado de Ganancias y Perdidas</i>	78
<i>Ratios Financieros</i>	79
Plan Financiero.....	79
<i>Presupuesto Operativo</i>	79
<i>Presupuesto Financiero</i>	81
<i>Financiamiento</i>	81
<i>Evaluación Financiera Flujo de Caja Proyectado</i>	83
<i>Análisis de Sensibilidad</i>	85
Definición de los Indicadores de Desempeño	87
Conclusiones	88
Recomendaciones	89
Referencias Bibliográficas.....	90
Anexos.....	91

Índice de Tablas

Tabla 1 . Análisis Foda	20
Tabla 2. Foda Cruzado.....	21
Tabla 3. Estudio de Diferentes Lan Center en Lima	30
Tabla 4. Proyección de servicios del año.....	50
Tabla 5. Proyección de las ventas mensuales	52
Tabla 6. Cálculo costo total.....	65
Tabla 7.Cálculo Precio- Cantidad	65
Tabla 8. Punto de Equilibrio.....	66
Tabla 9. Plan de inversión	74
Tabla 10. Capital de trabajo.....	76
Tabla 11. Costos del negocio	76
Tabla 12. Costos de máquinas	77
Tabla 13. Balance general.....	77
Tabla 14. Estado de Ganancias y Pérdidas.	78
Tabla 15. Presupuesto operativo	79
Tabla 16. Presupuesto	79
Tabla 17. Presupuesto financiero	82
Tabla 18. Flujo de Caja Proyectado.....	83
Tabla 19. Análisis de Sensibilidad.	85

Índice de Figuras

Figura 1. Lienzo de Modelo de Negocio de Lan Center World of Games.	14
Figura 2. Características – G1.....	16
Figura 3. Características – G2.	17
Figura 4. Torneos y Eventos.....	18
Figura 5. Censo 2017.	23
Figura 6. Nivel Socioeconómico 2020 Lima	24
Figura 7. Ingresos y Gastos Según NSE 2018 – Lima Metropolitana.	28
Figura 8. ¿Juegas videojuegos?.....	31
Figura 9. ¿Has asistido alguna vez a un Lan Center?.....	32
Figura 10. ¿Tomarías los servicios de un Lan Center completamente equipados y con tecnología de punta?.....	33
Figura 11. ¿Con qué frecuencia asistes a un Lan Center?.....	34
Figura 12. ¿Prefieres jugar tu solo o en red con amigos?	35
Figura 13. ¿Cuántas horas al día juegas?	36
Figura 14. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por hora teniendo en cuenta la calidad del servicio?.....	36
Figura 15. PC'S.....	39
Figura 16. Máquinas Arcade.....	40
Figura 17. Torneos.....	40
Figura 18. Escanea Tu Código QR y Gana Desde 1 Hora Hasta 6 Horas.....	42
Figura 19. Membresía	43
Figura 20. Promoción League of Legends.	44
Figura 21. Promoción San Valentín.	44
Figura 22. Promoción Día del Gamer.....	45

Figura 23 Promoción Celebra tu Cumpleaños.	45
Figura 24. Carta para Asociarnos con Hyperx.....	47
Figura 25. Localización.....	56
Figura 26. Ubicación.....	57
Figura 27. Layout	58
Figura 28. Zona de Recepción.....	58
Figura 29. Zona Máquinas Arcade.....	59
Figura 30. Zona de PC'S.....	60
Figura 31. Zona de Ventas de Periféricos	60
Figura 32. Zona de Entretenimiento.....	61
Figura 33. Baño	61
Figura 34. Diagrama de Procesos.	62
Figura 35. Plataforma Mostrador.....	63
Figura 36. Plataforma de Entretenimiento.....	64
Figura 37. Plataforma de Pc.....	64
Figura 38. Máquinas de Arcade	64
Figura 39. Personal.....	65
Figura 40. ¿Quieres Formar Parte del Mejor Lan Center de Lima?.....	69
Figura 41. Contrato de Trabajo.....	70
Figura 42. Contrato de Trabajo.....	71
Figura 43. Planilla.....	73
Figura 44. VAN.....	81

Resumen Ejecutivo

El plan de negocio se basa en un centro de entretenimiento para Gamers en Lima Centro en Jirón Conde de Superunda tercera cuadra, Este negocio está enfocado en videojuegos en línea en donde las personas pueden pasar tiempo con sus amigos jugando videojuegos online y compartiendo momentos agradables, incitando a la competitividad sana. La diferencia entre una cabina de internet y un Lan Centeres que, las cabinas de internet están orientadas principalmente a servicios de internet (Facebook, YouTube), mientras que un Lan Center está orientada a los juegos en línea, en donde para que este vaya bien, se necesitan de buenas computadoras, buenos periféricos (teclado, mouse, audífonos, etc.) y buen ancho de banda de internet. Este negocio les ofrece un servicio de calidad como son el equipo de trabajo y la experiencia nueva que se van a encontrar, desde las máquinas que van a ser ocupada por los clientes, hasta la misma línea de internet el cual es importante para este tipo de negocios ya que depende de ello para que los videojuegos se puedan ejecutar de manera fluida y no con retrasos de internet.

El nombre del negocio es World of Gamers, O Mundo de Jugadores. El plan se ha hecho con la finalidad de brindar una experiencia nueva a los demás jugadores, el cual ellos se sientan como si estuviesen en su casa pasando un buen rato con amigos pero que se encuentren jugando en nuestro local.

El público objetivo el cual va dirigido el negocio es de clase A y B entre 18 a 29 años de edad, ya que a esa edad las personas se interesan por el mundo de videojuegos al estar hoy en día con mucha tecnología desean estos experimentar nuevas maneras de distraerse el cual lo podrá hacer en nuestro local.

Para obtener estos datos se hizo investigaciones de otras páginas se realizará varios estudios como lo son estudios cuantitativos para saber cuánta población existe en

Lima Centro y cual será nuestra demanda por el cual poder satisfacer las necesidades de los clientes.

Introducción

En los últimos años la industria de videojuegos creció fuertemente y tuvo un impulso económico de los videojuegos en el País.

Esto dio inicio a un nuevo deporte que hoy se conoce como los eSports a diferencia de los juegos tradicionales, los eSports se juegan a través de videojuegos en línea utilizando computadoras el cual la persona puede ser un profesional desde sus casas y generando dinero con tan solo jugar videojuegos.

El centro de entretenimiento más frecuente para los Gamers son los conocidos LAN Centers, debido a que estos están diseñados para brindar equipos de calidad que cuenten con lo último en tecnología y que este sea solamente diseñado para poder jugar videojuegos en donde ellos puedan explotar el 100% de sí, logrando superarse hasta llegar a un nivel alto en su rendimiento.

Capítulo I

Plan de Negocio

Formulación de la Idea de Negocio

La idea de negocio se basa en un Lan Center, que se refiere a un centro de deportes electrónicos. Esto está enfocado en videojuegos en línea en donde las personas se reúnen para poder pasar tiempo con sus amigos de manera sana fomentando así la competitividad, sus habilidades y el trabajo en equipo de los jugadores.

A diferencia de una cabina de internet con un Lan Center es que la cabina de internet se basa más en trabajos de ofimática, en cambio un Lan Center está dedicado a los juegos que actualmente existe mucha demanda en el mercado por cubrir.

Análisis de la Oportunidad

Actualmente ha habido un incremento de gamers debido a que por la pandemia los jóvenes buscaron una alternativa para distraer su mente al no poder salir de sus casas y una de ellas fueron los videojuegos, es así que la comunidad gamer comenzó a crecer de manera gigantesca en el Perú.

Según el estudio Gaming en la nueva normalidad, realizado por la agencia de medios Havas Group, en el Perú, “el 69% de la población durante este año consume videojuegos y el 75% lo hace al menos una vez por semana” (Gestión, 2021).

Es por ello que nace esta idea de negocio en donde pueda cubrir esa necesidad que existe hoy en día y poder así satisfacer las necesidades del público objetivo.

Presentación del Modelo de Negocio

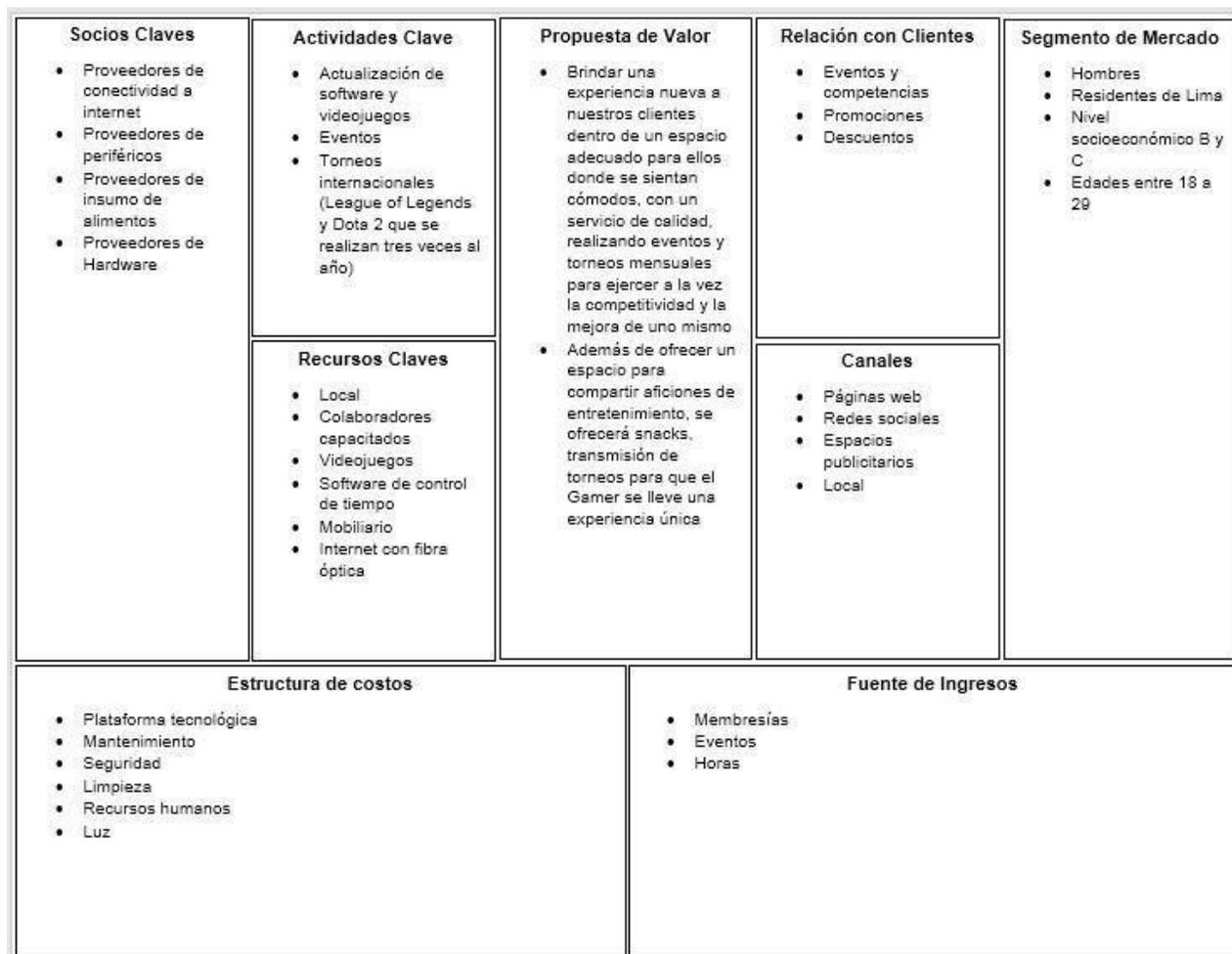
Lan Center World of Games busca brindar un servicio de calidad con tecnología de punta para que nuestros clientes tengan una nueva experiencia y a la vez contara con una fibra óptica que brinde rapidez en la línea de internet.

Nuestro segmento de mercado está diseñado tanto para hombres y mujeres que sean residentes de Perú, con un nivel socioeconómico B y C que tengan entre 18 a 29 años de edad y que sean amantes de los videojuegos.

Contar con una buena relación con los clientes es importante y por ello se realizará torneos, eventos, promociones y descuentos para todos nuestros clientes, a la vez contaremos con distintos canales de publicidad, desde páginas web, redes sociales y espacios publicitarios y también contaremos con socios claves que serán proveedores de la conectividad de internet, proveedores de periféricos, proveedores de insumos y alimentos y proveedores de hardware

Por último, para que todo esto funcione contaremos con un local que estará ubicado en Lima, con recurso humano capacitado, videojuegos actuales y un software que controlará el tiempo de las PCs, así se podrá manejar los tiempos cada uno y controlar de la manera más eficiente posible.

Figura 1. Lienzo de Modelo de Negocio de Lan Center World of Games.



Fuente: Elaboración propia.

Este modelo canvas nos ayudara a saber el segmento de clientes que queremos tener y a la vez muestra lapropuesta de valor que es importante en el Lan Center.

Capítulo II

Plan Estratégico y Plan Organizacional

Formulación de la Idea de Negocio

La idea de negocio se basa en un Lan Center, que se refiere a un centro de deportes electrónicos. Esto está enfocado en videojuegos en línea en donde las personas se reúnen para poder pasar tiempo consus amigos de manera sana fomentando así la competitividad, sus habilidades y el trabajo en equipo de los jugadores.

Descripción de la Empresa

Datos de la Empresa

El nombre del Lan Center es World of Games, que en español significaría “Mundo de Juegos”, como su propio nombre indica, este negocio está diseñado para personas amantes de los videojuegos endonde buscan un lugar acogedor en el cual poder jugar videojuegos en línea con sus amigos y vivir una experiencia única desde la entrada del local hasta el momento en que el cliente adquiera el servicio. A continuación, se describen los servicios y características que ofrecerá y tendrá Lan Center World Of Games.

Figura 2. Características – G1.

				
<p>Pc Gamer</p> <p>La principal diferencia entre una Pc Gamer y una Pc convencional son los distintos componentes que llevan cada uno, uno de los componentes mas importantes de una Pc Gamer son las tarjetas de videos, ya que gracias a ello se puede jugar de manera más fluida los videojuegos, llegando hasta tarjetas de videos de 3080 mientras una convencional solo de 1080 además contar con una buena memoria RAM de 8GB a más con una velocidad de 1600Mhz</p>	<p>Teclado Gamer</p> <p>Los teclados gamers son teclados mecánicos, los cuales se caracterizan por llevar la experiencia sensorial que necesitas a la hora de jugar a otro nivel. Las diferencias entre un teclado Gamer y un teclado normal es el tiempo de respuesta que dan al momento de presionar una tecla, en los teclados Gamer es menor contando con 30ms menos y están diseñados para durar hasta 50 millones de pulsaciones mientras que un teclado normal solo 5 – 10 millones.</p>	<p>Mouse Gamer</p> <p>Un mouse tradicional usualmente no rebasa los 1000 DPI, mientras que con uno gaming puede alcanzar hasta los 10000 DPI, si el jugador juega habitualmente juegos como shooters (Fornite, Csgo), la configuración del DPI siempre será un buen aliado para ellos ya que a mayor número de DPI, más rápido se moverá la mira, y a menor numero de DPI, todo lo contrario.</p>	<p>Monitor Gamer</p> <p>Una diferencia de los monitores normales a los gamers, es que solo puede reflejar un máximo de 60hz o imágenes por segundo, mientras que los monitores gamers ofrecen desde 60hz, 144hz, 240hz y 360hz, lo cual es una diferencia grande a la hora de poder visualizar las imágenes mas nítidas a la hora de jugar.</p>	<p>Silla Gamer</p> <p>Con una silla gamer podrás ajustar el Angulo del reposabrazos y del respaldo, cuenta con ajuste manual de altura, acompañado con un soporte lumbar y a la vez cuenta con ruedas para una libre movilidad. Esto es esencial en la comodidad porque, con estas características, deberás encontrar la mejor posición posible para tu cuerpo y al estar mucho tiempo en la computadora llega a un punto en el cual el cuerpo se incomodara al no tener un buen asiento.</p>

Fuente: Elaboración propia

Figura 3. Características – G2.



Fuente: Elaboración propia

Con el fin de retener en mayor proporción a nuestros clientes y generar recompras de nuestros servicios, estamos lanzando un programa de clientes frecuentes, donde podrán acceder a promociones y beneficios exclusivos. Por otro lado, todos los meses tendremos torneos amateurs internos de diferentes juegos con el fin de reunir equipos de distintas localidades en una misma competencia. La inscripción del torneo tendrá un costo de veinte soles por equipo el ganador se llevará un premio sorpresa y lo que recaude será dirigido para “Albergue rescate animal mi amigo cuatro patas”, un albergue que se dedica al rescate de animales en la ciudad de Lima.

Además, el plus importante que tiene el Plan de Negocio son las actividades que tendrá el Lan Center World of Gamers que a continuación se mostrarán:

Figura 4. Torneos y Eventos.



Fuente: Elaboración propia

Una vez explicado, la idea radica en poder fidelizaros de esta manera ya que se van a encontrar con un ambiente agradable, alta competitividad, y actividades entretenidas.

Direccionamiento estratégico

Visión

Ser el Lan Center número uno en ofrecer una nueva experiencia en comodidades y creación de entretenimiento, realizando torneos y eventos en un ambiente confortable.

Misión

Somos un Lan Center que ofrece un espacio de entretenimiento para nuestros jugadores de videojuegos online a través de la prestación de un servicio de calidad con tecnología altamente equipada.

Valores

Responsabilidad

Solidaridad

Compromiso

Innovación

Objetivos

Objetivo general:

Ser la primera opción del usuario en cuanto a espacio, comodidad, cubriendo necesidades no cubiertas pensando en beneficio del cliente y la satisfacción de nuestro servicio.

Objetivos Específicos:

- Brindando un espacio de recreación memorable para el Gamer
- Desarrollar un espacio en donde el usuario pueda compartir con amigos
- Tener una comunicación continua con los usuarios vía redes sociales
brindando críticasconstructivas para la mejora continua de nuestro servicio

Matriz FODA – FODA CRUZADO**Tabla 1. Análisis Foda**

<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Equipos de alta tecnología • Conocimiento en el rubro • Diversidad de plataformas (PS5,PC, Máquinas Arcade) • Fibra óptica • Ambiente adecuado y acondicionado para la comodidad de nuestro cliente • Zona de fácil acceso donde pueden encontrarlo a través deGoogle maps 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incremento de Gamers por pandemia • Crecimiento del rubro • Creciente popularidad de torneoseSports • Desarrollo de plataforma digitales donde los clientes podrán visualizar los torneosnacionales e internacionales • Desarrollo de tecnología
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Negociación con proveedores • No tener convenio con empresa deseguridad • Competencia de otros Lan Center 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inestabilidad política • Crisis sanitaria • Crisis económica • Dependencia de fluido eléctrico

Fuente: Elaboración Propia

FODA Cruzado

Tabla 2. Foda Cruzado

	Fortaleza F1: Equipos de alta tecnología. F2: Conocimiento en el rubro. F3: Diversidad de plataformas (PS5, PC, Maquinas Arcade). F4: Fibra óptica. F5: Ambiente adecuado y acondicionado para la comodidad de nuestro cliente. F6: Zona de fácil acceso donde pueden encontrarlo a través de Google maps	Debilidades D1: Negociación con proveedores D2: No tener convenio con empresa de seguridad D3: Competencia de otros Lan Center
Oportunidades O1: Incremento de Gamers por pandemia O2: Crecimiento del rubro O3: Creciente popularidad de torneos Sports O4: Desarrollo de plataforma digitales donde los clientes podrán visualizar los torneos nacionales e internacionales O5: Desarrollo de tecnología	F3-O3: Nos enfocaremos en los fanáticos por los videojuegos que buscan variedad y tendencia. F5-O4: Esta competencia estará en base a la innovación ofreciendo un servicio de alta calidad no sólo en el local, sino también en la actualización de nuevos sistemas cubriendo así la necesidad del cliente.	D1-O1: Nuestra entrada en el mercado hace que los proveedores se inclinen por ofrecernos productos innovadores para brindarles a los clientes. D3-O2: Brindaremos al cliente una experiencia única e innovadora a través de nuestro servicio de calidad, esto hará que nuestro negocio aumente la clientela y hacernos conocidos en el mercado
Amenazas A1: Inestabilidad política A2: Crisis sanitaria A3: Crisis económica A4: Dependencia de fluido eléctrico	F1-A3: Nuestro servicio de Lan center brinda tecnología de punta aun así los clientes tienen un precio accesible para utilizar nuestro servicio. F3-A1: Las máquinas tendrán un mantenimiento preventivo para evitar futuras fallas cada 6 meses para evitar anomalías.	D2-A1 Generar una alianza con Prosegur que brinda servicio de seguridad. En el primer año contaremos con cámaras de videovigilancia y un sistema de monitoreo las 24 horas del día para que nuestros clientes se sientan protegidos.

Fuente: Elaboración Propia

Capítulo III

Análisis del Entorno y Plan de Mercadeo

Factores Económicos

Hay un crecimiento del 2.5% en la Economía Peruana. Incremento del consumo de videojuegos en el Perú crece 40% al año

La adopción de los juegos físicos a los juegos en línea ha llevado a esta industria a renovarse y crear nuevos productos que por un lado satisfacen a los jugadores y por el otro arrojan ganancias.

Hoy en día es tan común escuchar el Free2Play (juegos gratuitos), Massively Multiplayer Online (MMO) y juegos multijugador en general, pero estos conceptos y formatos no existían hasta la llegada del internet, lo cual posibilitó su existencia y una ola de dinero para los desarrolladores.

Por si fuera poco, si a esto le sumamos la creciente popularidad de los torneos de Sports el mercado ha crecido y se encuentra superando a la industria del cine y música. Silvia Campodónico, directora general de Toulouse Lautrec, manifiesta que “la industria de los videojuegos es tres veces más grande que la industria del cine y dos veces más grande que la industria musical” (Comercio, 2014).

En este análisis de factor económico hemos detectado la oportunidad del aumento de gamers en el mercado, esto demuestra una oportunidad al negocio debido al incremento en el mercado de videojuegos, al verse reflejado como las personas pasaron de jugar en un celular clásico a jugar videojuegos en distintas plataformas.

Factores Socioeconómicos

En el último censo que se dio en el Perú encontramos que la población según por ciclo de vida entre jóvenes de 18 a 29 años hay un total de 53184 jóvenes entre esas edades como se ve reflejado en la siguiente figura.

Figura 5. Censo 2017.

Área Geográfica
Lima, Lima, Distrito: Lima

Crosstab
de P: Población según ciclo de vida
por P: Sexo

P: Población según ciclo de vida	P: Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Primera infancia (0 - 5 años)	9 551	9 228	18 779
Tarraz (6 - 11 años)	10 198	9 695	19 893
Adolescencia (12 - 17 años)	10 916	10 631	21 547
Jóvenes (18 - 29 años)	26 375	26 809	53 184
Adultos/as jóvenes (30 - 44 años)	27 688	30 123	57 811
Adultos/as (45 - 55 años)	23 410	26 224	49 634
Adultos/as mayores (56 y más años)	21 522	26 012	47 534
Total	129 630	138 712	268 342

Fuente: Censos Nacionales de Población y Vivienda 2017
Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) - PERÚ

Fuente: INEI

A la vez encontramos el nivel socioeconómico B y C que sería de un 25.6% en la población de Lima centro como se ve reflejado en la siguiente figura.

Figura 6. Nivel Socioeconómico 2020 Lima

Distribución de zonas APEIM por NSE 2020 Lima Metropolitana

(%) Horizontal - Hogares

Zona	TOTAL	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E	Muestra	Error (%)
Total	100%	4.4%	22.0%	42.8%	24.8%	6.0%	4030	1.5%
Zona 1 (Puente Piedra, Comas, Carabayllo)	100%	0.6%	12.9%	43.3%	33.6%	9.6%	296	5.7%
Zona 2 (Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras)	100%	0.8%	25.8%	43.1%	25.9%	4.3%	345	5.3%
Zona 3 (San Juan de Lurigancho)	100%	0.3%	14.7%	49.8%	26.9%	8.4%	273	5.9%
Zona 4 (Cercado, Rimac, Breña, La Victoria)	100%	1.5%	24.1%	44.2%	23.8%	6.4%	524	4.3%
Zona 5 (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino)	100%	0.4%	14.3%	42.6%	35.8%	6.9%	341	5.3%
Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel)	100%	16.8%	46.7%	30.7%	4.8%	1.0%	272	5.9%
Zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina)	100%	33.0%	45.3%	16.1%	5.1%	0.5%	344	5.3%
Zona 8 (Surquillo, Barranco, Chomillos, San Juan de Miraflores)	100%	3.5%	20.5%	50.6%	22.2%	3.2%	288	5.8%
Zona 9 (Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Lurín, Pachacamac)	100%	0.4%	13.6%	50.6%	28.4%	7.1%	305	5.6%
Zona 10 (Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Carmen de la Legua, Ventanilla, Mi)	100%	0.9%	18.6%	46.0%	27.0%	7.6%	1009	3.1%
Otros	100%	3.4%	8.5%	45.9%	26.5%	15.7%	33	17.1%

Fuente: APEIM

Factores Políticos y Legales

Un estudio de la agencia calificadora Standard & Poor's Global Ratings (S&P) redujo la calificación de riesgo soberano del Perú quedando a dos pasos de perder su grado de inversión. No obstante, desde aquella vez han sucedido una serie de hechos por parte de los poderes Ejecutivo y Legislativo que han creado inestabilidad política y económica

Otro factor de carácter más privado por el cual podría rebajarse la calificación tiene que ver con el retiro de los fondos de las AFP, que constituye el ahorro a largo plazo por excelencia y del cual el año pasado se retiró un tercio del monto total.

De otro lado, el economista Felipe Morris afirma que esta eventual pérdida del grado de

inversión denotaría que el país es más riesgoso y, por lo tanto, el financiamiento del gobierno será más alto y esa tasa es como un piso para la economía del país. “Es el piso para las tasas activas y el financiamiento de los bancos y, por lo tanto, también subiría el financiamiento para las empresas y personas”, precisa. Morris explica que, en este momento, el país recibe inversionistas interinstitucionales del exterior que solo invierten en instrumentos de países con grado de inversión. Sin embargo, aclara cada vez se recibe menos este tipo de inversiones porque ven cada vez más debilitada la situación política del Perú.

Debido a la situación política del Perú con el nuevo presidente no da una confianza total a la hora de invertir en el Perú por lo que se considera una amenaza a nuestro negocio.

Seguro contra Deshonestidad, Desaparición Y Destrucción.

(ASEGURADORA MAPFRE)

Este convenio ampara a la empresa contra los riesgos de pérdida de dinero y/o valores u otros objetos convertibles en dinero, causadas por falsificación, robo, hurto, apropiación ilícita, fraude o cualquier otro acto de deshonestidad cometido por cualquier trabajador a su servicio, sea que actúe por sí solo o en colusión con otras personas; siempre que ocurran durante el período de vigencia de esta póliza y que el trabajador responsable haya sido identificado.

Este seguro cubre, hasta el límite de la suma asegurada indicada en las Condiciones Particulares para cada cobertura; la indemnización de las pérdidas o daños directamente causados por la realización de los riesgos siguientes:

Pérdidas de DINERO Y/O VALORES dentro del LOCAL o LOCALES del

ASEGURADO, producidas por ROBO CON FRACTURA, ASALTO o INTRODUCCIÓN FURTIVA.

Daños o sustracción de caja fuerte, bóveda, caja de seguridad, caja registradora o gaveta para guardar dinero, a consecuencia directa de los hechos enunciados en el literal precedente.

Pérdida por daños o deterioro causados a los LOCALES del ASEGURADO o a sus ambientes interiores, como consecuencia de violentar o intentar violentar en forma ilícita la entrada a los LOCALES con el propósito de cometer un ROBO o por el intento de perpetrar un ROBO, pero siempre y cuando, con respecto

a los daños o deterioro al LOCAL, EL ASEGURADO sea propietario o responsable de tales daños en caso de no ser propietario.

Factores Tecnológicos

La tecnología de hoy en día ha logrado que en los videojuegos se logre ver de manera más real posible hacia los ojos de los jugadores, un claro ejemplo puede ser la tecnología de Corea del Sur que es muy avanzada, hoy en día es un país desarrollado en varios sentidos.

Desde mediados de los años 70, Corea del Sur importaba videojuegos de Estados Unidos y Japón. Debido a la popularidad de los mismos que fueron creciendo durante los años, empezaron a desarrollar, introduciendo el modo "free to play" al mercado, en el 2002. Es el caso de League of Legends, Valorant, Clash of clans y Destiny 2 que evidentemente al ser gratuitos se debe ganar dinero de otra forma como comprar elementos cósmicos o cosas que te den ventaja en relación a otros jugadores.

Actualmente se obtienen grandes ingresos por este sector. Gracias a la popularidad de los videojuegos online se formaron competencias donde diversos países participan y pueden ganar premios.

Consideramos esto como una oportunidad debido a que actualmente la

economía va creciendo de forma continua y sin parar, esto facilitando al jugador a que pueda jugar con una experiencia única en su juego.

Factores Ambientales

Los elementos adversos del ambiente tienen consecuencia negativa hacia los jóvenes, Hay enfermedades que pueden expresarse a lo largo de la vida de una persona como las patologías neurodegenerativas.

El país también se encuentra en una política de ahorro de energía, esto debido a que se consume mucha electricidad como es el caso de estos negocios.

Análisis de los Principales Actores

Perfil de los Clientes o Consumidores

Actualmente el cliente es muy propenso a poder cambiar de servicio o marca, si es que no está satisfecho con la calidad, la atención o el producto buscan otra alternativa para satisfacer sus necesidades.

En los últimos años según la Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercado (APEIM; 2018), los videojuegos existen un interés creciente encontrándose el grupo siete denominados “esparcimientos, diversión, servicios culturales y de enseñanza”.

Figura 7. Ingresos y Gastos Según NSE 2018 – Lima Metropolitana.

PROMEDIOS	TOTAL	NSE A	NSE B	NSE C	NSE C1	NSE C2	NSE D	NSE E
Grupo 1 : Alimentos – gasto promedio	S/. 1,239	S/. 1,529	S/. 1,448	S/. 1,268	S/. 1,300	S/. 1,200	S/. 1,046	S/. 807
Grupo 2 : Vestido y Calzado – gasto promedio	S/. 182	S/. 377	S/. 258	S/. 163	S/. 171	S/. 147	S/. 123	S/. 102
Grupo 3 : Alquiler de vivienda, Combustible, Electricidad y Conservación de la Vivienda – gasto promedio	S/. 472	S/. 1,177	S/. 688	S/. 416	S/. 439	S/. 367	S/. 297	S/. 203
Grupo 4 : Muebles, Enseres y Mantenimiento de la vivienda – gasto promedio	S/. 185	S/. 885	S/. 265	S/. 132	S/. 142	S/. 112	S/. 93	S/. 75
Grupo 5 : Cuidado, Conservación de la Salud y Servicios Médicos – gasto promedio	S/. 249	S/. 671	S/. 357	S/. 220	S/. 230	S/. 198	S/. 150	S/. 103
Grupo 6 : Transportes y Comunicaciones – gasto promedio	S/. 388	S/. 1,358	S/. 689	S/. 299	S/. 340	S/. 214	S/. 143	S/. 81
Grupo 7 : Esparcimiento, Diversión, Servicios Culturales y de Enseñanza – gasto promedio	S/. 483	S/. 1,427	S/. 814	S/. 403	S/. 444	S/. 319	S/. 212	S/. 137
Grupo 8 : Otros bienes y servicios – gasto promedio	S/. 215	S/. 484	S/. 287	S/. 200	S/. 213	S/. 174	S/. 143	S/. 121
PROMEDIO GENERAL DE GASTO FAMILIAR MENSUAL	S/. 3,412	S/. 7,908	S/. 4,807	S/. 3,100	S/. 3,278	S/. 2,732	S/. 2,208	S/. 1,627
PROMEDIO GENERAL DE INGRESO FAMILIAR MENSUAL*	S/. 4,744	S/. 13,105	S/. 7,104	S/. 4,059	S/. 4,310	S/. 3,540	S/. 2,760	S/. 1,987

Fuente: APEIM

Como se observa en la figura, el gasto mensual destinado del grupo N° 7, que tiene el nombre como “esparcimiento, diversión, servicios culturales y de enseñanza”, el gasto promedio mensual asciende a 483 nuevos soles. Nosotros nos enfocaremos en los sectores A y B, ya que destinan un mayor presupuesto de este rubro a comparación de los otros sectores.

Otro factor a analizar de nuestros consumidores es a los que practican deportes

electrónicos en el Perú ya que existen variedad de equipos en este ámbito de los eSports, como se sabe hoy en la actualidad, el mundo gamer se centra en la competitividad dentro de los videojuegos, tales como las distintos nombres que son Counter Strike: Global offensive, League of Legends, Dota2, Fornite, etc., es así que en Lima existen distintos eventos que se realizan para poder demostrar las habilidades desarrolladas dentro de cada usuario como lo son Lima Games Week, que se da cada año realizando diversas actividades desde competiciones hasta compartimientos entre los mismos jugadores, este se viene realizando desde 2014 hasta la fecha. Finalmente, el dos de marzo CVA Perú (Compañía de Videojuegos Asociadas del Perú) desarrolló un proyecto en conjunto con Innóvate Perú con el cuál viajó al evento más grande de desarrolladores de videojuegos en el mundo, el Game Developers Conference 2015 que tuvo la presencia de más de 26,000 profesionales de la industria a nivel internacional sobre desarrollo de videojuegos, desarrollándose del dos al seis de marzo del presente año. El GDC es un evento enfocado al mundo de los videojuegos, donde se presentan las últimas tendencias y tecnologías, casos de éxitos, además de recibir talleres y asistir a charlas post mortems sobre el desarrollo de videojuegos, que finalmente ayuda a las empresas a anticipar escenarios y generar nuevas ideas.

Perfil de Competidores

En este rubro existen negocios ya posicionados en el mercado sobre los Lan Centers en Lima, mediante un estudio se ha obtenido información que a continuación se mostrara:

Tabla 3. Estudio de Diferentes Lan Center en Lima

Nombre	Ubicación	Costo por Hora	Cantidad de PC
Seven Lan Center	Jr. Morro Solar 1224	S/.2.50	30
Lan Center BigBang	JR S/N MZ J10 LT 22 San Martin, Lima	S/.2.50	40
Lan Center Planet	Av. Amezaga 336, Lima	S/.3.00	30
Arena Lan Center	Av. Grau 119, Lima	S/.2.00	20

Fuente: Elaboración propia

Lan Center World of Games se constituye como un negocio que brinde un servicio de calidad, ambiente agradable y competitividad sana junto distintos elementos desde el conocimiento de nuestro personal entorno a los videojuegos hasta un ambiente donde puedas disfrutar jugando con tus amigos.

La oferta de nuestro negocio está basada en el servicio de alquiler de PC's, y realización de eventos y torneos que ayuden a mejorar las habilidades competitivas de los clientes a la hora de realizar este tipo de eventos.

Perfil de Proveedores

Los componentes y equipos que existen hoy en día dentro del mundo Gaming son de pieza clave para el Lan Center, pero en la actualidad existen diversos proveedores en el mercado las cuales hemos escogido a HyperX, quienes tienen todo tipo de accesorios para gamers, es conocida por brindar comodidad, diseño, rendimiento, precio y confiabilidad.

Determinación del tamaño del mercado

Objetivo de la Investigación del Mercado

Conocer el volumen del mercado efectivo para el posicionamiento de nuestro servicio de Lan Center en los consumidores jóvenes de 18 a 29 años del NSE A y B de Lima Centro **Tamaño de Muestra** Según INEI existe una población entre hombres y mujeres de 18 a 29 años de 53184

Según información proporcionada por APEIM los niveles socioeconómicos A y B son 25.6% Lima Centro. Población: 13 615

$$n = ZPQ/e \quad N = 13\ 615$$

$$Z = 95\% = 1.96$$

$$E = 5\% = 0.05$$

$$P = 50\% = 0.5$$

$$Q = 50\% = 0.5$$

$$N = 373$$

Cuestionario

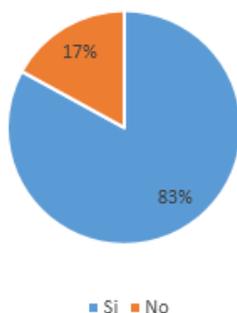
¿Juegas videojuegos?

Si

No – Fin

Figura 8. ¿Juegas videojuegos?

1. ¿Juegas videojuegos?



1. ¿Juegas videojuegos?		
	Respuesta	%
Si	312	83%
No	61	17%
Total	373	100%

Fuente: Elaboración propia

En la pregunta ¿Juegas videojuegos? Vemos reflejado que el 83% de los encuestados responden que, si juegan videojuegos, mientras que el 17% no.

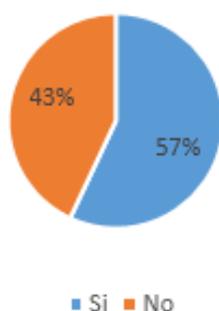
¿Has asistido alguna vez a un Lan Center?

Si

No

Figura 9. ¿Has asistido alguna vez a un Lan Center?

2. ¿Has asistido alguna vez a un Lan Center?



2. ¿Has asistido alguna vez a un Lan Center		
	Respuesta	%
Si	215	57%
No	158	43%
Total	373	100%

Fuente: Elaboración propia

En la pregunta ¿Has asistido alguna vez a un Lan Center?, nuestros encuestados responde si con un 57% que serían 215 personas y no con un 43%.

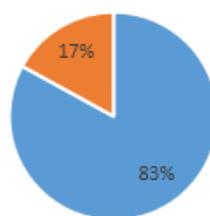
1. ¿Tomarías los servicios de un Lan Center completamente equipados y con

tecnología de punta?

- a) Si
- b) No

Figura 10. ¿Tomarías los servicios de un Lan Center completamente equipados y con tecnología de punta?

3. ¿Tomarías los servicios de un Lan Center completamente equipados y con tecnología de punta?



■ Si ■ No

3. ¿Tomarías los servicios de un Lan Center completamente equipados y con tecnología de punta?

	Respuesta	%
Si	312	83%
No	61	17%
Total	373	100%

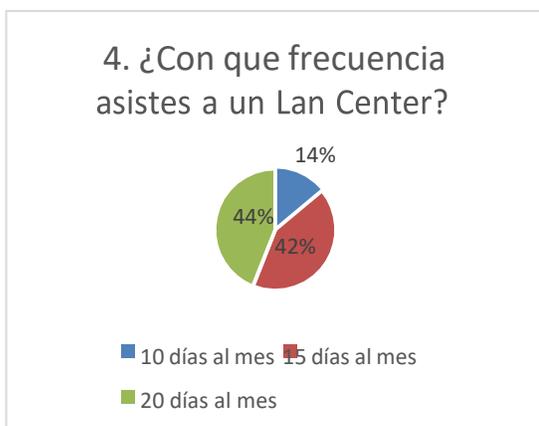
Fuente: Elaboración propia

El 83% de los encuestados indican que si tomarían el servicio de un Lan Center completamente equipados con tecnología de punta.

2. ¿Con que frecuencia asistes a un Lan Center?

- a) 10 días al mes
- b) 15 días al mes
- c) 20 días al mes

Figura 11. ¿Con qué frecuencia asistes a un Lan Center?



4. ¿Con que frecuencia asistes a un Lan Center?		
	Respuesta	%
10 días al mes	53	14%
15 días al mes	156	42%
20 días al mes	164	44%
Total	373	100%

Fuente: Elaboración propia

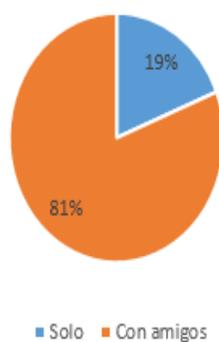
El 44% de los encuestados asisten 20 días al mes a un Lan Center, el 42% va de 15 días al mes y el 14% asiste 10 días al mes a los Lan Centers

3. ¿Prefieres jugar tú solo o en con amigos?

- a) Prefiero jugar solo
- b) Prefiero jugar con amigos

Figura 12. ¿Prefieres jugar tu solo o en red con amigos?

5. ¿Prefieres jugar tu solo o en red con amigos?



Fuente: Elaboración propia

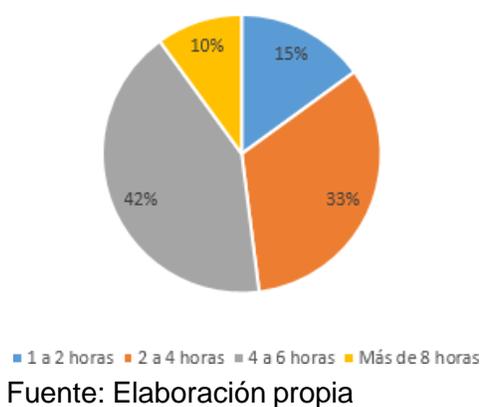
5. ¿Prefieres jugar tu solo o en red con amigos?		
	Respuesta	%
Solo	71	19%
Con amigos	302	81%
Total	373	100%

Con un 81% de los encuestados prefieren jugar con amigos, mientras que el 19% prefiere jugar videojuegos solo.

4. ¿Cuántas horas al día juegas?
- De 1 a 2 horas
 - De 2 a 4 horas
 - De 4 a 6 horas
 - Más de 8 horas

Figura 13. ¿Cuántas horas al día juegas?

6. ¿Cuántas horas al día juegas?



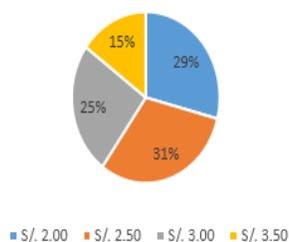
6. ¿Cuántas horas al día juegas?		
	Respuesta	%
1 a 2 horas	54	15%
2 a 4 horas	125	33%
4 a 6 horas	158	42%
Más de 8 horas	36	10%
Total	373	100%

El 42% de los encuestados indican que juegan entre 4 a 6 horas al día, el 33% nos dice que juega entre 2 a 4 horas, el 15% juega de 1 a 2 horas y el 10% más de 8 horas.

5. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por hora teniendo en cuenta la calidad del servicio?
- S/.2.00
 - S/.2.50
 - S/.3.00
 - S/.3.50

Figura 14. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por hora teniendo en cuenta la calidad del servicio?

7. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por hora teniendo en cuenta la calidad del servicio?



7. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por hora teniendo en cuenta la calidad del servicio?

	Respuesta	%
	S/. 2.00	108 29%
	S/. 2.50	118 31%
	S/. 3.00	93 25%
	S/. 3.50	54 15%
	Total	373 100%

Fuente: Elaboración propia

El 31% de los encuestados nos indica que estaría dispuesto a pagar S/2.50 por hora, el 29% está dispuesto a pagar S/.2.00 la hora, el 25% estaría dispuesto a pagar S/3.00 por hora y el 15% estaría dispuesto a pagar S/3.50 por hora.

$N+ = N. w$

$N = (13\ 615 \text{ personas}) (83\% \text{ pregunta1}) (57\% \text{ pregunta2}) (83\% \text{ pregunta3}) N= 5\ 263 \text{ personas sí usarían el servicio.}$

De la pregunta ¿Con que frecuencia asistes a un Lan center? (pregunta4)

Calculamos el consumo promedio de todos los encuestados, según encuesta 16.5 servicios al mes Demanda =

$N. q$

Calculamos el consumo promedio de todos los encuestados, según encuesta 16.5 servicios al mes,

esto lo sacamos de la muestra de 373 personas multiplicados por cada porcentaje de los días asistidos a un Lan center, después ese resultado lo multiplicamos por los días asistidos, sumamos los resultados que nos da un total de 6155 y el promedio lo sacamos de la división de 6155 entre la muestra 373 sale igual a 16.5 veces al mes por persona

$\text{Demanda} = (5\ 263) (16.5 \text{ Servicios al año})$

Demanda 86840

40 personas x 12 horas

(40 personas x 12 horas de trabajo x día) = 480 personas diarias 26 días de trabajo al mes

(480 personas diarias x 26 días) = 12480 atenciones al mes

Teniendo en cuenta la capacidad operativa que tendrá nuestro establecimiento, hemos determinado que podremos realizar 10400 atenciones al mes como máximo, cifra que representa el 11.97% de la demanda calculada 86840, esperando alcanzarlo en el doceavo mes de operaciones gracias a la calidad de nuestros servicios ofrecidos

Capítulo IV

Plan de Marketing

Producto

Word of Games ofrece sus servicios desde PC'S, maquinas árcades y fibra óptica con tecnología de alta punta, esto hace que el cliente cuente con una experiencia única en nuestro local y se sienta como un jugador profesional dentro de nuestro establecimiento.

Gracias a estos servicios nuestro cliente podrá explotar al máximo sus habilidades haciendo uso de ellas e incrementado su competitividad sana dentro de nuestro local y podrá visualizar sus partidas grabadas en las plataformas de YouTube y Twitch que serán transmitidas gracias a los diferentes torneos que se realice dentro del local y que será vista por las personas que les guste la competitividad o disfruten de los videojuegos tanto como ellos.

Figura 15. PC'S



Figura 16. Máquinas Arcade



Fuente: Google

Figura 17. Torneos



Fuente: Google

Precio

Nuestro servicio de alquiler de máquinas costara en el rango promedio de la competencia debido a que los clientes están dispuestos a pagar desde S/.2.00 a S/3.50 según a las encuestas realizadas. Es por ello que hemos decidido cobrar S/.2.50 por el servicio brindado.

La estrategia de precio que utilizaremos es la de precios de línea del producto ya que a medida en que se va desarrollando nuestros proyectos tenemos en mente implementar servicios adicionales, tales como una barra de comida y bebidas donde el cliente se podrá tomar un descanso, esto llamará su atención ya que podrá sentirse cómodo y bien atendido.

El público al cual nos dirigimos está dispuesto a pagar el monto ya que nosotros contamos con el paquete completo, es decir los estándares requeridos.

A la vez se ofrecerá promociones y descuentos en fechas especiales para poder fidelizarlos, de esta manera estaremos atrayendo a clientes nuevos.

Plaza

Lan Center Word of Games estará ubicado en Lima Centro, donde contará con visibilidad y fácil acceso para nuestro cliente.

Utilizaremos el canal directo debido a que el servicio que ofrecemos se encuentra en nuestro local, por ende, el cliente tendrá que venir a nuestro local para poder adquirir el servicio.

Promoción

Como parte de las promociones que realizaremos estas tendrán como principal función fidelizar al cliente y que este se sienta cómodo y parte de la familia al momento de ingresar a nuestro local, para ello mostraremos las siguientes promociones. Como

primera promoción que haremos será la de Facebook e Instagram, la cual daremos a conocer a las personas que asistan al local que contamos con una página de Facebook e Instagram oficial en donde subiremos las distintas promociones y descuentos que se realicen a lo largo del año. Con esta promoción nuestro cliente podrá ganar desde 1 hora hasta 6 horas gratis en cualquier plataforma que desee solo con escanear nuestro código QR, darle like a la página y seguirnos, así obtendremos más seguidores a medida que la persona realice la siguiente dinámica, cabe recalcar que es válido solo una vez por persona.

Figura 18. Escanea Tu Código QR y Gana Desde 1 Hora Hasta 6 Horas

Gratis. Fuente:Elaboración propia



Las promociones que realizaremos en el local serán de entregar membresías de descuentos para nuestros clientes para que así se puedan afiliar a nosotros y poder

disfrutar de los distintos beneficios al adquirir su membresía.

Figura 19. Membresía



Fuente: Elaboración propia

También realizaremos diversas promociones en días festivos o en cumpleaños brindando descuentos a los clientes que asistan en los días pactados del negocio como a su vez realizaremos promociones de incentivos de distintos juegos en el cual para que nuestro cliente pueda acceder a ello deberá de demostrar su habilidad al momento de subir divisiones en el juego, en este caso League of Legends.

Figura 20. Promoción League of Legends.



Fuente: Elaboración propia

Figura 21. Promoción San Valentín.



Elaboración: Fuente Propia

Figura 22. Promoción Día del Gamer.



Fuente: Elaboración propia

Figura 23 Promoción Celebra tu Cumpleaños.



Fuente: Elaboración propia

Además, buscamos asociarnos con marcas de proveedores de periféricos como lo sería HyperX, que es una marca de periféricos conocidos a nivel mundial, gracias a sus componentes que llevan proporcionando un rendimiento superior, calidad y diseño estético durante más de una década, los productos HyperX son los preferidos para los mejores gamers, entusiastas de tecnología y overclockers de todo el mundo, también patrocina a más de veinte equipos de Gaming en todo el mundo, con esta asociación nos ayudaría a posicionarnos como un negocio top dentro del mercado, además le daría un impulso a la empresa HyperX al momento de que nuestro cliente pueda probar el producto ya que al probar el producto el cliente sentirá la sensación que es un producto de calidad la cual podrá comprar los periféricos de la marca HyperX a un precio económico lo cual ganaríamos las dos partes, tanto el negocio como la empresa HyperX. Utilizaremos distintas plataformas como el caso de YouTube y Twitch, para poder transmitir en vivo los torneos que se realicen dentro del local y así pueda llegar a más de una persona que esté viendo el stream de como se ve nuestro local por dentro y cómo se maneja los torneos.

Figura 24. Carta para Asociarnos con Hyperx.

World of Games
Cercado de Lima

HyperX

Buenos días:

Somos un negocio de Lan Center dedicado al entretenimiento y diversión de videojuegos. Con el fin de darle a conocer nuestras actividades adjuntamos fotos del servicio que ofrecemos en el mercado local. Así mismo, para obtener más información pueden visitar nuestra página de Facebook: www.facebook.com/WorldofGames.com.

Estamos analizando la posibilidad de penetrar en el mercado local a través de una alianza estratégica con una empresa internacional que nos permita brindar una experiencia única en nuestro local. Pensamos que su empresa puede ser socio idóneo para este proyecto, ya que conocemos su reputación y los productos de calidad que ofrece. Por otra parte, las actividades de ambas empresas se complementan, tanto desde un punto de vista productivo como comercial.

Con la perspectiva de que están interesados en colaborar con nosotros les adjuntamos un breve esbozo de nuestra propuesta para establecer un Joint Venture. Si nuestro planeamiento les resulta de interés, estamos a su disposición para reunirnos en breve y profundizar los detalles.

Atentamente,

Cristhian Flores
Gerente General

Fuente: Elaboración propia

Persona

Lan Center World of Games siempre toma en cuenta al personal del negocio, ya que según estudios psicológicos una persona puede rendir mejor o al 100% cuando este se encuentra feliz, con un buen ambiente laboral, es por esto que World of Games

realizara capacitaciones para el personal cada tres meses durante un año, donde el personal pueda aprender puntos

claves que pueda servir para que el negocio salga delante de forma rápida y ordenada. Estas capacitaciones duraran 1 hora en los meses asignados del año. Dentro de la capacitación se tomarán lossiguientes puntos:

- Manejo de software de membresías: Dentro del local se manejará las membresías que seránunas tarjetas para nuestros clientes la cual podrá recargar de forma rápida y segura un saldo el cual le permitirá consumir horas de juego.
- Manejo de software de control de tiempo: Este software de control de tiempo será utilizadopara manejar el control de cada uno de los clientes sin que este se pase más de su tiempo pedido, así podemos llevar un mejor control.
- Limpiar consolas, PC'S, etc.: Esta capacitación será para el personal de limpieza el cual se enfocará en la correcta limpieza de consolas, mandos, pc's, teclados, etc. Debido a que sonproductos sensibles al agua el cual si le cae varias gotas de agua el producto se puede malograr.

Marketing Mix

Programa de Acciones Tácticas

Al ser nuevos en el mercado las personas aún no conocen nuestro negocio, como acciones tácticashemos decidido en realizar diversas publicidades desde invertir en publicidad en la página de Facebook e Instagram, hasta hacer descuentos y promociones dentro del local, esto para poder penetrar el mercado y que las personas conozcan nuestro negocio de una manera fácil e innovadora la cual se sentirá atraído

debido a las promociones que ofreceremos a lo largo de los años.

Lo primero que haremos es hacer que las personas conozcan nuestra página de Facebook e Instagram para que así sepan que contamos con una y por eso medio se comunicaran con nosotros de una manera más rápido y eficaz al momento de preguntar una disponibilidad por alguna plataforma o descuentos que haya, de esta manera el cliente se ahorra tiempo en poder esperar a que alguna plataforma se desocupe en caso de que todo el local este

lleno y se mantiene un orden al no haber una gran aglomeración dentro de nuestro local.

Para que nuestro cliente conozca la página de Facebook e Instagram se le invitara a escanear un código QR la cual para poder acceder a esta promoción tendrá que darle like y seguir a la página y ahí recién participar de esta promoción hecha exclusivamente para el cliente.

Programa y Pronóstico de Ventas

Para el pronóstico de ventas hemos utilizado los siguientes datos:

40 personas x 12 horas

(40 personas x 12 horas de trabajo x día) = 480 personas diarias

26 días de trabajo al mes (480 personas diarias x 26 días) = 12480 atenciones al

mes

Tabla 4. Proyección de servicios del año

Meses	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
% de la demanda total	10%	20%	25%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%
Servicios	1248	1872	2496	3120	3744	4992	6240	7488	9360	9984

F
u
e
n
t
e
:
E
l
a
b
o
r
a
c
i

ó
n
p
r
o
p
i
a
Y
c
o
b
r
a
m
o
s
S
/
2
.
5
0
x
h
o

r

a

Tabla 5. Proyección de las ventas mensuales

Mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ventas mensuales	S/.3,1 20.00	S/.4,6 80.00	S/.6,2 40.00	S/.7,8 00.00	S/.9,3 60.00	S/.12,4 80.00	S/.15,6 00.00	S/.18,7 20.00	S/.23,4 00.00	S/... 60...

Fuente: Elaboración propia

Por lo que al año nos daría un total de S/. 187,200.00

Capítulo V

Plan de Operaciones

Producción de Bienes y Servicios

A continuación, se muestra la demanda y nuestra oferta del primer periodo de operación: Teniendo en cuenta que nuestro negocio está recién empezando y que no vamos a usar el 100% de las instalaciones porahora, tenemos en cuenta los siguientes datos:

Lunes y martes: son días más bajos en estos negocios, miércoles y jueves días en donde las personas acuden más seguido y viernes, sábados y domingos hay mayor afluencia de personas en donde llega a estar ocupadas las instalaciones al 100%

Esto sería nuestro tope máximo de atención:

- Demanda
- 83% de los encuestados cumple con el perfil
- 312 personas de 370 encuestados
- 1728 horas anuales demandadas por persona (6h Max. Por persona contando una sola plataforma, 6 x 6 días de la semana x 1 año sin contar domingos)
- 86400 horas proyectadas para el primer año (6h Max. Por persona contando con las 50 plataformas, 6 x 50 x 1 año sin contar domingos)

Oferta

- 15 horas atención al público

- 06 días a la semana
- 30 PC'S disponibles
- 19500 capacidad máxima de horas anuales (15h Pc/maquinas arcade x 50 plataformas x 1 mes sin contar domingos = 26 días x 12 meses sin contar domingos)

Lan Center World of Games se proyecta al año un crecimiento del 5% anual donde se refleja:

- 15 horas de atención
- Precio de alquiler S/.2.50 por hora
- 30 PC'S operativas
- 10 máquinas arcade
- S/. 1650.00 soles de ingreso máximo al día
- S/. 523,050.00 soles de ingreso máximos al año

La atención de Lan Center World of Games es de 8.00am hasta las 11.00pm, donde se trabaja 15 horas diarias excepto que es descanso los domingos y cuenta con 30 PC'S y 10 máquinas arcade, teniendo una capacidad al día de 750 horas máximas en las distintas plataformas.

Lan Center World of Games se proyecta obtener una ganancia del 50% de los ingresos máximos para el primer periodo con una tasa del 5% de crecimiento anual reflejado en la siguiente tabla:

Localización

En esta imagen lo que se busca es poder hallar la localización del local contando con distintos factores los cuales son el área del local, la afluencia de personas, etc. Poniendo un puntaje mayor a los factores que creemos que son

necesarios e importantes a la hora de buscar la localización del nuevo local.

Figura 25. Localización

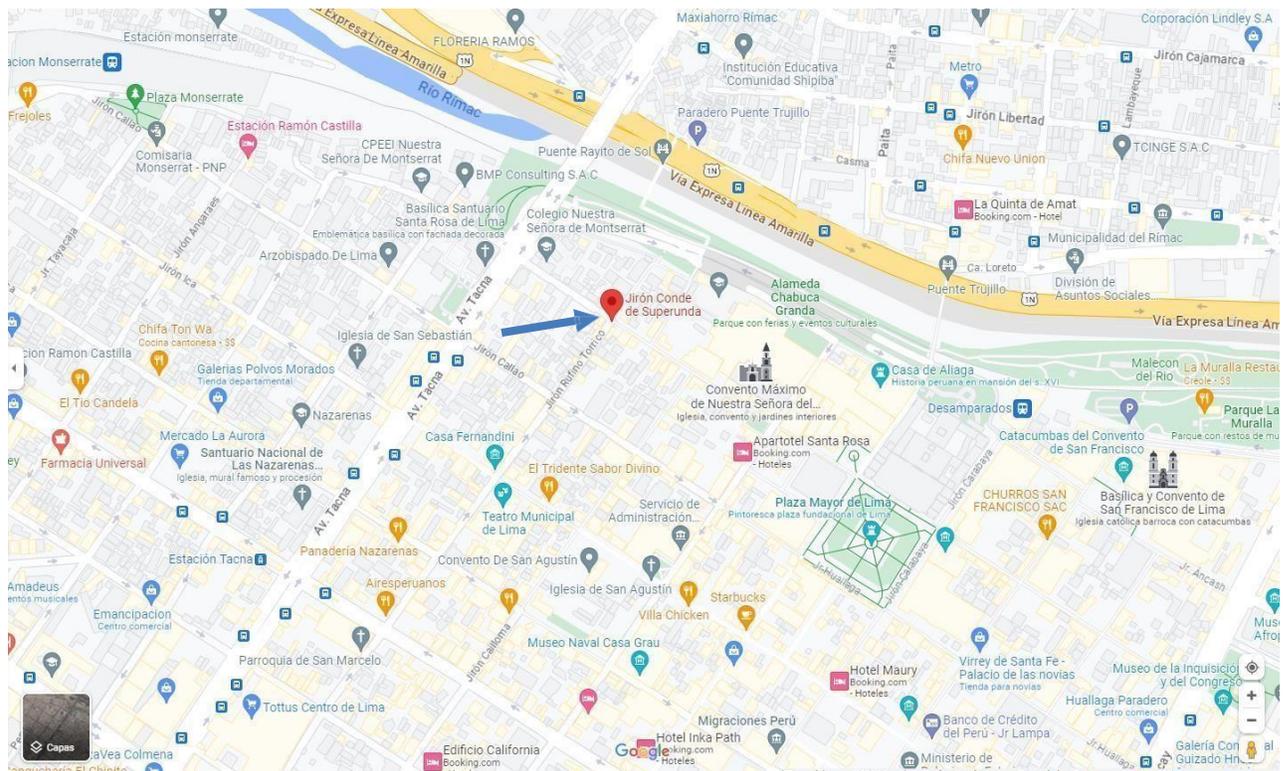
Factor	Peso	Cercado de Lima		San Miguel		San Martín	
		Calificación	Puntaje	Calificación	Puntaje	Calificación	Puntaje
Costo de Alquiler	0.15	4	0.6	7	1.05	6	0.9
Área del local	0.35	8	2.8	3	1.05	5	1.75
Seguridad de la zona	0.15	8	1.2	6	0.9	5	0.75
Afluencia estimada de público	0.25	9	2.25	7	1.75	6	1.5
Facilidades para licencias	0.10	7	0.7	4	0.4	6	0.6
Total	1.00		7.55		5.15		5.5

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la imagen, la zona elegida ha sido el mercado de Lima, debido a que cuenta con las especificaciones que queremos tener en el local.

- Costo de alquiler: El costo de alquiler en el mercado de Lima está más caro que el costo de alquiler en San Miguel o San Martín debido a que este se encuentra en el centro de Lima, llegando a costar un promedio de S/. 3,000.00.
- Área del local: El área del local del mercado de Lima es mucho más amplio y espacioso que lo de las otras zonas.
- Seguridad en la zona: La seguridad en el mercado de Lima está mucho más presente, al ser este mucho más seguro para nuestros clientes.
- Afluencia estimada de público: Al estar en el centro de Lima, este tiene mucha más afluencia de personas que las otras zonas.
- Facilidad para licencias: Existe mucha más facilidad de licencias en el mercado de Lima debido a que este se encuentra cerca de los distintos establecimientos que requiere el funcionamiento del local.

Figura 26. Ubicación

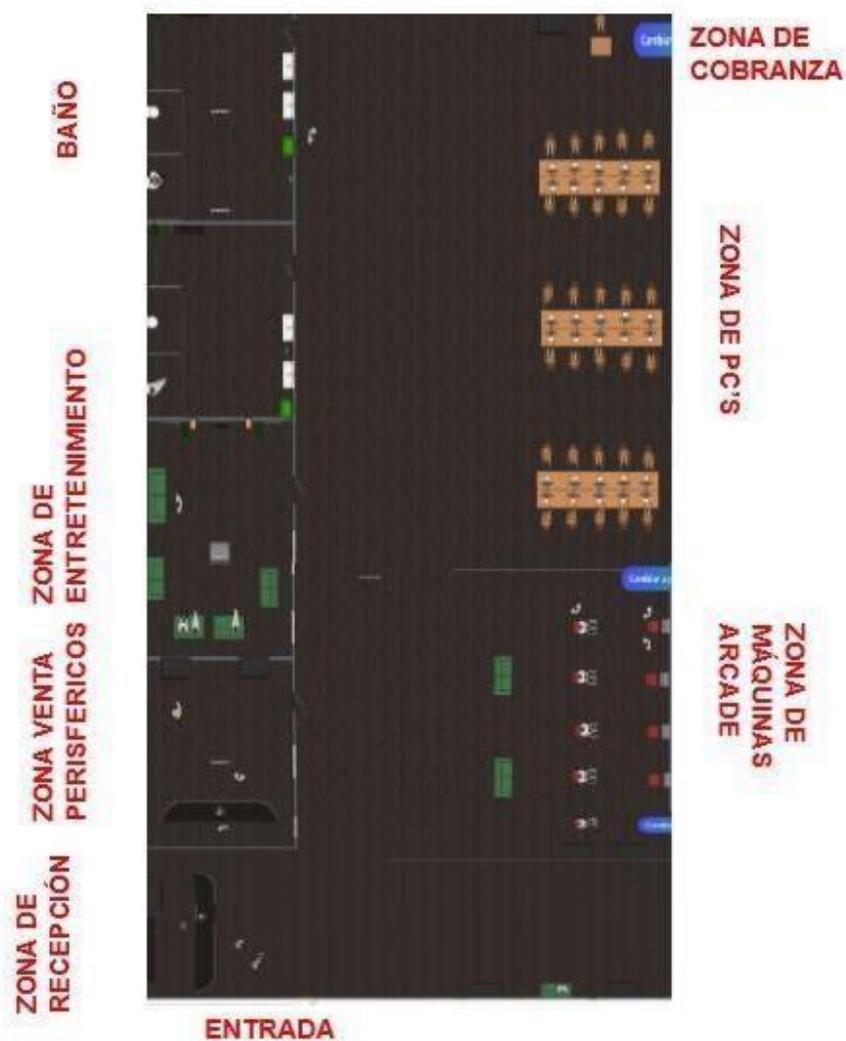


Fuente: Google maps

Layout del Lan Center

Este Layout nos va a ayudar a identificar los espacios que tenemos pensado poner en cada área para que de esta manera el cliente se encuentre en un espacio amplio y agradable para el público que ingrese al local.

Figura 27. Layout



Medidas: 9m de ancho por 24m de largo

Fuente:Elaboración propia

Figura 28. Zona de Recepción.



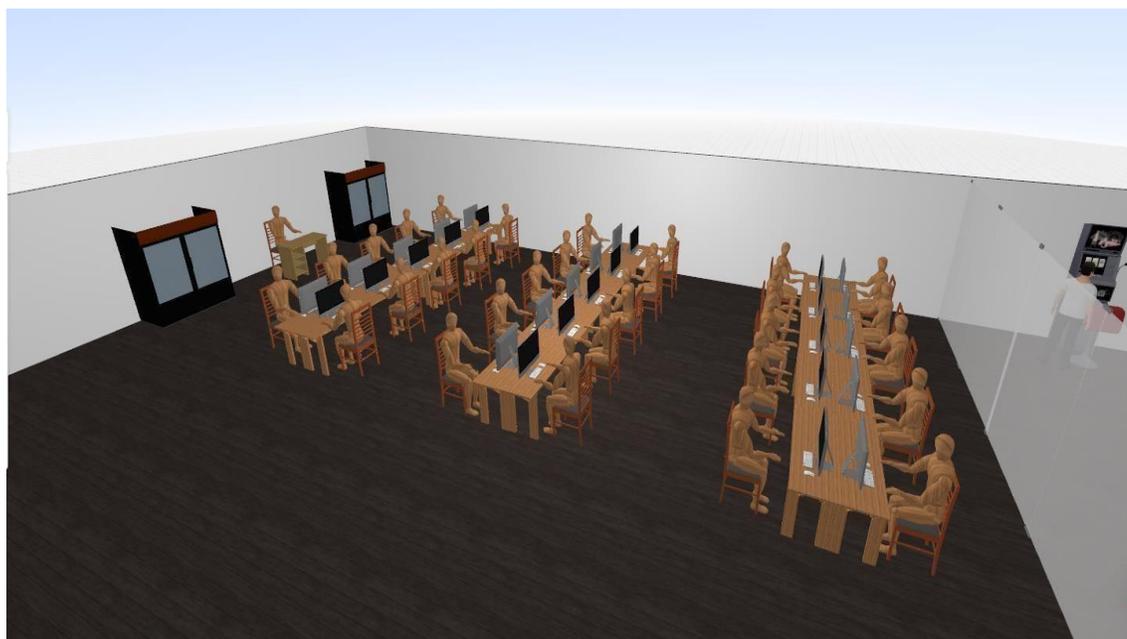
Fuente: Elaboración propia

Figura 29. Zona Máquinas Arcade.



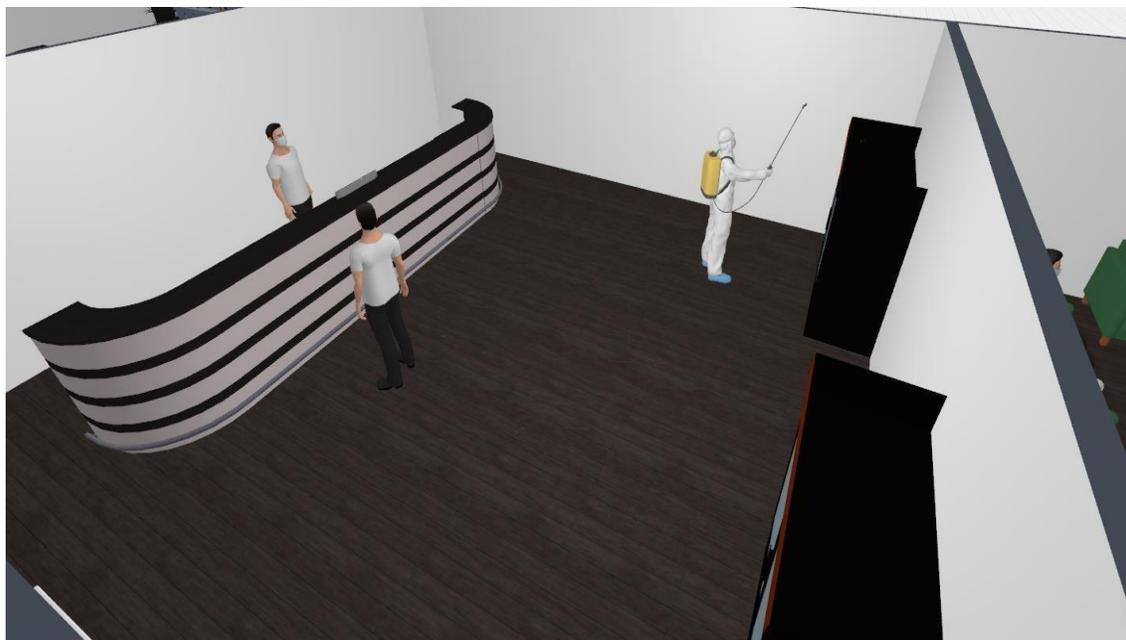
Fuente: Elaboración propia Figura

Figura 30. Zona de PC'S.



Fuente: Elaboración propia

Figura 31. Zona de Ventas de Periféricos



Fuente: Elaboración propia

Figura 32. Zona de Entretenimiento.



Fuente: Elaboración propia Figura

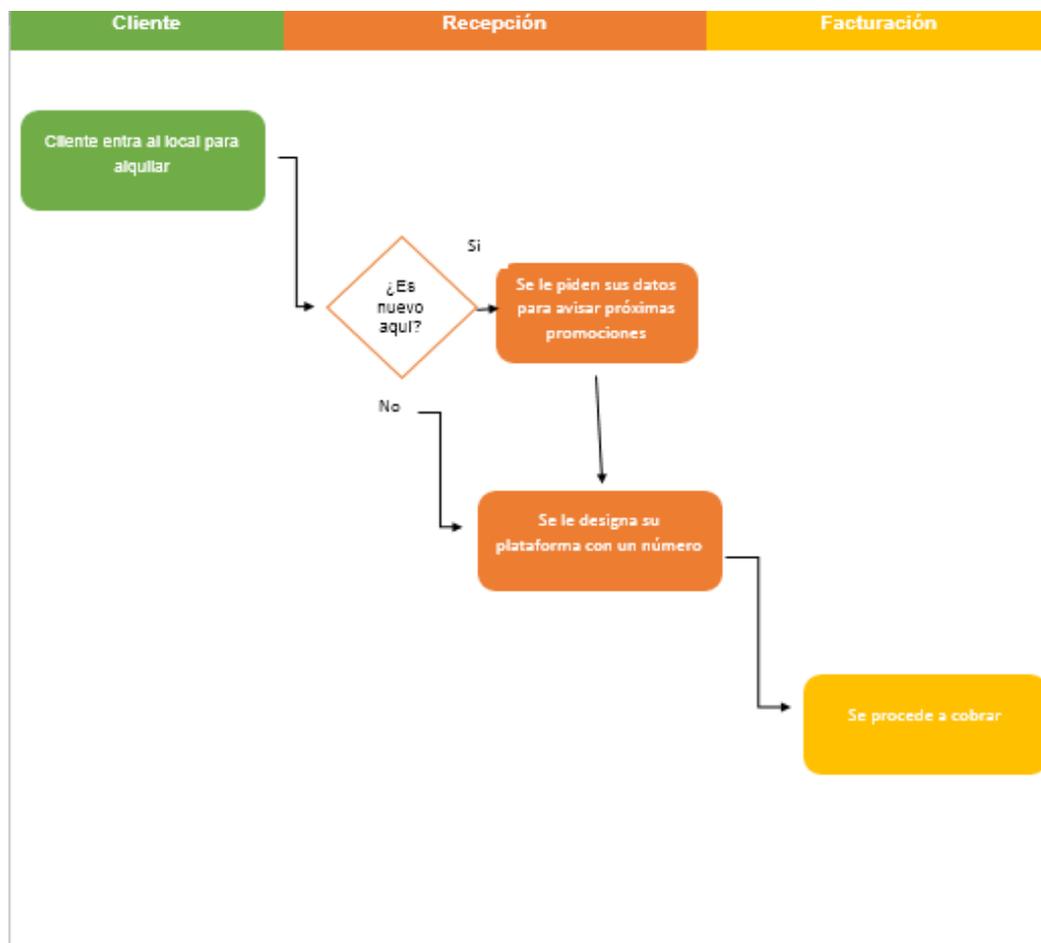
Figura 33. Baño



Fuente: Elaboración propia

Los procesos de Producción

Figura 34. Diagrama de Procesos



Fuente: Elaboración propio

Logística de Entrada

En este punto ya contamos con nuestro proveedor que es HyperX, el cual brinda periféricos gamer de alta gama para que nuestro cliente tenga una experiencia única y nueva al utilizar estos productos. Al ser nuestro proveedor único contara con un espacio dentro del local el cual podamos vender sus productos a un precio económico y así crearíamos un vínculo de fidelidad con nuestros clientes.

A la vez los productos que no sean de la marca HyperX se compraran a través de la tienda Memory Kings que es una tienda el cual ofrece productos diversos y distintas marcas como lo pueden ser estabilizadores, routers. mandos de ps5, etc.

A continuación, se muestra las compras que se realizaran para que el establecimiento este operativo:

Compras

Figura 35. Plataforma Mostrador.

Plafatorma Mostrador	Cantidad	Precio x unidad	Total
Cpu	1	S/. 2,300.00	S/. 2,300.00
Monitor 23.8' MSI OPTIX G242P IPS FHD 144HZ 1ms	1	S/. 604.50	S/. 604.50
Tecleado Gaming HYPERX Alloy Fps Pro Cherry MX Blue	1	S/. 100.00	S/. 100.00
Mouse Gaming Wireless HYPERX Pulsefire Dart RGB 16	1	S/. 80.00	S/. 80.00
Pad mouse Gaming HYPERX FURY S Large	1	S/. 20.50	S/. 20.50
Estabilizador	1	S/. 80.00	S/. 80.00
Mostrador	1	S/. 500.00	S/. 500.00
Silla Gaming HYPERX Prime PU Cuero Negro Rojo	1	S/. 380.00	S/. 380.00
POS	2	S/. 100.00	S/. 100.00
Router	2	S/. 150.00	S/. 150.00
Total			S/. 4,315.00

Fuente: Elaboración propia

Figura 36. Plataforma de Entretenimiento.

Plataforma de Entretenimiento	Cantidad	Precio x unidad	Total
Sofás Futón Alaska Negro	5	S/. 299.00	S/. 1,495.00
Tv 70" Samsung	1	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00
Total			S/. 4,495.00

Fuente: Elaboración propia

Figura 37. Plataforma de Pc.

Plataforma de Pc	Cantidad	Precio x unidad	Total
Cpu	31	S/. 2,300.00	S/. 3,000.00
Monitor 23.8" MSI OPTIX G242P IPS FHD 144HZ 1ms	31	S/. 604.50	S/. 18,739.50
Teclado Gaming HYPERX Alloy Fps Pro Cherry MX Blue	31	S/. 100.00	S/. 3,100.00
Mouse Gaming Wireless HYPERX Pulsefire Dart RGB 16	31	S/. 80.00	S/. 2,480.00
Pad Mouse Gaming HYPERX FURY S Large	31	S/. 20.50	S/. 635.50
Audifono Gaming HYPERX Cloud Core 7.1 Black	31	S/. 120.00	S/. 3,720.00
Silla Gaming HYPERX Prime PU Cuero Negro Rojo	31	S/. 380.00	S/. 11,780.00
Mesa Melamine 3 Metros y Medio de Largo x 2 Ancho	3	S/. 274.00	S/. 822.00
Mesa Melamine 1 Metro de Largo x Medio Metro Ancho	1	S/. 90.00	S/. 90.00
Estabilizador	16	S/. 76.00	S/. 1,216.00
Total			S/. 45,583.00

Fuente: Elaboración propia

Figura 38. Máquinas de Arcade

Máquinas Arcade	Cantidad	Precio x unidad	Total
Maquina Arcade Multijuego	2	S/. 2,000.00	S/. 4,000.00
Maquina Arcade Pacman	2	S/. 1,600.00	S/. 3,200.00
Maquina Arcade Cuphead	2	S/. 1,500.00	S/. 3,000.00
Maquina Arcade Donkey kong	2	S/. 1,300.00	S/. 2,600.00
Total			S/. 12,800.00

Fuente: Elaboración propia Figura

Figura 39. Personal

Personal	Cantidad	Sueldo	Total
Administrador	1	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00
Recepcionista	1	S/. 1,450.00	S/. 1,450.00
Limpieza	1	S/. 1,025.00	S/. 1,025.00
Seguridad	1	S/. 1,025.00	S/. 1,025.00
			S/. -
Total			S/. 5,000.00

Fuente: Elaboración propia

Punto de equilibrio**Tabla 6. Cálculo costo total**

<i>Costos</i>	<i>Montos</i>
Costos Fijos	S/.8930.00
Gastos Fijos	S/.1545.00
Costo Total	S/.10,475.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7. Cálculo Precio- Cantidad

<i>Precio de Hora por PC</i>	S/.2.50
Cantidad de PC	30
Horas de Servicio al Día	15

Fuente: Elaboración propia

$$\frac{(\text{Costo Fijo Mensual} + \text{Gasto Fijo Mensual})}{(\text{Precio Promedio Ponderado} - \text{Costo Promedio Ponderado})}$$

Tabla 8. Punto de Equilibrio

<i>Costo Fijo</i>	S/.8,930.00
<i>Gasto Fijo</i>	S/.1,545.00
<i>Precio</i>	S/2.50

Fuente: Elaboración propia

$$\frac{S/. 8,930.00 + S/. 1,545.00}{S/. 2.50}$$

P. E.M.= S/. 4,190.00

Capítulo VI

Organización de la empresa

Estructura de la Organización Plan de gestión del Talento

Organigrama



Principales funciones que se requieren en el Negocio

Las funciones que tendrán el personal dentro de local será la siguiente:

- **Recepcionista:** Recibirá al cliente y le brindara un numero el cual va a ser designado a la máquina y este será usado por el cliente, a la vez de poder resolver cualquier duda que el cliente tenga y por último el realizar la cobranza del área de PS5.
- **Seguridad:** Brindar seguridad dentro y fuera del local a los muebles e inmuebles y

también a nuestros clientes.

- Limpieza: Mantener limpio y desinfectado todas las áreas del local tanto como dentro y fuera, ya que actualmente nos encontramos aun en pandemia y por lo cual les brindaremos a nuestro cliente seguridad a la hora de poder utilizar las quinas que existen haciéndole su correcta desinfección y mantenimiento de ellas.

Al querer ser el mejor Lan Center de todo Lima Centro, tenemos en mente contar con el mejor personal posible para que ocupen los puestos que se requiere, para ello realizaremos un aviso de empleo el cual estará publicado en nuestras redes sociales y en base a ello pasar por una entrevista el cual contara con tres fases, la primera fase será la de un examen psicológico el cual al pasar ya este examen pasara a la siguiente fase que será la de responder las preguntas correspondientes ligadas al puesto de trabajo y por último pasaría a la tercera fase que sería de mostrar sus habilidades que tiene la persona como detección de billetes falsos, trabajar bajo presión y tener habilidades matemáticas para una cobranza rápida pero eficaz. A continuación, se muestra el aviso de empleo:

Figura 40. ¿Quieres Formar Parte del Mejor Lan Center de Lima?

¿QUIERES FORMAR PARTE DEL MEJOR
LAN CENTER DE LIMA?
¡LLEGÓ TU MOMENTO!

START

SE NECESITA 2 RECEPCIONISTAS
Lunes 8am en
nuestro local.

989765375
LIMA CENTRO
LAN CENTER WORLD OF GAMES

A
B
X
Y

Fuente: Elaboración Propia Figura

Figura 41. Contrato de Trabajo.

**CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO FIJO BAJO LA MODALIDAD DE
"CONTRATO INTERMITENTE"**

Conste por el presente documento el Contrato de Trabajo a plazo fijo bajo la modalidad de "Contrato intermitente", que celebran al amparo del Art. 64° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97-TR y normas complementarias, de una parte (1)....., con R.U.C. N° y domicilio fiscal en, debidamente representada por el señor (2)....., con D.N.I. N°, a quien en adelante se le denominará simplemente **EL EMPLEADOR**; y de la otra parte (3)....., con D.N.I. N°....., domiciliado en, a quien en adelante se le denominará simplemente **EL TRABAJADOR**; en los términos y condiciones siguientes:

PRIMERO: EL EMPLEADOR (4).....

SEGUNDO: Por el presente documento **EL EMPLEADOR**, contrata a plazo fijo bajo la modalidad ya indicada, los servicios de **EL TRABAJADOR** que desempeñará el cargo de (5)....., en relación con el objeto señalado cláusula anterior.

TERCERO: El presente contrato tiene un plazo de duración demeses, el mismo que regirá a partir del ... dedel 2013, fecha en que **EL TRABAJADOR** debe empezar sus labores, hasta el ... de del 2013, fecha en que termina el contrato.

CUARTO: EL TRABAJADOR estará sujeto a un período de prueba de tres meses, la misma que inicia el...de.....del 2013 y concluye el...de.....del 2013.

QUINTO: Dada la naturaleza de la contratación y en aplicación del art. 65° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97-TR, el **EMPLEADOR** requerirá de los servicios de **EL TRABAJADOR** y para el mismo fin durante

SEXTO: EL TRABAJADOR cumplirá el horario de trabajo siguiente: De lunes a.....de.....horas ahoras.

SETIMO: EL TRABAJADOR deberá cumplir las normas propias del Centro de Trabajo, así como las contenidas en el Reglamento Interno de Trabajo (en caso cuente con uno debidamente registrado ante la AAT) y en las demás normas laborales, y las que se impartan por necesidades del servicio en ejercicio de las facultades de administración de la empresa, de conformidad con el Art.9° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97-TR.

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

Fuente: Sunat

Figura 42. Contrato de Trabajo.

Sistema Normativo de Información Laboral

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

DECIMO: Este contrato queda sujeto a las disposiciones que contiene el TUO del D. Leg. N° 789 aprobado por D. S. N° 003-97-TR Ley de Productividad y Competitividad Laboral, y demás normas legales que lo regulen o que sean dictadas durante la vigencia del contrato.

Conforme con todas las cláusulas, las partes firman el presente contrato, por triplicado a los.....días del mes de.....del año 2013.

EL EMPLEADOR **EL TRABAJADOR**

(1) Colocar nombre de la empresa
 (2) Colocar el representante de la empresa
 (3) Colocar el nombre del trabajador
 (4) Colocar el Objeto Social de la empresa y justificación del uso de esta modalidad.
 (5) Colocar para que es contratado el trabajador
 (6) Describir el puesto del trabajador

DEBEMOS TENER EN CUENTA

- Duración del contrato plazo máximo según modalidad.
- Modalidad, indicar causa objetivas de la contratación, precisar con exactitud las circunstancias o condiciones.
- Estatus laboral, puesto u ocupación.
- Período de prueba acordado, (el plazo convencional es de 03 meses).
- Ampliación del período de prueba acordada en caso sea necesario o se contrate trabajadores de Dirección o Confianza.
- Remuneración del trabajador
- Horario de trabajo.

Fuente: Sunat

La política salarial de los puestos es de los recepcionistas un sueldo de S/.1200.00 soles, debido a que aparte de recibir a nuestros clientes ellas también harán la labor de cobranza en el área de PS5 y es por ello que creemos que su sueldo no tendría que ser el mínimo si no un poco más. Para los de limpieza y seguridad se le dará el sueldo mínimo que es de S/1025.00 soles, ya que su única labor sería el mismo por el cual lo hemos contratado. Y por último el sueldo del administrador sería de

S/.1500.00 soles, ya que este a la vez de administrar el negocio también realizara la labor de cobranza en las PC'S.

La capacitación que se realizara para las recepcionistas será en la forma de dar la bienvenida a nuestro cliente y poder resolver cualquier duda e inquietud que tengan acerca de las promociones, ofertas, eventos o torneos que se realicen en el local, también las recepcionistas realizaran el labor de cobranza en el área de PS5 y es por ello que también se les dará capacitaciones de cómo manejar el software de controlador de tiempo y cobranza el cual este software llevara las horas contadas que nuestro cliente pida y se le avisaraa la hora de que termino su tiempo, esto para que no se sobrepasen de la hora que alquilaron y no haya problemas en la cobranza.

Políticas y Estrategias para la Administración del Negocio

Para que nuestros trabajadores se sientan como parte de la familia en nuestro negocio y se pongan la camiseta de ella, realizaremos las siguientes acciones que aumenten la motivación de los empleados. Beneficios sociales: Una de las cosas que el trabajador necesita para poder trabajar de buen humor y contento es la comida, es por ello que nosotros nos encargaremos de brindarle vales para restaurantes con un porcentaje de descuento para que ellos puedan canjearlo y utilizarlo. También brindaremos tarjeta de movilidad el cual si se encuentra lejos al lugar de trabajo este pueda utilizarlo.

Beneficios para padres: Tú tienes la opción de pagar una parte de tu sueldo un seguro adicional para tuspadres para que estos estén asegurados.

Incentivo: Días extras de descanso por desempeño laboral.

La planilla de la Empresa o Presupuesto de las Remuneraciones

Figura 43. Planilla

Microempresa											
Columna1	Sueldo	Asignac. Fam	Total Remun. Bruta	SIS	Essalud	Sub Total	Gratificación	CTS	Vacaciones	Total mes	Total anual
Costo Operativo	2050.00		2050.00	30.00		2080.00			85.42	2165.42	25985.00
Personal de Limpieza	1025.00		1025.00	15.00		1040.00			42.71	1082.71	12992.50
Personal de Seguridad	1025.00		1025.00	15.00		1040.00			42.71	1082.71	12992.50
Gasto Administrativo	1500.00		1500.00	15.00		1515.00			62.50	1577.50	18930.00
Administrador	1500.00		1500.00	15.00		1515.00			62.50	1577.50	18930.00
Costo de Ventas	2400.00		2400.00	15.00		2415.00			100.00	2515.00	30180.00
Recepcionista	1200.00		1200.00	15.00		1215.00			50.00	1265.00	15180.00
Total Planilla	5950.00		5950.00	60.00		6010.00			247.92	6257.92	75095.00

Fuente: Elaboración propia

Aspectos Legales y Tributarios

Hemos elegido ser SAC debido a que es un negocio familiar y nuestro capital surge en su mayoría de las aportaciones de los socios.

El régimen que estamos es en Remype porque nuestras ventas ascienden a S/187,200.00 y es por ello que entramos a ser una microempresa.

Capítulo VII

Plan financiero

Tabla 9. Plan de inversión

Rubro	Cantidad	Precio Unitario o Estimado
Tangibles		Total
CPU	32	S/. 2,300.00
Mouse Gaming wireless HYPERX pulsfire dart rgb 16	32	S/. 80.00
Monitor 23.8' MSI OPTIX G242P IPS FHD 144HZ 1ms	32	S/. 604.00
Teclado gaming wireless HYPERX pulsefire dart rgb 16	32	S/. 100.00
Pad mouse gaming HYPERX fury S large	32	S/. 20.50
Estabilizador	15	S/. 80.00
Mostrador	1	S/. 500.00
Silla Gaming HYPERX prime PU cuero negro rojo	32	S/. 380.00
Audifono gaming HYPERX cloud code 7.0 black	31	S/. 120.00
Mesa melamine 3 M Largo. X 2 M Ancho.	3	S/. 274.00
Mesa melamine 1 M Largo. X Medio Ancho.	1	S/. 90.00
Router	2	S/. 150.00
POS	2	S/. 100.00
SWITCH TP LINK TL-SG1016D 16 PUERTOS GIGABAIT	3	S/. 238.00
Conectores Rj45 Cat6	1	S/. 119.00
SATRA Cable Sólido Caja Roja UTP Cat6 LSZH	1	S/. 460.00

Tv 70" Samsung	1	S/. 3,000.00
Sofás futón Alaska negro	5	S/. 299.00
Máquina arcade pacman	2	S/. 1,600.00
Máquina arcade multijuego	2	S/. 2,000.00
Máquina arcade cuphead	2	S/. 1,500.00
Máquina arcade Donkey Kong	2	S/. 1,300.00
Intangibles		
Licencia de funcionamiento		
Registro de la marca		
Constitución de la empresa		
Registros públicos		
Capital de trabajo		
Gastos Adm.		
Local		
Internet		S/. 400.00
Luz		S/. 500.00
Agua		S/ 30.00
Total inversión inicial		

Fuente: Elaboración propia

Capital de Trabajo

Tabla 10. Capital de trabajo

Estructura del financiamiento	%	S/.
Aporte propio	60%	S/. 88,449.00
Financiamiento Banco BBVA	40%	S/. 58,966.00

Fuente: Elaboración propia

La inversión inicial de nuestro proyecto asciende a los S/. 147,415.00 nuevos soles, de ese total el 60% va a correr por cuenta de los socios y la diferencia va a financiarnos el banco BBVA que nos cobrará una tasa de interés anual del 11% por el monto de S/. 58,966.00.

Análisis de Costos: Determinar los Costos del Negocio

Tabla 11. Costos del negocio

Servicios	Mensual
Fibra óptica	S/. 400.00
Agua	S/. 30.00
Luz	S/. 500.00
Alquiler del local	S/. 3,000.00
Pago Adm.	S/. 5,000.00
Total	S/. 8,930.00

Fuente: Elaboración propia Tabla

Tabla 12. Costos de máquinas

Equipos	Cantidad	Precio	Valor total
CPU	32	S/. 2,300.00	S/. 73,600.00
Monitor 23.8' MSI OPTIX G242P IPS FHD 144HZ 1ms	32	S/. 604.50	S/. 19,344.00
Teclado gaming HYPERX Alloy Fps pro cherry mx blue	32	S/. 100.00	S/. 3,200.00
Mouse gaming Wireless HYPERX pulsfire dart rgb 16	35	S/. 80.00	S/. 2,560.00
Pad mouse gaming HyperX Fury s large	32	S/. 20.50	S/. 656.00
Silla gaming HyperX prime Pu	32	S/. 380.00	S/. 12,160.00
Total			S/. 111,520.00

Fuente: Elaboración propia

Análisis Financiero *Balance General***Tabla 13. Balance general**

Activo Corriente	S/. 147,415.00		S/. 58,966.00
Efectivo	S/. 88,449.00	Pasivo Corriente	
Cajas o bancos	S/. 58,966.00	Cuentas por Pagar	S/. 58,966.00
		Patrimonio	S/. 88,499.00
		Capital	S/. 88,499.00
Total Activo	S/. 147,415.00	Pasivo + Patrimonio	S/. 147,415.00

Fuente: Elaboración propia

Estado de Ganancias y Perdidas

Tabla 14. Estado de Ganancias y Pérdidas.

Detalle	2022	2023	2024	2025
Ingresos	S/. 130,040.00	S/. 140,400.00	S/. 149,760.00	S/. 159,120.00
Costos Fijos	S/. 3,930.00	S/. 3,930.00	S/. 5,130.00	S/. 6,150.00
Utilidad Bruta	S/. 126,110.00	S/. 136,470.00	S/. 144,630.00	S/. 152,970.00
Publicidad y Marketing	S/. 1,500.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,500.00
Gastos Administrativos	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00
Depreciación	S/. 22,803.20	S/. 23,033.20	S/. 25,495.00	S/. 25,495.00
Utilidad Operativa	S/. 98,306.80	S/. 108,436.80	S/. 114,135.00	S/. 102,970.00
Otros Ingresos				
Utilidad Antes de Interés e Impuestos	S/. 98,306.80	S/. 108,436.80	S/. 114,135.00	S/. 102,970.00
Gastos Financieros	S/. 22,992.00	S/. 22,992.00	S/. 19,468.26	S/. 0.00
Utilidad Antes Impuestos	S/. 75,314.80	S/. 85,444.80	S/. 94,666.74	S/. 102,970.00
Impuesto (10%)	S/. 7,531.48	S/. 8,544.48	S/. 9,466.67	S/. 10,297.00
Utilidad Neta	S/. 67,783.32	S/. 76,900.32	S/. 85,200.07	S/. 92,673.00

Fuente: Elaboración Propia

Ratios Financieros

Ratios Financieros de Endeudamiento: Pasivo

Corriente/Patrimonio: S/.58,966.00 / S/. 88,449.00 = 1.60%

Margen Neto: Utilidad

Neta/Ingresos: S/.67,783.32 / S/. 130,040.00

Plan Financiero

Presupuesto Operativo

Tabla 15. Presupuesto operativo

Año	1	2	3	4	5
Ingresos	S/. 130,040.00	S/.140,400.00	S/. 149,760.00	S/. 159,120.00	S/. 168,480.00

Fuente: Elaboración propia Tabla

Tabla 16. Presupuesto

Servicios	Cantidad	Total
Pc	30	S/. 135,000.00
Máquinas arcade	10	S/. 5,800.00
Total	50	S/. 140,800.00

Fuente: Elaboración propia

Figura 44. VAN

VALOR ACTUAL NETO	$VAN = -I_0 + \frac{F_1}{(1+i)} + \frac{F_2}{(1+i)^2} + \frac{F_3}{(1+i)^3} + \dots + \frac{F_{12}}{(1+i)^{12}}$	
	CAPITAL INICIAL	S/. 312,466.00
2da opción	TIENDA DE ROPA	
Rentabilidad		
$\frac{S/. 147,415.00}{(1+0.25)} + \frac{S/. 130,040.00}{(1+0.25)^2} + \frac{S/. 140,400.00}{(1+0.25)^3} + \frac{S/. 149,760.00}{(1+0.25)^4} + \frac{S/. 159,120.00}{(1+0.25)^5} + \frac{S/. 168,480.00}{(1+0.25)^5}$		
VAN= S/. 87255.42		

Fuente: Elaboración propia

El VAN nos ayuda a determinar si nuestro proyecto es viable o no, se trata de realizar un cálculo con la inversión inicial en este caso S/147,415.00 más los flujos que se van dando al transcurso de los años, hasta llegar al año 5. Buscamos una mejor opción para invertir nuestra inversión inicial, Tienda de ropa la cual nos da una rentabilidad de 25%, está reemplazaría el interés, y exigirá obtener un mejor ingreso en nuestro proyecto de Lan center.

Nuestro proyecto nos deja una ganancia del 25% adicional al resultado del VAN. El VAN en este caso es positivo, se acepta el proyecto.

Presupuesto Financiero

FINANCIAMIENTO

P= S/. 58,976.00 P= 11% TECEA

I= 11% annual TEM= 0.87%

N= 36 mensual

Tabla 17. Presupuesto financiero

Periodo	Amortización	Interes	Cuota	Saldo
0				S/. 58,966.00
1	S/. 1,400.98	S/. 515.04	S/. 1,916.03	S/. 57,565.02
2	S/. 1,413.22	S/. 502.81	S/. 1,916.03	S/. 56,151.80
3	S/. 1,425.56	S/. 490.46	S/. 1,916.03	S/. 54,726.24
4	S/. 1,438.01	S/. 478.01	S/. 1,916.03	S/. 53,288.23
5	S/. 1,450.57	S/. 465.45	S/. 1,916.03	S/. 51,837.65
6	S/. 1,463.24	S/. 452.78	S/. 1,916.03	S/. 50,374.41
7	S/. 1,476.03	S/. 440.00	S/. 1,916.03	S/. 48,898.38
8	S/. 1,488.92	S/. 427.11	S/. 1,916.03	S/. 47,409.46
9	S/. 1,501.92	S/. 414.10	S/. 1,916.03	S/. 45,907.54
11	S/. 1,528.27	S/. 387.75	S/. 1,916.03	S/. 42,864.23
12	S/. 1,541.62	S/. 374.40	S/. 1,916.03	S/. 41,322.60
13	S/. 1,555.09	S/. 360.94	S/. 1,916.03	S/. 39,767.51
14	S/. 1,568.67	S/. 347.35	S/. 1,916.03	S/. 38,198.84
15	S/. 1,582.37	S/. 333.65	S/. 1,916.03	S/. 36,616.47
16	S/. 1,596.20	S/. 319.83	S/. 1,916.03	S/. 35,020.27
17	S/. 1,610.14	S/. 305.89	S/. 1,916.03	S/. 33,410.14
18	S/. 1,624.20	S/. 291.82	S/. 1,916.03	S/. 31,785.93
19	S/. 1,638.39	S/. 277.64	S/. 1,916.03	S/. 30,147.55
20	S/. 1,652.70	S/. 263.33	S/. 1,916.03	S/. 28,494.85
21	S/. 1,667.13	S/. 248.89	S/. 1,916.03	S/. 26,827.71
22	S/. 1,681.70	S/. 234.33	S/. 1,916.03	S/. 25,146.02
23	S/. 1,696.38	S/. 219.64	S/. 1,916.03	S/. 23,449.63
24	S/. 1,711.20	S/. 204.82	S/. 1,916.03	S/. 21,738.43
25	S/. 1,726.15	S/. 189.88	S/. 1,916.03	S/. 20,012.28
26	S/. 1,741.23	S/. 174.80	S/. 1,916.03	S/. 18,271.06
27	S/. 1,756.43	S/. 159.59	S/. 1,916.03	S/. 16,514.62
28	S/. 1,771.78	S/. 144.25	S/. 1,916.03	S/. 14,742.84
29	S/. 1,787.25	S/. 128.77	S/. 1,916.03	S/. 12,955.59
30	S/. 1,802.86	S/. 113.16	S/. 1,916.03	S/. 11,152.73
31	S/. 1,818.61	S/. 97.41	S/. 1,916.03	S/. 9,334.12

32	S/. 1,834.50	S/. 81.53	S/. 1,916.03	S/. 7,499.62
33	S/. 1,850.52	S/. 65.51	S/. 1,916.03	S/. 5,649.10
34	S/. 1,866.68	S/. 49.34	S/. 1,916.03	S/. 3,782.42
35	S/. 1,882.99	S/. 33.04	S/. 1,916.03	S/. 1,899.43
36	S/. 1,899.43	S/. 16.59	S/. 1,916.03	S/. 0.00
	S/. 58,966.00	S/. 10,010.90	S/. 68,976.90	S/.

Fuente: Elaboración propia

Evaluación Financiera Flujo de Caja Projectado

Tabla 18. Flujo de Caja Projectado.

	2022	2023	2024	2025	2026
Detalle de Ingresos					
Ingresos por Ventas	S/. 130,040.00	S/. 140,400.00	S/. 149,760.00	S/. 159,120.00	S/. 168,480.00
Otros Ingresos	S/. 0.00				
Total Ingresos	S/. 109,200.00	S/. 140,400.00	S/. 149,760.00	S/. 159,120.00	S/. 168,480.00
Detalle de Egresos					
Costos Fijos	S/. 47,160.00	S/. 47,160.00	S/. 61,560.00	S/. 73,860.00	S/. 90,660.00
Gastos Administrativos	S/. 60,000.00				
Total Egresos	S/. 107,160.00	S/. 107,160.00	S/. 121,560.00	S/. 133,860.00	S/. 150,660.00
Util. Ant de Imp.	S/. 2,040.00	S/. 33,240.00	S/. 28,200.00	S/. 25,260.00	S/. 17,820.00
Impuesto 10%	S/. 204.00	S/. 3,324.00	S/. 2,820.00	S/. 2,526.00	S/. 1,782.00
Utilidad Neta	S/. 1,836.00	S/. 29,916.00	S/. 25,380.00	S/. 22,734.00	S/. 16,038.00
Depreciación	S/. 22,803.20	S/. 23,033.20	S/. 25,495.00	S/. 45,414.10	S/. 49,314.10
Flujo Operativo	S/. 24,639.20	S/. 52,949.20	S/. 50,875.00	S/. 68,148.10	S/. 65,352.10
Inversión activo	S/. 147,415.00				

Tang e Intag						
Capital de Trabajo	S/. 8,930.00					
Recuperación de cap. de Trabajo						

Flujo Económico	S/. 156,345.00	S/. 24,639.20	S/. 52,949.20	S/. 50,875.00	S/. 68,148.10	S/. 65,352.10
Préstamo	S/. 124,986.40					
Amortización		S/. 37,397.56	S/. 41,511.30	S/. 46,077.54	S/. 0.00	S/. 0.00
G. Financieros		S/. 11,337.72	S/. 7,223.99	S/. 5,657.75		
Flujo de Caja Financiero	S/. 31,358.60	S/. 73,374.48	S/. 101,684.49	S/. 102,610.29	S/. 68,148.10	S/. 65,352.10

Fuente: Elaboración propia

Análisis de Sensibilidad

Tabla 19. Análisis de Sensibilidad.

		2022	2023	2024	2025	2026
Detalle de Ingresos						
Ingresos por Ventas		S/. 117,036.00	S/. 126,360.00	S/. 134,784.00	S/. 143,208.00	S/. 151,632.00
Otros Ingresos		S/. 0.00				
Total Ingresos		S/. 109,200.00	S/. 126,360.00	S/. 134,784.00	S/. 143,208.00	S/. 151,632.00
Detalle de Egresos						
Costos Fijos		S/. 47,160.00	S/. 47,160.00	S/. 61,560.00	S/. 73,860.00	S/. 90,660.00
Gastos Administrativos		S/. 60,000.00				
Total Egresos		S/. 107,160.00	S/. 107,160.00	S/. 121,560.00	S/. 133,860.00	S/. 150,660.00
Util. Ant de Imp.		S/. 2,040.00	S/. 19,200.00	S/. 13,224.00	S/. 9,348.00	S/. 972.00
Impuesto 10%		S/. 204.00	S/. 1,920.00	S/. 1,322.40	S/. 934.80	S/. 97.20
Utilidad Neta		S/. 1,836.00	S/. 17,280.00	S/. 11,901.60	S/. 8,413.20	S/. 874.80
Depreciación		S/. 22,803.20	S/. 23,033.20	S/. 25,495.00	S/. 45,414.10	S/. 49,314.10
Flujo Operativo		S/. 24,639.20	S/. 40,313.20	S/. 37,396.60	S/. 53,827.30	S/. 50,188.90
Inversión activo Tang eIntag	S/. 147,415.00					
Capital de	S/. 8,930.00					

Trabajo						
Recuperación de cap. de Trabajo						
Flujo Económico	S/. 156,345.00	S/. 24,639.20	S/. 40,313.20	S/. 37,396.60	S/. 53,827.30	S/. 50,188.90
Préstamo	S/. 124,986.40					
Amortización		S/. 37,397.56	S/. 41,511.30	S/. 46,077.54	S/. 0.00	S/. 0.00
G. Financieros		S/. 11,337.72	S/. 7,223.99	S/. 5,657.75		
Flujo de Caja Financiero	S/. 31,358.60	S/. 73,374.48	S/. 89,048.49	S/. 89,131.89	S/. 53,827.30	S/. 50,188.90

Fuente: Elaboración propia

En el análisis de sensibilidad lo que hemos hecho ha sido de ver cómo afectaría a nuestro proyecto si quitamos un 10% de los ingresos por venta ya aumentamos un 10% los costos fijos, colocando estos datos el negocio aún puede seguir adelante en los siguientes años.

Definición de los Indicadores de Desempeño

Eficiencia de proveedor: Evaluaremos cual es la eficiencia del proveedor para así poder tener un margen claro de lo que nos ofrece y si cumple con nuestros tiempos. Esto lo haremos a lo largo de los meses, en cuanto tiempo se demora el proveedor en mandar los productos al negocio

Servicio: Tener un control del número de clientes que visita nuestras instalaciones y adquiere nuestros servicios para medir la satisfacción estas mismos, es importante ya que tenemos claro el servicio que ofrecemos, pero no si el cliente esta conforme con lo que se brinda o tiene otras expectativas

Redes sociales: Mediremos el número de personas que visitan nuestras páginas e interactúan en ellas, esto através de los datos arrojados de las mismas redes sociales.

Personal: Evaluaremos el desempeño del personal, tomando en cuenta medidas que nos ayude a mejorar comocapacitaciones, charlas, entre otros.

Conclusiones

- En el transcurso de nuestro proyecto se ve reflejado el gran crecimiento de la industria de los videojuegos.
- En conclusión, nuestra empresa se encuentra en una zona muy transcurrida por los transeúntes de condición socioeconómica A y B, como también nuestros clientes potenciales provienen de distritos muy cerca de la zona.
- La mayoría de estos prefieren jugar en una Pc gamer por su alto rendimiento, calidad, fluidez de internet, comodidad, entre otros.
- El negocio cuenta con aporte propio en un 60% y un financiamiento del 40% por parte de una entidad financiera.
- Según nuestros estudios se demuestra que nuestro negocio es rentable ya que el VAN es mayor a cero.
- Brindamos entretenimiento, buen servicio, comodidad y buscamos que nuestros clientes se sientan satisfechos al momento de adquirir nuestro servicio.

Recomendaciones

- Siempre se debe tomar en cuenta las encuestas, cuestionarios aportes de nuestros posibles clientes, ya que ellos serán el eje principal del negocio.
- Es de vital importancia nunca dejar al último nuestras deudas financieras, ser cumplidos y de ser posible amortizar cuotas para que los intereses o el plazo reduzca de una manera considerable.
- Debemos de maximizar las ventas para llegar a una rentabilidad superior a la esperada.

Referencias Bibliográficas

Comercio, E. (10 de diciembre de 2014). El 28% de egresados de secundaria quiere estudiar carreras creativas, segmento con alto potencial, según Toulouse Lautrec. *La industria de videojuegos es tres veces la del cine*, págs. <https://elcomercio.pe/economia/negocios/industria-videojuegos-tres-veces-cine-312080-noticia/>.

Gestión. (11 de noviembre de 2021). Las plataformas móviles son especialmente relevantes para las mujeres, siendo el smartphone el compañero gamer preferido, detalló el informe de Havas Group. *Gamers en Perú: el 69% de la población consume videojuegos, según estudio*, págs. <https://gestion.pe/tendencias/gamers-en-peru-crece-exponencialmente-el-consumo-de-videojuegos-este-ano-nndc-noticia/>.

Anexos

Documento 1 – Solicitud Registro de Marca de Servicio

PERU		Presidencia del Consejo de Ministros		INDECOPI	
DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS					
SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA DE PRODUCTO / SERVICIO Y/O MULTICLASE					
1. DATOS DEL SOLICITANTE <input type="checkbox"/> N° de Solicitantes (En caso de ser más de 1 solicitante tener el anexo A por cada solicitante adicional)					
<input type="checkbox"/> PERSONA NATURAL <input checked="" type="checkbox"/> PERSONA JURÍDICA					
Tipo de empresa (*) (marcar la correspondiente): <input type="checkbox"/> Micro <input type="checkbox"/> Pequeña <input type="checkbox"/> Mediana <input type="checkbox"/> Otra:					
Nombre o Denominación / Razón Social (confirme aparece en su documento de identidad o de constitución): Centro de entretenimiento gamer SAC					
Nacionalidad / País de Constitución: Documento de Identidad (marcar y llenar según correspondiente): Peruano - Perú <input checked="" type="checkbox"/> DNI <input checked="" type="checkbox"/> X.C.E. <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> / Persona Jurídica RUC <input type="checkbox"/>					
Representante Legal (Llenar o diligenciar en caso de ser Persona Jurídica): FLORES MANRIQUE BRISA					
Domicilio para envío de notificaciones en el Perú:					
Dirección: MAQUEZ DE MANCERA #282					
Distrito: PISCO Provincia: PISCO Departamento: ICA					
Referencias de domicilio: Acbr plaza de armas					
En caso de contar con el servicio de correo electrónico, indicar el número de usuario de cuenta (previa suscripción de contrato en www.indecopi.gob.pe)					
Número de teléfono fijo y/o celular: 094870756					
De llenar este campo, todas las notificaciones serán enviadas a este correo.					
2. INFORMACIÓN REFERENTE AL PODER DE REPRESENTACIÓN (marcar la opción de corresponder): (De tener el solicitante un documento de poder privado, se considerará como corroboración del poderante o señalado en el encabezado del documento de poder; en caso de tener una partida registral, se tomará la denominación que consta en dicha partida)					
<input type="checkbox"/> Se adjunta documentación que acredita representación. <input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación ha sido presentada en el expediente N°: _____ (Este expediente no debe tener una antigüedad mayor de 05 años, conforme a lo establecido en el artículo 40 de la Ley N° 29444) <input type="checkbox"/> Bajo declaración jurada informo que la facultad de representación se encuentra inscrita ante Sunarp, en la Partida registral N° _____ Asiento N° _____					
3. PAGO DE TASA ADMINISTRATIVA (No llenar si adjunta voucher)					
N° de comprobante: _____ Fecha de pago: _____					
4. PRIORIDAD EXTRANJERA (marcar la opción de corresponder):					
<input type="checkbox"/> Marcar este recuadro si reivindica Prioridad Extranjera (Llenar ANEXO C)					
5. INTERÉS REAL PARA OPOSICIÓN ANÓNIMA (Llenar sólo de ser el caso):					
5.1 Esta solicitud se presenta para acreditar el interés real de la opción formulada en el(los) Expediente(s) N°: 5.2 Clases:					
(*) De acuerdo con el O.S. 015-2013-PRODUCE, será considerada como micro empresa, aquella que tenga ventas anuales no mayor a las 100 U.T.; pequeña empresa, aquella que tenga ventas anuales no mayor a las 150 U.T.; y mayor a las 1700 U.T. y mediana empresa, aquella que tenga ventas anuales no mayor a las 1700 U.T. y mayor a las 2300 U.T.					
INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA CONSUMIDORA Y DE LA PROTECCIÓN DE LAS EMPRESAS REGISTRADAS Calle De la Prusa 104, San Andrés, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 Email: atencionalcliente@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe					
F:\MAN-0303					

Anexo 2

Documento 2 – Declaración Jurada para el Licenciamiento de Funcionamiento

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SURQUILLO
FORMATO DE DECLARACIÓN JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO
027-07-2019- Ley Marco de Organización del Poder Ejecutivo

V. DECLARACIÓN JURADA

DECLARANTE CORRESPONDIENTE MANEJO DE:

Cuento con poder suficiente agente para actuar como representante legal de la persona jurídica o titular del establecimiento que se declara para el ejercicio de la actividad que se solicita y para el cumplimiento de las obligaciones que se derivan de la misma.

El establecimiento cumple con los requisitos de seguridad en el funcionamiento y capacidad técnica que exige la ley, de conformidad con la legislación actual.

El establecimiento cumple con los requisitos de saneamiento, de acuerdo con la legislación.

Cuento con el seguro de accidentes y/o, y habilitado por el órgano profesional correspondiente en el caso de ser un representante con licencia.

Cuento con el seguro de accidentes y/o, y habilitado por el órgano profesional correspondiente en el caso de ser un representante con licencia.

Tengo conocimiento de que la presente declaración jurada y documentación adjunta a la solicitud de licencia de funcionamiento, contiene información verídica, verdadera y fehaciente, y que no he sido sancionado por haber proporcionado información, documentos, formas o declaraciones que no corresponden a la verdad, de acuerdo con la legislación aplicable y para el cumplimiento de las obligaciones que se derivan de la misma.

Las datos que proporciono en esta declaración jurada, son verídicos, que no he sido sancionado por haber proporcionado información que no corresponde a la verdad, de acuerdo con la legislación aplicable y para el cumplimiento de las obligaciones que se derivan de la misma.

Conforme al Decreto Ley N° 27114 - Ley de Funcionamiento del Poder Ejecutivo, emitido por el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Presidencia del Consejo de Ministros, y conforme a la legislación aplicable y para el cumplimiento de las obligaciones que se derivan de la misma, para lo cual.

El local cuenta con las condiciones físicas y estructurales adecuadas para desarrollar el giro solicitado, de acuerdo a la Ley Marco de Organización del Poder Ejecutivo y el Reglamento Nacional de Edificaciones (R.N.E.).

Declaración de conformidad del solicitante:

Fecha:

[Firma manuscrita]
Firma del representante legal autorizado

DNI: 72953219
Nombre y Apellido: **ROSA MARÍA BAISA**

VI. CALIFICACIÓN DE RIESGO (Puede ser favorable o no favorable de acuerdo a la municipalidad):

Riesgo bajo Riesgo medio Riesgo alto Riesgo muy alto

Firma del funcionario municipal:

Nombre y Apellido:

* Esta información debe ser favorable al representante de la municipalidad.

INSTRUCCIONES PARA EL USUARIO

Sección I: Marcar con una "X" en la casilla según el resultado de la ficha que adjunta, en caso de ser favorable puede marcar más de una alternativa. De haber marcado "Cuentos de información o datos verídicos de la persona jurídica o titular del establecimiento" debe marcar también la casilla de "Licencia de Funcionamiento", solo marcar una sola casilla de la casilla de conformidad con los requisitos de funcionamiento y el seguro y en caso de marcar alguna de las actividades comerciales y actividades económicas por el Ministerio de la Producción mediante Decreto Supremo N° 011-2017-PR/GOUCO, se debe marcar también la casilla de "Formato de Declaración Jurada para obtener el documento de actividades comerciales y actividades económicas de funcionamiento".

Sección II: En caso de persona natural, completar los datos personales de la persona que declara. En caso de persona jurídica, completar el nombre y domicilio de la P.U.E.

Sección III: En caso de representante legal persona natural, completar los datos del representante legal, número de partida electoral y número de inscripción en el Registro Nacional de Representantes de Personas Jurídicas (R.N.R.P.J.).

Sección IV: Completar los datos del establecimiento, en caso de actividad de desarrollo y/o prestación de servicios comerciales en "Código CNAE" y "Código" son compatibles con el departamento de la municipalidad.

Para declarar actividades que, conforme al D.L. N° 288 (2014) PSE, requieren autorización sectorial para el desarrollo de la licencia de funcionamiento, completar los datos de la autorización sectorial.

Completar el área para la que solicita la licencia de funcionamiento.

Completar en el rubro la actividad que se solicita.

Sección V: De responder "menor riesgo".

Sección VI: Completar la casilla de "Riesgo" de acuerdo a la municipalidad.

Página 2 de 2

Anexo 3

Formato Declaración jurada para Licencia de Funcionamiento

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SURQUILLO
FORMATO DE DECLARACIÓN JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO
 Ley N° 26771 - Ley Marco de Licencia de Funcionamiento y Modificación

N° DE RECIBO DE PAGO: _____ ADJUNTAR A EXPEDIENTE N° _____

VER INSTRUCCIONES DE LLENADO (Página 2)

I. MODALIDAD DEL TRÁMITE QUE SOLICITA (marcar más de una alternativa si corresponde)

<input checked="" type="checkbox"/> Determinada <input type="checkbox"/> General <input type="checkbox"/> Cambio para mercados de abasto, ferreterías, comercios y centros comerciales <input type="checkbox"/> Cambio para comercio <input type="checkbox"/> Ampliación o cambio de giro <input type="checkbox"/> Modificación de área <input type="checkbox"/> Cambio de licencia de funcionamiento <input checked="" type="checkbox"/> Cambio de funcionamiento, más autorización de actividad subsidiaria	<input type="checkbox"/> Modificación de curso de todo tipo de licencia de funcionamiento <input type="checkbox"/> Cambio de razón social <input type="checkbox"/> Cambio de denominación o nombre comercial de la persona jurídica (solo centros comerciales I, II y III) N° de licencia de funcionamiento: _____ NUEVA denominación o nombre comercial: _____ <input type="checkbox"/> Caso de actividad (solo centros comerciales I, II y III) N° de licencia de funcionamiento: _____
---	---

II. DATOS DEL SOLICITANTE

Apellido y nombre: **Flores Marriague Barisa** Centro de entretenimiento Correo electrónico: **brisa_fm1314@gmail.com**

DNI/CE: **7 275 7 21 9** Teléfono: **9944870750**

III. DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO

Apellido y nombre: **Flores Marriague Barisa**

DNI/CE: **4 66 2 9 9 2 9** N° de partida electoral y código de registro SUJAP (de corresponder): _____

IV. DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

Actividad: **6 207** Otros: **Difus. Servicios tecnológicos**
LAN CENTER **Servicios Alquiler de computadores**

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

V. DATOS DEL ESTABLECIMIENTO (continuación)

Entidad que otorga el título: _____ Autorización de funcionamiento: _____ Fecha de autorización: _____ Número de autorización: _____

Área de gestión (m²): _____ Círculo de abastecimiento: _____

Página 1 de 2

Anexo 4

Solicitud reserva de nombre de persona jurídica

sunarp ANEXO 1: FORMULARIO

SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA

SEÑOR REGISTRADOR DEL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS:
Yo, BRENDA FLORES MAURICIO identificado con:
DNI RUC CE OTROS _____ N° 72757219
en mi calidad de (titular socio abogado notario representante domiciliado en
Manabaz de Mampari #282 distrito de Pisco Provincia de
Pisco ante Ud. con el debido respeto me presento y digo:

SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA para:
Constitución Modificación de Estatuto

Podrá indicar hasta 03 nombres y de forma opcional sus correspondientes abreviaturas tratándose de denominaciones.¹
Sólo se concederá la reserva de un nombre (completo o abreviado) de forma excluyente.

NOMBRE COMPLETO DE LA PERSONA JURÍDICA OBLIGATORIO	NOMBRE ABREVIADO DE LA PERSONA JURÍDICA OPCIONAL
1. <u>Centro de entrenamiento examen</u>	1. <u>COM. COMEN SAC</u>
2. _____	2. _____
3. _____	3. _____

TIPO DE PERSONA JURÍDICA: (Marque una opción)
 S.A. ASOCIACIÓN S.R.L. COMITÉ S. CIVIL
 S.A.C. E.I.R.L. COOPERATIVA OSB
 OTROS (precisar el tipo de persona jurídica) _____

NOMBRE (S) Y APELLIDOS DE TODOS LOS INTEGRANTES DE LA PERSONA JURÍDICA EN CONSTITUCIÓN O NOMBRE DE LA PERSONA JURÍDICA CONSTITUIDA EN CASO DE MODIFICACIÓN DE ESTATUTOS O NOMBRE DE LAS PERSONAS AUTORIZADAS PARA LA FORMALIZACIÓN (letra imprenta):

Lima, 17 de agosto del 2022
[Firma]
 Firma del Solicitante

¹ También podrá solicitar la reserva de nombre ingresando a la página web www.sunarp.gob.pe, servicio en línea, donde podrá indicar hasta cinco (05) nombres y de forma opcional sus abreviaturas tratándose de denominaciones.

PERU REPUBLICA DEL PERU

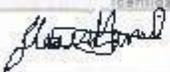
Anexo 5

Registro de marca de Servicio

6. DATOS RELATIVOS A LA MARCA A REGISTRAR

6.1. Tipo de Marca: <input type="checkbox"/> Denominativa (compuesta sólo por palabras y/o números) <input type="checkbox"/> Denominativa con grafía (compuesta por una o más palabras con un tipo de letra particular, con o sin color) <input checked="" type="checkbox"/> Mixta (combinación de palabras y elementos gráficos) <input type="checkbox"/> Tridimensional (constituida por envases u otras formas, vistas de todos sus ángulos) <input type="checkbox"/> Figurativa (compuesta sólo por una o más figuras, con o sin colores) <input type="checkbox"/> Otros: _____	6.2. En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA, escriba la denominación a solicitar: 	6.3. Reproducción del signo En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA CON GRAFÍA, MIXTA, FIGURATIVA O TRIDIMENSIONAL, insertar la reproducción de la marca. <small>Se sugiere enviar copia del signo registrado en formato digital en formato PDF a 300 dpi y pesos entre 1 a 2 gueses. Se considerarán los colores que se aparecen en la reproducción adjunta, salvo comunicación en contrario en cada expediente.</small>								
6.4. Precise si desea proteger el color o colores como parte de la Marca: SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> <small>(en caso de NO MARCAR alguna opción, y de contener el signo según color, se protegerán éstos conforme aparecen en la reproducción adjuntada)</small>										
6.5. LISTA DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS (De solicitar una marca multiclase, deberá pagar una tasa de tramitación por cada clase en la que solicita el registro. Asimismo, es responsabilidad del usuario la correcta inclusión de los productos y/o servicios en la solicitud y su posterior verificación en la Geosist electrónica del Indecopi)										
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Clase</th> <th>Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Niza en el buscador PERUANIZADO que se encuentra descrita en la página web del Indecopi)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>	Clase	Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Niza en el buscador PERUANIZADO que se encuentra descrita en la página web del Indecopi)								
Clase	Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Niza en el buscador PERUANIZADO que se encuentra descrita en la página web del Indecopi)									
De no ser suficiente el espacio anterior, indicar las clases, productos y/o servicios adicionales en el ANEXO B										

7. FIRMA DEL SOLICITANTE O DEL REPRESENTANTE, DE SER EL CASO

Firma <small>(conforme aparece en su documento de identidad)</small>	Nombre y/o calidad del firmante
	FLORES MANRIQUE JIRISA

IMPORTANTE: Toda información consignada en esta solicitud se considera cierta, en atención al Principio de presunción de veracidad reconocido en el Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, la misma que estará sujeta a fiscalización posterior.

EXAMEN DE FORMA: Dentro de los quince (15) días hábiles contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud, la Dirección verificará si la misma cumple con todos los requisitos previstos en los artículos 50 y 51 del Decreto Legislativo 1075. Si la solicitud contiene todos los requisitos, la Dirección emitirá el correspondiente orden de publicación.

PLAZO DEL PROCEDIMIENTO: 190 días hábiles contados desde el día siguiente de la presentación de la solicitud de registro.

En cumplimiento de lo dispuesto por la Ley N° 20733, Ley de protección de Datos Personales, le informamos que los datos personales que usted nos proporciona serán utilizados y/o tratados por el Indecopi (por sí mismo o a través de terceros), estricta y únicamente para administrar el sistema de promoción, registro y protección de derechos de propiedad intelectual (signos distintivos, invenciones y nuevas tecnologías, y derecho de autor) en sede administrativa, así como, de ser el caso, para las actividades vinculadas con el registro de usuarios del sistema de patentes, pudiendo ser incorporados en un banco de datos personales de titularidad del Indecopi.

Se informa que el Indecopi podrá compartir y/o usar y/o almacenar y/o transferir su información a terceras personas, estrictamente con el objetivo de realizar las actividades antes mencionadas.

Usted podrá ejercer, cuando corresponda, sus derechos de información, acceso, rectificación, cancelación y oposición de sus datos personales en cualquier momento, a través de las mesas de partes de las oficinas del Indecopi.