



**idat**

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

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS**

**PLAN DE NEGOCIO PARA EL SERVICIO DE MONTAJE  
FOTOGRAFICO PERSONALIZADO Y RELATO HABLADO CON  
INTELIGENCIA ARTIFICIAL**

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

**KEVIN ARNOL CHALCO INCA  
(0009-0007-1705-5218)**

**GILDA MALDONADO PALOMINO  
(0009-0003-4790-8518)**

**Lima- Perú  
2024**

## **Dedicatoria**

Gracias a Dios, a mi hermanita Mia, mis padres y mi hermano. Mi familia que es fuente de mi energía para  
nunca rendirme - Kevin

A Dios por la salud, pilar fundamental de mi camino; a mis padres Vidalina y Juan, por su amor incondicional  
y apoyo inquebrantable - Gilda

## Índice General

<b>Introducción .....</b>	<b>16</b>
Capítulo 1. Definición del Negocio .....	18
1.1. Idea de Negocio.....	18
1.2. Diagnóstico de la Idea de Negocio .....	19
1.2.1. Javier Ferrand .....	19
1.2.2. DAFOVID .....	21
1.2.3. Carlos Jiménez .....	22
1.3. Justificación de Plan de Negocio .....	24
1.3.1. Macrofiltro .....	25
1.3.2. Microfiltro.....	26
Capítulo 2. Diagnóstico de Plan de Negocio .....	27
2.1. Análisis de microentorno.....	27
2.1.1. Clientes .....	27
2.1.2. Competidores .....	27
2.1.3. Proveedores.....	34
2.1.4. Servicios sustitutos.....	37
2.1.5. Nuevos entrantes .....	38
2.2. Análisis de macroentorno .....	40
2.2.1. Económico .....	40
2.2.2. Cultural y Social .....	43
2.2.3. Ambiental .....	44

2.2.4. Político .....	46
2.2.5. Legal .....	48
2.2.6. Geográfico - Demográfico .....	50
2.2.7. Tecnológico .....	52
Capítulo 3. Planeamiento Estratégico .....	54
3.1. Misión .....	54
3.2. Visión .....	54
3.3. Valores .....	55
3.3.1. Colaboradores .....	55
3.3.2. Clientes .....	55
3.4. Matriz FODA .....	56
3.5. Objetivos Estratégicos Generales .....	59
3.5.1. Área de Administración .....	59
3.5.2. Área de Diseño .....	61
3.5.3. Área de Ventas .....	62
3.6. Estrategia Genérica de Porter .....	63
3.7. Cronograma de Actividades (Diagrama de Gantt) .....	65
Capítulo 4. Estudio de Mercado .....	68
4.1. Oferta .....	68
4.1.1. Javier ferrand .....	68
4.1.2. DAFOVID .....	72

4.1.3. Carlos Jiménez .....	75
4.1.4. Competencia potencial .....	78
4.2. Demanda .....	78
4.2.1. Objetivo .....	78
Capítulo 5. Plan Comercial.....	100
5.1. Mercado.....	100
5.1.1. Características del mercado.....	100
5.1.2. Estudio de Mercado .....	101
5.1.3. Mercado Potencial.....	103
5.1.4. Mercado Disponible.....	103
5.1.5. Mercado Efectivo.....	105
5.1.6. Mercado Objetivo .....	106
5.1.7. Segmentación del mercado.....	107
5.2. Marketing Mix .....	110
5.2.1. Producto.....	110
5.2.2. Precio.....	116
5.2.3. Plaza .....	119
5.2.4. Promoción.....	123
5.3. Formulación Estratégica .....	130
5.4. Proyección de Ventas .....	132
Capítulo 6. Plan Técnico .....	137

6.1. Localización de la Empresa .....	137
6.1.1. Macro Localización.....	137
6.1.2. Micro Localización.....	148
6.2. Tamaño del Negocio (capacidad de instalación) .....	156
6.3. Necesidades (materiales y mano de obra).....	162
6.4. Costos (Directos e Indirectos).....	164
6.5. Proceso de Producción u Operación .....	165
6.6. Certificaciones Necesarias .....	171
6.7. Impacto en el Medio ambiente .....	175
6.7.1. Impacto positivo .....	175
6.7.2. Impacto negativo .....	176
Capítulo 7. Plan Organizacional, Personal y Legal .....	179
7.1. Constitución de la Empresa .....	179
7.2. Estructura Organizacional.....	189
7.3. Descripción de Funciones (MOF) .....	190
Capítulo 8. PLANIFICACIÓN FINANCIERA .....	196
8.1. Inversión .....	196
8.2. Ventas .....	199
8.3. Amortización de la deuda .....	201
8.4. Flujo de Caja (Económico y Financiero) .....	203
8.5. VAN - TIR .....	206

8.5.1. INDICADORES FINANCIEROS .....	206
8.5.2. INDICADORES ECONÓMICOS.....	207
8.6. PUNTO DE EQUILIBRIO.....	208
8.7. ESTADOS FINANCIEROS .....	210
Conclusiones .....	212

## Índice de Tablas

Tabla 1: Evaluación de las cinco ideas de negocio propuestas .....	25
Tabla 2: Evaluación de las tres ideas por puntajes .....	26
Tabla 3: Lista de proveedores.....	34
Tabla 4: Distribución de la población de Jesús María por el tipo de lengua materna .....	43
Tabla 5: Distribución de la población del Distrito de Jesús María según la religión.....	44
Tabla 6: Aumento de la temperatura del 2020 al 10 de enero del 2024. ....	45
Tabla 7: Tasa de crecimiento medio anual de la población del año 2017 al año 2023 en el distrito de Jesús María.....	51
Tabla 8: Análisis estratégico .....	56
Tabla 9: Matriz FODA .....	57
Tabla 10: Plan de actividades por semanas.....	65
Tabla 11: Detalle del Plan de actividades .....	66
Tabla 12: Matriz resumen .....	77
Tabla 13: Distrito de los encuestados .....	87
Tabla 14: Rango de edades de los encuestados .....	89
Tabla 15: Frecuencia de percepción de fotos familiares .....	90
Tabla 16: Frecuencia de anhelo del servicio propuesto. ....	91
Tabla 17: Frecuencia de seguridad de compra de una fotografía editada.....	92
Tabla 18: Frecuencia de percepción sobre el montaje fotográfico .....	93
Tabla 19: Frecuencia de adquisición del servicio al año .....	94
Tabla 20: Promedio de precio por el servicio .....	95
Tabla 22: Preferencia de tamaño de fotografía impresa .....	96
Tabla 23: Preferencia de canales de adquisición del servicio .....	97
Tabla 24: Preferencia de tipos de eventos para la adquisición del servicio.....	98
Tabla 25: Frecuencia de compra.....	99

Tabla 26: Proyección de la demanda 2025 -2029 .....	99
Tabla 27: Información poblacional .....	101
Tabla 28: Nivel Socioeconómico B y C .....	102
Tabla 29: Rango de edades .....	102
Tabla 30: Mercado potencial .....	103
Tabla 31: Frecuencia de seguridad de compra de una fotografía editada.....	103
Tabla 32: Mercado disponible .....	104
Tabla 33: Promedio de precio por el servicio .....	105
Tabla 34: Mercado Efectivo .....	105
Tabla 35: Mercado objetivo .....	106
Tabla 36: Resumen de variables.....	107
Tabla 37: Estrategias y acciones .....	130
Tabla 38: Proyección de la demanda 2025-2029 .....	132
Tabla 39: Unidades a vender .....	133
Tabla 40: Precios según la inflación.....	135
Tabla 41: Pronóstico de Ventas .....	136
Tabla 42: Costo de construcción del local.....	149
Tabla 43: Costo de remodelación del local B .....	151
Tabla 44: Costo de remodelación del local C .....	153
Tabla 45: Evaluación de los factores .....	155
Tabla 46: Tamaño del negocio por alternativas.....	156
Tabla 47: Relación tamaño - participación en el mercado.....	158
Tabla 48: Distribución .....	159
Tabla 49: Equipos y muebles .....	162
Tabla 50: Personal.....	163
Tabla 51: Materia Prima.....	163

Tabla 52: Costos (Directos e Indirectos) .....	164
Tabla 53: Costos de la constitución y permisos de la empresa.....	185
Tabla 54: Obligaciones del RER .....	186
Tabla 55: Obligaciones Laborales.....	187
Tabla 56: Obligaciones laborales anuales - Mano de Obra.....	188
Tabla 57: Descripción de funciones del administrador .....	193
Tabla 58: Descripción de funciones del diseñador .....	194
Tabla 59: Descripción de funciones del vendedor .....	195
Tabla 60: Inversión fija tangibles .....	196
Tabla 61: Inversión fija intangibles .....	197
Tabla 62: Capital de trabajo .....	198
Tabla 63: Resumen de inversiones .....	198
Tabla 64: Ventas por los periodos 2025-2029.....	199
Tabla 65: Egresos - Costos.....	200
Tabla 66: Nivel de financiamiento .....	201
Tabla 67: Financiamiento, Banco Bilbao Vizcaya Argentaria BBVA.....	201
Tabla 68: Amortización de la deuda.....	202
Tabla 69: Proyección de flujo de caja Económico .....	203
Tabla 70: Proyección de flujo de caja financiero .....	204
Tabla 71: VALOR ACTUAL NETO FINANCIERO .....	206
Tabla 72: TIR (Tasa Interna de retorno financiera) .....	206
Tabla 73: Relación Financiera / Costo Beneficio.....	206
Tabla 74: VALOR ACTUAL NETO ECONÓMICO .....	207
Tabla 75: TIR (Tasa interna de retorno económico).....	207
Tabla 76: Relación Económica / Costo Beneficio.....	207
Tabla 77: Punto de Equilibrio .....	208

Tabla 78: Estado de resultados integrales .....	210
Tabla 79: Estado de situación financiera.....	211

## Índice de figuras

Figura 1: Logotipo de la página web javier ferrand.....	19
Figura 2: Logotipo de la página web DAFOVID.....	21
Figura 3: Logotipo de la página web Carlos Jiménez.....	22
Figura 4: Logotipo de la página web de javier ferrand.....	28
Figura 5: Logotipo de la página web DAFOVID.....	29
Figura 6: Logotipo de la página web Carlos Jiménez.....	31
Figura 7: Gasto público y PBI e inversión pública, primer semestre.....	40
Figura 8: Inversión privada e inversión minera y no minera en Miles de millones de soles de 2007 .....	42
Figura 9: Organigrama de momentosmagicosperu.com .....	59
Figura 10: Logotipo de la página web de javier ferrand.....	68
Figura 11: Sitio web de javier ferrand.....	71
Figura 12: Logotipo de la página web DAFOVID.....	72
Figura 13: Servicios que ofrece DAFOVID.....	73
Figura 14: Sitio web de DAFOVID.....	74
Figura 15: Logotipo de la página web Carlos Jiménez.....	75
Figura 16: Sitio web de Carlos Jimenez.....	76
Figura 17: Resultados de encuesta.....	87
Figura 18: Porcentaje de distritos de los encuestados .....	88
Figura 19: Porcentaje de participación en los rangos de edades .....	89
Figura 20: Porcentaje de percepción de fotos familiares.....	90
Figura 21: Porcentaje de anhelo del servicio propuesto.....	91
Figura 22: Porcentaje de seguridad de compra de una fotografía editada .....	92
Figura 23: Porcentaje de percepción sobre el montaje fotográfico.....	93
Figura 24: Frecuencia de adquisición del servicio.....	94

Figura 25: Porcentaje de promedio de precio del servicio.....	95
Figura 26: Porcentaje de preferencia de tamaño de fotografía impresa.....	96
Figura 27: Porcentaje de preferencia de canales de adquisición del servicio.....	97
Figura 28: Porcentaje de preferencia de tipos de eventos para la adquisición del servicio. ....	98
Figura 29: Logotipo del proyecto de negocio .....	111
Figura 30: Servicio de montaje fotográfico .....	113
Figura 31: Servicio de Montaje fotográfico + voz IA .....	114
Figura 32: Servicio de montaje fotográfico + audio IA + Impresión + Enmarcado y Delivery .....	115
Figura 33: Resultados de la encuesta.....	117
Figura 34: Precios de los servicios.....	118
Figura 35: Local del negocio .....	120
Figura 36: Imagen referencial del aspecto exterior del negocio .....	120
Figura 37: Imagen referencial de sala de atención al cliente.....	121
Figura 38: Página web .....	122
Figura 39: Diseño de bolsa de entrega .....	124
Figura 40: Diseño de Gorra para el personal del negocio .....	124
Figura 41: Diseño de volante .....	125
Figura 42: Diseño de cartel publicitario .....	126
Figura 43: Portada de Facebook.....	127
Figura 44: Portada de Instagram.....	128
Figura 45: Portada de Tiktok.....	129
Figura 46: Evaluación anual de la tasa de inflación en Perú desde 2015 a 2029.....	134
Figura 47: Fachada del local A.....	139
Figura 48: Fachada del local B.....	141

Figura 49: Fachada del local C. ....	143
Figura 50: Pasillos del centro comercial La Cooperativa - Alternativa A .....	145
Figura 51: Vista exterior del local del centro comercial La Cooperativa - Alternativa A	146
Figura 52: Interior del local ubicado dentro del centro comercial - Alternativa B .....	147
Figura 53: Interior del local ubicado dentro de la Galería - Alternativa C .....	147
Figura 54: Distribución por áreas del local .....	160
Figura 55: Distribución por áreas del local con sus respectivas medidas.....	161
Figura 56: Flujograma del montaje fotográfico .....	166
Figura 57: Flujograma del servicio: .....	170
Figura 58: Fotografía de los costos de la licencia de funcionamiento .....	173
Figura 59: Formato de solicitud de reserva de nombre .....	181
Figura 60: Ficha de solicitud de constitución de la empresa .....	182
Figura 61: Flujograma de Constitución de la Empresa.....	184
Figura 62: Organigrama funcional.....	189
Figura 63: Logotipo de Momentos mágicos .....	190

## Resumen Ejecutivo

El presente estudio tiene como objetivo principal analizar la viabilidad del éxito del proyecto de [momentosmagicosperu.com](http://momentosmagicosperu.com), el cual se enfoca en ofrecer la oportunidad de revivir momentos significativos a través del fotomontaje. El estudio de mercado revela una oportunidad prometedora, ya que no se ha identificado ninguna empresa dedicada específicamente al servicio de fotomontaje profesional. Por lo tanto, se propone la implementación de este negocio para satisfacer la necesidad presentada. El proyecto se enfoca en los siguientes servicios: fotomontaje digital, fotomontaje digital con relato hablado y fotomontaje impreso, enmarcado y relato hablado. Este último servicio se ofrece a un precio de S/.150.00, dirigido a un público objetivo comprendido entre los 25 y 60 años, pertenecientes a los niveles socioeconómicos B y C. Ubicado en el Centro Comercial La Cooperativa, Stand 32, Jirón Huamachuco 139, Jesús María. En términos de financiamiento, se contempla un presupuesto de inversión total de S/. 79,138.72. Los análisis financieros respaldan la viabilidad económica del negocio, demostrando su rentabilidad y solidez en base a los indicadores resultados obtenidos. Los indicadores financieros TIRF es de 55.54% y el VANF de S/. 293,725.87, asimismo los indicadores económicos TIRE 63.72% y el VANE S/. 314,087.50. En conclusión, se proyecta que este proyecto tenga un impacto positivo en el mercado y represente una oportunidad lucrativa para los inversionistas.