



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

“Plan de negocios para la creación de una plataforma virtual para trabajos independientes en los distritos de Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco y La Molina - Año 2019”

Nombre de la plataforma: “Mil Oficios Mil trabajos”

Trabajo de Investigación para optar el Grado de Bachiller en
Administración de Empresas

Presentado por:

Mary Cruz Bardales Reátegui

Jesús Arturo Rojas Gutiérrez

Emerson Jhovanny Bruno Vargas

LIMA- PERÚ

2019



ANEXO 6

**RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
PARA OPTAR EL GRADO DE BACHILLER**

Fecha: 23 / 01 / 2019

Facultad	Ciencias Empresariales		
Carreras de CPE			
Ingeniería de Sistemas de Información y Gestión	<input type="checkbox"/>		
Administración de Empresas	<input checked="" type="checkbox"/>		
Integrantes:			
Código	Alumno	Correo electrónico	Teléfono
	Mary Cruz Bardales Reátegui		
	Jesús Arturo Rojas Gutierrez		
	Emerson Jhovanny Bruno Vargas		

Título del trabajo de investigación:

“Plan de negocios para la creación de una plataforma virtual para trabajos independientes en los distritos de Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco y La Molina - Año 2018”

El Jurado revisor concluye que el **Trabajo de Investigación** para optar el Grado de Bachiller es:

Aprobado (13 – 15)	<input checked="" type="checkbox"/>
Aprobado – Muy Buena (16 – 18)	<input type="checkbox"/>
Aprobado – Sobresaliente (19 – 20)	<input type="checkbox"/>
Desaprobado (0 – 12)	<input type="checkbox"/>

Calificándola con nota de: 13 (_____ trece _____)

Comentario/sugerencias/recomendaciones/observaciones:

Observaciones levantadas. Trabajo aprobado.

Atentamente,

Jurado Revisor
Mg. Frederic Henri Pradal Sapin

*Este documento puede ser enviado por correo electrónico

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado con mucho amor y cariño a nuestras familias por su gran apoyo en la trayectoria de nuestra carrera profesional.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios por habernos guiado por el camino de la felicidad y el bien.

A los docentes de la Universidad Científica del Sur por sus enseñanzas brindadas a lo largo de nuestra carrera profesional.

INDICE

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO.....	3
INDICE.....	4
TABLA DE GRAFICOS.....	8
TABLA DE ILUSTRACIONES.....	9
TABLA DE CUADRO.....	10
Resumen Ejecutivo.....	12
CAPITULO I.....	14
1.1 Formulación de la idea de negocio:.....	14
1.1.1 Análisis de la oportunidad:.....	15
1.1.2 Presentación del modelo de negocio:.....	16
CAPITULO II.....	18
2.1 Análisis del Entorno.....	18
2.1.1 Factores Económicos.....	18
2.1.2 Factor demográfico.....	22
2.1.3 Factores Socioculturales.....	23
2.1.4 Factores Políticos.....	25
2.1.5 Factores Legales (Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor).....	25
2.1.6 Factores Tecnológicos.....	26
2.1.7 Factores Ambientales.....	28
2.2 Sondeo de Mercado.....	28
2.2.1 Análisis de la Demanda.....	29
2.2.2 Calculo de la población y muestra.....	32
2.2.3 Tabulación de encuestas.....	33

2.2.4	Modelo de la encuesta	43
2.2.5	Los clientes	44
2.2.6	Los competidores.....	46
2.2.7	Los proveedores.....	49
2.3	Análisis de la Industria.....	51
2.3.1	Barrera de ingreso a la industria	51
2.3.2	El poder de Negociación de los Proveedores	51
2.3.3	El poder de Negociación de los Clientes	52
2.3.4	Los competidores y su nivel de rivalidad	52
2.3.5	Las Barreras de salida de la industria	53
CAPITULO III		54
3.1	Planeamiento Estratégico.....	54
3.1.1	Análisis FODA	54
3.1.2	Visión	55
3.1.3	Misión.....	55
3.1.4	Objetivos estratégicos.....	56
3.1.5	Estrategia Genérica.....	56
3.1.6	Fuentes de ventajas competitiva.....	57
3.1.7	Alianzas estratégicas.....	57
CAPITULO IV		58
4.1	Plan de Marketing	58
4.1.1	Objetivos de Marketing	58
4.2	Mezcla de Marketing	58
4.2.1	Descripción del producto o servicio:	58
4.2.3	Estrategia de Precio	61
4.2.4	Estrategia de distribución o plaza.....	62
4.2.5	Estrategias de Promoción	63

4.2.6	Estrategia de servicio al cliente o postventa	64
4.2.7	Estrategia de posicionamiento	65
4.2.8	Mecanismos de Control	67
CAPITULO V		69
5.1	Plan de Operaciones.....	69
5.1.1	Objetivo de operaciones	69
5.1.2	Actividades al inicio de la producción.....	70
5.1.3	Procesos de solicitud del servicio	71
CAPITULO VI		73
6.1	Diseño de la Estructura y Plan de Recursos Humanos	73
6.2	Estructura orgánica de la Empresa.....	74
6.2.1	Líneas de autoridad, responsabilidad y coordinación.....	74
6.3	Régimen Laboral.....	75
6.4	Manual de Organización y funciones (MOF)	78
6.5	Funciones y Perfil profesional del personal dentro de la empresa.....	82
6.6	Estrategia de reclutamiento, selección y contratación del personal.....	87
6.6.1	Estrategia de Reclutamiento	87
6.6.2	Estrategia de inducción, capacitación y evaluación del personal	89
6.6.3	Estrategia de motivación y desarrollo personal3	
6.7	Políticas de remuneraciones y compensaciones (planilla) y bonos	96
6.7	Políticas de remuneraciones y compensaciones (planilla) y bonos	97
CAPITULO VII.....		98
7.1	Plan Financiero	98
7.1.1	Historia financiera de la empresa	98
7.7.2	Datos, supuestos y políticas económicas y financieras.....	98
7.2	Plan de ventas de la idea de negocio.....	99
7.3	Análisis de Costo	100

7.4	Punto de equilibrio de la nueva unidad de negocio	101
GRAFICO 26 PUNTO DE EQUILIBRIO		102
7.5	Adquisición de materiales e insumos para la producción.....	103
7.6	Inversión inicial – Capital de Trabajo.....	103
7.7	Fuentes de financiamiento	104
7.8	Proyección del flujo de caja.....	105
7.9	Análisis de rentabilidad.....	107
7.10	Estado de Ganancias y Pérdidas proyectadas de la empresa	108
7.11	Balance General proyectado de la empresa en su conjunto.....	109
7.12	Análisis de sensibilidad y riesgos de la unidad de negocio	110
CAPITULO VIII		111
8.1	Conclusiones y Recomendaciones.....	111
8.1.1	Conclusiones.....	111
8.1.2	Recomendaciones	112
ANEXOS.....		114
BIBLIOGRAFIA.....		115

TABLA DE GRAFICOS

Gráfico 1 Técnica de scamper	14
Gráfico 2 Distribución de hogares según nse 2018 –lima metropolitana.....	23
Gráfico 3 Perfil de estilos de vidas nse a b 2017	24
Gráfico 4 Evolucion de la tenecia de smarphone	27
Gráfico 5 Evolucion de la tenecia de smarphone según nse.....	27
Gráfico 6 Encuesta / pregunta 01	33
Gráfico 7 Encuesta / pregunta 02	34
Gráfico 8 Encuesta / pregunta 03	35
Gráfico 9 Encuesta / pregunta 04	36
Gráfico 10 Encuesta / pregunta 05	37
Gráfico 11 Encuesta / pregunta 06	38
Gráfico 12 Encuesta / pregunta 07	39
Gráfico 13 Encuesta / pregunta 08	40
Gráfico 14 Encuesta / pregunta 09	40
Gráfico 15 Encuesta / pregunta 10	41
Gráfico 16 Encuesta / pregunta 11	42
Gráfico 17 Proceso para la descarga de aplicativo mil oficios, mil trabajos clientes....	71
Gráfico 18 Proceso para el uso de aplicativo mil oficios, mil trabajos clientes	71
Gráfico 19 Proceso para brindar los servicios de aplicativo mil oficios, mil trabajos – empresa.....	72
Gráfico 20 Diseño de la estructura organizacional.....	73
Gráfico 21 Políticas de reclutamiento mil trabajos, mil oficios	88
Gráfico 22 Canales de reclutamiento mil oficios, mil trabajos	89
Gráfico 23 Canales de reclutamiento.....	93
Gráfico 24 Secuencia de estrategia de motivación	94
Gráfico 25 Secuencia de desarrollo de personal.....	95

TABLA DE ILUSTRACIONES

Imagen 1: Mapa De Lima Metropolitana	22
Imagen 2 El Perfil Del Adulto 2018.....	44
Imagen 3 El Perfil Del Adulto Joven 2018	45
Imagen 4 Falabella Servicios Generales S.A.C.....	46
Imagen 5 Logo: Empresa American Assist	49
Imagen 6 Top 10 De Habilidades En Demanda En Perú	50
Imagen 7 Imagotipo De La Empresa Mil Trabajos, Mil Oficios Sac.....	60
Imagen 8 Ubicación Del Negocio	63

TABLA DE CUADRO

Cuadro 1: Crecimiento Del Pbi (2010-2018)	18
Cuadro 2: Crecimiento Del Pbi (2018-2019)	19
Cuadro 3: Resumen De Las Proyecciones 2018-2019	20
Cuadro 4: Perú Urbano: Ingreso Promedio Mensual Proveniente Del Trabajo, Según Grupos De Edad	21
Cuadro 5: Perú Urbano: Ingreso Promedio Mensual Proveniente Del Trabajo, Según Nivel Educativo Alcanzado.....	21
Cuadro 6 Cálculo Del Mercado Meta.....	31
Cuadro 7: Atencion De Servicios – Año 2019	32
Cuadro 8 Perú: Pea Ocupada De Técnicos Y Profesionales Según Ramas De Actividad Económica, 2011	50
Cuadro 9 Servicios A Ofrecer En Mil Oficinos, Mil Trabajos Sac	58
Cuadro 10 Caracteristicas De La Aplicación.....	59
Cuadro 11 Ficha Técnica Del Aplicativo	59
Cuadro 12 Precio Por El Servicio De Pintado De Puerta	61
Cuadro 13 Pago Por Penalidad	62
Cuadro 14 Cronograma De Actividades De Publicidad Y Promoción.....	66
Cuadro 15 Régimen Laboral.....	76
Cuadro 16 Asignación De Personal (Cap).....	77
Cuadro 17 Funciones Y Perfil Profesional – Gerente General.....	82
Cuadro 18 Funciones Y Perfil Profesional – Contador	83
Cuadro 19 Funciones Y Perfil Profesional – Jefe De Rrhh	84
Cuadro 20 Funciones Y Perfil Profesional – Jefe De Marketing	85
Cuadro 21 Funciones Y Perfil Profesional – Jefe De Sistemas.....	86
Cuadro 22 Funciones Y Perfil Profesional – Psicologa ... ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.	
Cuadro 23 Plan De Carrera De Un Empleado	96
Cuadro 24 Planilla Remunerativa De Personal	97
Cuadro 25 Aporte De Socios	98
Cuadro 26 Gasto De Ventas	99
Cuadro 27 Ventas De Servicios Anuales.....	99

Cuadro 28 Ventas De Servicios Por Meses	100
Cuadro 29 Costos Variables	100
Cuadro 30 Costos Fijos.....	101
Cuadro 31 Analisis Del Costo Total.....	101
Cuadro 32 Margen De Contribucion	101
Cuadro 33 Costos.....	102
Cuadro 34 Materia Prima Directa.....	103
Cuadro 35 Materia Prima Indirecta	103
Cuadro 36 Aporte De Socios	103
Cuadro 37 Flujo De Caja Efectivo – Optimista.....	105
Cuadro 38 Flujo De Caja Proyectado Por 5 Años	106
Cuadro 39 Proyeccion Del Van Y Tir	107
Cuadro 40 Estado De Ganacias Y Pérdidas.....	108
Cuadro 41 Balance General	109
Cuadro 42 Ratios De Liquidez	110

Resumen Ejecutivo

En el presente trabajo de investigación, se busca ofrecer una alternativa para que los trabajadores de oficio (gasfiteros, electricistas, cerrajeros, pintores, etc.) puedan ser contactados por personas que requieran sus servicios, el cual se llevará a cabo mediante una plataforma virtual la cual será compatible y ejecutada mediante un aplicativo móvil. Hay que tener en cuenta que en la actualidad la mayoría de hogares vive en departamentos y tienen poco tiempo para contactar o buscar los servicios de manera tradicional, esto sumado al auge de los Smartphone y de las aplicaciones otorga un escenario favorable.

El mercado al que dirige la propuesta son hogares de los distritos de Surco, San Isidro, La Molina, Miraflores y San Borja, que pertenecen al NSE A y B. De acuerdo a lo mostrado por la investigación de mercados, existe demanda por este tipo de servicios y por la propuesta presentada. De acuerdo a la información levantada en el campo habría un total de 20,371 hogares dispuestos a contratarnos por lo menos dos veces al año, con lo cual tendríamos 40,742 servicios por años.

Es importante mencionar que para brindar un servicio de garantía y calidad contaremos con un proceso minucioso a la hora de registrar a los trabajadores de oficio, para poderle brindar a nuestros clientes la mayor de las tranquilidades a la hora de acceder a nuestra plataforma de servicios.

Contaremos con un capital propio para la realización del proyecto. La principal herramienta publicitaria a utilizar será la publicidad digital debido al tipo de servicio y al mercado al cual nos dirigimos.

El análisis financiero muestra que el proyecto es viable, con una duración de 5 años el cual cuenta con un VAN de 480,638 y un TIR de 87%, con lo que se recuperará el capital invertido a partir del segundo año.

Palabras Claves: Aplicativo Móvil, Trabajadores de Oficio y Plataforma de servicios.

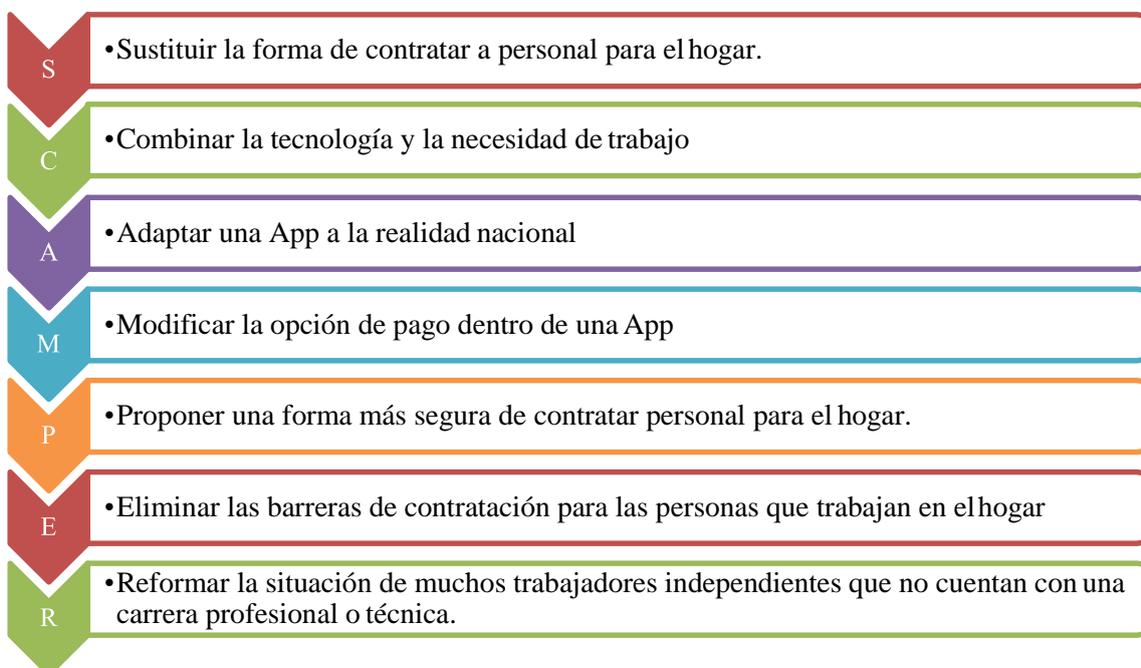
CAPITULO I

1.1 Formulación de la idea de negocio:

El presente plan de negocios busca determinar la viabilidad financiera de nuestra propuesta para la implementación de una plataforma virtual (aplicativo móvil) que conecte a las personas que son técnicas y tengan un oficio no profesionalizado como albañiles, gasfiteros, electricistas, pintores, maquilladores, pintores, cocineros, etc. con potenciales clientes que requieran de sus servicios, por consiguiente actuaremos como un intermediario, brindando oportunidades de trabajo rápido y confiable.

Para generar una idea más clara del negocio se ha empleado en método Scamper

GRAFICO 1 TECNICA DE SCAMPER



Fuente: Elaboración propia

1.1.1 Análisis de la oportunidad:

Actualmente en el Perú y en el mundo, se vienen atravesando cambios que afectan directamente a la mano de obra, por lo que la tecnología ha pasado a ser una herramienta necesaria para el desarrollo del país, así como para lograr de los objetivos empresariales.

Las Organizaciones buscan personas con un perfil profesional cada vez más exigente, por lo que los jóvenes que cuentan una educación superior no universitaria se encuentran en algunos casos excluidos del mercado laboral y como alternativa para generar ingresos prestan sus servicios personales independientemente.

La educación superior no universitaria que ofrecen los institutos proporciona formación técnica como una alternativa más económica para el desarrollo personal de los interesados.

Los estilos de vida de las familias también han cambiado incorporando el uso de la tecnología en su día a día, ahora con solo un clic se puede conseguir servicios y productos para el hogar o para uso el personal. Para validar nuestra propuesta de negocio hemos elaborado una encuesta.

1.1.2 Presentación del modelo de negocio:

El modelo de negocio es disruptivo ya que no existe una empresa similar que ofrezca ese tipo de servicio, por lo que el proyecto de negocio que se presenta, tiene como finalidad la creación de una plataforma virtual de trabajo para personas independientes que buscan ofrecer sus servicios a través de una plataforma virtual (aplicativo móvil) de una manera segura, rápida y confiable.

Los servicios que se ofrecerán en la plataforma virtual están categorizados de la siguiente manera:

a. Para el Hogar

- Gasfitero
- Electricista
- Cerrajero
- Pintor
- Albañil
- Limpieza del hogar

b. Cuidado y Belleza

- Manicure
- Pedicura
- Masajes
- Maquillaje
- Peinados
- Podología

c. Alimentos, Bebidas y Ocio

- Chef en casa
- Bartender en casa
- Pastelería fina
- Dj en casa
- Fotógrafo

Estos servicios se brindarán a domicilio las 24 horas del día los 7 días de la semana, abarcando los distritos ya mencionados.

Debido a los altos índices de delincuencia y para asegurar el bienestar de los clientes, se implementarán filtros de seguridad a las personas que ofertan sus servicios mediante la plataforma tales como:

- Revisión de antecedentes policiales y penales.
- Exámenes psicológicos
- Verificación domiciliaria
- Referencias personales

Los usuarios podrán pagar el servicio con tarjeta de crédito o débito a través de nuestra plataforma (Aplicativo Móvil).

Luego de cada servicio prestado, los usuarios podrán evaluar la calidad del servicio recibido, así como al técnico que brindó el servicio a través de una micro encuesta que aparecerá en su teléfono móvil.

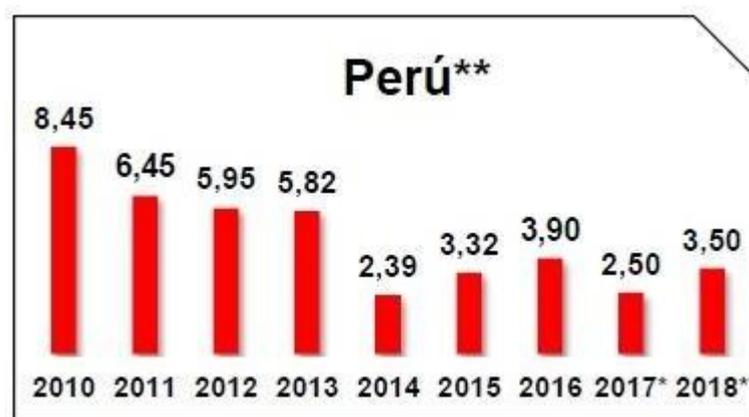
CAPITULO II

2.1 Análisis del Entorno

2.1.1 Factores Económicos

En nuestro país, el cual ha está pasando por una mejora en los factores macroeconómicos en los últimos 10 años, se espera que el 2019 presente mejoras más significativas de lo que fue el año 2018, generando mayor inversión la cual se vería reflejada en nuestro PBI, si bien es cierto aún existe la posibilidad de una inminente crisis económica, se espera que esto no ocurra y se mira al futuro con optimismo.

CUADRO 1: CRECIMIENTO DEL PBI (2010-2018)



Fuente: Banco Central de Reserva del Perú (BCRP).

Podemos decir que nuestro país está mejorando así de esta manera nuestro negocio apunta a ofrecer nuestros servicios a diferentes distritos.

CUADRO 2: CRECIMIENTO DEL PBI (2018-2019)

Cuadro 21 PBI POR SECTORES ECONÓMICOS (Variaciones porcentuales reales)								
	2016	2017		2018*			2019*	
	Año	I Trim.	Año	I Trim.	RI Mar.18	RI Jun.18	RI Mar.18	RI Jun.18
Agropecuario	2,7	-0,2	2,8	5,7	4,0	4,8	4,0	4,0
Agrícola	1,8	-3,7	3,0	7,8	4,3	5,1	4,1	4,1
Pecuario	3,7	4,4	2,7	3,0	3,4	4,4	3,8	3,8
Pesca	-10,1	37,9	4,7	6,1	23,5	30,0	0,5	-4,2
Minería e hidrocarburos	16,3	4,1	3,2	0,6	2,0	0,1	3,5	4,0
Minería metálica	21,2	3,9	4,2	1,7	2,4	0,5	3,0	3,5
Hidrocarburos	-5,1	5,3	-2,4	-5,9	-0,8	-2,0	7,6	7,6
Manufactura	-1,4	2,3	-0,2	1,0	4,8	5,1	3,5	3,8
Recursos primarios	-0,6	11,7	1,9	0,1	9,9	9,9	4,1	4,1
Manufactura no primaria	-1,6	-0,5	-0,9	1,4	3,0	3,5	3,4	3,8
Electricidad y agua	7,3	1,1	1,1	1,4	2,5	3,3	3,5	4,0
Construcción	-3,1	-5,2	2,3	5,1	8,5	7,5	8,0	8,0
Comercio	1,8	0,1	1,0	2,7	3,5	3,7	3,8	3,8
Servicios	4,0	3,1	3,3	4,2	3,7	4,1	4,0	4,2
PRODUCTO BRUTO INTERNO	4,0	2,3	2,5	3,2	4,0	4,0	4,0	4,2
Nota:								
PBI primario	10,0	4,6	3,0	1,8	3,8	2,9	3,6	3,8
PBI no primario	2,4	1,6	2,3	3,6	4,0	4,3	4,2	4,3
* Proyección.								
RI: Reporte de Inflación.								

Fuente: BCRP (Banco Central de Reserva del Perú).

Como se puede apreciar en la tabla mostrada en la parte superior, las proyecciones económicas para el año 2018 y 2019, se observa un crecimiento mayor del 3% durante los primeros 3 meses del 2018, con lo que respecta en la actividad económica, por lo que existe una mayor inversión de las empresas privadas lo cual beneficia económicamente al sector primario y esto se refleja en el incremento del gasto público.

CUADRO 3: RESUMEN DE LAS PROYECCIONES 2018-2019

RESUMEN DE LAS PROYECCIONES						
	2016	2017	2018 ^{1/}		2019 ^{1/}	
			RI Mar.18	RI Jun.18	RI Mar.18	RI Jun.18
Var. % real						
1. Producto bruto interno	4,0	2,5	4,0	4,0	4,0	4,2
2. Demanda interna	1,1	1,6	4,2	4,2	4,2	4,4
a. Consumo privado	3,3	2,5	3,2	3,4	3,6	3,7
b. Consumo público	-0,6	1,0	4,0	3,8	2,5	2,5
c. Inversión privada fija	-5,7	0,3	5,5	5,5	7,5	7,5
d. Inversión pública	-0,2	-2,3	14,2	12,6	5,0	5,0
3. Exportaciones de bienes y servicios	9,5	7,2	3,2	4,4	3,6	3,9
4. Importaciones de bienes y servicios	-2,2	4,0	4,0	5,1	4,3	4,5
5. Crecimiento de nuestros socios comerciales	2,8	3,6	3,7	3,8	3,5	3,6
Nota:						
Brecha del producto ^{2/} (%)	-0,3 ; 0,2	-1,4 ; -0,8	-1,0 ; -0,3	-0,9 ; -0,2	-0,7 ; 0,0	-0,4 ; 0,4
Var. %						
6. Inflación	3,2	1,4	2,0	2,2	2,0	2,0
7. Inflación esperada ^{3/}	-	-	2,2	2,2	2,5	2,5
8. Depreciación esperada ^{3/}	-	-	0,8	1,6	1,1	1,5
9. Términos de intercambio ^{4/}	-0,7	7,3	7,4	4,9	0,2	1,3
a. Precios de exportación	-3,6	13,1	12,0	11,6	0,1	1,9
b. Precios de importación	-3,0	5,4	4,3	6,4	-0,1	0,6
Var. % nominal						
10. Circulante	6,5	6,7	7,6	7,6	8,0	8,5
11. Crédito al sector privado ^{5/}	5,6	6,6	7,5	8,5	7,8	8,8
% PBI						
12. Inversión bruta fija	22,8	21,7	22,2	22,1	22,8	22,7
13. Cuenta corriente de la balanza de pagos	-2,7	-1,3	-1,2	-1,2	-1,3	-1,2
14. Balanza comercial	1,0	2,9	4,3	3,9	4,2	4,1
15. Entrada de capitales externos de largo plazo ^{6/}	4,6	5,6	4,4	4,8	4,4	4,8
16. Ingresos corrientes del gobierno general	18,5	18,0	18,3	18,7	18,5	18,8
17. Gastos no financieros del gobierno general	19,9	20,0	20,3	20,4	20,0	20,3
18. Resultado económico del sector público no financiero	-2,6	-3,1	-3,5	-3,1	-2,9	-2,9
19. Saldo de deuda pública total	23,8	24,8	25,3	25,2	26,3	26,1
20. Saldo de deuda pública neta	6,8	9,5	12,3	11,8	14,8	14,1

RI: Reporte de Inflación
 1/ Proyección.
 2/ Diferencial entre el PBI y el PBI potencial (en porcentaje del PBI potencial).
 3/ Encuesta de expectativas a los analistas y entidades financieras
 4/ Promedio.
 5/ Incluye colocaciones de las sucursales en el exterior de las empresas bancarias.
 6/ Incluye inversión directa extranjera neta, inversión extranjera de cartera en el país y desembolsos de largo plazo del sector privado.

Fuente: Banco Central de Reserva del Perú (BCRP).

CUADRO 4: PERÚ URBANO: INGRESO PROMEDIO MENSUAL PROVENIENTE DEL TRABAJO, SEGÚN GRUPOS DE EDAD

Perú Urbano: Ingreso promedio mensual proveniente del trabajo, según grupos de edad
Años móviles: Abril 2016-Marzo 2017 y Abril 2017 - Marzo 2018
(Soles corrientes)

Grupos de edad	Abr 16-Mar 17	Abr 17-Mar 18 P/	Variación Porcentual
Total	1568,6	1536,3	-2,1
De 14 a 24 años	984,3	950,0	-3,5
De 25 a 44 años	1658,6	1639,4	-1,2
De 45 y más años	1686,1	1636,5	-3,0

Nota: El ingreso promedio por trabajo se ha calculado sin acotaciones de los valores extremos.
P/ Preliminar.
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares.

Fuente: INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática) - Encuesta Nacional de Hogares 2018.

CUADRO 5: PERÚ URBANO: INGRESO PROMEDIO MENSUAL PROVENIENTE DEL TRABAJO, SEGÚN NIVEL EDUCATIVO ALCANZADO

Perú Urbano: Ingreso promedio mensual proveniente del trabajo, según nivel educativo alcanzado
Años móviles: Abril 2016-Marzo 2017 y Abril 2017 - Marzo 2018
(Nuevos soles)

Nivel educativo	Abr 16-Mar 17	Abr 17-Mar 18 P/	Variación Porcentual
Total	1568,6	1536,3	-2,1
Primaria 1/	850,0	828,9	-2,5
Secundaria	1272,8	1264,6	-0,7
Superior 2/	2193,8	2153,2	-1,9

Nota: El ingreso promedio por trabajo se ha calculado sin acotaciones de los valores extremos.
1/ Incluye inicial o sin nivel.
2/ Incluye superior universitaria y superior no universitaria.
P/ Preliminar.
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares.

Fuente: INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática) - Encuesta Nacional de Hogares 2018.

2.1.2 Factor demográfico

La ciudad de Lima metropolitana cuenta actualmente con 43 distritos, siendo esta la capital del Perú, por ello se considera la ciudad más importante del Perú, Lima cuenta con más de 8 millones de habitantes en donde la mayoría de sus habitantes viven en la parte Este, seguido por la parte del norte y por último la parte del sur, debemos recordar que actualmente Lima se encuentra creciendo a través de sus conos (Cono Norte y Cono Sur).

IMAGEN 1: MAPA DE LIMA METROPOLITANA



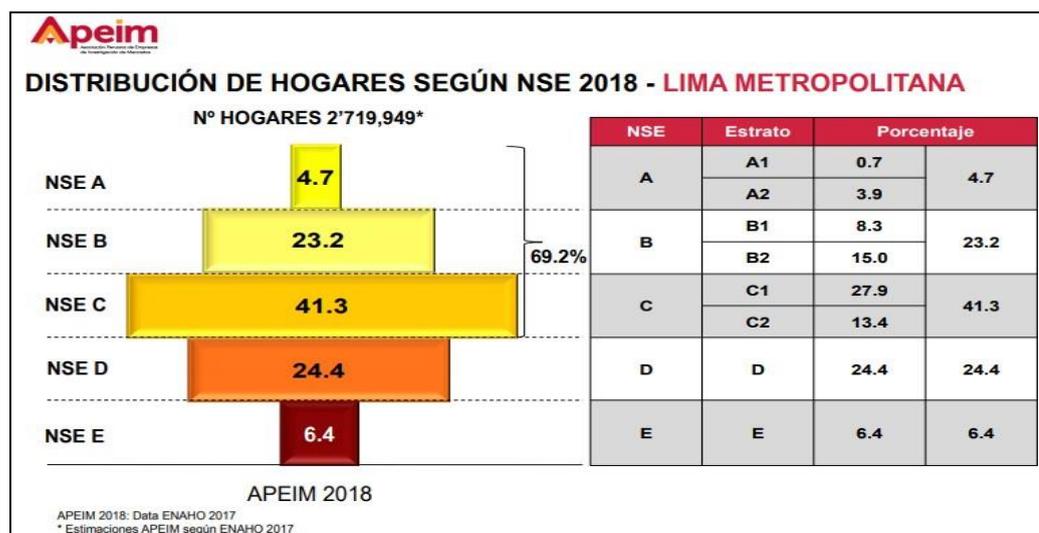
Fuente: www.limacomovamos.org

La población de los distritos a los cuales nos dirigimos se ha venido incrementando en los últimos años. Del resultado de la investigación realizada por APEIM en el año 2018, muestran los siguientes resultados, referente a la distribución de los hogares según NSE en Lima Metropolitana:

- El NSE A está conformado por el 4.7% de la población.
- El NSE B está conformado por el 23.2% de la población.

- El NSE C está conformado por el 41.3% de la población.
- El NSE D está conformado por el 24.4% de la población.
- El NSE E está conformado por el 6.4% de la población.

GRAFICO 2 DISTRIBUCIÓN DE HOGARES SEGÚN NSE 2018 –LIMA METROPOLITANA



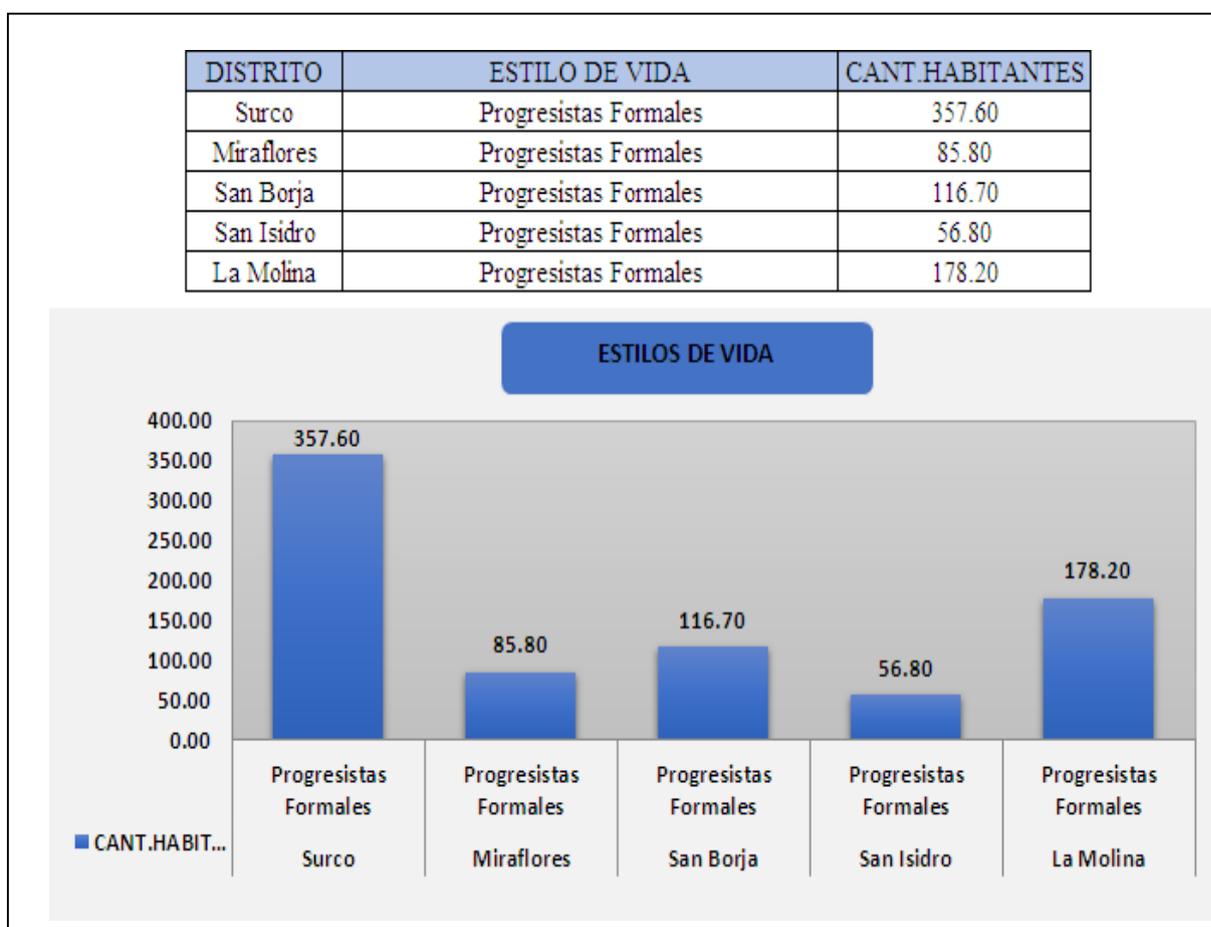
Fuente: APEIM (Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados).

2.1.3 Factores Socioculturales

El estilo de vida agitado, la forma en la cual están compuestas hoy los hogares de los NSE A y B hace que estos no tengan tiempo para desarrollar actividades relacionadas al hogar, dado que por lo general padre y madre trabajan. Esto sumado a la mayor utilización de teléfonos inteligentes y el aumento en las compras a través de aplicaciones en los últimos años generan un escenario que favorece el desarrollo de negocios a través de aplicaciones para Smartphone.

Estilo de Vida: El estilo de vida de las personas de los distritos el cual estamos apuntando a ofrecer nuestros servicios son progresistas, empresarios y emprendedores y también formales, orientados a la familia, valoran mucho su estatus social, a primera vista se tiene una impresión de distritos desarrollados, se cuenta con una estructura muy moderna con una oferta y demanda que se puede sacar provecho con una gestión adecuada.

GRAFICO 3 PERFIL DE ESTILOS DE VIDAS NSE A B 2017



Fuente: Elaboración Propia

2.1.4 Factores Políticos

Nuestro gobierno ha mantenido una política de libre mercado y está implementando nuevas políticas para promover la inversión para reactivar la economía. Esto es para nosotros algo alentador, pues nos da mayor seguridad para invertir e iniciar el proyecto.

- Que exista un mejor nivel de estabilidad por parte del gobierno para que de esta manera el negocio se pueda desarrollar.
- Transparencia, solides y madurez del sistema político para así saber qué medidas tomar en nuestro negocio.
- Políticas de bienestar enfocado en la seguridad de los consumidores.

2.1.5 Factores Legales

El Código de Protección y Defensa del Consumidor, Ley N°29571, (2017). Tiene la finalidad de que los consumidores accedan a productos y servicios idóneos y que gocen de los derechos y los mecanismos efectivos para su protección, reduciendo la asimetría informativa, corrigiendo, previniendo o eliminando las conductas y prácticas que afecten sus legítimos intereses. En el régimen de economía social de mercado establecido por la Constitución, la protección se interpreta en el sentido más favorable al consumidor, de acuerdo a lo establecido en el presente Código. Adicional a esta Ley se contara con toda certificación que acredite la formalización de nuestro negocio.

- Se contara con permiso y certificaciones del rubro a ofrecer.
- Nuestros trabajadores contarán con carnet de sanidad.
- Tendremos permisos sanitarios.

2.1.6 Factores Tecnológicos

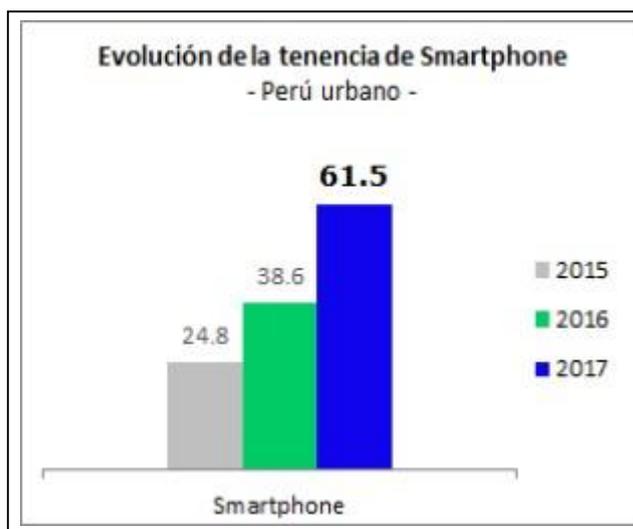
Las mayorías de las empresas optan por modernizarse y adaptarse a este medio, mejorando sus maquinarias y sus servicios por las redes sociales sobretodo el del personal debe estar preparado con altos capacidades en conocimientos.

Por esta razón hay que estar atentos a las nuevas tendencias tecnológicas que suceden en este mundo competitivo, ya sea para introducir al mercado nuevos servicios para así mejorar los que ya tenemos.

La Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública – CPI, en un estudio realizado en octubre del 2017 de nombre “Evolución del mercado de Smartphone y Smart tv en el Perú”, se observa un crecimiento considerando los tres últimos años 2015 - 2017, los smartphones han crecido en todo el país a un 148% en estos últimos tres años, la encuesta se realizó a nivel nacional con una muestra de 4251 hogares. Por lo que se considera un nivel alto de crecimiento nacional: en el sector AB alcanza un 61%, por otra parte en el C creció un 140%, y en el DE tenemos un crecimiento nacional del 253% en los últimos tres años.

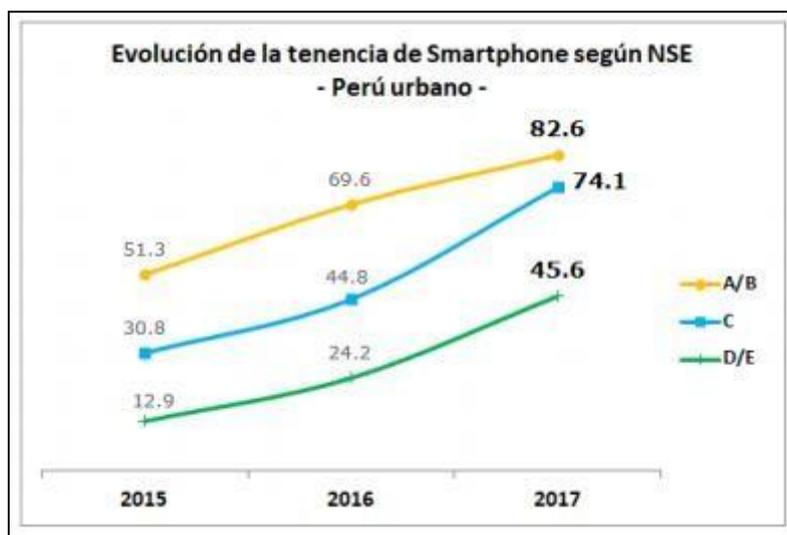
El crecimiento de los smartphones es debido a que existe una alta intensidad de la población por contar con internet en sus celulares y, así como también, el abaratamiento de los equipos por el ingreso de nuevas empresas al mercado.

GRAFICO 4 EVOLUCION DE LA TENECIA DE SMARTPHONE



Fuente: Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública – CPI

GRAFICO 5 EVOLUCION DE LA TENECIA DE SMARTPHONE SEGÚN NSE



Fuente: CPI (Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública).

2.1.7 Factores Ambientales

El mercadeo meta al cual nos dirigimos presenta por lo general una tendencia hacia el cuidado del medio ambiente, esto sumado a que el gobierno de nuestro país viene incentivando una conciencia ambiental, ha motivado que se planifique el desarrollo de la publicidad mayoritariamente a través de medios digitales, evitando la impresión de papel innecesariamente, por ello nuestra empresa se va caracterizar por estar comprometida con el medio ambiente.

2.2 Sondeo de Mercado

El estudio de mercado se realizó para la población que tiene las siguientes características, de acuerdo a las cuatro variables de segmentación:

- Geográfica: Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco y La Molina
- Demográfica: NSE A y B / Edades 25 a 55 / Ambos géneros
- Psicográfica: Personas que se sienten cómodas con la tecnología, que utilizan Smartphone como parte fundamental de sus vidas y que utilizan aplicaciones para comprar productos o servicios.
- Conductual o comportamental: Utilizan por lo menos una vez al mes aplicaciones de smartphones para la compra de productos o servicios.

2.2.1 Análisis de la Demanda

a) Distribución geográfica del mercado de consumo

Nuestro mercado objetivo está dividido en 05 distritos de Lima residencial los mismos que se encuentran en el NSE A y B, los cuales son:

- Miraflores
- San Isidro
- San Borja
- Surco
- La Molina

El distrito de Surco pertenece a la provincia de Lima, el cual limita con los distritos de Miraflores, Surquillo, San Borja, Barranco, Molina, Villamaria del Triunfo y Ate Vitarte.

- Superficie Total: 52.00 km²
- Población: 357.60 habitantes
- Hogares: 107.8.

El distrito de San Isidro que se ubica en la provincia de lima, es uno de los distritos más exclusivos de la esta ciudad y colinda con los distritos de Magdalena, Lince, San Borja, Surquillo y Miraflores.

El distrito de San Isidro cuenta es el numero en lo que respecta a desarrollo humano en nuestro país, y se encuentra habitado por familias de NSE alto. Su área total es de 11,1 km cuadrados.

San Isidro es considerado el centro empresarial de Lima, sus principales rubros económicos son el comercio y sus servicios.

- Superficie Total: 11.1 km²
- Población: 56.80 habitantes
- Hogares: 23.20

El distrito de Miraflores pertenece a la ciudad de Lima, este es uno de los distritos con más alto nivel socioeconómico del país después de San isidro, Miraflores colinda con los distritos de Surquillo, Barranco y Santiago de Surco, Miraflores es uno de los distritos con mayor atracción turístico en Lima.

Miraflores es uno de los distritos más antiguos de la ciudad de Lima y también cuenta con mayor afluencia de visitantes extranjeros.

- Superficie Total: 9.62 km²
- Población: 85.80 habitantes
- Hogares: 33.70

La Molina pertenece a la ciudad de Lima, se ubica en el departamento de Lima y este colinda con los distritos de Ate Vitarte, Pachacamac, Villamaria del Triunfo, Surco y San Juan de Miraflores.

- Superficie Total: 65.75 km²
- Población: 178.20 habitantes
- Hogares: 48.00

San Borja es un distrito que pertenece a la ciudad de Lima y al departamento de Lima, este exclusivo distrito colinda con los distritos de Ate Vitarte, Surco, Surquillo, San Isidro, San Luis y la Victoria.

- Superficie Total: 9.96 km²
- Población: 116.70 habitantes
- Hogares: 37.80

A continuación, se muestra el detalle del cálculo del mercado meta de acuerdo a las variables de segmentación.

CUADRO 6 CÁLCULO DEL MERCADO META

Distritos	Población	NSE A Y B	Población	EDAD 25 A 50	Población	Smart Phone	Población	UTILIZAN APPS	Población
San Isidro	56,800	67%	38,056	38%	14,461	82%	11,906	33%	3,929
Miraflores	85,800	61%	52,338	56%	29,482	92%	27,123	33%	8,951
Surco	357,600	46%	164,496	48%	78,629	88%	69,194	33%	22,834
San Borja	116,700	52%	60,101	36%	21,696	80%	17,357	33%	5,728
La Molina	178,200	41%	73,418	31%	22,760	79%	17,980	33%	5,933
TOTAL									47,379

Fuente: Elaboración Propia

En base al cálculo del mercado y a los datos obtenidos de la investigación de mercados se muestra en el siguiente cuadro la cantidad de servicios que se atenderían en el año 2019.

CUADRO 7: ATENCION DE SERVICIOS – AÑO 2019

DATOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS		
A. PORCENTAJE INTENCIÓN DE COMPRA	43%	20,371
B. CANTIDAD DE SERVICIOS POR AÑO	2	2
TOTAL DE SERVICIOS POR AÑO	40,742	

Fuente: Elaboración Propia

2.2.2 Calculo de la población y muestra

Para el cálculo de la siguiente muestra se utilizó la siguiente formula:

**FÓRMULA PARA CALCULAR LA MUESTRA
POBLACIÓN FINITA ≤ 100 000**

$$n = \frac{z^2 \cdot pq \cdot N}{E^2 (N-1) + Z^2 \cdot pq}$$

N= Tamaño de la Población	
n=Tamaño de la muestra	?
E= Error de la Muestra	0,05
Z= Coeficiente de confianza de distribución normal	1.96
p= Evento Favorable	95%
q= Evento Desfavorable	5%

La fórmula utilizada arrojó el número de n = 382 personas

2.2.3 Tabulación de encuestas

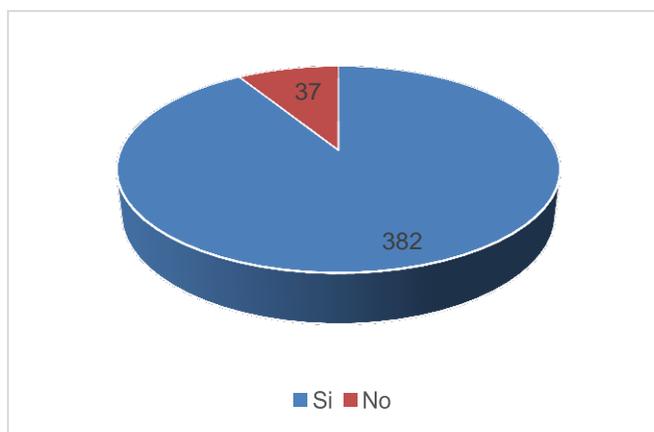
Muestra total encuestada: 382 personas (382 encuestas efectivas). Se realizaron 419 encuestas, de las cuales 37 no aplicaron para ser parte de la muestra dado que respondieron no, a la pregunta filtro. Las personas encuestadas fueron 162 varones y 220 mujeres, en un rango de edad entre 25 y 55 años de edad, de los distritos de San Isidro, Miraflores, Surco, San Borja y La Molina

Pregunta N° 1

¿Usted utiliza aplicación para solicitar servicios?

Si	382
No	37

GRAFICO 6 ENCUESTA / PREGUNTA 01



Interpretación:

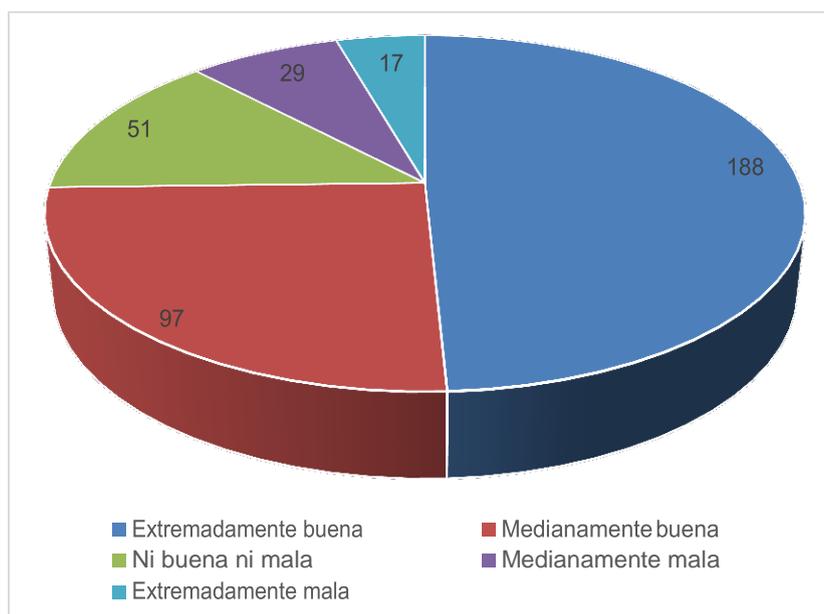
De las 419 personas encuestadas, 382 personas ha solicitado servicios por alguna aplicación y 37 personas afirmo que no ha solicitado ningún servicio por aplicación

Pregunta N° 2

Que le parece el concepto de una aplicación que envía servicios

Extremadamente buena	188
Medianamente buena	97
Ni buena ni mala	51
Medianamente mala	29
Extremadamente mala	17

GRAFICO 7 ENCUESTA / PREGUNTA 02



Interpretación

De las 382 personas encuestadas a 188 le parece que nuestra propuesta de negocios es extremadamente buena, mientras a unas 51 personas la propuesta no le parece ni buena ni mala.

Pregunta N° 3

Cuál de los siguientes servicios usted solicitaría (puede marcar más de una opción)

Gasfiteria	15%
Pintor	10%
Electricista	7%
Maquillaje	6%
Peinados	5%
Limpieza del Hogar	10%
Albañileria	8%
Fotografia	5%
Cerrajería	7%
Dj	5%
Bartender	5%
Masajes	4%
Pedicure	4%
Manicure	4%
Cheff	4%
Pasteleria	1%

GRAFICO 8 ENCUESTA / PREGUNTA 03



Interpretación

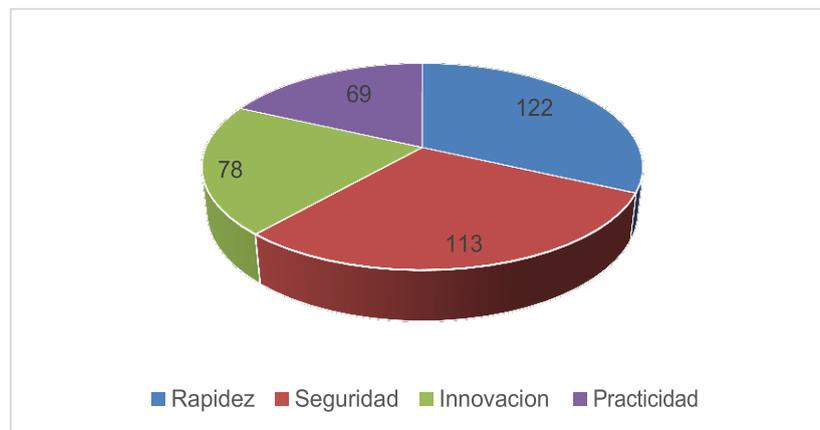
De nuestros 100% de encuestados la mayoría tiende a tener preferencia en los servicios de electricidad, gasfitería y pintura.

Pregunta N° 4

¿Porque utilizaría nuestros servicios de aplicación (puede marcar más de una opción)?

Rapidez	122
Seguridad	113
Innovación	78
Practicidad	69

GRAFICO 9 ENCUESTA / PREGUNTA 04



Interpretación

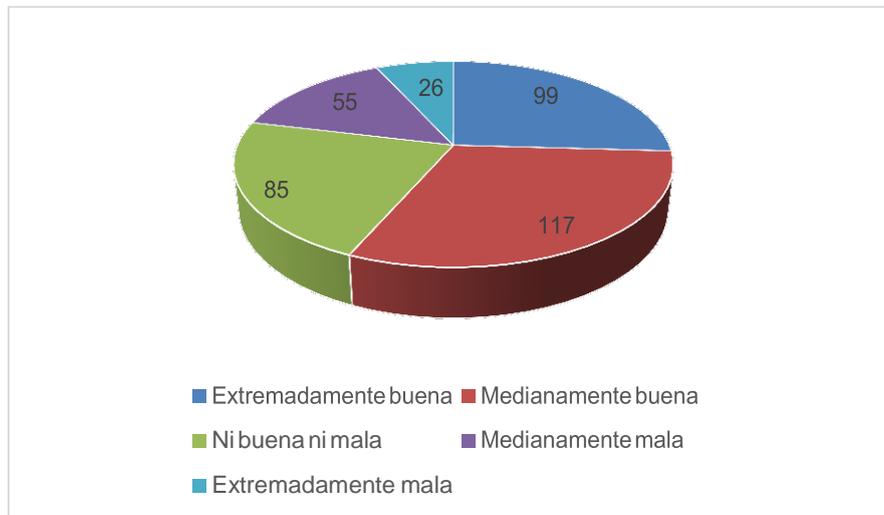
Según el análisis realizado las personas solicitarían el servicio de aplicación en primer lugar por ser más rápido, en segundo lugar por ser más seguro, además que consideran la propuesta innovadora y práctica.

Pregunta N° 5

¿Está de acuerdo en pagar S/. 75.00 por los servicios?

Extremadamente buena	99
Medianamente buena	117
Ni buena ni mala	85
Medianamente mala	55
Extremadamente mala	26

GRAFICO 3 ENCUESTA / PREGUNTA 05



Interpretación

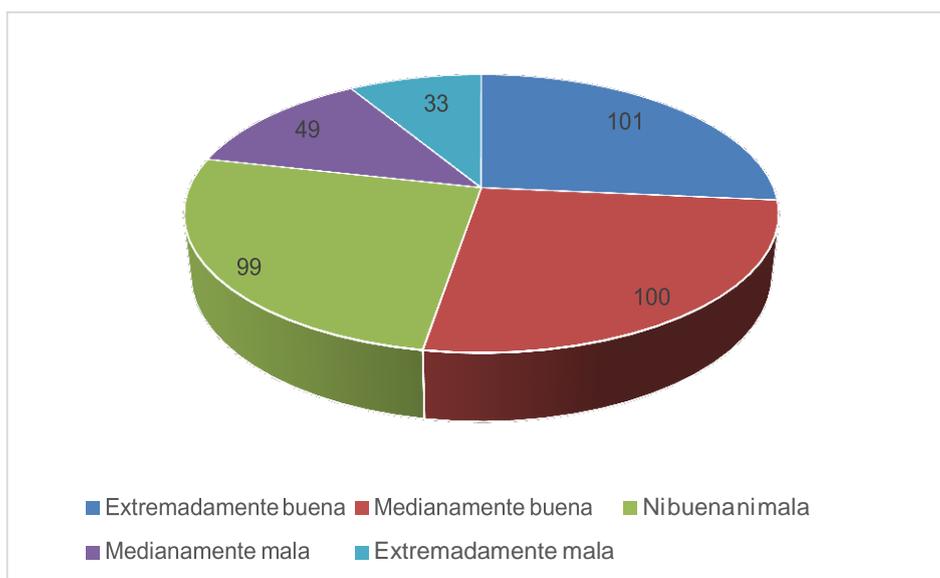
El siguiente análisis nos corrobora que el precio planteado en el presente plan de negocios es aceptado por la mayoría de personas encuestadas.

Pregunta N° 6

¿Qué le parece la imagen de la empresa?

Extremadamente buena	101
Medianamente buena	100
Ni buena ni mala	99
Medianamente mala	49
Extremadamente mala	33

GRAFICO 41 ENCUESTA / PREGUNTA 06



Interpretación

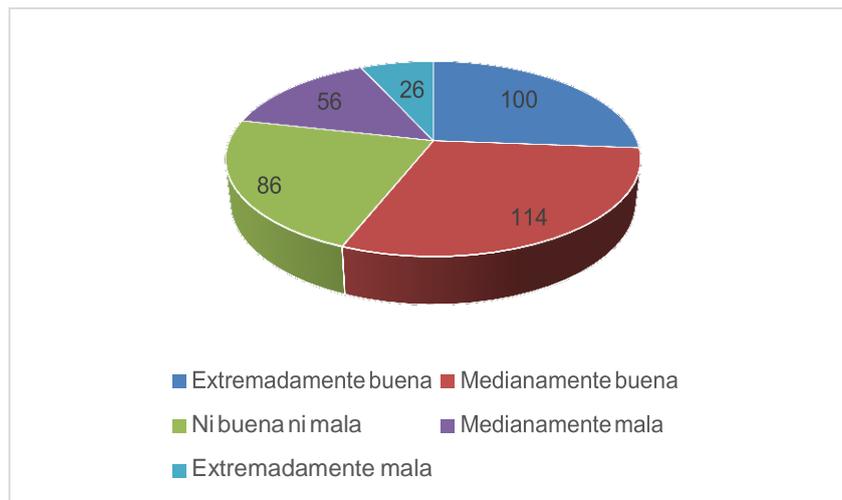
Según el análisis realizado tal como se puede apreciar en la imagen a 101 de personas les parece muy interesante la imagen de la empresa MIL TRABAJOS, MIL OFICIOS S.A.C.

Pregunta N° 7

¿Que el parecen los medios publicitarios que vamos a utilizar?

extremadamente buena	100
Medianamente buena	114
Ni buena ni mala	86
Medianamente mala	56
Extremadamente mala	26

GRAFICO 12 ENCUESTA / PREGUNTA 07



Interpretación

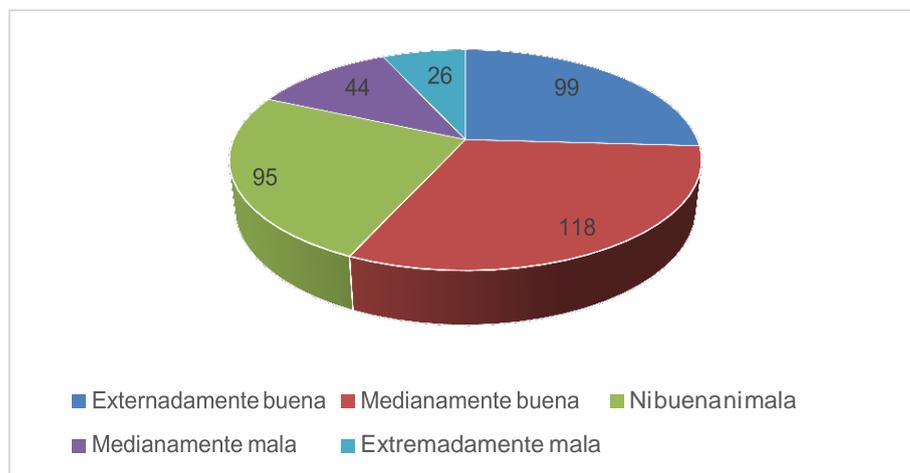
De las 382 personas encuestadas, 100 personas están de acuerdo con los medios publicitarios que se plantea en la presente propuesta de negocios, entonces podemos concluir que hay una alta aceptación por los medios publicitarios a usar.

Pregunta N° 8

¿Qué les parecen nuestras promociones?

Extremadamente buena	99
Medianamente buena	118
Ni buena ni mala	95
Medianamente mala	44
Extremadamente mala	26

GRAFICO 13 ENCUESTA / PREGUNTA 08



Interpretación

Como se puede apreciar la mayoría de personas está de acuerdo con las promociones que planteamos lanzar para posicionarnos en el mercado.

Pregunta N° 9

¿Al precio indicado usted adquiriría el servicio?

Si	267
No	115

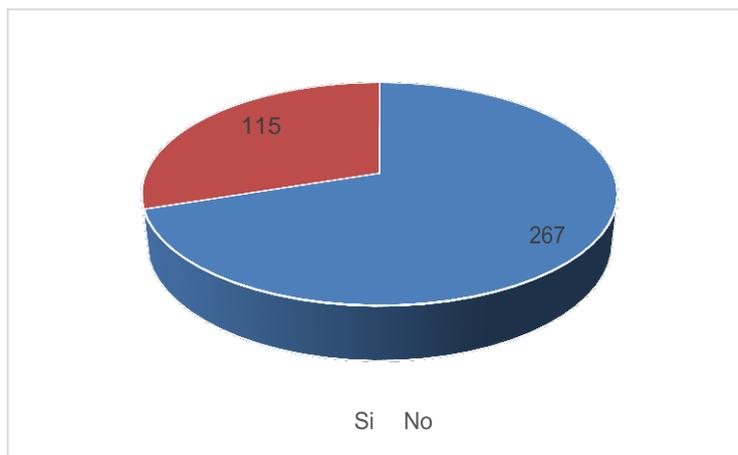


GRAFICO 14 ENCUESTA / PREGUNTA 09

Interpretación

Al precio de S/. 75.00, 265 personas respondieron que si estaría de acuerdo en pagar el monto indicado, y el 115 respondió que no estaría de acuerdo en pagar dicho monto.

Pregunta N° 10

¿Si usted marco que si utilizaría el servicio, ¿cuantas veces al año solicitaría el servicio?

1	19
2	36
3	61
4	48
5	45
6	51
7	47
8	21
9	15
10	22
Más de 10	17

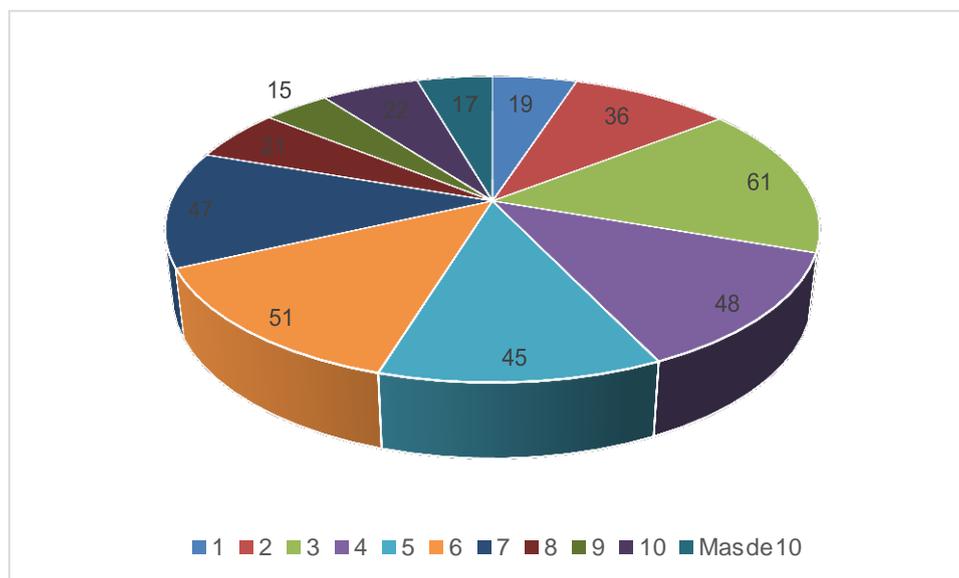


GRAFICO 15 ENCUESTA / PREGUNTA 10

Interpretación

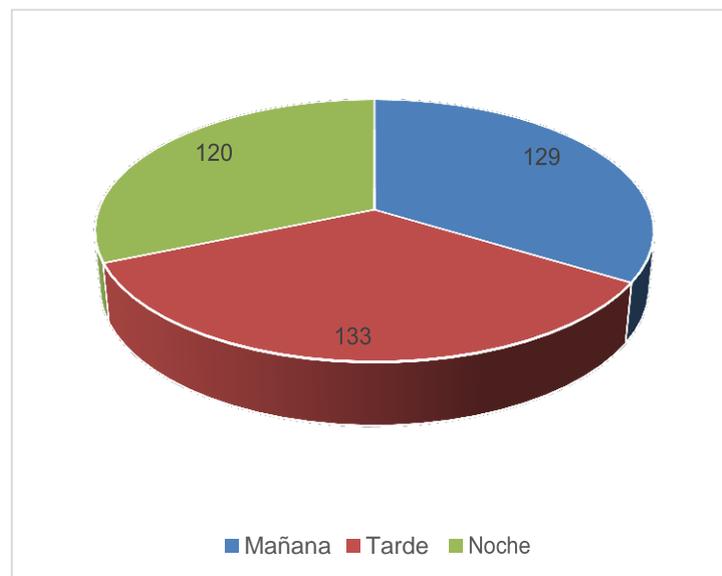
Este análisis nos permite conocer la frecuencia de compra de los servicios por los usuarios al año, como promedio podemos concluir que los usuarios solicitarían por lo menos 35 servicios al año.

Pregunta N° 11

En que horario Adquiriría el servicio

Mañana	129
Tarde	133
Noche	120

GRAFICO 16 ENCUESTA / PREGUNTA 11



Interpretación:

Se observa que la mayoría de personas interesadas en adquirir el servicio por las tardes, esta información nos es útil porque nos permite conocer los horarios con mayor demanda.

2.2.4 Modelo de la encuesta

La siguiente encuesta se realizó con la finalidad de conocer la aceptación de nuestros servicios en los mercados objetivos, así mismo conocer el precio que estarían dispuestos a pagar así como conocer la frecuencia de compra mensual.

Encuesta de la App Mil Trabajos, Mil Oficios

Buenos días

Somos estudiantes de la Universidad Científica del Sur de la carrera de Administración y en esta ocasión queremos solicitarle su apoyo para responder la siguiente encuesta que tiene como finalidad conocer el grado de aceptación en el mercado de un aplicativo móvil donde se ofrezca servicios para el hogar, cuidado personal y entretenimiento.

Edad : _____
 Ocupación : _____
 Distrito : _____

1. Usted utiliza aplicación para solicitar servicios
 Si No

2. Que le parece el concepto de una aplicación que envía servicios

- Extremadamente buena
- Medianamente buena
- Ni buena ni mala
- Medianamente mala
- Extremadamente mala

3. Cual de los siguientes servicios usted solicitaría (puede marcar más de una opción)

Gasfitería	Maquillaje	Albanilería	Barrender
Pintor	Peinados	Fotografar	Masajes
Electricista	Limpieza del Hogar	Cerrajería	Medicura
Chef	Pastelería	DJ	Manicura

4. Porque utilizaría nuestro servicios de aplicación (puede marcar más de una opción)

- Rapidez
- Seguridad
- Innovación
- Practicidad

5. Esta de acuerdo en pagar S/. 75.00 por los servicios

- Extremadamente buena
- Medianamente buena
- Ni buena ni mala
- Medianamente mala
- Extremadamente mala

6. Que le parece la imagen de la empresa

- Extremadamente buena
- Medianamente buena
- Ni buena ni mala
- Medianamente mala
- Extremadamente mala

7. Que el parecen los medios publicitarios que vamos a utilizar

- Extremadamente buena
- Medianamente buena
- Ni buena ni mala
- Medianamente mala
- Extremadamente mala

8. Que les parecen nuestras promociones

- Extremadamente buena
- Medianamente buena
- Ni buena ni mala
- Medianamente mala
- Extremadamente mala

9. Al precio indicado usted adquiriría el servicio
 Si No

10. si usted marco que si utilizaría el servicio, ¿cuantas veces al año solicitaría el servicio?

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
Más de 10	

11. En que horario Adquiriría el servicio

- Mañana
- Tarde
- Noche

2.2.5 Los clientes

Nuestros clientes serán todas las familias que residen en los distritos Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco y La Molina que requieran contar con nuestros servicios. Teniendo en cuenta que los estilos de vida de las familias también han cambiado incorporando el uso de la tecnología en su día a día, ahora con solo un clic se puede conseguir nuestro servicio para su hogar o para su uso personal.

Recientemente la encuestadora IPSOS PERU, publico un estudio en el diario gestión, revela nuevos hallazgos del estudio multicliente “El perfil del adulto 2018”. En dichos estudios se pone al descubierto que, los adultos peruanos comprendidos entre los 36 a 59 años, el 61% ya es digital y se conectan por lo menos una vez a la semana.

IMAGEN 2 EL PERFIL DEL ADULTO 2018



Fuente: Diario Gestión 2018

Como lo muestra el perfil que se muestra a continuación la mayoría de hogares modernos está compuesta por padres y madres que trabajan, lo cual genera una oportunidad para nuestra propuesta.

IMAGEN 3 EL PERFIL DEL ADULTO JOVEN 2018



Fuente: IPSOS

2.2.6 Los competidores

Nuestros competidores a nivel de empresas establecidas son todas aquellas entidades bancarias que también ofrecen este servicio y con un seguro como prima adicional para cubrir sus atenciones y asistencias para su hogar.

La empresa **FALABELLA SERVICIOS GENERALES S.A.C.** cuenta con un convenio con la empresa **AMERICAN ASSIST PERÚ S.A.C.** denominado “SOS PLATINUM”, este convenio, busca brindar Asistencia en el Hogar, Vial, Médica, Legal, Viajes Nacionales y Viajes Internacionales, ante cualquier eventualidad las 24 horas del día, los 365 días del año. Con tan sólo una llamada al 610-6600. El pago mensual por la adquisición de servicios es de S/. 15.00 y se refleja en el estado de cuenta de la Tarjeta Saga Falabella. La relación de servicios que se brinda se encuentra en el anexo 01.

IMAGEN 4 FALABELLA SERVICIOS GENERALES S.A.C.



Fuente: Pagina Web Saga Falabella

La empresa **AMERICAN ASSIST PERÚ S.A.C.** brinda servicios de prestación de asistencia, cuenta con una plataforma tecnológica que siempre está a la vanguardia y funcionando en total sinergia 24 horas 7 días a la semana. La empresa tiene más de 30 años de experiencia en el mercado mundial y dentro de su catálogo de productos y servicios ofrece:

- **Asistencia Hogar:**

- Plomería - en caso de averías o roturas de tuberías fijas propias de la vivienda.
- Electricidad - Reparación del suministro de energía o avería en las instalaciones eléctricas del hogar.
- Rotura accidental de cristales - Sustituiremos los cristales de puertas y ventanas que forme parte del exterior de su domicilio.
- Puerta cerrada - Le proporcionaremos un cerrajero especializado para realizar la apertura de su hogar.

- **Asistencia Vial:**

- Remolque del vehículo - Servicio de grúa en caso de avería o accidente.
- Pinchazo - En caso de pinchazo, cambiaremos la rueda por la de repuesto.
- Depósito de combustible vacío - Le proporcionaremos hasta ocho litros de combustible.
- Paso de corriente - Cargaremos su batería para que pueda volver a circular.

- Cerrajería vial - Envió de Técnico cerrajero para abrir su vehículo.
- Talleres de reparación de automóviles - Le daremos los detalles de los talleres de reparación cercanos.

- **Asistencia Médica:**
 - Orientación médica telefónica 24 horas
 - Interpretación de exámenes de laboratorio
 - Traslado médico terrestre
 - Visita médica a domicilio

- **Asistencia Legal:**
 - Asistencia jurídica preliminar en caso de accidente.
 - Asesoramiento penal primario.
 - En caso de robo del vehículo.
 - En caso de agresión o violación.
 - En caso de robo en el domicilio.
 - En el caso de pérdida de documentos.
 - Multas de tránsito.

IMAGEN 5 LOGO: EMPRESA AMERICAN ASSIST



Fuente: Pagina Web Americanassist.com

2.2.7 Los proveedores

Nuestros proveedores son las personas técnicas que ofrecerán sus servicios profesionales con diferentes oficios según su especialidad.

El perfil de nuestros proveedores serán jóvenes que cuentan una educación superior no universitaria y se encuentran en algunos casos excluidos del mercado laboral, teniendo esta opción como alternativa para generar ingresos.

El Sistema Nacional de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa – Sineace, en un estudio realizado en diciembre del 2015 denominado “Demanda laboral de Técnicos en el Perú y expectativas sobre la certificación de Competencias”, da cuenta de la demanda formativa de profesionales técnicos.

**CUADRO 8 PERÚ: PEA OCUPADA DE TÉCNICOS Y PROFESIONALES
SEGÚN RAMAS DE ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2011**

	Profesionales	%	Técnicos	%
Agricultura, ganadería, pesca y silvicultura	3 042	0,3	4914	0,7
Minería	9 891	0,8	14 590	2,1
Industria de bienes de consumo	14 340	1,2	42 973	6,2
Industria de bienes intermedios y de capital	18 832	1,6	63 820	9,3
Construcción	17 533	1,4	29 010	4,2
Comercio	21 196	1,8	63 264	9,2
Servicios no personales	1 121 612	92,6	387 555	56,3
Servicios personales	3893	0,3	71 505	10,4
Hogares	695	0,1	11 296	1,6
Total	1 211 034	100 %	688 927	100 %

Fuente: Fuente: ENAHO 2011

Así mismo la empresa Manpower Group, ha realizado una encuesta de escasez de talento 2018, donde se resalta que debido a la era digital, la tecnología está transformando cómo se hace el trabajo, creando nuevos roles que requieren nuevas habilidades. La encuesta hace un top 10 de habilidades en demanda en el Perú que se han clasificado entre los principales puestos más difíciles de cubrir en los últimos 10 años en el Perú.

IMAGEN 6 TOP 10 DE HABILIDADES EN DEMANDA EN PERÚ



Fuente: Encuesta de escasez de talento 2018-Perú - MANPOWER

2.3 Análisis de la Industria

El análisis de la industria permite determinar qué tan atractivo es el negocio para los stakeholder, para ello aplicaremos el modelo de las (5) cinco fuerzas de Porter, para lograr conocer la intensidad de la competencia en el sector donde vamos a desarrollar el negocio.

2.3.1 Barrera de ingreso a la industria

Las barreras de entrada son medianas, debido a que se requiere de un monto importante para poder llevar a cabo un emprendimiento similar. La competencia actual no invierte en grandes campañas de marketing.

Para ofrecer nuestros servicios a una plataforma virtual solamente se requiere dar a conocer sus servicios al mercado. Y tener experiencia y estudios, como elementos valorados por el mercado, es por ello que algunos independientes pueden ofrecer sus servicios por aplicaciones, pero difícilmente puedan abarcar toda la gama de servicios que brindamos.

Se puede mencionar como barrera de entrada, para quienes busquen ofrecen sus servicios en una plataforma virtual, que el mercado está solicitando que nuestra plataforma sea certificada internacionalmente.

2.3.2 El poder de Negociación de los Proveedores

Los proveedores cuentan con una alta experiencia en el mercado. Sin embargo, tienen dificultades para llegar a los clientes finales por tal motivo la alianza con nosotros les permitirá crecer conjuntamente. Adicional a ello, debemos tener presente que tienen una integración hacia adelante por lo tanto debemos estar siempre alertas.

Se entiende entonces, que el poder de negociación de los proveedores es alta, sin embargo sus falencias están en el medio como llegan a los usuarios finales, es por ello que buscaremos generar una campaña de 360° grados, brindándole una buena reputación y confianza nuestros proveedores, siempre y cuando los proveedores cumplan con los requisitos que solicita la empresa.

2.3.3 El poder de Negociación de los Clientes

Nuestros clientes tienen bajo poder de negociación ya que la dinámica de plataforma así lo demanda y debido al tipo de cliente que manejamos. Para poder mantener a los clientes es clave que el servicio sea de calidad y que él sienta que por el precio pagado recibe calidad y seguridad.

2.3.4 Los competidores y su nivel de rivalidad

Nuestros competidores son los bancos que también ofrecen un servicio similar, nuestro proyecto es relativamente nuevo y tiene como finalidad la creación de una plataforma virtual de trabajo para personas independientes que buscan ofrecer sus servicios profesionales, se encuentra en una etapa de crecimiento en estos últimos años, y como se menciona si existen empresas que ofrecen este servicio.

Analizar la rivalidad de nuestra competencia nos permite comparar nuestras ventajas y así formular estrategias que nos permitan superarlas.

Lo que tenemos que intentar es diferenciarnos del resto, para tener buena oportunidad de mercado. También tenemos competidores a nivel de profesionales de empresas individuales, pero son competidores indirectos porque no ofrecen toda la gama que manejamos.

2.3.5 Las Barreras de salida de la industria

Las barreras de salida en este tipo de industrias son bajas, ya que los bienes y/o activos a emplear para el funcionamiento del negocio es limitado, por ser un servicio y manejarse mediante una plataforma virtual, no se requiere de un espacio físico de gran magnitud. Una de las ventajas de este tipo de negocio es la experiencia de cada uno de nuestros proveedores de servicios, pues ellos serán el contacto directo entre nosotros y el cliente.

CAPITULO III

3.1 Planeamiento Estratégico

3.1.1 Análisis FODA

Fortalezas

- Propuesta novedosa
- Contar con variedad de servicios
- Horario de 24 horas
- Soporte tecnológico y telefónico
- Equipo de trabajo comprometido y emprendedor
- Técnicos capacitados, calificados y verificados por la empresa para desempeñar el trabajo.
- Controles de seguridad con los técnicos que garanticen la seguridad y confiabilidad de los usuarios

Oportunidades

- Cambio en los estilos de vida de las familias
- Acceso a teléfonos inteligentes con internet a precios accesibles
- Inseguridad de los usuarios por dejar ingresar a personas extrañas a sus hogares
- Corto tiempo de espera para los usuarios
- Crecimiento económico de los NSE A y B

Debilidades

- Empresa nueva en el mercado (poco conocida)
- Forma de pago (desconfianza en clientes de más edad)
- Requerimiento de información personal para registrarse en la plataforma y poder acceder a los servicios, así como para efectuar los pagos (tarjetas de crédito o débito).
- Desconocimiento de la empresa en el sector
- Poca inversión en publicidad

Amenazas

- Ingreso de nuevos competidores con mayor capacidad de inversión
- Probabilidad de fuga de técnicos
- Cambios en las leyes que regulen con mayor presencia los servicios que se brindan por medio de aplicativos móviles.

3.1.2 Visión

Ser reconocidos como la alternativa más confiable y segura para solucionar los problemas técnicos de los hogares limeños con la mejora calidad posible.

3.1.3 Misión

Somos una plataforma virtual que conecta a profesionales que ofrecen sus servicios con los hogares que los necesitan, solucionando los problemas técnicos las 24 horas del día, los 7 días de la semana de manera rápida y efectiva.

3.1.4 Objetivos estratégicos

1. Vender 40,742 servicios en el primer año (2018)
2. Incrementar la rentabilidad en un 5% en el 2019.

3.1.5 Estrategia Genérica

La estrategia que implementara en Mil Oficios, Mil Trabajos SAC, es la estrategia de diferenciación y esta recaerá en:

a) Diferenciación a través del servicio ofrecido:

- Los servicios se brindan las 24 horas del día, los 7 días de la semana.
Personal técnico calificado y capacitado
- Personal técnico debidamente identificado con fotocheck de la empresa.
Garantía de 03 meses por el servicio realizado

b) Diferenciación a través de las personas que brindan el servicio

- Implementación de un Manual de atención al cliente.
- Técnicos con facilidad de palabra y empatía.

c) Diferenciación a través de la imagen de la empresa

- Descuentos por cliente frecuente.
- Estrictos filtros de seguridad las personas que ofertan sus servicios mediante la plataforma

3.1.6 Fuentes de ventajas competitiva

Nuestra ventaja competitiva radica en la seguridad y calidad de servicio que brindamos a nuestros usuarios en cada uno de los servicios solicitados, garantizamos una experiencia cómoda y placentera gracias al buen trato que reciben por parte del personal, los mismos que se encuentran calificados y capacitados en cada labor que desempeñan.

3.1.7 Alianzas estratégicas

Una de las alianzas estratégicas será con la empresa SODIMAC SAC, puesto que esta brinda capacitación gratuita a todo el público en general en temas relacionados a trabajos de construcción, electricidad, albañilería, gasfitería, pintura, etc. Esta alianza busca que los técnicos que ofrecen sus servicios en la plataforma MIL TRABAJOS, MIL OFICIOS SAC, estén actualizados en los trabajos que desempeñan, para que puedan brindar una mejor calidad en sus servicios de mano de obra.

CAPITULO IV

4.1 Plan de Marketing

4.1.1 Objetivos de Marketing

- ✓ Dar a conocer la marca a 2000.000 personas, en el 2019.
- ✓ Posicionarnos un 60% del mercado objetivo, como la alternativa más eficaz de servicios para el 2019.
- ✓ Conseguir una satisfacción e nuestros clientes superiores al 90 % para el 2019.

4.2 Mezcla de Marketing

4.2.1 Descripción del producto o servicio:

- ✓ Somos una aplicación gratuita que funcionara en los android s, y estará al alcance las 24 horas del día.
- ✓ Brindaremos un soporte web vía telefónica a nuestros clientes.
- ✓ El servicio que se ofrece es vincular a las personas que no cuentan con empleo fijo, con las personas que buscan y requieran un servicio para su hogar, los servicios que se ofrecerán en la plataforma serán los siguientes.

**CUADRO 9 SERVICIOS A OFRECER EN MIL OFICIOS, MIL TRABAJOS
SAC**

Para el Hogar	Cuidado y Belleza	Alimentos, Bebidas y Ocio
Gasfitero	Manicure	Chef en casa
Electricista	Pedicura	Bartender en casa
Cerrajero	Masajes	Pastelería fina
Pintor	Maquillaje	Dj en casa
Albañil	Peinados	Fotógrafo
Limpieza del hogar	Podología	

Fuente: elaboración propia

Estos servicios se brindaran a domicilio las 24 horas del día los 7 días de la semana y se comenzara con el distrito de Surco.

La aplicación será compatible para los sistemas operativos IOS y Android, la cual contara con una interfaz sencilla para el uso del usuario.

CUADRO 10 CARACTERISTICAS DE LA APLICACIÓN

CARACTERISTICAS	BENEFICIOS
Funciona en Android e iOS	Funciona en todo Smartphone
Funciona las 24 horas	Te saca de apuro en cualquier
Tiene un sistema de Rank y recomendación.	Garantiza conseguir un buen servicio
Variedad de forma de pago	Se adapta a todo tipo de personas

Fuente: elaboración Propia

CUADRO 11 FICHA TÉCNICA DEL APLICATIVO

Lenguaje de Programación	HTLM5, JavaScript
Software de edición y programación	Android Studio, Xcode
Formato de empaquetamiento	APK
Software (CMS)	Móvil Fácil
Programa de Preview	Your App
Servidor	ThinkServer TS140

Fuente: elaboración propia

La empresa MIL OFICIOS, MIL TRABAJOS S.A.C. está representada por un imagotipo, con la imagen de una mano y una herramienta de ferretería seguida del nombre de la empresa. Buscamos generar confianza en los usuarios es por ello que se usa colores fríos, el color azul transmite seguridad, calma, honestidad, fuerza, cuidado y confianza.

IMAGEN 7 IMAGOTIPO DE LA EMPRESA MIL TRABAJOS, MIL OFICIOS SAC



Fuente: elaboración Propia

Para el desarrollo de la plataforma virtual (aplicativo móvil) utilizaremos los códigos que nos proporciona los sistemas operativos de Android y IOS, ya que nos va a permitir llegar a más usuarios con dispositivos móviles.

Trabajamos con herramientas nativas de los sistemas operativos Android E IOS como: GPS, Calendario; Notificaciones, Galería de imágenes, Carrete de Fotos; además, de diversas funcionalidades de otras aplicaciones descargadas en el Smart pone del usuario. Las aplicaciones pueden acceder a información del usuario como:

- Ubicación del usuario
- Perfil de Google
- ID De Apple
- Información de perfil en Redes sociales

4.2.3 Estrategia de Precio

El costo de descargar la aplicación es gratuito, el precio de los servicios varía dependiendo de la complejidad del servicio a ofrecer, la compañía cobrará al prestador del servicio una comisión que equivale a S/. 12.50 (tarifa Única) del costo total del servicio, como se explica en el siguiente ejemplo.

CUADRO 12 PRECIO POR EL SERVICIO DE PINTADO DE PUERTA

Servicio	Costo del Servicio	Comisión
Pintado de Puerta	S/ 75.00	S/ 12.50

Fuente: elaboración propia

Cabe precisar que el costo servicio ofrecido varia y esto depende mucho del prestador del servicio, pero la comisión que cobramos siempre será del 25%, si el usuario decide cancelar el servicio una vez que ya haya aceptado y confirmado la ejecución de un servicio, nosotros cobraremos una penalidad simbólica del 7%, como se expresa en el siguiente cuadro.

CUADRO 13 PAGO POR PENALIDAD

Servicio	Costo del Servicio	Penalidad
Pintado de Puerta	S/ 75.00	S/ 5.25 (7%)

Fuente: elaboración propia

Por ser un servicio único en el país, no podemos guiarnos de los precios de la competencia por que no los hay, pero los precios pueden varían dependiendo a la demanda del mercado.

Los clientes podrán realizar los pagos con cualquier tarjeta de crédito de débito, el pago para nuestros proveedores se realizarán en al transcurrir una semana de haber realizado el servicio.

4.2.4 Estrategia de distribución o plaza

Nuestro sistema de distribución será directo porque no tendremos intermediarios para llevar nuestro servicio al cliente, las personas de los distritos el cual estamos enfocados podrán descargar la aplicación con cobertura, asimismo se brindara un soporte virtual y teléfonos a nuestros usuarios lo cual será monitoreado las 24 horas.

Nuestra estrategia de distribución será buscar y captar la mayor cantidad de usuarios dentro del área geográfica de los distritos donde brindaremos nuestros servicios.

El local de atención y donde brindaremos información sobre nuestros servicios se encuentra ubicada en el distrito de Santiago de Surco en la Urbanización Trigal

Antares. Hemos decidido poner nuestra sede en ese distrito, debido a la cercanía con los demás distritos de Lima residencial (San Isidro, Miraflores, San Borja y la Molina).

IMAGEN 8 UBICACIÓN DEL NEGOCIO



Fuente: Municipalidad de Surco

4.2.5 Estrategias de Promoción

La estrategia de promoción de Mil Oficios y Mil Trabajos será buscar el público objetivo en redes sociales y también en lugares donde frecuente mucha gente, en éste caso son los supermercados, puestos de periódico.

Aunque la promoción tradicional nos dice que se debe iniciar repartiendo folletos en este caso esto debería estar de la mano con la promoción que se presente en las redes sociales.

Para su promoción y con la finalidad de aumentar el interés que tengan nuestros fieles clientes por nuestros servicios se ofrecerá las siguientes promociones:

- Por el pago de 3 servicios consecutivos recibe el cuarto gratis.
- Descuento 10% en cualquier servicio por recomendación a nuevos clientes.

4.2.6 Estrategia de servicio al cliente o postventa

Dentro de las estrategias de servicio al cliente o postventa de MIL OFICIOS, MIL TRABAJOS S.A.C. Utilizaremos las siguientes:

- Agradecer la compra: Trasmitir a nuestros clientes lo agradecidos que estamos por su compra y por su preferencia. Ofrecerle un descuento en otro servicio, una extensión de garantía, un descuento para una próxima compra.
- Hacer seguimiento a los clientes: realizar llamadas, mantener una comunicación constante, de tal modo que nos permita conocer su experiencia con nuestro servicio, escuchar lo que el cliente tiene para decir, evaluar y corregir si es necesario.
- Cualquier queja o sugerencia de nuestros clientes será atendido a la brevedad posible, buscando con esto la plena satisfacción del cliente.
- Nuestra La empresa MIL OFICIOS, MIL TRABAJOS S.A.C. mantendrá actualizado su portafolio de servicios a través de su perfil en s redes sociales, pagina web y la plataforma virtual.
- Con la finalidad de evaluar nuestra experiencia por nuestro servicio contaremos con una aplicación de encuestas de satisfacción, los clientes tendrán la libertad de calificar el servicio recibido y si ha superado o no sus expectativas, de esta manera mediremos a nuestros colaboradores y poder asumir y tomar medidas correctivas en mejorar nuestro negocio.

4.2.7 Estrategia de posicionamiento

Para que nuestro negocio sea reconocido en el mercado estamos apuntando posicionarnos en las redes sociales ya que según datos pronósticos la mayoría de usuarios está en la vanguardia en la tecnología así nuestra marca podrá ser más reconocida y visitada por frecuencia.

- Posicionarnos por nuestra confianza y seguridad hacia nuestros clientes por la buena atención por el servicio brindado.
- Nos diferenciaremos por nuestro horario flexible ya que nuestro servicio se ofrecerá las 24 horas y todos los días de la semana.

Las herramientas de publicidad a utilizar, las fechas de ejecución de las actividades y los montos se detallan en el cronograma que se muestra a continuación:

CUADRO 14 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

Cronograma de actividades para el Plan de Marketing												
ACTIVIDADES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECIEMBRE
A. ATL												
1.VALLAS												
AV. BENAVIDES CUADRAS 40	S/. 7,000											
AV.PARDO			S/. 7,000									
AV. COMANDANTE ESPINAR				S/. 8,000								
2.PRENSA ESCRITA												
ANUNCIO PUBLIMETRO					S/. 5,000							
3.VOLANTES												
TANDA 1 PARQUE KENEDY	S/. 500	S/. 500	S/. 500									
TANDA 2 OVALO HIGUERETA		S/. 500	S/. 500	S/. 500								
TANDA 3 OVALO GUTIERREZ				S/. 500	S/. 500	S/. 500						
TANDA 4 MOLICNETRO					S/. 500	S/. 500	S/. 500					
TANDA 5 LARCOMAR								S/. 500	S/. 500	S/. 500		
4. RADIO												
RPP	S/. 1,100	S/. 1,100		S/. 1,100								
STUDIO 92					S/. 1,100		S/. 1,100	S/. 1,100				
RADIO PLANETA									S/. 1,100	S/. 1,100		S/. 1,100
B. BTL												
1-ACTIVACION												
STAND LARCOMAR	S/. 1,000	S/. 1,000										
STAND JOCKEY			S/. 1,000	S/. 1,000								
STAND MOLICNETRO					S/. 1,000	S/. 1,000						
STAND SODCIMAC 1							S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000			
STAND SODIMAC 2									S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000	
STANDA SODIMAC 3										S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000
C. OTL												
1. ANUNCIOS EN REDES SOCIALES												
MODELO 1 FB	S/. 250	S/. 250	S/. 250									
MODELO 2 FB				S/. 250	S/. 250							
MODELO 1 INSTAGRAM						S/. 250	S/. 250					
MODELO 2 INSTRGRAM								S/. 250	S/. 250			
MODELO 1 LINKIDING										S/. 250	S/. 250	
2. ANUNCIOS EN SITIOS WEB												
COMERCIO	S/. 205	S/. 205	S/. 205	S/. 205								
PERU21				S/. 205	S/. 205	S/. 205	S/. 205					
SODIMAC								S/. 205	S/. 205	S/. 205	S/. 205	
RPP												S/. 205
3. SMS												
CAMPAÑA 1				S/. 75	S/. 75	S/. 75	S/. 75					
CAMPAÑA 2									S/. 75	S/. 75	S/. 75	S/. 75
4. PERFIL FB												
DISEÑO Y MANTENIMEINTO	S/. 120	S/. 120	S/. 120	S/. 120	S/. 120	S/. 120	S/. 120	S/. 120	S/. 120	S/. 120	S/. 120	S/. 120
5. SEM Y SEO												
CAMPAÑA ANUAL	S/. 950	S/. 950	S/. 950	S/. 950	S/. 950	S/. 950	S/. 950	S/. 950	S/. 950	S/. 950	S/. 950	S/. 950
6. INFLUENCERS												
INFLUENCER 1	S/. 1,000						S/. 1,000					
INFLUENCER 2	S/. 1,000		S/. 1,000									S/. 1,000
4. PROMOCION												
PROMOCION 1	S/. 500				S/. 500				S/. 500			S/. 500
PROMOCION2	S/. 500				S/. 500				S/. 500			S/. 500
PROMOCION3		S/. 500		S/. 500			S/. 500					S/. 500
TOTALES	S/. 14,125	S/. 5,125	S/. 11,525	S/. 13,405	S/. 10,700	S/. 3,600	S/. 5,700	S/. 4,125	S/. 6,200	S/. 5,200	S/. 3,600	S/. 5,950

Fuente: Elaboración Propia

Se elaboró el siguiente cronograma de actividades el cual detalle el precio de cada acción a tomar en nuestro plan de marketing.

4.2.8 Mecanismos de Control

Para realizar el monitoreo y seguimiento del cumplimiento de los objetivos del plan de marketing se utilizó los siguientes mecanismos de control:

- a) **Canales que aportan tráfico a la Red:** Controlar el impacto de las estrategias y herramientas utilizadas en los distintos canales para lograr un mayor tráfico de usuarios y entender su impacto en el tráfico total de la plataforma virtual.

Medición: Se llevará a cabo obteniendo el número de visitas, tiempo promedio de visitas, tipos de dispositivos usados por los visitantes, fuente de tráfico (SEM, redes, buscador o web) y ubicación utilizando la fórmula:

Trafico por Canal = # Número de visitas / Canal de visita

- b) **Conversiones (instalación de la aplicación): conocer el número de descargas** en iOS y Android para así poder optimizar la campaña y para conocer el ROI de la inversión en iOS y Android.

Medición: comprendiendo la cantidad de descargas (iOS o Android), la generación de leads de calidad, seguido por la compra final de un producto utilizando la fórmula:

Descarga del aplicativo = # Leads de calidad / compra final del servicio.

- c) **Crecimiento de Seguidores:** Impacto sobre los seguidores en las redes sociales de acuerdo a las campañas

Medición: evaluar el crecimiento de los followers entre campaña y de manera mensual, utilizando la fórmula:

$$\text{Crecimiento} = \frac{\# \text{ de nuevos followers}}{\# \text{ de followers actual}}$$

CAPITULO V

5.1 Plan de Operaciones

5.1.1 Objetivo de operaciones

Todos nuestros servicios serán el eje principal de nuestro negocio, para medir el nivel de satisfacción de nuestros clientes, estableceremos herramientas que nos permitan llegar al nivel óptimo. Nuestros objetivos son los siguientes:

- Cumplir con el 99.99% de satisfacción de los 100 % de las solicitudes realizadas el 2018.
- Tener un porcentaje de incidencia máximo de 1 % de cada 10 mil operaciones realizadas.

Plan para conseguir nuestros objetivos

- Todos nuestros procesos serán documentados para una mejor prestación de servicio
- Tener un adecuado control de inventario (Material / Recurso Humano)
- Determinar si las capacidades y existencias de los procesos y recursos tanto humanos como materiales identificados son coherentes con las condicionantes y limitantes esenciales impuestas por el entorno.
- Establecer las tareas relacionadas con la planificación, realización y control del flujo físico del personal desde la solicitud del servicio hasta el lugar de su consumo final.

5.1.2 Actividades al inicio de la producción

Estrategia de Operaciones

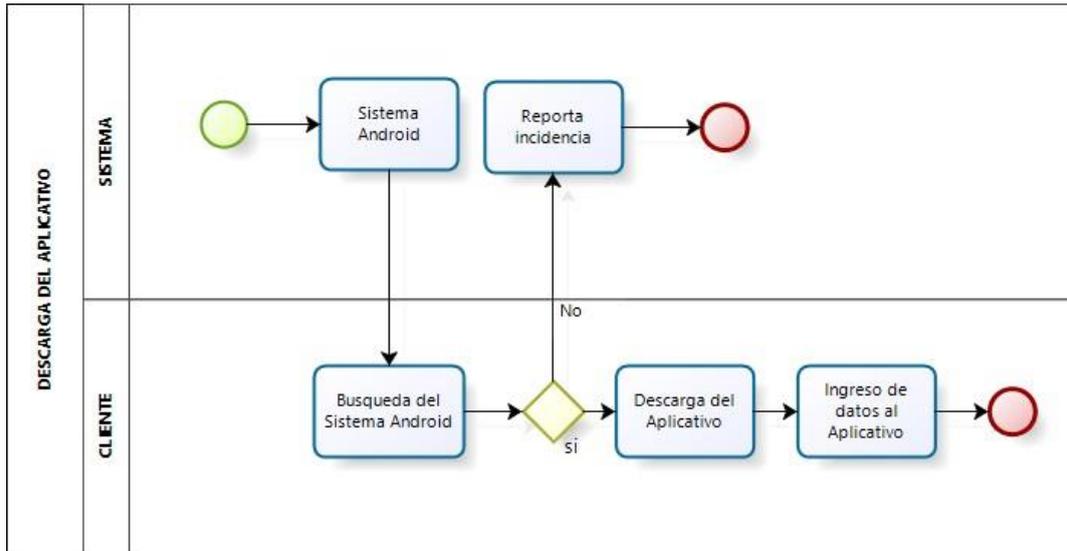
Antes de iniciar las operaciones en MIL OFICIOS, MIL TRABAJOS S.A.C. debemos evaluar con que proveedor se trabajara evaluando la relación directa que tendrá con nuestro servicio.

- **Gestión de Compras:** La práctica de una adecuada y correcta gestión de compras aseguraría que MIL OFICIOS, MIL TRABAJOS S.A.C. cuente con los mejores proveedores para cumplir con las operaciones del día a día y poder garantizar un y servicio de calidad para nuestros clientes. Es aquí donde tenemos la oportunidad para reducir costos y tener una mayor rentabilidad. Conforme vayamos avanzando en nuestras operaciones y estemos más sólidos, nuestra relación con los proveedores se afianzará y lograremos tener mayor poder de negociación. Los puntos clave que nuestros proveedores deben cumplir son los siguientes:
 - ✓ Respetar sus tiempos de entrega.
 - ✓ Calidad 100 % de sus productos.
 - ✓ Precio.
- **Proveedores:** Los proveedores con que trabajaremos residen en Lima Metropolitana, y cuentan con una amplia experiencia y distinción en la calidad de sus productos. Nuestros principales proveedores serán:
 - ✓ Datacom
 - ✓ Linecias
 - ✓ Sodimac.
- **Inventarios:** Nuestro negocio no está orientado a la producción pero es importante llevar un control eficiente del stock de recurso que utilizaremos.

5.1.3 Procesos de solicitud del servicio

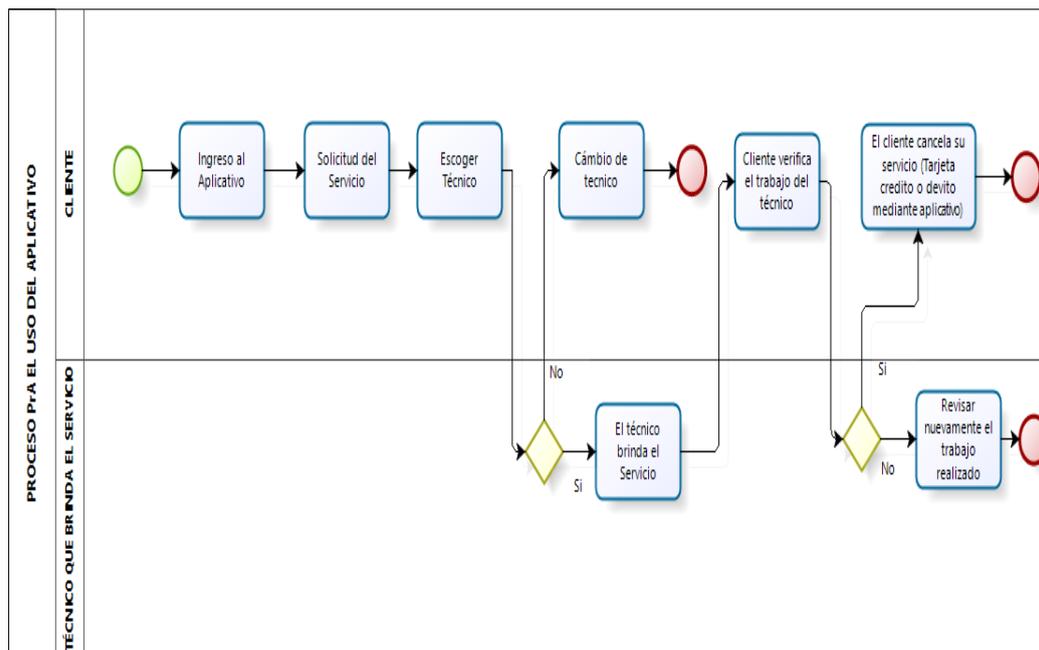
Para solicitar algún servicio que se brinde en MIL OFICIOS, MIL TRABAJOS, los usuarios deben seguir los siguientes pasos:

GRAFICO 17 PROCESO PARA LA DESCARGA DE APLICATIVO MIL OFICIOS, MIL TRABAJOS CLIENTES



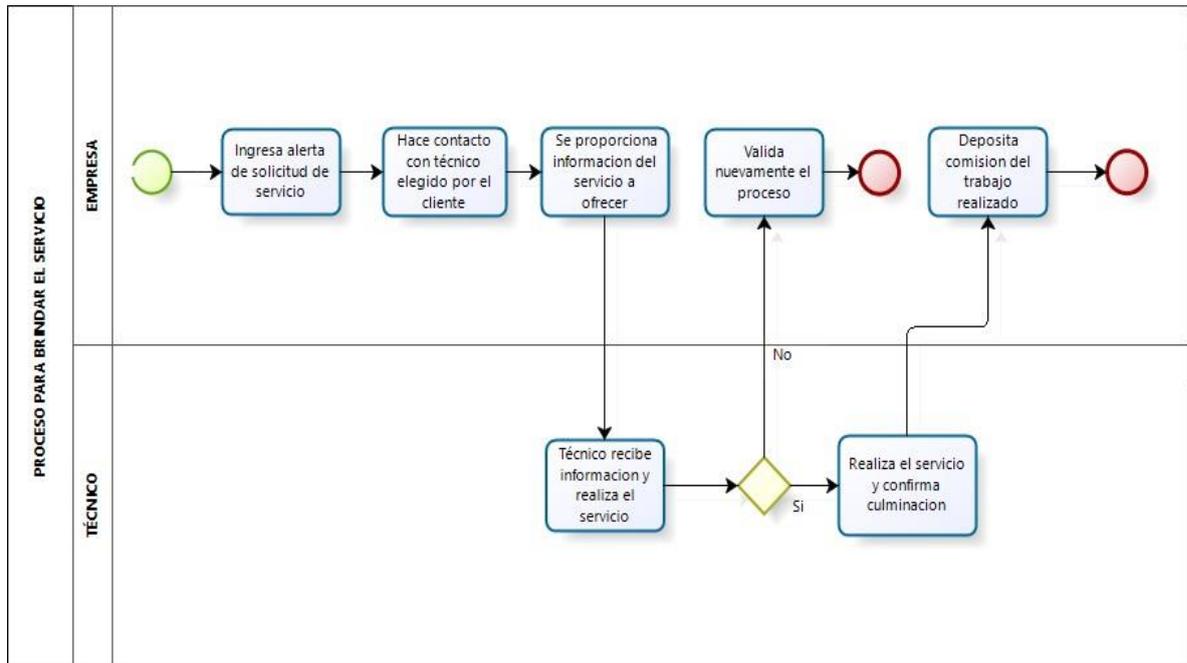
Fuente: Elaboración Propia

GRAFICO 18 PROCESO PARA EL USO DE APLICATIVO MIL OFICIOS, MIL TRABAJOS CLIENTES



Fuente: Elaboración Propia

GRAFICO 19 PROCESO PARA BRINDAR LOS SERVICIOS DE APLICATIVO MIL OFICIOS, MIL TRABAJOS – EMPRESA



Fuente: Elaboración Propia

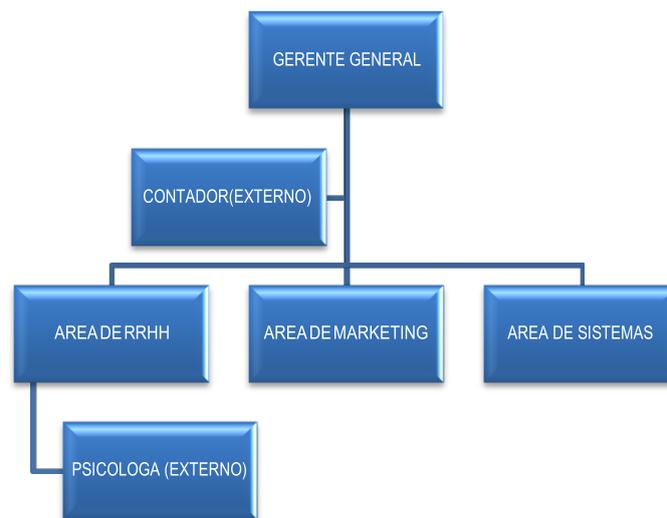
CAPITULO VI

6.1 Esquema y Plan de Recursos Humanos

Para la puesta en marcha del presente proyecto, será necesario contratar con el personal capacitado para el efectivo desarrollo de cada una de las funciones a realizar dentro de la empresa.

A continuación se muestra el organigrama donde establece y describe el área operativa y administrativa:

GRAFICO 5 DISEÑO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



Fuente: Elaboración Propia

6.2 Estructura orgánica de la Empresa

Órganos de Dirección

- Gerente General

Órgano de Línea

- Área de RRHH
- Área de Marketing
- Área de Sistemas

Órgano Externo

- Contador
- Psicóloga

6.2.1 Líneas de autoridad, responsabilidad y coordinación

Nuestra línea de autoridad que permitirá una óptima organización son directas y verticales, esto rinde brindar información a su autoridad inmediata superior, tanto en sus deberes y responsabilidades.

Las responsabilidades generales de la organización, está a cargo de nuestra ética y actitud de fomentar un trabajo sostenible y profesional, teniendo una mente abierta en afrontar todo tipo de responsabilidad

Nuestro acoplamiento se realizara teniendo como base sólida nuestras funciones y cargos así como el logro de objetivos de la empresa.

6.3 Régimen Laboral Mype

Las formas de elaborar un negocio han variado (**Rendon, 2014**) El autor menciona que:

El objetivo de este plan de negocios para la micro y pequeña empresa (Mype) es ayudar al lector a pensar en todos los detalles esenciales de un negocio y sobretodo apoyar y dirigir la elaboración del proyecto para la creación de un negocio o la ampliación de uno ya existente (cap. XVI)

Estoy de acuerdo con el autor nos menciona las pautas de un plan de negocio.

Este régimen MYPE está dirigido a toda persona emprendedora que deseen formar un negocio teniendo una orientación de cuales son las cláusulas para su ejecución, también nos indica que toda persona debe estar orientada en la normas y tener conocimiento del negocio que desea emprender.

MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
Remuneración Mínima Vital (RMV)	Remuneración Mínima Vital (RMV)
Jornada de trabajo de 8 horas	Jornada de trabajo de 8 horas
Descanso semanal y en días feriados	Descanso semanal y en días feriados
Remuneración por trabajo en sobretiempo	Remuneración por trabajo en sobretiempo
Descanso vacacional de 15 días calendarios	Descanso vacacional de 15 días calendarios
Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (SEGURO INTEGRAL DE SALUD)	Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD
Cobertura Previsional	Cobertura Previsional
Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración)	Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración)
	Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de trabajo de Riesgo (SCTR)
	Derecho a percibir 2 gratificaciones al año (Fiestas Patrias y Navidad)
	Derecho a participar en las utilidades de la empresa
	Derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración.
	Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.

Fuente: Elaboración Sunat – Orientación Mypes.

CUADRO 16 ASIGNACIÓN DE PERSONAL (CAP)

CANT.	PUESTO	PERFIL DE PUESTO
1	Gerente General	Titulado en la carrera de Administración de Empresas o afines, conocimiento en temas financieros; idioma inglés avanzado; manejo de Microsoft Office nivel avanzado; experiencia mínima de 4 años en el puesto; excelente manejo de grupo; alto nivel de negociación.
1	Contador	Técnico en Administración preferente en contabilidad, contar con 3 años de experiencia mínima en labores similares, experiencia de libros, liquidación de impuestos, y manejo de programas contables.
1	Jefe de Recursos Humanos	Titulado en administración con 4 años de experiencia en el desarrollo motivacional del trabajador análisis y toma de decisiones así como responsabilidad en las funciones asignadas y al logro de objetivos y metas de la empresa.
1	Jefe de Marketing	Licenciado en mercadotecnia experiencia 3 años en el rubro y en el desarrollo de estrategias de publicidad de compañías.
1	Jefe de Sistemas	Licenciado en sistemas, con más de 4 años de experiencia, contar con certificado en SAP, y excelente gestión de capacidad y análisis.
1	Psicóloga	Titulada en psicología, experiencia laboral 04 años, conocimiento en Recursos Humanos (Planillas) Excelente manejo de grupo.

6.4 Manual de Organización y funciones (MOF)

a) Gerente General

Es la máxima autoridad de dirección del órgano de la empresa y de la gestión administrativa e institucional de la empresa.

Funciones Generales

- Ejecutar y dirigir todo pan de mejora para la compañía.
- Fomentar un agradable clima laboral y eficiencia del personal a su cargo.
- Analizar los problemas financieros, administrativos, personal, contable entre otros.
- Dirigir y encargarse de las finanzas y operaciones de la empresa.
- Deducir o concluir los análisis efectuados.
- Reportar a la junta general de accionistas.
- Representar a la empresa ante las autoridades.
- Hacer el análisis correspondiente de las ventas del periodo.

Línea de Autoridad y Responsabilidad

- El Gerente es el funcionario de mayor jerarquía.
- Ejerce autoridad y coordina con sus subordinados.

b) Contador

Funciones Generales

- Analizar y sustentar el estado de pérdidas y ganancias.
- Manejo Conjunto de las cuentas sobre la contabilidad.
- Elaboración de presupuestos, flujos de caja etc.
- Liquidación de impuestos, y manejo de sistemas contables.
- Elaboración, análisis y presentación de Estados de Resultados.
- Reportar al gerente análisis EE.FF de la empresa.

Línea de Autoridad y Responsabilidad

- Conocer las leyes y reglamentos vigentes de los EEFF.
- Depende funcionalmente del Gerente General

c) Jefe de RRHH

Funciones Generales

- Elaboración de Planillas.
- Informes Gerenciales, referente al Movimiento del Personal.
- Elaborar programas de motivación del cliente interno como pieza para el éxito del negocio
- Poner en práctica planes de acción para disminuir el porcentaje de rotación de empleados.

- Coordinar y reportar al gerente procesos de mejora (beneficio, capacitaciones) a los trabajadores.

Línea de Gestión

- Analiza ,evalua a todo el personal a su cargo.
- Depende orgánicamente del Gerente General

d) Jefe de Marketing

Funciones Generales

- Control permanente de la buena atención al cliente.
- Garantizar niveles de calidad de acuerdo a las exigencias del cliente.
- Coordinación de campañas masivas y dirigidas con agencias de publicidad.
- Desarrollo de promociones y negociación.
- Responsable del cumplimiento de las metas del departamento.
- Elaboración de pronósticos y proyecciones de ventas.
- Enviar status de ventas y reportar al gerente general (Previa revisión con el sistema)

Línea de Mando

- Ejecuta proyectos de mejora para la empresa.
- Depende del Gerente General.

e) Jefe de Sistemas

Funciones Generales

- Control y cumplimiento de las metas.
- Realizar el análisis de resultados sobre el buen estado de los software.

- Elaboración de Proyectos y desarrollo a nivel de la empresa.
- Administrador y desarrollador de los servidores de la empresa.
- Reportar al gerente cambios sistémicos de mejora a la empresa.

Línea de Atribución

- Coordina con las diferentes áreas la correcta ejecución de los sistemas.
- Depende del Gerente General.

f) Psicóloga

Funciones Generales

- Captación de personal con el perfil adecuado según los requerimientos.
- Capacitación a nuevos empleados.
- Realizar evaluaciones psicológicas.
- Responsable del proceso de selección de reclutamiento de personal según el perfil de cargo.
- Apoyo en tareas de gestión y administrativas a su jefa directa.

Línea de Autoridad y Responsabilidad

- Línea de autoridad ninguna.
- Depende del Área de RRHH.

6.5 Funciones y Perfil profesional del personal dentro de la empresa

CUADRO 77 FUNCIONES Y PERFIL PROFESIONAL – GERENTE GENERAL

Puesto	GERENTE GENERAL
Reporta a:	Junta de Accionistas.
Supervisa a:	Operación, Marketing y Ventas.
Responsable de :	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar los problemas financieros, administrativos, personal, contable entre otros. • Dirigir y encargarse de las finanzas y operaciones de la empresa. • Deducir o concluir los análisis efectuados. • Reportar a la junta general de accionistas. • Representar a la empresa ante las autoridades. • Hacer el análisis correspondiente de las ventas del periodo. • Identifica procesos de mejora para a empresa.
Relación con área :	Junta de Accionistas.
Contratante:	Junta de Accionistas.

REQUISITOS DEL PUESTO	
Puesto:	Gerente de General de la Empresa
Edad:	Hasta 45 años.
Experiencia:	Experiencia mínima 3 años.
Horario:	De 08:00am a 06:00pm Lunes a Viernes
Requisito:	Titulado en la carrera de Administración de Empresas o afines, conocimiento en temas financieros.
Sexo:	Femenino o Masculino.
Sueldo:	S/3,800.00 más beneficios sociales de acuerdo a ley.

Fuente: Elaboración Propia

CUADRO 88 FUNCIONES Y PERFIL PROFESIONAL – CONTADOR

Puesto	CONTADOR
Reporta a:	Gerente General.
Supervisa a:	Ninguno.
Responsable de :	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar y sustentar el estado de pérdidas y ganancias. • Manejo Conjunto de las cuentas sobre la contabilidad. • Elaboración de presupuestos, flujos de caja etc. • Liquidación de impuestos, y manejo de sistemas contables. • Elaboración, análisis y presentación de Estados de Resultados. • Reportar al gerente análisis EE.FF de la empresa.
Relación con área :	Reporta al Gerente General.
Contratante:	RRHH.

REQUISITOS DEL PUESTO	
Puesto:	Contador.
Edad:	Hasta 45 años.
Experiencia:	Experiencia mínima 3 años.
Horario:	De 08:00am a 06:00pm Lunes a Viernes.
Requisito:	Bachiller en Administración preferencia en contabilidad.
Sexo:	Masculino o Femenino
Sueldo:	S/.2.100 más beneficios sociales de acuerdo a ley.

Fuente: Elaboración Propia

CUADRO 99 FUNCIONES Y PERFIL PROFESIONAL – JEFE DE RRHH

Puesto	JEFE DE RRHH
Reporta a:	Gerente General.
Supervisa a:	Psicóloga.
Responsable de :	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de Planillas. • Informes Gerenciales, referente al Movimiento del Personal. • Elaborar programas de motivación del cliente interno como pieza para el éxito del negocio • Poner en práctica planes de acción para disminuir el porcentaje de rotación de empleados. • Coordinar y reportar al gerente procesos de mejora.
Relación con área :	Área de RRHH
Contratante:	RRHH.

REQUISITOS DEL PUESTO	
Puesto:	Jefe de RRHH.
Edad:	Hasta 45 años.
Experiencia:	Experiencia mínima 3 años.
Horario:	De 08:00am a 06:00pm Lunes a Viernes.
Requisito:	Titulado en Administración con conocimientos en RRHH.
Sexo:	Femenino.
Sueldo:	S/3.200 más beneficios sociales de acuerdo a ley.

Fuente: Elaboración Propia

CUADRO 20 FUNCIONES Y PERFIL PROFESIONAL – JEFE DE MARKETING

Puesto	JEFE DE MARKETING
Reporta a:	Gerente General.
Supervisa a:	Ninguno.
Responsable de :	<ul style="list-style-type: none"> • Control permanente de la buena atención al cliente. • Coordinación de campañas masivas y dirigidas con agencias de publicidad. • Elaboración de pronósticos y proyecciones de ventas. • Atención al cliente personalizada con la rapidez y con actitud positiva con el compromiso de fidelización. • Verificar el registro correcto en el sistema solicitado por el cliente (Fecha – Hora) • Enviar status de ventas y reportar al gerente general
Relación con área :	Área de Marketing
Contratante:	RRHH.

REQUISITOS DEL PUESTO	
Puesto:	Jefe de Marketing.
Edad:	Hasta 45 años.
Experiencia:	Experiencia mínima 3 años.
Horario:	De 08:00am a 06:00pm Lunes a Viernes.
Requisito:	Licenciado en mercadotecnia.
Sexo:	Masculino.
Sueldo:	S/.3.200 más beneficios sociales de acuerdo a ley.

Fuente: Elaboración Propia

CUADRO 21 FUNCIONES Y PERFIL PROFESIONAL – JEFE DE SISTEMAS

Puesto	JEFE DE SISTEMAS
Reporta a:	Gerente General.
Supervisa a:	Ninguno.
Responsable de :	<ul style="list-style-type: none"> • Monitoreo a los aplicativos (Plataforma virtual) • Control y cumplimiento de las metas. • Realizar el análisis de resultados de software. • Elaboración de Proyectos y desarrollo a nivel de la empresa. • Administrador y desarrollador de los servidores de la empresa. • Reportar al gerente cambios sistémicos de mejora a la empresa.
Relación con área :	Área de Sistemas
Contratante	RRHH

REQUISITOS DEL PUESTO	
Puesto:	Jefe de Sistemas.
Edad:	Hasta 45 años.
Experiencia:	Experiencia mínima 3 años.
Horario:	De 08:00am a 06:00pm Lunes a Viernes.
Requisito:	Ingeniero de Sistema y contar con certificado SAP, y excelente gestión de capacidad y análisis.
Sexo:	Masculino.
Sueldo:	S/.3.200 más beneficios sociales de acuerdo a ley.

Fuente: Elaboración Propia

6.6 Estrategia de contratación y selección del personal

6.6.1 Estrategia de Reclutamiento

La empresa Mil Oficio, Mil Trabajos, como parte de su política de reclutamiento, selección y contratación de personal contará con un manual documentado donde especifica las funciones y deberes que deberá tener todo trabajador según sea el perfil y puesto que está desempeñando.

Las políticas de reclutamientos internos de Mil Trabajo, Mil Oficios serán:

a) Políticas de vacante interna

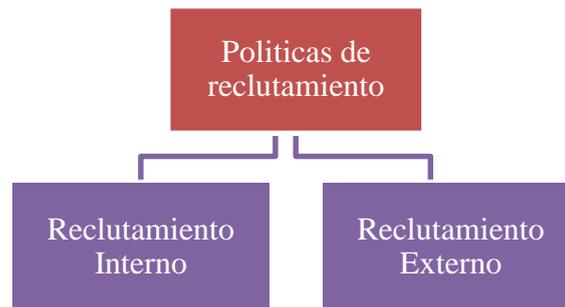
Todo empleado tiene la capacidad de ser promocionado con la finalidad que se desarrolle profesionalmente, para acceder a determinados puestos debe tener el siguiente perfil:

- Todo personal interno será prioridad para postular al puesto solicitado
- Los postulantes deberán pasar por un proceso de selección.
- Se deberán abstener de postular las personas delictivas o por mala conducta dentro de la empresa.
- Podrán postular aquellas personas que tengan más de una año de experiencia en su puesto actual.
- Deberán abstenerse de postular familiares directos, activo con contrato en la misma área de trabajo de la empresa. Se considera contrataciones de familiares siempre y cuando no sean en la misma área de trabajo, y que no tengan relación alguna de trabajo.

b) Políticas de promoción externa:

Las políticas de promoción externa estipulan los requisitos que deberán cumplir los candidatos para poder acceder al puesto de trabajo.

GRAFICO 21 POLÍTICAS DE RECLUTAMIENTO MIL TRABAJOS, MIL OFICIOS



Fuente: Elaboración Propia

c) Canales de reclutamiento

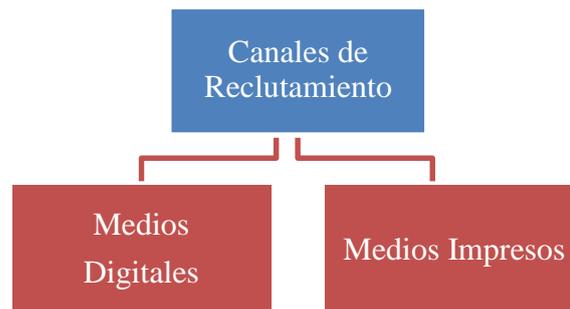
El canal de reclutamiento en MIL OFICIOS, MIL TRABAJOS se dará a través de publicaciones en medios digitales e impresos (periódicos).

Los avisos deben incluir estos elementos mínimos:

- Las responsabilidades del empleo

- Realizar su solicitud de empleo especificando los deberes que se compromete a ejecutar.
- Adjuntar sus grados obtenidos para el puesto que desea postular.

GRAFICO 22 - RECLUTAMIENTO MIL OFICIOS, MIL TRABAJOS



Fuente: Elaboración Propia

6.6.2 Estrategia de inducción, capacitación y evaluación del personal

a) Estrategia de Inducción:

Para nuestra empresa MIL OFICIOS, MIL TRABAJOS S.A.C. uno de los factores claves que se relacionarán con los colaboradores es el proceso de inducción en cual se da alcance de todas las actividades que realiza la organización y las actividades propias del puesto de trabajo.

El objetivo de la inducción para el personal de MIL OFICIOS, MIL TRABAJOS S.A.C. Se considera 3 objetivos principales de la inducción:

1. Brindar una capacitación a detalle sobre las diferentes funciones de todos los departamentos.
2. Realizar un continuo análisis sobre la correcta inducción del nuevo personal a cargo.
3. Identificar y motivar al personal sobre las nuevas funciones a realizar y ejecutar, fomentando así un mejor clima laboral en la compañía.

MIL OFICIOS, MIL TRABAJOS S.A.C. su proceso de inducción es sumamente importante por lo que se dará de la siguiente manera:

- **Transmisión de informaciones**

La información que se facilitará a los colaboradores o colaborador que se incorpora a la empresa será información genérica referente al puesto de trabajo.

- **Desarrollo de habilidades**

Se realizarán capacitaciones para que así el trabajador sea más eficiente y productivo en sus funciones según el puesto de trabajo que desempeñara.

Esto permitirá motivarlo y orientarlo a alcanzar sus metas.

- **Desarrollo de actitudes**

Trabajar en equipo permitirá al trabajador mejorar sus actitudes, la camaradería permitirá apalancar a conocernos mejor y realizar un excelente trabajo

- **Desarrollo de conceptos**

Realizar un trabajo ético y profesional nos permitirá tener una idea clara de cómo la empresa fomenta un clima laboral transparente para sus trabajadores

b) Estrategia de Capacitación

En MIL OFICIOS, MIL TRABAJOS S.A.C., sabemos que nuestros empleados es el recurso primordial para el desarrollo de la empresa,

Nuestra empresa se diferenciara por las buenas practicas y capacitaciones que se le ofrece a su personal, claro que esto dependerá de la responsabilidad de cada jefe de área.

Para integrar el programa de capacitación de MIL OFICIOS, MIL TRABAJOS S.A.C. Se debe tener en cuenta lo siguiente:

- **Planeación**

MIL OFICIOS, MIL TRABAJOS S.A.C. se enfocara lograr la mayor productividad, mediante un programa de capacitación empresarial, dirigido a todos sus trabajadores, el objetivo de este programa es descubrir nuevas habilidades por parte de nuestro equipo.

- **Organización**

Ya ejecutado este programa se realizara un monitoreo de la eficiencia y motivación del trabajador, esto permitirá manejar indicadores de productividad y estar más organizados en la empresa.

c) Estrategia de Evaluación del personal

En MIL OFICIOS, MIL TRABAJOS S.A.C. la evaluación de personal estará a cargo del gerente de recursos humanos y el gerente general se llevará a cabo de manera anualizada.

La evaluación de personal estará dividida en cuatro etapas:

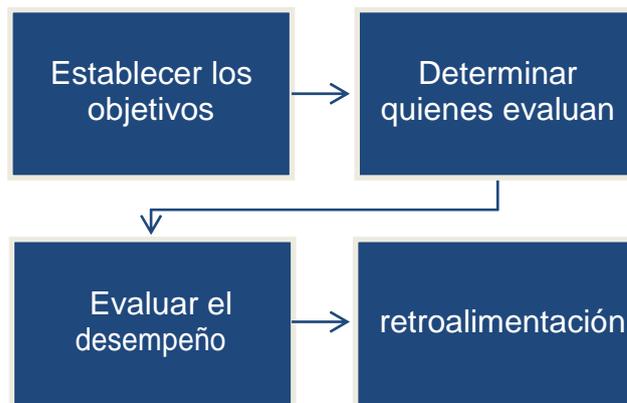
Etapa 1: En la etapa uno se establece los objetivos que se ha propuesto alcanzar la organización.

Etapa 2: Esta etapa determina quién o quiénes (aparte del gerente de recursos humanos) llevaran a cabo la evaluación.

Etapa 3: En esta etapa se evalúa el desempeño, los criterios, el método empleado por los colaboradores en el desarrollo de sus actividades dentro y fuera de la empresa.

Etapa 4: Se realiza la retroalimentación con todo el personal evaluado

GRAFICO 23 CANALES DE RECLUTAMIENTO



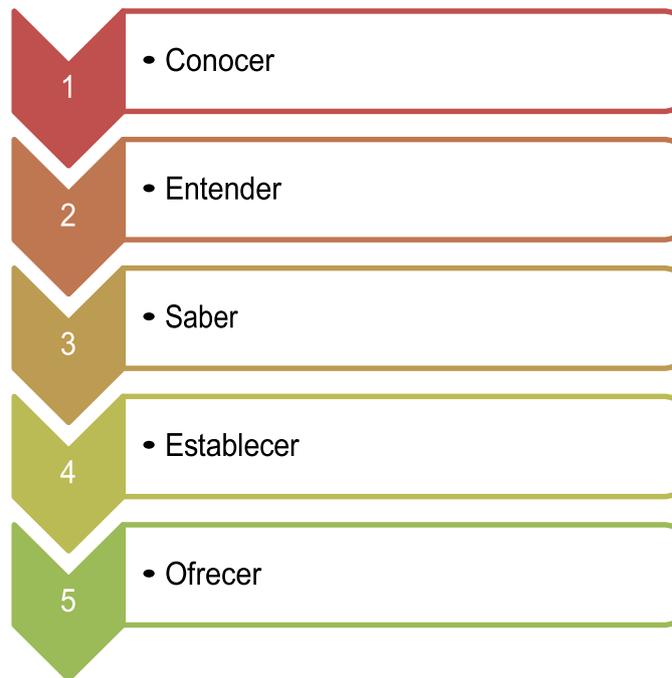
Fuente: Elaboración Propia

6.6.3 Estrategia de motivación y desarrollo personal

a) Estrategia de Motivación

Para mantener al personal constantemente motivado se desarrollaran talleres mensuales en donde se buscara mejorar y fortalecer el clima laboral, basándonos en una comunicación horizontal, y escuchando de forma asertiva a nuestros colaboradores. Por consiguiente se establecerá la siguiente secuencia en la organización.

GRAFICO 24 SECUENCIA DE ESTRATEGIA DE MOTIVACIÓN



Fuente: Elaboración Propia

1. Toda empresa debe conocer a cada uno de sus colaboradores.
2. Es parte de una organización entender que cada colaborador es un universo distinto.
3. Saber en qué está fallando y orientar a los colaboradores.
4. En una organización se debe establecer las reglas claras para cada uno de los colaboradores.
5. Una organización debe ofrecer una comunicación horizontal a sus trabajadores.

b) Desarrollo Personal

El desarrollo personal de nuestros colaboradores, se realizaran evaluaciones de 360 grados la cual nos indicara si el personal califica a una oportunidad de mejora o requiere una orientación constante.

Por ello se establecerá la siguiente secuencia:

GRAFICO 25 SECUENCIA DE DESARROLLO DE PERSONAL



Fuente: Elaboración Propia

Nuestra empresa consiente de las nuevas expectativas en la actualidad del talento humano es imperante que contemos con un plan de línea de carrera para nuestros colaboradores antes de realizar una búsqueda para cubrir vacantes fuera de empresa.

Línea posterior formato de Plan de Cartera de Empleados

CUADRO 103 PLAN DE CARRERA DE UN EMPLEADO

PLAN DE CARRERA
Nombre del empleado:
Edad:
Instrucción educativa:
Puesto que desempeña actualmente:
Antigüedad en la empresa:
Puntos fuertes del empleado (habilidades por las que el empleado se destaca al desempeñar su trabajo).
Puntos débiles del empleado (aspectos que repercuten negativamente en su trabajo).
Necesidades de capacitación para desarrollar mejor su trabajo:
Evaluación de desempeño:
Posibles nombramientos (puestos que podría ocupar en caso de ser necesario, o que podría ocupar en caso de ser promovido).

Fuente: Elaboración propia

6.7 Políticas de remuneraciones y compensaciones (planilla) y bonos

Las políticas de remuneraciones con la que contara MIL OFICIOS MIL TRABAJOS S.A.C. se darán con un primer contrato de prueba y luego pasaran a un contrato indefinido.

Todos nuestros trabajadores están sujetos a planilla con todos los beneficios de la ley Mype.

A continuación mostramos la tabla de la planilla:

CUADRO 114 PLANILLA REMUNERATIVA DE PERSONAL

PLANILLA					
CARGO	REMUNERACIÓN	ONP/AFP	ESSALUD	CTS	TOTAL
GERENTE GENERAL	S/. 3,700.00	S/. 444.00	S/. 296.00	S/. 246.67	4,243
CONTADOR	S/. 2,050.00	S/. 246.00	S/. 164.00	S/. 136.67	2,351
RESPONSABLE DE RRHH	S/. 2,100.00	S/. 252.00	S/. 168.00	S/. 140.00	2,408
RESPONSABLE MARKETING	S/. 2,400.00	S/. 288.00	S/. 192.00	S/. 160.00	2,752
RESPONSABLE DE SISTEMAS	S/. 2,400.00	S/. 288.00	S/. 192.00	S/. 160.00	2,752
ASISTENTE ADMINISTRATIVO	S/. 1,500.00	S/. 180.00	S/. 120.00	S/. 100.00	1,720
ASISTENTE DE MARKETING	S/. 1,500.00	S/. 180.00	S/. 120.00	S/. 100.00	1,720
TOTALES	S/. 15,650.00	S/. 1,878.00	S/. 1,252.00	S/. 1,043.33	S/. 17,945.33

PLANILLA OPERATIVA					
CARGO	REMUNERACIÓN	ONP/AFP	ESSALUD	CTS	TOTAL
PROGRAMADOR	S/. 1,250.00	S/. 150.00	S/. 100.00	S/. 83.33	1,433
PROGRAMADOR	S/. 1,250.00	S/. 150.00	S/. 100.00	S/. 83.33	1,433
PROGRAMADOR	S/. 1,250.00	S/. 150.00	S/. 100.00	S/. 83.33	1,433
ASISTENTE SOPORTE	S/. 1,100.00	S/. 132.00	S/. 88.00	S/. 73.33	1,261
ASISTENTE SOPORTE	S/. 1,100.00	S/. 132.00	S/. 88.00	S/. 73.33	1,261
ASISTENTE SOPORTE	S/. 1,100.00	S/. 132.00	S/. 88.00	S/. 73.33	1,261
ASISTENTE SOPORTE	S/. 1,100.00	S/. 132.00	S/. 88.00	S/. 73.33	1,261
TOTALES	S/. 8,150.00	S/. 978.00	S/. 652.00	S/. 543.33	9,345

Fuente: Elaboración Propia

CAPITULO VII

7.1 Plan Financiero

7.1.1 Historia financiera de la empresa

La empresa MIL OFICIOS MIL TRABAJOS S.A.C. comienza con un capital de s/.77,650.00 nuevos soles, como aporte de capital. Nuestro financiamiento es netamente propio el cual será del aporte de los socios, que a continuación se detalla.

CUADRO 125 APOORTE DE SOCIOS

APOORTE DE SOCIOS			
ITEM	ACCIONISTAS	APOORTE	PORCENTAJE %
1	BARDALES REATEGUI MARY CRUZ	S/. 19,412.50	25%
2	ROJAS GUTIERREZ JESUS ARTURO	S/. 19,412.50	25%
3	BRUNO VARGAS EMERSON JHOVANNY	S/. 19,412.50	25%
4	ANTEZANA ARROYO LIZ KARINA	S/. 19,412.50	25%
TOTAL APOORTE		S/. 77,650.00	100%

7.7.2 Datos, supuestos y políticas económicas y financieras

a) Escenario favorable

Los escenarios favorables con lo que cuenta nuestra empresa MIL OFICIOS MIL TRABAJOS S.A.C., son los siguientes:

- Incremento del PBI.
- Aumento de la inversión extranjera.
- Expansión del sector inmobiliario.

b) Escenario desfavorable

- Recesión económica
- Ingreso de nuevos competidores
- Contracción del sector inmobiliario

7.2 Plan de ventas de la idea de negocio

CUADRO 136 GASTO DE VENTAS

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	COSTO UNITARIO
PLAN DE MARKETING	ANUAL	S/. 89,255.00
GSD DIGITAL MARKETING	ANUAL	S/. 1,050.00
TOTAL DE GASTO MENSUAL		S/. 90,305.00

Fuente: Elaboración Propia

CUADRO 147 VENTAS DE SERVICIOS ANUALES

	TOTAL DE VENTAS				
	SERVICIOS	%	CANTIDAD DE SERVICIOS	COMISION	TOTALES
40,742 SERVICIOS ANUALES	ELECTRICISTA	15%	6,111	S/. 12.50	S/. 76,392
	PINTOR	10%	4,074	S/. 12.50	S/. 50,928
	GASFITERO	7%	2,852	S/. 12.50	S/. 35,650
	MAQUILALJE	6%	2,445	S/. 12.50	S/. 30,557
	PEINADOS	5%	2,037	S/. 12.50	S/. 25,464
	LIMPIEZA	10%	4,074	S/. 12.50	S/. 50,928
	ALBAÑIL	8%	3,259	S/. 12.50	S/. 40,742
	FOTO	5%	2,037	S/. 12.50	S/. 25,464
	CERRAJERO	7%	2,852	S/. 12.50	S/. 35,650
	DJ	5%	2,037	S/. 12.50	S/. 25,464
	BARTENDER	5%	2,037	S/. 12.50	S/. 25,464
	MASAJES	4%	1,630	S/. 12.50	S/. 20,371
	PEDICURE	4%	1,630	S/. 12.50	S/. 20,371
	MANICURE	4%	1,630	S/. 12.50	S/. 20,371
	CHEF	4%	1,630	S/. 12.50	S/. 20,371
	PASTELERO	1%	407	S/. 12.50	S/. 5,093
	TOTAL SOLES ANUAL				S/.

Fuente: Elaboración Propia

CUADRO 158 VENTAS DE SERVICIOS POR MESES

TEMPORALIDAD DE VENTAS													
SERVICIOS	CANTIDADDESERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
GASFIERTO	6,111	509	409	399	459	459	509	609	409	409	509	509	609
PINTOR	4,074	340	340	340	300	340	340	420	340	340	290	340	430
ELECTRICISTA	2,852	238	238	238	238	38	38	238	238	238	238	198	238
MAQUILALJE	2,445	204	204	204	204	204	204	204	204	204	164	164	284
PEINADOS	2,037	170	170	170	170	170	470	170	170	170	170	170	170
LIMPIEZA	4,074	340	340	340	340	340	590	340	340	340	340	340	340
ALBANIL	3,259	272	272	272	272	272	472	272	272	272	272	272	272
FOTO	2,037	170	170	170	170	170	370	170	170	170	170	170	370
CERRAJERO	2,852	238	238	238	238	238	438	238	238	238	238	238	438
DJ	2,037	170	70	170	170	170	370	170	170	170	170	170	370
BARTENDER	2,037	170	170	20	170	170	370	170	170	120	170	170	370
MASAJES	1,630	136	136	121	136	136	336	136	136	136	86	136	336
PEDICURE	1,630	136	136	136	136	136	336	136	136	86	136	136	336
MANICURE	1,630	136	116	136	136	136	336	136	136	136	86	136	336
CHEF	1,630	136	121	136	136	136	336	136	136	86	136	136	336
PASTELERO	407	34	24	34	34	34	234	34	34	34	29	34	234
TOTAL	40,742	3,215	3,220	3,215	3,365	3,395	5,830	3,575	3,405	3,435	3,650	4,005	5,565

Fuente: Elaboración Propia

7.3 Análisis de Costo

Nuestro modelo de negocio es un servicio que no genera costos variables.

Nuestro modelo de negocio cuenta con un costo administrativo alto.

CUADRO 29 COSTOS VARIABLES

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	COSTO MENSUAL
MATERIA PRIMA	MENSUAL	S/. -
MANO DE OBRA DIRECTA	MENSUAL	S/. 9,345.33
TOTAL DE GASTO MENSUAL		S/. 9,345.33

Fuente: Elaboración Propia

CUADRO 30 COSTOS FIJOS

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	COSTO
ALQUILER DE LOCAL	MENSUAL	S/. 3,350.00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	MENSUAL	S/. 17,725.33
GASTOS DE VENTAS	MENSUAL	S/. 90,305.00
TOTAL DE GASTO MENSUAL		S/. 108,030.33

Fuente: Elaboración Propia

CUADRO 31 ANALISIS DEL COSTO TOTAL

COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	COSTO TOTAL
S/. 9,345.33	S/. 108,030.33	S/. 117,375.67

Fuente: Elaboración Propia

7.4 Punto de equilibrio de la nueva unidad de negocio
CUADRO 32 MARGEN DE CONTRIBUCION

MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	S/. 12.50	Tarifa Unica
-------------------------------	-----------	--------------

COSTO FIJO	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	PUNTO DE EQUILIBRIO	
S/. 108,030	S/. 12.50	38623	Se requiere producir 38,623 en un año para que el modelo de negocio no este en perdida.

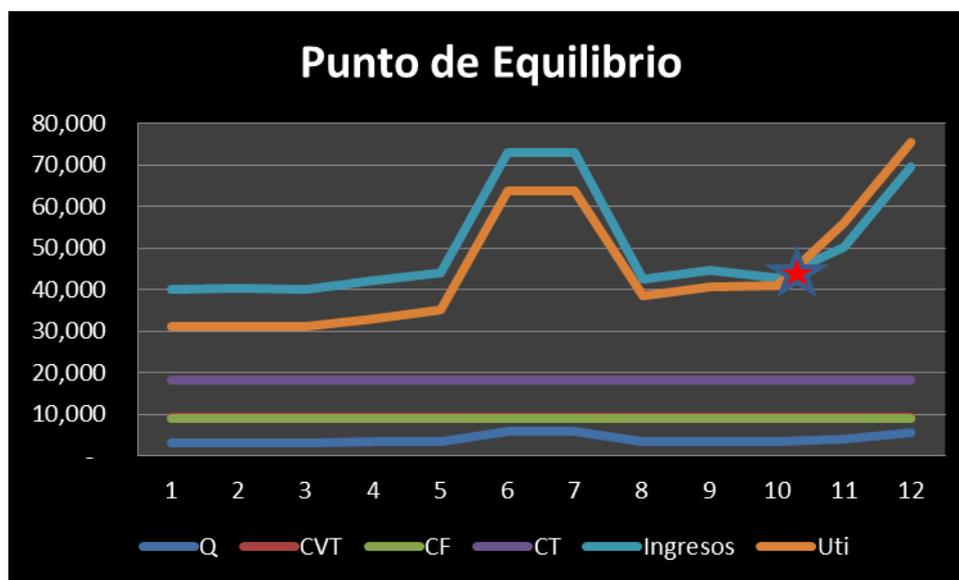
Fuente: Elaboración Propia

CUADRO 33 COSTOS

Mes	Cantidad	Cvu.Q		Costos Fijos		Costos Totales		Pu.Q		Utilidad	
	Q	S/.	CVT	S/.	CF	S/.	CT	S/.	Ingresos	Uti	
1	3,215	S/.	9,345.33	S/.	9,002.53	S/.	18,347.86	S/.	40,190	S/.	31,187
2	3,220	S/.	9,345.33	S/.	9,002.53	S/.	18,347.86	S/.	40,252	S/.	31,250
3	3,215	S/.	9,345.33	S/.	9,002.53	S/.	18,347.86	S/.	40,190	S/.	31,187
4	3,365	S/.	9,345.33	S/.	9,002.53	S/.	18,347.86	S/.	42,065	S/.	33,062
5	3,533	S/.	9,345.33	S/.	9,002.53	S/.	18,347.86	S/.	44,168	S/.	35,166
6	5,830	S/.	9,345.33	S/.	9,002.53	S/.	18,347.86	S/.	72,877	S/.	63,875
7	5,830	S/.	9,345.33	S/.	9,002.53	S/.	18,347.86	S/.	72,877	S/.	63,875
8	3,405	S/.	9,345.33	S/.	9,002.53	S/.	18,347.86	S/.	42,565	S/.	38,562
9	3,575	S/.	9,345.33	S/.	9,002.53	S/.	18,347.86	S/.	44,693	S/.	40,691
10	3,435	S/.	9,345.33	S/.	9,002.53	S/.	18,347.86	S/.	42,940	S/.	40,937
11	4,005	S/.	9,345.33	S/.	9,002.53	S/.	18,347.86	S/.	50,065	S/.	56,062
12	5,565	S/.	9,345.33	S/.	9,002.53	S/.	18,347.86	S/.	69,565	S/.	75,562

Fuente: Elaboración Propia

GRAFICO 26 PUNTO DE EQUILIBRIO



Fuente: Elaboración Propia

El punto de equilibrio se produce en el mes 10, con 38,623 servicios realizados.

7.5 Adquisición de materiales e insumos para la producción

CUADRO 34 MATERIA PRIMA DIRECTA

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO
MATERIA PRIMA	0	0
INSUMOS PARA LA PRODUCCION	0	0

Fuente: Elaboración Propia

CUADRO 35 MATERIA PRIMA INDIRECTA

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO
MATERIA PRIMA INDIRECTA	0	0
MATERIA PRIMA INDIRECTA	0	0

Fuente: Elaboración Propia

7.6 Inversión inicial – Capital de Trabajo

CUADRO 36 APOORTE DE SOCIOS

APOORTE DE SOCIOS				
ITEM	ACCIONISTAS		APOORTE	PORCENTAJE %
1	BARDALES REATEGUI MARY CRUZ	S/.	19,412.50	25%
2	ROJAS GUTIERREZ JESUS ARTURO	S/.	19,412.50	25%
3	BRUNO VARGAS EMERSON JHOVANNY	S/.	19,412.50	25%
4	ANTEZANA ARROYO LIZ KARINA	S/.	19,412.50	25%
TOTAL APOORTE		S/.	77,650.00	100%

Fuente: Elaboración Propia

7.7 Fuentes de financiamiento

Como fuente de financiamiento tendremos total del APORTE DE LOS SOCIOS, ya que al ser una empresa nueva en el mercado y no poseemos historial financiero ni crediticio.

7.8 Proyección del flujo de caja

CUADRO 167 FLUJO DE CAJA EFECTIVO – OPTIMISTA

MESES	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
INGRESOS (A)		S/. 40,189.98	S/. 40,252.48	S/. 40,189.98	S/. 42,064.98	S/. 42,439.98	S/. 72,877.48	S/. 44,689.98	S/. 42,564.98	S/. 42,939.98	S/. 45,627.48	S/. 50,064.98	S/. 69,564.98	S/. 573,467.29
VENTAS		S/. 40,189.98	S/. 40,252.48	S/. 40,189.98	S/. 42,064.98	S/. 42,439.98	S/. 72,877.48	S/. 44,689.98	S/. 42,564.98	S/. 42,939.98	S/. 45,627.48	S/. 50,064.98	S/. 69,564.98	S/.
OTROS INGRESOS														S/.
EGRESOS (B)	S/. 51,090.80	S/. 46,195.67	S/. 37,195.67	S/. 43,595.67	S/. 45,475.67	S/. 42,770.67	S/. 35,670.67	S/. 37,770.67	S/. 36,195.67	S/. 38,270.67	S/. 37,270.67	S/. 35,670.67	S/. 38,020.67	S/. 474,103.00
ACTIVO FIJO	S/. 46,730.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 60,000.00									
Terrenos	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 60,000.00										
Infraestructura	S/. 8,500.00													S/.
Maquinaria y Equipo	S/. 24,200.00													S/.
Herramientas	S/. 1,230.00													S/.
Muebles y Enseres	S/. 7,800.00													S/.
Depreciación de Equipos		S/. 195.00	S/. 195.00	S/. 195.00	S/. 2,340.00									
GASTOS PRE OPERATIVOS	S/. 4,360.80													S/.
CAPITAL DE TRABAJO		S/. 9,345.33	S/. 9,345.33	S/. 9,345.33	S/. 112,144.00									
Materia Prima		S/.												S/.
Mano de Obra		S/. 9,345.33	S/. 9,345.33	S/. 9,345.33	S/. 112,144.00									
COSTOS INDIRECTOS		S/. 31,850.33	S/. 22,850.33	S/. 29,250.33	S/. 31,130.33	S/. 28,425.33	S/. 21,325.33	S/. 23,425.33	S/. 21,850.33	S/. 23,925.33	S/. 22,925.33	S/. 21,325.33	S/. 23,675.33	S/. 301,959.00
Gastos administrativos		S/. 17,725.33	S/. 17,725.33	S/. 17,725.33	S/. 212,704.00									
Gastos de Ventas		S/. 14,125.00	S/. 5,125.00	S/. 11,525.00	S/. 13,405.00	S/. 10,700.00	S/. 3,600.00	S/. 5,700.00	S/. 4,125.00	S/. 6,200.00	S/. 5,200.00	S/. 3,600.00	S/. 5,950.00	S/. 89,255.00
Saldo antes de impuestos (A-B)	S/. -51,090.80	S/. -6,005.68	S/. 3,056.82	S/. -3,405.68	S/. -3,410.68	S/. -330.68	S/. 37,206.82	S/. 6,919.32	S/. 6,369.32	S/. 4,669.32	S/. 8,356.82	S/. 14,394.32	S/. 31,544.32	S/. 99,364.29
IMPUESTOS (Micro - Pequeña- Mediana)			S/. 917	S/. -1,022	S/. -1,023	S/. -99	S/. 11,162	S/. 2,076	S/. 1,911	S/. 1,401	S/. 2,507	S/. 4,318	S/. 9,463	S/. 31,610.99
SALDO ECONÓMICO DESPUÉS DE LOS IMP.		S/. -6,005.68	S/. 2,139.77	S/. -2,383.98	S/. -2,387.48	S/. -231.48	S/. 26,044.77	S/. 4,843.52	S/. 4,458.52	S/. 3,268.52	S/. 5,849.77	S/. 10,076.02	S/. 22,081.02	S/. 67,753.30
SALDO ACUMULADO	S/. -51,090.80	S/. -57,096.48	S/. -54,956.71	S/. -57,340.69	S/. -59,728.17	S/. -59,959.65	S/. -33,914.88	S/. -29,071.36	S/. -24,612.83	S/. -21,344.31	S/. -15,494.54	S/. -5,418.52	S/. 16,662.50	S/. 84,415.80

Fuente: Elaboración Propia

Al término del año la se puede apreciar que existe rentabilidad y el gasto más fuerte es el gasto administrativo ya que se cuenta con un staff de colaboradores de mediana cantidad.

CUADRO 38 FLUJO DE CAJA PROYECTADO POR 5 AÑOS

DETERMINACIÓN DEL FLUJO DE EFECTIVO O FLUJO DE CAJA - PROYECCIÓN DE 5 AÑOS						
AÑO	0	1	2	3	4	5
INGRESOS (A)		S/. 573,467.29	S/. 602,140.66	S/. 632,247.69	S/. 663,860.08	S/. 730,246.08
VENTAS		S/. 573,467.29	S/. 602,140.66	S/. 632,247.69	S/. 663,860.08	S/. 730,246.08
OTROS INGRESOS		S/.	-			
EGRESOS (B)	S/. 46,169.30	S/. 474,103.00	S/. 474,103.00	S/. 512,361.50	S/. 474,103.00	S/. 474,103.00
ACTIVO FIJO	S/. 41,808.50	S/. 60,000.00	S/. 60,000.00	S/. 98,258.50	S/. 60,000.00	S/. 60,000.00
Terrenos	S/. 3,550.00	S/. 60,000.00				
Infraestructura	S/. 8,900.00			S/. 8,900.00		
Maquinaria y Equipo	S/. 20,100.00			S/. 20,100.00		
Herramientas	S/. 1,958.50			S/. 1,958.50		
Muebles y Enseres	S/. 7,300.00			S/. 7,300.00		
Depreciación de Equipos		S/. 2,340.00				
GASTOS PRE OPERATIVOS	S/. 4,360.80					
CAPITAL DE TRABAJO		S/. 112,144.00				
Materia Prima		S/.	-			
Mano de Obra		S/. 112,144.00				
COSTOS INDIRECTOS		S/. 301,959.00				
Gastos administrativos		S/. 212,704.00				
Gastos de Ventas		S/. 89,255.00				
Saldo antes de impuestos (A-B)	S/. -46,169.30	S/. 99,364.29	S/. 128,037.66	S/. 119,886.19	S/. 189,757.08	S/. 256,143.08
IMPUESTOS (Micro - Pequeña- Mediana)		S/. 29,809.29	S/. 38,411.30	S/. 35,965.86	S/. 56,927.12	S/. 76,842.93
SALDO ECONÓMICO DESPÚES DE LOS IMP.		S/. 69,555.01	S/. 89,626.36	S/. 83,920.33	S/. 132,829.95	S/. 179,300.16
SALDO ACUMULADO	S/. -46,169.30	S/. 23,385.71	S/. 113,012.07	S/. 196,932.40	S/. 329,762.35	S/. 509,062.51

Fuente: Elaboración Propia

Se puede apreciar que existe un incremento en las ventas y esto se debe a la proyección anual que se desea llegar, creciendo 5% el segundo año, 10% el tercer año, 25% el cuarto año y un 35% para el quinto año.

7.9 Análisis de rentabilidad

Valor Actual Neto (Van)

- En nuestro modelo de negocios se ha aplicado el van para poder determinar la rentabilidad cabe recordar que este indicador nos permite calcular el valor presente y poder proyectar su valor a futuro.

$$VAN = -I_0 + \sum_{j=1}^n \frac{FN_j}{(1+i)^j}$$

Tasa de Interés Referencial (TIR)

- A su vez en nuestro modelo de negocios se ha aplicado el TIR para poder determinar la rentabilidad cabe recordar que este indicador nos permite calcular en porcentajes valor presente y poder proyectar su valor a futuro.

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

CUADRO 39 PROYECCION DEL VAN Y TIR

VAN	S/ 480,638
TIR	87%

Fuente: Elaboración Propia

7.10 Estado de Ganancias y Pérdidas proyectadas de la empresa

CUADRO 40 ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS

PERIODO	1	2	3	4	5
Ventas	S/573,467.29	S/602,140.66	S/632,247.69	S/663,860.08	S/730,246.08
Costo de Ventas					
Utilidad Bruta	S/573,467.29	S/602,140.66	S/632,247.69	S/663,860.08	S/730,246.08
Gastos Ventas	S/89,255.00	S/89,255.00	S/89,255.00	S/89,255.00	S/89,255.00
Gastos Administrativos	S/212,704.00	S/212,704.00	S/212,704.00	S/212,704.00	S/212,704.00
Utilidad Operativa	S/484,212.29	S/512,885.66	S/542,992.69	S/574,605.08	S/640,991.08
Otros Ingresos	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Otros Gastos	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Ingresos Financieros	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Gastos Financieros					S/0.00
Depreciación de Equipos	S/2,340.00	S/2,340.00	S/2,340.00	S/2,340.00	S/2,340.00
Utilidad Antes de I.R.	S/484,212.29	S/512,885.66	S/542,992.69	S/574,605.08	S/640,991.08
Impuesto a la Renta	S/145,263.69	S/153,865.70	S/162,897.81	S/172,381.52	S/192,297.33
Utilidad Neta	S/338,948.61	S/359,019.96	S/380,094.88	S/402,223.55	S/448,693.76

Fuente: Elaboración Propia

7.11 Balance General proyectado de la empresa en su conjunto

CUADRO 41 BALANCE GENERAL

BALANCE GENERAL					
DETALLES DE LA CUENTA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
EFFECTIVO	338,949	359,020	380,095	402,224	448,694
DEUDAS POR COBRAR					
INVENTARIOS					
GASTOS ANTICIPADOS					
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	338,949	359,020	380,095	402,224	448,694
ACTIVOS FIJOS	41,809	60,000	60,000	98,259	60,000
DEPRECIACIÓN	- 2,340	- 2,340	- 2,340	- 2,340	- 2,340
CARGOS DIFERIDOS	-				
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	39,469	57,660	57,660	95,919	57,660
TOTAL ACTIVO	378,417	416,680	437,755	498,142	506,354
OBLIGACIONES BANCARIAS					
PROVEEDORES					
IMPT A LA RTA POR PAGAR	29,809	38,411	35,966	56,927	76,843
TOTAL PASIVO CORRIENTE	29,809	38,411	35,966	56,927	76,843
OBLIGACIONES A LARGO PLAZO					
PASIVOS ESTIMADOS Y PROVISIONES	15,000	15,750	16,538	17,364	18,233
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	15,000	15,750	16,538	17,364	18,233
TOTAL PASIVO	44,809	54,161	52,503	74,291	95,076
CAPITAL SOCIAL					
RESERVAS		35,902.00	38,009.49	40,222.36	44,869.38
UTILIDADES ACUMULADAS		107,705.99	114,028.47	120,667.07	134,608.13
UTILIDADES DEL EJERCICIO	338,949	359,020	380,095	402,224	448,694
TOTAL PATRIMONIO	333,608	362,519	385,252	423,851	411,278
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	378,417	416,680	437,755	498,142	506,354

Fuente: Elaboración Propia

7.12 Análisis de sensibilidad y riesgos de la unidad de negocio

Los ratios de liquidez para el presente proyecto se han tomado basados en el balance general proyecto a 5 años, el cual es el tiempo de duración del proyecto.

CUADRO 42 RATIOS DE LIQUIDEZ

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo Circulante	S/. 338,948.61	S/. 359,019.96	S/. 380,094.88	S/. 402,223.55	S/. 448,693.76
Activo No Circulante	S/. 39,468.50	S/. 57,660.00	S/. 57,660.00	S/. 95,918.50	S/. 57,660.00
Pasivo Circulante	S/. 29,809.29	S/. 38,411.30	S/. 35,965.86	S/. 56,927.12	S/. 76,842.93
Pasivo no Circulante	S/. 15,000.00	S/. 15,750.00	S/. 16,537.50	S/. 17,364.38	S/. 18,232.59

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capital Neto	S/. 309,139.32	S/. 320,608.66	S/. 344,129.03	S/. 345,296.43	S/. 371,850.83
Razon Circulante	S/. 11.37	S/. 9.35	S/. 10.57	S/. 7.07	S/. 5.84
Prueba Acida	S/. 7.56	S/. 6.63	S/. 7.24	S/. 5.41	S/. 4.72

Fuente: Elaboración Propia

CAPITULO VIII

8.1 Conclusiones y Recomendaciones

8.1.1 Conclusiones

- Se puede llegar a la conclusión que el modelo de negocio propuesto es innovador en el mercado, siendo este un negocio disruptivo, el cual brinda una solución que mejora la realidad en el Perú, debido a la alta tasa de desempleo muchas personas sufren, por ello se propone crear una plataforma confiable que permita a las personas poder ofrecer sus servicios y contactarlas con personas que requieran sus servicios y busquen una forma práctica y segura, como se sabe hoy en día la tecnología ha dado grandes pasos al punto que la mayoría de la población ya cuenta con un celular inteligente (Smartphones) a su disposición lo que facilita el acceso al uso de nuestra plataforma.
- Se logró determinar que nuestro modelo de negocio es viable debido a que al ser un servicio los márgenes de utilidad cuales son altos, por ello se estableció una comisión fija por la adquisición de cada uno de los servicios que se estarán ofreciendo en el menú de nuestra aplicativo móvil, cabe indicar que la constante evolución tecnológica nos beneficiara ya que podemos desarrollar mejorara a nuestra aplicación optimizando y simplificando su uso.
- En el mediano plazo se buscara generar mayores alianzas estratégicas que fomenten el desarrollo profesional de los técnicos especializados.

- Nuestra VAN es de S/480,638, y tenemos una TIR de 87% por lo que el negocio es viable y tiene una duración de 5 años, el punto de equilibrio del negocio se produce con 38,623 servicios ofrecidos.

8.1.2 Recomendaciones

- En el largo plazo nuestra empresa irá ampliando sus líneas de servicios que se adapten a las necesidades de los clientes y que nos permita abarcar una mayor cuota de mercado.
- Nuestra empresa se adaptará constantemente a los cambios y requerimientos de nuestro mercado objetivo, y para ello se recurrirá a estrategias que nos permitan fidelizar a los clientes.
- Nuestra empresa MIL OFICIOS, MIL TRABAJOS S.A.C. mantendrá siempre presente la visión, misión y objetivos de la empresa, también planificaremos mantener una buena relación con nuestros proveedores (técnicos especializados), promoviendo un clima organizacional favorable entre los proveedores de servicios y la empresa.
- Esperamos que el gobierno mediante el ministerio del trabajo nos ayude a promocionar nuestro aplicativo cuyo fin es buscar la empleabilidad de las personas de oficio, las cuales se beneficiarían al recurrir a nuestra plataforma ya que de esta manera podrán llegar a su público objetivo de forma directa incrementando su empleabilidad, por otro lado recomendaríamos que la policía cuente con un buscador libre para la ciudadanía en la cual mediante el número de identificación los ciudadanos puedan observar si una persona cuenta con antecedentes penales por algún hecho, con este buscador nos facilitaría la información a la hora de la

revisión de los datos de las personas que tendremos registradas brindando sus servicios, esto no solo nos ayudaría a nosotros sino a otras pequeñas empresas que requieren contratar personal y solicitan a la misma persona que presente su propio certificado policial.

ANEXOS

ANEXO 01

Relación de servicios que se ofrece con el programa SOS PLATINIUM

SOS PLATINIUM



Asistencia Hogar		COBERTURAS	EVENTOS POR AÑO
		MONTO MÁXIMO (EN SOLES)	MÁXIMO DE EVENTOS
ENVÍO Y PAGO DE CERRAJERO POR EMERGENCIA		S/. 400,00 POR EVENTO	6 EVENTOS
ENVÍO Y PAGO DE GASFITERO POR EMERGENCIA		S/. 400,00 POR EVENTO	6 EVENTOS
ENVÍO Y PAGO DE ELECTRICISTA POR EMERGENCIA		S/. 400,00 POR EVENTO	6 EVENTOS
ENVÍO Y PAGO DE VIDRIERO POR EMERGENCIA		S/. 400,00 POR EVENTO	6 EVENTOS
ENVÍO Y PAGO DE TÉCNICO DE GAS POR EMERGENCIA		S/. 400,00 POR EVENTO	6 EVENTOS
REFERENCIA DE TÉCNICOS EN SU LOCALIDAD PARA MANT. EN GENERAL		CONEXIÓN	SIN LÍMITE
Asistencia Vial		COBERTURAS	EVENTOS POR AÑO
		MONTO MÁXIMO (EN SOLES)	MÁXIMO DE EVENTOS
ENVÍO DE GRÚA (REMOLQUE) POR ACCIDENTE O AVERÍA:		S/. 600,00 POR EVENTO	8 EVENTOS
AUXILIO VIAL			
CAMBIO DE LLANTA:		S/. 525,00 POR EVENTO	4 EVENTOS
PASO DE CORRIENTE:		S/. 525,00 POR EVENTO	4 EVENTOS
SUMINISTRO DE GASOLINA:		S/. 525,00 POR EVENTO	4 EVENTOS
CERRAJERO POR PÉRDIDA O EXTRAVÍO DE LAS LLAVES DEL VEHICULO		S/. 200,00 POR EVENTO	3 EVENTOS
REFERENCIAS DE TALLERES MECÁNICOS		SIN LÍMITE	SIN LÍMITE
Asistencia Médica <small>Extensivo a las Empleadas del Hogar y Padres de Familia</small>		COBERTURAS	EVENTOS POR AÑO
		MONTO MÁXIMO (EN SOLES)	MÁXIMO DE EVENTOS
ORIENTACIÓN MEDICA TELEFONICA LAS 24 HORAS		SIN LÍMITE	8 EVENTOS
TRASLADO MEDICO (AMBULANCIA POR ACCIDENTE O ENFERMEDAD GRAVE)		S/. 600,00 POR EVENTO	
ENVÍO DE MÉDICOS A DOMICILIO		CO-PAGO S/.35,00	4 EVENTOS
ENVÍO DE ENFERMERAS A DOMICILIO		CO-PAGO S/.25,00	4 EVENTOS
ENVÍO DE ANALISIS DE LABORATORIO A DOMICILIO		CONEXIÓN	4 EVENTOS
ENVÍO DE MEDICAMENTOS DE FARMACIA		CONEXIÓN	3 EVENTOS
REFERENCIAS DE MEDICOS ESPECIALISTAS CLINICAS Y HOSPITALES		SIN LÍMITE	SIN LÍMITE
Asistencia Legal		COBERTURAS	EVENTOS POR AÑO
		MONTO MÁXIMO (EN SOLES)	MÁXIMO DE EVENTOS
ASISTENCIA LEGAL EN CASO DE ACCIDENTE AUTOMOVILISTICO		SIN LÍMITE	SIN LÍMITE
ASISTENCIA LEGAL EN CASO DE ROBO DEL VEHICULO		SIN LÍMITE	SIN LÍMITE
ASISTENCIA LEGAL EN CASO DE FALLECIMIENTO DEL TITULAR		SIN LÍMITE	SIN LÍMITE
ASESORIA LEGAL TELEFÓNICA			
MATERIA CIVIL:		SIN LÍMITE	SIN LÍMITE
MATERIA PENAL:		SIN LÍMITE	SIN LÍMITE
MATERIA FAMILIAR:		SIN LÍMITE	SIN LÍMITE
Asistencia en Viajes <small>A partir del KM. 40 de su domicilio por inmovilización del vehículo por avería o accidentes</small>		COBERTURAS	EVENTOS POR AÑO
		MONTO MÁXIMO (EN SOLES)	MÁXIMO DE EVENTOS
HOTEL POR AVERIA O ROBO TOTAL DEL AUTOMÓVIL		S/. 420,00 POR EVENTO	SIN LÍMITE
RENTA DE AUTO POR ROBO		S/. 420,00 POR EVENTO	SIN LÍMITE
TRASLADO A SU DOMICILIO POR ENFERMEDAD		SIN LÍMITE	SIN LÍMITE
TRANSPORTE DE UN FAMILIAR POR ENFERMEDAD DEL BENEFICIARIO		SIN LÍMITE	SIN LÍMITE
GASTOS DE TRANSPORTE PARA RECUPERACIÓN DEL VEHICULO		SIN LÍMITE	SIN LÍMITE
GASTOS DE ESTANCIA DE UN FAMILIAR POR ENFERMEDAD DEL BENEFICIARIO		S/. 350,00 POR EVENTO	SIN LÍMITE
AYUDA PARA EL REGRESO O CONTINUACIÓN DEL VIAJE		S/. 420,00 POR EVENTO	1 EVENTO
TRANSMISIÓN DE MENSAJES URGENTES		SIN LÍMITE	SIN LÍMITE
Asistencia en Viajes Internacionales		COBERTURAS	EVENTOS POR AÑO EN EL VIAJE
		MONTO MÁXIMO (EN SOLES)	
ASISTENCIA MEDICA POR ACCIDENTE		S/. 300,000.00	1 EVENTO
ASISTENCIA MEDICA POR ENFERMEDAD (INCLUIDOS LOS MEDICAMENTOS)		S/. 150,000.00	1 EVENTO
ODONTOLOGIA DE EMERGENCIA		S/. 5,600.00	1 EVENTO
TRASLADO SANITARIO		S/. 140,000.00	1 EVENTO
TRASLADO DE FAMILIAR POR HOSPITALIZACIÓN		TKT AEREO + HOTEL	1 EVENTO
HOTEL POR CONVALECENCIA		S/. 2,400.00	1 EVENTO
ACOMPANAMIENTO DE MENORES		SI	1 EVENTO
REPARTICIÓN FUNERARIA		S/. 140,000.00	1 EVENTO
REGRESO POR FALLECIMIENTO DE FAMILIAR		SI	1 EVENTO
REGRESO ANTICIPADO, SINIESTRO EN DOMICILIO		SI	1 EVENTO
INDEMNIZACIÓN VUELO DEMORADO O CANCELADO		S/. 450.00	1 EVENTO
ANULACIÓN VIAJE		S/. 4,200.00	1 EVENTO
TRASLADO DE EJECUTIVO EN SUBSTITUCIÓN		SI	1 EVENTO
MENSAJES URGENTES		SI	1 EVENTO
APOYO POR EXTRAVÍO DE DOCUMENTOS O EQUIPAJES		SI	1 EVENTO
LINEA DE CONSULTAS (24 HORAS)		SI	1 EVENTO
INDEMNIZACIÓN POR PERDIDA DE EQUIPAJE		S/. 4,200.00	1 EVENTO
COMPENSACIÓN POR DEMORA DE EQUIPAJE (PRIMERAS 6 HORAS)		S/. 700.00	1 EVENTO
COMPENSACIÓN POR DEMORA DE EQUIPAJE (LUEGO DE 6 HORAS Y HASTA 36 HORAS)		S/. 1,120.00	1 EVENTO
TRANSPARENCIA DE FONDOS		S/. 9,000.00	1 EVENTO
ASISTENCIA LEGAL POR ACCIDENTE DE TRANSITO		S/. 35,000.00	1 EVENTO
ENFERMEDAD CRONICA O PREEXISTENTE		S/. 2,000.00	1 EVENTO
Servicio de Referencia y Coordinación en Lima		COBERTURAS	EVENTOS POR AÑO
		MONTO MÁXIMO (EN SOLES)	MÁXIMO DE EVENTOS
REFERENCIA Y COORDINACIÓN DE FLORISTERIA		SIN LÍMITE	SIN LÍMITE
REFERENCIA Y COORDINACIÓN DE RESTAURANTES		SIN LÍMITE	SIN LÍMITE
REFERENCIA Y COORDINACIÓN DE CENTROS CULTURALES (Teatros, cine y museos)		SIN LÍMITE	SIN LÍMITE

BIBLIOGRAFIA

<http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2018/junio/reporte-de-inflacion-junio-2018.pdf>

<http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2018.pdf>

<https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/nivel-de-educacion-alcanzado-10022/>

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/condiciones-de-vida-ene-feb-marz_2018.pdf

[https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2018-](https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2018-08/el_61_de_adultos_peruanos_ya_es_digital_y_43_se_conecta_todos_los_dias.pdf)

[08/el_61_de_adultos_peruanos_ya_es_digital_y_43_se_conecta_todos_los_dias.pdf](https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2018-08/el_61_de_adultos_peruanos_ya_es_digital_y_43_se_conecta_todos_los_dias.pdf)

https://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_tenencia_smartphone_smarttv_2017.pdf

<http://www.minam.gob.pe/reeduca/reciclar-para-abrigar-2015/graficas/>

<https://es.americanassist.com/peru#contact>

https://www.sineace.gob.pe/wp-content/uploads/2016/02/Libro-Demanda-Laboral_Cliente.pdf

Bibliografía

Rendon, P. O. (2014). *Modelo del Plan de Negocios para la Micro y Pequeña Empresa*. Mexico: Patria. Recuperado el 20 de Febrero de 2019