UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

PULSERAS SECURELET

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE BANCA Y FINANZAS

CARRERA DE CONTABILIDAD

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

AUTORES:

Acero Soria, July Melisa (0000-0002-8000-3000)

Flores Prieto, Arturo (0000-0003-9000-4000)

Herrada Rivera, Alexandra Lorena (0000-0004-10000-7000)

Sacccsara Torres, Melodie Leonor (0000-0005-90000-9000)

ASESOR

Fernández Moscol, Cesar Augusto (0000-0003-2940-5500)

Monterrico, 19 de febrero de 2018

Tabla de contenidos

1. Resumen ejecutivo	6
Executive Summary	7
2. Aspectos generales del negocio	9
2.1 Idea/nombre del negocio	9
2.2 Descripción del producto/servicio a ofrecer	10
2.3 Equipo de trabajo	11
3. Planeamiento Estratégico	14
3.1 Análisis externo:	14
3.1.1 Análisis PESTE:	14
3.1.2 Análisis de las 5 fuerzas de Porter: Competidores, clientes, proveedores, productos sustitutos, competidores potenciales.	17
3.2 Análisis interno:	20
3.2.1 Análisis AMOFHIT	20
3.2.2 Análisis FODA	24
3.3 Visión	25
3.4 Misión	25
3.5 Estrategia Genérica	25
3.6 Objetivos Estratégicos	25
4. Investigación / Validación de mercado	27
4.1 Diseño metodológico de la investigación / metodología de validación de hipótesis de la solución	31
4.2. Resultados de la investigación	32
4.3 Informe final: Elaboración de tendencias, patrones y conclusiones.	33
Tendencias	33
Patrones:	34
5. Plan de marketing	37
5.1 Planteamiento de objetivos de marketing	37
5.2 Estrategias de marketing:	37
5.2.1 Segmentación	37
5.2.2 Posicionamiento	38
5.3 Mercado objetivo:	39
5.3.1 Tamaño de mercado	39

5.3.2 Tamaño de mercado disponible.....	41
5.3.3 Tamaño de mercado operativo (target).....	41
5.3.4. Potencial de crecimiento del mercado	41
5.4 Desarrollo y estrategia del marketing mix.....	42
5.4.1 Estrategia de producto/servicio	42
5.4.2 Estrategia de precios.....	43
5.4.3 Estrategia comunicacional.....	43
5.4.4 Estrategia de distribución	44
5.5 Plan de Ventas y Proyección de la Demanda	45
5.6 Presupuesto de Marketing	47
6. Plan de Operaciones	50
6.1 Políticas Operacionales.....	50
6.1.1 Calidad:.....	50
6.1.2 Procesos	51
6.1.3 Planificación	51
6.1.4 Inventarios	52
6.2 Diseño de Instalaciones	52
6.2.1 Localización de las instalaciones.....	52
6.2.2 Capacidad de las instalaciones	53
6.2.3 Distribución de las instalaciones	53
6.3 Especificaciones Técnicas del producto / servicio	54
6.4 Mapa de Procesos y PERT	56
6.5 Planeamiento de la Producción	62
6.5.1 Gestión de compras y stock.....	62
6.5.2 Gestión de la calidad.....	64
6.5.3 Gestión de los proveedores.....	64
6.6 Inversión en activos fijos vinculados al proceso productivo.....	65
6.7 Estructura de costos de producción y gastos operativos.....	67
7. Estructura Organizacional y Recursos Humanos	70
7.1 Objetivos Organizacionales.....	70
7.2 Naturaleza de la Organización.....	70
7.2.1 Organigrama	71
7.2.2 Diseño de Puestos y Funciones	71
7.3 Políticas Organizacionales.....	77

7.4 Gestión Humana	77
7.4.1 Reclutamiento	77
7.4.2 Selección, contratación e inducción	78
7.4.3 Capacitación, desarrollo y evaluación del desempeño	80
7.4.4 Motivación	84
7.4.5 Sistema de remuneración	84
7.5 Estructura de gastos de RR.HH.	85
Planilla de sueldos:	85
Gratificaciones:	86
Compensación por Tiempo de Servicios (CTS)	86
Capacitaciones:	87
Incentivos y agasajos:	87
Gastos diversos:	87
8. Plan económico-financiero	89
8.1 Supuestos	89
8.2 Inversión en activos (fijos e intangibles) y depreciación	89
8.3 Proyección de ventas	90
8.4 Cálculo del capital de trabajo	91
8.5 Estructura de financiamiento: Tradicional y no tradicional	92
8.7 Flujo Financiero	94
8.8 Tasa de descuento accionistas y WACC	95
8.9 Indicadores de rentabilidad	96
8.10 Análisis de riesgo	96
8.10.1 Análisis de sensibilidad	97
8.10.2 Análisis por escenarios (por variables)	98
8.10.2 Análisis de punto de equilibrio	99
8.10.3 Principales riesgos del proyecto (cualitativos)	99
9. Conclusiones Generales	102
10. Conclusiones Individuales	104
11. Referencias Bibliográficas	108
12. Anexos	114

1. Resumen ejecutivo

1. Resumen ejecutivo

El presente proyecto consiste en un dispositivo de ubicación, específicamente un GPS, el cual va incorporado en un accesorio de uso frecuente que es una pulsera y cuya finalidad es brindar la ubicación del usuario en momentos en los que no cuente con un dispositivo móvil o dinero para poder comunicarse, como es el caso después de un asalto o durante un secuestro. Este dispositivo, a comparación de otros, es bastante discreto y está vinculado a un aplicativo móvil que dará una alerta cuando el usuario presione un botón de pánico y que enviará una señal a una persona autorizada con la aplicación instalada brindando su ubicación para que sea asistido urgentemente.

El perfil de los potenciales clientes ha sido segmentado en 2 clases, el segmento 1 está dirigido a padres de familia ausentes durante el día e interesados en la seguridad y ubicación de sus hijos menores a 18 años, y el segmento 2, quienes son todas las personas mayores a 18 años que se encuentren interesados en dar a conocer su ubicación en caso de emergencia. En la presente investigación se plantean estrategias para iniciar y dar marcha al proyecto, asimismo, se incluyen proyecciones de ventas y todo tipo de información relevante para su correcta operación.

En principio, la venta de las pulseras se dará principalmente a través de la página web de la empresa y el cliente podrá personalizar el color, tamaño y nombre en la pulsera. Además, los clientes que hayan adquirido la pulsera contarán con asistencia técnica en caso de que el producto presente averías; asimismo, la pulsera personalizada por el mismo cliente será enviada a su domicilio. El precio inicial es S/ 315.00 y la página web de la empresa será promocionada principalmente a través de Facebook.

Finalmente, después de haber realizado el plan de negocio y considerar todos los factores necesarios para su ejecución, se llega a la conclusión de que se necesitan S/ 137,594.33 que incluyen trámites diversos que parten desde la constitución de la empresa, así como fondos suficientes para operar la empresa durante el primer año de trabajo. Los emprendedores aportarán un 60% del importe requerido, pero se necesitan de inversores externos para financiar el saldo restante.

Palabras clave: GPS, Aplicación móvil, Pulseras, Securelet, Seguridad

Executive Summary

The present project consists of a location device, specifically a GPS, which is incorporated into a frequently used accessory that is a bracelet and whose purpose is to provide the user's location at times when they do not have a mobile device or money. to be able to communicate, as is the case after an assault or during a kidnapping. This device, in comparison to others, is quite discreet and is linked to a mobile application that will give an alert when the user presses a panic button and sends a signal to an authorized person with the installed application providing their location to be assisted urgently.

The profile of potential clients has been segmented into 2 classes, segment 1 is addressed to parents absent during the day and interested in the safety and location of their children under 18 years, and segment 2, who are all people over 18 who are interested in making their location known in case of emergency. In the present investigation, strategies are proposed to initiate and give direction to the project, as well as sales projections and all kinds of relevant information for its correct operation.

In principle, the sale of the bracelets will be mainly through the website of the company and the customer can customize the color, size and name on the bracelet. In addition, customers who have purchased the bracelet will have technical assistance in case the product has breakdowns; Likewise, the personalized bracelet by the same customer will be sent to your home. The initial price is S / 315.00 and the website of the company will be promoted mainly through Facebook.

Finally, after having carried out the business plan and considering all the factors necessary for its execution, it is concluded that S / 137,594.33 is needed, which includes various procedures that start from the constitution of the company, as well as sufficient funds to operate the company during the first year of work. Entrepreneurs will contribute 60% of the required amount, but external investors are needed to finance the remaining balance.

Key words: GPS, Móvil aplicación móvil, Securelet, Security.

2. Aspectos generales del negocio

2. Aspectos generales del negocio

2.1 Idea/nombre del negocio

El hecho de que las pulseras de actividad física, en sus inicios en el mercado, incluyeran GPS parecía algo que no iba a ocurrir. Además, para medir las distancias con precisión ya estaban los GPS deportivos de prestigiosas marcas como Polar o Garmin, pero la gran demanda de cuantificadores que ha habido ha provocado que las marcas "se pongan las pilas" y que en la actualidad ya existan pulseras GPS inteligentes.

El mercado internacional guarda la tendencia a diseñar pulseras con señal GPS cada vez más pequeñas, de distintos modelos, colores y enfocados a distintas necesidades y que, además, están vinculados a un aplicativo instalado en el celular que permite brindar información de la ubicación del usuario.

Asimismo, en los últimos años el costo de vida ha tomado un nuevo valor donde nos vemos obligados a tomar medidas preventivas para cubrir nuestras necesidades básicas; por lo tanto, optamos por tomar trabajos de manera dependiente o independiente para costear el estilo de vida que deseamos llevar; sin embargo, estas decisiones ocasionan que muchos padres de familia se ausenten en sus hogares la mayor parte del tiempo, por lo que deben tomar medidas específicas para cubrir la seguridad sus hijos. Esta desconfianza generada por la ausencia de los padres, sumada a la inseguridad ciudadana que se incrementa día a día a través de los asaltos y secuestros nos demuestra una problemática clara de nuestra sociedad. Por ello, nosotros nos enfocamos en una de las necesidades básicas de la pirámide de Maslow "La seguridad"; es decir, buscamos cubrir esa necesidad principal que siente la mayor parte de esta sociedad, a través de una idea innovadora, Pulseras Securelet.

Securelet no es sólo una idea de negocio que se encuentra enfocada a la rentabilidad, sino también, busca generar un valor compartido a través de la innovación de la tecnología creando un dispositivo discreto y de fácil uso que ayude eficientemente a la comunidad a combatir la inseguridad ciudadana, mientras se transforma en una empresa sostenible. Asimismo, consideramos que los procesos seguidos durante la presente gestión, especialmente la atención brindada al cliente durante el proceso de compra, tendrán resultados positivos, por lo que dichos procesos que siguen

estándares de calidad y eficiencia serán estandarizados y así se garantizará la misma calidad y eficiencia en cada nueva sucursal sin perder la esencia inicial.

2.2 Descripción del producto/servicio a ofrecer

Securelet es una pulsera que brinda tranquilidad a través de una aplicación que permite informar a familiares o amigos sobre la ubicación exacta del usuario de la pulsera con GPS elaborado con materiales de buena calidad e imperceptibles a hurtos que lo hace ser un accesorio discreto con pocas probabilidades de ser sustraído durante un asalto.

¿Que satisface?

Satisface la necesidad de conocer la ubicación exacta en tiempo real de las personas que usen el producto.

¿A quién satisface?

Satisface a padres que desean conocer la ubicación exacta de sus hijos menores de 18 años mientras se encuentran ausentes y a personas con la mayoría de edad que tengan un temor latente de su propia seguridad y/o la de sus familiares, debido la constante inseguridad ciudadana y que, a su vez, deseen dar a conocer su ubicación.

¿Cómo satisface?

Brindando información en tiempo real de la ubicación exacta de la persona que use el producto, el cual almacenará la información del GPS.

¿Para qué satisface?

Satisface para tener la seguridad y tranquilidad de conocer la ubicación exacta de la persona que use el producto, teniendo en cuenta que mediante el botón de “pánico” podrá enviar alertas de emergencia en caso se encuentre en peligro.

2.3 Equipo de trabajo

Acero Soria, July Melisa

Estudiante de la carrera de Administración de Empresas, quien actualmente se desempeña como Responsable de Servicio en el rubro Contact Center de la empresa BPO Grupo Digitex.

Habilidades: Trabajo en equipo, capacidad de negociación, toma de decisiones, razonamiento deductivo, iniciativa, dedicación y escucha activa.

Competencias: Comunicación efectiva, flexibilidad y capacidad de adaptación, capacidad de trabajar en equipo, capacidad de innovación y capacidad crítica.

Flores Prieto, Arturo

Alumno de 9no ciclo de la carrera de Administración de Banca y Finanzas, con más de 4 años de experiencia en el área de prevención de fraude en tarjetas para la empresa UNIBANCA S.A. Actualmente desempeña el cargo de supervisor de prevención de fraude, realizando la administración de reglas para la generación de alertas en un software de monitoreo de transacciones en línea.

Habilidades: Trabajo en equipo, dinámico, disposición para aprender, capacidad de análisis, actitud proactiva.

Competencias: Capacidad de adaptación, compromiso, resolución de problemas, capacidad de trabajo bajo presión.

Herrada Rivera, Alexandra Lorena

Próxima egresada de la carrera de Administración de Empresas quien actualmente se desempeña como Coordinador de Administración y Finanzas en un restaurante/bar irlandés, cuenta con un nivel de inglés avanzado y una gran capacidad para ejecutar tareas múltiples.

Entre sus habilidades y competencias destacan el liderazgo, trabajo en equipo, iniciativa, planificación, adaptabilidad y gestión del tiempo; con las cuáles, contribuirá al desarrollo del presente proyecto.

Sacccsara Torres, Melodie

Estudiante del noveno ciclo de Contabilidad, dirigida a actuar de acuerdo con la experiencia y conocimientos adquiridos. Actualmente labora en una empresa de Servicios dedicada al alquiler de grúas hidráulicas. Entre sus habilidades y competencias, las cuales serán de utilidad para la realización del presente proyecto, destacan: el compromiso, organización y proactividad.

3. Planeamiento estratégico

3. Planeamiento Estratégico

3.1 Análisis externo:

3.1.1 Análisis PESTE:

Fuerzas políticas, gubernamentales y legales (P):

- Como parte de las medidas del Gobierno Peruano para enfrentar la inseguridad ciudadana y apoyar a la Policía Nacional, en julio del año 2015, el Poder Ejecutivo publicó el Decreto Legislativo N° 1182 cuya finalidad es permitir el acceso de la Policía a la localización o geolocalización de teléfonos móviles o dispositivos electrónicos similares durante un suceso delictivo¹. Es decir, el hecho de contar con un dispositivo con GPS incorporado como Securelet, es un apoyo para el Estado puesto que facilita el trabajo de las autoridades en caso de que se requiera saber la ubicación de las personas que se encuentren ante un inminente peligro. Por otro lado, aunque dicha ley podría interpretarse como una invasión a la privacidad, asesor presidencial en temas de seguridad, Wilfredo Pedraza, indicó que la Policía Nacional accederá a esta información sólo en casos de fuerza mayor².
- Dado que la pieza principal para el ensamble de pulseras Securelet es un GPS, y considerando que la mayoría de los productos se manufacturan en Asia, éste se importará desde China y dicho proceso de importación se encontrará respaldado por la Ley de Facilitación del Comercio Exterior (AFC), la cual entró en vigor en enero del año 2007 y cuya finalidad es evitar demoras en los trámites aduaneros³ lo cual reducirá los gastos de importación de los GPS que serán parte de las pulseras Securelet.
- En el mes de diciembre del año 2017, el Ministerio de la Producción (Mipro) habilitó los Centros de Desarrollo Empresarial (CDE) los cuales facilitan la constitución de empresas a emprendedores y artesanos a través de asesorías empresariales y talleres

¹ Cfr. El Peruano 2015

² Cfr. Gestión 2015

³ Cfr. VUCE 2007

de capacitación⁴. Dado que Securelet es una empresa que aún no se ha constituido, los servicios de constitución de empresas brindadas por el CDE beneficiarán a la empresa puesto que el acta de constitución tiene el mismo valor legal que una minuta notarial lo cual simplificará los trámites legales de constitución de esta empresa.

Fuerzas económicas y financieras (E):

- Un estudio recientemente desarrollado por Ipsos y solicitado por Intel en junio del año 2016 indica que un 96% de peruanos tiene la intención de adquirir un dispositivo electrónico⁵ lo cual puede ser bien aprovechado a favor de Securelet por ser un dispositivo electrónico siempre que se cumpla con el plan de ventas y se tenga solicitudes de compras en gran volumen.
- Perú es uno de los pocos países que tiene un Tratado de Libre Comercio (TLC) con China el cual tiene un impacto en el Perú de 0.7% en el PBI real y 0.51% en la tasa de empleo⁶. Asimismo, China está en uno de los primeros puestos mundiales en exportaciones de productos tecnológicos, incluso por encima de la Unión Europea y Estados Unidos⁷. Por tal motivo, y considerando que uno de los principales componentes para el ensamblado de pulseras Securelet es un GPS, se establecerán alianzas estratégicas con proveedores chinos de productos electrónicos, teniendo la seguridad de que estos dispositivos serán de buena calidad.
- Con el fin de establecer actividades comerciales entre empresas peruanas y taiwanesas que fomenten el crecimiento de la economía, en marzo del 2017 la Cámara de Comercio de Lima (CCL) llevó a cabo el evento denominado “La Rueda de Negocios Perú-Taiwán” conformado por 50 empresas taiwanesas que buscaban identificar potenciales socios comerciales en Perú para vender diversos tipos de productos, entre ellos, productos electrónicos⁸. Este año, la CCL está organizando un evento programado para febrero del año 2018 denominada la Misión Comercial de Importadores Expocomer 2018 que está dirigido a empresarios de los sectores textiles, alimentos y bebidas, materiales de construcción, tecnología y servicios para establecer

⁴ Cfr. DCE 2017

⁵ Cfr. El Comercio 2016

⁶ Cfr. IPE 2008

⁷ Cfr. Eurostat 2017

⁸ Cfr. Gestión 2017

contacto con más de 600 fabricantes de aproximadamente 35 países⁹. La asistencia a eventos de este tipo tendrá un impacto en el desarrollo de Securelet ya que se cuenta con la participación de fabricantes de productos tecnológicos de quienes se puede obtener el principal artículo para el ensamble de las pulseras, el GPS.

Fuerzas sociales, culturales, y demográficas (S):

- En un artículo del Diario Gestión, Juan Carlos Sánchez, Gerente de Consultoría y Producto de Dataimágenes, indica que el consumidor peruano ha evolucionado en los últimos años gracias a la globalización, el internet, la adquisición de nuevas tecnologías y el manejo inmediato de información, volviéndose más exigente y con una mayor capacidad para decidir e influenciar en otros, compartiendo así sus experiencias de compra con sus diferentes círculos de las redes sociales, específicamente en Facebook que está lanzando Marketplace en Perú, el cual es una tienda virtual que facilita la compra y venta de productos en el mercado local¹⁰ y que es un aspecto clave para Securelet puesto que los clientes potenciales junto con el 55% de peruanos accede a la famosa red social todos los meses del año¹¹ por lo que preferirían comprar a través de esta red social que es muy conocida en todo el mundo en vez de usar una tienda virtual para hacer compras en línea convirtiéndose así en una potencial herramienta a través de la cual se ofrecerá la pulsera.

Fuerzas tecnológicas y científicas (T):

- Fabiola León-Velarde, presidente del Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica (CONCYTEC)" señala que Perú tiene un fondo de S/ 3,000 millones de soles para invertir en ciencia y tecnología en los próximos tres años, monto que proviene de impuestos recibidos por las regiones donde se explota petróleo, gas natural y minerales. Asimismo, se prevé invertir en los sectores prioritarios y en áreas transversales como el desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación (TIC).
- En noviembre del año 2005 se aprobó el Plan Nacional Estratégico de Ciencia, Tecnología e Innovación para la Competitividad y el Desarrollo Humano (PNCTI)

⁹ Cfr. CCL 2017

¹⁰ Cfr. Gestión 2018

¹¹ Cfr. Gestión 2016

2006-2021 elaborado por el CONCY TEC y que busca incrementar el número de empresas innovadoras en un 10% anual¹² lo cual influye positivamente en Securelet ya que a través de este plan se harán investigaciones sobre nuevos métodos y procesos en tecnología que pueden asegurar el éxito y buen desempeño en la empresa.

Fuerzas ecológicas y ambientales (E):

- De acuerdo con un artículo del Diario Gestión, la ONG sitúa a Apple como la compañía más comprometida con el medio ambiente puesto que el 83% de la energía que emplea es energía verde y más del 99% del papel de los embalajes es reciclado y sostenible¹³. Asimismo, estas acciones les han permitido mejorar procesos y su reputación, reduciendo costos y tiempo; además de fortalecer otros aspectos relacionados al medio ambiente. Es decir, aunque Securelet sea una empresa cuyo rubro es la fabricación de productos electrónicos puede contar con certificaciones ecológicas que no sólo ayudarán al medio ambiente, sino que también reducirán los costos de los procesos de producción. Por otro lado, el uso racional de los recursos con el fin de no dañar el medio ambiente podría incrementar los costos operativos ya que durante el proceso de producción se requeriría de empaques o piezas que probablemente sean un poco más costosas.

3.1.2 Análisis de las 5 fuerzas de Porter: Competidores, clientes, proveedores, productos sustitutos, competidores potenciales.

Rivalidad de los competidores

- Alta: El competidor directo de pulseras Securelet es brazaletes Safelet¹⁴, accesorio que es vendido desde una página web holandesa a un precio promedio de \$ 80 dólares americanos, sin incluir gastos de envío. Dentro de sus principales características resaltan el rastreador con GPS y la sincronización con un aplicativo móvil las cuáles también son características destacadas de pulseras Securelet. Sin embargo, Safelet no tiene una sucursal física ni tampoco es conocida en el mercado peruano. No obstante, se considera que su impacto si es de gran dimensión para Securelet ya que, aunque no

¹² Cfr. Congreso de la República 2005

¹³ Cfr. Gestión 2017

¹⁴ Cfr. Safelet 2017

sea conocida en el mercado local, los materiales de ensamblado son de alta calidad y sus sofisticados diseños están enfocados a un segmento de mujeres que teman por su seguridad ya que son ellas las más vulnerables a la delincuencia. Asimismo, existe una gran variedad de accesorios del mismo tipo de origen chino y que son vendidos en el mercado local a través de mercados virtuales como Alibaba o Mercado Libre; sin embargo, la publicidad de estas marcas es escasa y no son reconocidas en el mercado local, sus precios varían entre s/. 145 y S/. 200¹⁵. La rivalidad de los competidores chinos impacta en nuestras ventas puesto que sus precios son menores que los precios de pulseras Securelet, pero impactarían aún más si ingresaran al mercado peruano con alguna sucursal que sea de fácil acceso a sus productos lo que hasta ahora no ha sucedido. No obstante, y si eso sucediera, la publicidad de Securelet se reforzaría aún más enfatizando la calidad del producto y los beneficios del producto a comparación de los otros.

Amenaza de los sustitutos

- Baja: Las pulseras con GPS son un producto ya existente en el mercado que se adquiere fácilmente través del mercado virtual Mercado Libre el cual ofrece no sólo pulseras, sino también relojes, cadenas o llaveros con rastreadores GPS cuyo precio oscila entre los S/. 150 y S/. 200 soles con diseños bastante llamativos que dejan saber rápidamente que se trata de un dispositivo de seguridad y que también están sincronizados con smartphones a través de un aplicativo móvil brindando así la ubicación exacta del usuario. Por el contrario, Securelet es una pulsera bastante discreta cuyo precio será inferior al de los productos sustitutos debido al bajo costo de los materiales con los cuáles se ensamblará la pulsera. En este caso, no trasciende como sustituto ya que Securelet pretende ser una alternativa de seguridad que pase desapercibida durante una situación de peligro a comparación de los dispositivos con GPS de origen chino que debido a su llamativa presentación son más fáciles de perder durante un asalto, tal y como pasaría con un celular o una cartera.

Poder de negociación de los compradores

- Alta: En todas las entrevistas en profundidad realizadas el pasado mes de noviembre del año 2017, se observó que todas las personas presentaban problemas para pedir asistencia después de un asalto puesto que el dispositivo con el cual podían pedir

¹⁵ Cfr. Mercado Libre 2017

algún tipo de ayuda también había sido sustraído y tampoco contaban con el dinero para hacer alguna llamada de emergencia. Por lo tanto, dentro de las soluciones deseadas por los entrevistados destacaba la ayuda o asistencia después de estos sucesos lo cual confirmó la demanda constante del producto; sin embargo, el precio y el lugar de la compra también son factores importantes en su decisión de compra, motivo por el cual no han adquirido las pulseras de seguridad ya existentes en Mercado Libre. Los potenciales clientes de Securelet percibirán fácilmente que conseguir la pulsera es un proceso fácil que sólo requerirá acceder a una página web; por lo tanto, se venderá a través de su propia página web la cual será promocionada a través de redes sociales como Facebook, red social que asegura miles de visitas al día alcanzando a los segmentos deseados. A comparación de Mercado Libre, la página web de Securelet permitirá al cliente personalizar la pulsera en ciertos aspectos como color, tamaño e incluso determinados diseños que podrán lograrse gracias a una máquina de grabación láser que permitirá agregar nombres e incluso diseños simples de dibujos o marcas conocidas.

Poder de negociación de los proveedores

- Alta: En Perú, existe una gran variedad de fabricantes de pulseras de silicona quienes las venden por un precio promedio de S/. 1.00 (un sol) por unidad dependiendo del diseño. No obstante, resulta más conveniente importar los dispositivos GPS desde China, los cuales estarán incorporados en las pulseras y a quienes se les solicitará, pagando un costo adicional, que coloquen los GPS dentro de las pulseras ya que cuentan con los recursos y tecnología necesaria para hacerlo lo cual también ahorrará los costos de personal. Asimismo, el desarrollo de la aplicación móvil compatible con sistemas operativos móviles ya sea Android, iOS o Windows Phone tiene un costo aproximado de S/. 5,000 (cinco mil soles) en Perú; sin embargo, hoy en día existen profesionales preparados en otros países que pueden desarrollar la aplicación por un precio menor. Considerando esto, una de las bases fundamentales de Securelet es tener socios clave para la adquisición de GPS y para la implementación de la APP a quienes se les brindará la seguridad, mediante cifras, que siempre habrá demanda del producto para que siempre nos provean los materiales y herramientas necesarias para operar.

Ingreso potencial de nuevos competidores

- Alta: Actualmente los accesorios con GPS están bien posicionados en mercados europeos, pero no están completamente posicionados en el mercado local por lo que su venta en Perú no es de gran escala; sin embargo, existe la posibilidad de que estas empresas amplíen y mejore su publicidad en otros países por lo que se convertirían en una amenaza constante. No obstante, la baja calidad de sus productos mantendría sus ventas bajas lo que será contrarrestado con la buena calidad y beneficios de pulseras Securelet. Es decir, para contrarrestar este punto, Securelet implementará un estándar de calidad similar al de Safelet en el ensamblado y en cada venta se le informará al cliente de la calidad y beneficios de cada pulsera. De esta manera, los nuevos competidores tendrán que estandarizar el nivel que Securelet desarrolle lo cual no les permitirá reducir costos y por ende ofrecerlo a un menor precio.

3.2 Análisis interno:

3.2.1 Análisis AMOFHIT

Administración y gerencia (A):

La Administración/Gerencia de Securelet trabajará y velará por el logro de los objetivos de la empresa, tomará las decisiones de contratación adecuadas organizando la estructura de la empresa; también, analizará los problemas financieros, administrativos u operacionales existentes y fomentará la responsabilidad social cuidando al medio ambiente y a la sociedad. Para empezar su gestión, la Administración de Securelet ha diseñado procesos innovadores y modernos tanto en el producto ofrecido como en el servicio brindado. Tal es así que, el modelo de negocio señala que se brindará una pulsera con diseños divertidos, pero a la vez discretos lo que se hace para reducir la posibilidad de que este accesorio también sea sustraído durante un asalto. Por otro lado, esta área también impulsará la venta del dispositivo a través de internet permitiendo al futuro usuario que personalice (hasta cierto punto) el diseño de su pulsera y que, además, cuente con un servicio post venta para asegurar su buen funcionamiento; más aún, esta área investigará constantemente y determinará cuáles son los cambios tecnológicos en el sector para lograr la innovación del producto ofrecido.

Marketing, retail y ventas (M):

Esta área se encargará del desarrollo de la marca y observará constantemente a los competidores para mantener la calidad de pulseras Securelet superior a aquellas ofrecidas por tales competidores. Asimismo, el área de Marketing analizará constantemente el comportamiento del consumidor con la finalidad de satisfacer sus necesidades y seguir las tendencias del mercado. Para iniciar su gestión, el área de Marketing ha establecido un precio promedio para las pulseras Securelet que es S/ 270 soles aproximadamente, en caso de que la competencia ofrezca un precio menor, el precio podrá reducirse hasta S/ 220 pero esto también reduciría el margen de utilidad. Para el segmento de padres de familia, las fechas de mayor demanda serían los meses comprendidos entre marzo y diciembre ya que durante esos meses los niños asisten al colegio y los padres estarían especialmente interesados en saber cuál es la ubicación de sus hijos mientras no están con ellos; sin embargo, en los meses de enero y febrero, el área de Marketing impulsará la venta de las pulseras hacia ese segmento con ofertas de descuentos que se promocionarán en la publicidad entregada por colegios y también a través de redes sociales. Además, esta área impulsará la venta de las pulseras Securelet al segmento de adultos mayores a 18 años interesados en su seguridad principalmente con estrategias de campañas a través de redes sociales y seleccionando una audiencia que represente las características de este segmento.

Operaciones y logística e infraestructura (O):

El área de operaciones será la responsable de producir la cantidad de pulseras necesarias para la venta y en lo posible, manteniendo los costos de producción bajos. Para iniciar operaciones, esta área contará con un especialista en Logística que será el responsable de importar los materiales necesarios para operar y que tendrá a su cargo a un operario que será el responsable de colocar las unidades de pulseras necesarias en sus respectivos empaques. Por un lado, cada pulsera será ensamblada de acuerdo con las especificaciones del cliente en la página web (color, tamaño y posible diseño) y siendo éste el proceso denominado “producción por encargo”¹⁶ se ensamblará la cantidad de pulseras de acuerdo con la cantidad de pulseras solicitadas por los clientes. Por otro lado, y siguiendo la proyección de ventas, esta área también ensamblará una cantidad de pulseras con diseño unisex para que sean vendidas a través de tiendas como Coolbox, LedBlink Electrónica,

¹⁶ Cfr. Chiavenato 1993: 49

Digital Perú Importronic, entre otros. En cuanto al inventario, no habrá problemas de almacenamiento puesto que la mayoría de los materiales son de tamaño reducido lo que permitirá mantener un stock mínimo dentro del local de producción.

Finanzas y contabilidad (F):

Como toda empresa, Securelet requiere de una inversión inicial la cual será definida por el área de Finanzas y Contabilidad. Esta inversión se utilizará para la compra de activos, trámites en notarías, en Registros Públicos, en SUNAT y en la Municipalidad del distrito en donde se opere. Asimismo, se necesitará de fondos para el capital de trabajo, Marketing digital, arriendos y diversos tipos de gastos para iniciar operaciones. Dentro del capital de trabajo también se incluirá la importación de materiales necesarios para vender las primeras unidades de pulseras durante el primer año de operaciones y que serán vendidas a través de tiendas como Coolbox, LedBlink Electrónica, Digital Perú Importronic, entre otros, o a través de la página web que será promocionada a través de la página de Facebook. Por consiguiente, dentro de las funciones básicas del área de Finanzas estará poner en marcha un sistema de control de costos, buscar fuentes de financiamiento en caso de que se requiera, elaborar presupuestos, proyecciones e interpretar los resultados de los estados financieros de la empresa.

Recursos humanos (H):

Debido al presupuesto limitado y la reducida producción que se dará durante el primer año de operaciones, las funciones de este departamento serán ejercidas por la Gerencia/Administración. No obstante, y en caso de que se requiera contratar a más personal de operaciones con urgencia, esta tarea será encomendada a una empresa de reclutamiento. Sin embargo, y cuando esta área inicie su gestión, será responsable de contratar al personal calificado que requiera la operación durante sus inicios y después de que aumente la demanda; asimismo, se encargará de todas las funciones directas y principales que corresponden al área de Recursos Humanos tales como elaboración de planilla, afiliaciones a sistema de pensiones, descripciones de puestos y perfiles, inducciones laborales, clima y satisfacción laboral, procesos de despido, entre otros.

Sistemas de información y comunicaciones (I):

Dentro de los medios y acciones que el área de Sistemas de Información y Comunicaciones desarrollará para asegurar el flujo de información de Securelet se

encuentra la página web donde se publicará toda la información relacionada a la empresa, los productos, ubicación y demás que sirva a los clientes para tener todos elementos que necesitan para conocer más el producto. Esta página web se dará a conocer a través de constantes publicaciones en redes sociales en las cuáles se seleccionará una audiencia que represente las características de ambos segmentos. Por otro lado, se establecerán canales de retroalimentación a través de la página web similares a un buzón de sugerencias, con el cual los clientes podrán dejar sus comentarios sobre la pulsera y como ha sido su experiencia.

Tecnología, investigación y desarrollo (T):

Esta área fomentará el uso de la tecnología en sus clientes a través de un aplicativo móvil con el cual se podrá obtener la ubicación exacta del usuario en caso de emergencia. Asimismo, el área de Tecnología, Investigación y Desarrollo trabajará junto con el área de Administración/Gerencia para hacer dos investigaciones por año como mínimo y así obtener información de los más recientes avances tecnológicos con la finalidad de mantener el producto a la vanguardia de la tecnología.

3.2.2 Análisis FODA

<div> <div>INTERNO</div> <div>EXTERNO</div> </div>	FORTALEZAS		DEBILIDADES	
	F1	Dirección estratégica innovadora	D1	El empoderamiento puede generar que se implementen malas decisiones
	F2	Conocimiento de los procesos de producción	D2	Mercado objetivo en etapa inicial
	F3	Capacidad innovadora de diseño y fabricación	D3	Centros de producción con espacios limitados
	F4	Acceso a fuentes de financiamiento	D4	Disminución de los márgenes de utilidad por compra de materiales en el extranjero
	F5	Personal altamente calificado	D5	Estructura organizacional con múltiples funciones
	F6	Buenas relaciones con los proveedores y concesionarios que permiten acceso a información oportuna	D6	Sistemas de información aún manuales
	F7	Inversiones en I&D	D7	Demanda de productos del rubro en etapa inicial
OPORTUNIDADES		ESTRATEGIAS OFENSIVAS (FO)	ESTRATEGIAS DE AJUSTE (DO)	
O1	Mantener los precios más bajos a través de la división del trabajo; es decir, contratar y capacitar a empleados jóvenes y sin experiencia en vez de personal altamente capacitado y costoso (F2, F5, O7, O8)		Crear en infraestructura con capacidad para atender clientes y brindar servicios post venta (D3, D5, O2, O3)	
O2				
O3				
O4				
O5	Diseñar y producir pulseras innovadoras y únicas para el segmento de niños, aprovechando el desarrollo de las nuevas tecnologías (F1, F3, O4, O6, O9)		Optimizar la estructura de la organización para crear un producto percibido por los clientes como esencialmente exclusivo (D5, D7, O3, O6)	
O6				
O7				
O8				
O9				
O10				
AMENAZAS		ESTRATEGIAS DEFENSIVAS (FA)	ESTRATEGIAS DE SOBREVIVENCIA (DA)	
A1	Fomentar la participación del cliente en la creación del producto a través de la elección de diseño, color o tamaño de la pulsera evitando así pérdidas por exceso de inventario (F1, A3, A8).		Identificar las necesidades y costumbres del mercado objetivo con la finalidad de adecuar el producto y posicionarlo en sus mentes (D2, D7, A3, A7, A8)	
A2				
A3				
A4				
A5	Establecer negociaciones con proveedores a través de contratos a largo plazo o descuentos por pronto pago (F4, F6, A9)		Fomentar alianzas estratégicas con empresas del mismo rubro para producir sinergias y una mejor posición para negociar en las compras a proveedores (D1, D4, A6, A7)	
A6				
A7				
A8				
A9				
A10				

3.3 Visión

“Ser la organización líder en dispositivos de ubicación por GPS, comprometiéndonos con la tranquilidad y búsqueda de seguridad de nuestros clientes y de sus familias”.

3.4 Misión

“Ofrecer a cada cliente la mejor experiencia con dispositivos GPS brindándoles la precisión, seguridad y tranquilidad de conocer la ubicación exacta de sus seres queridos”.

3.5 Estrategia Genérica

- Diseñar y producir pulseras innovadoras y únicas para ambos segmentos, aprovechando el desarrollo de las nuevas tecnologías (Estrategia de diferenciación).

3.6 Objetivos Estratégicos

- Desarrollar dos productos nuevos relacionados en los próximos dos años, mejorando la situación inicial de sólo un producto nuevo por lanzamiento.
- En dos años, captar inversiones que permitan adquirir una infraestructura más amplia para también brindar una atención personalizada a los clientes.
- Concretar una alianza estratégica con el proveedor principal de equipos GPS que permita la reducción de costos en un 10%
- Estar a la vanguardia de la tecnología y mantener los dispositivos de seguridad siempre actualizados.

4. Investigación / validación de mercado

4. Investigación / Validación de mercado

Hipótesis del problema:

Javelin Experiment Board		Nombre del Proyecto: Pulsera Securelet		Líder del Proyecto: July Acero			
Comienza aquí. Haz una lluvia de ideas con notas adhesivas y jalalas hacia la derecha para iniciar tu experimento.		Experimento	1	2	3	4	5
¿Quién es tu cliente? Sé lo más específico posible. <small>Tiempo límite: 5 min</small>		Cliente	Padres de familia ausentes durante el día interesados en la seguridad y ubicación de sus hijos menores a 18 años	Todas las personas mayores a 18 años que se encuentren interesadas en dar a conocer su ubicación en caso de emergencia.			
¿Cuál es el problema? Descríbelo desde la perspectiva de tu cliente. <small>Tiempo límite: 5 min</small>		Problema	No saber la ubicación de sus hijos mientras están ausentes.	No poder informar su ubicación después de un asalto.			
Define la solución sólo luego de haber validado un problema que valga la pena resolver. <small>Tiempo límite: 5 min</small>		Solución					
Haz una lista de los supuestos que deben ser ciertos para que tu hipótesis sea cierta. <small>Tiempo límite:</small>		Supuesto de Mayor Riesgo	Padres que estudian y trabajan todo el día.	Personas que no tienen medios para comunicarse después de un asalto.			
¿Necesitas ayuda? Utiliza las siguientes oraciones para ayudarte a construir tu experimento.		Método y Criterio de éxito	Exploración 4/5	Exploración 4/5			
Para elaborar una Hipótesis de Cliente/Problema: Creo que <u>mi cliente</u> tiene un problema para <u>lograr este objetivo</u> .	Para elaborar una Hipótesis de Problema/Solución: Creo que <u>esta solución</u> resultará en <u>este resultado cuantificable</u> .	GET OUT OF THE BUILDING!					
Para elaborar tus supuestos: Para que <u>hipótesis</u> sea cierta, <u>supuesto</u> tiene que ser cierto.	Para identificar tu Supuesto de Mayor Riesgo: El supuesto sobre el cual tengo menos información y es clave para la viabilidad de mi hipótesis es...	Resultado y Decisión	5/5 Perseverar	6/6 Perseverar			
Determina qué método usarás para probar tu supuesto: La forma más económica de probar mi supuesto es...	Determina qué criterio es suficiente para el éxito: Llevaré a cabo el experimento con <u># clientes</u> y espero una fuerte señal de <u># clientes</u> .	Aprendizaje	- Los padres no escatimarán costos por asegurar el bienestar de sus hijos.	- Los artículos principalmente robados son celulares, billeteras o carteras.			

Download Experiment Board and watch case studies at www.javelin.com

© 2014 Javelin. You are free to use it and earn money with it as an entrepreneur, consultant, or executive, as long as you are not a software company (the latter need to license it from us).

De las entrevistas realizadas en diciembre del año 2017¹⁷, se obtuvieron los siguientes aprendizajes con los cuales se validó la solución planteada que es una *pulsera con GPS con la cual el usuario puede dar a conocer su ubicación en caso de emergencia*:

Aprendizaje del segmento 1: Los padres no escatimarían en costos si pueden asegurar el bienestar de sus hijos; asimismo, esperan más acciones de las autoridades locales y se sienten más tranquilos cuando ellos mismos cuidan a sus hijos.

Aprendizaje del segmento 2: Los robos se dan principalmente en celulares, billeteras o carteras, la seguridad ciudadana es deficiente en medios de transporte públicos y las víctimas de asaltos aseguran que el momento más traumatizante fueron los 2 minutos siguientes al suceso.

¹⁷ Cfr. Entrevistas 2017

Hipótesis de la solución:

Segmento 1

Javelin Experiment Board		Nombre del Proyecto: Pulsera Securelet		Lider del Proyecto:			
Comienza aquí. Haz una lluvia de ideas con notas adhesivas y jútalas hacia la derecha para iniciar tu experimento.		Experimento	1	2	3	4	5
¿Quién es tu cliente? Sé lo más específico posible. <small>Tiempo límite: 5 min</small>		Cliente	Padres de familia ausentes durante el día interesados en la seguridad y ubicación de sus hijos menores a 18 años				
¿Cuál es el problema? Descríbelo desde la perspectiva de tu cliente. <small>Tiempo límite: 5 min</small>	Tener desconfianza por las personas que cuidan a sus hijos	Problema	No saben la ubicación de sus hijos mientras están ausentes.				
Define la solución sólo luego de haber validado un problema que valga la pena resolver. <small>Tiempo límite: 5 min</small>	Reloj con GPS con cámara incorporada que brinda la ubicación del usuario a través de un APP.	Solución	Pulsera con GPS que brinda la ubicación del usuario a través de un APP.				
Haz una lista de los supuestos que deben ser ciertos para que tu hipótesis sea cierta. <small>Tiempo límite: 10 min</small>	Actitudes inapropiadas de niños rebeldes. Padres que son separados y divorciados. Padres que realizan muchas actividades durante el día.	Supuesto de Mayor Riesgo	Padres que estudian y trabajan todo el día.				
¿Necesitas ayuda? Utiliza las siguientes oraciones para ayudarte a construir tu experimento.		Método y Criterio de éxito	PITCH 50%				
Para elaborar una Hipótesis de Cliente/Problema: Creo que <u>mi cliente</u> tiene un problema para <u>lograr este objetivo</u> .	Para elaborar una Hipótesis de Problema/Solución: Creo que <u>esta solución</u> resultará en <u>este resultado cuantificable</u> .	GET OUT OF THE BUILDING!					
Para elaborar tus supuestos: Para que <u>hipótesis</u> sea cierta, <u>supuesto</u> tiene que ser cierto.	Para identificar tu Supuesto de Mayor Riesgo: El supuesto sobre el cual tengo menos información y es clave para la viabilidad de mi hipótesis es...	Resultado y Decisión	60% Perseverar				
Determina qué método usarás para probar tu supuesto: La forma más económica de probar mi supuesto es...	Determina qué criterio es suficiente para el éxito: Llevaré a cabo el experimento con <u># clientes</u> y espero una fuerte señal de <u># clientes</u> .	Aprendizaje	La publicidad a través de redes sociales incrementa la llegada al público objetivo.				

Download Experiment Board and watch case studies at www.javelin.com

© 2014 Javelin. You are free to use it and earn money with it as an entrepreneur, consultant, or executive, as long as you are not a software company (the latter need to license it from us).

Segmento 2

Experiment Board

Nombre del Proyecto:
Lider del Proyecto:

Comienza aquí. Haz una lluvia de ideas con notas adhesivas y pégalas hacia la derecha para iniciar tu experimento.

¿Quién es tu cliente? Sé lo más específico posible.
Tiempo límite: 5 min

¿Cuál es el problema? Descríbelo desde la perspectiva de tu cliente.
Tiempo límite: 5 min

Define la solución sólo luego de haber validado un problema que valga la pena resolver.
Tiempo límite: 5 min

Haz una lista de los supuestos que deben ser ciertos para que tu hipótesis sea cierta.
Tiempo límite: 10 min

¿Necesitas ayuda? Utiliza las siguientes oraciones para ayudarte a construir tu experimento.

Para elaborar una Hipótesis de Cliente/Problema:
Creo que mi cliente tiene un problema para lograr este objetivo.

Para elaborar una Hipótesis de Problema/Solución:
Creo que esta solución resultará en este resultado cuantificable.

Para elaborar tus supuestos:
Para que hipótesis sea cierta, supuesto tiene que ser cierto.

Para identificar tu Supuesto de Mayor Riesgo:
El supuesto sobre el cual tengo menos información y es clave para la viabilidad de mi hipótesis es...

Determina qué método usarás para probar tu supuesto:
La forma más económica de probar mi supuesto es...

Determina qué criterio es suficiente para el éxito:
Llevaré a cabo el experimento con # clientes y espero una fuerte señal de # clientes.

Experimento	1	2	3	4	5
Cliente		Todas las personas mayores a 18 años que se encuentren interesados en dar a conocer su ubicación en caso de emergencia.			
Problema		No pueden informar su ubicación después de un asalto.			
Solución		Pulsera con GPS con la cual el usuario puede dar a conocer su ubicación en caso de emergencia			
Supuesto de Mayor Riesgo		Personas que no tienen medios para comunicarse después del asalto.			
Método y Criterio de éxito		PITCH 50 %			
GET OUT OF THE BUILDING!					
Resultado y Decisión		60 % Perseverar			
Aprendizaje		Muestra un alto interés considerando que está tendrá un precio módico y que su tecnología es sencilla.			

Download Experiment Board and learn more about it at www.javelin.mx

© 2014 Javelin. Este es un producto de Javelin y no puede ser distribuido, usado o copiado sin el consentimiento de Javelin. Todos los derechos reservados. Este documento es una propiedad intelectual de Javelin y no puede ser distribuido, usado o copiado sin el consentimiento de Javelin.

4.1 Diseño metodológico de la investigación / metodología de validación de hipótesis de la solución

Con el fin de validar la solución planteada se utilizó el Método Pitch MVP a través de una landing page cada segmento:

Segmento 1:

Securelet
La pulsera que puede salvar a tus hijos

¡Se el primero en inscribirte!

Securelet te brinda la seguridad y tranquilidad de saber la ubicación exacta de tus hijos. ¿Quieres saber más? Déjanos tus datos aquí:

Nombre *

Correo electrónico *

ENVIAR

Respetamos tu privacidad, no compartiremos tu información con nadie.

No saber su ubicación
No saber la ubicación de tus hijos mientras estás fuera de casa.

Delincuencia
Secuestros: Cerca de 100 menores desaparecen al año en Perú.

Conexión con una APP
La pulsera se conecta a un smartphone a través de una app.

Batería de larga duración
La pulsera tiene una batería de larga duración que te permite usarla por días.

Síguenos en nuestra página

Segmento 2:

Securelet
La pulsera que puede salvar tu vida

Completa el formulario y obtendrás un descuento por lanzamiento:

¡DESCUENTO POR LANZAMIENTO!

Nombre *

Correo electrónico *

Teléfono *

ENVIAR

No compartiremos tu información personal con nadie
Respetamos tu privacidad

¿No sabes que hacer después de un asalto? Securelet te brinda la seguridad y tranquilidad de alertar a tus seres queridos.

Cada landing page se crea el 5 de diciembre y se hacen públicas a través de la página en Facebook de Securelet con la cual se obtienen las siguientes cantidades de visitantes y sus respectivas tasas de conversión:

All Pages				Upload an Unbounce Page
☐	Action: Choose...	Filter: All	Sort: URL Name	↓
☐	Securelet Padres unbouncepages.com/secureletpadres/	66 visitors	14 conversions	21.21% conversion rate
☐	Securelet Adultos unbouncepages.com/secureletadultos/	84 visitors	18 conversions	21.43% conversion rate

Boosted Post ¡La seguridad de tus hijos no es un juego! □ De... Promoted by Arturo Flores Prieto on 12/05/2017	5,600 People Reached	70 Link Clicks	S/.34.99 Spent of S/.34.99 View Results
Boosted Post No necesitarás más celulares para dar a conoc... Promoted by Arturo Flores Prieto on 12/05/2017	6,011 People Reached	93 Link Clicks	S/.35.00 Spent of S/.35.00 View Results

4.2. Resultados de la investigación

- Segmento 1: 66 personas ingresaron a la página y 14 dejaron sus datos; por lo tanto, la tasa de conversión es de 21.21% que representa el porcentaje de clientes interesados en la seguridad de sus hijos y que estarían dispuestos a comprar la pulsera.
- Segmento 2: 84 personas ingresaron a la página y 18 dejaron sus datos; por lo tanto, la tasa de conversión es de 21.43% que representa el porcentaje de clientes interesados en su seguridad y que estarían dispuestos a comprar la pulsera.

4.3 Informe final: Elaboración de tendencias, patrones y conclusiones

Tendencias

En enero del año 2015, Peter Bradley, director de servicios de la organización caritativa Kidspace en el Reino Unido, explicó a la British Broadcasting Corporation (BBC) que no estaba de acuerdo con el lanzamiento de Kizon, un rastreador para niños diseñado por la compañía LG, ya que las posibilidades de que un niño desarrolle sus propios mecanismos de defensa sabiendo que sus padres lo vigilan, disminuyen¹⁸. Ese mismo año, la empresa Lert.ly, fundada en Estados Unidos por John McKinley, presenta el sistema de monitoreo CES 2015 el cual está dirigido a adultos mayores de 60 años y cuya función principal es brindar seguridad a adultos con problemas de memoria o incluso si no hacen ningún movimiento en un tiempo prolongado, alertando así a los familiares de algún posible problema de salud con el usuario; sin embargo, el mismo fundador calificó esto como una excesiva invasión a la privacidad de las personas a pesar de las buenas intenciones. En efecto, estas opiniones son válidas y aunque la tendencia en el uso de éste tipo de dispositivos pueda disminuir, hay un mercado objetivo en Lima que fue validado en las entrevistas en profundidad realizadas el pasado mes de diciembre y que está conformado por *padres de familia ausentes durante el día e interesados en la seguridad y ubicación de sus hijos menores a 18 años y todas las personas mayores a 18 años que se encuentren interesados en dar a conocer su ubicación en caso de emergencia* y que sí están preocupados por su seguridad y la de sus seres queridos. Más que un dispositivo de rastreo, estas personas buscan un dispositivo que no sea un teléfono móvil (que también puede ser sustraído en situaciones de peligro) con el cual puedan pedir asistencia en casos de emergencia ya sea después de un asalto o durante un secuestro.

¹⁸ Cfr. BBC 2015 (<http://www.bbc.com/news/technology-30709141>)

Patrones:

Reserva tu geo.band ahora y tendrás un descuento del 35% para la correa de seguridad que lanzaremos durante 2018.

Dismiss

geo.band

COMPRAREMPESAFfTIGYUQ0

NIÑOS

PERSONAS
DEPENDIENTES

MASCOTAS

PERTENENCIAS

No pierdas tu tranquilidad

¿Cómo funciona?

Déjanos un mensaje

geo.band

geo.band

geo.band

The image displays two versions of the Indra Personal Safety watch. On the left is the 'Black' model, featuring a black mesh strap and a black rectangular face with a heart-shaped cutout and a pattern of small, embossed heart shapes. On the right is the 'Silver' model, which has a silver mesh strap and a silver rectangular face with a heart-shaped cutout and a pattern of small, embossed heart shapes. Both watches are shown from a three-quarter perspective against a white background.

Conclusiones

- El desarrollo de publicidad a través de redes sociales incrementa la llegada al público objetivo. Adicional a esto, se puede apreciar un interés de los padres de familia por contar con un dispositivo que les permita tener la certeza de la ubicación de sus hijos, ya que ha quedado en evidencia que no confían en otros adultos para cuidar a sus hijos mientras ellos están ausentes.
- Los jóvenes muestran un alto interés en la pulsera considerando que ésta tendrá un precio módico y que su tecnología es sencilla, pero cumple su objetivo. Por otro lado, se observa que muy pocas personas están dispuestas a dejar su información de contacto por temor a que ésta sea utilizada para otros fines. Sin embargo, y pese a lo último mencionado, la publicidad en redes sociales atrae más a los jóvenes ya que es un medio con el cual se identifican y buscan siempre estar a la vanguardia en cuanto adelanto tecnológico se presenta, más aún si éste les permite estar protegidos y más seguros ante los peligros a los cuales se ven expuestos.

5. Plan de Marketing

5. Plan de marketing

5.1 Planteamiento de objetivos de marketing

- En 5 años, ser una empresa reconocida a nivel nacional en venta de accesorios de ubicación con GPS.
- En el plazo de dos años, diversificar la oferta creando dos nuevos accesorios relacionados con el actual.
- En el lapso de un año, aumentar el reconocimiento de la marca en un 20%
- Tener un crecimiento sostenible a lo largo de los años en el desenvolvimiento del negocio, con un incremento anual de 1.5%.

5.2 Estrategias de marketing:

5.2.1 Segmentación

Estrategia del segmento de menor tamaño¹⁹: Se aplica esta estrategia puesto que la estrategia tendrá un precio superior al de los competidores de origen chino y que puede ser pagado por segmentos cuyas características sean de personas del nivel socioeconómico A o B. Por lo tanto, Securelet será una pulsera de buena calidad que brinde tranquilidad al usuario y a sus seres queridos y que tendrá un enfoque especial hacia los segmentos resultantes de los siguientes criterios de segmentación:

CRITERIOS	SEGMENTO 1	SEGMENTO 2
GEOGRÁFICOS		
Zona geográfica	Lima, Perú	Lima, Perú
DEMOGRÁFICA		
Edad	Mayores a 18 años	Mayores a 18 años
Género	Masculino y femenino	Masculino y femenino

¹⁹ Cfr. Best 2007: 156

Hijos	Con hijos menores de 18 años	Con o sin hijos de cualquier edad
PSICOGRÁFICA		
Clase social	A o B	A o B
Intereses	Seguridad ciudadana	Seguridad ciudadana

SEGMENTO 1: Padres de familia ausentes durante el día interesados en la seguridad y ubicación de sus hijos menores a 18 años; es decir, todos los padres de familia que por trabajo o estudios se ven obligados a dejar a sus hijos solos durante todo el día pero que están interesados en conocer su ubicación en caso de emergencia. Por lo tanto, el usuario sería el menor que ha sido secuestrado o que ha sido víctima de algún hecho delictivo quedando imposibilitado de comunicarse con sus padres a través de algún dispositivo móvil.

SEGMENTO 2: Todas las personas mayores a 18 años que se encuentren interesados en dar a conocer su ubicación en caso de emergencia; es decir, todas las personas mayores a 18 años que quieran dar a conocer su ubicación si es que son víctimas de un asalto o secuestro y que, por tal motivo, no cuentan con un dispositivo móvil para pedir la asistencia o ayuda necesaria a un conocido después del suceso.

5.2.2 Posicionamiento

Estrategia de diferenciación por el producto²⁰: Se selecciona esta estrategia puesto que, para competir en el mercado, y principalmente con los competidores de origen chino, se requerirá de factores diferenciadores que ubiquen a Securelet sobre los competidores chinos por sus bajos precios y debajo del competidor holandés, Safelet, por su elevado precio. Dentro de las categorías de calidad utilizadas para diferenciar a Securelet y posicionarlo entre ambos competidores están:

²⁰ Cfr. Best 2007: 215

Asesinos de la Calidad	
Confianza	El producto funcionará correctamente respondiendo a las necesidades del usuario en el momento indicado.
Conductores de Calidad	
Prestaciones	Resistente al agua y con batería de larga duración.
Realizadores de la Calidad	
Características opcionales	Diseños personalizados (color, tamaño y forma)
Nivel de servicios	<ul style="list-style-type: none"> - Reparaciones rápidas dependiendo de la avería. - Bajos costos de envíos dependiendo del distrito.
La Estética de la Calidad	
Apariencia	Diseños discretos y personalizables (en caso se adquiriera a través de la página web) con materiales resistentes y de buena calidad.
Reputación	Percepción positiva de los clientes potenciales

5.3 Mercado objetivo:

5.3.1 Tamaño de mercado

Segmento 1

Según la Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados (APEIM), al 2017 existen aproximadamente 10,190,922 personas habitando en Lima Metropolitana²¹, de las cuáles, 2,945,176 personas (28.9%) pertenece al nivel socioeconómico A y B y 620,597 de ellos son personas menores de 18 años. Asimismo, según resultados de la Encuesta Demográfica y de Salud Familiar 2016 (Endes) las mujeres peruanas de 15 a 49 años tienen en promedio 2.5 hijos; por lo tanto, para definir el tamaño de este mercado se ha considerado que por cada 2.5 niños hay un padre que decidirá esta compra dando un total de 248,239 padres que será el tamaño del mercado del segmento 1.

²¹ Cfr. APEIM 2017 (<http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2017.pdf>)

DISTRIBUCIÓN DE PERSONAS SEGÚN NSE 2017 - LIMA METROPOLITANA

N° PERSONAS 10'190,922 *

APEIM 2017

APEIM 2017: Data ENAHO 2016
* Proyecciones INEI

20

PERFIL DE PERSONAS SEGÚN NSE 2017 - LIMA METROPOLITANA

		Lima Metropolitana							
		Total	NSE A	NSE B	NSE C	NSE C1	NSE C2	NSE D	NSE E
Sexo	Hombre	48.4%	49.6%	46.3%	48.8%	48.1%	50.0%	48.7%	53.0%
	Mujer	51.6%	50.4%	53.7%	51.2%	51.9%	50.0%	51.3%	47.0%
¿ Qué edad tiene en año cumplidos ? (En años) (agrupado)	<= 12	18.7%	14.2%	14.3%	18.8%	16.5%	22.8%	22.9%	25.3%
	13 - 17	7.3%	5.6%	7.0%	6.9%	6.8%	7.1%	8.1%	9.2%
	18 - 25	13.7%	9.2%	13.7%	13.7%	13.8%	13.6%	13.7%	16.3%
	26 - 30	7.7%	6.7%	7.5%	7.8%	7.8%	7.9%	7.7%	7.9%
	31 - 35	7.1%	8.1%	6.9%	6.9%	6.6%	7.3%	7.3%	7.6%
	36 - 45	14.1%	16.3%	12.8%	14.4%	14.5%	14.1%	14.2%	15.5%
	46 - 55	12.0%	13.4%	14.4%	11.7%	12.0%	11.3%	10.7%	7.9%
	56+	19.4%	26.5%	23.4%	19.8%	22.0%	15.9%	15.4%	10.3%
¿Cuál es su estado civil o conyugal? (De 12 años a más)	Conviviente	18.6%	4.9%	10.8%	19.5%	16.2%	25.8%	26.4%	29.1%
	Casado (a)	28.2%	49.5%	38.2%	27.6%	30.4%	22.3%	16.7%	13.6%
	Viudo (a)	4.7%	4.7%	4.6%	4.6%	4.6%	4.5%	5.4%	3.0%
	Divorciado (a)	1.0%	2.1%	1.9%	0.7%	0.6%	0.9%	0.4%	0.4%
	Separado (a)	9.3%	4.0%	6.0%	9.5%	9.1%	10.3%	12.7%	13.6%
	Soltero (a)	38.2%	34.8%	38.5%	38.1%	39.1%	36.2%	38.4%	40.3%
Afiliación al sistema de salud (Respuesta Múltiple)	ESSALUD (antes IPSS)	40.0%	58.4%	57.4%	41.5%	44.6%	35.7%	22.2%	12.6%
	Seguro Privado de Salud	4.7%	36.5%	9.3%	1.6%	2.0%	0.9%	0.3%	0.2%
	Entidad Prestadora de Salud	3.6%	24.6%	7.5%	1.5%	1.6%	1.3%	0.1%	0.0%
	Seguro FFAA - PNP	3.9%	6.9%	9.3%	2.8%	3.6%	1.2%	0.7%	0.5%
	Seguro Integral de Salud	26.3%	0.9%	7.5%	24.8%	21.8%	30.5%	46.0%	57.4%
	Seguro Universitario	0.8%	0.9%	1.4%	0.7%	1.0%	0.1%	0.4%	0.2%
	Seguro Escolar Privado	0.1%	0.4%	0.3%	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%	0.2%
	Otro	0.2%	0.5%	0.4%	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%	0.0%
	No afiliado	25.5%	7.8%	17.6%	28.7%	27.2%	31.4%	30.7%	28.9%
Situación laboral (De 14 años a más)	Independiente 1/	17.0%	6.8%	10.1%	18.3%	17.7%	19.4%	21.8%	21.3%
	Dependiente 2/	42.0%	55.4%	43.5%	41.5%	41.8%	41.0%	39.6%	41.3%
	No Trabaja/No remunerado 3/	37.7%	33.9%	42.6%	36.9%	37.1%	36.6%	35.7%	35.0%
	Dueño PYME 4/	3.3%	3.9%	3.8%	3.3%	3.4%	3.0%	2.9%	2.4%

1/ Sin trabajadores remunerados a su cargo

2/ Incluye empleados, obreros y trabajadores del hogar

3/ No trabajan o son trabajadores no remunerados

4/ Empleador o patrono

APEIM 2017: Data ENAHO 2016

37

Segmento 2

Asimismo, la APEIM indica que de las 2,945,176 personas (28.9%) que pertenecen al nivel socioeconómico A y B²², 2,324,580 son personas mayores de 18 años. Por otro lado, en mayo del 2017 el Instituto Nacional de Estadísticas e Informática (INEI) informó que el 44,5% de la población mayor de 18 años considera que el segundo problema que más afecta al país es la delincuencia y un 30.4% esa población efectivamente fue víctima de un hecho delictivo. Por lo tanto, y considerando que ese porcentaje de la población es el más interesado en su seguridad, este segmento estará conformado por 314,469 personas que será el tamaño de mercado del segmento 2.

5.3.2 Tamaño de mercado disponible

Segmento	Tasa de conversión	Tamaño de mercado	Tamaño de mercado disponible
1	21.21%	248,239	52,651
2	21.43%	314,469	67,391

5.3.3 Tamaño de mercado operativo (target)

Después de haber aplicado los criterios de segmentación y considerando que Securelet es una empresa nueva con pocos recursos, se considera pertinente atender al 1% del tamaño de mercado disponible durante el primer año de operaciones.

Segmento	Tamaño de mercado disponible	Porcentaje de operatividad	Tamaño de mercado operativo
1	52,651	1%	527
2	67,391	1%	674

5.3.4. Potencial de crecimiento del mercado

Para este cálculo se consideraron las siguientes variables:

- La tasa de crecimiento de la población en Lima, la cual, de acuerdo con el INEI²³ es de 1% por año.
- Nivel socioeconómico de los habitantes en Lima, de los cuáles se ha seleccionado el segmento A y B.

²² Cfr. APEIM 2017

²³ Cfr. INEI 2017

VENTAS ANUALES (5 AÑOS) EN UNIDADES DE PULSERAS					
CONCEPTO	2018	2019	2020	2021	2022
Incremento de 1% por cada año		5%	6%	7%	8%
Segmento 1 (Adultos)	527	553	587	628	678
Segmento 2 (Niños)	674	708	750	803	867
UNIDADES VENDIDAS POR AÑO	1201	1261	1337	1430	1545

5.4 Desarrollo y estrategia del marketing mix

5.4.1 Estrategia de producto/servicio

Estrategia de desarrollo del producto²⁴: Se selecciona esta estrategia para lanzar nuevos productos que sustituyan a los actuales o desarrollar mejoras en los productos actuales tales como nuevos diseños con mejoras en calidad, diseño o cualidades y así captar más clientes.

Las acciones necesarias para implementar esta estrategia son:

- Establecer un programa de control de calidad que permita detectar problemas fácilmente y corregirlos rápidamente.
- Transcurrido un año, renovar la línea de pulseras mejorando su apariencia y calidad.
- Añadir nuevas características al producto tales como una batería de mayor duración y materiales elásticos irrompibles.
- Desarrollar nuevos productos relacionados a los actuales; es decir, otro tipo de accesorios con GPS incluido.

5.4.1.1 Diseño de producto / servicio

- Diseños personalizables: Más diseños que puedan ser elegidos por los clientes en la página web y entre una gran variedad tamaños y colores.
- GPS incorporado: Buscar nuevos localizadores GPS de menos de 2 centímetros de diámetro que sean compatibles con smartphones para que cualquier familiar o amigo autorizado pueda instalar una aplicación que estará vinculada a la pulsera y que así pueda recibir una alerta cuando el usuario de la pulsera la envíe.

²⁴ Cfr. Calidad y Gestión 2008

- Resistente al agua: El usuario de la pulsera podrá seguir usándola inclusive en piscinas o playas ya que el material de silicona, que es también irrompible, impedirá que el agua dañe el GPS incorporado.
- Batería de larga duración: La pulsera será recargable y el tiempo de duración de cada carga es de 72 horas (3 días).

5.4.2 Estrategia de precios

Estrategia de precio por valor percibido²⁵: Se elige esta estrategia porque se realizará una auditoría de precios de los productos similares que se ofrece actualmente en el mercado, evaluando la similitud del producto para buscar un promedio razonable que sea aceptado por ambos segmentos. La fijación de precio también dependerá de los atributos adicionales o del valor agregado del producto, como son crear valor mediante la seguridad que se brindará y la personalización de la pulsera con participación incluso del mismo cliente (si es que así lo desea). Este precio estará basado en la rentabilidad que los accionistas esperan redituarse por las operaciones o gestiones necesarias para llevar a cabo el servicio.

Las actividades necesarias para implementar esta estrategia son:

- Otorgar un descuento especial de 10% del precio a partir de la segunda compra del producto por cliente previamente registrado.
- Potenciar los atributos de las pulseras Securelet para incrementar los precios en un 5% sin que sea superior al precio del competidor holandés, Safelet.

5.4.3 Estrategia comunicacional

Estrategia de comunicación push²⁶: Se elige esta estrategia para la cantidad de unidades que se venderán a través de tiendas como Coolbox, LedBlink Electrónica, Digital Perú Importronic, entre otros, ya que serían estas tiendas las que pongan a disposición de los usuarios finales las pulseras Securelet, lo que además los beneficiará ya que aumentarán la variedad de productos que ofrezcan. Por otro lado, la estrategia también se aplicará en otra cantidad de pulseras que se venderán a través de la página web y mediante tiendas virtuales o redes sociales que serán los intermediarios encargados de promocionar a la empresa.

Las actividades necesarias para implementar esta estrategia son:

²⁵ Cfr. Gestipolis 2007 (<https://www.gestipolis.com/estrategia-de-precios-por-valor-percibido/>)

²⁶ Cfr. Best 2007: 322

- Publicar anuncios en Mercado Libre mostrando el producto ofrecido.
- Publicar anuncios en Facebook abarcando un rango de llegada cuyas características coincidan con los segmentos elegidos.
- Establecer alianzas estratégicas con tiendas como Coolbox, LedBlink Electrónica o Digital Perú y definir un porcentaje de ganancia al vender una pulsera Securelet.

5.4.4 Estrategia de distribución

Estrategia de distribución intensiva²⁷: Nos basaremos en la estrategia de distribución directa, debido a que haremos llegar el producto ofrecido al consumidor final, sin mediar con intermediarios. Una vez terminada la pulsera previa coordinación con el cliente, se coordinará la entrega a domicilio.

Para implementar esta estrategia se ejecutarán las siguientes acciones:

- Publicitar y actualizar de manera interdiaria la página web manteniendo comunicación oportuna con los potenciales clientes que nos escriban por cualquier duda o inquietud.
- Manejar un stock mínimo para poder atender compras que se requieran de forma inmediata, todo ello con el fin de impulsar las ventas, facilitando al consumidor la adquisición de la pulsera.

²⁷ Cfr. iMarketing 2010 (<http://www.iniciamarketing.com/definicion-tipos-estrategias-canales-distribucion/>)

5.5 Plan de Ventas y Proyección de la Demanda

SEGMENTO: Todas las personas mayores a 18 años que se encuentren interesados en dar a conocer su ubicación en caso de emergencia.

PLAN DE VENTAS						
Ventas 2018		Costo Fijo		Costo Variable		Precio
527		S/ 86.05	S/ 9.50			S/ 315.00

Mes	Tendencia	Cantidad	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total	Ventas	Margen de Contribución
Enero	3%	16	S/ 1,360	S/ 150	S/ 1,511	S/ 4,980	S/ 4,830
Febrero	5%	26	S/ 2,267	S/ 250	S/ 2,518	S/ 8,300	S/ 8,050
Marzo	8%	42	S/ 3,628	S/ 401	S/ 4,028	S/ 13,280	S/ 12,880
Abril	9%	47	S/ 4,081	S/ 451	S/ 4,532	S/ 14,940	S/ 14,490
Mayo	8%	42	S/ 3,628	S/ 401	S/ 4,028	S/ 13,280	S/ 12,880
Junio	9%	47	S/ 4,081	S/ 451	S/ 4,532	S/ 14,940	S/ 14,490
Julio	10%	53	S/ 4,535	S/ 501	S/ 5,035	S/ 16,601	S/ 16,100
Agosto	8%	42	S/ 3,628	S/ 401	S/ 4,028	S/ 13,280	S/ 12,880
Setiembre	8%	42	S/ 3,628	S/ 401	S/ 4,028	S/ 13,280	S/ 12,880
Octubre	9%	47	S/ 4,081	S/ 451	S/ 4,532	S/ 14,940	S/ 14,490
Noviembre	11%	58	S/ 4,988	S/ 551	S/ 5,539	S/ 18,261	S/ 17,710
Diciembre	12%	63	S/ 5,442	S/ 601	S/ 6,043	S/ 19,921	S/ 19,320
Total	100.00%	527	S/ 45,348	S/ 5,007	S/ 50,355	S/ 166,005	S/ 160,999

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	
Incremento	5%

Año	Cantidad
2018	527
2019	553
2020	581
2021	610
2022	641
Total	2,912

Año	Cantidad	Incremento
2018	527	5%
2019	553	6%
2020	587	7%
2021	628	8%
2022	678	9%
Total	2,972	

Observaciones:

Durante el primer año de operaciones se ha considerado adecuado atender sólo al 1% del tamaño de mercado disponible en el segmento de adultos mayores a 18 años interesados en su seguridad lo que resulta en una venta proyectada de 527 unidades de pulseras durante el año 2018. Considerando los costos fijos que se producirán independientemente de la cantidad de ventas tales como alquileres y salarios, se ha fijado un total de S/ 86.05 por cada pulsera, mientras que el costo variable definido es de S/ 9.50 por cada pulsera. Asimismo, y si distribuimos la venta de las 527 pulseras en diferentes cantidades durante todos los meses del año 2018 a un precio de S/ 315 por cada una, se alcanzará un margen de contribución de S/ 160,999. Por otro lado, y si consideramos un incremento de 5% anual en la demanda de los próximos 5 años se proyecta una venta de 8,388 unidades de pulseras en total, pero si esta demanda aumenta en 1% por cada uno de esos 5 años, se estima vender 2,912 unidades de pulseras en total.

SEGMENTO: Padres de familia ausentes durante el día interesados en la seguridad de sus hijos menores a 18 años.

PLAN DE VENTAS						
Ventas 2018		Costo Fijo		Costo Variable		Precio
674		S/	86.05	S/	9.50	S/ 315.00

Mes	Tendencia	Cantidad	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total	Ventas	Margen de Contribución
Enero	4%	27	S/ 2,320	S/ 256	S/ 2,576	S/ 8,492	S/ 8,236
Febrero	9%	61	S/ 5,220	S/ 576	S/ 5,796	S/ 19,108	S/ 18,532
Marzo	15%	101	S/ 8,700	S/ 960	S/ 9,660	S/ 31,847	S/ 30,886
Abril	16%	108	S/ 9,280	S/ 1,024	S/ 10,304	S/ 33,970	S/ 32,945
Mayo	11%	74	S/ 6,374	S/ 704	S/ 7,078	S/ 23,334	S/ 22,630
Junio	5%	34	S/ 2,903	S/ 320	S/ 3,223	S/ 10,626	S/ 10,305
Julio	9%	61	S/ 5,220	S/ 576	S/ 5,796	S/ 19,108	S/ 18,532
Agosto	7%	47	S/ 4,060	S/ 448	S/ 4,508	S/ 14,862	S/ 14,413
Setiembre	6%	40	S/ 3,483	S/ 384	S/ 3,867	S/ 12,749	S/ 12,364
Octubre	5%	34	S/ 2,900	S/ 320	S/ 3,220	S/ 10,616	S/ 10,295
Noviembre	6%	40	S/ 3,480	S/ 384	S/ 3,864	S/ 12,739	S/ 12,354
Diciembre	7%	47	S/ 4,060	S/ 448	S/ 4,508	S/ 14,862	S/ 14,413
Total	100%	674	S/ 57,998	S/ 6,403	S/ 64,401	S/ 212,310	S/ 205,907

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	
Incremento	5%

Año	Cantidad
2018	674
2019	708
2020	743
2021	780
2022	819
Total	3,724

Año	Cantidad	Incremento
2018	674	5%
2019	708	6%
2020	750	7%
2021	803	8%
2022	867	9%
Total	3,801	

Observaciones:

Durante el primer año de operaciones se ha considerado adecuado atender sólo al 1% del tamaño de mercado disponible en el segmento de padres de familia interesados en la seguridad de sus hijos menores de 18 años lo que resulta en una venta proyectada de 674 unidades de pulseras durante el año 2018 y se consideran los mismos costos fijos y variables definidos en el otro segmento. Si la venta de las 674 unidades de pulseras se distribuye en diferentes cantidades durante todos los meses del año 2018 a un precio de S/ 315 por cada una, se alcanzará un margen de contribución de S/ 205,907. Por otro lado, y si consideramos un incremento de 5% anual en la demanda de los próximos 5 años se proyecta una venta de 3,724 unidades de pulseras en total, pero si esta demanda aumenta en 1% por cada uno de esos 5 años, se estima vender 3,801 unidades de pulseras en total.

5.6 Presupuesto de Marketing

Descripción	Mensual	Por año
Programa de control de calidad	S/. 133.33	S/. 1,600.00
Diseño de nuevas pulseras	S/. 166.67	S/. 2,000.00
Compra de batería de mayor duración y materiales elásticos irrompibles	S/. 750.00	S/. 9,000.00
Publicidad en redes sociales para dar a conocer los descuentos y el producto	S/. 208.33	S/. 2,500.00
Publicar anuncios en Mercado Libre mostrando el producto ofrecido	S/. 291.67	S/. 3,500.00
Publicitar y actualizar de manera interdiaria la página web	S/. 500.00	S/. 6,000.00
Total	S/. 2,050.00	S/. 24,600.00

Observaciones:

El presupuesto de marketing contempla el costo de todas las actividades consideradas en las estrategias del marketing mix y de acuerdo con el detalle, dichas actividades corresponden a las siguientes estrategias:

- 1) Programa de control de calidad (estrategia de desarrollo de producto): El programa considerado en el presupuesto es Odoo Manufacturing el cual permite definir planes de control de calidad que activan comprobaciones de calidad (inspecciones) en operaciones específicas del inventario o en el proceso de ensamblado.
- 2) Diseño de nuevas pulseras (estrategia de desarrollo de producto): Desarrollar otro tipo de accesorios con GPS incluido para lo cual se contratará los servicios de un diseñador gráfico que cree prototipos o maquetas en 3D de nuevos diseños de pulseras u otros accesorios con nuevas características y funciones adicionales.
- 3) Compra de batería de mayor duración y materiales elásticos irrompibles (estrategia de desarrollo de producto): Uno de los materiales considerados es una batería de gel polymer de 400mA cuya carga tiene una duración aproximada de 120 horas (5 días), la batería considerada inicialmente tiene una duración máxima de 72 horas. En este mismo monto se considera la compra de otros materiales que sean más resistentes que la silicona como por ejemplo el hule que al igual que la silicona también es repelente al agua y es sumamente elástico. El monto definido por mes comprende la compra de materiales para pruebas y la continuidad de su compra dependerá de la aceptación del cliente.
- 4) Publicidad en redes sociales para dar a conocer los descuentos y el producto (estrategia de comunicación push): El monto indicado es el monto máximo permitido para dar a conocer la pulsera a través de redes sociales, el rango de cobertura de cada publicación se definirá de acuerdo con las características de cada segmento.
- 5) Publicar anuncios en Mercado Libre mostrando el producto ofrecido (estrategia de comunicación push): La idea de vender la pulsera a través de la página web de Securelet es mejor ya que el cliente podrá personalizar su pedido pero todavía existe un amplio

mercado que utiliza este medio para comprar productos electrónicos; por lo tanto, el monto definido comprende las publicaciones periódicas en Mercado Libre pero sólo como intermediario ya que una vez ahí, se sugerirá al usuario ingresar a la página web para personalizar su compra.

6) Publicitar y actualizar de manera interdiaria la página web (estrategia de distribución intensiva): El monto indicado comprende el mantenimiento y la promoción de la página web en diversos medios como Facebook o flyers.

6. Plan de Operaciones

6. Plan de Operaciones

6.1 Políticas Operacionales

6.1.1 Calidad:

- *Asegurar el buen funcionamiento de las pulseras y de la aplicación:* Para asegurar su buen funcionamiento y, con ello, garantizar la buena calidad de ambos, es indispensable conocer la pulsera a la perfección para lo cual el personal encargado del área de ensamblado debe resolver todos los inconvenientes técnicos que tengan los clientes. Asimismo, el buen rendimiento de la aplicación permitirá comprobar la eficiencia del GPS; lo cual será supervisado por un coordinador de Marketing y Ventas.
- *Verificar que los materiales sean de buena calidad:* El coordinador de Logística debe supervisar el proceso de importación para así asegurar la calidad de todos los materiales y contar con cantidades suficientes para cubrir la demanda de cada mes. Asimismo, y con el fin de asegurar la calidad de las pulseras, debe elegir a proveedores cuyos métodos de producción estén avalados por la International Standards Organisation (ISO) u organizaciones similares.
- *Elaborar y analizar informes de encuestas:* El encargado de Marketing debe identificar las preferencias, necesidades y requerimientos de los usuarios con el fin de elaborar informes que indicarán que mejoras se deben realizar en el servicio brindado y así mejorar la calidad de este.
- *Reducir los plazos de entrega:* Los plazos de entrega serán fijados por el área de Marketing y Ventas quienes deben enviar los pedidos al área de ensamblado en un periodo no superior a una hora después de la recepción del pedido del cliente a través de la página web; así, la pulsera llegará al cliente según el plazo acordado.
- *Proporcionar asistencia técnica a los clientes:* La recepción del producto averiado implica solucionar el problema durante el día; caso contrario, se debe proveer una nueva pulsera. Posteriormente, el producto averiado será enviado el área de ensamblado y el Coordinador de Logística deberá contactar al proveedor en China para pedir su reparación en caso de que el problema no pueda ser solucionado por el Asistente de Servicio Técnico.

6.1.2 Procesos

- Comunicación: Los pedidos de pulseras se comunican en un periodo no superior a una hora después de haberse realizado el pedido desde la página web. El Coordinador de Marketing y Ventas le comunica el pedido al Coordinador de Logística mediante Trello que es una herramienta de comunicación interna en la cual también el Coordinador de logística puede informar cuando el pedido esté listo para su retiro y posterior envío.
- Mejora continua: Todas las solicitudes de diseño, modificación o compra de una pulsera como parte de la mejora continua de Securelet deben ser gestionadas por las áreas de Marketing y Logística y posteriormente ser enviadas a la Gerencia para su análisis y aprobación.
- Importaciones: Primero, el Coordinador de Logística debe iniciar la negociación con los proveedores que reúnan las características de calidad adecuadas y que ofrezcan precios en Free on Board (FOB). Después, debe reunir los documentos de importación necesarios tales como la factura comercial, Bill of Lading, certificado de origen, packing list, entre otros. Finalmente, retira la carga en la dependencia de Aduana Marítima del Callao.

6.1.3 Planificación

- Presupuestos: Mensualmente, el Coordinador de Logística debe definir la cantidad que se debe invertir en materiales de ensamblado los cuáles serán parte del almacén por un tiempo prolongado.
- Distribución de tareas: La Gerencia debe planificar semanalmente las funciones del área de Logística.
- Crédito de proveedores: Se debe obtener el máximo financiamiento de los proveedores y de esta forma pagar los materiales necesarios para preparar las pulseras después de alcanzar un número determinado de ventas a la semana.
- Establecer prioridades: El coordinador de Logística primero debe dar la prioridad a las pulseras que fueron compradas a través de la página web y preparar después las pulseras que serán repartidas a tiendas como Coolbox cuya cantidad será definida de acuerdo al comportamiento de la demanda.

6.1.4 Inventarios

- Inventarios disponibles: El coordinador de Logística debe mantener la cantidad de materiales necesarios para hacer frente a la demanda del mercado.
- Inventarios reducidos: Asimismo, se debe evitar el exceso de stock para que los costos de almacén se reduzcan al mantener sólo la cantidad necesaria de materiales para el ensamblado de las pulseras.
- Compras en el extranjero: Mantener la compra del GPS en China para aprovechar los buenos precios de los productos electrónicos vendidos ahí, pero mejorando los requerimientos según las cantidades demandadas en el transcurso del tiempo. Asimismo, el coordinador de Logística debe hacer una revisión periódica del inventario existente con la finalidad de establecer un sistema de compras que le permita anticiparse a cualquier sobre demanda.

6.2 Diseño de Instalaciones

6.2.1 Localización de las instalaciones

El establecimiento de Securelet estará ubicado en el Jirón San Diego N° 165, Oficina 301, distrito de Surquillo cuyo alquiler se da a través del portal inmobiliario Doomos: http://www.doomos.com.pe/de/35804_se-alquila-locales-para-oficinas-call-center.html.

Fuente: Google Maps

Los factores considerados para operar la empresa en este inmueble son:

- Fácil ubicación: Este local está ubicado en el límite con el distrito de Miraflores y está a menos de 5 cuadras del Ovalo de Miraflores el cual es un lugar bastante comercial y que servirá de referencia cercana y conocida para que puedan encontrarnos fácilmente.
- Accesibilidad: La ubicación es fácilmente accesible, es decir, existen suficientes vías de acceso siendo la más importante la Estación Ricardo Palma del Metropolitano que está a media cuadra del establecimiento lo que permitirá a los clientes dirigirse tanto en transporte público como en vehículos particulares, y también, para que cualquier posible proveedor pueda llegar fácilmente a nosotros y suministrarnos cualquier material en caso de ser necesario.
- Costos: Siendo este uno de los factores más importantes puesto que el monto del alquiler de este local en Surquillo que es \$ 550 dólares mensuales es menor al alquiler de inmuebles en distritos aledaños como Miraflores, Santiago de Surco o San Isidro.

6.2.2 Capacidad de las instalaciones

Este local cuenta con 160 mt² y considerando que este espacio será utilizado como zona para terminar el ensamble de las pulseras, se ha considerado el cálculo de aforo del Centro Nacional de Estimación, Prevención y Reducción del Riesgo de Desastres (CENEPRED) el cual indica que en cada 10 mt² puede permanecer una persona²⁸. Por lo tanto, y considerando la capacidad del local en mención, se calcula un aforo de 16 personas incluyendo a los trabajadores.

6.2.3 Distribución de las instalaciones

El establecimiento tendrá la siguiente distribución:

- 1: Servicio Técnico y Distribución
- 2: Marketing y Ventas
- 3: Operaciones y Logística
- 4: Administración y Contabilidad
- 5: Mesa de reuniones
- 6: Gerencia
- 7: Almacén
- 8: Ensamblado

²⁸ Cfr. Cenepred 2017

- 9: Servicios higiénicos para damas
- 10: Servicios higiénicos para varones

Fuente: Elaboración propia

6.3 Especificaciones Técnicas del producto / servicio

Las especificaciones técnicas de la pulsera y la aplicación se detallan a continuación:

DESCRIPCIÓN		ESPECIFICACIONES
Hardware	Medidas	El tamaño “adulto” mide 20.2 cms. de circunferencia y el tamaño “jóvenes” mide 18 cms. de circunferencia. El espesor de ambos tamaños es de 2.5 cms.
	Peso	25 gramos
	Colores disponibles	<div> <div>LISTA DE COLORES PANTONES</div> </div>
	Alerta de emergencia	Botón SOS

	Batería	Micro Celulas Li-Po Planas 3.7v con PCM 35 mm. largo x 19 mm. ancho x 5 mm. espesor con una duración de 72 horas
	GPS	GPS semiterminado AVP031C612 diy
	Puerto de entrada/salida	Carga de USB
Software	Aplicación	Securelet
	Sistema operativo compatible	Android y IOS
	Alerta de emergencia	El botón SOS envía una alarma de emergencia a la red de personas autorizadas por el usuario a través de la aplicación.
	Ubicación	A través de la aplicación, el botón SOS brinda la ubicación exacta de la persona y el historial de su ruta hasta que la batería se agote.

Asimismo, los materiales para lograr esta producción se detallan a continuación:

ID	ARTÍCULO	PROVEEDOR	COSTO POR UNIDAD
Anexo 001	GPS semiterminado AVP031C612 diy con botón SOS, batería Micro Celulas Li-Po Planas 3.7v con PCM y puerto de salida USB	Shenzhen Autoe Technology Co., Ltd	S/ 49.50
Anexo 002	Fabricación de pulseras de silicona + instalación de GPS	Pulseras de silicon	S/ 25.00
Anexo 003	Desarrollo de aplicativo móvil	Focus	S/ 20,150.25

* Los precios no incluyen costos de envío.

6.4 Mapa de Procesos y PERT

Los procesos más importantes en la gestión de la empresa se resumen a través del siguiente mapa:

Por otro lado, la representación gráfica de cada proceso se detalla a través de los siguientes diagramas de flujo:

DIAGRAMAS DE FLUJO

1) CONTROL DE LA CALIDAD DEL SERVICIO

2) SERVICIO AL CLIENTE

Técnica de Evaluación y Revisión de Programas (PERT)					
Pulseras Securelet					
Actividades	Precedentes	Tiempo Optimista (a)	Tiempo más Probable (m)	Tiempo Pesimista (b)	Tiempo esperado
A Desarrollo de la idea de negocio	-	5	7	9	6,5
B Planeamiento estratégico	A	3	5	6	4,8
C Validación / investigación de mercado	B	4	7	9	6,3
D Plan de Marketing	C	3	5	6	4,8
E Plan Operativo	C	4	6	7	5,7
F Plan de Recursos Humanos	C	5	7	8	6,5
G Plan Financiero	E,F,D	3	4	5	4,2
H Obtención de aporte de inversionista	G	5	7	8	6,5
I Alquiler de local	H	5	6	8	5,8
J Trámites Administrativos (*)	H	8	9	10	8,3
K Equipamiento de local	I,J	3	4	5	4,2
L Contratación de personal	K	5	8	10	7,2
M Gestión de abastecimiento	K	3	5	7	4,8
N Inauguración	L,M	2	3	5	3,3
O Gestión de ventas	N	1	2	3	2,5

(*) Trámites Administrativos	
1	Constitución de la sociedad
2	Inscripción en Registros Públicos
3	Obtención de RUC
4	Licencia de funcionamiento

Ruta Crítica: A-B-C-F-G-H-I-K-L-N-O

Ruta Crítica	
A	Desarrollo de la idea de negocio
B	Planeamiento estratégico
C	Validación / investigación de mercado
F	Plan de Recursos Humanos
G	Plan Financiero
H	Obtención de aporte de inversionista
I	Alquiler de local
K	Equipamiento de local
L	Contratación de personal
N	Inauguración
O	Gestión de ventas

Observaciones: Diagrama PERT (Project Evaluation and Review Techniques) que incluye todas las tareas a realizar desde el desarrollo de la idea de negocio hasta la implementación del proyecto. Cada tarea tiene un tiempo asignado cuya métrica determina que este proyecto tendrá una duración de 82 días hasta su implementación.

6.5 Planeamiento de la Producción

6.5.1 Gestión de compras y stock

Para adquirir los materiales o productos necesarios para ensamblar las pulseras se utilizará un software de gestión de compras gratuito llamado EGA Futura el cual tiene funciones muy útiles que permiten emitir órdenes de compra, enviar pedidos a proveedores y registrar la recepción de productos recibidos lo cual ayudará a mantener un control de stock y mercaderías de manera ordenada y simple²⁹.

Para el control de stock, se ha elaborado la plantilla que se muestra a continuación en la cual se ingresará cada ítem que se usa en la elaboración de las pulseras. Es importante mencionar que en este control se define, en primer lugar, la cantidad de venta diaria, luego los días que debe mantenerse en inventario y la cantidad como stock de seguridad para, a su vez, tener clara la cantidad en tránsito (cantidad que se debe adquirir en la siguiente compra), para que finalmente esto indique si el inventario con respecto a ese ítem es el correcto.

²⁹ Ega Futura 2018

}

SECURELET

Indicador

3 $\text{limo} - \text{Stock de seguridad}$ > Salidas acumuladas

2 $\text{limo} - \text{Stock de seguridad}$ = Salidas acumuladas

1 $\text{limo} - \text{Stock de seguridad}$ < Salidas acumuladas

Parámetros para calcular

Almacen Principal	Item	Producto	Presentación	Almacen (Consumo diario historico)	Redondeo (consumo Diario)	En Almacen (Días en inventario)	En Almacen (Días en inventario)	En Almacen (Días Stock de Seguridad)	En Almacen (Stock Maximo)	En Almacen Central (Stock Maximo)	En Almacen (Stock minimo)	En almacen (cantidad transito)	En almacen (Stock del Sistema)	Stock Total (Stock actual + Transito)	Almacen Securelet (Reposicion)	% Almacen Securelet
Gps	1	GPS semiterminado AVP031C612 diy con botón SOS, batería Micro Celulas Li-Po Planas 3.7v con PCM y puerto de salida USB	1	1	2	30	30	15	60		30	30	30	60	-	3
Pulseras de silicona	2	Pulseras de silicona semielaboradas	1	1	1	30	30	15	30		15	30	30	60	-	3

6.5.2 Gestión de la calidad

Para medir la calidad del producto ofrecido y el servicio brindado, la Administración/Gerencia inspeccionará a todas las áreas que intervienen en el proceso de venta hasta que el producto llegue al cliente lo cual se hará de las siguientes dos maneras:

- Inspecciones: A través de inspecciones, el gerente observará y detectará puntos críticos en el proceso de ensamblado y de los materiales utilizados siguiendo los estándares de calidad requeridos.
- Pruebas: A través de pruebas aleatorias, el gerente detectará posibles fallas en las pulseras destinadas a la venta y observará el funcionamiento de la aplicación vinculada a la pulsera para comprobar su buen funcionamiento.

Asimismo, y con el fin de cumplir una de las políticas de calidad y así verificar que los materiales con los que se ensambla la pulsera sean de buena calidad, será importante elegir a proveedores cuyos métodos de producción estén avalados por la International Standards Organisation (ISO) y hacer un seguimiento de su desempeño a través de una evaluación a proveedores que se detalla en el siguiente punto.

6.5.3 Gestión de los proveedores

Tal y como se planteó al inicio, la elección de los proveedores se hizo siguiendo estándares de calidad y siempre buscando los precios más bajos. Por tal motivo, el proveedor del GPS, Schenzhen Aotech Technology Co., Ltd. el elemento más importante de Pulseras Securelet, cuenta con la certificación de la norma de calidad ISO 9000, la cual vela por la calidad de los productos y servicios que se producen una empresa, esto otorga la confianza de que el GPS satisfará las necesidades del usuario de la pulsera brindándole su ubicación, sin temor a fallas, en los momentos que más lo necesite. Asimismo, la calificación del desempeño en el tiempo de éste y el resto de los proveedores se dará con una evaluación trimestral que se dará a través del siguiente formato de evaluación basado en las normas de calidad de la Organización Internacional de Normalización (ISO):

SECURELET	Formato de Evaluación de Proveedores	Producto:	GPS
		Fecha	26/01/2018

Proveedor	Indicador	Componentes indicador		Puntuación	Puntuación ponderada	Total puntuación
Schenzhen Aotech Technology Co., Ltd.	Calidad del producto	Número de productos con defectos	18	89%	36%	94%
			160			
	Oportunidad de entrega	Cantidad de servicios con retrasos	8	95%	29%	
			160			
	Cantidad en entregas	Productos entregados	160	100%	30%	
			160			

Pesos Ponderados		
Peso	Indicadores	Detalle
40%	Calidad del producto	Cumple con las especificaciones requeridas. El producto se encuentra en buen estado.
30%	Oportunidad de entrega	El producto fue entregado en el plazo previsto
30%	Cantidad de entregas	Entegó la cantidad acordada

Criterios de Decisión de Desempeño		
Puntuación	Criterio	Decisión
Mayor o igual a 80%	Excelente	Es un proveedor excelente. Su gestión contribuye al fortalecimiento de la empresa
Menor o igual a 80% y mayor a 70%	Bueno	Bien hecho. Es un proveedor importante en la organización. Se le invita a seguir mejorando
Menor o igual a 70% y mayor a 40%	Intermedio	Es urgente concertar un plan de acción con un compromiso pactado hacia el mejoramiento del desempeño
Menor o igual a 40%	Crítico	Lamentablemente se debe desistir de los servicios de este proveedor

Fuente: Adaptado de Ingenio & Empresa (<https://ingenioempresa.com/compras-iso-9001/>)

6.6 Inversión en activos fijos vinculados al proceso productivo.

ANEXO	DESCRIPCIÓN DE ARTÍCULO	Q	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
004	Escritorios de oficina	5	S/. 299.00	S/. 1,495.00
005	Sillas ejecutivas	5	S/. 159.00	S/. 795.00
006	Sillas de espera	4	S/. 59.90	S/. 239.60
007	Estantes metálicos para almacén	2	S/. 149.90	S/. 299.80
008	Estantes para oficina	3	S/. 239.00	S/. 717.00
009	Mesa para reuniones con 4 sillas	1	S/. 600.00	S/. 600.00
010	Mesa para ensamblar	1	S/. 600.00	S/. 600.00
011	Laptops	5	S/. 1,499.00	S/. 7,495.00
012	Impresora multifuncional	1	S/. 849.00	S/. 849.00

013	Ventiladores	5	S/. 99.00	S/. 495.00
014	Armario de 4 bandejas	1	S/. 199.00	S/. 199.00
015	Máquina de grabado láser	1	S/. 4,950.00	S/. 4,950.00
				S/. 18,734.40

Estos objetos serán utilizados de la siguiente manera:

- 1) Los 5 escritorios de oficina serán utilizados por el Asistente de Servicio Técnico y Distribución, por el Coordinador de Marketing y Ventas, por el Coordinador de Operaciones y Logística, por el Asistente Administrativo y Contable y por el Gerente General.
- 2) Las 5 sillas ejecutivas serán utilizadas con los escritorios del Asistente de Servicio Técnico y Distribución, por el Coordinador de Marketing y Ventas, por el Coordinador de Operaciones y Logística, por el Asistente Administrativo y Contable y por el Gerente General.
- 3) Las 4 sillas de espera estarán ubicadas en la recepción y serán utilizadas por los clientes que prefieran comprar la pulsera de manera presencial o que necesiten servicio técnico.
- 4) Los 2 estantes metálicos estarán ubicados en el almacén y servirán para guardar todos los materiales necesarios para el ensamblado de las pulseras.
- 5) Los 3 estantes para oficina serán utilizados por el Coordinador de Marketing y Ventas, por el Asistente Administrativo y Contable y por el Gerente General.
- 6) La mesa de reuniones y las 4 sillas estarán ubicadas en la oficina del Gerente General en donde todas las áreas tendrán reuniones de coordinación con el gerente general.
- 7) La mesa para ensamblar estará ubicada frente al almacén y será el lugar en donde el producto semi terminado se personalice y finalmente se coloque en una caja para ser entregado al encargado de distribución.
- 8) Las 5 laptops serán utilizadas por el Asistente de Servicio Técnico y Distribución, por el Coordinador de Marketing y Ventas, por el Coordinador de Operaciones y Logística, por el Asistente Administrativo y Contable y por el Gerente General.
- 9) La impresora multifuncional podrá ser utilizada por todos los trabajadores y estará ubicada al lado del Asistente Administrativo y Contable.
- 10) Los 5 ventiladores serán utilizados por el Asistente de Servicio Técnico y Distribución, por el Coordinador de Marketing y Ventas, por el Coordinador de

Operaciones y Logística, por el Asistente Administrativo y Contable y por el Gerente General.

11) El armario de 4 bandejas estará ubicado en el almacén y servirá para guardar cualquier tipo de producto o pieza pequeña que pueda ser utilizado durante el proceso de producción.

12) La máquina de grabado láser para pulseras de silicona será colocada en la mesa de ensamblado y servirá para personalizar las pulseras de los usuarios con sus nombres o algún dibujo de diseño simple.

6.7 Estructura de costos de producción y gastos operativos

ESTRUCTURA DE COSTOS PRE OPERATIVOS

Concepto Costos Pre Operativos	Monto
Licencia de Funcionamiento en Municipalidad de Surquillo	S/ 503.60
Trámites Administrativos	S/ 490.00
Equipamiento de local	S/ 18,734.40
Desarrollo del Aplicación	S/ 20,150.25
Desarrollo Web	S/ 2,500.00
Licencias de Software	S/ 1,500.00
	S/ 43,878.25

ESTRUCTURA DE COSTOS OPERATIVOS

Producción Proyectada por unidades (promedio mensual)

100

Concepto Costos Operativos	Variable Unitario	Fijo Total	Total
Material Directo de Importación	S/ 49.50		S/ 4,950.00
Material Directo Interno	S/ 15.00		S/ 1,500.00
Ensamblado	S/ 10.00		S/ 1,000.00
Otros costos de Producción (*)		S/ 2,105.00	S/ 2,105.00
Mano de Obra Directa (**)		S/ 850.00	S/ 850.00
Mano de Obra Indirecta (***)		S/ 8,000.00	S/ 8,000.00
			S/ 18,405.00

ESTRUCTURA DE COSTOS OPERATIVOS TOTALES

Concepto	Total
Concepto Costos Pre Operativos	S/ 43,878.25
Concepto Costos Operativos	S/ 18,405.00
	S/ 62,283.25

ANEXOS		
Otros costos de Producción (*)		Monto
Alquiler del Local y Garantía	S/	1,815.00
Gastos por servicios de Luz y Agua	S/	290.00
	S/	2,105.00
Mano de Obra Directa (**)		Monto
Asistente de Servicio Técnico y Distribución	S/	850.00
	S/	850.00
Mano de Obra Indirecta (***)		Monto
Gerente General	S/	3,500.00
Asistente Administrativo y Contable	S/	1,200.00
Coordinador de Marketing y Ventas	S/	1,800.00
Coordinador de Operaciones y Logística	S/	1,500.00
	S/	8,000.00

7. Estructura organizacional y RR.HH.

7. Estructura Organizacional y Recursos Humanos

7.1 Objetivos Organizacionales

- Contribuir al éxito de la empresa proporcionando un 100% más de cargos directivos durante el último trimestre del año 2019 para alcanzar los planes y objetivos organizacionales permanentemente.
- Evaluar trimestralmente el desempeño de los colaboradores para aumentar el índice de satisfacción del cliente en un 25%.
- Elevar la productividad del personal, a través de capacitaciones y así elevar los indicadores de eficacia y eficiencia en un 50% para finales del 2019.
- Identificar y satisfacer las necesidades de los colaboradores de la organización permanentemente para disminuir la rotación de personal en un 100% a finales del año 2020.

7.2 Naturaleza de la Organización

La organización que se conformará será una empresa con personería jurídica, precisamente una Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.), debido a la simplicidad de requisitos requeridos para la constitución, así también por la cantidad de socios (2 y no más de 20) permitidos.

7.2.1 Organigrama

7.2.2 Diseño de Puestos y Funciones

Supervisión por ejercer:	<ul style="list-style-type: none">- Asistente Administrativo y Contable- Coordinador de Marketing y Ventas- Coordinador de Operaciones & Logística
Formación académica:	Cualquiera de las siguientes tres formaciones: <ul style="list-style-type: none">- Bachiller o Licenciado en Administración de Empresas- Bachiller o Licenciado en Marketing- Bachiller o Licenciado en Administración y Gerencia del Emprendimiento
Años de experiencia:	4 a 5 años en puestos similares
Idiomas:	Inglés: Avanzado (escrito y hablado)
Objetivos del puesto:	Asegurar el buen funcionamiento de todas las áreas de la empresa dirigiendo todos los esfuerzos para lograr una mayor rentabilidad.

Conocimientos requeridos:	<ul style="list-style-type: none"> - Administración de Recursos Humanos - Contabilidad Financiera - Informática Administrativa - Logística y Negocios Internacionales - Política de precios
Competencias requeridas:	<ul style="list-style-type: none"> - Liderazgo - Pensamiento crítico - Autocontrol - Planificación - Trabajo en equipo
Funciones principales:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Revisar diariamente las ventas. 2) Supervisar el inventario de materiales necesarios para ensamblar. 3) Supervisar y controlar la asistencia diaria de todo el personal. 4) Revisar y aprobar cotizaciones de proveedores. 5) Supervisar y controlar la buena atención al Cliente. 6) Revisar reportes semanales de costos e inventarios. 7) Revisar históricos y compararlo con las ventas reales al finalizar el mes. 8) Revisar los reportes de rentabilidad mensual y plantear estrategias sobre los resultados. 9) Organizar y coordinar las reuniones con su personal a cargo. 10) Elaborar y manejar el presupuesto anual de la empresa.
Salario ofrecido:	S/ 3,500 soles (sueldo bruto mensual)
Horas trabajadas:	48 horas semanales

Asistente Administrativo y Contable

Supervisión por ejercer:	Ninguno
Formación académica:	Cualquiera de las siguientes dos formaciones: <ul style="list-style-type: none"> - Bachiller o Técnico en Administración de Empresas - Bachiller o Técnico en Contabilidad
Años de experiencia:	1 a 2 años en puestos similares
Idiomas:	Inglés: Básico (escrito y hablado)

Objetivos del puesto:	Asegurar el cumplimiento de los procesos administrativos de todas las áreas de la empresa a fin de lograr resultados oportunos y garantizar la prestación efectiva del servicio.
Conocimientos requeridos:	<ul style="list-style-type: none"> - Manejo de herramientas de oficina - Contabilidad Financiera - Recursos Humanos - Manejo de los programas de Office (Word, Excel)
Competencias requeridas:	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad de trabajo en equipo - Iniciativa propia - Tolerancia al trabajo bajo presión - Proactividad - Organización
Funciones principales:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Proveer apoyo administrativo a todas las áreas de la empresa. 2) Elaborar la planilla del personal. 3) Recopilar, clasificar y ordenar información de todas las áreas. 4) Manejar y coordinar el equipo y material de oficina. 5) Elaborar reportes, agendas y documentos solicitados por la Gerencia. 6) Elaborar reportes semanales de costos e inventarios. 7) Elaborar históricos y compararlo con las ventas reales al finalizar el mes. 8) Elaborar reportes de rentabilidad mensual. 9) Organizar y coordinar las reuniones de todo el personal. 10) Manejar eficientemente la caja chica.
Salario ofrecido:	S/ 1,200 soles (sueldo bruto mensual)
Horas trabajadas:	40 horas semanales

Coordinador de Marketing y Ventas

Supervisión por ejercer:	<ul style="list-style-type: none"> - Asistente Administrativo y Contable - Asistente de Servicio Técnico y Distribución
Formación académica:	- Bachiller o Licenciado en Marketing
Años de experiencia:	1 a 2 años en ventas
Idiomas:	Inglés: Intermedio (escrito y hablado)

Objetivos del puesto:	Colaborar en la implementación de los planes estratégicos y operativos del área de marketing, que permita impulsar las ventas, incrementar la rentabilidad, crear lealtad y promover la satisfacción de los clientes.
Conocimientos requeridos:	<ul style="list-style-type: none"> - Marketing - Comportamiento del consumidor - Investigación de Mercados - Política de precios
Competencias requeridas:	<ul style="list-style-type: none"> - Orientación al cliente y a la calidad en su servicio. - Adaptabilidad - Creatividad - Empatía e inteligencia emocional. - Trabajo en equipo
Funciones principales:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Gestionar y optimizar el presupuesto de marketing 2) Crear acciones de marketing asociadas a la página web y a las redes sociales. 3) Crear productos/servicios y experiencias para el público objetivo. 4) Investigar, analizar y crear reportes sobre las tendencias del mercado. 5) Brindar un excelente trato al cliente. 6) Elaborar encuestas de satisfacción a clientes 7) Realizar reportes de ventas al finalizar el mes. 8) Recopilar la información de la competencia, distinguir las particularidades de sus productos, su posicionamiento en el mercado, precios y su tipo de publicidad. 9) Organizar y coordinar reuniones con el resto del personal. 10) Coordinar, editar y optimizar el material de Publicidad, Marketing y Branding.
Salario ofrecido:	S/ 1,800 soles
Horas trabajadas:	48 horas semanales

Coordinador de Operaciones y Logística

Supervisión por ejercer:	<ul style="list-style-type: none"> - Asistente Administrativo y Contable - Asistente de Servicio Técnico y Distribución
Formación académica:	<p>Cualquiera de las siguientes dos formaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bachiller o Licenciado en Administración de Empresas - Bachiller o Licenciado en Negocios Internacionales.

Años de experiencia:	1 a 2 años en puestos similares
Idiomas:	Inglés: Avanzado (escrito y hablado)
Objetivos del puesto:	Dar el correcto uso a todos los materiales y realizar de forma oportuna todas las actividades de ensamblado, gestión de inventarios y distribución a fin de lograr la optimización de las operaciones y de los recursos disponibles.
Conocimientos requeridos:	<ul style="list-style-type: none"> - Logística y Distribución Física Internacional - Informática Administrativa - Política de Precios - Electrónica
Competencias requeridas:	<ul style="list-style-type: none"> - Liderazgo - Pensamiento crítico - Autocontrol - Planificación - Trabajo en equipo
Funciones principales:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Pedir y recibir mercadería. 2) Controlar stock y calidad de productos. 3) Ingresar información a los sistemas computacionales. 4) Solicitar cotizaciones a proveedores nacionales e internacionales. 5) Seguir los procedimientos de importación de dispositivos GPS u otros dispositivos electrónicos. 6) Realizar reportes semanales de costos e inventarios. 7) Realizar reportes históricos y compararlo con las ventas de otros meses. 8) Revisar y procesar devoluciones de mercancía en mal estado. 9) Organizar y coordinar reuniones con el resto del personal. 10) Elaborar y manejar el presupuesto del área de Operaciones
Salario ofrecido:	S/ 1,500 soles (sueldo bruto mensual)
Horas trabajadas:	48 horas semanales

Asistente de Servicio Técnico y Distribución

Supervisión por ejercer:	Ninguna
Formación académica:	- Técnico electrónico

Años de experiencia:	1 a 2 años en puestos similares
Idiomas:	Inglés: Básico (escrito y hablado)
Objetivos del puesto:	Mantener en condiciones óptimas y operativas las pulseras con GPS u otros dispositivos electrónicos que la empresa requiera realizando mantenimiento y reparación de estos a fin de garantizar su buen funcionamiento y satisfacer el requerimiento de los usuarios.
Conocimientos requeridos:	<ul style="list-style-type: none"> - Logística y Distribución Física Internacional - Electrónica
Competencias requeridas:	<ul style="list-style-type: none"> - Autocontrol - Pensamiento crítico - Planificación - Tolerancia al trabajo bajo presión - Orientación de servicio al cliente
Funciones principales:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Realizar la reparación de dispositivos con problemas técnicos. 2) Realizar informes especificando fallas más comunes e importes gastados en reparaciones. 3) Reemplazar piezas defectuosas en dispositivos. 4) Solicitar piezas para reparaciones al área de Operaciones y Logística 5) Distribuir las pulseras entregadas por el área de Operaciones 6) Realizar las pruebas correspondientes para el correcto funcionamiento de equipos antes de su entrega. 7) Apoyar al cliente con la configuración de la pulsera y la aplicación móvil. 8) Brindar apoyo al área de Operaciones y Logística en el ensamblado de las pulseras. 9) Resolver los problemas técnicos menores que se presenten en el aplicativo móvil. 10) Mantener en orden el lugar de trabajo
Salario ofrecido:	S/ 850 soles (sueldo bruto mensual)
Horas trabajadas:	36 horas semanales

7.3 Políticas Organizacionales

Políticas de selección y contratación: En principio, la selección del personal estará a cargo del gerente, quien debe determinar por medio de filtros basados en calificaciones y competencias, quien es el candidato más adecuado para cubrir una vacante. Asimismo, toda contratación nueva tendrá un periodo de prueba legal de tres meses, para lo cual, antes de terminar y para definir la continuidad del colaborador, el gerente deberá evaluarlo, darle la retroalimentación necesaria y entregarle una copia de su evaluación la cual debe ser firmada por el trabajador.

Políticas salariales: Los salarios se pagarán mensualmente a través de depósito en cuenta corriente o de ahorros de cada colaborador. Por otro lado, los trabajadores que hayan superado el periodo de prueba legal de tres meses podrán solicitar un adelanto de sueldo siempre y cuando no exceda el 50% de su remuneración total y este adelanto será descontado en su totalidad en la planilla de pagos al finalizar el mes en curso.

Políticas de comunicación: La puerta de la oficina de Gerencia permanecerá siempre abierta para fomentar la comunicación fluida y transparente entre todos los colaboradores que deseen dar a saber sus inquietudes o resolver alguna duda.

Políticas de bienestar de personal: Desarrollar actividades de recreación para elevar el nivel motivacional de los colaboradores y sus familias (Día del niño, Navidad, Halloween). Asimismo, todos los meses de diciembre se debe hacer entrega de una canasta navideña a cada uno de los colaboradores activos independientemente de su tiempo de trabajo en la empresa.

7.4 Gestión Humana

7.4.1 Reclutamiento

De requerirse en alguna de las áreas de la organización contar con un personal, esto deberá ser comunicado formalmente mediante correo electrónico al Asistente Administrativo y Contable quien solicitará autorización al Gerente General. De ser la respuesta positiva, se seguirá el siguiente procedimiento:

Cada vez que sea necesario reclutar a un nuevo colaborador se publicará un anuncio en Computrabajo que es una de las herramientas más conocidas para la búsqueda de trabajo

y en donde se informará cuál es el perfil con el que debe contar el postulante; por consiguiente, se contratará el servicio Plata 10 ya que permite el acceso a 960 hojas de vida y también permite publicar un máximo de 10 avisos por año (Anexo 016) lo cual es suficiente para las necesidades iniciales de la empresa.

7.4.2 Selección, contratación e inducción

Selección:

Los postulantes que hayan sido previamente seleccionados por el currículum vitae presentado en Computrabajo pasarán al proceso de selección el cual consiste en evaluaciones con etapas que se detallarán a lo largo del presente apartado y que a grandes rasgos consisten en:

Una entrevista con el Asistente Administrativo y Contable quien previamente dará una ficha de datos (Anexo 017) que consiste en responder una serie de preguntas acerca de la experiencia laboral y profesional del postulante y, además, se le tomará unas pruebas que medirán su capacidad analítica y psicología de acuerdo al cargo al que postule.

De pasar las pruebas requeridas, se invita al postulante a acercarse a la empresa a tener una entrevista con su superior directo, donde tendrá que responder unas últimas preguntas relacionadas a su cargo.

El proceso de selección consta de pasos específicos y sencillos que se siguen para decidir que postulante cubrirá el puesto vacante, esta persona debe adecuarse a las necesidades específicas del puesto y a las necesidades generales de la organización. Dentro de las bases para el proceso de selección de personal se consideran las siguientes:

En la recopilación de información sobre el puesto:

Descripción y análisis del puesto: Representa la especificación de los aspectos intrínsecos (contenido del puesto) y extrínsecos (requisitos que el puesto exige de su ocupante).

Técnicas de incidentes críticos: Anotación periódica y juiciosa de hechos y comportamientos que producen un excelente o pésimo desempeño en el trabajo.

Solicitud de personal: Orden de servicio que emite el gerente a efectos de solicitar a una persona para que ocupe un puesto vacante.

Investigación del puesto en el mercado: Se investiga y analiza puestos similares en el mercado y así imitar las mejores prácticas (Benchmarking).

Hipótesis de trabajo: Simulación inicial con la que se hace un bosquejo aproximado del puesto y lo que se exige del ocupante cuando ninguna de las anteriores opciones provee de información respecto al puesto.

En el proceso de selección:

Entrevistas (tipos)

No estructuradas; es decir, con preguntas abiertas que permitan conocer el perfil, experiencia y conocimientos del postulante.

Estructuradas, con casos hipotéticos relacionados al cargo al que postula, preguntas aplicativas difíciles, individual, panel.

En profundidad, en la cual se evaluarán las competencias generales y técnicas del postulante.

Pruebas de Conocimiento

Generales; es decir, de cultura general o de idiomas si es que se postula para los cargos de gerente general o coordinador de logística que son cargos que tendrán contacto con proveedores de origen chino y que requieren un dominio avanzado del idioma inglés.

Específicas, con las cuales se evaluarán conocimientos técnicos y cultura profesional del postulante.

Pruebas Psicológicas

De aptitudes, que pueden ser generales o específicas

Contratación:

El Asistente Administrativo-Contable se encargará de gestionar los requerimientos de personal, la elaboración de los perfiles (autorizados por el gerente general) y la gestión de contratos de trabajo, por lo que el contrato de trabajo utilizado será un contrato sujeto a la modalidad de inicio o incremento de actividad el cual puede ser renovado hasta un

plazo máximo de 3 años de acuerdo lo señalado en el Artículo 57 de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral³⁰. Dicho contrato tendrá una vigencia inicial de tres meses, periodo de prueba legal en el cual se evaluará su rendimiento y previo a su firma, se solicitará al postulante proporcionar ciertos documentos tales como antecedentes policiales, copia de su D.N.I., copia simple de certificado de estudios, declaración jurada de domicilio y entre otros que se considere pertinente solicitar. Superado el periodo de prueba legal, el contrato se renovará en primer lugar por 6 meses y posteriormente cada 12 meses.

Inducción:

El proceso de inducción tendrá una duración de un día y estará a cargo principalmente del colaborador que esté dejando sus funciones, en esta inducción el colaborador que deja la empresa transferirá la información necesaria para que el nuevo colaborador pueda ejecutar sus funciones. Asimismo, durante la inducción se seguirá el siguiente plan:

OBJETIVO	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	DURACIÓN
Bienvenida y presentación	Bienvenida, presentación de todo el equipo de trabajo y recorrido por toda la instalación.	Colaborador que deja la empresa	30 minutos
Inducción general	Explicación de la misión, visión, objetivos y políticas de la empresa	Gerente general	60 minutos
Transferencia de información	Traspaso de toda la información referente al cargo (archivos, uso de equipos, clientes, actividades pendientes).	Colaborador que deja la empresa	7 horas

7.4.3 Capacitación, desarrollo y evaluación del desempeño

Capacitación:

³⁰ Cfr. El Peruano 2015

Las capacitaciones ayudarán a que los colaboradores puedan realizar sus labores de manera adecuada, eficaz y eficiente. Por lo tanto, se planifica brindar capacitaciones tres veces al año en diversos temas relevantes para el rubro de Securelet, así como también para la seguridad del colaborador. Los cursos por realizar son:

Desarrollo y Evaluación del Desempeño:

Con el fin de medir los resultados alcanzados con las capacitaciones se tomarán evaluaciones de desempeño con las cuales se apreciará el desempeño de cada persona en función de las actividades que realiza y de las metas y resultados que debe alcanzar. Estas evaluaciones consisten en un proceso dinámico que incluye al evaluado y a su superior directo o entorno, por lo que se tomará uno de los siguientes métodos adaptados de un artículo publicado por el IMF International Business School (Instituto Madrileño de Formación), dependiendo del cargo o la situación:

Escalas gráficas de calificación: Herramienta sencilla, rápida en su ejecución, muy económica en su elaboración, de fácil comprensión por evaluadores y evaluados cuyos resultados son fáciles de procesar y que determina una apreciación del evaluador sobre el rendimiento del evaluado a lo largo de una escala. El diseño del formato no exige mayor preparación de los evaluadores, ya que la comprensión de este es bastante rápida. Por lo tanto, para esta técnica se ha considerado utilizar el siguiente formato:

Instrucciones : marque cada uno de los conceptos que se aplique al empleado citado		
Nombre del empleado: _____		
Departamento: _____		
Evaluador: _____ Fecha: _____		

Pesos	Conceptos	Marque Aquí
20	1. El empleado trabaja tiempo extra cuando se le pide	X
20	2. El empleado mantiene su área de trabajo bien ordenada	X
25	3. El empleado es cooperador	
35	4. El empleado planea su trabajo antes de iniciarlo	X
100.0	TOTAL DE TODOS LOS PESOS	75

Fuente: Adaptado de Karla Hernández

(<https://es.slideshare.net/KarlaHernandez9/taller-evaluacion-del-desempeo-2>)

Listas de verificación: En esta metodología se requiere que el evaluador coloque puntuaciones en frases o palabras que describen las características y el rendimiento de cada trabajador. Por consiguiente, esta evaluación se realizará con el siguiente formato:

IDENTIFICACIÓN DE LAS ESTIMACIONES

S: Sobresaliente. Desempeño excepcional en todas las áreas y reconocible como muy superior al de otros.

MB: Muy bueno. Resultados claramente superiores en la mayor parte de los requisitos del puesto. Desempeño de alta calidad y logrado en forma consistente.

B: Bueno. Grado de desempeño competente y confiable. Cumple con las normas de desempeño del puesto.

R: Requiere mejorar. Desempeño deficiente en ciertas áreas. Necesita mejorar.

I: Insatisfactorio. Resultados inaceptables en general y que requieren mejoría enseguida. No se debe dar un aumento por méritos a las personas que tengan esta calificación.

N: No calificado. No es aplicable o es demasiado pronto para calificar.

FACTORES GENERALES	ESCALA DE ESTIMACIÓN	DETALLES SUSTENTADORES O COMENTARIOS
1. Calidad: La exactitud, cumplimiento y aceptabilidad del trabajo realizado.	<div><div>S</div><div>MB</div><div>B</div><div>R</div><div>I</div></div> <div><div>☐ 100-90</div><div>☐ 90-80</div><div>☐ 80-70</div><div>☐ 70-60</div><div>☐ menos de 60</div></div>	<div>Puntos</div> <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>
2. Productividad: La cantidad y eficiencia del trabajo producido dentro de un plazo determinado.	<div><div>S</div><div>MB</div><div>B</div><div>R</div><div>I</div></div> <div><div>☐ 100-90</div><div>☐ 90-80</div><div>☐ 80-70</div><div>☐ 70-60</div><div>☐ menos de 60</div></div>	<div>Puntos</div> <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>
3. Conocimientos del trabajo: Las habilidades y la información práctica y técnica usadas en el trabajo.	<div><div>S</div><div>MB</div><div>B</div><div>R</div><div>I</div></div> <div><div>☐ 100-90</div><div>☐ 90-80</div><div>☐ 80-70</div><div>☐ 70-60</div><div>☐ menos de 60</div></div>	<div>Puntos</div> <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>

Evaluación en 360°: Para evaluar a todos las personas que laboren en Securelet, se tomará en cuenta el siguiente formato el cual será utilizado para definir la continuidad del trabajador antes de finalizar el periodo de prueba legal en su primer contrato:

EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO	
Apellido y Nombre:	
Puesto:	
Fecha:	
Evaluador:	
Evalúe del 1 al 5 las siguientes métricas	
1.Malo.	2.Regular.
3.Bueno.	4.Muy Bueno.
5.Excelente.	
Desempeño Laboral	
1 Responsabilidad	
2 Exactitud y calidad de trabajo	
3 Cumplimiento de fechas estimadas / pautadas	
4 Productividad - Volumen y cantidad de trabajo	
5 Orden y claridad del trabajo	
6 Planificación del trabajo	
7 Documentación que genera	
8 Reporta avances de tareas	
9 Capacidad de delegar tareas	
10 Capacidad de realización	
11 Comprensión de situaciones	
12 Sentido común	
13 Cumplimiento de los procedimientos existentes	
14 Grado de Conocimiento funcional	
15 Grado de Conocimiento técnico	
Factor Humano/Actitudinal	
16 Actitud hacia la empresa	
17 Actitud hacia superior/es	
18 Actitud hacia los compañeros	
19 Actitud hacia el cliente	
20 Cooperación con el equipo	
21 Cooperación con pares	
22 Capacidad de aceptar críticas	
23 Capacidad de generar sugerencias constructivas	
24 Presentación personal	
25 Predisposición	
26 Puntualidad	
Habilidades	
27 Iniciativa	
28 Creatividad	
29 Adaptabilidad (temas, grupos, funciones)	
30 Respuesta bajo presión	
31 Capacidad de manejar múltiples tareas	
32 Coordinación y Liderazgo	
33 Potencialidad - Capacidad de Aprendizaje	
34 Carisma	
35 Compromiso hacia el equipo	
36 Manejo de conflictos	
37 Manejo y optimización del grupo	
38 Relación con el cliente	
39 Planificación - Coordinación	
40 Toma de decisiones	
41 Comercial	
Comentarios:	

Fuente: Adaptado de Diego Salama
[\(http://www.diegosalama.com/2008/02/20/ejemplo-de-evaluacion-de-desempeno-para-programadores/\)](http://www.diegosalama.com/2008/02/20/ejemplo-de-evaluacion-de-desempeno-para-programadores/)

7.4.4 Motivación

Dentro de las actividades de motivación a realizar se considerarán algunas de las ideas para motivar a los colaboradores adaptadas del portal “Felicidad en el Trabajo”; además, de otras actividades que mostrarán el aprecio que la empresa tiene por los colaboradores y que se detallan a continuación:

INCENTIVOS Y AGAZAJOS		
EVENTO	PERIODICIDAD	DESCRIPCIÓN
Cumpleaños de los colaboradores	1 vez al año por cada colaborador	Compra de torta, bocaditos y bebidas
Día del trabajador	1 vez al año	Almuerzo por celebración, un día anterior hábil a la fecha
Navidad	1 vez al año	Entrega de canastas navideñas (Valorizada en S/ 150)
Compra de café	Todos los días	Compra de frutas y café
Aniversario de la empresa	1 vez al año	Almuerzo de Confraternidad
Fin de año	1 vez al año	Brindis de confraternidad y piqueos

7.4.5 Sistema de remuneración

Para el abono de las remuneraciones, gratificaciones o liquidaciones se considerará el sistema de remuneración del Banco Interamericano de Finanzas (BANBIF) habilitando una “cuenta sueldo genial” para cada trabajador con la cual podrá recibir cualquier tipo de depósito; además, podrá efectuar pagos de servicios sin cobros adicionales. Asimismo, podrá hacer retiros desde cualquier cajero Banbif o Globalnet quedando así con diversas opciones de lugares en donde puedan hacer el retiro de sus salarios después de efectuado un pago. El sistema de remuneración a emplearse será de periodicidad mensual y esto será quincenal, la única persona que recibirá bonos por ventas será el Coordinador de Marketing y Ventas quien recibirá un 20% del valor neto de la pulsera vendida.

7.5 Estructura de gastos de RR.HH.

Planilla de sueldos:

PLANILLA MENSUAL														
CARGOS	INGRESOS DEL COLABORADOR				RETENCIONES AL COLABORADOR							REMUNERACION POR PAGAR	APORTES EMPLEADOR	
	SUELDO BÁSICO	ASIGNACIÓN FAMILIAR	HORAS EXTRAS	TOTAL REMUNERACIÓN BRUTA	A.F.P.				ONP	5TA. CATEG. SUELDO	TOTAL DESCUENTOS		ESSALUD	TOTAL APORTES
					APORTE AL FONDO	COMISION AFP	PRIMA SEGURO	TOTAL AFP					9%	
Gerente General	S/. 3,500.00			S/. 3,500.00	S/. 350.00	S/. 47.60	S/. 54.25	S/. 451.85		S/. 91.00	S/. 542.85	S/. 2,957.15	S/. 315.00	S/. 315.00
Asistente Administrativo - Contable	S/. 1,200.00			S/. 1,200.00	S/. 120.00	S/. 16.32	S/. 19.20	S/. 155.52		S/. 0.00	S/. 155.52	S/. 1,044.48	S/. 108.00	S/. 108.00
Coordinador de Marketing & Ventas	S/. 1,800.00	S/. 85.00		S/. 1,885.00					S/. 245.05	S/. 44.33	S/. 289.38	S/. 1,595.62	S/. 169.65	S/. 169.65
Coordinador de Logística & Operaciones	S/. 1,500.00			S/. 1,500.00	S/. 150.00	S/. 20.40	S/. 22.05	S/. 192.45		S/. 44.33	S/. 236.78	S/. 1,263.22	S/. 135.00	S/. 135.00
Asistente de Servicio Técnico & Distribuidor	S/. 850.00			S/. 850.00					S/. 110.50	S/. 16.33	S/. 126.83	S/. 723.17	S/. 76.50	S/. 76.50
TOTAL S/	S/. 8,850.00	S/. 85.00	S/. 0.00	S/. 8,935.00	S/. 620.00	S/. 84.32	S/. 95.50	S/. 799.82	S/. 355.55	S/. 196.00	S/. 1,351.37	S/. 7,583.63	S/. 804.15	S/. 804.15

	SNP/ ONP	INTEGRA	PRIMA	PROFUTURO	HABITAT
APORTE OBLIGATORIO	13.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%
COMISIÓN % SOBRE R.A.		1.36%	1.36%	1.36%	1.36%
PRIMA SEGURO		1.55%	1.60%	1.69%	1.47%

Observaciones: Planilla mensual la cual detalla los sueldos y otros aportes de los cinco colaboradores considerados en el organigrama inicial y en los diseños de puestos. El costo de esta planilla es de S/ 8,387.78 por mes lo que incluye S/ 7,583.63 correspondiente a remuneraciones y S/ 804.15 de aportes del empleador, específicamente Essalud. De considerarse los mismos salarios durante todo un año, el total a gastar en planillas es de S/. 100,653.36 por año.

Gratificaciones:

GRATIFICACIONES								
JULIO								
CARGO	FECHA INGRESO	SUELDO BASICO	ASIGNACIÓN FAMILIAR	SUELDO BASE	TOTAL BASE DE CALCULO	TOTAL GRATIFICACIÓN	BONIF 9%	TOTAL A DEPOSITAR
Gerente General	01/01/2018	S/. 3,500.00	S/. 0.00	S/. 3,500.00	S/. 3,500.00	S/. 1,750.00	S/. 157.50	S/. 1,907.50
Asistente Administrativo - Contable	01/01/2018	S/. 1,200.00	S/. 0.00	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00	S/. 600.00	S/. 54.00	S/. 654.00
Coordinador de Marketing & Ventas	01/01/2018	S/. 1,800.00	S/. 85.00	S/. 1,885.00	S/. 1,885.00	S/. 942.50	S/. 84.83	S/. 1,027.33
Coordinador de Logística & Operaciones	01/01/2018	S/. 1,500.00	S/. 0.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 750.00	S/. 67.50	S/. 817.50
Asistente de Servicio Técnico & Distribución	01/01/2018	S/. 850.00	S/. 0.00	S/. 850.00	S/. 850.00	S/. 425.00	S/. 38.25	S/. 463.25
								S/. 4,869.58
DICIEMBRE								
CARGO	FECHA INGRESO	SUELDO BASICO	ASIGNACIÓN FAMILIAR	SUELDO BASE	TOTAL BASE DE CALCULO	TOTAL GRATIFICACIÓN	BONIF 9%	TOTAL A DEPOSITAR
Gerente General	01/01/2018	S/. 3,500.00	S/. 0.00	S/. 3,500.00	S/. 3,500.00	S/. 1,750.00	S/. 157.50	S/. 1,907.50
Asistente Administrativo - Contable	01/01/2018	S/. 1,200.00	S/. 0.00	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00	S/. 600.00	S/. 54.00	S/. 654.00
Coordinador de Marketing & Ventas	01/01/2018	S/. 1,800.00	S/. 85.00	S/. 1,885.00	S/. 1,885.00	S/. 942.50	S/. 84.83	S/. 1,027.33
Coordinador de Logística & Operaciones	01/01/2018	S/. 1,500.00	S/. 0.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 750.00	S/. 67.50	S/. 817.50
Asistente de Servicio Técnico & Distribución	01/01/2018	S/. 850.00	S/. 0.00	S/. 850.00	S/. 850.00	S/. 425.00	S/. 38.25	S/. 463.25
								S/. 4,869.58

Observaciones: Planillas de gratificaciones las cuales detallan los montos a pagar a cada trabajador dos veces por año (Fiestas Patrias y Navidad) y que serán equivalentes a media remuneración mensual por pertenecer al régimen MYPE; además de un 9% de bonificación. El monto total por gastar en gratificaciones por año es de S/ 9,739.15

Compensación por Tiempo de Servicios (CTS)

COMPENSACIÓN POR TIEMPO DE SERVICIO (CTS)								
NOVIEMBRE								
CARGO	FECHA ING	SUELDO BASICO	ASIG FAM	TOTAL SUELDO	GRATIFICACION	GRATIF 1/6	TOTAL BASE DE CALCULO	TOTAL A DEPOSITAR
Gerente General	01/01/2018	S/. 3,500.00	S/. 0.00	S/. 3,500.00	S/. 1,907.50	S/. 317.92	S/. 3,817.92	S/. 954.48
Asistente Admin	01/01/2018	S/. 1,200.00	S/. 0.00	S/. 1,200.00	S/. 654.00	S/. 109.00	S/. 1,309.00	S/. 327.25
Coordinador de	01/01/2018	S/. 1,800.00	S/. 85.00	S/. 1,885.00	S/. 1,027.33	S/. 171.22	S/. 2,056.22	S/. 514.06
Coordinador de	01/01/2018	S/. 1,500.00	S/. 0.00	S/. 1,500.00	S/. 817.50	S/. 136.25	S/. 1,636.25	S/. 409.06
Asistente de Se	01/01/2018	S/. 850.00	S/. 0.00	S/. 850.00	S/. 463.25	S/. 77.21	S/. 927.21	S/. 231.80
								S/. 2,436.65

Observaciones: El fondo previsor en caso de cese será depositado en el mes de noviembre de cada año y si se mantienen los mismos salarios durante todo un año, el total a gastar en CTS es de S/. 2,436.65 por año.

Capacitaciones:

CAPACITACIONES						
Primer Cuatrimestre						
NOMBRE DE LA CAPACITACIÓN	DETALLE	CARGO	SESIONES	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
Técnicas de Ventas y atención al cliente	El área correspondiente	Coordinador de Marketing & Ventas	3 Sesiones de 2 horas día	1	S/. 500.00	S/. 500.00
Ensamblaje de equipos tecnológicos	El área correspondiente	Asistente de Servicio Técnico & Distribuidor	6 Sesiones de 3 horas día	1	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00
Seguridad en el trabajo	Todas las áreas	Todos	1 Sesión de 2 horas	5	S/. 60.00	S/. 300.00
						S/. 2,000.00
Segundo Cuatrimestre						
NOMBRE DE LA CAPACITACIÓN	DETALLE	CARGO	SESIONES	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
Elaboración de Presupuestos y Finanzas	El área correspondiente	Asistente Administrativo - Contable	3 Sesiones de 3 horas día	1	S/. 850.00	S/. 850.00
Liderazgo y desarrollo organizacional	El área correspondiente	Gerente General	6 Sesiones de 2 horas día	1	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00
Primeros auxilios	Todas las áreas	Todos	1 Sesión de 2 horas	5	S/. 80.00	S/. 400.00
						S/. 3,250.00
Tercer Cuatrimestre						
NOMBRE DE LA CAPACITACIÓN	DETALLE	CARGO	SESIONES	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
Gestión de Logística	El área correspondiente	Coordinador de Logística & Operaciones	3 Sesiones de 3 horas día	1	S/. 800.00	S/. 800.00
Legislación laboral y recursos humanos	El área correspondiente	Asistente Administrativo - Contable	2 Sesiones de 2 horas día	1	S/. 500.00	S/. 500.00
Simulacro de emergencia	Todas las áreas	Todos	1 Sesión de 2 horas	5	S/. 60.00	S/. 300.00
						S/. 1,600.00

Observaciones: Programación anual de capacitaciones para los colaboradores la cual se encuentra dividida en cortes cuatrimestrales y cuyos temas están vinculados a las funciones que realizan. El monto anual por gastar en capacitaciones es de S/ 6,850.00.

Incentivos y agasajos:

INCENTIVOS Y AGAZAJOS						
EVENTO	PERIODICIDAD	DESCRIPCIÓN	TOTAL DE EVENTOS AL AÑO	LUGAR - INTERNO	LUGAR - EXTERNO	PRESUPUESTO S/
Cumpleaños de los colaboradores	1 vez al año por cada colaborador	Compra de torta, bocaditos y bebidas	5	X		S/. 200.00
Día del trabajador	1 vez al año	Almuerzo por celebración, un día anterior hábil a la	1		X	S/. 375.00
Navidad	1 vez al año	Entrega de canastas navideñas (Valorizada en S/ 1)	1	X		S/. 400.00
Compra de café	Todos los días	Compra de frutas y café	1	X		S/. 480.00
Aniversario de la empresa	1 vez al año	Almuerzo de confraternidad	1		X	S/. 375.00
Fin de año	1 vez al año	Brindis de confraternidad y piqueos	1	X		S/. 120.00
						S/. 1,950.00

Observaciones: Lista de incentivos a realizarse dentro o fuera del establecimiento y que se realizarán durante todo el año. El gasto total en capacitaciones es de S/ 1,950 por año.

Gastos diversos:

SELECCIÓN	PERIODICIDAD DEL GASTO	DETALLE	PRESUPUESTO ANUAL
Fuente de candidatos	Anual	Se pagará por el servicio de la Página Computrabajo	S/. 1,680.00
DESARROLLO EMPRESARIAL			
Medición de evaluación de desempeño	Anual	Se contratará a un evaluador externo	S/. 1,500.00
Costo de Consultoría de asesoría legal	De ser necesario - Se estima trimestralmente	Se contratará los servicios de un abogado laboral	S/. 800.00
BIENESTAR Y SALUD			
Examen médico	Anual	Se contratará los servicios de una empresa externa	S/. 1,000.00
			S/. 4,980.00

Observaciones: Dentro de la gestión de Recursos Humanos se han considerado algunos aspectos como selección, desarrollo empresarial y Bienestar-Salud para lo cual se destina el presente presupuesto el cual incluye publicaciones en Computrabajo, evaluaciones externas, asesoría legal y exámenes médicos para trabajadores.

8. Plan económico - financiero

8. Plan económico-financiero

8.1 Supuestos

Los supuestos considerados a fin de elaborar el plan económico - financiero del presente proyecto son:

Tipo de moneda:	Soles
Tipo de cambio:	3.3
Tasa de impuesto a la renta:	29.50%
Vida útil de muebles y enseres:	10 años
Tasa de depreciación de activos fijos:	10%
Tasa de amortización de los activos intangibles:	20%
Valor de mercado:	25% de activos fijos
Periodo de cuotas (financiamientos)	Anual

8.2 Inversión en activos (fijos e intangibles) y depreciación

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS							
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR NETO	AÑOS DE VIDA ÚTIL	TASA DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
5	Escritorios de oficina	S/. 299.00	S/. 1,495.00	S/. 1,266.95	10	10%	S/. 126.69
5	Sillas ejecutivas	S/. 159.00	S/. 795.00	S/. 673.73	10	10%	S/. 67.37
4	Sillas de espera	S/. 59.90	S/. 239.60	S/. 203.05	10	10%	S/. 20.31
2	Estantes metálicos para almacén	S/. 149.90	S/. 299.80	S/. 254.07	10	10%	S/. 25.41
3	Estantes para oficina	S/. 239.00	S/. 717.00	S/. 607.63	10	10%	S/. 60.76
1	Mesa para reuniones con 4 sillas	S/. 600.00	S/. 600.00	S/. 508.47	10	10%	S/. 50.85
1	Mesa para ensamblar	S/. 600.00	S/. 600.00	S/. 508.47	10	10%	S/. 50.85
5	Laptops	S/. 1,499.00	S/. 7,495.00	S/. 6,351.69	10	10%	S/. 635.17
1	Impresora multifuncional	S/. 849.00	S/. 849.00	S/. 719.49	10	10%	S/. 71.95
5	Ventiladores	S/. 99.00	S/. 495.00	S/. 419.49	10	10%	S/. 41.95
1	Armario de 4 bandejas	S/. 199.00	S/. 199.00	S/. 168.64	10	10%	S/. 16.86
1	Máquina de grabado láser	S/. 4,950.00	S/. 4,950.00	S/. 4,194.92	10	10%	S/. 419.49
TOTAL			S/. 18,734.40	S/. 15,876.61	10	10%	S/. 1,587.66

INVERSIÓN EN ACTIVOS INTANGIBLES							
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR NETO	AÑOS DE VIDA ÚTIL	TASA DE AMORTIZACIÓN	AMORTIZACIÓN ANUAL
1	Desarrollo del aplicativo	S/. 20,150.25	S/. 20,150.25	S/. 17,076.48	5	20%	S/. 3,415.30
1	Desarrollo de página web	S/. 2,500.00	S/. 2,500.00	S/. 2,118.64	5	20%	S/. 423.73
1	Licencias de software	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,271.19	5	20%	S/. 254.24
TOTAL			S/. 24,150.25	S/. 20,466.31	5	20%	S/. 4,093.26

INVERSIÓN INICIAL			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Constitución de empresa	S/. 490.00	S/. 490.00
1	Licencia municipal	S/. 503.60	S/. 503.60
1	Garantía por alquiler de oficina	S/. 1,815.00	S/. 1,815.00
TOTAL			S/. 2,808.60

Observación: La primera tabla representa la relación de activos fijos a usar durante el desarrollo del proyecto cuya suma total neta es de S/ 15,876.61, para la depreciación de estos activos fijos se ha considerado una tasa del 10% con la cual se obtiene una depreciación anual de S/ 1,587.66. Por otro lado, y considerando la tasa de amortización de 20% para los activos intangibles cuya suma es de S/ 20,466.31 se obtiene una amortización total de S/ 4,093.26. Por último, la tabla denominada inversión inicial detalla los trámites formales necesarios para operar la empresa y que también incluye la garantía por el alquiler del establecimiento cuya suma resulta en S/. 2,808.60.

DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS POR AÑO					
Tipo	2018	2019	2020	2021	2022
Depreciación por año	S/. 1,587.66	S/. 1,587.66	S/. 1,587.66	S/. 1,587.66	S/. 1,587.66
Depreciación acumulada	S/. 1,587.66	S/. 3,175.32	S/. 4,762.98	S/. 6,350.64	S/. 7,938.31
Tipo	Muebles y Enseres				
Depreciación anual	S/. 1,587.66				
Depreciación acumulada (5 años)	S/. 7,938.31				
Valor en Libros	S/. 7,938.31				
Valor de Mercado	S/. 3,969.15				

Observaciones: La depreciación de equipos por año es de S/ 1587.66 y su acumulación para el 2022 resulta en S/ 7,938.31; por consiguiente, el valor inicial de los activos fijos que era S/ 15,876.71 se reduce a S/ 7,938.31 que es el valor de los activos en libros. Por otro lado, el valor de mercado que es S/ 3,969.15 representa el importe que se obtendría al vender los activos fijos a finales del año 2022 cuyo resultado proviene del 25% del valor neto de los activos fijos.

8.3 Proyección de ventas

PRECIO DE VENTA (POR UNIDAD)					
DESCRIPCIÓN		PRECIO S/			
Segmento 1 (Adultos)		S/. 315.00			
Segmento 2 (Niños)		S/. 315.00			
VENTAS ANUALES (5 AÑOS) EN UNIDADES DE PULSERAS					
CONCEPTO	2018	2019	2020	2021	2022
Incremento de 1% por cada año		5%	6%	7%	8%
Segmento 1 (Adultos)	527	553	587	628	678
Segmento 2 (Niños)	674	708	750	803	867
UNIDADES VENDIDAS POR AÑO	1201	1261	1337	1430	1545

Observaciones: Unidades de pulseras vendidas anualmente por 5 años (desde el 2018 hasta el 2022). Las cantidades del primer año de operación (2018) se determinan con el tamaño de mercado operativo resultante de la validación de mercado y cuyo resultado es

una venta de 1201 unidades de pulseras. Posteriormente, se aplica un 1% de incremento en unidades vendidas por cada año lo cual está basado en el incremento de la población en el Perú por cada año.

VENTAS MENSUALES AÑO 1 (2018) EN SOLES													
SEGMENTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Segmento 1 (Adultos)	3%	5%	8%	9%	8%	9%	10%	8%	8%	9%	11%	12%	100%
	S/. 4,980.15	S/. 8,300.25	S/. 13,280.40	S/. 14,940.45	S/. 13,280.40	S/. 14,940.45	S/. 16,600.50	S/. 13,280.40	S/. 13,280.40	S/. 14,940.45	S/. 18,260.55	S/. 19,920.60	S/. 166,005.00
Segmento 2 (Niños)	4%	9%	15%	16%	11%	5%	9%	7%	6%	5%	6%	7%	100%
	S/. 8,492.40	S/. 19,107.90	S/. 31,846.50	S/. 33,969.60	S/. 23,354.10	S/. 10,615.50	S/. 19,107.90	S/. 14,861.70	S/. 12,738.60	S/. 10,615.50	S/. 12,738.60	S/. 14,861.70	S/. 212,310.00
TOTAL DE INGRESOS POR MES	S/. 13,472.55	S/. 27,408.15	S/. 45,126.90	S/. 48,910.05	S/. 36,634.50	S/. 25,555.95	S/. 35,708.40	S/. 28,142.10	S/. 26,019.00	S/. 25,555.95	S/. 30,999.15	S/. 34,782.30	S/. 378,315.00

Observación: Ingresos por ventas en cada mes del primer año de operación (2018) cuyos importes resultan de la proyección de ventas en unidades con el precio de venta por unidad que es S/ 315 resultando en S/ 378,315 y cuya variación porcentual se determina en base al comportamiento de compra de los consumidores en cada mes del año. Por ejemplo, para el segmento 1 se estima una mayor demanda en los meses de julio y diciembre dado que en estos meses hay mayor poder adquisitivo gracias a las gratificaciones pagadas por las empresas. Asimismo, en el segmento 2 se observa una mayor demanda a partir del mes de marzo ya que éste es el mes en el que los niños empiezan a asistir al colegio y los padres tienen más interés en conocer su ubicación.

VENTAS ANUALES (5 AÑOS) EN SOLES					
CONCEPTO	2018	2019	2020	2021	2022
Incremento de 1% por cada año	-	5%	6%	7%	8%
Segmento 1 (Adultos)	S/. 166,005.00	S/. 174,305.25	S/. 184,763.57	S/. 197,697.01	S/. 213,512.78
Segmento 2 (Niños)	S/. 212,310.00	S/. 222,925.50	S/. 236,301.03	S/. 252,842.10	S/. 273,069.47
TOTAL DE VENTAS POR AÑO	S/. 378,315.00	S/. 397,230.75	S/. 421,064.60	S/. 450,539.12	S/. 486,582.25

Observaciones: Ingresos por ventas en 5 años (desde el 2018 hasta el 2022), los importes resultan de la proyección anual de ventas en unidades con el precio de venta por unidad que es S/ 315.

8.4 Cálculo del capital de trabajo

GASTOS TOTALES (5 AÑOS)					
CONCEPTO	2018	2019	2020	2021	2022
Gastos Operativos	S/. 29,460.00	S/. 30,933.00	S/. 32,788.98	S/. 35,084.21	S/. 37,890.95
Gastos de Marketing	S/. 24,600.00	S/. 25,830.00	S/. 27,379.80	S/. 29,296.39	S/. 31,640.10
Gastos de Recursos Humanos	S/. 142,825.61	S/. 142,825.61	S/. 142,825.61	S/. 142,825.61	S/. 142,825.61
TOTAL DE GASTOS POR AÑO	S/. 196,885.61	S/. 199,588.61	S/. 202,994.39	S/. 207,206.20	S/. 212,356.65

CONCEPTO	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Capital de Trabajo (6 meses)	-S/. 98,442.81	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00

Observaciones: Cálculo del capital de trabajo cuyo resultado de S/ 98,442.81 se obtiene utilizando el método de periodo de desfase o de ciclo productivo ya que el costo total de

gastos por año es de S/ 196,885.61 y el número de días del ciclo productivo es 180 (6 meses), que son los días necesarios para hacer todas las gestiones previas para operar la empresa (Operaciones, Marketing y Recursos Humanos), hasta el día en el que finalmente se inicien las ventas que es en enero del 2018.

8.5 Estructura de financiamiento: Tradicional y no tradicional

FINANCIAMIENTO				
CONCEPTO	MONTO	CONCEPTO	MONTO	%
Inversión Inicial	S/. 2,808.60	Aporte de Accionistas	S/. 82,556.60	60%
Inversión en Activos Fijos	S/. 15,876.61	Aporte con Financiamiento	S/. 55,037.73	40%
Inversión en Activos Intangibles	S/. 20,466.31	TOTAL DE INVERSIÓN	S/. 137,594.33	100%
Capital de Trabajo Neto	S/. 98,442.81			
TOTAL DE INVERSIÓN	S/. 137,594.33			

Observaciones: El presente proyecto requiere de S/ 137,594.33 monto que incluye la inversión inicial, inversión en activos fijos e intangibles y el capital de trabajo neto, y de los cuales, un 60% que es S/ 82,556.60 será financiado por los accionistas de la empresa; por lo tanto, el 40% restante será financiado a través de una entidad financiera que en este caso es Mi Banco (Anexo 18)

CRONOGRAMA DE FINANCIAMIENTO BANCARIO				
Financiamiento	S/. 55,037.73			
TEA	23.10%			
Plazo	5 años			
N°	Deuda	Amortización	Intereses	Cuota
0	S/. 55,037.73			
1	S/. 48,078.06	S/. 6,959.67	S/. 12,713.72	S/. 19,673.39
2	S/. 39,510.70	S/. 8,567.36	S/. 11,106.03	S/. 19,673.39
3	S/. 28,964.28	S/. 10,546.42	S/. 9,126.97	S/. 19,673.39
4	S/. 15,981.63	S/. 12,982.64	S/. 6,690.75	S/. 19,673.39
5	S/. 0.00	S/. 15,981.63	S/. 3,691.76	S/. 19,673.39
TOTAL		55,037.73	S/. 43,329.22	98,366.95

$$\text{Cuotas iguales de un préstamo} = 55,037.73 \times \frac{0.2310}{1 - (1 + 0.2310)^{-5}} = 19,673.39$$

Observaciones: Cronograma de pagos elaborado en base al método de amortización francés, en el cual se considera el 40% de la inversión total que será financiado por Mi Banco y que es S/ 55,037.73. Por consiguiente, se desembolsarán cuotas iguales de S/ 19,673.39 durante 5 años. Asimismo, y considerando la tasa de 23.10%, se pagarán intereses por un total de S/ 43,329.22.

8.6 Estados Financieros (Balance General, Estado de GGPP, Flujo de Caja)

ESTADO DE RESULTADOS					
CUENTA	2018	2019	2020	2021	2022
INGRESOS POR VENTAS	378,315.00	397,230.75	421,064.60	450,539.12	486,582.25
Costo de Ventas	(114,755.55)	(120,493.33)	(127,722.93)	(136,663.53)	(147,596.61)
UTILIDAD BRUTA	263,559.45	276,737.42	293,341.67	313,875.58	338,985.63
Gastos Operativos	(196,885.61)	(199,588.61)	(202,994.39)	(207,206.20)	(212,356.65)
UTILIDAD OPERATIVA	66,673.84	77,148.81	90,347.28	106,669.38	126,628.98
Ingresos Financieros	-	-	-	-	-
Gastos Financieros	(12,713.72)	(11,106.03)	(9,126.97)	(6,690.75)	(3,691.76)
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	53,960.12	66,042.78	81,220.31	99,978.63	122,937.22
Impuesto a la Renta	(15,918.24)	(19,482.62)	(23,959.99)	(29,493.70)	(36,266.48)
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	S/. 38,041.89	S/. 46,560.16	S/. 57,260.32	S/. 70,484.94	S/. 86,670.74

Observaciones: Estado de resultados (estado de ganancias y pérdidas) que considera las proyecciones establecidas en 5 años y con las cuales se obtienen utilidades netas que van incrementándose hasta alcanzar S/ 86,670.74 en el año 2022.

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA					
Cuenta	2018	2019	2020	2021	2022
Activos	-	-	-	-	-
Activos Corrientes	-	-	-	-	-
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	70,799.97	86,228.83	105,650.09	129,663.10	261,447.68
Cuentas por cobrar comerciales y otras cuentas por cobrar					
Inventarios					
Otros Activos corrientes	216,340.78	197,611.12	177,649.79	156,275.82	30,844.88
Total Activos Corrientes	287,140.75	283,839.95	283,299.87	285,938.92	292,292.56
Activos No Corrientes	-	-	-	-	-
Inmuebles, maquinaria y equipos	15,876.61	15,876.61	15,876.61	15,876.61	15,876.61
Depreciación acumulada	(1,587.66)	(3,175.32)	(4,762.98)	(6,350.64)	(7,938.31)
Activos intangibles	20,466.31	20,466.31	20,466.31	20,466.31	20,466.31
Amortización acumulada	(4,093.26)	(8,186.53)	(12,279.79)	(16,373.05)	(20,466.31)
Total Activos No Corrientes	30,662.00	24,981.08	19,300.15	13,619.23	7,938.31
TOTAL DE ACTIVOS	317,802.75	308,821.03	302,600.02	299,558.15	300,230.86
Pasivos y Patrimonio	-	-	-	-	-
Pasivos Corrientes	-	-	-	-	-
Cuentas por Pagar	114,755.55	120,493.33	127,722.93	136,663.53	147,596.61
Impuesto a la renta	(15,918.24)	(19,482.62)	(23,959.99)	(29,493.70)	(36,266.48)
Deuda bancaria	19,673.39	19,673.39	19,673.39	19,673.39	19,673.39
Otros pasivos corrientes	-	-	-	-	-
Total Pasivos Corrientes	118,510.70	120,684.10	123,436.33	126,843.23	131,003.53
Pasivos No Corrientes	-	-	-	-	-
Deuda bancaria	78,693.56	59,020.17	39,346.78	19,673.39	-
Total Pasivos No Corrientes	78,693.56	59,020.17	39,346.78	19,673.39	-
Total Pasivos	197,204.27	179,704.27	162,783.11	146,516.62	131,003.53
Patrimonio	-	-	-	-	-
Capital Emitido	82,556.60	82,556.60	82,556.60	82,556.60	82,556.60
Resultados Acumulados	38,041.89	46,560.16	57,260.32	70,484.94	86,670.74
Total Patrimonio	120,598.48	129,116.76	139,816.91	153,041.53	169,227.34
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	317,802.75	308,821.03	302,600.02	299,558.15	300,230.86

Observaciones: Estado de Situación Financiera (Balance General) que muestra el valor de todos los activos, pasivos y patrimonio de la empresa, cumpliéndose así la ecuación contable.

8.7 Flujo Financiero

FLUJO DE CAJA EN SOLES						
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Ingresos por Ventas		378,315.00	397,230.75	421,064.60	450,539.12	486,582.25
Costo de Ventas		(114,755.55)	(120,493.33)	(127,722.93)	(136,663.53)	(147,596.61)
Costos Fijos		(196,885.61)	(199,588.61)	(202,994.39)	(207,206.20)	(212,356.65)
Depreciación		(1,587.66)	(1,587.66)	(1,587.66)	(1,587.66)	(1,587.66)
Amortización		(4,093.26)	(4,093.26)	(4,093.26)	(4,093.26)	(4,093.26)
Utilidad Operativa (EBIT)		S/. 60,992.92	S/. 71,467.89	S/. 84,666.35	S/. 100,988.46	S/. 120,948.06
Impuesto a la Renta (-)		(17,992.91)	(21,083.03)	(24,976.57)	(29,791.59)	(35,679.68)
Depreciación (+)		1,587.66	1,587.66	1,587.66	1,587.66	1,587.66
Amortización (+)		4,093.26	4,093.26	4,093.26	4,093.26	4,093.26
Flujo de Efectivo Operativo (FEO)		S/. 48,680.93	S/. 56,065.79	S/. 65,370.70	S/. 76,877.79	S/. 90,949.30
Activos Fijos	(39,151.52)					3,969.15
Capital de Trabajo Neto (CTN)	(98,442.81)					98,442.81
FLUJO DE CAJA LIBRE DISPONIBILIDAD (FCLD)	-S/. 137,594.33	S/. 48,680.93	S/. 56,065.79	S/. 65,370.70	S/. 76,877.79	S/. 193,361.26
Financiamiento	55,037.73					
Amortización de la deuda		(6,959.67)	(8,567.36)	(10,546.42)	(12,982.64)	(15,981.63)
Interés de la deuda		(12,713.72)	(11,106.03)	(9,126.97)	(6,690.75)	(3,691.76)
Escudo fiscal de los intereses		3,750.55	3,276.28	2,692.46	1,973.77	1,089.07
FLUJO DE CAJA NETO DEL INVERSIONISTA (FCNI)	-S/. 82,556.60	S/. 32,758.08	S/. 39,668.67	S/. 48,389.77	S/. 59,178.17	S/. 174,776.94

Observaciones: Flujo de caja que muestra todos los ingresos, costos y gastos de la empresa determinando así su flujo de caja de libre disponibilidad; es decir, la cantidad de dinero que puede usarse por cada año para diferentes necesidades de la empresa después de haber pagado todas las obligaciones (pago a proveedores). Posteriormente, y después de considerar pago del financiamiento más el escudo fiscal, se obtienen los montos del flujo de caja neto para el inversionista que serían los pagos netos que recibirían los accionistas por cada uno de los 5 años proyectados.

8.8 Tasa de descuento accionistas y WACC

MODELO CAPM AMPLIADO PARA ECONOMÍAS EMERGENTES	
Datos:	
β_u	0.82
β_l	1.21
D	40%
E	60%
t (Perú)	29.5%
Rm	5.77%
Rf	2.4%
Prima Riesgo (EE.UU.)	3.37%
RP (Perú)	1.12%
E(Ri)	6.46%
Re (COK)	7.58%

Observaciones: Cálculo del Costo de Oportunidad del Capital (COK) aplicando el Modelo Capital Asset Pricing Model (CAPM) ampliado para economías emergentes en el cual se utiliza, en primer lugar, el beta desapalancado de servicios para negocios y consumidores cuyo valor es 0.82. Asimismo, la prima riesgo de la economía desarrollada utilizada es la de *Estados Unidos* cuyo valor es 3.37% y finalmente se agregó el riesgo país de la economía en la cual se va a desarrollar el proyecto que para el caso de Perú es 1.12%. Como resultado se obtiene un COK de 7.58% que es la tasa de descuento aplicada en los cálculos del VPN de los accionistas.

CÁLCULO DEL WACC				
	Monto	% Participación	% Costo	WACC
Financiamiento (D)	S/. 55,037.73	40.00%	23.10%	6.51%
Accionistas (E)	S/. 82,556.60	60.00%	7.58%	4.55%
Totales	S/. 137,594.33	100.00%		11.06%

Observaciones: Cálculo del Weighted Average Cost of Capital (WACC) proveniente de la tasa la deuda que es 6.51% y tasa del patrimonio que es 4.55% y cuyo resultado de 11.06% que es el WACC determina el costo de la inversión independientemente de las fuentes de financiamiento con la cual se podrá comparar y elegir una tasa de rendimiento superior.

8.9 Indicadores de rentabilidad

VALOR PRESENTE NETO (VPN)	
Datos	Valor
VPN (FCNI) con COK	S/. 186,484.94
VPN (FCLD) con WACC	S/. 164,354.79

INDICE DE RENTABILIDAD (IR)	
Datos	Valor
IR con COK	3.26
IR con WACC	2.19

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	
Datos	Valor
TIR (FCLD)	42%
TIR (FCNI)	54%

Periodo de Recuperación						
Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Resultado del Ejercicio		S/ 38,041.89	S/ 46,560.16	S/ 57,260.32	S/ 70,484.94	S/ 86,670.74
Depreciación		-S/ 1,587.66	-S/ 1,587.66	-S/ 1,587.66	-S/ 1,587.66	-S/ 1,587.66
Amortización Intangibles		-S/ 4,093.26	-S/ 4,093.26	-S/ 4,093.26	-S/ 4,093.26	-S/ 4,093.26
Amortización del Financiamiento		-S/ 19,673.39	-S/ 19,673.39	-S/ 19,673.39	-S/ 19,673.39	-S/ 19,673.39
Inversión Inicial	-S/ 137,594.33					
Flujo Neto de Efectivo	-S/ 137,594.33	S/ 12,687.57	S/ 21,205.85	S/ 31,906.00	S/ 45,130.62	S/ 61,316.43

Observaciones: Cálculo del VPN con COK el cual indica que el valor de los flujos de efectivo hoy para los accionistas, sin considerar el financiamiento, es de S/ 186,484.94 y el VPN con WACC cuyo total es de S/ 164,354.79 es el monto que entregará el proyecto en efectivo después del financiamiento. Por otro lado, el IR con COK indica que por cada sol se recupera S/ 3.26 soles sin considerar los financiamientos, mientras que en el IR con WACC se indica que por cada sol invertido y considerando los financiamientos, los accionistas recuperan S/ 2.19. Asimismo, la TIR (FCLD) indica que la tasa de rentabilidad promedio anual que proyecto paga a los accionistas antes y después de considerar el financiamiento externo es 42% y 54% respectivamente. Por último, el periodo para que los accionistas recuperen su inversión inicial a partir de las entradas de efectivo es de 4 años y 5 meses.

8.10 Análisis de riesgo

ANÁLISIS DE RIESGO (5 AÑOS)						
ESCENARIO	PROBABILIDAD	2018	2019	2020	2021	2022
OPTIMISTA	25%	S/. 60,851.16	S/. 70,082.23	S/. 81,713.38	S/. 96,097.23	S/. 241,701.58
BASE	60%	S/. 48,680.93	S/. 56,065.79	S/. 65,370.70	S/. 76,877.79	S/. 193,361.26
PESIMISTA	15%	S/. 41,378.79	S/. 47,655.92	S/. 55,565.10	S/. 65,346.12	S/. 164,357.07

Observaciones:

Detalle de los flujos de caja con escenario base de 60% de probabilidad a lo largo de los 5 años; asimismo, con escenarios de probabilidades optimista de 25% y un escenario pesimista de 15%.

Las probabilidades de riesgo se ven reflejadas en las proyecciones de cada año, tal es así que en el escenario optimista se considera una demanda mayor a la ya proyectada en el escenario base y esta situación optimista se puede dar por negociaciones de mejora para disminuir los costos. En el escenario pesimista se está considerando una menor demanda de pulseras que se puede dar por el incumplimiento en la entrega de los materiales importados (GPS) necesarios para ensamblar la pulsera Securelet lo que en consecuencia puede ocasionar que se atienda a menos público o que se generen retrasos en las entregas; las causas pueden ser dadas por factores climatológicos del país del que se importa.

8.10.1 Análisis de sensibilidad

Precio de Venta		
Tipo de Producto	Precio Unitario	Proporción
Segmento 1	S/ 315.00	44%
Segmento 2	S/ 315.00	56%

Flujo de Efectivo	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Crecimiento			5%	6%	7%	8%
Cantidad		1,201	1,261	1,337	1,430	1,545
Segmento 1		S/ 166,005.00	S/ 174,305.25	S/ 184,763.57	S/ 197,697.01	S/ 213,512.78
Segmento 2		S/ 212,310.00	S/ 222,925.50	S/ 236,301.03	S/ 252,842.10	S/ 273,069.47
Ventas Totales		S/ 378,315.00	S/ 397,230.75	S/ 421,064.60	S/ 450,539.12	S/ 486,582.25
Costos y Gastos		-S/ 343,653.45	-S/ 355,795.58	-S/ 371,094.67	-S/ 390,014.53	-S/ 413,150.83
Inversión Total						S/ 111,925.63
FCLD	-144,729	S/ 34,661.55	S/ 41,435.17	S/ 49,969.93	S/ 60,524.58	S/ 185,357.05

CÁLCULO DEL WACC	11%
VPN(FCL) con WACC	S/ 106,010.87

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD:						
106,010.87	S/ 315.00	S/ 311.85	S/ 308.70	S/ 305.55	S/ 302.40	
S/ 315.00	106,010.87	99,191.66	85,689.61	65,841.59	40,171.50	
S/ 311.85	31,450.15	25,289.32	13,090.90	- 4,840.80	- 28,032.45	
S/ 308.70	- 45,300.73	- 50,866.72	- 61,887.40	- 78,087.79	- 99,040.29	
S/ 305.55	- 124,424.66	- 129,453.26	- 139,409.89	- 154,046.14	- 172,975.68	
S/ 302.40	- 205,806.13	- 210,349.22	- 219,344.54	- 232,567.66	- 249,669.56	

Observaciones: Análisis de sensibilidad en el cual se observa como el cambio en una variable (precio) afecta el resultado volviéndolo negativo. En este caso el precio de venta de S/ 315 disminuye en 1% en ambos casos.

8.10.2 Análisis por escenarios (por variables)

ESCENARIOS			
Conceptos	BASE	OPTIMISTA	PESIMISTA
Inversión Inicial			
Inversión	S/. 137,594.33	S/. 137,594.33	S/. 137,594.33
Aporte de Capital	60%	35%	55%
Préstamo Bancario	40%	65%	45%
Costo de Deuda y Otros			
TEA	23.10%	21.00%	25.00%
Depreciación y Amortización	-S/. 5,680.92	-S/. 5,680.92	-S/. 5,680.92
Capital de Trabajo	S/. 98,442.81	S/. 98,442.81	S/. 98,442.81
Costos Fijos	-S/. 196,885.61	-S/. 196,885.61	-S/. 190,979.04
Tasa Impuesto a la Renta	29.50%	29.50%	29.50%
Valor de Mercado	S/. 3,969.15	S/. 3,969.15	S/. 3,969.15
Operaciones			
Ventas	5.00%	7.00%	2.00%
Costos de Venta	5.00%	6.00%	2.00%
Costos Fijos	5.00%	5.00%	2.00%
COK	7.58%	7.58%	7.58%
WACC	11.06%	11.49%	10.87%

RESULTADOS			
INDICADORES	BASE	OPTIMISTA	PESIMISTA
VPN (FCLD) con WACC	S/. 164,354.79	S/. 134,633.33	S/. 72,832.04
VPN (FCNI) con COK	S/. 186,484.94	S/. 149,737.90	S/. 74,900.40
IR con COK	3.26	4.11	1.99
IR con WACC	2.19	1.98	1.53
TIR (FCLD)	42%	40%	29%
TIR (FCNI)	54%	72%	37%

Observaciones: En el caso de nuestro escenario pesimista se consideró una venta, costo de ventas y gastos de dos puntos porcentuales con lo que tendríamos índice de rentabilidad con COK y WACC de 1.99 y 1.53 respectivamente, siendo esto no favorable para la decisión. En cuanto al escenario optimista tendríamos una composición de 35% y 65% del aporte y financiamiento respectivamente. Para la venta, costo y gastos hay un incremento de 2.1 y 1 punto porcentual respectivamente versus nuestro escenario base y con resultados en índices de rentabilidad de COK y WACC de 4.11 y 1.98 siendo estos resultados superiores a lo calculado en nuestro escenario base.

De los escenarios en evaluación se puede inferir que en el análisis base del proyecto si es viable, mientras que en el pesimista se tendrían que evaluar otros factores para aceptar el proyecto ya que con esos resultados la primera decisión sería rechazar el proyecto. En cuanto al escenario optimista se observan resultados bastante alentadores por lo que se podría aceptar el proyecto definitivamente.

Sin embargo, es preciso señalar que ambos, escenario pesimista y optimista, son llevados al extremo en contextos que fueron ajustados para el análisis.

8.10.2 Análisis de punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO		
CONCEPTO	MONTO	%
Ventas	S/. 378,315.00	100.00%
Costo Variable	-S/. 11,409.50	
Margen de Contribución	S/. 366,905.50	96.98%
Costo Fijo	-S/. 103,346.05	
Utilidad Operativa	S/. 263,559.45	69.67%

CONCEPTO	MONTO	%
Ventas (Punto de equilibrio)	S/. 148,343.61	100.00%
Costo Variable		
Margen de Contribución	S/. 103,346.05	69.67%
Costo Fijo	S/. 103,346.05	
Utilidad Operativa	S/. 0.00	

Observaciones: Cálculo del punto de equilibrio en el cual se dividen los costos fijos por año, cuyo total es de S/ 103,346.05, entre el porcentaje del margen de contribución que es 69.67% dando como resultado S/ 148,343.61 que es el monto que se necesita sólo para pagar los costos fijos y los costos directos del producto, este monto no incluye ninguna ganancia.

8.10.3 Principales riesgos del proyecto (cualitativos)

ANÁLISIS DE RIESGO			
RIESGO	PROBABILIDAD	IMPACTO	RIESGO
Constantes retrasos en los envíos de los proveedores por factores climatológicos	2	3	6
Mala calidad de los productos	2	2	4
Altas barreras arancelarias	1	1	1
Regulaciones ambientales que aumentan los costos operativos	1	2	2
RIESGO PROMEDIO			3

CRITERIOS DE ACEPTACIÓN DEL RIESGO	
RANGO	DESCRIPCIÓN
Riesgo < = 4	La organización considera el riesgo bajo
Riesgo > = 4	La organización considera el riesgo alto y debe tomar acciones.

TABLA PARA ESTIMAR LA PROBABILIDAD	
VALOR	DESCRIPCIÓN
Bajo (1)	La amenaza se da una vez cada año.
Medio (2)	La amenaza se da una vez cada mes.
Alto (3)	La amenaza se da una vez cada semana.

TABLA PARA ESTIMAR EL IMPACTO	
VALOR	DESCRIPCIÓN
Bajo (1)	El daño de la amenaza no tiene consecuencias relevantes para la organización.
Medio (2)	El daño derivado de la amenaza tiene consecuencias reseñables para la organización.
Alto (3)	El daño derivado de la amenaza tiene consecuencias graves reseñables para la organización.

Fuente: Adaptado de INCIBE (2016)

Observación: El detalle de los cuatro riesgos considerados en la primera tabla dan un riesgo promedio de 3 puntos lo cual indica que la empresa considera sus riesgos bajos; no obstante, se tomarán acciones para contrarrestar la amenaza principal que son los constates retrasos en los envíos de los proveedores por factores climatológicos y la forma de prevenir esta amenaza es aplicando la evaluación a proveedores considerada en la Gestión de Proveedores.

9. Conclusiones generales

9. Conclusiones Generales

- De lo antes investigado, se concluye que la seguridad ciudadana es una prioridad en la sociedad peruana puesto que su carencia afecta a uno de los principales derechos de cualquier ser humano que es el “derecho a vivir”. De ello resulta preciso decir que todos tenemos derecho a vivir en un ambiente seguro.
- La ineficacia de las autoridades aumenta la sensación de inseguridad y fomenta acciones preventivas en la población como es el uso de dispositivos o accesorios de seguridad como Securelet cuya finalidad es conectar a la víctima con alguien que si pueda brindarle la ayuda necesaria brindándole así la sensación de tranquilidad en todo momento.
- La participación de la sociedad en la prevención de delitos brinda grandes ventajas siendo la disminución de la sensación de inseguridad la principal de ellas pues el hecho de que sea un familiar o ser querido de la víctima quien tome las acciones necesarias para prevenir el delito o asistir a la víctima después del delito, logra una mayor efectividad.
- La tecnología GPS es bastante conocida por cualquier persona que tenga algún interés en tecnología y por tal motivo su uso se ha convertido en algo indispensable en la vida cotidiana de las personas ya que le permite al usuario saber en qué lugar se encuentra exactamente y así decidir que ruta es la más conveniente para llegar a su destino; además de brindar su ubicación en caso de que sea necesario.
- Se puede lograr un cambio en el sistema de seguridad en Perú y así lograr acciones más efectivas de parte de las autoridades que combaten la inseguridad ciudadana. Una forma es fomentando un vínculo de colaboración entre Securelet y las autoridades encargadas como Serenazgo o la Policía Nacional del Perú, en la que se adopte medidas de comunicación efectivas para ayudar al usuario durante o después de un hecho delictivo.
- Perú tiene mucho por hacer para brindar un entorno seguro a sus niños, niñas y adolescentes, especialmente a aquellos que se encuentran más vulnerables viviendo en distritos donde la tasa de delincuencia es más elevada que en otros distritos. Si no se toman acciones, estos niños siempre tendrán una desventaja y no podrán desarrollar todo su potencial y capacidades por temor a ser víctimas de la delincuencia.

10. Conclusiones individuales

10. Conclusiones Individuales

CONCLUSIONES DE ALEXANDRA LORENA HERRADA RIVERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS - FECHA DE INGRESO: 2014-02

- La toma de decisiones es un aspecto fundamental en todas las áreas de una empresa y es indispensable contar con el conocimiento preciso y personas calificadas para poder tomar decisiones grupales que sean eficientes. Asimismo, la toma de decisiones grupales demuestra el liderazgo participativo de la persona a cargo quien debe escuchar y tomar en cuenta las opiniones de todos los participantes.
- La evaluación de proveedores es un proceso importante en toda empresa puesto que puede asegurar la buena calidad de los productos o servicios ofrecidos; asimismo, la información obtenida a través de estas evaluaciones facilita la toma de decisiones en el proceso de compra mejorando así el desempeño de la empresa y potenciando el éxito equitativamente. Respecto a esto, se puede decir que la evaluación trimestral basada en las normas de calidad ISO, la cual evalúa el desempeño de los proveedores, permite aplicar acciones correctivas y preventivas en la gestión de compra ayudando a conseguir una cantidad óptima de buenos proveedores que contribuyan con el crecimiento de la empresa.
- El hecho de que un almacén no posea un control adecuado puede hacer que la empresa, aunque sea pequeña, disminuya sus utilidades de forma brusca. Por un lado, la falta de inventario puede generar retrasos en los envíos a los clientes al no tener las piezas adecuadas para ensamblar el producto requerido lo que se traduce en pérdida de clientes debido a su insatisfacción. Por otro lado, y si se tiene demasiado inventario, éste podría sufrir daños o perderse en el tiempo debido a razones fuera del control de la Administración por lo que es de vital importancia conocer el inventario, así como también es de vital importancia conocer el comportamiento en la demanda y hacer una planificación eficiente para determinar la cantidad de materiales a guardar en el almacén sin afectar a la empresa.
- A modo de cierre, y considerando el trabajo realizado para llevar a cabo la presente investigación, se puede decir que los miembros de un equipo deben ser capaces de gestionar su tiempo para realizar su trabajo eficientemente y participar en las actividades del equipo. Deben ser capaces de comprometerse para alcanzar un mismo objetivo lo cual

apunta hacia la conclusión de que trabajar en equipo en una empresa disminuye la carga de trabajo, da mejores resultados y mejora la calidad del producto o servicio ofrecido.

CONCLUSIONES DE ARTURO FLORES PRIETO

ADMINISTRACIÓN DE BANCA Y FINANZAS - FECHA DE INGRESO: 2014-02

- En primer lugar, mencionar que luego de realizado toda la investigación hemos validado la necesidad que existe de nuestro producto en el mercado peruano y que por lo tanto el negocio que deseamos emprender si tendrá aceptación en el público.

Podemos afirmar que nuestra inversión inicial para poner en funcionamiento nuestro negocio será de S/. 137.000 contemplando todos los costos y gastos de este, si bien es cierto es un monto elevado, se obtendrán ganancias ya que luego de haber proyectado y revisado los flujos de caja, se presentarán utilidades desde el primer año de operación.

Con nuestro estudio de mercado y la proyección de venta, concluimos que las ventas se incrementan a razón de 1% por año, dicho análisis fue realizado para los próximos 5 años.

Con esto se determinó que tenemos que financiar el 40% de nuestro proyecto.

Definimos que esta financiación será tradicional a través de una entidad financiera, con lo que nuestro proyecto empieza a ser viable. Para la proyección del flujo de caja podemos decir que poseemos flujos en positivo debido a que nuestros ingresos por ventas soportan todos los costos y gastos que estamos contemplando.

En referencia a nuestro estado de resultados o conocido como estado de ganancias y pérdidas en donde elaboramos y planificamos nuestras operaciones, se comprueba que la utilidad neta obtenida en el primer año es S/ 38. 000 y para el flujo de caja del último año es S/. 174.000

-En cuanto a nuestro COK luego de evaluar los diversos factores que los componen determinamos un 7.58% que es el rendimiento que esperamos para lo invertido, y para nuestro WACC un 11.06%, consideramos que poseemos puntos importantes como las utilidades obtenidas para tomar la decisión de continuar con el proyecto.

En líneas generales y según lo analizado a través de la gestión financiera podemos decir que este proyecto resulta una propuesta interesante para realizar ya que es un mercado no explotado en el país.

-También es importante mencionar que poseemos riesgos cualitativos que pueden ser evaluados y superados a partir de lo realizado en la gestión financiera ya que pueden

mitigarse con acciones y mejora en cuanto a tecnología, calidad y el servicio de cara a nuestros clientes, con lo que el impacto sería reducido.

- Finalmente, se llega a la conclusión de que la gestión financiera es muy importante en una empresa ya que permite tener un mayor control de las actividades a realizar dentro de la misma. Además, los indicadores que hemos obtenido para este proyecto brindan la seguridad de indicar que estamos a una correcta opción de inversión.

11. Referencias bibliográficas

11. Referencias Bibliográficas

- ALVAREZ, Jorge y FLORES, Arturo (2017) (<https://drive.google.com/open?id=10JIVTAbCwfVuqY9lPEtb5bQvmn3NY1f>) Entrevistas a clientes potenciales. Lima: UPC.
- ASOCIACIÓN PERUANA DE EMPRESAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS (APEIM) (2017) (<http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2017.pdf>) Niveles Socioeconómicos 2017 y enlaces de interés (Consulta: 15 de enero)
- BEST, Roger J. (2007). Marketing estratégico. Madrid: Pearson Prentice Hall.
- CAMARA DE COMERCIO DE LIMA (CCL) (2018) (<https://www.camaralima.org.pe/principal/eventos/evento/12/942/2018/3>). Misión Comercial de Importadores Expocomer 2018 y enlaces de interés (Consulta: 20 de enero de 2018)
- CENTRO NACIONAL DE ESTIMACIÓN, PREVENCIÓN Y REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES (CENEPRED) (2014) (<http://www.cenepred.gob.pe/web/>) Sitio web oficial del CENEPRED, contiene información sobre servicios ofrecidos y enlaces de interés. (Consulta: 1 de febrero de 2018)
- CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL (CDE) (2017) (<http://cde.produce.pe/servicios.html>) Sitio web oficial del CDE, contiene información sobre servicios ofrecidos y enlaces de interés. (Consulta: 18 de enero de 2018)

- CHIAVENATO, I., & Jiménez, E. D. C. O. (1993). Iniciación a la administración de la producción. McGraw-Hill.
- CONGRESO DE LA REPUBLICA (2007) (https://www.vuce.gob.pe/marco_normativo/03%20-%20Ley%2028977%20_LeyFacilitacionComercioExterior.pdf). Ley 28977 (Consulta: 20 de enero de 2018)
- DIARIO EL COMERCIO (2016) (<https://elcomercio.pe/economia/negocios/demanda-equipos-tecnologicos-96-peruanos-229694>). Demanda por equipos tecnológicos es del 96% de peruanos (Consulta: 20 de enero de 2018)
- DIARIO EL PERUANO (2015) (<http://www.elperuano.com.pe/NormasElperuano/2015/07/27/1268121-1.html>). Decreto Legislativo 1182 El Peruano (Consulta: 20 de enero de 2018)
- DIARIO EL PERUANO (2015) (http://www.aele.com/sites/default/files/archivos/banner_public/completo.pdf). Decreto Legislativo 729 El Peruano (Consulta: 29 de enero de 2018)
- DIARIO GESTION (2015) (<https://gestion.pe/peru/politica/ley-localizacion-telefonos-violaria-derecho-privacidad-telecomunicaciones-96229>). Ley de localización de teléfonos violaría derecho a privacidad de telecomunicaciones (Consulta: 20 de enero de 2018)
- DIARIO GESTION (2016) (<https://gestion.pe/tecnologia/cifras-facebook-peru-famosa-red-social-121073>). Las cifras de Facebook en Perú: ¿cómo y cuántos somos en la famosa red social? (Consulta: 12 de enero de 2018)
- DIARIO GESTION (2017) (<https://gestion.pe/economia/empresas/cincuenta-empresas-taiwan-visitaran-peru-identificar-socios-comerciales-129352>) Cincuenta empresas de Taiwán visitarán el Perú para identificar socios comerciales (consulta: 15 de enero de 2018)
- DIARIO GESTION (2017) (<https://gestion.pe/tendencias/cinco-principales-tendencias-consumidor-peruano-139597>). Las cinco principales tendencias del consumidor peruano (Consulta: 12 de enero de 2018)

- DIARIO GESTION (2018) (<https://gestion.pe/tecnologia/marketplace-facebook-estara-disponible-peru-sirve-225197>). Marketplace de Facebook estará disponible en el Perú, ¿para qué sirve? (Consulta: 21 de enero de 2018)
- DIARIO GESTION (2017) (<https://gestion.pe/economia/mercados/riesgo-pais-peru-punto-basico-1-12-puntos-porcentuales-222617>). Riesgo país de Perú bajó un punto básico en 1.12 puntos porcentuales (Consulta: 13 de febrero de 2018)
- EGA FUTURA (2018) Ega (<https://www.egafutura.com/>) Sitio web oficial de la empresa; contiene información sobre el software de Gestión ERP, Facturación, Stock y enlaces de interés (Consulta: 12 de enero de 2018)
- FERREYROS, Eduardo (2010) (<http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Seminarios/2010/Comercio-exterior-Ferreyros.pdf>). Perú: Política de Comercio Exterior y los – BCRP (Consulta: 20 de enero de 2018)
- INSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURIDAD (INCIBE) (2016) (<https://www.incibe.es/>) Sitio web oficial de INCIBE; contiene información sobre la institución y enlaces de interés (Consulta: 15 de febrero de 2018)
- INSTITUTO MADRILEÑO DE FORMACIÓN INTERNATIONAL BUSINESS SCHOOL (IMF) (2018) (<https://www.imf-formacion.com/blog/recursos-humanos/evaluacion-desempeno/la-evaluacion-del-desempeno-laboral-y-la-gestion-de-rrhh/>) Sitio web oficial del INEI; contiene información sobre la institución y enlaces de interés (Consulta: 28 de enero de 2018)
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA (INEI) (2018) (<https://www.inei.gob.pe/>) Sitio web oficial del INEI; contiene información sobre la institución y enlaces de interés (Consulta: 10 de enero de 2018)
- INSTITUTO PERUANO DE ECONOMIA (IPE) (2008) (<http://www.ipe.org.pe/comentario-diario/27-8-2008/tlc-con-china-tendr%C3%AD-impacto-positivo-en-nuestra-econom%C3%AD>). TLC con China tendría impacto positivo en nuestra economía (Consulta: 22 de enero de 2018)

- JONG, Erica (2015) (http://calidad-gestion.com.ar/boletin/39_estrategias_crecimiento.html). Estrategias de crecimiento (Consulta: 17 de enero de 2018)
- MARKET RISK PREMIA (2018) (<http://www.market-risk-premia.com/us.html>) Prima Riesgo y Tasa de Libre Riesgo en Estados Unidos (Consulta: 13 de febrero de 2018)
- MERCADO LIBRE (2018) (<https://electronica.mercadolibre.com.pe/gps/pulsera-gps-para-ni%C3%B1os>). Pulseras GPS para niños (Consulta: 12 de enero de 2018)
- MINISTERIO DE LA PRODUCCION (MINPRO) (2017) (<https://www.innovateperu.gob.pe/noticias/noticias/item/1332-empresas-nacionales-obtienen-triple-certificacion-internacional>). Empresas nacionales obtienen triple certificación internacional (Consulta: 12 de enero de 2018)
- PALACIOS, Marianela (2011) (<https://elcapitalfinanciero.com/los-avances-tecnologicos-de-asia/>). Los avances tecnológicos de Asia (Consulta: 12 de enero de 2018)
- PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA (2006) ([http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/765D8C2412A5090905257A7600599756/\\$FILE/5_DECRETO_SUPREMO_001_2006_ED_PLA_N_NACIONAL_CIENCIA_TECNOLOG%C3%8DA_INNOVACI%C3%93N_COMPETITIVIDAD_DESARROLLO.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/765D8C2412A5090905257A7600599756/$FILE/5_DECRETO_SUPREMO_001_2006_ED_PLA_N_NACIONAL_CIENCIA_TECNOLOG%C3%8DA_INNOVACI%C3%93N_COMPETITIVIDAD_DESARROLLO.pdf)). Sitio web oficial; contiene el Decreto Supremo N° 001-2006-ED (Consulta: 21 de enero de 2018)
- RODRIGUEZ, Mario (2007) (<https://www.gestiopolis.com/estrategia-de-precios-por-valor-percibido/>). Estrategia de precios por valor percibido (Consulta: 17 de enero de 2018)
- SAFELET (2018) Safelet (<http://safelet.com/>) Sitio web oficial de la empresa; contiene información sobre la organización y enlaces de interés (Consulta: 12 de enero de 2018)
- SECRETARÍA EJECUTIVA DEL ACUERDO NACIONAL (2014) (<http://acuerdonacional.pe/politicas-de-estado-del-acuerdo-nacional/politicas-de-estado%E2%80%8B/politicas-de-estado-castellano/iii-competitividad-del->

[pais/18-busqueda-de-la-competitividad-productividad-y-formalizacion-de-la-actividad-economica/](#)). Políticas de Estado del Acuerdo Nacional (Consulta: 12 de enero de 2018)

- SUPERINTENDENCIA DE BANCA, SEGUROS Y AFP (2018) (<http://www.sbs.gob.pe/app/pp/EstadisticasSAEEPortal/Paginas/TIActivaTipoCreditoEmpresa.aspx?tip=B>). Tasa de interés promedio del Sistema Bancario (Consulta: 13 de febrero de 2018)
- THE BRITISH BROADCASTING CORPORATION (BBC) (2015) (<http://www.bbc.com/news/technology-30709141>). Should we be tracking our children?; además, contiene enlaces de interés (Consulta: 12 de enero de 2018)

12. Anexos

12. Anexos

ANEXO 001

<div> Shenzhen Autoe Technology Co., Ltd </div> <div> <div> Pr Contact: Peter Ye MP:18948755352 E-mail:admin@hkautoe.com </div> <div> <div> Gold Supplier hs:85269110 </div> </div> <div> 6C29, Longsheng, North Huafa RD, Futian District, Shenzhen City www.ssaotech.com skype: peterye82 </div> <div> </div> </div> <div> http://www.globalsources.com/hkautoe.co www.hkautoe.com </div>				
No	Picture	Model	Description	Price usd
	<p>Multiple Positioning Mode: GPS+ AGPS+LBS+WIFI</p>	AVP031C601 QUAD BAND GPS+ AGPS+LBS+WIFI GPS TRACKER SOS	<ul style="list-style-type: none"> Multiple Positioning Mode: GPS+ AGPS+LBS+WIFI Worldwide GSM+GPS 4-frequency System: 850/900/1800/1900MHz Automatic Time Update: Precise GPS time service and no manual time adjustment is needed Track: The user's specific location can be inquired through the cell phone APP or the computer Fence: Designate an area on the map by setting the device as the center point and the alarm will be triggered off immediately once the user of the device goes into or out of this area PlayBack: Inquire the moving routes of the device in the past 3 months anytime and anywhere SOS: In case of emergency, press the SOS button and the device will send out the call and message for help to the guardian Walk: Counts the steps the user has walked Reward: The reward is sent out through the APP on the guardian's cell phone and the reward progress can be viewed 	22
	<p>GPS+ AGPS+LBS+WIFI GPS TRACKER</p>	AVP031C602 QUAD BAND GPS+ AGPS+LBS+WIFI GPS TRACKER SOS	<ul style="list-style-type: none"> Multiple Positioning Mode: GPS+ AGPS+LBS+WIFI Worldwide GSM+GPS 4-frequency System: 850/900/1800/1900MHz Automatic Time Update: Precise GPS time service and no manual time adjustment is needed Track: The user's specific location can be inquired through the cell phone APP or the computer Fence: Designate an area on the map by setting the device as the center point and the alarm will be triggered off immediately once the user of the device goes into or out of this area PlayBack: Inquire the moving routes of the device in the past 3 months anytime and anywhere SOS: In case of emergency, press the SOS button and the device will send out the call and message for help to the guardian Walk: Counts the steps the user has walked Reward: The reward is sent out through the APP on the guardian's cell phone and the reward progress can be viewed 	22
	<p>AVP031C612 diy semifinished GPS+ AGPS+LBS+WIFI GPS TRACKER SOS</p>	AVP031C612 diy semifinished GPS+ AGPS+LBS+WIFI GPS TRACKER SOS	<ul style="list-style-type: none"> Multiple Positioning Mode: GPS+ AGPS+LBS+WIFI Worldwide GSM+GPS 4-frequency System: 850/900/1800/1900MHz Automatic Time Update: Precise GPS time service and no manual time adjustment is needed Track: The user's specific location can be inquired through the cell phone APP or the computer Fence: Designate an area on the map by setting the device as the center point and the alarm will be triggered off immediately once the user of the device goes into or out of this area PlayBack: Inquire the moving routes of the device in the past 3 months anytime and anywhere SOS: In case of emergency, press the SOS button and the device will send out the call and message for help to the guardian Walk: Counts the steps the user has walked Reward: The reward is sent out through the APP on the guardian's cell phone and the reward progress can be viewed 	15

ANEXO 002

SILICON GRAPHS S.A.C.
RUC: 20459670859

CALLAO, 2 DE FEBRERO DE 2018

COTIZACIÓN N° : 00127- 2018
ATENCIÓN : SRTA. ALEXANDRA HERRADA
ASUNTO : COTIZACIÓN DE PULSERAS DE SILICONA
TELÉFONOS : 962095160
CORREO : herrada.alexandra@gmail.com

ESTIMADA SEÑORITA

TENEMOS EL AGRADO DE DIRIGIRNOS A USTED REFERENTE A LA SOLICITUD DE COTIZACIÓN, PRESENTARLE NUESTRA OFERTA ECONÓMICA POR LA VENTA DE PULSERAS DE SILICONA CON INSTALACIÓN DE GPS EL CUAL SERÁ PROPORCIONADO POR USTED.

QUEDAMOS ATENTOS PARA RESOLVER CUALQUIER INQUIETUD AL RESPECTO.

Producto	Cantidad	Descripción	Precio / unidad	Precio total
1	50	Pulseras de silicona de 20.2 cms. x 2.5. cms. de espesor	S/ 15.00	S/ 750.00
2	50	Pulseras de silicona de 18 cms. x 2.5. cms. de espesor	S/ 15.00	S/ 750.00
3	100	Instalación de dispositivo GPS en la pulsera	S/ 10.00	S/ 1,000.00
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
			Subtotal	S/ 2,500.00
			I.G.V. (18%)	S/ 450.00
			Total	S/ 2,950.00

OBSERVACIONES:

- VALIDEZ DE LA COTIZACIÓN: 15 DÍAS ÚTILES
- FORMA DE PAGO: CONTRA ENTREGA
- PLAZO DE ENTREGA: 10 DÍAS ÚTILES
- EL DISPOSITIVO GPS SERÁ PROVEÍDO POR EL CLIENTE

CUENTA CORRIENTE A NOMBRE DE : TESILICON GRAPHS S.A.C

CUENTA CORRIENTE EN EL BANCO BCP

- SOLES :194-2324202-0-87
CCI: 002-194-002324202087-95

JOSE MIGUEL SANTOS

Departamento Comercial
Celular: 93 377 60 25

AVENIDA COMENDANTE VILLAR N° 441 DPTO. 7 (ALTURA CUADRA 10 Y 11 DE LA AVENIDA MIGUEL GRAU) PROVINCIA CONSTITUCIONAL DEL CALLAO
www.pulserasdesilicon.com

ANEXO 003

Estructura del proyecto App

Este diagrama muestra las áreas de trabajo para desarrollar el proyecto App, se dividen en dos grupos: Área de contenido y Área técnica.

Oferta económica

Desarrollo y publicación de la aplicación

! Presupuesto para una App Single con 2 publicaciones

Desarrollo de Contenido	
Diseño gráfico: Total 25 páginas en 2 publicaciones	990,00€
Conceptualización maquetación interactiva de 25 páginas compatible con smartphones y tablets iOS/Android	1938,00€
Desarrollo técnico	
Desarrollo Aplicaciones iOS y Android: Compilación de ficheros .IPA (Apple) y .APK (Google Android). App-Kiosco con 8 publicaciones	899,00€
Notificaciones Push	299,00€
Publicación de la aplicación en App Store y Google Play	899,00€
Hosting	Consultar precio hosting
Total desarrollo y publicación de la aplicación	5.025,00€

Estos precios no incluyen IGV

Catálogo Escritorios

Escritorio de vidrio Danesa
SM 77492

DESCRIPCIÓN
El Escritorio Danesa está fabricado con MDF, metal y vidrio templado. Cuenta con 3 cajones para que organices y tengas a la mano libros, cuadernos, carpetas y otros implementos para trabajar y/o estudiar.

FICHA TÉCNICA

Marca SM	Modelo Danesa
Medidas 120 (ancho) x 60 (profundidad) x 75 (alto) cm	Material Estructura de metal / Tablero de vidrio templado y MDF
Color Negro / Marrón	Cantidad de cajones 3 cajones
Cantidad de repisas 0	Ruedas de Desplazamiento Sí
Peso 34 kg	Incluye Manual de instalación
Garantía 01 año de garantía por defectos de fábrica	Procedencia Importado
Recomendaciones de uso Limpiar suavemente con un trapo humedecido con algún detergente ligero. Evitar la exposición al sol.	Armado / Instalación Este producto viene desarmado o podría requerir alguna instalación. Te recomendamos añadir el Servicio de Armado o Instalación dentro de tu Carrito de compras. Para más información comunícate con nuestra Central telefónica Promart Lima 619-4810 y 0800 00 210 Promart Provincias.

Promart | Muebles y Organización | Oficina | Sillas y sillones giratorios

TU CIUDAD DE DESPACHO: LIMA

Silla giratoria Nueva Lyon Negro

S/ 159.00

CANTIDAD: 1AGREGAR AL CARRITO

DESCRIPCIÓN

El Sillón Giratorio Lyon está fabricado con PVC y tela Mesh, materiales resistentes. Por otro lado tiene un excelente diseño que combinará con tu escritorio.

FICHA TÉCNICA

VALORACIONES Y COMENTARIOS

Marca	Landmark	Modelo	Lyon
Medidas	57 x 61 x 88/98 cm	MATERIAL	Metal / Plástico / Tela Mesh
Ancho (Cm)	57 cm	Profundidad (Cm)	61 cm
Alto (Cm)	88 / 98 cm	Color	Negro
Apoya brazos	Sí	Resistencia en Kilos	90 kg
Peso	11.4 kg	Garantía	01 año por defectos de fabricación
Procedencia	Importado		

Precios y ofertas sujetos a variaciones sin previo aviso. Las fotografías y descripciones son referenciales.

Suscríbete y recibe nuestros catálogos y promociones

Ingresar tu correo

ENVIAR

Acepto los términos de Privacidad y Seguridad

HORARIO DE ATENCIÓN CALL CENTER

PROMART

Nosotros Catálogos

ATENCIÓN AL CLIENTE

Preguntas frecuentes

f

TU CIUDAD DE DESPACHO: LIMA

Promart | Muebles y Organización | Oficina | Sillas fijas

Silla fija Estambul Negra

s/0⁰⁰HENGLIN | SKU: 10077 MENÚ

S/ 59.90

CANTIDAD: 1 AGREGAR AL CARRITO

DESCRIPCIÓN
Silla fija fabricada con materiales resistentes. Cuenta con un cómodo respaldo afelpado para proporcionarte mayor confort.

FICHA TÉCNICAVALORACIONES Y COMENTARIOS

Marca	Henglin	Modelo	Estambul
Materia	Tela / Espuma / Plástico / Metal	Ancho (Cm)	54 cm
Profundidad (Cm)	52 cm	Alto (Cm)	79 cm
Color	Negro	Apilable	Sí
Resistencia en Kilos	100 kg	Peso	4.54 kg
Garantía	01 año de garantía por defectos de fábrica	Procedencia	China
Armado / Instalación	Este producto viene desarmado o podría requerir alguna instalación. Te recomendamos añadir el Servicio de Armado o Instalación dentro de tu Carrito de compras. Para más información comunicate con nuestra Central telefónica Promart Lima 619-4810 y 0800 00 210 Promart Provincias.		

Precios y ofertas sujetos a variaciones sin previo aviso. Las fotografías y descripciones son referenciales.

Suscríbete y recibe nuestros catálogos y promociones

Ingresar correo ENVIAR

☐ Acepto los términos de Privacidad y Seguridad

[illegible]

[illegible]

ANEXO 009

Q

Buscar productos, marcas y más...

También puede interesarte: maquina sublimadora - anilladora - bordadoras computarizadas - molino de bolas - remato maquina de coser cuero

Volver al listado

Industrias y Oficinas > Equipamiento para Oficinas

Compartir

Vender uno igual ¡gratis!

Usado - 1 vendido

Vendo Mesa De Reuniones Con Cuatro Sillas

S/ 600

12 cuotas de S/ 50⁰⁰

Más información sobre Mercado Pago

Entrega a acordar con el vendedor

Lima

Consultar costos

¡Único disponible!

Comprar

Compra Protegida, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

MESA DE REUNIONES DE MADERA CON CUATRO SILLAS, USADA PERO EN BUEN ESTADO, RECOJO DE MIRAFLORES

Preguntas y respuestas

¿Qué quieres saber?

Medios de pago

Garantía

¿Tienes dudas?

Estos atajos te ayudarán a encontrar lo que buscas.

Información sobre el vendedor

Ubicación

Lima, Lima

91% de compradores lo recomiendan

5 años vendiendo en Mercado Libre

c

122

ANEXO 010

También puede interesarte: remato maquina de coser para calzado - maquina para sublimar tazas - caja tecnopor - pizarras de tiza para restaurantes - remato maquina de coser cuero

[Volver al listado](#) [Industrias y Oficinas](#) > [Gastronomía](#) > [Mesas](#)

[Compartir](#) [Vender uno igual](#)

Nuevo

Mesas De Trabajo De Madera

S/ 600

12 cuotas de S/ 50⁰⁰

[Más información sobre Mercado Pago](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Lima
[Consultar costos](#)

¡Único disponible!

Comprar

Compra Protegida, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

Fabricamos y Vendemos Mesas de Trabajo de Madera Pino con Plataforma de MDF de 2 cms de grosor, para diversos Talleres o Actividades de Trabajo (rubro textil, laboratorios, carpintería, etc).

Las mesas son fabricadas íntegramente en madera pino y mdf.

MEDIDAS

Cuentan con la siguiente medidas:

Información sobre el vendedor

Ubicación
Lima, Lima

MercadoLider Gold
¡Es uno de los mejores del sitio!

98% **5 años**
vendiendo en Mercado Libre

ANEXO 011

Computadora Portatil

Marca: HP

Modelo: 14-BSO13LA

Código: 110633

Stock : 5 Disponibles

Precio: S/ 1,499.00

Descripción

Ficha Técnica

General

Batería	3 Celdas
Duración de la batería	4 h
Garantía	12 meses
Sistema Operativo	Windows 10
Teclado	Español
Voltaje	Auto Voltaje

Video

Tarjeta de gráficos	Intel HD Graphics 520
---------------------	-----------------------

Audio

Sonido	DTS SOUND
--------	-----------

Conectividad

ANEXO 012

Inicio
(http://www.hiraoka.com.pe)

Tiendas
(tiendas.php)

Contacto
(contacto.php)

Catálogo
(http://www.hiraoka.com.pe)

Impresora Mult.

Marca: Brother
Modelo: DCP-L2540DW
Código: 099898
Stock : 3 Disponibles
Precio: S/.849.00

Descripción

Ficha Técnica

Copia

Tamaño de papel	A4 - oficio
Velocidad	21 cpm

Escáner

Resolución	600 x 1200
------------	------------

General

Alimentador automático de papel	35 hojas
Bandeja de entrada	150 hojas
Bandeja de salida	50 hojas
Garantía	12 meses
Voltaje	220 v

Impresión

ANEXO 013

Inicio
(http://www.hiraoka.com.pe)

Tiendas
(tiendas.php)

Contacto
(contacto.php)

Catálogo
(http://www.hiraoka.com.pe)

Buscar...

Ventilador

Marca: Miray

Modelo: VMP-522

Código: 110987

Precio Normal: ~~S/.149.00~~

Usted ahorra: S/.50

Stock : 100 Disponibles

Oferta: S/.99.00

Descripción

Ficha Técnica

General

Área aproximada

12 m2

Color

Blanco

Garantía

12 meses

Paleta

Plastico

Potencia

55 W

Voltaje

220v

Funciones

Oscilación

Si

Temporizador

2 horas

Velocidad

3

TU CIUDAD DE DESPACHO: **LIMA**

Promart | Muebles y Organización | Repisas y Estanterías | Estanterías

Armario Space Winner 4 Bandejas

S/0.00 KETER | SKU: 82926 MENÚ

CANTIDAD: 1AGREGAR AL CARRITO

S/ 199.00

DESCRIPCIÓN

Organiza y ten en orden diferentes dentro de hogar con este práctico y resistente armario de gran capacidad. Ideal para interiores y exteriores.

Comparte

FICHA TÉCNICAVIDEOVALORACIONES Y COMENTARIOS

Marca	Keter	Tipo	Armario
Modelo	Space Winner	Medidas	68 ancho x 38 prof x 163 alto cm
Material	Plástico	Color	Grisés
Características	Resistencia UV / Fácil mantenimiento / Para uso exterior e interior / Diseño elegante y liviano / Estantes móviles	Capacidad de carga	20Kg por Bandeja
Peso	13 kg	Garantía	01 año por defectos de fabricación
Procedencia	Importado	¿Dónde usarlo?	En el hogar
¿Cómo usarlo?	Colocar los objetos en el interior del armario.	Recomendaciones de uso	Realizar limpieza periódicamente

Precios y ofertas sujetos a variaciones sin previo aviso. Las fotografías y descripciones son referenciales.

Suscríbete y recibe nuestros catálogos y promociones

Ingresar tu correoENVIAR

☐ Acepto los términos de Privacidad y Seguridad

ANEXO 015

Zhengzhou Suna Electromechanical Equipments Co., LTD

Mengzhuang Town Pioneer Park, Zhengzhou City, Henan Province, PRC
 Contact Person: Monica Email: sunalaser99@gmail.com Tel/ WhatsApp: 0086-15036163523
 QQ: 1607533620 Skype:monica21251

SUNA 3040C 40W Quotation Sheet

Quote No.:001-20180206

1. Price

No.	Description	Qty	Unit Price(CIF LIMA Price /USD)
1	SA-3040C 40W	1	1530
Please note: The price is including the following accessories: 1. Water Pump 2. Air Pump 3. Exhaust Fan 4. USB Dongle 5. USB Cable 6. Power Line 7. Smoke Pipes 8. CD 9. Accessory Bag			

2. Technical Parameters

SA-3040C Technical Parameters		Picture	
Model: SA-3040C Brand: SUNA Laser power: 40W Laser tube type: CO2 Glass sealed laser tube Working Area: 300X400(mm) Cooling method: Water cooling Engraving speed: 0-500mm/s Cutting speed: 0-25mm/s Min Shaping Character: Character:2*2mm,letter:1*1mm	Up and Down Work Plate: 100mm Red Dot: Yes Compatible Software: CorelDraw/ Shenzhou Easy Carving Drive Type: Micro Stepping Motor Machine Size: 800*650*400mm Package size: 930*780*550mm Total power: <350w Voltage: 220V 50HZ/60HZ N.W.: 70KG G.W.: 80KG
Other parts

Power Cord(Standard): 1 piece	Air Pump(Standard):1 piece	Exhaust Fan(Standard): 1 piece	USB Dongle(Standard):1 piece

USB line(Standard):1 piece	Honeycomb(Standard):1 piece	Water Pump(Standard) :1 piece	Air Hose(Standard): 2 pieces

3. Features

- ✧ **Lead Fans:** Combined with the high efficiency smoking device, can timely remove the ash produced during engraving work and always maintain a clean work environment.
- ✧ **Infrared locator & Anti-burning Blowing System:** Cooling the surface temperature of the working material and remove the dust timely, keep the clean working platform.
- ✧ **Up and Down Work Plate:** More working space , suitable for cylinder object with rotary device.
- ✧ **Light Switch:** Suitable for any light environment, switching freely.

ANEXO 016

PRODUCTO 2017	SERVICIOS DE MEMBRESIAS			
	Plata 10	Oro 20	Oro 50	Platino 100
Número de ofertas (PS)	10	20	50	100
Oferta publicables x mes (N)	20	40	100	200
Nº de usuarios	5	10	20	30
Acceso CV en BBDD - créditos CV (anual)	960	1,800	3,600	6,000
Destacar oferta	5	10	20	50
Oferta urgente (simultáneamente)	5	10	20	50
Ofertas con perfil ciego	15	20	50	100
E.mail visible en oferta	SI	SI	SI	SI
Carpetas CV inscritos	SI	SI	SI	SI
Filtros CV inscritos	SI	SI	SI	SI
Gráficas de uso de la cuenta	SI	SI	SI	SI
Configuración de recepción de mails	SI	SI	SI	SI
Reutilizar oferta como template	NO	SI	SI	SI
Preguntas de filtrado- KQ + Preguntas abiertas	NO	SI	SI	SI
Mensajería empresa-candidato	NO	NO	SI	SI
Microsite avanzado	NO	NO	SI	SI
Extracción CV	NO	NO	NO	SI
Reportes de uso de la cuenta	NO	NO	NO	SI
Comentarios y valoraciones compartibles	NO	NO	NO	SI
Historial del candidato en otros procesos	NO	NO	NO	SI
Precio anual + IGV	S/.2,240.00	S/.3,900.00	S/.5,900.00	S/.8,900.00
Descuento	-25%	-25%	-25%	-25%
Precio anual + IGV	S/.1,680.00	S/.2,925.00	S/.4,425.00	S/.6,675.00

ANEXO 017

FICHA DEL POSTULANTE
N°

FOTO

EMPRESA: _____

FECHA DE ALTA: _____

FECHA DE BAJA: _____

I. DATOS PERSONALES:

APELLIDO PATERNO: _____ APELLIDO MATERNO: _____

NOMBRE: _____ FECHA DE NACIMIENTO: _____

NACIONALIDAD: _____ ESTADO CIVIL: Soltero ☐ Casado ☐ Conviviente ☐ Viudo ☐ Divorciado ☐

LUGAR DE NACIMIENTO: _____
Dpto. _____ Provincia _____ Distrito _____

DOCUMENTO DE IDENTIDAD: DNI. ☐ CE. ☐ N° _____

BREVETE: SI ☐ NO ☐ N° _____ Categoría: _____

II. OTROS DATOS

AFP SI ☐ NO ☐ Nombre AFP: _____ Cussp N°: _____

FECHA DE AFILIACION AFP: _____ FECHA DE AFILIACION ONP: _____

N° Cta. De Ahorros: _____ Banco: _____

TELEFONO DOMICILIO: _____ CELULAR: _____

En caso de accidentes comunicar a: _____ Teléfono: _____

TIPO SANGUINEO: _____

RETENCIONES JUDICIALES: _____

Observaciones especiales o particulares: _____

III. DIRECCION

TIPO / NOMBRE VIA: _____
Avda. Calle, Jr, Psje, Otro _____ N° _____ Int./Dpto. _____ Mz./Lt. _____ Block _____

TIPO / NOMBRE VIA: _____
Urb. - PP.JJ - AA.HH - COOP. - GRUPO - Fundo - Conj. Habit _____

DPTO.: _____ PROVINCIA: _____ DISTRITO: _____

IV. GRADO DE INSTRUCCIÓN

PRIMARIA ☐ SECUNDARIA ☐ Completa ☐ Incompleta ☐

TECNICA ☐ SUPERIOR ☐ ESPECIALIDAD: _____

GRADO OBTENIDO: _____ N° COLEGIATURA: _____

V. EXPERIENCIA LABORAL

NOMBRE DE LA EMPRESA	CARGO	PERIODO LABORADO	MOTIVO DE CESE
1.-			
2.-			
3.-			

VI. REFERENCIAS LABORALES

APELLIDOS Y NOMBRES	CARGO	TELEFONO
1.-		
2.-		
3.-		
4.-		

Proporcione estos datos para todo lo que concierne al correcto desenvolvimiento de la relación de trabajo y manifiesto que todos los datos arriba señalados se ajustan a la verdad, asumiendo cualquier responsabilidad.

Fecha: _____

FIRMA

ANEXO 018

Alexandra Herrada <herrada.alexandra@gmail.com>

MIBANCO - Pulseras Securelet

1 message

Zully Lizeth Cubillas Quispe <zully.cubillas.q@mibanco.com.pe>

Mon, Feb 19, 2018 at 3:04 PM

To: July Acero <jmacero8@gmail.com>

Cc: Alexandra Herrada <herrada.alexandra@gmail.com>

Estimada Srta JULY ACERO SORIA
DNI 45140403

De acuerdo a lo conversado se le plantea una posibilidad interesante de préstamo a una tasa de interés muy atractiva tasa de 1.60% **TEM** y 23.10% **TEA** en cuotas.

Características :

- Modalidad de financiamiento: **12 a 60 cuotas.**
- Monto **S/. 55,037.73**
- Tiene la opción de hacer prepagos sin ninguna penalidad.

Simulación realizada con TEA %							
		CUOTAS					
Importe del préstamo	Cuotas aproximadas	12 MESES	18 MESES	24 MESES	36 MESES	48 MESES	60 MESES
S/. 55,037.73	Cuota mensual	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/. 1490.15

Saludos Cordiales.

Atentamente.

Zully Lizeth Cubillas Quispe
División de Soporte Centralizado
Agencia Chorrillos N° 459
Telf. 5138000 - Anexo 12072
RPM # 953697290
www.mibanco.com.pe

De: July Acero <jmacero8@gmail.com>

Enviado: lunes, 19 de febrero de 2018 08:56 a.m.

Para: Zully Lizeth Cubillas Quispe

Cc: Alexandra Herrada

Asunto: Viabilidad del Proyecto Pulseras Securelet

Srta Zully Cubillas,

De acuerdo a lo conversado en nuestra visita la semana pasada, por favor su apoyo para confirmarnos si de acuerdo a la documentación presentada del Proyecto Pulseras Securelet estaremos accediendo al préstamo de S/55,037.73 para un plazo de 5 años según la TEA indicada.

A la espera de su confirmación

Ss.

July Acero S.
Coordinadora
Pulseras Securelet

ATENCIÓN: Este email ha sido enviado por una persona externa a Mibanco. No haga doble click o abra adjuntos a menos que reconozca al remitente y sepa que el contenido del adjunto es seguro.

El sistema de correo electrónico de Mibanco está destinado únicamente para fines del negocio, cualquier otro uso contraviene las políticas del Banco. Toda la información del negocio contenida en este mensaje es confidencial y de uso exclusivo de Mibanco. Su divulgación, copia y/o adulteración están prohibidas y sólo debe ser conocida por la persona a quien se dirige este mensaje. Si Ud. ha recibido este mensaje por error por favor proceda a eliminarlo y notificar al remitente.