



idat

**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR
PRIVADO IDAT**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN MARKETING Y
ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**PLAN DE NEGOCIOS
AGENCIA DE PUBLICIDAD MUSICAL Y MARKETING PARA MYPES**

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título de Profesional Técnico en
Marketing y Administración de Empresas**

**CESAR ANTONY RIVERA RUA
(0000-0001-7694-4110)**

**EDITH FLOR PEÑA TAMBINE
(0000-0002-3650-6738)**

Lima – Perú

(2022)

Dedicatoria

“Dedico este proyecto a mi madre y familia quienes me han apoyado emocionalmente y reflejado lo fuerte y constante que puedo ser” (Cesar Antony RIVERA RUA).

“Dedico con todo mi corazón, mi tesis a mis padres, a mi pareja, pues sin ellos no lo habría logrado. Fueron mi inspiración, fuerza a lo largo de mi vida y formación académica, por eso les doy mi trabajo en ofrenda por su apoyo y amor incondicional, a DIOS por siempre protegerme, darme fortaleza y brindarme sabiduría, Salud para seguir adelante” (Edith Flor PEÑA TAMBINE).

Agradecimiento

Agradecemos a Dios por guiar nuestro camino, protegernos, darnos salud y conocimiento, a nuestros amigos y socios quienes han aportado enriquecido mucho más el proyecto realizado con sus grandes talentos artísticos y profesionales, a la asesora por impartirnos sus conocimientos sabios para el desarrollo de nuestro proyecto de tesis, así mismo agradecer a todos los docentes que fueron participes en cada crecimiento académico.

Índice

Resumen.....	21
Introducción.....	22
Capítulo 1. Definición del Negocio.....	24
1.1. Idea de Negocio:.....	24
1.2. Diagnóstico de la Idea del Negocio.....	25
1.1.1. <i>Análisis de la Línea de Tiempo</i>	26
1.1.2. <i>Problemas en el Mercado</i>	27
1.3. Justificación del Plan de Negocio:.....	27
Capítulo 2. Diagnóstico del Plan de Negocios	32
2.1. Análisis del Microentorno.....	32
2.1.1. <i>Poder de Negociación de los Compradores:</i>	32
2.1.2. <i>Poder de Negociación de los Proveedores</i>	33
2.1.3. <i>La Rivalidad Entre los Competidores:</i>	39
2.1.4. <i>Amenaza de los Nuevos Competidores (nuevos entrantes)</i>	40
2.1.5. <i>Amenaza de Ingreso de Productos Sustitutos</i>	42
2.2. Análisis del Macro Entorno	44
2.2.1. <i>Factor Económico</i>	44
2.2.2. <i>Factor Político</i>	48
2.2.3. <i>Factor Socio Cultural</i>	49
2.2.4. <i>Factor Tecnológico</i>	53

2.2.5. <i>Factor Demográfico y Geográfico</i>	54
2.2.6. <i>Factor Ambiental</i>	56
Capítulo 3. Planteamiento Estratégico.	60
3.1. <i>Misión</i>	60
3.2. <i>Visión:</i>	60
3.3. <i>Valores:</i>	60
3.4. <i>FODA</i>	61
3.5. <i>Objetivos Estratégicos Generales</i>	63
3.6. <i>Estrategia Genérica de Porter:</i>	65
3.7. <i>Cronograma de Actividades</i>	66
Capítulo 4. Estudio de Mercado.	69
4.1. <i>Oferta:</i>	69
4.1.1. <i>Competencia Directa</i>	69
4.2. <i>Demanda</i>	72
4.2.1. <i>Objetivo General</i>	72
4.2.2. <i>Objetivos Específicos</i>	73
4.2.3. <i>Metodología</i>	75
4.2.4. <i>Resultados</i>	76
4.2.5. <i>Estudio de Mercado:</i>	90
4.2.5.1. <i>Mercado Total</i>	90
4.2.5.2. <i>Mercado Potencial</i>	91
4.2.5.3. <i>Mercado Disponible:</i>	91

4.2.5.4. <i>Mercado Efectivo</i>	6 93
Capítulo 5. Plan Comercialización	96
5.1. Mercado:	96
5.1.1. Características del Mercado Objetivo.....	96
5.1.2. Segmentación del Mercado	96
5.2. Marketing Mix:	98
5.2.1. <i>Servicio</i>	98
5.2.1.1. <i>Características del Servicio</i>	99
5.2.1.2. <i>Presentación del Servicio:</i>	102
5.2.1.3. <i>Identidad De Marca</i>	104
5.2.1.4. <i>Slogan</i>	106
5.2.1.5. <i>Promoción</i>	107
5.2.1.6. <i>Fidelización</i>	111
5.2.2. <i>Precio:</i>	112
5.2.2.1. <i>Política de Pago:</i>	114
5.2.3. <i>Plaza</i>	115
5.2.3.1. <i>Método de Distribución</i>	115
Capítulo 6. Plan Técnico	119
6.1. Localización de la Empresa:.....	119
6.1.1. <i>Macro Localización</i>	119
6.1.1.1. <i>Alternativas</i>	119
6.1.1.2. <i>Factores condicionantes</i>	119

	7
6.1.2. Micro Localización	121
6.1.2.1. Local de ventas	121
6.1.2.2. Factores Condicionantes	121
6.1.3. Evaluación de los factores	123
6.1.4. Conclusión	123
6.2. Tamaño del Negocio (capacidad instalada)	125
6.3. Necesidades (Instrumentos, Equipos y Mano de Obra)	129
6.4. Costos de Producción (director e indirectos)	135
6.5. Proceso de Cierre de Venta	139
6.6. Proceso de Planeación y Servicio	140
6.7. Proceso de Pos Venta	141
6.8. Certificaciones Necesarias	142
6.9. Impacto en el Medio Ambiente	145
Capítulo 7. Plan Organizacional, Personal y Legal	150
7.1. Constitución de la Empresa.	150
7.1.1. Los Pasos Para Constituir la Empresa SINCESAR son;	151
7.1.2. Elaboración del Acto Constitutivo (Minuta)	152
7.1.3. Abono de capital y bienes	154
7.1.4. Elaboración de las escrituras publicas	156
7.1.5. Inscripción al RUC para Persona Jurídica	156
7.1.6. Licencia de Funcionamiento	160
7.1.7. Registro de Marca Indecopi	162

	8
7.1.8. . Proceso de Constitución de Empresa	164
7.2. Obligaciones.....	164
7.2.1. Selección del régimen tributario.....	164
7.2.2. Legalización de Libros Contables.....	165
7.3. Estructura Organizacional	168
7.4. Descripción de Funciones	169
7.4.1. Funciones de Junta General de Accionistas.....	169
7.4.2. Funciones del Administrador General.....	170
7.4.3. Funciones del Supervisor de Operaciones	171
7.4.4. Funciones del Vendedor.....	172
7.4.5. Funciones del Cajero:.....	173
7.4.6. Funciones del Community Manager:	174
7.4.7. Funciones del Audiovisual:.....	175
7.4.8. Funciones del Content Manager:.....	176
7.4.9. Función de Marketing	177
7.4.10. Función Arreglista Musical.....	178
Capitulo 8. Plan Económico Financiero.	181
8.1. Inversiones	181
8.2. Ingresos y Egresos	183
8.2.1. Ingresos.....	184
8.2.2. Egresos.....	185
8.3. Deuda.....	189

	9
8.4. flujo de Caja Economico:.....	192
8.5. Evaluación económica y financiera	193
8.5.1. <i>Indicadores de rentabilidad:</i>	193
8.5.2. <i>Punto de Equilibrio</i>	195
8.6. Estados Financieros Proyectados	196
8.6.1. <i>estado de situacion financiera</i>	196
8.6.2. <i>Estado de Resultados Integrales</i>	197
Conclusiones	200
1. Conclusión Definición del negocio	200
2. Conclusión Diagnostico del plan de negocio	200
3. Conclusión de Planeamiento Estratégico	200
4. Conclusión Estudio de Mercado	201
5. Conclusión Plan de Comercialización	201
6. Conclusiones de Plan de Técnico	201
7. Conclusión Plan organizacional, personal y legal	202
8. Conclusión Plan Económico Financiero	202
Recomendaciones	204
Bibliografía.....	¡Error! Marcador no definido.
Anexos.....	212

INDICE DE TABLAS

TABLA 1: MACROFILTRO.....	28
TABLA 2. MICROFILTRO.....	29
TABLA 3: CUADRO DE PROVEDORES MANO DE OBRA.....	38
TABLA 4: CUADRO DE PROVEEDORES EQUIPOS E INSTRUMENTOS.....	38
TABLA 5: FICHA TÉCNICA.....	76
TABLA 06: DENSIDAD EMPRESARIAL Y ESTABLECIMIENTOS.....	90
TABLA 07: MERCADO TOTAL.....	90
TABLA 08: MERCADO POTENCIAL.....	91
TABLA 09: MERCADO DISPONIBLE.....	91
TABLA 10: MERCADO EFECTIVO.....	93
TABLA 11: MERCADO OBJETIVO.....	93
TABLA 12: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	94
TABLA 12: DEMANDA POR SERVICIO.....	112
TABLA13: PRECIO DE SERVICIO.....	113
TABLA 14: EVALUACIÓN DE FACTORES.....	123
TABLA 15: CAPACIDAD INSTALADA.....	125
TABLA 16: CAPACIDAD INSTALADA.....	126
TABLA 17: DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIÓN EN (M2).....	127
TABLA 18: EQUIPOS AUDIOVISUALES TECNOLÓGICOS.....	132

TABLA 19: MUEBLES Y ENSERES	134
TABLA 20: MATERIALES DE LIMPIEZA GENERAL.....	134
TABLA 21: MATERIALES DE PREVENCIÓN EN EMERGENCIAS	135
TABLA 22: COSTO DE MANO DE OBRA	135
TABLA 23: COSTO DE MANO DE OBRA MENSUAL.....	136
TABLA 24: COSTO DE MANO DE OBRA ANUAL.....	136
TABLA 25: COSTOS INDIRECTOS MENSUALES.....	137
TABLA 25: COSTOS INDIRECTOS ANUALES.....	137
TABLA 26: PRECIO DE VENTA.....	138
TABLA 27: RESUMEN DE COSTO DE CONSTITUCIÓN.....	160
TABLA 28: PLANILLA DE TRABAJADORES.....	167
TABLA 29: ACTIVOS FIJOS	182
TABLA 30: CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO.....	182
TABLA 31: RESUMEN DE INVERSIONES	183
TABLA 32: VENTA MENSUAL DEL SERVICIO	184
TABLA 33: VENTA ANUAL DEL SERVICIO	184
TABLA 34: GASTOS ADMINISTRATIVOS MENSUALES.....	185
TABLA 35: GASTOS ADMINISTRATIVOS ANUALES.....	186
TABLA 36: GASTOS DE VENTA MENSUALES.....	187
TABLA 37: GASTOS DE VENTA ANUALES.....	187

TABLA 38: RESUMEN DE COSTOS DE VENTA	188
TABLA 39: RESUMEN DE EGRESOS.....	188
TABLA 40: APORTE DE SOCIOS.....	189
TABLA 41: INVERSION TOTAL.....	189
TABLA 42: CARACTERISTICAS DE BANCO FALABELLA.....	190
TABLA 43: AMORTIZACION DE LA DEUDA (MES A MES).....	190
TABLA 44: FLUJO DE CAJA ECONOMICO	192
TABLA 45: FLUJO DE CAJA FINANCIERO.....	192
TABLA 46: INDICADORES DE RENTABILIDAD.....	193
TABLA 47: PUNTO DE EQUILIBRIO	195
TABLA 48: BALANCE DE SITUACIÓN PROYECTADO	196
TABLA 49: ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES.....	197

INDICE DE IMAGENES

IMAGEN 01: SERVICIOS.....	99
IMAGEN 2: CONTENIDOS DE COMUNICACIÓN DEL SERVICIO.....	100
IMAGEN 3: PROPUESTA DE VALOR DEL SERVICIO	101
IMAGEN 4: PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA.....	102
IMAGEN 5: CLIENTES, MISIÓN, VISIÓN.....	103
IMAGEN 6: METODO DE TRABAJO	103
IMAGEN 7: SERVICIOS QUE SE OFRECEN.....	104
IMAGEN 8: PRESENTACIÓN DEL PERSONAL.....	107
IMAGEN 9: INSTAGRAM DE AGENCIA DE MARKETING “SINCESAR”	108
IMAGEN 11: TIK TOK DE AGENCIA DE MARKETING “SINCESAR”	109
IMAGEN 12: PAGINA WEB DE AGENCIA DE MARKETING “SINCESAR”	109
IMAGEN 13: PAGINA WEB DE AGENCIA DE MARKETING “SINCESAR”	110
IMAGEN 14: ATENCIÓN MEDIANTE WHATSSAPP DE NEGOCIOS.....	111
IMAGEN 15: MERCHANDISING DE LA MARCA “SINCESAR”	112
IMAGEN 16: CONTRATO DE SERVICIOS	114
IMAGEN 17: UBICACIÓN DE OFICINA DE OPERACIONES.....	115
IMAGEN 18: CLIENTE PIZZERIA DONDE MONA DONDE MONA	115
IMAGEN 19: FOTOGRAFIA CON CLIENTES Y ARTISTAS.....	117

IMAGEN 20: UBICACIÓN DEL LOCAL	124
IMAGEN 21: LOCAL DE FUNCIONAMIENTO INTERNO Y EXTERNO	124
IMAGEN 22: CROQUIS A MANO ALZADA	128
IMAGEN 23: RENDIR DE DISTRIBUCION DE ESPACIO	129
IMAGEN 24: PUBLICIDAD VERDE.....	146
IMAGEN 25: CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE.....	147
IMAGEN 26: CARACTERÍSTICAS DE RAZÓN SOCIAL SAC	150
IMAGEN 27: BÚSQUEDA DE PERSONAS JURÍDICAS INSCRITAS	151
IMAGEN 28: SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE.....	152
IMAGEN 29: FICHA DE SOLICITUD DE CONSTITUCIÓN DE EMPRESAS	153
IMAGEN 30: SOLICITUD RESERVA DE PREFERENCIA REGISTRAL ...	155
IMAGEN 31: GUIA PARA LA INSCRIPCIÓN DE RUC DE PERSONA JURIDICA.....	159
IMAGEN 32: FORMATO DE DECLARACION JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO.....	161
IMAGEN 33: TASAS DE REGISTRO DE SINGNOS DISTINTIVO	163
IMAGEN 34: RÉGIMEN MYPE TRIBUTARIO	165

INDICE DE GRAFICOS

GRAFICO 1: LÍNEA DE TIEMPO DE LA EVOLUCIÓN DEL MARKETING.	26
GRAFICO 2: PIB (VAR. % INTERANUAL) y PIB POTENCIAL (VAR. %INTERANUAL).	45
GRAFICO 3: TIPO DE CAMBIO	46
GRAFICO 4: ESPECTATIVAS Y PROYECCIONES DE LA INFLACIÓN	47
GRÁFICO 5: DE PERFIL SOCIECÓNOMICO EN EL PERU.	50
GRAFICO 6: COMPARACIÓN NSE 2021 VS NSE 2020 LIMA METROPOLITANA	51
GRAFICO 7: DISTRIBUCIÓN DE ZONAS EN LIMA METROPOLITANA	52
GRAFICO 8: HOGARES CON ACCESO A COMPUTADORA, INTERNET DENTRO DEL TRIMESTRE: OCTUBRE, NOVIEMBRE, DICIEMBRE 2019, 2020 Y 2021	53
GRAFICO 9: MAPA GEOGRAFICA DEL DISTRITO DE ATE DONDE SE ESTABLECERA LA IDEA DE NEGOCIO	56
GRAFICO 10: MATRIZ FODA CRUZADA	63
GRAFICO 11: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	67
GRAFICO 12: MATRIZ RESUMEN DE EMPRESAS COMPETIDORAS	72
GRAFICO 13: PROCESO DE CIERRE DE VENTA	139
GRAFICO 14: PROCESO DE PLANEACIÓN Y SERVICIO	140
GRAFICO 15: PROCESO DE PLANEACIÓN Y SERVICIO	141

GRAFICO 17: PROCESO DE CONSTITUCIÓN DE EMPRESA	164
GRAFICO 18: ORGANIGRAMA DE “SINCESAR.....	168
O 2: PIB (VAR. % INTERANUAL) y PIB POTENCIAL (VAR. %INTERANUAL).....	45
GRAFICO 3: TIPO DE CAMBIO	46
GRAFICO 4: ESPECTATIVAS Y PROYECCIONES DE LA INFLACIÓN	47
GRÁFICO 5: DE PERFIL SOCIECÓNOMICO EN EL PERU.....	50
GRAFICO 6: COMPARACIÓN NSE 2021 VS NSE 2020 LIMA METROPOLITANA	51
GRAFICO 7: DISTRIBUCIÓN DE ZONAS EN LIMA METROPOLITANA....	52
GRAFICO 8: HOGARES CON ACCESO A COMPUTADORA, INTERNET DENTRO DEL TRIMESTRE: OCTUBRE, NOVIEMBRE, DICIEMBRE 2019, 2020 Y 2021	53
GRAFICO 9: MAPA GEOGRAFICA DEL DISTRITO DE ATE DONDE SE ESTABLECERA LA IDEA DE NEGOCIO.....	56
GRAFICO 10: MATRIZ FODA CRUZADA.....	63
GRAFICO 11: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	67
GRAFICO 12: MATRIZ RESUMEN DE EMPRESAS COMPETIDORAS.....	72
GRAFICO 13: PROCESO DE CIERRE DE VENTA.....	139
GRAFICO 14: PROCESO DE PLANEACIÓN Y SERVICIO	140
GRAFICO 15: PROCESO DE PLANEACIÓN Y SERVICIO	141

GRAFICO 17: PROCESO DE CONSTITUCIÓN DE EMPRESA 164

GRAFICO 18: ORGANIGRAMA DE “SINCESAR..... 168

Alumnos:

Peña También, Edith Flor
Rivera Rúa, Cesar Antony

Docente en asesoría de tesis:

Econ. Prado Arteaga, Amalia

ANEXO 1. PROFORMA DE COMPUTARAS DE ALTA GAMA 212

ANEXO 2. PLATAFORMA DIGITAL USADA PARA TEST DE IDEA DE NEGOCIO. 212

ANEXO 3. ENCUESTA REALIZADA A DUEÑOS DE NEGOCIO 213

ANEXO 4. FOTOGRAFIA HACIENDO ENCUESTAS 214

ANEXO 5. CANAL DE YOUTUBE SINCESAR 215

ANEXO 6. RECIBO DE COMPRA DE PAGINA WEB 215

ANEXO 7. PERSONAL TECNICO DE TRANSMICIÓN 216

ANEXO 8. TRANSMISION JUNTO A ARTISTAS PROMOCIONANDO MYPES 216

ANEXO 9. CONTENT Y COMUNITY MANAGER EN EVENTO GRUPAL 217

Alumnos:

Peña También, Edith Flor
Rivera Rúa, Cesar Antony

Docente en asesoría de tesis:

Econ. Prado Arteaga, Amalia

Resumen.

SINCESAR S.A.C consiste en brindar servicios de marketing con música en vivo a las MYPES ubicadas en el distrito de ATE que se han visto afectados por el COVID-19 y los sucesos políticos del Perú con el objetivo de ayudarlos a posicionar sus marcas, capacitar a los trabajadores e incrementar las ventas. El cual tendrá un precio de s/1,270.00 la cual se proyectará año a año según el PBI.

El perfil de los dueños de MYPES es de ambos sexos, con una edad de 25 a 55 años de estilo de vida formalista, progresista y moderna que le gusta el emprendimiento y maneja su propio negocio en base a su experiencia empírica y laboral a los cuales les gustaría tener mayor presencia digital, mejorar su proceso de venta y vender más usando la tecnología a su alcance.

La inversión necesaria es de s/94,549.55 nuevos soles el cual será financiada por los dos socios en un 75% y mediante un préstamo bancario 25%, teniendo como primera meta un punto de equilibrio de 182 servicios sin embargo se espera atender a 276 clientes.

SINCESAR S.A.C es 100 % realizable gracias a los indicadores positivos teniendo el WACC de 35.70%, el VAN económico y financiero total de s/15,350.72 y un TIR de 64%, además el B / C es mayor a 1 indicando la viabilidad del proyecto.

Alumnos:

Peña También, Edith Flor
Rivera Rúa, Cesar Antony

Docente en asesoría de tesis:

Econ. Prado Arteaga, Amalia