



idat

**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO IDAT
PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE
MUÑEQUERA MULTIUSO GAMING**

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

Abel Marcos Ramírez Calderón

(Administración de Empresas - 0000-0003-1600-1692)

Lima – Perú

(2023)

Dedico esta tesis a mi familia, a mis papás que me han dado las herramientas para estudiar y tener acceso a la tecnología. A mi hermano que es el motor de mis objetivos a lograr. Por último, a mi hermana que me ha apoyado en los buenos y malos momentos a mejorar como persona.

Abel Marcos Ramírez Calderón

Índice General

| | Pág. |
|--|-------------|
| Capítulo 1: Definición del Negocio..... | 15 |
| Idea del Negocio | 15 |
| Diagnóstico de la Idea de Negocio | 16 |
| Justificación de Plan de Negocio | 18 |
| Capítulo 2: Diagnóstico del Plan de Negocio | 20 |
| Análisis de Microentorno | 20 |
| Análisis de Macroentorno..... | 28 |
| Capítulo 3: Planeamiento Estratégico | 44 |
| Misión..... | 44 |
| Visión..... | 44 |
| Valores | 44 |
| Objetivos Estratégicos Generales | 47 |
| Estrategia Genérica de Porter | 49 |
| Cronograma de Actividades (Diagrama de Gantt) | 50 |
| Capítulo 4: Estudio de Mercado | 52 |
| Oferta | 52 |
| Demanda | 60 |
| Capítulo 5: Plan de comercialización | 82 |

| | |
|---|------------|
| | 4 |
| Mercado | 82 |
| Marketing Mix | 88 |
| Formulación Estratégica | 97 |
| Proyección de Ventas | 98 |
| Capítulo 6: Plan Técnico | 99 |
| Localización de la empresa..... | 99 |
| Tamaño del Negocio..... | 113 |
| Necesidades | 119 |
| Costos | 124 |
| Diagrama de Procesos de Fabricación, Almacén y Comercialización | 125 |
| Certificaciones y Requisitos | 127 |
| Impacto en el Medio Ambiente | 130 |
| Capítulo 7: Plan Organizacional | 133 |
| Proceso de Constitución de la Empresa..... | 133 |
| Obligaciones (Tributarias y Laborales) | 137 |
| Organigrama de Farma Gamer | 139 |
| Manual Organizacional de Función (MOF) | 139 |
| Capítulo 8: Planificación Financiera | 141 |
| Inversiones | 141 |
| Ingresos y Egresos | 146 |

| | |
|---|------------|
| Planificación de Precio x Docena | 147 |
| Deuda | 150 |
| Flujo de caja..... | 153 |
| Evaluación Económica y Financiera | 155 |
| Conclusiones..... | 163 |
| Recomendaciones..... | 165 |
| Bibliografía..... | 167 |
| Anexos..... | 173 |

Índice de Tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1 Competidores y productos que ofrecen | 22 |
| Tabla 2 Principales Proveedores..... | 26 |
| Tabla 3 Productos Sustitutos | 27 |
| Tabla 4 Matriz FODA..... | 45 |
| Tabla 5 Diagrama de Gantt..... | 50 |
| Tabla 6 Resumen de empresas competidoras | 60 |
| Tabla 7 Resumen de Encuesta | 64 |
| Tabla 8 Público Objetivo..... | 65 |
| Tabla 9 Grado de nivel de confianza | 66 |
| Tabla 10 Recolección de Datos | 67 |
| Tabla 11 Resumen de Edades | 68 |
| Tabla 12 Resumen de residencia | 69 |
| Tabla 13 Resumen de personas | 70 |
| Tabla 14 Entretenimiento digital | 70 |
| Tabla 15 Rango de actividad digital | 71 |
| Tabla 16 Horas dedicadas a los videojuegos | 72 |
| Tabla 17 Herramientas digitales más usadas | 73 |
| Tabla 18 Presencia de incomodidad al usar aparatos electrónicos | 74 |
| Tabla 19 Dolencias por utilizar aparatos electrónicos..... | 75 |
| Tabla 20 Dispositivos que ocasionan dolencias | 76 |
| Tabla 21 Resumen de tratamientos alternativos | 77 |
| Tabla 22 Resumen de personas informadas sobre el STC..... | 78 |
| Tabla 23 Opinión de usuarios sobre la comercialización de Fisio G | 79 |
| Tabla 24 Indicador de precio para la fabricación Fisio G | 80 |
| Tabla 25 Medios de comunicación más utilizadas | 81 |
| Tabla 26 Población de Perú 2022 | 83 |
| Tabla 27 Población de jóvenes | 83 |
| Tabla 28 Estilos de vida enfocados | 83 |
| Tabla 29 Sectores Socioeconómicos enfocados | 83 |
| Tabla 30 Estimaciones de uso de aparatos electrónicos | 84 |

| | |
|---|-----|
| Tabla 31 Comercialización del accesorio | 84 |
| Tabla 32 Captación de mercado gamer | 84 |
| Tabla 33 Cuadro Resumen de Segmentación | 87 |
| Tabla 34 Cuadro resumen de Fisio G | 96 |
| Tabla 35 Planeación de acciones | 97 |
| Tabla 36 Proyección de Ventas | 98 |
| Tabla 37 Resultado de Ventas Anuales | 98 |
| Tabla 38 Costos de locales | 112 |
| Tabla 39 Capacidad Instalada..... | 113 |
| Tabla 40 Cotización 1 (M. y E.): Maquitex Perú Máquinas Textiles Zapatería Industriales | 119 |
| Tabla 41 Cotización 2 (M. y E.): Casa Singer Perú | 120 |
| Tabla 42 Cotización 3 (M. y E.): Market Ruza | 120 |
| Tabla 43 Cotización 4 (M. y E.): Saga Falabella..... | 120 |
| Tabla 44 Cotización 5 (M. y E.): Metro | 120 |
| Tabla 45 Cotización 1 (M. y E.): Ángulos Red | 121 |
| Tabla 46 Cotización 2 (M. y E.): Promart | 121 |
| Tabla 47 Cotización 3 (M. y E.): Sodimac Falabella | 121 |
| Tabla 48 Cotización 4 (M. y E.): Reyplast | 121 |
| Tabla 49 Contratación de personal para área de diseño y marketing | 122 |
| Tabla 50 Contratación de personal para área de ventas..... | 122 |
| Tabla 51 Contratación de personal para área de almacén..... | 122 |
| Tabla 52 Cotización 1 (MP. e Insumos): Multitop | 123 |
| Tabla 53 Cotización 2 (MP. e Insumos): Comercial Saida | 123 |
| Tabla 54 Cotización 3 (MP. e Insumos): Sifnos..... | 123 |
| Tabla 55 Cotización 4 (MP. e Insumos): Alibaba | 123 |
| Tabla 56 Costos mensuales del local en el Distrito de San Luis | 124 |
| Tabla 57 Precio de venta | 124 |
| Tabla 58 Certificado de Calidad ISO 9001..... | 128 |
| Tabla 59 Certificación ITSE..... | 128 |
| Tabla 60 Certificación ISO 14001 | 129 |

| | |
|---|--------------------------------------|
| Tabla 61 Registro de empresa en SUNARP | 133 |
| Tabla 62 Procedimiento de Minuta..... | 134 |
| Tabla 63 Formato de Capital y Bienes | 134 |
| Tabla 64 Inscripción de RUC | 135 |
| Tabla 65 Requisitos de Régimen Mype Tributario-RMT | 137 |
| Tabla 66 Inversión total en mano de obra | 138 |
| Tabla 67 Costo de Servicio..... | 138 |
| Tabla 68 MOF del Encargado de Almacén | 139 |
| Tabla 69 MOF del Asesor de Ventas..... | 140 |
| Tabla 70 MOF del Diseñador Grafico | 140 |
| Tabla 71 Presupuesto de Inversión Fija..... | 141 |
| Tabla 72 Inversión de Equipos | 142 |
| Tabla 73 Inversión de Muebles..... | 142 |
| Tabla 74 Inversión de Enseres | 142 |
| Tabla 75 Inversión de Instalación y Remodelación..... | 143 |
| Tabla 76 Inversión de Insumos..... | 143 |
| Tabla 77 Inversión de Producción de Fisio G | 144 |
| Tabla 78 Inversión de Mano de Obra | 144 |
| Tabla 79 Pago Mensual de Recibos por Honorarios de Contador..... | 144 |
| Tabla 80 Inversión de Gastos por Servicio..... | 145 |
| Tabla 81 Gastos de Constitución | 145 |
| Tabla 82 Gastos en Certificaciones | 145 |
| Tabla 83 Gastos Administrativos | 145 |
| Tabla 84 Depreciación de equipos..... | 146 |
| Tabla 85 Pronóstico de Ventas | 146 |
| Tabla 86 Cantidad Pronosticada Anualmente de Clientes..... | 146 |
| Tabla 87 Análisis de Precio Total..... | 147 |
| Tabla 88 Pronóstico de Resultado de Ventas Anuales | 147 |
| Tabla 89 Planificación de Precio x Docena..... | 147 |
| Tabla 90 Ventas Semestrales de Fisio G | ¡Error! Marcador no definido. |
| Tabla 91 Cantidad de Clientes Semestralmente | 148 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 92 Total de Venta Semestral..... | 148 |
| Tabla 93 Análisis Total de Costos Fijos | 149 |
| Tabla 94 Presupuesto Total de Costo Variable | 149 |
| Tabla 95 Tasa de Interés del Banco Cencosud | 150 |
| Tabla 96 Tasa de Interés del Banco BBVA..... | 150 |
| Tabla 97 Tasa de Interés del Banco Scotiabank | 150 |
| Tabla 98 Financiamiento de Proyecto | 151 |
| Tabla 99 Proyección de Amortización del Proyecto de Inversión | 151 |
| Tabla 100 Cuadro de Tasa de Interés | 152 |
| Tabla 101 Proyección de Caja Financiero | 153 |
| Tabla 102 Proyección de Caja Económico..... | 154 |
| Tabla 103 Datos Financieros | 155 |
| Tabla 104 Proyección Financiero de Beneficio y Costo del Proyecto | 156 |
| Tabla 105 Proyección Económico de Beneficio y Costo del Proyecto | 156 |
| Tabla 106 Resultados de VAN Financiero | 157 |
| Tabla 107 Resultados de TIR Financiero | 157 |
| Tabla 108 Resultados Financiero de los Beneficios y Costos | 157 |
| Tabla 109 Resultados de Indicadores Financieros..... | 158 |
| Tabla 110 Resultado de VAN Económico | 158 |
| Tabla 111 Resultado de TIR Económico..... | 158 |
| Tabla 112 Resultado Económico de los Beneficios y Costos | 158 |
| Tabla 113 Resultados de Indicadores Económicos | 159 |
| Tabla 114 Estado de Situación Financiero | 159 |
| Tabla 115 Estado de situación financiera – Pasivo | 160 |
| Tabla 116 Cuadro de Situación Financiera Proyectada..... | 161 |
| Tabla 117 Cuadro de Resultados Proyectados | 162 |

Índice de Figuras

| | |
|---|----|
| Figura 1 Mercados gamer potenciales | 30 |
| Figura 2 Posición gamer de Perú a nivel mundial | 31 |
| Figura 3 Porcentaje de crecimiento gamer por continente | 32 |
| Figura 4 Características de los gamers peruanos..... | 33 |
| Figura 5 Impacto de los videojuegos con la venta de libros..... | 34 |
| Figura 6 Porcentaje de Emisiones de Co2 por Hora..... | 36 |
| Figura 7 Porcentaje del gamer peruano | 40 |
| Figura 8 Ingresos económicos del sector gamer | 42 |
| Figura 9 Productos Lawgamers | 53 |
| Figura 10 Envío de Productos | 54 |
| Figura 11 Promociones con Agencias Bancarias | 55 |
| Figura 12 Productos de Coolbox | 56 |
| Figura 13 Delivery Gratuito | 57 |
| Figura 14 Promociones con descuentos | 57 |
| Figura 15 Set Ergonómicos | 59 |
| Figura 16 Fórmula empleada..... | 66 |
| Figura 17 Aplicación de la formula..... | 67 |
| Figura 18 Porcentaje de Edades | 68 |
| Figura 19 Porcentaje de residencia..... | 69 |
| Figura 20 Porcentaje de residencia..... | 70 |
| Figura 21. Porcentaje de entretenimiento digital..... | 71 |
| Figura 22 Porcentaje de tiempo al entretenimiento digital..... | 71 |
| Figura 23 Rango de horas dedicadas a los videojuegos | 72 |
| Figura 24 Porcentaje de herramientas digitales más usadas..... | 73 |
| Figura 25 Porcentaje de incomodidad al usar aparatos electrónicos | 74 |
| Figura 26 Porcentaje de dolencias por el uso de aparatos electrónicos..... | 75 |
| Figura 27 Porcentaje de dispositivos que ocasionan riesgos a la salud..... | 76 |
| Figura 28 Porcentaje de tratamientos alternativos..... | 77 |
| Figura 29 Porcentaje de personas que conocen el STC..... | 78 |

| | |
|--|-----|
| Figura 30 Porcentaje de Aceptación de Fisio G | 79 |
| Figura 31 Porcentaje de precio estimado..... | 80 |
| Figura 32 Porcentaje de redes de comunicación frecuentadas | 81 |
| Figura 33 Niveles Socioeconómicos | 86 |
| Figura 34 Porcentaje de estilos de vida en Perú | 87 |
| Figura 35 Logo de la empresa | 88 |
| Figura 36 Producto Referencial..... | 89 |
| Figura 37 Empaque del Producto | 90 |
| Figura 38 Fabricación de tela de neopreno..... | 90 |
| Figura 39 Costo de Envío | 91 |
| Figura 40 Venta de Fisio G por Instagram | 92 |
| Figura 41 Contactos por WhatsApp | 93 |
| Figura 42 Tendencias en la comunidad gamer | 93 |
| Figura 43 Ventas por Facebook..... | 94 |
| Figura 44 Publicidad de Fisio G..... | 94 |
| Figura 45 Descuento en el segundo producto..... | 96 |
| Figura 46 Opción local N°1: Distrito de Lince | 99 |
| Figura 47 Opción N°2: Distrito de La Victoria..... | 100 |
| Figura 48 Opción N°3: Distrito de San Luis | 101 |
| Figura 49 Salida a avenidas principales | 101 |
| Figura 50 Av. Canadá con acceso a distritos aledaños..... | 103 |
| Figura 51 Av. Rosa Toro con acceso a condominios | 104 |
| Figura 52 Tamaño del local del Distrito de Lince | 106 |
| Figura 53 Local del distrito de Lince | 107 |
| Figura 54 Medidas del servicio básico – Local del Distrito de Lince | 107 |
| Figura 55 Local del distrito de La Victoria | 108 |
| Figura 56 Servicios básicos – Distrito de La Victoria..... | 109 |
| Figura 57 Tamaño del local del Distrito de La Victoria..... | 110 |
| Figura 58 Espacio del local del Distrito de San Luis | 110 |
| Figura 59 Local del distrito de San Luis | 111 |
| Figura 60 Ubicación establecida para Fisio G..... | 112 |

| | |
|---|-----|
| Figura 61 Área de almacén del distrito de Lince..... | 114 |
| Figura 62 Medidas del local N°1: Distrito de Lince | 115 |
| Figura 63 Área de almacén del distrito de Lince..... | 115 |
| Figura 64 Medidas del local N°2: Distrito de La Victoria | 116 |
| Figura 65 Área de almacén del distrito de San Luis..... | 117 |
| Figura 66 Medidas del local N°3: Distrito de San Luis | 117 |
| Figura 67 Mesa de trabajo | 118 |
| Figura 68 Escritorio..... | 118 |
| Figura 69 Tipo de Estante..... | 118 |
| Figura 70 Repisa para documentación | 119 |
| Figura 71 Proceso de Almacenaje | 125 |
| Figura 72 Proceso de Comercialización de Fisio G | 126 |
| Figura 73 Efectos negativos del sector textil..... | 131 |
| Figura 74 Procedimiento para Constituir la Empresa..... | 136 |
| Figura 75 Organigrama Farma Gamer | 139 |

Resumen Ejecutivo

La idea negocio “Farma Gamer” tiene como fin el combatir la problemática actual del Síndrome de Túnel Carpiano (STC). El producto por ofrecer será llamado “Fisio G”, una muñequera gamer para solucionar la problemática.

Según el análisis de las 5 fuerzas de Porter el poder negociación de los proveedores es bajo. Por otra parte, en el aspecto económico la tasa de crecimiento del sector de los videojuegos será de un 15.5%, siendo los jugadores quienes aumentaron su compra en un 75%.

Farma Gamer empleará la estrategia genérica de diferenciación, buscando que el producto ofrecido evite las molestias generadas por el STC. También, a través del diagrama de constitución se pudo determinar que se necesita un periodo de 4 meses.

El estudio de mercado demostró que existe una competencia por captar a usuarios interesados en los videojuegos. Por ello, según la encuesta realizada a 470 personas se obtuvo que el 33.10% de encuestados indica que es el producto es muy interesante.

La comercialización del producto tiene como público objetivo a jóvenes adultos de ambos géneros de los niveles socioeconómicos B y C de los distritos de La Victoria y aledaños, donde el 23% del NSE B y el 48% del NSE C respectivamente existe mayor población gamer. Siendo los Modernos y progresistas quienes representan un 47% de la población peruana.

Farma Gamer es una empresa que hará uso de las redes sociales, contará con un local de almacén en el primer semestre, vendiéndose 1912 unidades de Fisio G. Por ello, se contará con personal especializado en el diseño e innovación para la mejora continua y análisis de tendencias.

La empresa se ajustará a las obligaciones tributarias presentando los documentos necesarios ante la SUNARP y legalizar la empresa.

El costo del producto es de S/ 59.42, para el primer semestre de ventas se obtendrá un total de utilidades de S/13, 199.00. Sin embargo, la inversión actual del negocio es de S/ 29, 674.83 que se necesitarán para establecer los procesos requeridos en la fabricación de “Fisio G”.