

HOUSE SERVICE (APLICATIVO - APP)

15%
Textos sospechosos



15% Similitudes
< 1% similitudes entre comillas
< 1% entre las fuentes mencionadas
0% Idiomas no reconocidos

Nombre del documento: HOUSE SERVICE (APLICATIVO -APP).docx
ID del documento: 6de36d2fa2ee90056621eebe331a0194f014e185
Tamaño del documento original: 2,95 MB
Autores: []

Depositante: IRELA JEANETTE PRETEL NAZARIO
Fecha de depósito: 4/9/2024
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 5/9/2024

Número de palabras: 11.624
Número de caracteres: 78.004

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes de similitudes

Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	tesis.usat.edu.pe http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/4266/1/TIB_SilvaCasanovaInes.pdf 16 fuentes similares	9%		Palabras idénticas: 9% (1093 palabras)
2	PROYECTO ENGUAN - TESIS.docx PROYECTO ENGUAN - TESIS #252ae2 El documento proviene de mi grupo 15 fuentes similares	9%		Palabras idénticas: 9% (1073 palabras)
3	repositorio.cientifica.edu.pe https://repositorio.cientifica.edu.pe/bitstream/20.500.12805/1670/1/TB-Araujo M-De Rivero E.pdf 14 fuentes similares	9%		Palabras idénticas: 9% (1034 palabras)
4	repositorio.zegel.edu.pe Plan de negocios para la creación de la empresa House ... https://repositorio.zegel.edu.pe/handle/20.500.13065/79?show=full 1 fuente similar	3%		Palabras idénticas: 3% (407 palabras)
5	repositorio.zegel.edu.pe https://repositorio.zegel.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13065/160/SAPIENS APP...pdf?sequence=3 2 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (77 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	Documento de otro usuario #dee54a El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (29 palabras)
2	Documento de otro usuario #1c18e5 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (20 palabras)
3	Documento de otro usuario #1cb494 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (24 palabras)
4	Documento de otro usuario #a77552 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (20 palabras)
5	repositorio.ulima.edu.pe https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/20.500.12724/3110/1/Gallo_León_Sergio.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (20 palabras)

Fuente ignorada Estas fuentes han sido retiradas del cálculo del porcentaje de similitud por el propietario del documento.

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	repositorio.zegel.edu.pe https://repositorio.zegel.edu.pe/bitstream/20.500.13065/79/1/442. HOUSE SERVICE.pdf	68%		Palabras idénticas: 68% (8394 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

1	https://www.facebook.com/House-Service-104863878415791
2	https://pl0303172.wixsite.com/appservicehouse
3	https://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview
4	https://elcomercio.pe/economia/peru/compras-por-internet-indecopi-prepara-proyecto-de-ley-que-aclarara-vacios-normativos-del-comercio-electronico-e-commerce-e...
5	https://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2016/02/spanish.pdf

Puntos de interés

□



repositorio.zegel.edu.pe

https://repositorio.zegel.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13065/160/SAPIENS_APP...pdf?sequence=3

ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA "ZEGEL IPAE"

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS



repositorio.zegel.edu.pe | Plan de negocios para la creación de la empresa House Service (Aplicativo - App) para servicios informáticos en la ciudad de Lima Metro...

<https://repositorio.zegel.edu.pe/handle/20.500.13065/79?show=full>

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA HOUSE SERVICE (APLICATIVO -APP) PARA SERVICIOS INFORMÁTICOS EN LA CIUDAD DE LIMA METROPOLITANA

Proyecto de innovación para optar el Grado Académico de Bachiller en Administración de Negocios presentado por:

ARICA BARRERA MELISSA

PL0303172

DIAZ VERAMENDI LUIS URBANOPL0601028

NIZAMA TARAZONA JanetPL0806108

LIMA, 2021

Dedicatoria

El presente trabajo esta dedicado a todas las personas que nos han apoyado y nos han dado su recomendación para mejorar.

RESUMEN EJECUTIVO



repositorio.zegel.edu.pe | Plan de negocios para la creación de la empresa House Service (Aplicativo - App) para servicios informáticos en la ciudad de Lima Metro...

<https://repositorio.zegel.edu.pe/handle/20.500.13065/79?show=full>

La presente idea de negocio se ha elaborado con el fin de resolver problemas como la pérdida de tiempo de los futuros clientes, también evitar que estos tengan que salir y tener contacto con terceras personas y se contagien de COVID 19.

Actualmente con el tema de la pandemia, la forma de pensar y actuar de las personas ha cambiado, por lo tanto, hemos detectado que ellos desean que los productos y servicios que soliciten a través de aplicativos lleguen por Delivery a la puerta de sus casas. Por ello, la necesidad de tener una APP por donde soliciten los servicios tecnológicos, sin salir de casa, es indispensable para evitar contagiarse del COVID 19 y a la vez solucionar los problemas de sus aparatos tecnológicos.

Nuestra idea de negocio busca solucionar los problemas de las personas que necesiten el servicio de reparación de equipos de cómputo o desarrollo de páginas web o aplicativos móviles, las cuales se encuentran actualmente inconformes con el servicio que se ofrece en el mercado.

Es a raíz de esta problemática que nace nuestra idea de negocio, la cual es desarrollar un aplicativo móvil o APP, el cual deberá ser descargado e instalado en el Smartphone por el cliente a través de las aplicaciones Play Store o APP Store, con la finalidad de que el usuario tenga un amplio registro de técnicos que le ayuden a solucionar su problema con su equipo informático y con un solo clic el cliente pueda dar conocer el problema, el día y hora que desea que lo visiten para que lo ayuden a solucionar su problema y el realizar el pago directamente en el aplicativo con total seguridad. Este aplicativo ofrecerá al cliente una interfaz interactiva y de fácil uso, privacidad y seguridad en los datos colocados y calidad seguridad y confianza con el personal que ingresa a su domicilio u oficina.

Nuestra idea de negocio va enfocada son hombres y mujeres entre 18 a 60 años que viven en la ciudad de Lima Metropolitana y



repositorio.zegel.edu.pe | Plan de negocios para la creación de la empresa House Service (Aplicativo - App) para servicios informáticos en la ciudad de Lima Metro...

<https://repositorio.zegel.edu.pe/handle/20.500.13065/79?show=full>

que se encuentran en el nivel socioeconómico A y B, además que cuente con un equipo informático o tengan en mente abrir un negocio y necesiten de la creación de una página web o un APP. y/o

precisen de otro tipo de servicio.

Nuestra idea de negocio generara ingresos a traves de los diversos servicio ofrecidos, con la cual se pretende medir la viabilidad del proyecto.

ÍNDICE GENERAL

Pág.

RESUMEN EJECUTIVO

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

- 1.1. Idea de negocio 9
- 1.2. Diagnóstico de la idea del negocio 9
- 1.3. Justificación del plan de negocio 9

CAPÍTULO II. DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO

- 2.1. Análisis del Microentorno 11
- 2.2. Análisis del Macroentorno 13

CAPÍTULO III. PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

- 3.1. Misión 17
- 3.2. Visión 17
- 3.3. Valores 17
- 3.4. Objetivos estratégicos generales 17
- 3.5. Matriz FODA 17
- 3.6. Estrategia genérica de Porter 19
- 3.7. Cronograma de actividades (diagrama de Gantt) 20

CAPÍTULO IV. ESTUDIO DE MERCADO

- 4.1. Oferta 21
- 4.2. Demanda 21

CAPÍTULO V. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

- 5.1. Mercado 33
- 5.2. Marketing Mix 34
 - 5.2.1. Producto 34
 - 5.2.2. Precio 36
 - 5.2.3. promoción 38
 - 5.2.4. Plaza 38
- 5.3. Formulación estratégica ANSOFF 39
- 5.4. Proyección de ventas 41

CAPÍTULO VI. PLAN TÉCNICO

- 6.1. Localización de la empresa 42
- 6.2. Tamaño del negocio 43
- 6.3. Necesidades 43
- 6.4. Costos (directos e indirectos) 44
- 6.5. Proceso de producción u operación (diagrama de flujo) 45
- 6.6. Certificaciones necesarias 46
- 6.7. Impacto del medio ambiente 47

CAPÍTULO VII. PLAN ORGANIZACIONAL, DE PERSONAL Y LEGAL

- 7.1. Constitución de la empresa 48
- 7.2. Obligaciones 48
- 7.3. Estructura organizacional 49
- 7.4. Descripción de funciones 49

CAPÍTULO VIII. PLAN ECONÓMICO - FINANCIERO

- 8.1. Inversiones (estructura) 51
- 8.2. Ingresos y egresos 52
- 8.3. Deuda 52
- 8.4. Flujo de caja 54
- 8.5. Evaluación económica y financiera (VAN y TIR) 55

CONCLUSIONES 55

RECOMENDACIONES 56

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 57

ANEXOS 58

□

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N.º 1. Población Geográfica de Lima 22

Tabla N.º 2. NSE de Lima 22

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1. Ganancias de APP	13
Gráfico N°2. Matriculas y Carreras	13
Gráfico N°3. Mercado móvil	15
Gráfico N°4. Lanzamiento de operadores	16
Gráfico N°5. Genero de Encuestados	25
Gráfico N°6. Edad Promedio de encuestados	26
Gráfico N°7. Distrito de Encuestados	26
Gráfico N°8. aceptación Servicio técnico	27
Gráfico N°9. Tipo de equipo tecnológico	27
Gráfico N°10. Cantidad de servicios solicitados	28
Gráfico N°11. Tipo de Servicios tecnológicos	28
Gráfico N°12. Interés de Servicios	29
Gráfico N°13. Interés del Aplicativo	29
Gráfico N°14. Precio del Aplicativo	30
Gráfico N°15. Precio De Diagnostico	30
Gráfico N°16. Precio Creación Pagina Web	31
Gráfico N°17. Precio Diagnostico de Red	31
Gráfico N°18. Servicios Del Aplicativo	32
Gráfico N°19. Atributos Del Servicio técnico	32

INTRODUCCIÓN

Se ha visto que en los últimos años la tendencia por realizar nuestras actividades de manera más rápida y a su vez se ha optado por adquirir servicios que minimicen los tiempos, es por ello que nace la idea de desarrollar un aplicativo móvil, porque es una herramienta muy útil en la actualidad, considerando que la coyuntura actual de la pandemia del COVID 19 ha obligado su uso con mayor frecuencia constante, porque las personas evitan salir, su forma de vivir cambio, ahora solicita todo por delivery porqué el tiempo no les alcanza. Además, que los trabajos remotos se incrementaron y los estudios son virtuales, por ello, los equipos informáticos están por más de 8 horas diarias encendidos esto ocasiona que se sobrecalientan, se vuelven más lentos o se malogran. Esto, ha ocasionado que el mercado digital sea un punto focal importante para nuevos negocios.

La presente idea de negocio busca llegar a las personas que necesitan solucionar de manera rápida el problema con su equipo tecnológico, ofreciéndole ideas innovadoras, profesionales capacitados en los diferentes temas y sobre todo calidad y seguridad en el servicio, con la finalidad de satisfacer a nuestro cliente y de esta manera obtener la rentabilidad deseada.

Por ello, la creación de un aplicativo para servicios informáticos en Lima Metropolitana es indispensable porque permitirá que las personas puedan solucionar sus problemas informáticos con el servicio de un técnico personalizado que le brinde mayor garantía, seguridad y con la APP que le otorgué protección de datos. Además, que ahorran tiempo, evitan salir y arriesgarse a contagiarse de COVID 19.

Este aplicativo llegara a través de la publicidad en redes sociales y de las recomendaciones por los usuarios, encontraras información detallada de los servicios y de los profesionales, podrás realizar los pagos en línea, coordinar la disponibilidad de horarios y finalmente mediremos el grado de satisfacción a través de una encuesta y la calificación de nuestros técnicos.

El presenta proyecto consta de 8 capítulos, en los cuales se encuentra definición del negocio, diagnóstico del plan de negocio, planeamientos estratégicos, estudio de mercado, plan de comercialización, plan técnico, plan organizacional, de personal y legal, plan económico y financiero de la idea del negocio y finalmente conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

Idea de negocio

Se presenta como idea de negocio un Aplicativo APP para servicios informáticos en la ciudad de Lima Metropolitana, facilitando la conexión que existirá entre el cliente y la empresa, ya que a través de esta aplicativo se puede encontrar una variedad de personal especializado en los servicios ofrecidos.

La manera de obtener nuestros ingresos seria a través de dos modalidades:

Mediante el cobro de una comisión por el servicio ofrecido, ya que de esta manera facilitaremos la vinculación de la oferta con la demanda.

Mediante el cobro a las empresas que deseen que sus anuncios se vean en nuestro APP.

La presente idea de negocio tendría los siguientes atributos:

Aplicativo gratuito para el usuario.

Se descarga directamente al celular y a otros aparatos móviles.

Su diseño es de fácil funcionabilidad. Para los consumidores, los principales beneficios de las aplicaciones son la comodidad, la seguridad y la confianza.

Sistema de búsqueda por calificaciones



Documento de otro usuario

El documento proviene de otro grupo

Diagnóstico de la idea de negocio

Nuestra idea de negocio

busca resolver los siguientes problemas:

Ahorrar tiempo en la búsqueda de un personal especializado.

Busca soluciones a problemas urgentes para el hogar, empresa y/o oficina

Ahorra tiempo a través del uso de tecnología, esto permitirá escoger los tipos de servicios.

Minimiza recursos económicos, ya que evitas ir a buscar al técnico de manera presencial o realizar diversas llamadas.

Búsquedas personalizadas de los proveedores.

Se podrá programar un horario flexible para los clientes.

Justificación del plan de negocio (análisis de la oportunidad) - canvas

Nuestra idea de negocio tiene como objetivo llegar a las personas que necesitan de nuestro servicio, con la finalidad de conocer los siguientes aspectos:

El mercado de servicios informáticos se viene incrementando a raíz de la nueva coyuntura ocasionada por la pandemia.

Existe una tendencia de las empresas en la mejora y uso de sistemas.

Hoy en día se presentan problemas urgentes con sus aparatos tecnológicos, debido a que las personas utilizan con más frecuencia, ocasionando que presente problemas de forma imprevista y ellos se enfrentan a servicios deshonestos, costos elevados y en ocasiones se sienten engañados por ofrecerles programas originales por piratas o crakeados.

Cliente a través de la app podrá agendar su cita y escoger el rango de horario para que el técnico pueda resolver el problema con su equipo informático.

A continuación, se desarrolla la herramienta CANVAS

CAPÍTULO II DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO

Análisis del microentorno (clientes, competidores, proveedores, intermediarios, productos sustitutos)

El Análisis Porter consiste en las cinco fuerzas, este modelo fue elaborado por Michael Porter en 1979, con respecto a este análisis el autor Soriano C. (1990) menciona "aporta una nueva visión para el análisis situacional de la competencia que existe dentro del sector que se está analizando" (p12)

El análisis de Porter describe 5 fuerzas que influyen en las estrategias competitivas de una empresa con la finalidad de lograr la rentabilidad a largo plazo en el mercado, o algún segmento de éste. A continuación se mencionan las 5 fuerzas, que resultan importantes para elaborar las estrategias que se ejecutaran en la idea de negocio:

Poder de negociación de los clientes o compradores

Internet ha facilitado el acceso a la información por parte del cliente, lo que conlleva al aumento del poder negociador del cliente, favoreciendo la disponibilidad de información necesaria al alcance del cliente a la hora de adquirir cualquier producto o servicio.

Por tanto, hoy en día gracias al uso de Internet, mediante el cual se tiene acceso de forma sencilla a información necesaria, muchas veces evita la inversión en formación y adquisición de un servicio.

Poder de negociación de los proveedores

El proveedor puede llegar hasta el cliente de forma directa gracias a la facilidad de los servicios de comunicación, gracias a esto los clientes tienen toda la información de los posibles proveedores del sector, lo que deriva en una disminución de la ventaja competitiva.

Por ser un APP, nuestro proveedores de servicios serán el desarrollador de la aplicación, ya que en nuestro caso nuestro servicio se ofrece a través de Smartphone, es por ello que nuestras principales compañías son Android por medio de Google Play y Apple por medio APP Store

Según reporte de Sensor Tower en el diario RPP (2020) menciona que,

Muestra un repunte interesante en las ganancias de Play Store de Google y el App Store de Apple. En el caso de la tienda de Android, las ganancias ascendieron a 10,300 millones de dólares - un incremento del 33.8% -. Si miramos el App Store, creció menos en porcentaje - 31% - pero ganó más dinero que Google - 19 mil millones de dólares en el último trimestre -

Gráfico N°01:

Ganancias de Play Store de Google y el App Store de Apple.

□

Fuente: <https://rpp.pe/tecnologia/apps/apps-mas-populares-2020-among-us-tiktok-coin-master-y-honor-of-kings-lideran-las-descargas-en-los-ultimos-tres-meses-app-store-play-store-noticia-1296212>

Amenaza de nuevos competidores entrantes

La posible amenaza de nuevos competidores puede darse por el atractivo actual del sector, ya que este mercado se viene incrementando a consecuencia de la globalización, y esta genera la migración de servicios y productos tecnológicos.

En la actualidad existen diversas compañías de telefonía móvil que ofrecen internet a los usuarios en sus Smartphone, creando la oportunidad a los usuarios de buscar información o temas de su interés desde algún aplicativo de su teléfono móvil.

Además como sabemos no existen barreras de ingreso, solo se tiene que cumplir los requerimientos estipulados por los entes encargados como son el caso OSIPTEL (Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones), SUNARP, IRTP (Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú), ONGEI, APESOFT (Asociación Peruana de Productores de Software) y MTC (Ministerio de Transporte y Comunicaciones).

Amenaza de productos sustitutos

Con respecto a la amenaza de productos sustitutos existe una fuerte relación con el poder de negociación con el cliente (usuario), de acuerdo a este análisis:

En la actualidad existen aplicativos para la compra y venta de equipos informáticos u otros productos tecnológicos como mercado libre, Lineo, entre otras.

En la actualidad no existe aplicaciones de la misma utilidad, debido a que nuestra aplicación propone la ubicación de un técnico para la realización del servicio de reparación de equipos informáticos o la creación o de mantenimiento web o APP.

A raíz de este análisis al no existir aplicaciones similares a nuestra idea de negocio, el usuario no podría encontrar otro competidor, solo que tenga algún conocido o recomendado con el que anteriormente le haya brindado el servicio.

Rivalidad entre los competidores

En el sector al cual nos dirigimos existe alta cantidad de competidores, debido a que se encuentran muchos profesionales del área de informática que tienen un negocio o que en su tiempo libre se dedican a la reparación de equipos informáticos o creación y mantenimiento de páginas web o APP.

Según informe estadístico de SUNEDU (2017) "las carreras por alumnos matriculados que ofrece las universidades en el caso de Ingeniería y Tecnología representa el 27.8%", como se muestra en el siguiente gráfico.


Gráfico N°02:
Porcentaje de matrículas

 **cdn.www.gob.pe**
https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1230044/Informe_Bienal.pdf

en educación superior universitaria según áreas del conocimiento y familias de carreras
2017

□

Fuente SUNEDU 2017

 **repositorio.zegel.edu.pe**
https://repositorio.zegel.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13065/160/SAPIENS_APP...pdf?sequence=3

Análisis del macroentorno (factores: económico, cultural y social, político, geográfico – demográfico y tecnológico)- fuentes secundarias

Factor económico:

Considerando la recesión que el país tiene debido al COVID 19, que miles de personas han quedado sin empleos, esto afecta la economía peruana. El Estado debe considerar realizar fuerte inversión pública en el ámbito de salud para realizar la compra de vacunas para poder vacunar a gran parte de la población. Esperemos que la empleabilidad del país pueda crecer en esta pandemia.

El Banco mundial (2020) sostiene que:

Considerando la profundidad de la recesión en el 2020, para el 2021 se espera un fuerte repunte, lo cual presupone una ejecución acelerada de la inversión pública y mejores condiciones internacionales a raíz de la implementación de una vacuna contra el COVID-19.

En conclusión, esperemos que esta situación mundial, no siga afectando la economía nacional porque lamentablemente nuestras autoridades no están preparadas, ya lo han demostrado, al otorgar cuarentenas focalizadas en todo el país, que por un lado es perfecto para cuidar a la población, pero por otro lado es un perjuicio para el sector laboral porque ocasionado que millones de personas estén desempleadas y aumente la informalidad.

Factor social

En la actualidad vivimos en un mundo globalizados, generando que el mercado se vuelva más exigente, cambiante y que siempre está en la búsqueda de realizar procesos que le reduzcan tiempo en sus actividades diarias.

Además, es importante señalar que el avance tecnológico se ha desarrollado a gran paso, las empresas han evolucionado su forma de atender al cliente haciendo uso de la tecnología y de esta forma minimizar tiempo de espera para el cliente y de esta manera agilizar su interacción ellos.

Considerando el tema de la pandemia, las personas han optado por no salir de casa y realizar trabajo remoto o emprender algún negocio, el comportamiento ha variado mucho, en la actualidad las Apps, son una herramienta excelente, para comprar productos y servicios, así se ahorran tiempo y no se arriesgan a contraer el COVID 19.

En conclusión, el Estado ha otorgado bonos para las personas más necesitadas, lamentablemente esa no es la solución a los problemas, la solución sería, acabar con este virus, algo que sabemos no podremos controlar, sino adaptarnos a la situación actual y convivir con el COVID 19, las ultimas noticias aseguran que vendrán más olas y con mayor mortalidad. Solo queda, esperar ser vacunados para tener la posibilidad de disminución de mortalidad.


Factor político

La seguridad virtual es importante ante tanta delincuencia, por ello, la dirección de protección del consumidor considera que es indispensable la seguridad de productos en una plataforma virtual porque existen muchos vacíos legales, esto quiere decir que el cliente puede arrepentirse de la compra o del servicio, en la actualidad el comercio electrónico no está del todo regulado.

De acuerdo al diario el comercio (octubre 2020):

 **www.indecopi.gob.pe** | El Indecopi prepara una propuesta normativa para el comercio electrónico con el fin de fortalecer la protección del consumidor digital - Nota...
[https://www.indecopi.gob.pe/en/-/el-indecopi-prepara-una-propuesta-normativa-para-el-comercio-electronico-con-el-fin-de-fortalecer-la-proteccion-del-consumidor-digital#:~:text=El Indecopi prepara una propuesta ...](https://www.indecopi.gob.pe/en/-/el-indecopi-prepara-una-propuesta-normativa-para-el-comercio-electronico-con-el-fin-de-fortalecer-la-proteccion-del-consumidor-digital#:~:text=El+Indecopi+prepara+una+propuesta+...)

Ello

 **elcomercio.pe** | Compras por Internet: Indecopi prepara proyecto de ley que aclarará 'vacíos normativos' del comercio electrónico | E-commerce | Envíos | Consumid...
<https://elcomercio.pe/economia/peru/compras-por-internet-indecopi-prepara-proyecto-de-ley-que-aclarara-vacios-normativos-del-comercio-electronico-e-commerce-envios-consumidores-noticia/>

en tanto la realidad ha demostrado que los consumidores no solo se encuentran expuestos a las prácticas comerciales que estas realizan, sino que también optan por adquirir un producto o contratar un servicio en función a la publicidad recibida por parte de estas, sometándose así a sus

 **www.indecopi.gob.pe** | El Indecopi prepara una propuesta normativa para el comercio electrónico con el fin de fortalecer la protección del consumidor digital - No...
[https://www.indecopi.gob.pe/en/-/el-indecopi-prepara-una-propuesta-normativa-para-el-comercio-electronico-con-el-fin-de-fortalecer-la-proteccion-del-consumidor-digital#:~:text=El Indecopi prepara una propue...](https://www.indecopi.gob.pe/en/-/el-indecopi-prepara-una-propuesta-normativa-para-el-comercio-electronico-con-el-fin-de-fortalecer-la-proteccion-del-consumidor-digital#:~:text=El+Indecopi+prepara+una+propue...)

condiciones.

Ley 27291 – Manifestación de Voluntad (2020)


Esta ley concedió la utilización de medios electrónicos para manifestar la voluntad en contratos digitales utilizando la firma electrónica en el Perú. Es decir, permite que tengas acuerdos con tus clientes a través de tu canal virtual (por ejemplo, página web) sin necesidad de firmar un acuerdo físico (en papel). Esto permite que puedas tener acuerdos con clientes de cualquier parte del Perú y del mundo, en tan solo un par de minutos.

En conclusión, sabemos que tenemos una regulación a medias referente a los medios electrónicos, se precisa de leyes que otorgue el Congreso y una regulación más estricta por parte del Ministerio de Transporte y Comunicaciones para evitar que los clientes sean estafados y que muchas empresas pierdan dinero por los hackers.

Factor tecnológico

Según el autor Morrison G. (2005) menciona que "la tecnología es la aplicación de herramientas y de información para construir cosas y solucionar problemas". (p336)

Según el informe del INE (2002), menciona que "según el informe sobre Comercio Electrónico y Desarrollo 2002, realizado por

 **news.un.org** | Las tecnologías digitales son una herramienta para ayudar a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible | Noticias ONU
<https://news.un.org/es/story/2023/05/1520892>

la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo

(UNCTAD) refleja un panorama alentador sobre como internet y las nuevas tecnologías pueden favorecer el desarrollo de las zonas menos favorecidas del planeta y contribuir a combatir las desigualdades y que es necesario una política activa de parte de los gobiernos para cerrar la brecha digital", según este informe nos presente la siguiente tabla.

Gráfico N° 03:
Distribución del mercado móvil según empresa y región (%)

□

Fuente Empresa operadora.

De acuerdo a información GSMA los operadores de redes móviles se han ido incrementando a lo largo de los años, esto debido a la economía de libre mercado que el Perú tiene actualmente, permitiendo que existe mayor oferta de estos servicios.

Gráfico N°04:
Cronograma de lanzamiento de los operadores de redes móviles

□

Fuente GSMA Inteligente.

Según el diario Gestión (2017), nos menciona,

Las aplicaciones móviles que facilitan los procesos de actividades de negocios han logrado un incremento de 63% en la productividad del personal de las empresas, 50% en la satisfacción del cliente y 13% en ventas, según estadísticas manejadas por Telefónica del Perú.

En cuanto a las empresas que gestionan pedidos, hay un 50% de reducción de costos en el proceso de facturación, al suprimir el trabajo manual y aumentar en 60% la productividad, al pasar de 15 a 20 pedidos en promedio por día por vendedor. Esto incluye la integración del proceso de venta con la emisión de facturas electrónicas.

Además, la tecnología digital ha originado que los celulares o Smartphone sean más rápidos, livianos, novedosos y cuentan con gran capacidad de almacenamiento, otorgándonos beneficios como:

Velocidad en la comunicación.

Almacenamiento de gran cantidad de información.

Oportunidad de aprendizaje.

Bajo costo

En conclusión, sabemos que el Estado es un pésimo administrador, por lo tanto, cada empresa debe asegurar su plataforma para evitar que sean vulnerables a los hackers y evitar conflicto con los clientes. Así, también se podrá asegurar las compras y ventas de productos y servicios.

CAPÍTULO III PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

Misión

Ofrecer de manera ágil y confiable soluciones a problemas informáticos de manera óptima mediante la utilización de una APP.

Visión

Posicionarnos dentro de 3 años como una empresa líder en el mercado de aplicación digital del servicio de reparación de equipos informáticos e implementación de páginas web o APP que satisfaga las necesidades del cliente.

Valores

Los valores que la empresa promueve en sus colaboradores son:

Respeto.

Honestidad

Integridad

Reconocimiento

Seguridad

Objetivos estratégicos generales

Nuestros objetivos generales serían:

Liderar en el mercado de aplicaciones digitales para servicios informáticos.

Contar con el mejor equipo de profesionales con experiencia y altamente capacitados en resolver problemas informáticos.

Obtener un adecuado nivel de rentabilidad que satisfaga las expectativas de los socios.

Buscar siempre la innovación y la seguridad en nuestros servicios.

Matriz FODA

A continuación se presentara la matriz FODA, el cual nos permitirá identificar las fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades identificadas en el análisis interno y externo

Fortalezas Debilidades

Registro amplio de técnicos en informática. Desarrollar un APP que te permita el uso de las tecnologías digitales. Compromiso con el cliente Seguridad y vigilancia Bajos precios Supervisar la calidad del servicio. Disponibilidad del APP para descargar en cualquier operador móvil. Falta de estrategias No contar con un reconocimiento de la marca Falta fortalecer el área de ventas. Equipo técnico que requiere mayor control.

Oportunidades Amenazas

Bajo costo Globalización en el uso de aplicaciones móviles. Existencia de gran cantidad de usuarios que hacen uso de teléfonos móviles. Incremento de los usuarios en realizar operaciones a través de un Smartphone. Desconfianza del cliente Altas y nuevas competencias Barreras de entradas en el mercado digital. Ataques informáticos.

FODA Cruzado

En base el análisis FODA, se ha podido determinar los objetivos estratégicos identificados a través de las fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades para la idea de negocio.

Fortalezas Debilidades

Registro amplio de técnicos en informática. Desarrollar un APP que te permita el uso de las tecnologías digitales. Compromiso con el cliente Seguridad y vigilancia Bajos precios Supervisar la calidad del servicio. Disponibilidad del APP para descargar en cualquier operador móvil. Falta de estrategias No contar con un reconocimiento de la marca Falta fortalecer el área de ventas. Equipo técnico que requiere mayor control.

Amenazas Estrategias FA Estrategias DA

Desconfianza del cliente Altas y nuevas competencias Barreras de entradas en el mercado digital. Ataques informáticos. F1, A1) Contar con un equipo calificado garantiza un servicio de calidad y garantiza la seguridad. F7, A4) Supervisar constantemente nuestro APP ante ataque informáticos A1, D3) Aprovechar el crecimiento del mercado para desarrollar planes que busquen fortalecer el área de ventas. A2, D1) Invertir en publicidad que cree confianza en el cliente.

Oportunidades Estrategias FO Estrategias DO

Bajo costo Globalización en el uso de aplicaciones móviles. Existencia de gran cantidad de usuarios que hacen uso de teléfonos móviles. Incremento de los usuarios en realizar operaciones a través de un Smartphone O2, F2) Ofrecer un APP de fácil uso. O3, F7) Realizar publicidad a través de redes sociales. D4, O3) Concretar alianzas estratégicas con el personal (técnicos). O3, D1) Realizar estrategias de comunicación según el perfil del cliente.

Estrategia genérica de Porter

Michael Porter propone tres estrategias que sirven de ayuda para el posicionamiento estratégico de la empresa, los cuales son los siguientes:

Liderazgo de costos globales:

Según el autor Ktler P & Keller K. (2006) nos menciona que "la empresa se esfuerza para obtener los costos de producción y distribución más bajas ya vender y así vender a precios más bajos que sus competidores y conseguir la mayor participación del mercado".

Por ello nuestra propuesta es un Aplicativo (app) para servicios informáticos en Lima Metropolitana que consiste en ahorrar costos de la siguiente manera:

Reducir los costos de publicidad.

Aprovechar las nuevas tecnologías.

Crear reducción de costos con los proveedores.

Estrategia de diferenciación:

Según el autor Ktler P & Keller K.(2006) nos menciona que,

La empresa se concentra en alcanzar resultados con base en alguna ventaja importante que valora la mayor parte del mercado. La empresa debe centrarse en aquellas fortalezas que contribuyan a la diferenciación. Así, la empresa que busca liderazgo en calidad, por ejemplo, debe fabricar productos con los mejores componentes, ensamblarlos profesionalmente, inspeccionarlo con cuidado y comunicar su calidad de forma eficaz.

La estrategia de diferencia implica que nuestro servicio sea diferente y atractivo a diferencia de sus competidores.

Tener la capacidad de ofrecer alta calidad.

Buscar la innovación

Fomentar una cultura de mejora continua.

Rapidez en la atención de los servicios

Atención personalizada del servicio

Concentración en un segmento

Según el autor Ktler P & Keller K.(2006) nos menciona que "la empresa se centra en uno o más segmentos estrechos del mercado, la empresa llega a conocer estos segmentos en profundidad y busca ser líder en costo o diferenciación dentro del segmento meta".

Es por ello que hemos centrado nuestro segmento en aquellas personas entre 18 años a 60 años que habitan en Lima metropolitana y que soliciten a través de la APP, servicios tecnológicos con rapidez, confianza y atención personalizada.

Para la idea de negocio la empresa utilizara como estrategia la diferenciación y el enfoque, ya que cuando una persona piense en adquirir los servicios técnicos de un especialista en informática tenga la oportunidad de una amplia variedad de alternativas, por lo que resulta atractivo para la prestación de este servicio a través de un aplicativo con estas estrategias se podrá manejar una cultura de mejora continua e innovación dentro de la organización, además en este tipo de estrategia es importante que la empresa busque nuevos procesos para poder llegar al cliente.

Cronograma de actividades (diagrama de Gantt)

Para la ejecución de la idea de negocio se ha colocado los pasos que se realizaran para la ejecución, en este cronograma se tendrá en cuenta todos los pasos que se deben realizar para poner en marcha nuestra idea de negocio, como a continuación se muestra:

Año 2022

Actividades Enero Febrero Marzo

Actividades S1 S2 S3 S4 S1 S2 S3 S4 S1 S2 S3 S4

Constitución de la Empresa

Adquisición de permisos y registros

Contratación de ingenieros especialistas en desarrollo de aplicativos (APP)

Implementación del negocio

Desarrollo del aplicativo

Evaluación y Registro de técnicos en servicios informáticos

Publicidad de la idea de negocio

Puesta en marcha de la idea de negocio

Captación de clientes

CAPÍTULO IV
ESTUDIO DE MERCADO

Oferta (qué ofrecen los competidores – directos y potenciales)

En el caso de oferta de APP hemos visto que existen muchas empresas que han creado sus tiendas a través de aplicativos, lo que ha cambiado la forma de hacer un negocio, en este tipo de negocio es importante la creatividad.

Otro punto importante en nuestra idea de negocio es la competencia por el espacio publicitario entre los proveedores de aplicaciones, ya que hemos visto que todos los aplicativos tienen espacios publicitarios, lo cual resulta costoso para las empresas nuevas, pero no necesariamente se generan las descargas necesarias en las tiendas Play Store de Google y el App Store de Apple.

Es una nueva oportunidad para las empresas el desarrollar sus tiendas a través de aplicaciones, los cuales se generan ingresos a través de ingresos publicitarios e ingresos por el servicio ofrecido, es por ello que podemos mencionar dos tipos de oferta:

Oferta Directa:

No se ha encontrado empresas que ofrezcan el mismo servicio a través de un APP, ofreciendo una cartera de proveedores que solo soluciónen problemas a equipos informáticos.

Oferta Indirecta:

Las empresas que se mencionaran a continuación ofrecen servicios similares, pero no realiza sus operaciones a través de una App solo a través de la web:

INFORDATA, empresa especializada en venta de productos tecnológicos y brinda servicio técnico, cuenta con personal experto, pero demoran 3 a 5 días en dar el diagnóstico y el equipo se queda internado un lapso de 10 días. Esta empresa sería una competencia directa en el caso del servicio técnico.

CORPORACIÓN REIMEX CONSOLIDADA SAC, es una empresa con más de 15 años en el Perú que se encarga de realizar reparación y mantenimiento de equipo de cómputo, instalación y configuración de software, diseño y mantenimiento de páginas web, soporte técnico a empresas, adquisición de licencia, venta de equipos informáticos, la atención es a través de su página web, vía telefónica o WhatsApp, en redes sociales como Facebook e Instagram.

ALERTA PC, es una empresa con más de 06 años, se encarga de brindar soporte técnico a empresas, venta de equipos informáticos, la atención esa través de su página web, por aplicativo, vía telefónica o WhatsApp, en redes sociales como Facebook e Instagram.



repositorio.zegel.edu.pe

https://repositorio.zegel.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13065/160/SAPIENS_APP...pdf?sequence=3

Demanda (investigación: objetivo, metodología, resultados, interpretación y proyección de la demanda)

El objetivo de la presente investigación es conocer las diferentes necesidades del posible cliente, pero siempre ofreciendo una interfaz intuitiva de fácil uso y que al usuario le ofrezca seguridad, privacidad y calidad.

La metodología que se implementará será a través de la investigación será cuantitativa y se realizará una encuesta que a continuación presentamos:

Tabla N°01:

Población del Área Geográfica del Distrito: Lima

P: Población según ciclo de vida P: Sexo

Hombre Mujer Total

Primera infancia (0 - 5 años) 9 551 9 228 18 779

Niñez (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) 27 658 30 123 57 781

Adultos/as (45 - 59 años) 23 410 26 224 49 634

Adultos/as mayores (60 y más años) 21 522 26 012 47 534

Total 129 630 138 722 268 352

Fuente: Censos Nacionales de Población y Vivienda 2017

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) - PERÚ

Tabla N°02:

Informe por persona NSE Lima

NSE Porcentaje

NSE AB 24.8%

NSE C 43.5%

NSE D 24.6%

NSE E 7.1%

TOTAL 100.0%

Fuente: APEIM 2020

De acuerdo a la información obtenida por INEI y APEIM se puede resumir de la siguiente manera con el objetivo de obtener nuestra muestra.

Hombres y mujeres residentes en el distrito de Lima Metropolitana de NSE A y B

Jóvenes (18 - 29 años) 53 184

Adultos/as jóvenes (30 - 44 años) 57 781

Adultos/as (45 - 59 años) 49 634

Total 160,599

NSE A y B 24.8%

Total 24.8%

$N = 160,599 \times 24.8\% = 39,828$

Utilizamos el dato obtenido para encontrar el tamaño de la muestra (n) aplicando la siguiente formula:

N = Tamaño de la población = 39,828

K = Nivel de confianza = 1.96

e = Error máximo = 5%

p = Probabilidad de éxito = 0.5

q = Probabilidad de fracaso = 0,5

Remplazando los datos en la fórmula:

$$n = \frac{(1.96^2) * 0.5 * 0.5 * 39,828}{((5\% \wedge 2 * (39,828 - 1)) + ((1.96 \wedge 2) * 0.5 * 0.5))}$$

n = 380 personas a encuestar

Cuestionario

Soy una estudiante que está realizando un estudio sobre el servicio técnico de equipos tecnológicos. Por lo que agradeceremos pueda responder las siguientes preguntas.

Recuerde que no hay respuestas correctas ni incorrectas puesto que nos interesa saber su opinión.

Muchas Gracias.

Datos de Control:

Sexo:

M

F

¿Cuál es su grupo de edad?

18-23

24-29

30-35

36-45

46-65

Distrito de residencia:

Lima Cercado

San Miguel

Callao

Pueblo libre

Otros

Pregunta filtro

1. ¿Acostumbra a llevar sus equipos tecnológicos al servicio técnico?

SI

No

Preguntas Generales

2. ¿Qué equipo informático posee?

laptop o PC

Impresora

Servicios de Redes

Instalación de cámaras

3. ¿Cada cuánto tiempo lleva sus equipos tecnológicos al servicio técnico?

Cada 6 meses

1 vez al año

Cada 2 años

Cada 3 años

Cada 4 años o más

4. ¿A qué lugar acostumbra a llevar sus equipos tecnológicos cuando presenta problemas?

Servicio técnico (mercado)

Algún amigo que sabe algo de servicio técnico

Empresa que brinda servicios técnicos

Un técnico recomendado

5. ¿Usted estaría interesado en utilizar un aplicativo instalado en su Smartphone que le permita comunicarse con técnicos que presten servicio de reparación de PC u otros servicios?

Si

No

6. ¿Estaría dispuesto a contratar los servicios de un técnico mediante un aplicativo que le solucione los problemas con sus aparatos informática u otros servicios a domicilio, brindándole garantía, calidad en el servicio, seguridad y confianza?

Si

No

7. ¿Pagaría usted en promedio por la creación de un APP?

De 0 a 300 soles

De 301 a 600 soles

De 601 a 900 soles

8. ¿Pagaría usted en promedio por un servicio de diagnóstico de PC en su hogar?

De 0 a 40 soles

De 41 a 80 soles

9. ¿Pagaría usted en promedio un por creación de una página web?

De 0 a 200 soles

De 201 a 400 soles

De 401 a 600 soles

10. ¿Pagaría usted en promedio un precio por diagnóstico de red?

De 0 a 10 soles

De 11 a 20 soles

De 21 a 30 soles

11. ¿Qué otros servicios le gustaría que le ofrezca el aplicativo móvil?

Diseño y desarrollo de APP

Diseño y desarrollo de sitios web.

Soporte en marketing digital.

Soporte técnico en el sitio web del cliente.

Otros

12. ¿Qué atributos considera que un servicio técnico debe ofrecer?

Buen diagnostico

Profesional experto

Rapidez

Garantía

Asesoramiento personalizado

Todas las anteriores

13. ¿Qué detesta del servicio técnico?

.....

RESULTADOS DE LA ENCUESTA:

Los resultados de la encuesta realizadas a 380 personas nos han permitido conocer la oportunidad de nuestra idea de negocio, a continuación, se detallará los resultados obtenidos:

Grafico N°05:

Genero de los encuestados

□

Interpretación:

Del total de personas encuestadas 58.10% han sido mujeres.

Grafico N°06:

Edad promedio de los encuestados

□

Interpretación:

Del total de personas encuestadas el promedio de edad que con mayor representación fue el rango de 36 a 65 años.

Grafico N°07:

Distrito de los encuestados

□

Interpretación:

Del total de encuestados, el mayor porcentaje de personas se ubica en el centro de Lima y el Callao, el cual nos permite segmentar nuestro mercado.

Grafico N°08:

Llevar sus equipos tecnológicos al servicio técnico

□

Interpretación:

Del total de encuestados, el 60.70% nos indicó que cuando su equipo tecnológico presenta fallas lo lleva a reparar a un servicio técnico y el resto de encuestados nos indicó que no, ya que ellos mismo lo tratan de reparar ya que tiene algún tipo de conocimiento sobre el tema. Esta pregunta ha sido elaborada con el objetivo de filtrar nuestro mercado objetivo.

Grafico N°09:

Equipo informático que posee

□

Interpretación:

Del 60.70% de personas que sería nuestro público objetivo nos indicaron que el 51.00% nos indicaron que poseen laptop o PC, ya que este equipo le permite desarrollar sus actividades diarias.

Grafico N°10:

Número de veces que lleva sus equipos tecnológicos al servicio técnico

□

Interpretación:

Del total de personas encuestado que respondieron afirmativamente la pregunta filtro, nos indicaron que el 64.80% de las personas encuestados lleva 1 vez al año al técnico su equipo tecnológico, ya que en ocasiones presentan desperfectos técnicos o para un mantenimiento preventivo.

Grafico N°11:

Lugar donde lleva sus equipos tecnológicos

□

Interpretación:

Del total de personas encuestado que respondieron afirmativamente la pregunta filtro, el 35% nos indicó que lo llevaba a un técnico de confianza o recomendado por un amigo o familiar, ya que indico que algunos le daban temor dejar su equipo con alguien que no sea de confianza.

Grafico N°12:

Interés en la creación de los siguientes servicios

□

Interpretación:

Del total de personas encuestado que respondió afirmativamente la pregunta filtro, el 95.80% nos indicó que estaría interesado en la creación de una App que le permita contactar con un experto en la reparación de su equipo tecnológico, esto debido a que la mayoría de las personas desde su celular compran o realizan cualquier otra operación y/o actividad.

Grafico N°13:

Interés de usar el aplicativo

□

Interpretación:

Del total de personas encuestado que respondieron afirmativamente la pregunta filtro, nos indicaron que el 95.80% si estuviera dispuesto a descargar la App en su celular, esta pregunta está en relación a la pregunta anterior, ya que nos indicaron que les gustaría que se el servicio se diera a través de una APP y no por otro medio como página web.

Grafico N°14:

Precio promedio por el servicio de creación de un APP

□

Interpretación:

Del total de personas encuestado que respondieron afirmativamente la pregunta filtro, nos indicaron que el 77.50% estaría en promedio a pagar por el servicio de creación de una

APP para emprender un negocio será de 0 a 300 soles.

Grafico N°15:

Precio promedio por un servicio de diagnóstico de PC

□

Interpretación:

Del total de personas encuestado que respondieron afirmativamente la pregunta filtro, nos indicaron que el 81.70% de las personas pagaría entre 0 a 40 soles por que un técnico realice un diagnóstico del problema de su equipo tecnológico.

Grafico N°16:

Precio promedio un por servicio de creación de una página web

□

Interpretación:

Del total de personas encuestado que respondieron afirmativamente la pregunta filtro, nos indicaron que el 74.60% personas pagarían de 0 a 200 soles por la creación de una página web básica (planilla).

Grafico N°17:

Precio promedio por diagnóstico de red

□

Interpretación:

Del total de personas encuestado que respondieron afirmativamente la pregunta filtro, nos indicaron que el 49% estaría dispuesto a pagar 20 soles por el diagnostico de red en su domicilio u oficina (colocar puntos de red, o evaluar el uso de su internet)

Grafico N°18:

Servicios que le gustaría que ofrezca el APP

□

Interpretación:

Del total de personas encuestado que respondió afirmativamente la pregunta filtro, nos indicaron que el 28% nos indicó que le gustaría que el App también ofrezca servicio de diseño y desarrollo de sitios web.

Grafico N°19:

Atributos en el servicio técnico

□

Interpretación:

Del total de personas encuestado que respondieron afirmativamente la pregunta filtro, nos indicaron que le gustaría que el técnico que se acerque a resolver su problema le ofrezca un buen diagnóstico, rapidez en el servicio, ofrezca garantía y que el personal enviado sea experto en el problema a solucionar

Conclusión:

De acuerdo a la encuesta realizada nos ha permitido conocer si los posibles clientes estarían dispuestos a solicitar los servicios técnicos para la relación de su equipo tecnológico a través de una APP y el precio promedio por el servicio brindado y lo que esperan de este servicio.

Realizamos una pregunta abierta para determinar qué era lo que más detesta en un servicio técnico y los encuestados nos respondieron que:

Mencionen una fecha y para esa fecha no está su equipo.

Lo arreglen, pero después de días falle el equipo.

En temas de instalación de software que los engañen ofreciendo programas originales por piratas o crakeados.

La deshonestidad en el servicio.

Los costos elevados por el servicio.

CAPÍTULO V

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Mercado (características y segmentación)

Demográfica

Nuestro segmento será personas desde 18 años a 65 años varones y mujeres, desde estudiantes hasta empresas que precisen del servicio técnico para sus equipos tecnológicos de NSE A y B.

Geográfica

Estaremos enfocados en el distrito de Lima Metropolitana inicialmente luego se proyectara ampliar el mercado a otros distritos y provincias.

Psicográfica

Personas que estudian o trabajan, que precisan de tener sus equipos tecnológicos actualizados y en perfectas condiciones. Que tienen poco tiempo y no pueden llevar sus equipos al servicio técnico, y necesitan un profesional personalizado.

Conductual

Luego de haber determinado nuestra muestra población en base a la información proporcionada por INEI y APEIM, se ha realizado una encuesta con la cual se pretende conocer nuestro mercado potencial en base a la pregunta filtro en la cual se consultó Pregunta 1. ¿Acostumbra a llevar sus equipos tecnológicos al servicio técnico? para conocer nuestro mercado efectivo se realizó la siguiente Pregunta 5. ¿Usted estaría interesado en utilizar un aplicativo instalado en su Smartphone que le permita contactar fácilmente con técnicos que presten servicio de reparación de PC entre otros? y finalmente para conocer nuestro mercado objetivo se realizó la siguiente Pregunta 6. ¿Usted estaría dispuesto a contratar fácilmente los servicios de un técnico que le solucione los problemas con sus aparatos informática entre otros?

Pregunta Si No Total

Población 39,828 personas

Mercado potencial ¿Acostumbra a llevar sus equipos tecnológicos al servicio técnico? Calculo: 60.70% 24,176 39.30% 15,652 39,828

Mercado efectivo ¿Usted estaría interesado en utilizar un aplicativo instalado en su Smartphone que le permita contactar fácilmente con técnicos que presten servicio de reparación de PC entre otros? Calculo: 95.80% 23,160 4.20% 1,016 24,176

Mercado objetivo ¿Usted estaría dispuesto a contratar fácilmente los servicios de un técnico que le solucione los problemas con sus aparatos informática entre otros? Calculo: 95.80% 22,187 4.20% 973 23,160

Nuestro mercado objetivo sería 22,187 personas por atender.

Marketing Mix (producto, precio, plaza y promoción)

Producto:

Diseño:

Es un aplicativo móvil o APP que se instala en el Smartphone



repositorio.zegel.edu.pe | Plan de negocios para la creación de la empresa House Service (Aplicativo - App) para servicios informáticos en la ciudad de Lima Metro...
<https://repositorio.zegel.edu.pe/handle/20.500.13065/79?show=full>

a través de las aplicaciones Play Store o APP Store, con la finalidad de que el usuario tenga un amplio registro de técnicos que le ayuden a solucionar su problema con su equipo informático.

□

□

Nombre de la marca:

Nuestra marca se llama HOUSE SERVICE, que traducido al español es servicio en casa o servicio a domicilio, esto debido a que nuestro principal propósito es brindarles a nuestros usuarios una lista de técnicos calificados que se encuentre cerca de su domicilio u oficina y que nuestros usuarios con un solo clic elegir el técnico que se acercara al lugar indicado para la revisión de su equipo o ayuda ante cualquier inconveniente tecnológico.

Logo:

El presente logo esta realizado en base a los siguientes criterios:

Es la imagen corporativa de la empresa, es por ello que resalta las iniciales del nombre, con la finalidad de que queda en la mente de los usuarios (clientes).

Las imágenes son representativas de acuerdo al servicio que se brinda.

Para los colores se escogió el gris que representa confianza, el azul que busca que la empresa de vea innovadora y moderna y el verde es un color fresco y llamativo para la mirada del usuario.

□

Características

El usuario tendrá:

Una amplia variedad de técnicos de acuerdo a su ubicación.

Técnicos especializados en cada tipo de problema.

Seguridad en el personal que ingresara a su casa u oficina, ya que la empresa solicitara antecedentes policiales y judiciales. Además, que cumplirán con los protocolos de bioseguridad establecidos por la OMS.

Elegir al técnico de acuerdo a la puntuación de otros usuarios.

Servicios:

Nuestra empresa ofrecerá los siguientes servicios:

Diagnóstico de PC, laptop, impresora u otro equipo informático.

Reparación de equipos informáticos.

Cambio de piezas si el equipo lo necesita.

Colocación de puntos de red o cableado estructurado.

Diseño y desarrollo de sitios web y APP

Soporte técnico en el sitio web del cliente.

Soporte en marketing digital.

Calidad:

Nuestra empresa ofrece:

Garantía en los servicios realizados.

Atención inmediata y personalizada.

Soluciones que garanticen la funcionabilidad de tu equipo.

Precio:

Precio de lista

Se realizó una encuesta, en la que se preguntó cuánto estaría dispuesto a pagar en promedio por ciertos servicios, estas preguntas se hicieron con el objetivo de conocer el posible precio de nuestros servicios.□

El precio variaría de acuerdo al servicio que se brindara, a continuación se detallara algunos de los servicios a ofrecer:

Servicio 1:

Servicio: Servicio Técnico el cual consta del diagnóstico de PC, laptop, impresora u otro equipo informático.

Precio: Mínimo 80. soles, es vía el aplicativo y previa aceptación del usuario.

Descripción: El servicio consta de un tiempo estimado de 1 a 2 horas y ofrece lo siguiente:

Revisión del software instalado.

Desfragmentación de disco duro.

La eliminación de archivos temporales.

Liberación de espacio en el disco duro.

Liberación de memoria RAM.

Análisis mensajes de error al abrir programas

Revisar el correcto funcionamiento del antivirus.

Realizar copias de seguridad.

Limpiar la papelera de reciclaje.

Servicio 2:

Servicio: Diseño y desarrollo de una página web

Precio: Mínimo 828 soles, es vía el aplicativo y previa aceptación del usuario.

Descripción: El servicio consta de:

Páginas web corporativas.

Tiendas online

Creación de base de datos.

Alojamiento de web.

Servicio 3:

Servicio: Marketing Digital

Precio: Mínimo 247.90 soles s vía el aplicativo y previa aceptación del usuario.

Descripción: El servicio consta de:

Elaboración de planes digitales que se adapta a la necesidad de la empresa.

Elaboración de estrategias de marketing digital.

Servicio 4:

Servicio: Diseño y desarrollo de un APP

Precio: Mínimo 4,144 soles, es vía el aplicativo y previa aceptación del usuario.

Descripción: El servicio consta de:

Creación de páginas aplicativos.

Administrador de Contenidos

Diseños personalizados.

Servicio 5:

Servicio: Publicidad

Precio: Mínimo 200 soles, es vía depósito a la cuenta de la empresa.

Descripción: El servicio consta de:

Nos dirigiremos a empresas que deseen colocar sus anuncios y hacerse conocidos en el mercado a través de nuestro aplicativo. ofrecerles planes que se adaptan a su necesidad y de acuerdo a sus ingresos.

Descuentos

En el caso de que el cliente sea frecuente o recomiende a un amigo nuestra APP, se hará un descuento del 10% en el próximo servicio.

Periodo de pago

El servicio que se ofrece inicialmente es el diagnóstico de su equipo tecnología o la asesoría del desarrollo de una web el cual tendrá un precio mínimo, este pago se realizará en línea antes de la realización del servicio.

Todos los pagos se harán en línea previa confirmación del cliente en la aceptación del servicio.

Planes de crédito

En caso de que el importe del servicio sea más de S/ 500 la mitad se podrá cancelar una vez iniciado del servicio y la otra mitad en la fecha de entrega. El pago restante se realizará por el P.O.S. no en efectivo.

Promoción:

Publicidad

Se contará con redes sociales como Facebook, Instagram, WhatsApp y correos electrónicos, con los cuales se emplearán estrategias que ayuden a que el cliente reciba información actualizada de nuestros servicios. Actualmente estamos presentes en:

Fan page: <https://www.facebook.com/House-Service-104863878415791>

Landing page: <https://pl0303172.wixsite.com/appservicehouse>

Promoción de ventas

Descuento a los clientes frecuente para mantener la fidelización.

Descuento por recomendar a un amigo nuestra app, ya que de esta manera se genera que nuestros clientes traigan nuevos clientes

Relaciones publicas

Se realizará publicidad a través de redes sociales donde se dará a conocer el servicio y además se realizarán promociones con la finalidad de fidelizar a nuestros clientes.

Además, habrá foros en donde el usuario podrá comentar sobre el servicio recibido.

Plaza:

Canales

Estaremos disponibles en las tiendas de aplicaciones que existen en el mercado como play store y app store.

Los usuarios deben tener conexión a internet para descargar el aplicativo.

Cobertura

Nuestro servicio estará enfocado para Lima Metropolitana, en los primeros años la plaza a la cual nos dirigiremos son los distritos de Lince, San Isidro, Magdalena, Jesús María, San Miguel, Miraflores, La Molina, San Borja, Surco y Chorrillos por ser considerados distritos en donde encontramos muchas residencias y oficinas..

Ubicación

Estaríamos ubicados legalmente en el distrito de Pueblo Libre, debido al costo del alquiler y por ser una zona tranquila.

La ubicación virtual será a través del APP House Service

Formulación estratégica ANSOFF

Según el autor Diaz S. (1998) nos menciona que,

La matriz de Ansoff indica que cuando una empresa busca oportunidades de crecimiento dispone de cuatro opciones básicas para lograrlo:

Penetración de mercado: La empresa recurre a los productos que posee en la actualidad actuando en los mercados que opera.

Desarrollo de mercado: La empresa recurre a los productos actuales, pero incursionan en mercados nuevos.

Lanzamiento de nuevos productos: La empresa desarrolla nuevos productos que comercializa en los mercados que ya opera.

Diversificación: La empresa desarrolla nuevos productos que comercializa en nuevos mercados para la empresa.

PRODUCTOS

ACTUALES NUEVOS

MERCADOS ACTUALES Cuadrante I: Penetración de Mercado HOUSE SERVICE se encuentra iniciando sus operaciones, se encuentra en el proceso de captación de clientes a los cuales se les ofrecerá los servicios de técnicos en reparación de PC y otros servicios. Cuadrante II: Desarrollo de Nuevos Productos Posicionar el aplicativo HOUSE SERVICE en el mercado de aplicaciones digitales para los Smartphone.

NUEVOS Cuadrante III: Desarrollo de Nuevos Mercados Elaborar estrategias que nos permitan llegar a otros distritos de Lima Metropolitana y más adelante a otras provincias del país. Cuadrante IV: Diversificación Desarrollar otros App que busquen satisfacer la demanda insatisfecha.

Proyección de ventas

Para este punto el proyecto HOUSE SERVICE a proyectado el volumen de ventas en función a las encuestas realizadas y los ingresos se han considerado a través de dos fuentes, uno de ellos a través de la comisión que se cobrara a los técnicos que se encuentren inscritos en nuestra App y el otro ingreso será por empresas que deseen colocar su anuncio en nuestra App.

La estimación de la proyección de ventas se ha realizado en un periodo de 5 años.

□

□



14

Documento de otro usuario

El documento proviene de otro grupo

CAPÍTULO VI

PLAN TÉCNICO

Localización de la empresa (matriz de localización)

A continuación, se va a determinar la localización de nuestro en el cual se analiza los factores que se detallan a continuación:

Zona	Zona Pueblo Libre	Zona San Miguel	Zona Cercado de Lima				
Factor	Peso	Calif	Puntaje	Calif.	Puntaje	Calif	Puntaje
Costo del alquiler	0.3	6	1.8	5	1.5	4	1.2
Área del local	0.2	4	0.8	4	0.8	4	0.8
Seguridad en la zona	0.4	9	3.6	8	3.2	5	2
Facilidad para licencia	0.1	7	0.7	7	0.7	7	0.7
Total	1.0	6.9	6.2	4.7			

La empresa estará localizada en el distrito de Pueblo Libre por ser el distrito con el mayor puntaje de acuerdo a la información obtenida, nos ubicaremos en Av. José Leguía y Meléndez 1845- Dpto.: 201, por ser una zona tranquila y los alquileres cuestan un poco menos que en otros distritos.

□

Fuente: Google maps

Tamaño del negocio (capacidad instalada) (Layout)

A continuación, se presentará la distribución física de nuestro local.

□

El departamento tendría 3 ambientes más 1 baño completo y una cocina pequeña. Se acondicionará el ambiente más grande para la recepción y los escritorios de los trabajadores, allí se realizarán subdivisiones. Otro ambiente se utilizará como comedor, y el ultimo para el servicio técnico allí se guardarán los equipos dejados en custodia.



15

repositorio.zegel.edu.pe

https://repositorio.zegel.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13065/160/SAPIENS_APP...pdf?sequence=3

Necesidades (maquinarias y equipos, mano de obra y materia prima)

Los requerimientos en equipo, mano de obra que necesita la empresa HOUSE SERVICE para el inicio de sus actividades son los siguientes:

Mano de obra:

- 01 administrador
- 01 especialista en el área de marketing
- 01 especialista en el área de Sistema
- 01 contador (externo)
- 05 técnicos especializados (externo, pago por comisión)

Equipo / Mobiliario

- 03 laptop
- 01 impresora
- 02 armario y locker
- 03 escritorio
- 03 sillas
- 01 microondas

CALCULO DE LA DEPRECIACION

ACTIVOS FIJOS	AÑOS	DEP. ANUAL
INMUEBLE S/.	100.00	
Acondicionamiento S/.	1,000.00	5 S/. 100.00
EQUIPAMIENTO / MOBILIARIO S/.	1,849.00	
Laptop S/.	5,400.00	5 S/. 1,350.00
Impresora S/.	700.00	5 S/. 175.00
Armario S/.	1,400.00	5 S/. 140.00
Escritorio S/.	1,050.00	5 S/. 105.00
Sillas S/.	540.00	5 S/. 54.00
Microondas S/.	250.00	5 S/. 25.00
TOTAL S/.	1,949.00	

Costos (directos e indirectos)

Los costos o gastos directos e indirectos que incurriría la empresa HOUSE SERVICE para el inicio de sus actividades son los siguientes:

□

□

Proceso de producción u operación (diagrama de flujo) (incluir protocolos a seguir covid-19)

En este punto se detallará el proceso que el cliente realizará en la plataforma, para este proceso el cliente debe tener instalada la aplicación en su Smartphone y luego realizará el contacto mediante el aplicativo para contarse con el técnico.

A continuación, se presenta el flujo grama:

□

Certificaciones necesarias

Las certificaciones que necesita la empresa HOUSE SERVICE para el inicio de sus actividades son los siguientes:

Búsqueda de nombre
Reserva de nombre
Elaboración de minuta
Elaboración de Escritura Pública
Inscripción en el registro de personas jurídicas
Autorización de libro planillas
Licencia de funcionamiento
Legalización de libros
Registro de marca
Estudio de mercado

CÁLCULO DE LA AMORTIZACIÓN

INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE	AÑOS	DEP. ANUAL
CONSTITUCION S/.	432.40	
Búsqueda de nombre S/.	5.00	5 S/. 1.00
Reserva de nombre S/.	22.00	5 S/. 4.40
Elaboración de minuta S/.	270.00	5 S/. 54.00
Elaboración de Escritura Pública S/.	360.00	5 S/. 72.00
Inscripción en el registro de personas jurídicas S/.	130.00	5 S/. 26.00
Autorización de libro planillas S/.	30.00	5 S/. 6.00
Licencia de funcionamiento S/.	180.00	5 S/. 36.00
Legalización de libros S/.	30.00	5 S/. 6.00
Registro de marca S/.	535.00	5 S/. 107.00
Registro de nombre comercial S/.	600.00	5 S/. 120.00
REGISTROS ESPECIALES S/.	1,240.00	
Sistemas y redes S/.	1,500.00	5 S/. 300.00
Página web S/.	1,500.00	5 S/. 300.00
Creación del APP S/.	3,200.00	5 S/. 640.00
LICENCIAS S/.	20.00	
Hosting y dominio S/.	100.00	5 S/. 20.00
TOTAL S/.	1,692.40	

Impacto en el medio ambiente

Nuestro aplicativo móvil puede no genera impacto en el medio ambiente, pero debido al uso de los Smartphone, estos sí generan el consumo de energía eléctrica.

Però según el artículo del diario el comercio (2018), nos menciona que "A pesar de ser más pequeños y más eficientes en el consumo, equipos como computadoras, televisores, monitores y teléfonos móviles incrementaron su huella de carbono en los últimos años, según un estudio publicado por los investigadores de la Universidad McMaster en Ontario, Canadá".

CAPÍTULO VII



Documento de otro usuario

El documento proviene de otro grupo

PLAN ORGANIZACIONAL, DE PERSONAL Y LEGAL

Constitución de la empresa (proceso,

trámites, permisos y costos)

A continuación, se procederá a señalar el proceso para la constitución de la empresa mediante persona jurídica:

Búsqueda y reserva de nombre.

Elaboración del acto constitutivo (minuta)

Abono de capital.

Elaboración de escritura pública.

Inscripción en registro público.

Inscripción al RUC para persona jurídica.

Obligaciones (tributarias y laborales)

La empresa HOUSE SERVICE analizo los diferentes tipos de regímenes

RÉGIMEN PERSONA JURIDICA VENTAS COMPROBANTE DE PAGO DECLARACIÓN JURADA TRABAJADORES VALOR DE ACTIVOS FIJOS

Nuevo RUS No Ventas mensuales no debe superar S/ 8,000 Emite solo algunos comprobantes de pago (boletas de venta, tickets) Un único pago mensual según la categoría Sin límites S/ 70,000

Régimen Especial Si Ventas anuales no debe superar S/525,00 Emite todo tipo de comprobante de pago Presenta declaración mensual por IGV y Renta No puede exceder 10 trabajadores por turno S/ 126,000

MYPE Si Ingresos anuales no debe superar las 1700 UIT Emite todo tipo de comprobante de pago Presenta declaración y pago



www.perucontable.com | Acogimiento y exclusión del Régimen MYPE Tributario | Tributación

<https://www.perucontable.com/tributaria/acogimiento-y-exclusion-del-regimen-mype-tributario/>

a cuenta mensual del Impuesto a la Renta con tasas diferenciadas

de acuerdo a sus ingresos netos anuales Sin límites Sin límites

Régimen General Si No tiene límites de ventas Emite todo tipo de comprobante de pago Presenta declaración mensual por IGV y Renta y Declaración Anual Sin límites Sin límites Fuente: SUNAT

De acuerdo a la información analizada la empresa HOUSE SERVICE se encuentra en el siguiente régimen MYPE y los gastos en los que se incurriría serían los siguientes:

□

Estructura organizacional

El organigrama de nuestra empresa será el siguiente:

□

Descripción de funciones

A continuación se describirá las funciones de cada área de acuerdo al organigrama presentado:

Gerente General:

Responsable de la empresa.

Planificar, organizar, supervisar y dirigir las funciones.

Tomar decisiones.

Administrar los recursos de la empresa.

Administración:

Responsable de establecer las políticas generales de la empresa.

Responsable de la elaboración y ejecución del presupuesto.

Responsable de elaborar la información necesaria para enviar al contador.

Responsable del contacto y supervisión de los técnicos que realizaran el servicio

Marketing:

Implementar el plan estratégico de marketing.

Elaborar estrategias de publicidad y promoción.

Contactarse con los clientes y proveedores

Sistema:

Proponer, desarrollar e implementar el APP.

Realizar los flujos de los procesos del sistema.

Supervisar que el sistema funcione de acuerdo a las especificaciones solicitadas.

Detectar las averías en el sistema.

Probar y evaluar las actualizaciones del sistema.
Dar soporte al usuario final ante cualquier inconveniente con la aplicación.

CAPÍTULO VIII PLAN ECONÓMICO – FINANCIERO

Inversiones (estructura)

Se presenta la estructura de inversión que necesitara la empresa HOUSE SERVICE para el inicio de sus actividades.
La presente estructura de inversión se ha dividido en inversión fija tangible, inversión fija intangible y capital de trabajo, como se detalla a continuación:

□

Ingresos y egresos

Se presenta el estado de ganancias y pérdidas, el cual refleja los ingresos y egresos de la empresa HOUSE SERVICE para la ejecución de sus actividades.

□

Deuda (cuadro de amortización)

Se presenta el cuadro de servicio a la deuda, el cual refleja que del total de la inversión del proyecto HOUSE SERVICE opto por financiar el 40% y el 60% lo asumirán los socios, el financiamiento se ha realizado a través de la entidad financiera.

APORTE DE LOS SOCIOS.

FUENTE	PARTICIPACION %	INVERSION TOTAL
Financiamiento	70% S/.	21,160.30
Aporte Propio	30% S/.	9,068.70
TOTAL	100% S/.	30,229.00

DATOS

Préstamo S/.21,160.30
Años 3Meses36
Tasa Anual11%Mensual0.008734594
BancoBCP

□

Flujo de caja (económico y financiero)

Se presenta el flujo de caja de la empresa HOUSE SERVICE para la ejecución de sus actividades.

FLUJO DE CAJA OPERATIVO

CONCEPTO / AÑO AÑO 0 AÑO 01 AÑO 02 AÑO 03 AÑO 04 AÑO 05

Ingreso S/.	102,120.60	S/.	112,332.66	S/.	123,565.92	S/.	135,922.52	S/.	149,514.77
Costo de Venta S/.	83,083.00	S/.	84,743.75	S/.	86,440.26	S/.	88,170.27	S/.	89,938.54
UTILIDAD BRUTA S/.	19,037.60	S/.	27,588.91	S/.	37,125.67	S/.	47,752.25	S/.	59,576.22
Gastos Administrativos S/.	12,120.00	S/.	12,362.40	S/.	12,610.00	S/.	12,861.20	S/.	13,118.40
Gastos de Ventas S/.	4,800.00	S/.	4,896.00	S/.	4,993.92	S/.	5,093.80	S/.	5,195.67
TOTAL DE EGRESOS DE LA OPERACION S/.		S/.	2,117.60	S/.	10,330.51	S/.	19,521.75	S/.	29,797.25
(-)Depreciación S/.	1,949.00	S/.	1,949.00	S/.	1,949.00	S/.	1,949.00	S/.	1,949.00
(-) Amortización S/.	1,692.40	S/.	1,692.40	S/.	1,692.40	S/.	1,692.40	S/.	1,692.40
EBIT S/.	-1,523.80	S/.	6,689.11	S/.	15,880.35	S/.	26,155.85	S/.	37,620.75
Imp. Renta 29.5% S/.	-516.51	S/.	2,111.75	S/.	5,051.22	S/.	8,215.23	S/.	11,597.38
Depreciación S/.	1,949.00	S/.	1,949.00	S/.	1,949.00	S/.	1,949.00	S/.	1,949.00
Amortización S/.	1,692.40	S/.	1,692.40	S/.	1,692.40	S/.	1,692.40	S/.	1,692.40
Inversión S/.	30,229.00								
FLUJO DE CAJA ECONOMICO S/.	-30,229.00	S/.	2,634.11	S/.	8,218.76	S/.	14,470.52	S/.	21,582.01
Financiamiento S/.	21,160.30								
Servicio de Deuda S/.	-8,250.92	S/.	-8,250.92	S/.	-8,250.92	S/.	-	S/.	-
Escudo Fiscal S/.	575.85	S/.	366.91	S/.	134.99	S/.	-	S/.	-
FLUJO DE CAJA FINANCIERO S/.	21,160.30	S/.	-7,675.08	S/.	-7,884.02	S/.	-8,115.94	S/.	-
FLUJO DE CAJA NETO DEL INVERSIONISTA S/.	-9,068.70	S/.	-5,040.97	S/.	334.74	S/.	6,354.59	S/.	21,582.01

Evaluación económica y financiera (VAN y TIR)

Se procederá a realizar la evaluación respectiva del VAN y TIR, realizando los respectivos cálculos de los indicadores financieros y se determinará si la puesta en marcha de la empresa HOUSE SERVICE es viable o no.



repositorio.zegel.edu.pe

https://repositorio.zegel.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13065/160/SAPIENS_APP...pdf?sequence=3

VALOR ACTUAL NETO ECONÓMICO Y FINANCIERO Y TASA INTERNA DE RETORNO ECONÓMICO Y FINANCIERO

COSTO DE OPORTUNIDAD 20%

VALOR ACTUAL NETO ECONÓMICO S/.

VALOR ACTUAL NETO FINANCIERO S/.

TASA INTERNA DE RETORNO ECONÓMICO 29%

TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERO 43%

BENEFICIO/COSTO ECONÓMICO FINANCIERO

FLUJO DE CAJA LIBRE S/.

INVERSIÓN S/.

RELACION BENEFICIO/COSTO 2.53 0.78

□

CONCLUSIONES

Se ha podido realizar estrategias de planeamiento a través del análisis de la matriz de Canvas, con la finalidad de generar competitividad en el mercado de HOUSE SERVICE a través de la innovación y la seguridad y de esta manera poder liderar el mercado.

A través del análisis FODA, se pudo determinar la mejor estrategia para la empresa HOUSE SERVICE que es ofrecer un equipo de profesionales con experiencia y altamente capacitados en resolver problemas informáticos

Realizando el análisis financiero se pudo determinar el valor actual neto (VAN) económico resulta mayor a cero (S/ 68,835.31), mientras que el VAN financiero (S/ 12,969.97), lo que

indica que el negocio del App HOUSE SERVICE resulta rentable.

Realizando el análisis financiero se pudo determinar la tasa interna de retorno (TIR) económico (29.00%), así como la TIR financiera (43.00%)o tasa de rentabilidad del negocio propuesto resulta mayor que el costo de oportunidad del capital (COK = 20 %), lo que indica que el negocio es rentable.

RECOMENDACIONES

Se recomienda poner en marcha la idea de negocio del App HOUSE SERVICE ya que resulta rentable.

Se recomienda tener en cuentas las fortalezas y oportunidades señaladas en el presente estudio para aprovechar una mejor posición de mercado y mejorar la situación financiera de la empresa.

Se recomienda tomar en cuenta las debilidades y amenazas para que la empresa mantenga su posición de mercado.

Banco Mundial (2020) Perú Programa General. <https://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview>
Diario Gestión (2017), Aplicaciones móviles en Perú han incrementado en 63% la productividad empresarial
Diario El Comercio (2018) Móviles: ¿Cuánto contamina fabricar un smartphone?
<https://elcomercio.pe/tecnologia/ciencias/contamina-medioambiente-fabricar-celular-noticia-509514-noticia/?ref=ecr>
Diario El Comercio (2020)



19 **elcomercio.pe** | Compras por Internet: Indecopi prepara proyecto de ley que aclarará 'vacíos normativos' del comercio electrónico | E-commerce | Envíos | Consu...
<https://elcomercio.pe/economia/peru/compras-por-internet-indecopi-prepara-proyecto-de-ley-que-aclarara-vacios-normativos-del-comercio-electronico-e-commerce-envios-consumidores-noticia/>

Indecopi prepara proyecto de ley que aclarará 'vacíos normativos' del comercio electrónico

<https://elcomercio.pe/economia/peru/compras-por-internet-indecopi-prepara-proyecto-de-ley-que-aclarara-vacios-normativos-del-comercio-electronico-e-commerce-env>
Diaz S. (1998) Guías de gestión de la pequeña empresa. Ediciones DIAZ DE SANTOS SA. España
GSMA Intelligence (2014). Análisis panorama general del país: Perú <https://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2016/02/spanish.pdf>
Ktler P & Keller K. (2006). Dirección de marketing. Pearson Ediciones. México <https://books.google.com.pe/books?id=CoHT8SmjVDQC&pg=PA56&dq=Estrategia+gen%C3%A9rica+de+Porter&hl=es&sa=X&ved=2ahUKewjZHywv6jvAhUyWfKkHZiYBLkQ6AEwAHoECAAQAg#v=onepage&q=Estrategia%20gen%C3%A9rica%20de%20Porter&f=false>
Morrison G. (2005) Educación Infantil. Novena Edición. Pearson Prentice Hall. Madrid
Soriano C. (1990). Instrumento del análisis del marketing estratégico. Ediciones Diaz Santos SA. España
SUNEDU 2017. II Informe Bial sobre la realidad universitaria en el Perú. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1230044/Informe%20Bial.pdf>
Reporte INEI 2002. Actualización del



20 **Documento de otro usuario**
El documento proviene de otro grupo

impacto de las tecnologías de la información y comunicación en el

Perú. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Inf/Lib5151/Libro.pdf

ANEXOS



21 **PROYECTO ENGUAN - TESIS.docx** | PROYECTO ENGUAN - TESIS
El documento proviene de mi grupo

MINUTA

SEÑOR NOTARIO



22 **tesis.usat.edu.pe**
http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/4266/1/TIB_SilvaCasanovales.pdf

SÍRVASE USTED EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PÚBLICAS UNA DE CONSTITUCIÓN DE



23 **PROYECTO ENGUAN - TESIS.docx** | PROYECTO ENGUAN - TESIS
El documento proviene de mi grupo

SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA, QUE OTORGAN:

LUIS DÍAZ VERAMENDI DE NACIONALIDAD: PERUANA, OCUPACIÓN: ANALISTA DE FINANZAS, CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD, DNI CON NÚMERO 42720631, ESTADO CIVIL: SOLTERO
JANET NIZAMA TARAZONA, DE NACIONALIDAD: PERUANA, OCUPACIÓN: INGENIERA DE SISTEMAS, CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD, DNI CON NÚMERO: 43095726, ESTADO CIVIL: SOLTERA.

MELISSA ARICA BARRERA, DE NACIONALIDAD: PERUANA, OCUPACIÓN: ADMINISTRADORA DE EMPRESAS, CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD, DNI CON NÚMERO: 42810278



24 **tesis.usat.edu.pe**
http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/4266/1/TIB_SilvaCasanovales.pdf

ESTADO CIVIL: SOLTERA.

SEÑALANDO COMO DOMICILIO COMÚN PARA EFECTOS DE ESTE INSTRUMENTO EN AV. JOSÉ LEGUÍA Y MELENDEZ N.º 1845, DPTO. 201, DISTRITO DE PUEBLO LIBRE, PROVINCIA DE LIMA. EN LOS TÉRMINOS SIGUIENTES:

PRIMERO. - POR EL PRESENTE PACTO SOCIAL, LOS OTORGANTES MANIFIESTAN SU LIBRE VOLUNTAD DE CONSTITUIR UNA SOCIEDAD ANÓNIMA



25 **PROYECTO ENGUAN - TESIS.docx** | PROYECTO ENGUAN - TESIS
El documento proviene de mi grupo

CERRADA, BAJO LA DENOMINACIÓN DE GENERAL HOUSE SERVICE S.A.C.

LA SOCIEDAD PUEDE UTILIZAR LA ABREVIATURA DEHOUSE SERVICE S.A.C.



26 **tesis.usat.edu.pe**
http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/4266/1/TIB_SilvaCasanovales.pdf

LOS SOCIOS SE OBLIGAN A EFECTUAR LOS APORTES PARA LA FORMACIÓN DEL CAPITAL SOCIAL Y A FORMULAR EL CORRESPONDIENTE ESTATUTO.

SEGUNDO. - EL MONTO DEL CAPITAL SOCIAL ES DE S/ 8 489.10 (OCHO MIL CUATROCIENTOS OCHENTA Y NUEVE CON 10/100 SOLES), DIVIDIDO EN 2 830 ACCIONES NOMINATIVAS DE UN NOMINAL DE S/ 1.00 CADA UNA, SUSCRITAS Y PAGADAS DE LA SIGUIENTE MANERA:

LUIS DÍAZ VERAMENDI, SUSCRIBE 2 829 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/ 2 829.00 SOLES MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.
JANET NIZAMA TARAZONA, SUSCRIBE 2 830 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/ 2 830.00 SOLES MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.
MELISSA ARICA BARRERA, SUSCRIBE 2 830 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/ 2 830.10 SOLES

27

tesis.usat.edu.pe

http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/4266/1/TIB_SilvaCasanovalnes.pdf

MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO

TERCERO. - LA SOCIEDAD SE REGIRÁ POR EL ESTATUTO SIGUIENTE Y EN TODO LO NO PREVISTO POR ESTE, SE ESTARÁ A LO DISPUESTO POR LA LEY GENERAL DE SOCIEDADES - LEY 26887 - QUE EN ADELANTE SE LE DENOMINARÁ LA "LEY".

ESTATUTO

ARTÍCULO 1.- DENOMINACIÓN-DURACIÓN-DOMICILIO: LA SOCIEDAD SE DENOMINA: GENERAL HOUSE SERVICE SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA".

LA SOCIEDAD PUEDE UTILIZAR LA ABBREVIATURA DE HOUSE SERVICE S.A.C;

LA SOCIEDAD TIENE UNA DURACIÓN INDETERMINADA, INICIA SUS OPERACIONES EN LA FECHA DE ESTE PACTO Y ADQUIERE PERSONALIDAD JURÍDICA DESDE SU INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS.

28

PROYECTO ENGUAN - TESIS.docx | PROYECTO ENGUAN - TESIS

El documento proviene de mi grupo

SU DOMICILIO ES EN AV. JOSÉ LEGUÍA Y MELENDEZ N.º 1845 DPTO. 201, DISTRITO DE PUEBLO LIBRE, PROVINCIA DE LIMA Y DEPARTAMENTO DE LIMA,

29

tesis.usat.edu.pe

http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/4266/1/TIB_SilvaCasanovalnes.pdf

PUDIENDO ESTABLECER SUCURSALES U OFICINAS EN CUALQUIER LUGAR DEL PAÍS O EN EL EXTRANJERO.

ARTÍCULO 2º. - OBJETO SOCIAL. - LA SOCIEDAD TIENE POR OBJETO DEDICARSE A

SERVICIOS INFORMATICOS, SERVICIO TECNICO, DISEÑO YN DESARROLLO DE PAGINAS WEB, APP, MARKETING DIGITAL Y TODO AQUELLO RELACIONADO A EQUIPOS TECNOLOGICOS E INFORMATICOS.

30

tesis.usat.edu.pe

http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/4266/1/TIB_SilvaCasanovalnes.pdf

SE ENTIENDEN INCLUIDOS EN EL OBJETO SOCIAL LOS ACTOS RELACIONADOS CON EL MISMO QUE COADYUVEN A LA REALIZACIÓN DE SUS FINES. PARA CUMPLIR DICHO OBJETO, PODRÁ REALIZAR TODOS AQUELLOS ACTOS Y CONTRATOS QUE SEAN LÍCITOS, SIN RESTRICCIÓN ALGUNA.

ARTÍCULO 3º.- CAPITAL SOCIAL: EL MONTO DEL CAPITAL SOCIAL ES DE

31

PROYECTO ENGUAN - TESIS.docx | PROYECTO ENGUAN - TESIS

El documento proviene de mi grupo

S/.

32

repositorio.cientifica.edu.pe

<https://repositorio.cientifica.edu.pe/bitstream/20.500.12805/1670/1/TB-Araujo%20M-De%20Rivero%20E.pdf>

[MONTO S/ 8 489.10 (OCHO MIL CUATROCIENTOS OCHENTA Y NUEVE CON 10/100 SOLES), REPRESENTADO POR 8 489 ACCIONES NOMINATIVAS DE UN NOMINAL DE S/ 1.00 SOL

33

tesis.usat.edu.pe

http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/4266/1/TIB_SilvaCasanovalnes.pdf

CADA UNA.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO.

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

ARTÍCULO 5º.- ÓRGANOS DE LA SOCIEDAD: LA SOCIEDAD QUE SE CONSTITUYE TIENE LOS SIGUIENTES ÓRGANOS:

A) LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS; Y

B) LA GERENCIA.

LA SOCIEDAD NO TENDRÁ DIRECTORIO

ARTÍCULO 6º.-JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS: LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS ES EL ÓRGANO SUPREMO DE LA SOCIEDAD. LOS ACCIONISTAS CONSTITUIDOS EN JUNTA GENERAL DEBIDAMENTE CONVOCADA, Y CON EL QUÓRUM CORRESPONDIENTE, DECIDEN POR LA MAYORÍA QUE ESTABLECE LA "LEY" LOS ASUNTOS PROPIOS DE SU COMPETENCIA.

TODOS LOS ACCIONISTAS INCLUSO LOS DISIDENTES Y LOS QUE NO HUBIERAN PARTICIPADO EN LA REUNIÓN, ESTÁN SOMETIDOS A LOS ACUERDOS ADOPTADOS POR LA JUNTA GENERAL.

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

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

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

ARTÍCULO 8º.-LA GERENCIA: NO HABIENDO DIRECTORIO, TODAS LAS FUNCIONES ESTABLECIDAS EN LA "LEY" PARA ESTE ÓRGANO SOCIETARIO SERÁN EJERCIDAS POR EL GERENTE GENERAL.

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

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

A) DIRIGIR LAS OPERACIONES COMERCIALES Y ADMINISTRATIVAS.

B) REPRESENTAR A LA SOCIEDAD ANTE TODA CLASE DE AUTORIDADES. EN LO JUDICIAL GOZARA DE LAS FACULTADES GENERALES Y ESPECIALES, SEÑALADAS EN LOS ARTÍCULOS 74º, 75º, 77º Y 436º DEL CÓDIGO PROCESAL CIVIL. EN LO ADMINISTRATIVO GOZARÁ DE LA FACULTAD DE REPRESENTACIÓN PREVISTA EN EL ARTÍCULO 115º DE LA LEY N.º 27444 Y DEMÁS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS. TENIENDO EN TODOS LOS CASOS FACULTAD DE DELEGACIÓN O SUSTITUCIÓN. ADEMÁS, PODRÁ CONSTITUIR PERSONAS JURÍDICAS EN NOMBRE DE LA SOCIEDAD Y REPRESENTAR A LA SOCIEDAD ANTE LAS PERSONAS JURÍDICAS QUE CREA CONVENIENTE. ADEMÁS, PODRÁ SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE, CONCILIACIONES EXTRAJUDICIALES Y DEMÁS MEDIOS ADECUADOS DE SOLUCIÓN DE CONFLICTO, PUDIENDO SUSCRIBIR LOS DOCUMENTOS QUE SEAN PERTINENTES.

C) ABRIR, TRANSFERIR, CERRAR Y ENCARGARSE DEL MOVIMIENTO DE TODO TIPO DE CUENTA BANCARIA; GIRAR, COBRAR, RENOVAR, ENDOSAR, DESCONTAR Y PROTESTAR, ACEPTAR Y RE-ACEPTAR CHEQUES, LETRAS DE CAMBIO, VALES, PAGARES, GIROS, CERTIFICADOS, CONOCIMIENTOS, PÓLIZAS, CARTAS FIANZAS Y CUALQUIER CLASE DE TÍTULOS VALORES, DOCUMENTOS MERCANTILES Y CIVILES, OTORGAR RECIBOS Y CANCELACIONES, SOBREGIRARSE EN CUENTA CORRIENTE CON GARANTÍA O SIN ELLA, SOLICITAR TODA CLASE DE PRÉSTAMOS CON GARANTÍA HIPOTECARIA, PRENDARIA Y DE CUALQUIER FORMA.

D) ADQUIRIR Y TRANSFERIR BAJO CUALQUIER TÍTULO; COMPRAR, VENDER, ARRENDAR, DONAR, DAR EN COMODATO, ADJUDICAR Y GRAVAR LOS BIENES DE LA SOCIEDAD SEAN MUEBLES O INMUEBLES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS YA SEAN PRIVADOS O PÚBLICOS. EN GENERAL PODRÁ CELEBRAR TODA CLASE DE CONTRATOS NOMINADOS E INNOMINADOS, INCLUSIVE LOS DE: LEASING O ARRENDAMIENTO FINANCIERO, LEASE BACK, FACTORING Y/O UNDERWRITING, CONSORCIO, ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN Y CUALQUIER OTRO CONTRATO DE COLABORACIÓN EMPRESARIAL VINCULADOS CON EL OBJETO SOCIAL. ADEMÁS, PODRÁ SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE Y SUSCRIBIR LOS RESPECTIVOS CONVENIOS ARBITRALES.

E) SOLICITAR, ADQUIRIR, DISPONER, TRANSFERIR REGISTROS DE PATENTES, MARCAS, NOMBRES COMERCIALES, CONFORME A LEY SUSCRIBIENDO CUALQUIER CLASE DE DOCUMENTOS VINCULADOS A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL O INTELECTUAL.

F) PARTICIPAR EN LICITACIONES, CONCURSOS PÚBLICOS Y/O ADJUDICACIONES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS, QUE CONLLEVE A LA REALIZACIÓN DEL OBJETO SOCIAL.

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

ARTÍCULO 9º.-MODIFICACIÓN DEL ESTATUTO, AUMENTO Y REDUCCIÓN DEL CAPITAL: LA MODIFICACIÓN DEL ESTATUTO, SE RIGE POR LOS ARTÍCULOS 198º Y 199º DE LA "LEY", ASÍ COMO EL AUMENTO Y REDUCCIÓN DEL CAPITAL SOCIAL, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 201º AL 206º Y 215º AL 220º, RESPECTIVAMENTE, DE LA "LEY".

ARTÍCULO 10º.-ESTADOS FINANCIEROS Y APLICACIÓN DE UTILIDADES: SE RIGE POR LO DISPUESTO EN LOS ARTÍCULOS 40º, 221º AL 233º DE LA "LEY".

ARTÍCULO 11º.- DISOLUCIÓN, LIQUIDACIÓN Y EXTINCIÓN: EN CUANTO A LA DISOLUCIÓN, LIQUIDACIÓN Y EXTINCIÓN DE LA SOCIEDAD, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 407º, 409º, 410º, 412º, 413º A 422º DE LA "LEY".

CUARTO. - QUEDA DESIGNADO COMO GERENTE GENERAL:

MELISSA ARICA BARRERA CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD, DNI CON NÚMERO: 42810274, CON DOMICILIO EN: AV. JOSÉ LEGUÍA Y MELENDEZ 1845, DPTO. 202, DISTRITO DE PUEBLO LIBRE, PROVINCIA DE LIMA, DEPARTAMENTO DE LIMA.

34

PROYECTO ENGUAN - TESIS.docx | PROYECTO ENGUAN - TESIS

El documento proviene de mi grupo

ASI

35

tesis.usat.edu.pe

http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/4266/1/TIB_SilvaCasanovales.pdf

MISMO, SE DESIGNA COMO SUB GERENTE DE LA SOCIEDAD A LUIS DÍAZ VERAMENDI IDENTIFICADO CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD, DNI CON NUMERO: 42720631 QUIEN TENDRÁ LAS SIGUIENTES FACULTADES:

REEMPLAZAR AL GERENTE EN CASO DE AUSENCIA,

INTERVENIR EN FORMA CONJUNTA CON EL GERENTE GENERAL, EN LOS CASOS PREVISTOS EN LOS INCISOS

36

PROYECTO ENGUAN - TESIS.docx | PROYECTO ENGUAN - TESIS

El documento proviene de mi grupo

C, D, E Y F DEL ARTÍCULO 8º DEL ESTATUTO.

PUEBLO LIBRE, DIECISIETE DE MAYO DE DOS MIL VEINTIUNO.