

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO JOHN VON NEUMANN

**PROGRAMA DE ESTUDIOS DE NIVEL FORMATIVO
PROFESIONAL TECNICO EN
CONTABILIDAD**



“PROYECTO DE INVERSIÓN DE UN LAN CENTER EN LA CIUDAD DE TACNA PARA EL AÑO 2020”

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO A NOMBRE DE LA NACIÓN DE:
PROFESIONAL TÉCNICO EN
CONTABILIDAD**

AUTORES:

ALANOCA FERNANDEZ HYTZA CAROL
ARA PAUCA GABRIEL ALEJANDRO
CONDORI GARCIA ALEXANDRA ERIKA

DOCENTE GUIA:

MBA. ERNESTO A. LEO ROSSI

DOCENTE INFORMANTE:

CPC. RONALD HUACCA INCACUTIPA

TACNA – PERÚ

2020

“El texto final, datos, expresiones, opiniones y apreciaciones contenidas
en este trabajo son de exclusiva responsabilidad de los autores”

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	
CAPÍTULO I	12
ANTECEDENTES DEL ESTUDIO	12
1. Título del Tema	12
2. Origen del Tema.....	12
3. Formulación del Problema	12
4. Objetivo General	13
5. Objetivos Específicos	13
6. Metodología	13
6.1. Hipótesis base del negocio.....	13
6.2. Proponer el modelo de negocios.....	14
6.3. Determinar la viabilidad del mercado.....	14
6.4. Determinar la Propuesta Técnica Operativa.....	14
6.5. Determinar la Propuesta Organizacional.....	14
6.6. Determinar la Propuesta Legal.....	14
6.7. Evaluar la Propuesta Económica.....	14
7. Limitaciones del Estudio.....	14
CAPÍTULO II	16
MODELO DE NEGOCIOS	16
1. La Problemática Identificada	16
2. Nuestra Hipótesis	16
3. Concepto Final	17
3.1. Nombre:.....	17
3.2. ¿Qué es?.....	17
3.3. ¿Cómo funciona?	17
3.4. ¿Por qué es tan especial?	17
3.5. ILUSTRA LA IDEA.....	18
4. El Propósito Estratégico	18
5. La Misión	18
6. La Visión	19

7. Los Promotores	19
8. Modelo de Negocio	19
CAPÍTULO III	21
DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS	21
1. Estudio de Mercado	21
1.1. Análisis del Mercado.....	21
1.1.1. Población y muestreo	22
1.1.2. Resultados de las encuestas.....	23
1.1.3. El Segmento del Mercado	37
1.1.4. El Futuro del Mercado	38
1.2. Estrategia del Producto o Servicio.....	38
1.2.1. Innovación	38
1.2.2. Prototipo del producto	39
1.2.3. Relación con el Cliente.....	39
1.3. Estrategia de Comunicación	40
1.4. Estrategia de Comercialización	41
1.5. Estrategias de Ingresos	41
2. Estudio Técnico.....	42
2.1. Especificaciones Técnicas.....	42
2.2. Flujo del Proceso	42
2.2.1. Componentes	42
2.2.2. Producción del Servicio	45
2.2.2.1. Recepción del cliente	47
2.2.2.2. Registro del cliente.....	47
2.2.2.3. Indicación del término de hora	47
2.3. Localización del Proyecto	47
2.3.1. Macro localización:	47
2.3.2. Micro localización:	48
2.4. Capacidad Instalada Estimada	49
2.5. Infraestructura.....	49
2.5.1. Área de recepción	49
2.5.2. Área de Almacén	49
2.5.3. Área de Administrativas.....	50

2.5.4.	Área de Comercialización.....	50
2.6.	Distribución de la Planta	50
2.7.	Equipamiento.....	51
2.7.1.	Equipamiento Área de Producción del Servicio:.....	51
2.7.2.	Equipamiento Área de Administración:.....	52
2.7.3.	Equipamiento Área de Comercialización:.....	52
3.	Estudio Organizacional	52
3.1.	Estructura Organizacional de la empresa	52
3.2.	Descripción de los puestos	53
3.2.1.	Accionistas	53
3.2.2.	Gerente General.....	53
3.2.3.	Contador.....	54
3.2.4.	Community Manager	54
3.2.5.	Personal de Atención.	55
3.3.	Requerimiento e inversión de personal	57
4.	Estudio Legal.....	57
4.1.	Selección de la Persona Natural o Jurídica	57
4.2.	Selección del Régimen Tributario	57
4.3.	Selección del Régimen Laboral	58
4.4.	Otros Trámites	58
4.4.1.	Inscripción de la empresa.....	59
5.	Estudio Financiero.....	59
5.1.	Inversión Inicial	59
5.2.	Valor de Venta	60
5.3.	Ingresos Proyectados en Unidades	61
5.4.	Ingresos Proyectados en Soles	61
5.5.	Costos Proyectados por Unidad	62
5.6.	Costos Proyectados en Soles.....	62
5.7.	Gastos Proyectados Administrativos	63
5.8.	Gastos Proyectados de Ventas	63
5.9.	Flujo Económico	64
5.10.	Flujo de caja financiero.....	67
CAPÍTULO IV.....		69

DECISIÓN DE INVERSIÓN Y RECOMENDACIONES	69
1. Decisión de Inversión	69
2. Recomendaciones.....	69
CONCLUSIONES	71
ANEXOS	75
Anexo N°1: Encuesta	75
Anexo N°2: Logo del Negocio	76
Anexo N°3: Lima games week, campeonatos de E-Sport	76
Anexo N°4: ¿Cómo tramitar la licencia municipal de funcionamiento?	77
Anexo N°5: Características de las Micros y Pequeñas empresas	78
Anexo N°6: Filtración de la población y horas demandadas.	78
Anexo N°7: Proyección de ingresos.....	79
Anexo N°8: Proyección de Ingresos en Unidades - Año 01 al año 05	79
Anexo N°09: Proyección de Ingresos en Soles sin IGV.....	80
Anexo N°10: Diferencia de depreciaciones.....	81
Anexo N°11: Depreciación Tributaria y contable.	82
Anexo N°12: Costo unitario del servicio.....	83
Anexo N°13: Préstamo bancario.....	84

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Modelo de Negocio CANVAS</i>	20
Tabla 2 <i>Población censada, por grupo especial de edad, según departamento</i>	22
Tabla 3 <i>Determinación de la Población</i>	23
Tabla 4 <i>Distrito proveniente</i>	24
Tabla 5 <i>Edad</i>	25
Tabla 6 <i>Sexo</i>	26
Tabla 7 <i>Ocupación</i>	27
Tabla 8 <i>¿Juega algún tipo de videojuegos?</i>	28
Tabla 9 <i>¿En qué plataforma preferiría jugar?</i>	29
Tabla 10 <i>¿Cuántos días juega a la semana?</i>	30
Tabla 11 <i>¿Cuántas horas juega al día?</i>	31
Tabla 12 <i>¿Cómo prefiere jugar?</i>	32
Tabla 13 <i>¿Dónde le agradaría que esté ubicado nuestro LAN CENTER?</i>	33
Tabla 14 <i>¿Qué es lo que más le agradaría que tuviera nuestro LAN CENTER?</i>	34
Tabla 15 <i>¿En qué horario asistirá a nuestro LAN center?</i>	35
Tabla 16 <i>¿Cuánto pagarías por HORA por un lan center bien implementado?</i>	36
Tabla 17 <i>¿Qué día no visitaría nuestro LAN CENTER?</i>	37
Tabla 18 <i>Porcentaje de servicios y productos ofrecidos</i>	41
Tabla 19 <i>Flujograma de alquiler por horas</i>	46
Tabla 20 <i>Equipamiento de Área de Producción</i>	51
Tabla 21 <i>Equipamiento Área de Administración</i>	52

Tabla 22 <i>Equipamiento Área de Comercialización</i>	52
Tabla 23 <i>Requerimiento e inversión de personal</i>	57
Tabla 24 <i>Cuadro Resumen Costos Legales</i>	59
Tabla 25 <i>Inversión Inicial</i>	60
Tabla 26 <i>Valor venta de los productos</i>	60
Tabla 27 <i>Ingresos Proyectados en Unidades</i>	61
Tabla 28 <i>Ingresos Proyectados en Soles</i>	62
Tabla 29 <i>Costos Proyectados por Unidad</i>	62
Tabla 30 <i>Costos Proyectados en soles</i>	62
Tabla 31 <i>Gastos Administrativos</i>	63
Tabla 32 <i>Gastos proyectados de ventas</i>	64
Tabla 33 <i>Flujo Económico</i>	66
Tabla 34 <i>Calculo de COK</i>	67
Tabla 35 <i>Flujo de caja financiero</i>	68

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Distrito proveniente.....	24
Gráfico 2: Edad	25
Gráfico 3: Sexo	26
Gráfico 4: Ocupación	27
Gráfico 5: ¿Juega algún tipo de videojuegos?	28
Gráfico 6: ¿En qué plataforma preferiría jugar?	29
Gráfico 7: ¿Cuántos días juega a la semana?	30
Gráfico 8: ¿Cuántas horas juega al día?.....	31
Gráfico 9: ¿Cómo prefiere jugar?	32
Gráfico 10: ¿Dónde agradecería que esté ubicado nuestro LAN CENTER?.....	33
Gráfico 11: ¿Qué es lo que más te agradecería que tuviera nuestro LAN CENTER?	34
Gráfico 12: ¿En qué horario asistirá a nuestro LAN CENTER?	35
Gráfico 13: ¿Cuánto pagaría por hora por un LAN CENTER bien implementado con un buen espacio para tu comodidad?	36
Gráfico 14: ¿Qué día no visitaría el establecimiento?	37

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Prototipo de servicio.....	18
Figura 2: Modelo de los implementos del servicio.....	39
Figura 3: Macro localización del proyecto	48
Figura 4: Micro localización del proyecto	49

RESUMEN EJECUTIVO

Actualmente el Perú se encuentra como uno de los países que ha tenido un mayor crecimiento en el mundo “Gamer”, se ha observado que en la Ciudad de Tacna no existe un ambiente apropiado para los jugadores, es por ello que el presente Plan de Negocio consiste en la puesta de un Lan Center en la ciudad de Tacna.

Para determinar la viabilidad del negocio “Pasión gamer E-Sport” se desarrollaron múltiples estudios que serán detallados en los próximos capítulos. Por la hipótesis planteada se deduce la idea de ser un Lan center modelo estadounidense ya que las mesas de estos son de forma triangular dando más comodidad, se optó por el modelo Canvas donde la propuesta de valor será enfocarnos en la comodidad del cliente, con equipos de alta calidad e impulsar las competencias distritales; para la viabilidad del proyecto se utilizó encuestas, donde se pudo obtener la opinión de precios, ubicación, horarios, entre otros; el proyecto de inversión tiene 6 trabajadores, siendo una Sociedad Anónima Cerrada con régimen tributario MYPE y régimen laboral de la Micro y Pequeña empresa, también se desarrolló el estudio técnico y financiero.

Luego de los análisis realizados, la inversión del negocio asciende a un monto de S/ 209,299.89 soles, a causa de este financiamiento tenemos un costo de oportunidad (COK) del 15.40% que nos generó un VAN de S/. 4,291.09 y un TIR de 16% ambos indicadores importantes para saber si el negocio es viable o no; concluimos que el proyecto es rentable en una proyección de 5 años con financiamiento del 20% del banco.

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

1. Título del Tema

“PROYECTO DE INVERSIÓN DE UN LAN CENTER EN LA CIUDAD DE TACNA PARA EL AÑO 2020”

2. Origen del Tema

Se ha observado que en los últimos años la industria de videojuegos ha tenido un incremento positivo, ya que se desarrollan campeonatos cada vez más importantes y con una afluencia mayor del público, cada vez hay más fanáticos de deportes electrónicos que les importa seguir en vivo las partidas y los campeonatos de sus seguidores, lamentablemente en la Ciudad de Tacna no existe un lugar que mezcle comodidad, pantallas de alta definición y campeonatos distritales; tras observar estas oportunidades se decide estudiar el mercado del mundo “Gamer”, ya que existe un potencial nicho para desarrollar esta industria.

3. Formulación del Problema

Actualmente el Perú se encuentra como uno de los países que ha tenido un mayor crecimiento en el mundo “Gamer”, se ha observado que en la Ciudad de Tacna no existe un ambiente apropiado para los jugadores, la aglomeración y poco espacio que estos sitios brindan, la baja calidad de las computadoras, asimismo no se realizan campeonatos y torneos en vivo, esto ayudaría a motivar a los jugadores a reunirse y ser partícipe de estos juegos en línea. Tras estas problemáticas decidimos enfocarnos en brindar estos

servicios a jóvenes que cuenten con solvencia económica y que estarían dispuestos en costear en un lugar que ellos consideran agradable, sobre todo porque aún no se encuentra en el mercado Tacneño.

4. Objetivo General

Formular un plan de negocios para determinar la viabilidad técnica financiera de un LAN CENTER en la ciudad de Tacna, 2020.

5. Objetivos Específicos

- 1.1. Comprobar la hipótesis base del negocio.
- 1.2. Proponer el modelo de negocios
- 1.3. Determinar la viabilidad del mercado
- 1.4. Determinar la Propuesta Técnica Operativa
- 1.5. Determinar la Propuesta Organizacional.
- 1.6. Determinar la Propuesta Legal
- 1.7. Evaluar la Propuesta Económica.

6. Metodología

6.1. Hipótesis base del negocio.

Usaremos la metodología de Design Thinking.

Según Tim Brown, actual CEO de IDEO, el Design Thinking “Es una disciplina que usa la sensibilidad y métodos de los diseñadores para hacer coincidir las necesidades de las personas con lo que es tecnológicamente factible y con lo que una estrategia viable de negocios puede convertir en valor para el cliente, así como en una gran oportunidad para el mercado”.

6.2. Proponer el modelo de negocios.

Usaremos la metodología del Modelo de Canvas.

Es una herramienta creada por Alex Osterwalder y se divide en nueve módulos y cada uno de ellos son las piezas que necesita una empresa para establecer su estrategia de negocios.

6.3. Determinar la viabilidad del mercado.

A través de encuestas y de entrevistas directas con potenciales clientes se determinarán las características del producto, precio plaza y promoción de la propuesta.

6.4. Determinar la Propuesta Técnica Operativa.

Utilizando un flujograma del proceso se determinará la disponibilidad de los equipos, herramientas y tecnologías necesarios para el desarrollo de la propuesta.

6.5. Determinar la Propuesta Organizacional.

Diseño de los requerimientos de personal y sus características usando un organigrama.

6.6. Determinar la Propuesta Legal.

Se propondrá la constitución legal más adecuada de acuerdo a las propuestas anteriores, según el marco legal peruano.

6.7. Evaluar la Propuesta Económica.

Utilizaremos un flujo económico para determinar el COK, VAN y TIR de la propuesta.

7. Limitaciones del Estudio

Las limitaciones del presente estudio son:

- a) Tiempo: solo se dispone de mes y medio para la elaboración del Plan.
- b) Espacio: La propuesta solo abarca el mercado de Tacna.
- c) Amenaza: Se está atravesando una pandemia por el COVID-19, a lo que se buscó que el plan de negocio se ajuste a la realidad.

CAPÍTULO II

MODELO DE NEGOCIOS

1. La Problemática Identificada

Esta idea surgió al verificar que los Lan Center más conocidos de nuestra región no tienen una correcta distribución del espacio al brindar los servicios de entretenimiento, también la baja calidad de las computadoras, siendo conocidas sólo por brindar una atracción estética mas no una calidad gráfica de esta experiencia.

2. Nuestra Hipótesis

Los jóvenes y jóvenes adultos de la ciudad de Tacna están buscando una nueva forma de distracción en las plataformas digitales, donde los e-sports están en constante crecimiento, teniendo mayor acogida por parte del público nacional y por ende el público tacneño. Si bien es cierto existen cabinas de videojuegos en Tacna, estos no están totalmente implementados como tampoco hay un espacio agradable donde el cliente se sienta cómodo, el presente plan de negocios se centrará es ese nicho de personas.

Quienes reciben el servicio son la variedad de clientes, jugadores casuales competitivos y los encargados de brindar recomendaciones son los trabajadores por turnos, ya con conocimiento en el campo de videojuegos y sistemas.

Por lo mencionado, se plantea la idea de basarnos en los modelos de Lan Center norteamericanos, que toman una idea de distribución de espacios de las computadoras de forma triangular, descartando lo clásico que sería ordenados por filas y para incrementar la importancia de cada cliente se

asignará una sala de espera con diversos snacks disponibles, que en algunas ocasiones dicho espacio será usado para organizar eventos competitivos.

3. Concepto Final

3.1. Nombre:

“PASION GAMER E-SPORT”

3.2. ¿Qué es?

Es un centro de entretenimiento digital implementado con computadoras de alto nivel gráfico y un ambiente agradable para brindar una excelente experiencia, donde el jugador puede socializar con amigos, colegas o familiares de forma virtual o presencial.

3.3. ¿Cómo funciona?

Rentando 27 computadoras gamer donde los clientes tendrán acceso a diferentes plataformas para videojuegos por hora o promociones (por evaluar), y se brindará un equipo dedicado al tipo de juego que vayan a solicitar los clientes en base a la calidad gráfica requerida por el juego y a lo disponible de la PC y durante la experiencia se ofrecerán diversos snacks.

3.4. ¿Por qué es tan especial?

Porque incentivará a la verdadera competencia entre jugadores profesionales y casuales, organizando eventos competitivos entre distritos.

3.5. ILUSTRA LA IDEA

Las siguientes imágenes son una referencia del ambiente del presente proyecto del Lan Center, con una correcta iluminación y distribución del espacio.

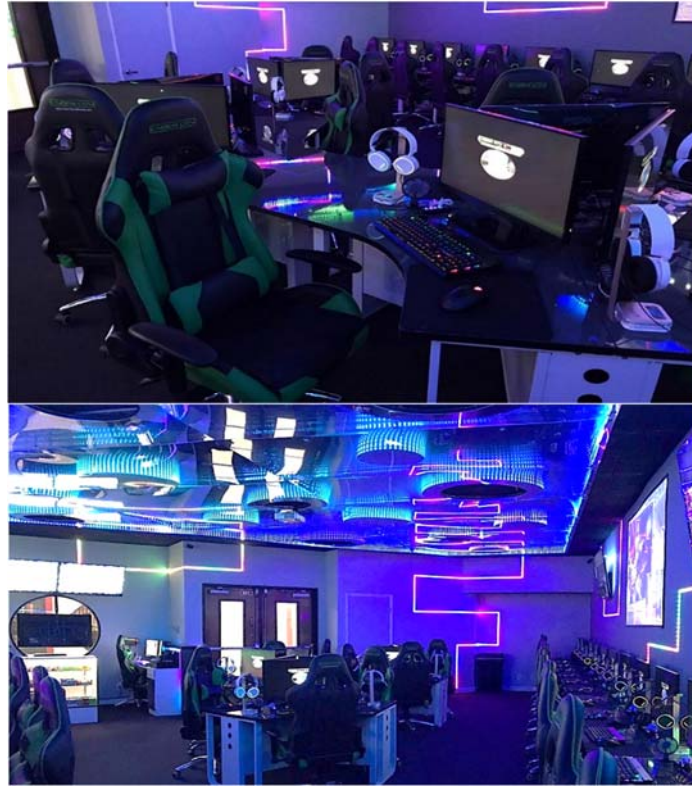


Figura 1: Prototipo de servicio

4. El Propósito Estratégico

Tacna Gaming S.A.C. es creada con el fin de generar ingresos por medio del entretenimiento de los videojuegos, para luego ser reinvertidos mejorando cada vez más la experiencia vivida por los clientes gracias a un feedback.

5. La Misión

Brindar un servicio de calidad de entretenimiento, donde los clientes de la ciudad de Tacna puedan desenvolverse e incrementar sus habilidades.

6. La Visión

Ser reconocido por la concurrida asistencia de sus fieles clientes a causa de una excelente atención, lo que hará que se vuelva un establecimiento icónico de entretenimiento impulsando el nivel competitivo de sus clientes.

7. Los Promotores

- Gabriel Alejandro Ara Pauca: es una persona que enfrenta los riesgos de cualquier situación, responsable, con experiencia laboral en ventas y en el ámbito contable, además de ser un apasionado en la industria de los videojuegos.
- Hytza Carol Alanoca Fernández: Una persona muy dinámica, la creatividad es muy importante para innovar en un proyecto, cuenta con experiencia laboral teniendo conocimientos en diferentes rubros.
- Alexandra Erika Condori García: Una persona responsable, carismática con experiencia laboral en rubro de dirección y logística, le gusta trabajar en equipo, dedicada en lo que hace, creativa en cuanto diseños puntos importantes para llevar por buen camino el proyecto.

8. Modelo de Negocio

Tabla 1*Modelo de Negocio CANVAS*

MODELO DE NEGOCIO CANVAS				
ASOCIACIONES CLAVES	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA ÚNICA DE VALOR	RELACIONES CON CLIENTES	SEGMENTACION DE MERCADO
Proveedores de internet. Proveedores de mantenimientos de hardware Proveedores software Proveedores de alimentos. Proveedores de las computadoras y accesorios necesarios.	Eventos, competencias, mantenimiento y actualización de las computadoras. Capacitación al personal	Los clientes podrán reposar en sillas especializadas para pasar largas jornadas de entretenimiento (sillas gamer) multifuncionales. A diferencia de los demás Lan Center o “cabinas de internet” en nuestra ciudad, habrá una correcta distribución de los espacios para cada cliente o participante.	La relación con nuestros clientes será de manera directa y personalizada debido a que se contará con personal especialistas en computadoras y en atención al público.	Personas con valor adquisitivo y que tengan pasión por los videojuegos.
	RECURSOS CLAVES		CANALES	
	• Recurso humano • Tecnología • Videojuegos • Software		• Redes sociales. • Página web • Afiches	
ESTRUCTURA DE COSTOS			FUENTES DE INGRESO	
• Alquiler del local • Pago a los colaboradores • Compra de computadoras gamers y accesorios, televisores, muebles. • Compra de insumos para el snack.			• Renta de las computadoras gamers por horas • Eventos y competencias • Venta de snacks	

Nota: Elaboración Propia

CAPÍTULO III

DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS

1. Estudio de Mercado

1.1. Análisis del Mercado

Según el diario oficial EL PERUANO “Los videojuegos en el Perú ganan cada vez más terreno. La industria continúa en crecimiento luego de cerrar el 2018 con 58 millones de dólares de ingresos. El informe Global Entertainment & Media Outlook 2019-2023, elaborado por la firma PwC con motivo del Día del Gamer celebrado ayer, da cuenta que el mercado peruano obtendrá un crecimiento promedio anual de 20%, con lo que generará 147 millones de dólares para el 2023”. (Diario oficial del bicentenario EL PERUANO, 2019)

La población escogida será en la ciudad de Tacna donde no existe información que nos permita saber sobre la demanda de este servicio es por ello que para estimar el tamaño de mercado nos enfocaremos en los jóvenes de 15-29 y joven adulta de 30-44 de la información brindada por el INEI de la POBLACIÓN CENSADA, POR GRUPO ESPECIAL DE EDAD, SEGÚN DEPARTAMENTO, 2017 nos enfocaremos en esta población debido a que nuestro servicio tiene como público objetivo a personas de 16 a 35 años de edad.

Tabla 2*Población censada, por grupo especial de edad, según departamento*

Departamento	Grupo especial de edad					
	Total	Infantil	Joven	Adulta Joven	Adulta	Adulta Mayor
		0-14	15-29	30-44	45-59	60 y mas
TOTAL	29,381,884	7,754,051	7,317,534	6,332,438	4,480,285	3,497,576
TACNA	329,332	75,874	84,602	79,698	54,002	35,156

FUENTE: Censos Nacionales 2017: XII de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades Indígenas

Nota: Elaboración Propia

Donde el departamento de Tacna tiene una población de 84,602 entre las edades de 15-29 y 79,698 entre las edades de 30-44, lo que nos da un total de 164,300 como una total población. (INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA E INFORMATICA, 2018)

1.1.1. Población y muestreo

El método utilizado para la recolección de información es mediante encuestas virtuales realizadas a través de redes sociales a grupos interesados en el mundo gamer; la población objetivo total de Tacna es de 160,318 con edades entre 15 a 44, pasando por una filtración de niveles socioeconómicos y aplicando la regla de tres para saber el porcentaje que se aplicara a la provincia de Tacna donde la población base estimada será de 143,485 personas para el cálculo de la muestra, donde también se filtró por nivel socioeconómico A,B,C y D, de la región de Tacna según estudios realizados por MARKET REPORT donde indica que es un total del 89.50%. (Compañía peruana de estudios de mercados y opinion publica SAC, 2019)

100%	329332	Población de Tacna
49.89 %	164300	Población de 15-44 años

Tabla 3
Determinación de la Población

Detalle	%	Total
Población nacional		29,382,884.00
Zona geográfica (Provincia)		321,351.00
Edad: 15 a 44 años	49.89%	160,318.37
Sexo: Hombres - Mujeres	100%	160,318.37
NSE: A, B, C y D	89.50%	143,484.94
Segmento		143,485
Segmento (%)		0.49%

Fuente: Archivo Excel de Estudio Económico de Lan Center.

Nota: Elaboración Propia

Aplicando la formula con un nivel de confianza del 89% y un margen de error del 11%, la muestra es de 74 personas.

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + z^2 * p * q}$$

Donde:

n = Muestra

N = Población

Z = Nivel de Confianza

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de fracaso

e = Margen de error

$$n = \frac{1.89^2 * 0.5 * 0.5 * 143485}{0.11^2 * (143485 - 1) + 1.89^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 74$$

1.1.2. Resultados de las encuestas

De manera gráfica colocar los resultados de las encuestas y/o entrevistas realizadas

- **PREGUNTA N° 1**

Tabla 4
Distrito proveniente

Categoría	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Alto de la alianza	8	10,5	10,5	10,5
Calana	2	2,6	2,6	13,2
Ciudad nueva	9	11,8	11,8	25,0
Coronel Gregorio Albarracín	21	27,6	27,6	52,6
Pocollay	9	11,8	11,8	64,5
Tacna	27	35,5	35,5	100,0
Total	76	100,0	100,0	

Nota: Elaboración Propia – Encuesta.

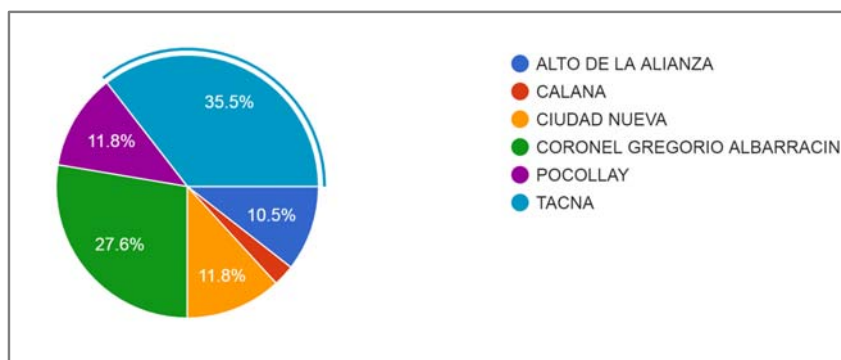


Gráfico 1: Distrito proveniente

Nota: Elaboración Propia – Encuesta.

- **INTERPRETACIÓN**

Este gráfico muestra que el 35.5% de los encuestados provienen del distrito de Tacna, siendo el porcentaje más alto en comparación a los demás distritos, esto ayudó a determinar la ubicación distrital del local.

- **PREGUNTA N° 2**

Tabla 5

Edad

Categoría	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
16 a 20	25	32,9	32,9	32,9
21 a 25	36	47,4	47,4	80,3
26 a 30	12	15,8	15,8	96,1
31 a más	3	3,9	3,9	100,0
Total	76	100,0	100,0	

Nota: Elaboración Propia – Encuesta.

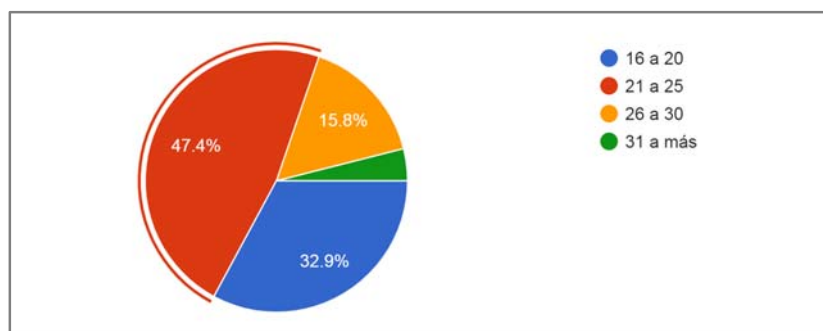


Gráfico 2: Edad

Nota: Elaboración Propia – Encuesta.

- **INTERPRETACIÓN**

Es importante destacar que la mayoría de encuestados (47.4%) tienen edades de 21 a 25 años, luego la segunda mayoría (32.9%) están entre los 16 a 20 años de edad. Esto indica que se debe enfocar en los gustos del entretenimiento de esta población, para realizar las modificaciones necesarias a la idea de negocio.

- **PREGUNTA N° 3**

Tabla 6

Sexo

Categoría	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Masculino	53	69,7	69,7	69,7
Femenino	23	30,3	30,3	100,0
Total	76	100,0	100,0	

Nota: Elaboración Propia – Encuesta.

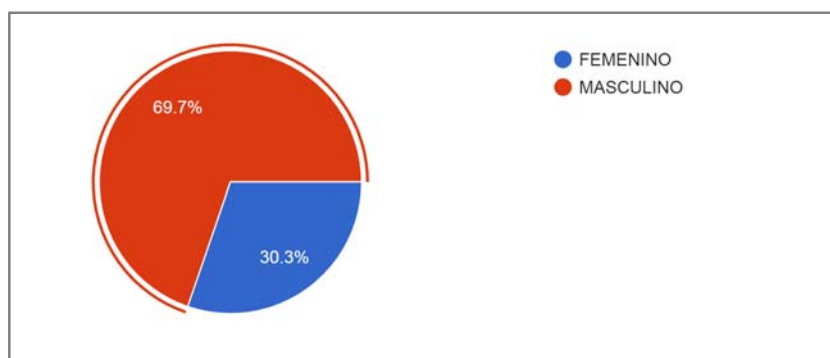


Gráfico 3: Sexo

Nota: Elaboración Propia – Encuesta.

- **INTERPRETACIÓN**

Los resultados de esta encuesta, demuestran que el 69.7% de los potenciales clientes, serían varones, y el 30.3% mujeres, esto para determinar el tipo de ambientación del local e implementar normas de comportamiento.

- **PREGUNTA N° 4**

Tabla 7
Ocupación

Categoría	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Estudiante	42	55,3	55,3	55,3
Trabajador independiente	15	19,7	19,7	75,0
Trabajador dependiente	14	18,4	18,4	93,4
No trabaja	5	6,6	6,6	100,0
Total	76	100,0	100,0	

Nota: Elaboración Propia – Encuesta.

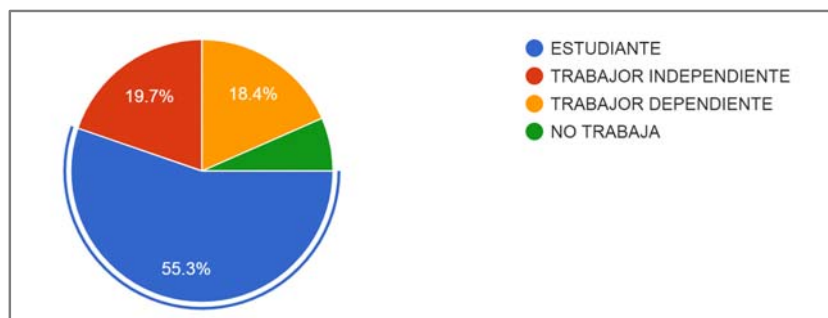


Gráfico 4: Ocupación

Nota: Elaboración Propia – Encuesta.

- **INTERPRETACIÓN**

La encuesta determinó que el 55.3% son estudiantes, y un 38.1% trabajan, por lo que se deduce que ambos segmentos necesitan una forma de distraerse y relajarse, liberando tensión en este tipo de entretenimiento, para lo cual este negocio está enfocado.

- **PREGUNTA N° 5**

Tabla 8

¿Juega algún tipo de videojuegos?

Categoría	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
SI	67	88,2	88,2	88,2
NO	9	11,8	11,8	100,0
Total	76	100,0	100,0	

Nota: Elaboración Propia – Encuesta.

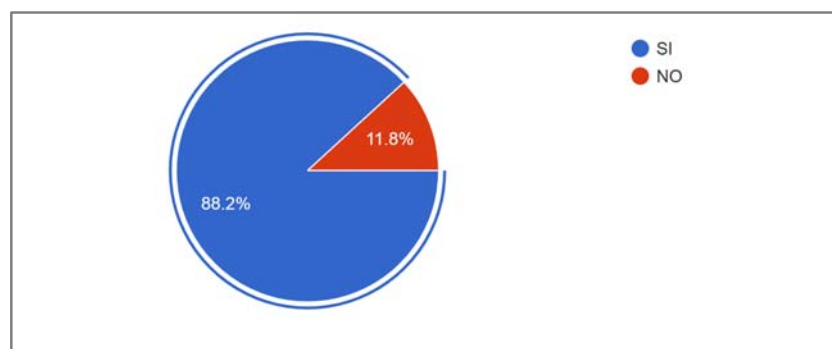


Gráfico 5: ¿Juega algún tipo de videojuegos?

Nota: Elaboración Propia – Encuesta.

- **INTERPRETACIÓN**

El 88.2% de los encuestados sí se entretiene con los videojuegos, por lo cual se podría inducir a mejorar sus habilidades o vivir una experiencia distinta con el servicio del Lan center.

- **PREGUNTA N° 6**

Tabla 9

¿En qué plataforma preferiría jugar?

Categoría	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Juegos de PC en línea	41	53,9	53,9	53,9
Juegos de Consola	6	7,9	7,9	61,8
Juegos en el móvil	27	36,8	36,8	98,6
Otros	2	1,4	1,4	100,0
Total	76	100,0	100,0	

Nota: Elaboración Propia – Encuesta.

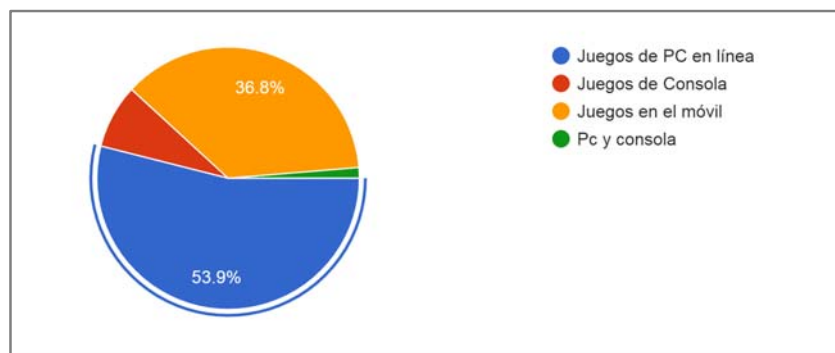


Gráfico 6: ¿En qué plataforma preferiría jugar?

Nota: Elaboración Propia – Encuesta.

- **INTERPRETACIÓN**

Los resultados obtenidos en este gráfico reflejan que, un 53.9% de los encuestados preferiría jugar Juegos de Pc en línea, esto ayudará a contar con una buena cantidad de Pc en el establecimiento, asimismo un 36.8 % prefiere jugar desde un móvil.

- **PREGUNTA N° 7**

Tabla 10

¿Cuántos días juega a la semana?

Categoría	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
1 vez a la semana	11	14,5	14,5	14,5
2 o 3 veces a la semana	25	32,9	32,9	47,4
4 o 5 días a la semana	13	17,1	17,1	64,5
Todos los días	27	35,5	35,5	100,0
Total	76	100,0	100,0	

Nota: Elaboración Propia – Encuesta.

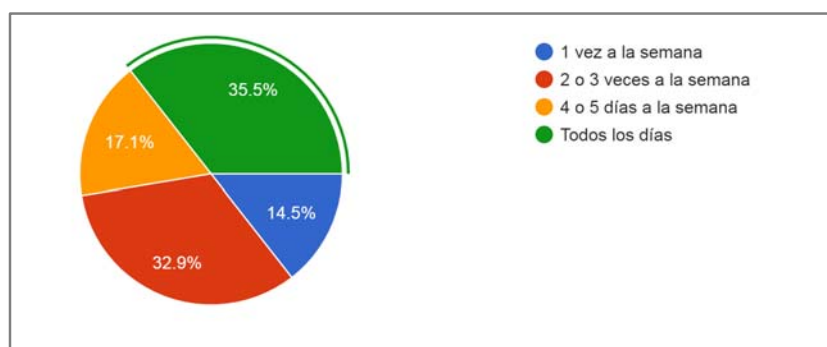


Gráfico 7: ¿Cuántos días juega a la semana?

Nota: Elaboración Propia – Encuesta.

- **INTERPRETACIÓN**

Como se puede observar en el gráfico un 35.5% de los encuestados juega todos los días, mientras que muy cerca un 32.9% lo hace de 2 a 3 veces a la semana esto da entender que no hay un horario especial para poder distraerse.

- **PREGUNTA N° 8**

Tabla 11

¿Cuántas horas juega al día?

Categoría	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
1 hora	17	22,4	22,4	22,4
Entre 2 y 3 horas	38	50,0	50,0	72,4
Entre 4 y 5 horas	14	18,4	18,4	90,8
Mas de 6 horas	7	9,2	9,2	100,0
Total	76	100,0	100,0	

Nota: Elaboración Propia – Encuesta.

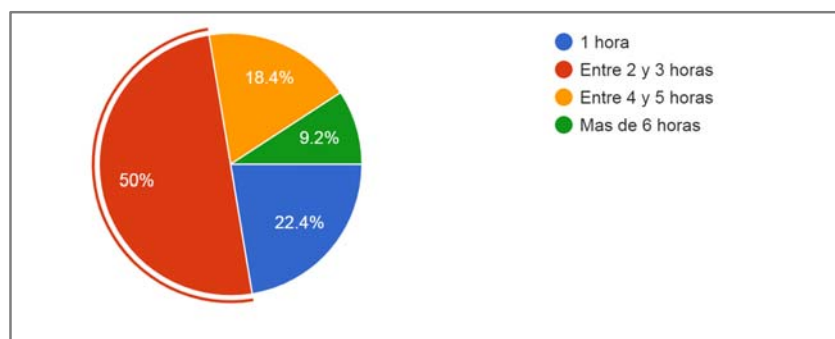


Gráfico 8: ¿Cuántas horas juega al día?

Nota: Elaboración Propia – Encuesta.

- **INTERPRETACIÓN**

El resultado de esta pregunta da a conocer que el 50% juega entre 2 y 3 horas, la segunda mayoría (22.4%) juega 1 hora, y un 27.6% juega más de 4 horas, toda esta información ayuda a determinar a que en un futuro se implementara promociones especiales en base al historial de visitas de cada cliente.

- **PREGUNTA N° 9**

Tabla 12
¿Cómo prefiere jugar?

Categoría	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Solo	26	34,2	34,2	34,2
Acompañado	50	65,8	65,8	100,0
Total	76	100,0	100,0	

Nota: Elaboración Propia – Encuesta.

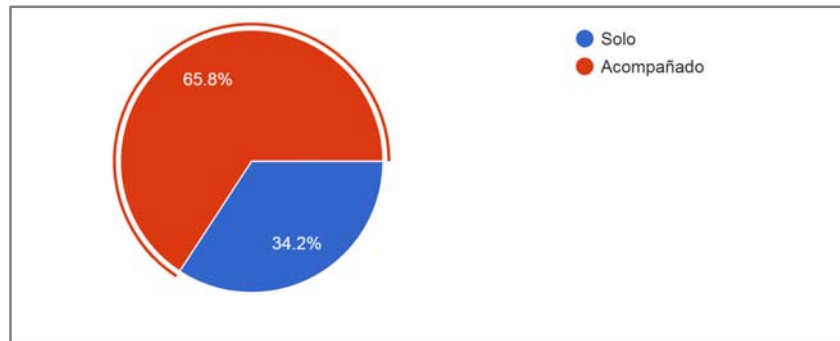


Gráfico 9: *¿Cómo prefiere jugar?*

Nota: Elaboración Propia – Encuesta.

- **INTERPRETACIÓN**

En lo que respecta este gráfico el 65.8 % de las personas encuestadas prefiere jugar acompañado, esto con la intención de formar grupos sociales, este resultado ayudará al momento de ubicar las computadoras de forma estratégica, buscando una mayor comodidad para los jugadores, asimismo con el 34.2 % que prefiere jugar solo.

- **PREGUNTA N° 10**

Tabla 13

¿Dónde le gustaría que esté ubicado nuestro LAN CENTER?

Categoría	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Av. Bolognesi	38	50,0	50,0	50,0
Av. Leguía	18	23,7	23,7	73,7
Av. San Martín	15	19,7	19,7	93,4
Otras (Calle Arica, Gregorio Albarracín, por mi zona)	5	6,6	6,6	100,0
Total	76	100,0	100,0	

Nota: Elaboración Propia – Encuesta.

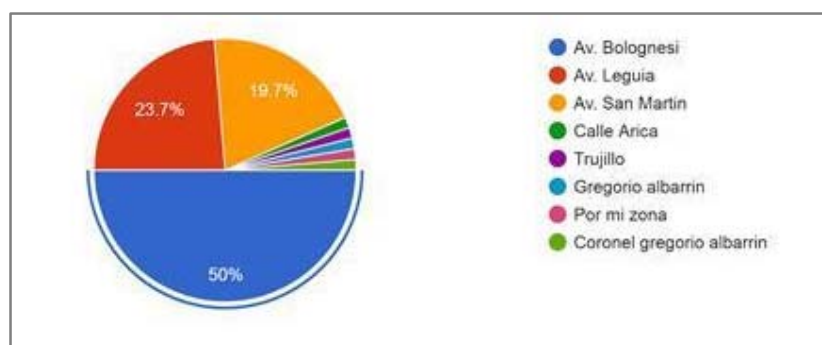


Gráfico 10: ¿Dónde agradecería que esté ubicado nuestro LAN CENTER?

Nota: Elaboración Propia – Encuesta.

- **INTERPRETACIÓN**

Fue esencial conocer este resultado, complementado con la consulta del distrito proveniente (en su mayoría Tacna), para determinar la ubicación específica del local, en el cual la opción ubicada en la avenida Bolognesi resultó tener la preferencia del 50% de los encuestados.

• **PREGUNTA N° 11**

Tabla 14

¿Qué es lo que más le agradaría que tuviera nuestro LAN CENTER?

Categoría	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Snack	2	2,6	2,6	2,6
Sala de espera	2	2,6	2,6	5,3
Eventos competitivos	12	15,8	15,8	21,1
Espacio amplio y cómodo	13	17,1	17,1	38,2
Todas las anteriores	45	59,2	59,2	97,4
Otros	2	2,6	2,6	100,0
Total	76	100,0	100,0	

Nota: Elaboración Propia – Encuesta.

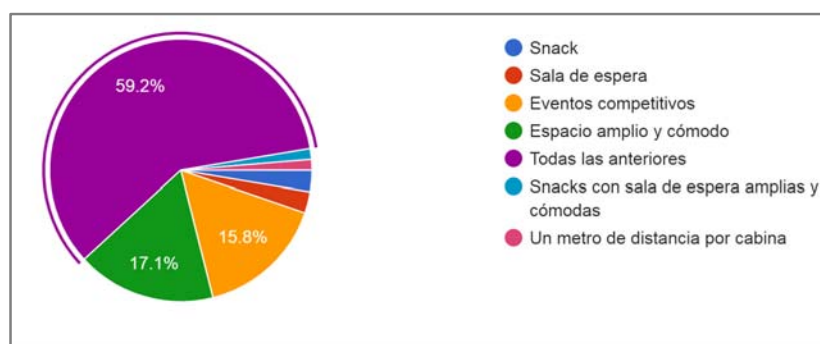


Gráfico 11: ¿Qué es lo que más te agradaría que tuviera nuestro LAN CENTER?

Nota: Elaboración Propia – Encuesta.

• **INTERPRETACIÓN**

El resultado de la pregunta, muestra que un 59.2% de los posibles clientes, tendrán gran aceptación y aprecio por las características especiales del Lan Center, incluso prefiriendo más la idea de un ambiente cómodo y espacioso, también la

idea de organizar eventos competitivos, esto ayuda a saber en qué se debe enfocar y reinvertir los fondos del negocio.

- **PREGUNTA N° 12**

Tabla 15

¿En qué horario asistirá a nuestro LAN center?

Categoría	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Mañana (9am-12pm)	12	15,8	15,8	15,8
Tarde (12pm-3pm)	4	5,3	5,3	21,1
Tarde (3pm-6pm)	26	34,2	34,2	55,3
Noche (6pm-9pm)	26	34,2	34,2	89,5
Noche de 9pm a más.	8	10,5	10,5	100,0
Total	76	100,0	100,0	

Nota: Elaboración Propia – Encuesta.

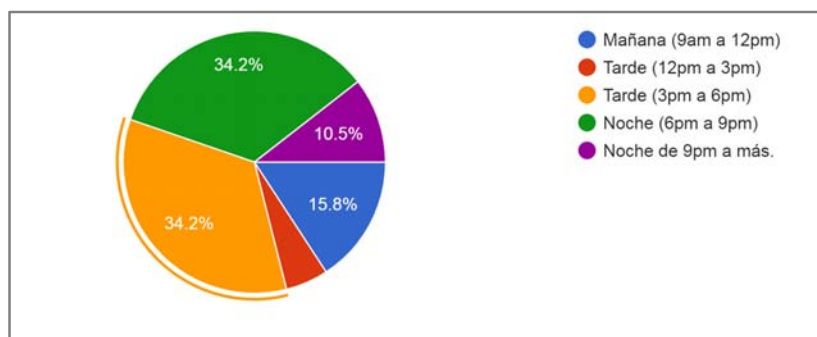


Gráfico 12: ¿En qué horario asistirá a nuestro LAN CENTER?

Nota: Elaboración Propia – Encuesta.

- **INTERPRETACIÓN**

Es importante conocer el horario del flujo máximo de asistentes, ya que los resultados son entre las 3pm y 9pm, el 68.4% asistirá al local, donde los encargados deberán de cruzar su turno para que ambos puedan atender a los clientes durante esas horas.

- **PREGUNTA N° 13**

Tabla 16

¿Cuánto pagarías por HORA por un lan center bien implementado?

Categoría	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Menos de S/.1.50	25	32,9	32,9	32,9
S/.2.00	41	53,9	53,9	86,8
Más de S/.2.00	10	13,2	13,2	100,0
Total	76	100,0	100,0	

Nota: Elaboración Propia – Encuesta.

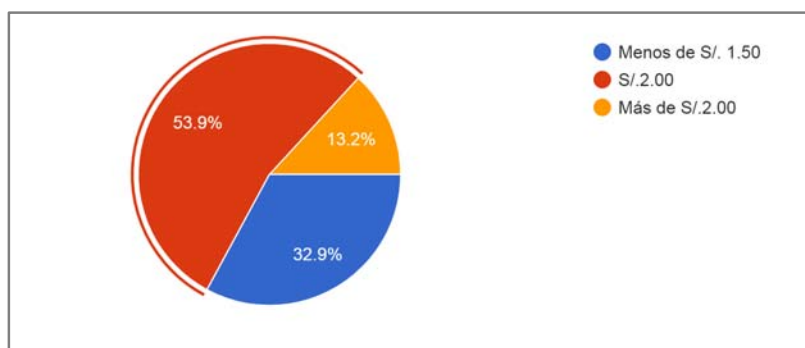


Gráfico 13: ¿Cuánto pagaría por hora por un LAN CENTER bien implementado con un buen espacio para tu comodidad?

Nota: Elaboración Propia – Encuesta.

- **INTERPRETACIÓN**

La mayoría de encuestados (53.9%) indicó que podrían llegar a pagar un monto de s/2.00 la hora del servicio, y un 32.9% pagaría menos de s/1.50, por lo que este resultado ayudó a determinar el precio de la hora del servicio en S/. 2.00.

- **PREGUNTA N° 14**

Tabla 17

¿Qué día no visitaría nuestro LAN CENTER?

Categoría	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Lunes	20	26,3	26,3	26,3
Martes	3	3,9	3,9	30,3
Miércoles	3	3,9	3,9	34,2
Jueves	1	1,3	1,3	35,5
Sábado	16	21,1	21,1	56,6
Domingo	33	43,4	43,4	100,0
Total	76	100,0	100,0	

Nota: Elaboración Propia – Encuesta.

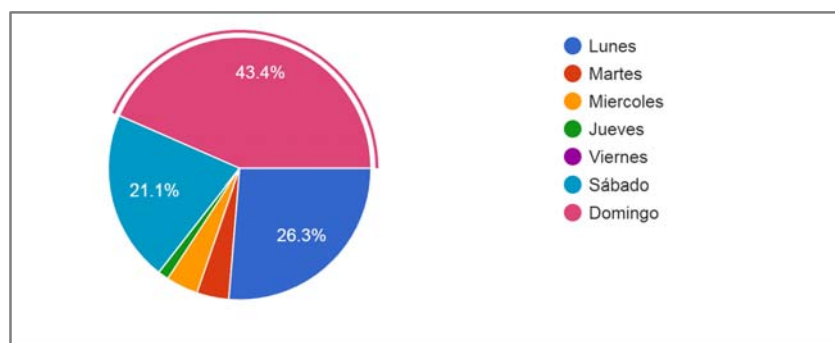


Gráfico 14: ¿Qué día no visitaría el establecimiento?

Nota: Elaboración Propia – Encuesta.

- **INTERPRETACIÓN**

Este resultado da a conocer que el día menos visitado por los “futuros clientes”, serán los domingos (43.4%) para determinar la atención hasta el medio día o contar con un descanso por semana.

1.1.3. El Segmento del Mercado

El segmento dirigido del Lan center será la población de la provincia de Tacna, teniendo edades de 16 a 35 años (objetivo real), de ambos sexos, de niveles socioeconómicos A, B, C y D, cuyo interés

en entretenimiento sean los videojuegos en plataforma de PC y lo quieran llevar como un deporte.

1.1.4. El Futuro del Mercado

El servicio de Lan Center especializado en videojuegos y eventos competitivos, irá teniendo gran aceptación por parte de la población, ya que existen auspiciadores en esta industria que podrían impulsar aún más la seriedad y el valor de los deportes electrónicos, por lo cual es importante llamar su atención al organizar eventos, de manera que los clientes sepan apreciar las experiencias vividas en este tipo de entretenimiento.

El hecho que por primera vez un equipo peruano llamado “Beastcoast” haya ganado un campeonato internacional del videojuego Dota 2 en la ciudad de Los Ángeles, demuestra que la comunidad peruana está en crecimiento. (La República, 2020)

1.2. Estrategia del Producto o Servicio

La estrategia propuesta, es la de llevar un registro por cada asistente, y en un determinado récord de horas cumplidas, se le otorgará un tiempo gratuito, además, se transmitirá en vivo cada evento en las redes sociales, para darle la debida importancia a cada participante e ir formando un grupo de seguidores y espectadores, que puedan difundir las características del servicio de persona a persona.

1.2.1. Innovación

Lo que diferencia a “Tacna Gaming SAC” de otros locales de competencia es que los equipos ofrecidos serán de calidad,

teniendo como prioridad la comodidad del jugador, además de las competencias en vivo que se realizarán de manera mensual, esto con el fin de crear grupos de amigos donde puedan integrarse y sentirse más familiarizados con los juegos, el snack ofrecido será a gusto del cliente, donde podrán disfrutarlo en una sala de espera y tengan la oportunidad de observar a los demás jugadores.

1.2.2. Prototipo del producto



Figura 2: Modelo de los implementos del servicio

1.2.3. Relación con el Cliente

Se contará con un local físico ubicado en la Av. Bolognesi N°930, donde la relación con el cliente será de manera directa, con tres trabajadores donde podrán asesorar sobre el manejo y uso de los equipos, se dispondrá también con páginas en las redes sociales donde los clientes podrán interactuar y observar nuestras diversas

áreas del LAN Center, se pondrán a disposición los números telefónicos del local para que este tenga la oportunidad de inscribirse y participar en los diferentes campeonatos que se realizará

1.3. Estrategia de Comunicación

Para la estrategia de comunicación se utilizará las redes sociales como medio publicitario, anuncios en páginas web así mismo también elaborar afiches dando a conocer las promociones, estos medios son elegidos debido a que en Perú y diferentes partes del mundo existe una gran aceptación.

➤ **Redes Sociales: Facebook, Instagram**

Estos medios permitirán incrementar rápidamente la visibilidad del local “PASION GAMER E-SPORT” ya que los usuarios dedican una gran cantidad de su tiempo en estas plataformas estos cuentan con una aceptación ya que el segmento dirigido son personas jóvenes (16 a 35 años de edad) y que estén acostumbrados a utilizar las redes como medio de comunicación.

➤ **Afiches**

Publicidad de afiches donde se dé a conocer las promociones que se va a brindar, insertando imágenes e invitándolos a conocer el centro de establecimiento, este será pegado en diferentes sectores de la ciudad, con el fin de estar presente a primera vista de los clientes potenciales.

Para dar seguimiento a toda la publicidad que se realizarán en las redes sociales, contrataremos los servicios de un profesional “Community

Manager”, se encargará que el servicio pueda llegar al público objetivo, a quien se le solicitará reportes de manera semanal, evaluando la fluctuación de asistencia de los clientes al LAN CENTER.

1.4. Estrategia de Comercialización

La comercialización del servicio se brindará de manera directa, el local estará ubicado en un lugar céntrico y estratégico donde haya una gran circulación de personas, con el fin de atraer a jugadores casuales.

El pago por los servicios brindados será calculado por hora y posteriores promociones, el snack será ofrecido por unidad o al gusto de quienes lo consuman, estos productos serán vendidos de manera directa y en el mismo local.

1.5. Estrategias de Ingresos

La determinación del precio fue realizado a través de una encuesta, donde se optó por elegir el que tenía mayor aceptación. Los ingresos que se obtendrán serán a través de:

Tabla 18

Porcentaje de servicios y productos ofrecidos

Servicios y productos	Porcentaje (%)
Computadoras	76%
Snack	4%
Eventos	20%

Nota: Elaboración Propia

Donde se consideró una demanda del 50% del total de la capacidad del lan center, cantidad cercana a las horas demandadas de las personas interesadas, cabe resaltar que no hay estudios previos de este rubro en la ciudad de Tacna, (consultar anexo N°6).

2. Estudio Técnico

2.1. Especificaciones Técnicas

Tacna Gaming S.A.C. brindará un servicio como LAN Center por medio de Pasión Gamer E-Sport, rentando por horas 27 computadoras especializadas en los más actuales videojuegos, en el horario de 8:00am a 11:59pm, con el precio de S/.2.00 la hora por computadora y promociones dependiendo del historial del cliente. Las computadoras están implementadas con piezas adecuadas (procesadores, ram, tarjetas gráficas, placas, etc) para un óptimo rendimiento y así generar una alta calidad gráfica y mejorar la experiencia del cliente teniendo un espacio cómodo, y una sala de espera en el cual podrán degustar de los snacks. Además de ello, una vez al mes se organizará un evento competitivo entre los mismos clientes, incentivando la práctica profesional de los E-Sport e invocando a más clientes potenciales.

2.2. Flujo del Proceso

El administrador será el encargado de aprobar los pedidos de compra, una vez lleguen las piezas, el encargado realizará el ensamblado de las computadoras y las pruebas de rendimiento de las mismas, quien finalmente aprobará el uso de las computadoras para los clientes, dando paso a que estos sean alquilados por horas.

2.2.1. Componentes

- Procesadores de computadora

Es el cerebro del sistema, encargado de procesar toda la información, es el responsable de ejecutar todas las

instrucciones existentes. Mientras más rápido vaya el procesador, más rápido serán ejecutadas las instrucciones.

- **Memorias Ram**

Se utiliza como memoria de trabajo para el sistema operativo, los programas y la mayor parte del software. En la RAM se cargan todas las instrucciones que ejecuta la unidad del procesador y otras unidades del computador, además de contener los datos que manipulan los distintos programas.

- **Discos de estado sólido**

Un SSD hace lo mismo que un HDD (hard drive disk o disco duro), es la forma de almacenamiento de datos estándar desde hace muchos años

- **Discos duro**

Es un dispositivo de almacenamiento de datos que emplea un sistema de grabación magnética para almacenar y recuperar archivos digitales.

- **Gabinetes con RGB**

El gabinete juega un papel decisivo en un esquema de iluminación LED RGB. Este componente debe tener mínimamente un panel de vidrio templado o plástico translúcido que permita la visualización del interior del equipo.

- **Fuentes de poder**

Es el dispositivo que convierte la corriente alterna, en una o varias corrientes continuas, que alimentan los distintos circuitos del aparato electrónico al que se conecta.

- Placas madre

Es la tarjeta de circuito integrado principal del sistema informático, a la que se acoplan los demás componentes que constituyen el computador.

- Tarjetas gráficas

Es un dispositivo instalado en una computadora que está compuesto de una unidad de procesamiento gráfico diseñada para ayudar a procesar y generar imágenes, especialmente gráficas 3D.

- Monitores de 144 hz.

Son monitores Gaming, por tanto, son monitores fabricados exclusivamente para jugar a juegos de PC.

- Teclados mecánicos con RGB

Son teclados realmente muy buenos por el hecho de que son de gama alta y tienen una avanzada tecnología donde se tiene una mejor experiencia con teclas delicadas, suaves y crear música simulando un piano común.

- Mouse gamer

Es un ratón normal de ordenador que cuenta con una serie de características y ventajas clave destinadas únicamente a los videojuegos online y competiciones que, normalmente, los otros ratones no tienen.

- Sillas gamer

Es una silla mucho más cómoda que las convencionales diseñada para pasar largas horas delante de un PC.

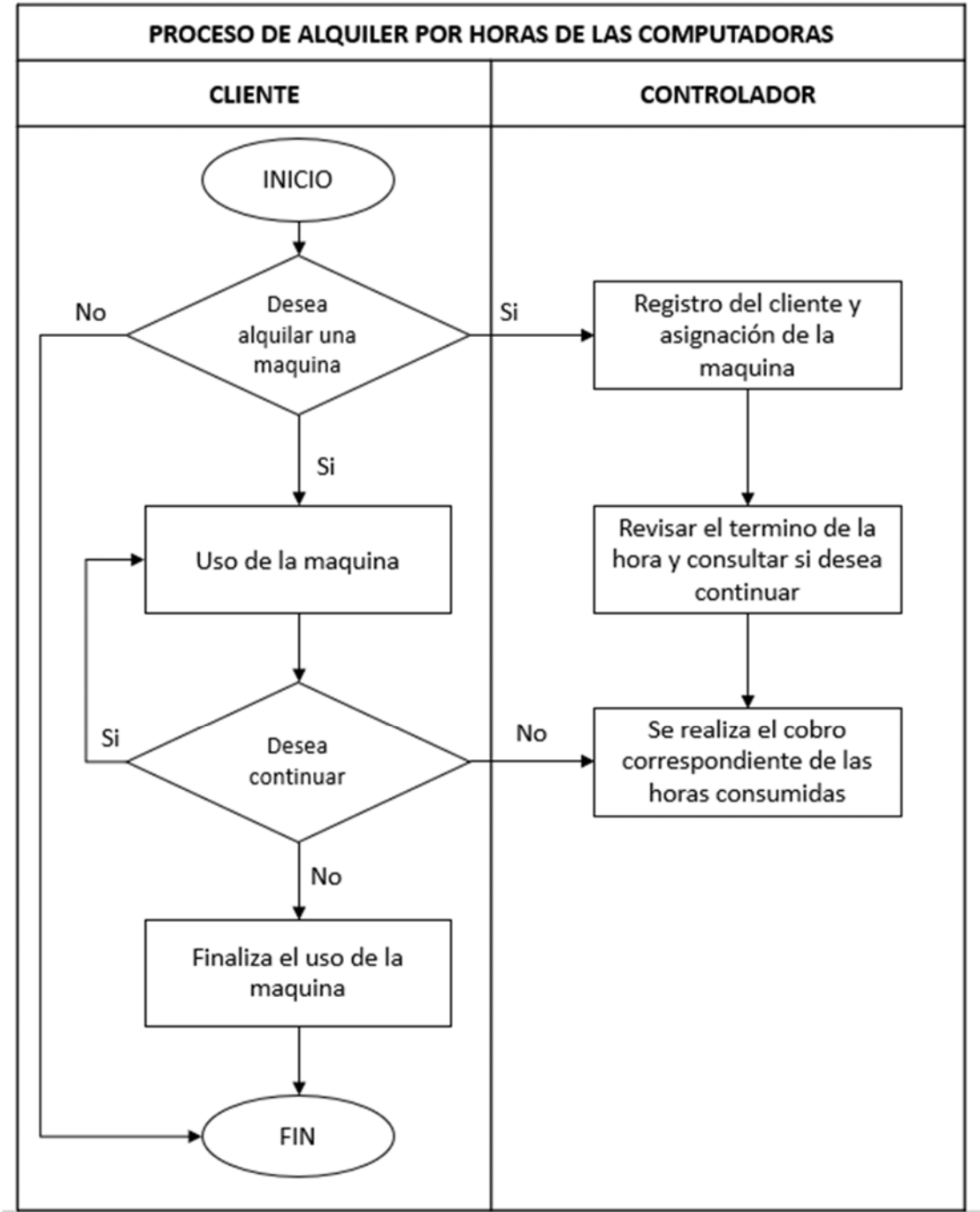
- Escritorios gamer

Es aquella mesa destinada a jugar al ordenador que se caracteriza por disponer de mucho espacio, llevar soportes especiales para cascos, refresco, etc. y por tener en ocasiones un diseño gaming incluso con luces LED.

2.2.2. Producción del Servicio

El servicio ofrecido de Pasion Gamer E-Sport será el alquiler de computadoras gamer con todos sus accesorios es por ello que se implementa un flujograma.

Tabla 19
Flujograma de alquiler por horas



Nota: Elaboración Propia

2.2.2.1. Recepción del cliente

El primer contacto con el cliente es muy importante para una empresa que ofrece un servicio donde el cliente espera cortesía y amabilidad, en esta etapa el cliente consultara o decidirá si adquirir o no el servicio.

2.2.2.2. Registro del cliente

La empresa contará con una base de datos para futuras promociones o competencias es por ello que en esta etapa se consultará al cliente sus datos básicos y a la vez servirá para el control de las horas consumidas como también llevar el control de la máquina que se usará.

2.2.2.3. Indicación del término de hora

En esta etapa el asistente indicará al cliente sobre el término de hora, donde también se le consultará si desea continuar o no con el uso de la máquina, de ser una respuesta positiva el asistente registrará nuevamente en el control de las horas de la máquina, de ser negativa se le agradecerá por la preferencia.

2.3. Localización del Proyecto

2.3.1. Macro localización:

El proyecto se llevará a cabo en el Departamento de Tacna, Provincia de Tacna.



Figura 3: Macro localización del proyecto

Nota: Fuente Google Maps

2.3.2. Micro localización:

El local de atención se encontrará instalado en la Av. Bolognesi N° 953, debido a que existe una gran cantidad de circulación de personas. Además de encontrarse en un punto accesible para quienes vienen de diferentes lugares de Tacna.

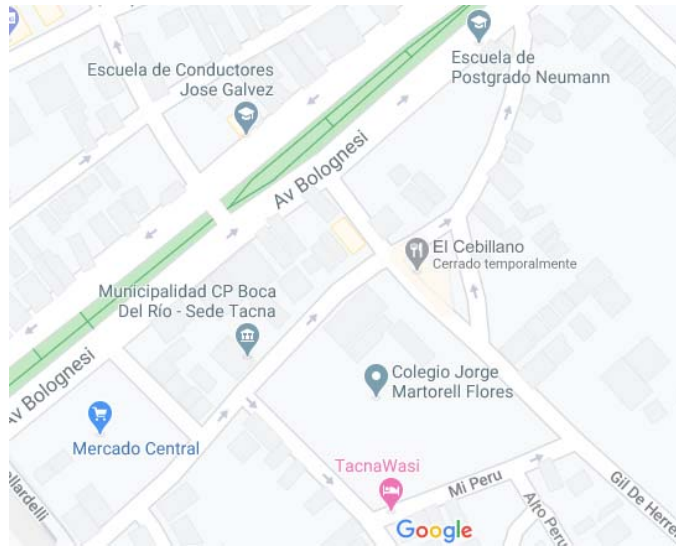


Figura 4:Micro localización del proyecto

Nota: Fuente Google Maps

2.4. Capacidad Instalada Estimada

La capacidad tope instalada asciende a un total 135,216 horas entre las 27 computadoras, donde la capacidad del local sería de 70 personas en simultaneo junto con los colaboradores, debido a que el local es de dos pisos con ambiente amplio ubicado en el centro de la ciudad de Tacna con fácil acceso para los clientes.

2.5. Infraestructura

2.5.1. Área de recepción

Sala de espera primer nivel: 18 m2 aproximado.

Sala de espera segundo Nivel: 9 m2 aproximado.

Área de SSHH: 2.25m2 aproximado.

2.5.2. Área de Almacén

Almacén: 4m2 aproximado.

2.5.3. Área de Administrativas

Área de atención y control: 2m2 aproximado.

2.5.4. Área de Comercialización

Zona gamer primer piso: 45.75 m2 aproximado.

Zona gamer del segundo piso: 42.75 m2 aproximado.

2.6. Distribución de la Planta

En el presente mapa es un prototipo de cómo serán los ambientes en el local para la atención de los clientes con las medidas de 6 de ancho por 12 de largo, dando un total de 72m2 aproximados.

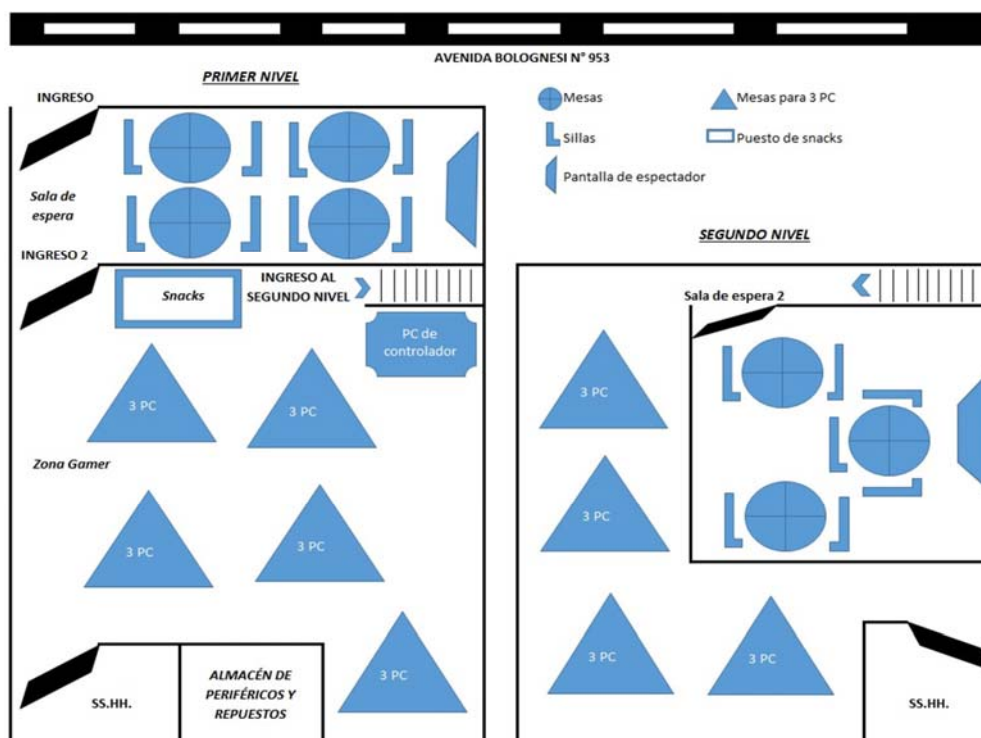


Figura 5: Distribución del local

Nota: Elaboración Propia

2.7. Equipamiento

Para el presente proyecto se utilizará la siguiente lista de componentes:

2.7.1. Equipamiento Área de Producción del Servicio:

Tabla 20
Equipamiento de Área de Producción

N°	Descripción	Cantidad		Precio Unitario		Precio Total
1	Procesador Intel Core I5 9na Gen	27	S/	800.00	S/	21,600.00
2	Tarjeta Gráfica Asus Gtx 1650 4GB	27	S/	700.00	S/	18,900.00
3	Fuente de poder Evga 600 W	27	S/	260.00	S/	7,020.00
4	Gabinete Halion rgb	27	S/	150.00	S/	4,050.00
5	Placa Madre Intel Lga1155 3ra Gen	27	S/	200.00	S/	5,400.00
6	Memoria Ram Ballistix 4GB	27	S/	200.00	S/	5,400.00
7	Disco Duro Sata 1TB	27	S/	170.00	S/	4,590.00
8	Monitor AOC 24 pulgadas 144 hz Curvo	27	S/	800.00	S/	21,600.00
9	Estabilizador Forza 600 W	14	S/	40.00	S/	560.00
10	Silla Gamer Slam Racing	27	S/	450.00	S/	12,150.00
11	Escritorio Gamer	27	S/	350.00	S/	9,450.00
12	Audífonos Antryx	27	S/	110.00	S/	2,970.00
13	Teclado + mouse RedDragon	27	S/	250.00	S/	6,750.00
14	Juego - PUBG de Steam	27	S/	52.00	S/	1,404.00
15	Juego - GTA V de Steam	27	S/	100.00	S/	2,700.00
16	Juego - Battlefield V de Origin	27	S/	51.00	S/	1,377.00
17	Juego - Starcraft Remasterizado Battlenet	27	S/	51.00	S/	1,377.00
18	Juego - World war Z de Epic Games	27	S/	71.40	S/	1,927.80
19	Juego - Left 4 dead 1 y 2 de Steam	27	S/	44.00	S/	1,188.00
Total						S/ 130,413.80

Elaboración: Propia

2.7.2. Equipamiento Área de Administración:

Tabla 21

Equipamiento Área de Administración

Nº.	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Reloj Digital	1	80	80.00
2	Pc completa HP	1	800	800.00
3	Silla Bar Mia Marca Heltal	1	100	100.00
4	Impresora ticketera	2	200	400.00
Total				1380.00

Elaboración: Propia

2.7.3. Equipamiento Área de Comercialización:

Tabla 22

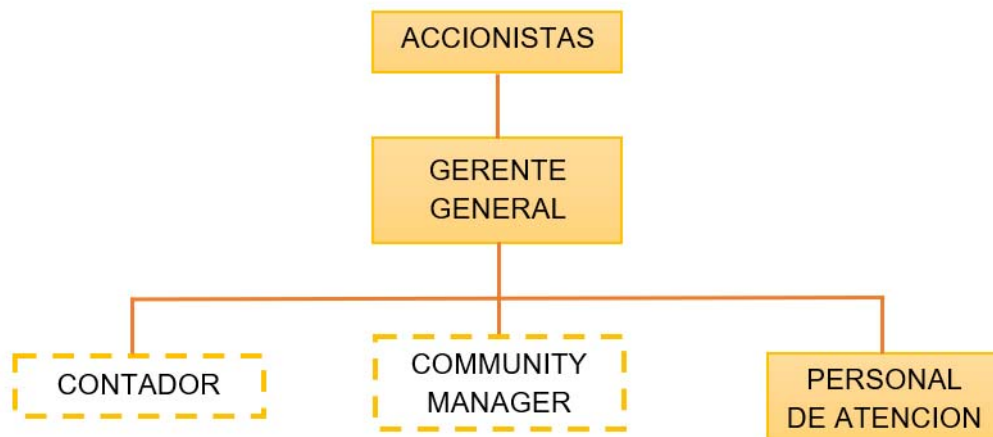
Equipamiento Área de Comercialización

Nº	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Mostrador de vidrio	1	720	720.00
2	Vitrina exhibidora	1	300	300.00
3	Silla Bar Mia Marca Heltal	1	100	100.00
4	Juego de mesas y sillas	7	300	2,100.00
5	Televisor Smart Led	2	1350	2,700.00
6	Reloj Digital	3	80	240.00
Total				6,160.00

Elaboración: Propia

3. Estudio Organizacional

3.1. Estructura Organizacional de la empresa



3.2. Descripción de los puestos

3.2.1. Accionistas

Los accionistas son el órgano principal de la empresa, establecerán distintas clases de juntas y reuniones, velarán por proteger las inversiones hechas de cada uno, brindando beneficios así mismo brindarán seguridad y estabilidad a los clientes internos de la empresa procurando ser una organización comprometida con el entorno.

3.2.2. Gerente General

Profesional responsable de la gestión de la empresa de acuerdo a las directrices generales emanadas por los accionistas, responsable de los procesos y concesionamiento de los activos de la empresa, será el encargado de ejecutar los acuerdos del directorio y supervisar todas las actividades administrativas de la empresa.

Funciones. -

- Fijar los objetivos, políticas, programas y presupuestos de la empresa.
- Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa ya sea a corto y largo plazo.
- Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser líder.
- Supervisión y control del local.
- Establecer los procedimientos internos y externos de la empresa, para un mejor control.
- Buscar una solución ante cualquier problema financiero, administrativo, personal, contable entre otros.

3.2.3. Contador

Será el encargado de realizar las funciones básicas de la contabilidad, elaborará y presentará los Estados Financieros asimismo hará las declaraciones tributarias, mostrando la contabilización y registro contables correctos, será un contador externo y su remuneración será con Recibos por Honorarios.

- Mejorar la calidad de la información financiera.
- Control de la revelación de información.
- Protección al inversionista.

3.2.4. Community Manager

Profesional encargado de construir, gestionar y administrar la comunidad online alrededor de una marca en internet, creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con los clientes, los servicios serán remunerados mediante recibo por honorarios.

Funciones. -

- Monitorizar la actividad en la red.
- Planificar y gestionar las acciones de la comunicación.
- Ser creativo.
- Ser un vocero del negocio.

3.2.5. Personal de Atención.

Se contratará los servicios de 3 trabajadores para el área de atención, donde se encargarán de atender a los clientes, así mismo serán capacitados para dar solución ante cualquier problema o duda de parte de los clientes, cumplirán doble función, gestionando y monitoreando el tiempo, los servicios serán remunerados mediante planilla.

- **Personal N°1 (Controlador)**

Se encargará exclusivamente de:

- o Recepción y control del tiempo de ingreso, registro y salida de los jugadores.
- o Se encontrará ubicado en la puerta principal del local
- o Mantenimiento de los equipos.
- o Resolverá dudas e inquietudes que el jugador tenga acerca de los juegos.
- o El horario de trabajo será de 8:00am a 3:59 pm cumpliendo de manera puntual las 8 horas diarias.

- **Personal N°2 (Controlador)**

La función del segundo trabajador será:

- o Recepción y control del tiempo de ingreso, registro y salida de los jugadores.
- o Se encontrará ubicado en la puerta principal del local.
- o Mantenimiento de los equipos.
- o Resolverá dudas e inquietudes que el jugador tenga acerca de los juegos.
- o El horario de trabajo será de 4:00pm y su salida a las 11:59pm cumpliendo de manera puntual las 8 horas diarias, la remuneración será calculada más 2 horas nocturnas diarias.

- **Personal N°3 (Vendedor de snack y limpieza)**

La función del trabajador será:

- o Atender el snack.
- o Se encargará del aseo y limpieza del local.
- o El horario laboral será 11:00am a 8:59pm, con un total de 10 horas diarias.

3.3. Requerimiento e inversión de personal

Tabla 23

Requerimiento e inversión de personal

Área	Cargo	Número De Funcionarios	Modalidad De Contratación
Gerencia General	Gerente General	1	Tiempo completo Planilla
Área de ventas	Personal de atención	3	Tiempo completo Planilla
Externos	Contador	1	Tiempo Parcial Recibo por Honorarios
Externos	Community Manager	1	Tiempo Parcial Recibo x Honorarios

Elaboración: Propia

4. Estudio Legal

4.1. Selección de la Persona Natural o Jurídica

La selección es de Persona Jurídica como SAC (Sociedad Anónima Cerrada), debido a que la empresa estará constituida por 3 socios, donde además las obligaciones y derechos serán netamente para la empresa distinta a la persona natural donde las obligaciones y derechos están arraigadas a la persona.

4.2. Selección del Régimen Tributario

Para el presente negocio se optó por Régimen MYPE Tributario, donde en cuanto a los libros contables depende de los ingresos netos anuales si estos fueran hasta los 300 UIT se llevará: (SUNAT, 2019)

- Registro de Ventas
- Registro de Compras
- Libro Diario de Formato Simplificado
- Declaran y pagan el 1%; 1.5% de sus ingresos netos mensuales (pagos a cuenta).

- La Tasa del Impuesto a la Renta Anual es progresiva acumulativa donde:
 - o Si la renta anual es hasta 15 UIT es del 10%.
 - o Por exceso de más de 15 UIT es del 29.5%.
- El Impuesto General a las ventas (IGV) del 18%.

4.3. Selección del Régimen Laboral

Se determinó por el Régimen laboral de la Micro y pequeña empresa, donde nos acogeremos por los beneficios de la micro debido a que se cumple con el requisito de tener ventas anuales menos de los 150 UIT, el tope de la micro es hasta 150 UIT, pasado ello se tendría que acoger por la pequeña empresa. (RUIZ, 2019)

Los beneficios para los trabajadores de la micro empresa son las siguientes:

- Gozar de 15 días calendario de descanso vacacional remunerado como mínimo por cada año completo de servicio.
- En caso de despido arbitrario, tiene derecho a una indemnización equivalente a 10 remuneraciones diarias, por cada año completo de servicio, con un tope de 90 remuneraciones diarias, las fracciones de año se abonan por doceavos.

4.4. Otros Trámites

Es la autorización que otorga la municipalidad para el desarrollo de actividades económicas en su jurisdicción, ya sea como persona natural o jurídica, entes colectivos, nacionales o extranjeros.

Para la empresa en la ciudad de Tacna es la licencia municipal de funcionamiento, donde nuestro local tendría un total de 72m2 nos correspondería pagar:

- o LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DE 0 A 100 M2 S/. 170.50.

4.4.1. Inscripción de la empresa

Para el desarrollo de la empresa se tiene que desarrollar los siguientes procedimientos con el costo de cada uno.

Tabla 24

Cuadro Resumen Costos Legales

CUADRO RESUMEN COSTOS LEGALES		
DESCRIPCIÓN		TOTAL
1	Búsqueda de nombre	S/. 4.00
2	Reserva de nombres	S/. 18.00
3	Banco de la Nación	S/. 18.00
4	Notario/ elaboración de minuta	S/. 100.00
5	Escrituras públicas	S/. 85.00
6	Legalización de libro contables	S/. 130.00
7	Licencia de Financiamientos	S/. 170.50
8	Certificación de defensa Civil	S/. 160.50
TOTAL		S/. 686.00

Fuente: Archivo Excel de Estudio Económico de Lan Center.
Elaboración Propia

5. Estudio Financiero

Para el presente punto está en archivo Excel, mismo que esta adjuntado a mayor detalle.

5.1. Inversión Inicial

El capital de trabajo fue calculado en base a las obligaciones laborales hacia el personal en base a 1 año, ya que así se tengan pérdidas, debemos contar con el efectivo necesario para pagar dichas

obligaciones. Por lo antes mencionado la Inversión total asciende a s/.209,299.89.

Tabla 25
Inversión Inicial

N°		AREA		S/.
1	Inversión en Bienes			137,953.80
	1.1	Inversión en el Área de Servicios	130,413.80	
	1.2	Inversión en el Área de Administración	1380.00	
	1.3	Inversión en el Área de Comercialización	6,160.00	
2		Trámites Legales		686.00
3		Imprevistos (10%)		13,795.38
Total				152,435.18
4		Capital de Trabajo		56,864.71
Total				209,299.89

Fuente: Archivo Excel de Estudio Económico de Lan Center.
Elaboración Propia

5.2. Valor de Venta

A S/2.00 el servicio de la hora del LAN center según la encuesta realizada restándole su 18%, o la sumatoria de los costos unitarios más el margen de ganancia asignado. En lo que respecta a los eventos competitivos, se recibirán ingresos por "activaciones" de algunas tiendas o proveedores de artículos de informática o videojuegos (anuncios, etc.).

Tabla 26
Valor venta de los productos

Productos	Valor de Venta	Precio de Venta
Hora de Lan Center	S/1.69	S/ 2.00
Eventos	S/ 2,118.64	S/ 2,500.00
Paquete de Snacks	S/ 2.71	S/ 3.20
(doritos, etc.) s/.0.70		
(bebidas, etc.) s/.1.50		
(Empanadas, etc.) s/.1.00		

Fuente: Archivo Excel de Estudio Económico de Lan Center.
Elaboración Propia

5.3. Ingresos Proyectados en Unidades

En el siguiente cuadro se toma por ingresos de unidades producidas, la cantidad de horas que se brindarán del servicio, este cálculo parte de la capacidad de atención (135,216 horas) al año, teniendo en cuenta un 50% de probabilidades a favor y en contra, por lo que el año 1 se inicia con 67,608 horas brindadas a los clientes, teniendo una estimación de crecimiento porcentual año tras año, y de manera mensual por temporadas (consultar anexo N°08).

Tabla 27
Ingresos Proyectados en Unidades

Productos	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
L.C (Horas)	67608	74369	85524	102629	128286
Eventos (1 x mes)	12	12	12	12	12
Snacks Varios	2000	2300	2760	3450	4485
Total	69620	76681	88296	106091	132783

Fuente: Archivo Excel de Estudio Económico de Lan Center.
Elaboración Propia

5.4. Ingresos Proyectados en Soles

La información brindada, es la de los ingresos en efectivo proyectados, producto de las ventas, multiplicando las horas brindadas * el valor de venta unitario de las horas, según el ejercicio calculado, incluyendo IGV y el valor de venta totales, para ser enviados al cálculo del flujo de efectivo.

Tabla 28*Ingresos Proyectados en Soles*

Productos	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Lan Center	S/135,216.00	S/ 148,737.60	S/171,048.24	S/205,257.89	S/256,572.36
Eventos	S/ 30,000.00	S/ 37,500.00	S/ 46,875.00	S/ 58,593.75	S/ 73,242.19
Snacks	S/ 6,400.00	S/ 7,360.00	S/ 8,832.00	S/ 11,040.00	S/ 14,352.00
Total	S/171,616.00	S/ 193,597.60	S/226,755.24	S/ 274,891.64	S/344,166.55

Fuente: Archivo Excel de Estudio Económico de Lan Center.

Elaboración Propia

5.5. Costos Proyectados por Unidad

Tomando el total de los costos divididos entre la cantidad de horas brindadas según cada ejercicio, y el mismo va reduciéndose porque las horas brindadas van en aumento mientras que los costos por depreciación no tienen una alta variación, al igual que la energía eléctrica.

Tabla 29*Costos Proyectados por Unidad*

Productos	Costo Unitario				
AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Lan Center	S/ 1.26	S/ 1.17	S/ 1.05	S/ 0.92	S/ 0.78
SNACKS VARIOS	S/ 2.22	S/ 2.22	S/ 2.22	S/ 2.22	S/ 2.22

Fuente: Archivo Excel de Estudio Económico de Lan Center.

Elaboración Propia

5.6. Costos Proyectados en Soles

El cálculo de los costos proyectados surge de la multiplicación de los costos unitarios * las horas brindadas según cada ejercicio, sumándose los costos de los snacks por vender.

Tabla 30*Costos Proyectados en soles*

Producto s	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Lan center	S/85,131.57	S/ 86,860.38	S/ 89,712.92	S/ 94,086.82	S/100,647.67
Snacks	S/ 4,447.46	S/ 5,114.58	S/ 6,137.49	S/ 7,671.86	S/ 9,973.42
Total	S/89,579.03	S/ 91,974.96	S/ 95,850.42	S/ 101,758.69	S/110,621.09

Fuente: Archivo Excel de Estudio Económico de Lan Center.

Elaboración Propia

5.7. Gastos Proyectados Administrativos

Se consideró el sueldo bruto del administrador, ya que es quien gestiona las compras, estrategias, y toma de decisiones de la empresa, en el caso del encargado de marketing, su labor es la de administrar las redes sociales y publicitar los eventos y cualidades de la empresa (se le pagará mediante recibo por honorarios) y el contador brindará un servicio como tercero por las declaraciones y llenados de libros. También agregamos gastos deducibles por las compras del año 0, cuyas facturas fueron usadas en el año 1 (imp. ticketera, muebles de oficina).

Tabla 31
Gastos Administrativos

Descripción			Valor Total
1	AÑO 01		24,923.56
	1.1	ADMINISTRADOR	14,296.44
	1.2	ENCARGADO DE MARKETING (R.H.)	6,000.00
	1.3	CONTADOR (R.H.)	4,000.00
	1.4	Impresora ticketera	338.98
	1.5	Depreciación de PC	135.59
	1.6	Muebles	152.54
AÑO 02 al 05			24,432.03

Fuente: Archivo Excel de Estudio Económico de Lan Center.
Elaboración Propia

5.8. Gastos Proyectados de Ventas

Se tomaron como gastos de ventas, los sueldos brutos de los controladores y la vendedora de snacks, ya que de forma indirecta incentivan al consumo de nuestro servicio. Se consideraron los muebles, videojuegos y periféricos de las computadoras como gastos ya que no superaron los s/.1075 para activarlos.

Tabla 32*Gastos proyectados de ventas*

Ítem		Descripción	Valor Total
1	Personal		S/.
	1.1	CONTROLADOR 1	S/ 13,380.84
	1.2	CONTROLADOR 2	S/ 15,806.59
	1.3	DEPRECIACIÓN DE 2 TV	S/ 228.81
	1.4	MUEBLES DEL SNACK	S/ 2,932.20
	1.5	VENDEDORA SNACKS / LIMPIEZA	S/ 13,380.84
	1.6	VIDEOJUEGOS	S/ 4,484.75
TOTAL, AÑO 01			S/50,214.03
TOTAL, AÑO 02, 03,04, 05			S/42,797.08

Fuente: Archivo Excel de Estudio Económico de Lan Center.
Elaboración Propia

5.9. Flujo Económico

El flujo de caja Económico toma las variaciones del efectivo, considerando todas las salidas e ingresos de dinero, en este caso, es importante mencionar que se agregó montos por concepto de adiciones para el cálculo del impuesto a la renta según las diferencias entre las depreciaciones tributarias y contables además de agregar montos por concepto de arrastre de pérdidas del año 1, método A, según el artículo 50 de la ley del impuesto a la renta, afectando solo el cálculo del impuesto a la renta de 3ra categoría en el año 2 y 3. También se agregó RETORNO DE GASTOS EN INVERSIÓN, refiriéndose a las facturas del año 0 (inversión) tomadas como gastos deducibles en el año 1 (estas facturas no representan salidas de dinero en el año 1, por eso que "retornan") por los muebles y videojuegos, los mismos que en el año 5 serán vendidos a un 45% de su valor de adquisición. Se aplicó un impuesto variable del Régimen MYPE Tributario en caso de no superar las 15 UIT (s/.64,500)

se aplica el 10% para el impuesto, en caso se superen las 15 UIT, se aplica un 29.5% para lo restante. Analizando el costo de oportunidad de los inversionistas (COK), se observa que la tasa retribuable de 15.5% es algo baja en relación a la inversión total, influyendo en el valor actual neto de la inversión, cuyo resultado es negativo con el monto de s/.1,393.16 como valor actual neto de lo invertido y una tasa interna de retorno de 15% respecto a los 5 años de vida del proyecto siendo menor que la tasa del costo de oportunidad (COK) haciéndolo un proyecto no rentable.

Tabla 33
Flujo Económico

DESCRIPCIÓN	Año 0	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Ingresos		S/ 145,437.29	S/ 164,065.76	S/ 192,165.46	S/ 232,959.02	S/ 291,666.57
Costos		-S/ 89,579.03	-S/ 91,974.96	-S/ 95,850.42	-S/101,758.69	-S/110,621.09
Utilidad Bruta		S/ 55,858.26	S/ 72,090.81	S/ 96,315.04	S/ 131,200.33	S/ 181,045.47
Gastos Administrativos		-S/ 24,923.56	-S/ 24,432.03	-S/ 24,432.03	-S/ 24,432.03	-S/ 24,432.03
Gastos de Ventas		-S/ 50,214.03	-S/ 42,797.08	-S/ 42,797.08	-S/ 42,797.08	-S/ 42,797.08
Utilidad por Liquidación de Activos				S/ 2,230.93		S/ 41,465.47
Utilidad Operativa		-S/ 19,279.33	S/ 4,861.69	S/ 29,085.93	S/ 63,971.21	S/ 155,281.82
Adiciones por diferencias en Depreciación		S/ 2,602.75	S/ 2,602.75	S/ 2,602.75	S/ 1,356.99	S/ 1,356.99
Arrastre de pérdidas método A			-S/ 7,464.44	-S/ 9,212.13		
Impuesto a la Renta			10%	10%	10% +29.5%	10% + 29.5%
			S/ -	-S/ 2,247.65	-S/ 6,694.32	-S/ 33,630.95
Utilidad Neta		-S/ 16,676.57	S/ 7,464.44	S/ 29,441.03	S/ 58,633.88	S/ 123,007.86
Retorno de Depreciación		S/ 21,550.21	S/ 21,550.21	S/ 21,550.21	S/ 21,550.21	S/ 21,550.21
Retorno de gastos de la Inversión		S/ 7,908.47				
Compra de 13 sillas gamer					-S/ 4,957.63	
Venta de bienes (muebles, juegos)						S/ 3,558.81
Inversión	-S/152,435.18					
Capital de Trabajo	-S/ 56,864.71					S/ 56,864.71
TOTAL	-S/209,299.89	S/ 12,782.11	S/ 29,014.65	S/ 50,991.24	S/ 75,226.47	S/ 204,981.60

Fuente: Archivo Excel de Estudio Económico de Lan Center.
Elaboración Propia

5.10. Flujo de caja financiero

En este escenario se recurre a un crédito a 5 años por el 20% de la inversión total, con una tasa de interés de 13%, amortizando la deuda año tras año y haciendo que sus intereses sean deducibles como gastos financieros para el cálculo del impuesto a la renta, es importante mencionar que se agregó montos por concepto de adiciones para el cálculo del impuesto a la renta según las diferencias entre las depreciaciones tributarias y contables, además de agregar montos por concepto de arrastre de pérdidas del año 1, método A, según el artículo 50 de la ley del impuesto a la renta, afectando solo el cálculo del impuesto a la renta de 3ra categoría en el año 2 y 3. Este escenario hace que el valor actual neto de los flujos proyectados, genere un excedente de ganancia, teniendo un VAN positivo de S/.4,291.09 y una tasa interna de retorno de 16%, la explicación a esto es que el apalancamiento del banco influyó positivamente reduciendo ligeramente el COK y aumentando el VAN de nuestra inversión en base a la proyección de 5 años del proyecto, siendo un proyecto ligeramente rentable.

Tabla 34

Calculo de COK

S/	209,299.89	INVERSION	COK	
S/	41,859.98	HYTZA	12%	2.40%
S/	83,719.96	ALEXANDRA	20%	8.00%
S/	41,859.98	GABRIEL	12%	2.40%
S/	41,859.98	BANCO	13%	2.60%
TOTAL, COK				15.40%

Fuente: Archivo Excel de Estudio Económico de Lan Center.
Elaboración Propia

COK	15.40%
VAN	4,291.09
TIR	16%

Tabla 35*Flujo de caja financiero*

DESCRIPCIÓN	Año 0	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Ingresos		S/ 145,437.29	S/ 164,065.76	S/ 192,165.46	S/ 232,959.02	S/ 291,666.57
Costos		-S/ 89,579.03	-S/ 91,974.96	-S/ 95,850.42	-S/101,758.69	-S/110,621.09
Utilidad Bruta		S/ 55,858.26	S/ 72,090.81	S/ 96,315.04	S/ 131,200.33	S/ 181,045.47
Gastos Administrativos		-S/ 24,923.56	-S/ 24,432.03	-S/ 24,432.03	-S/ 24,432.03	-S/ 24,432.03
Gastos de Ventas		-S/ 50,214.03	-S/ 42,797.08	-S/ 42,797.08	-S/ 42,797.08	-S/ 42,797.08
Gastos Financieros		-S/ 5,441.80	-S/ 4,602.05	-S/ 3,653.13	-S/ 2,580.86	-S/ 1,369.19
Utilidad por Liquidación de Activos				S/ 2,230.93		S/ 41,465.47
Utilidad Operativa		-S/ 24,721.13	S/ 259.64	S/ 27,663.72	S/ 61,390.35	S/ 153,912.63
Adiciones por diferencias en Depreciación		S/ 2,602.75	S/ 2,602.75	S/ 2,602.75	S/ 1,356.99	S/ 1,356.99
Arrastre de pérdidas método A			-S/ 2,862.39	-S/ 19,255.98		
Impuesto a la Renta			10%	10%	10%	10% + 29.5%
			S/ -	-S/ 1,101.05	-S/ 6,274.73	-S/ 33,227.04
Utilidad Neta		-S/ 22,118.37	S/ 2,862.39	S/ 29,165.43	S/ 56,472.61	S/ 122,042.59
Retorno de Depreciación		S/ 21,550.21	S/ 21,550.21	S/ 21,550.21	S/ 21,550.21	S/ 21,550.21
Retorno de gastos de la Inversión		S/ 7,908.47				
Amortización del crédito		-S/ 6,459.60	-S/ 7,299.35	-S/ 8,248.27	-S/ 9,320.54	-S/ 10,532.21
Compra de 13 sillas gamer					-S/ 4,957.63	
Venta de bienes (muebles, juegos)						S/ 3,558.81
Crédito Financiero	S/ 41,859.98					
Inversión	-S/152,435.18					
Capital de Trabajo	-S/ 56,864.71					S/ 56,864.71
TOTAL	-S/167,439.91	S/ 880.71	S/ 17,113.25	S/ 42,467.37	S/ 63,744.65	S/ 193,484.11

Fuente: Archivo Excel de Estudio Económico de Lan Center.

Elaboración Propia

CAPÍTULO IV

DECISIÓN DE INVERSIÓN Y RECOMENDACIONES

1. Decisión de Inversión

Luego del análisis realizado a los flujos de caja económico y financiero en sus respectivas partidas, se tiene que la inversión del negocio para el año 0 asciende a un monto de S/ 209,299.89 soles, donde gracias al flujo de caja financiero de 5 años de proyección tenemos un VAN de S/. 4,291.09 y un TIR 16% ambos indicadores importantes para saber si el negocio es viable o no.

Llegamos a la conclusión que el proyecto es rentable en una proyección de 5 años, con un crédito del banco sujeto a una tasa de interés del 13%, el proyecto será más rentable a largo plazo, ya que se captaría a más clientes (generando fidelidad) y se ampliaría la capacidad del Lan center respecto al número de computadoras y a las horas brindadas, teniendo bajos costos y manteniendo los mismos gastos (a excepción de actualizar algunos periféricos por desgaste o energía eléctrica) , es por ello que tomamos la decisión invertir en el proyecto.

2. Recomendaciones

Luego de los estudios realizados en la presente investigación en donde se determinaron la viabilidad del “Proyecto de inversión de un Lan Center en la ciudad de Tacna en el año 2020” se establece las siguientes recomendaciones:

- Para obtener mejores ganancias y generar ingresos una buena opción sería realizar 2 torneos de manera mensual y ya no 1, en fechas festivas aprovechar en invitar a nuevos clientes a ser parte de los torneos y campeonatos en vivo, conseguir recomendaciones hechas por los mismos clientes.

- Para reducir algunos gastos y el proyecto sea más atractivo en tema de dinero, otra opción sería reducir gastos en el área de atención al cliente, buscando en un futuro contratar por recibo por honorarios y este pueda ser contratado por horas.
- Para reducir gastos, se buscará otras opciones de alquiler del local, este tendrá que ser menor al monto que actualmente se estaría pagando.
- Se recomendaría capitalizar las utilidades obtenidas en cada ejercicio culminado, con fin de reinvertir estos saldos en mejoras al local de atención y aumentar la capacidad del lan center, teniendo en cuenta que los próximos años la demanda aumentara.

CONCLUSIONES

1. Tras usar la metodología de Design Thinking concluimos que usar este método nos ayudó a innovar nuestros servicios brindados, arrojando proyecciones favorables, así mismo dio un lugar sólido a nuestro negocio, gracias al uso de la de las técnicas de diseño como base para desarrollar y posicionarnos en el mundo Gamer.
2. Se concluyó que el modelo de Canvas es una metodología que nos ayuda a plasmar y trazar nuestros objetivos la planificación ha sido la base para iniciar el proyecto de negocios y haberla puesto en ejecución, el aporte que brinda esta metodología, las actividades claves, estructura de costos, canales y la propuesta de valor, el usar estas herramientas y reconocerlas es tener altas probabilidades de que el negocio sea más rentable a un largo plazo, el cual nos da una perspectiva lo más ajustada a la realidad.
3. Tras determinar viabilidad del mercado se llegó a la conclusión que, gracias a las encuestas realizadas a nuestro segmento objetivo, existe un gran porcentaje de personas que no se encontraban satisfechos con los servicios que los demás LAN Center brindaban, es por eso que solicitan nuestros servicios ofrecidos para un mejor desempeño de los juegos en línea, ya que gracias a las 4P (producto, precio, plaza y promoción) se logró determinar las necesidades y/o deseos del mercado meta.
4. El Flujograma del proceso nos ayudó a representar de manera gráfica las distintas etapas de nuestro proceso de servicio, nos ha sido útil para poder analizar el proceso actual, y posteriormente proponer mejoras en cada servicio brindado de

igual manera nos permitió ordenar de manera clara y facilitarnos el proceso de la identificación de cada trabajo a realizar.

5. El Organigrama se encuentra dividido en personales externos e internos, contando con un total de 6 trabajadores, 4 de ellos estarán en planilla y dos serán remunerados con Recibos por honorarios, toda esta información se encuentra plasmada en el formato de Excel como también insertada en el Word presente.
6. Se determinó que la constitución del proyecto será como Persona Jurídica, perteneciendo a una Sociedad Anónima Cerrada (SAC) este con el fin que más adelante no se permita el ingreso de más inversionistas, contando únicamente con 3 socios.
7. El flujo de caja financiero nos muestra la inversión efectuada de S/167,439.91 con un crédito financiero de S/41,859.98 obteniendo un VAN de S/. 4,291.09 y un TIR del 16% esto dando como indicador que el negocio es rentable, esperando que en una proyección mayor de cinco años pueda incrementar aún más sus ganancias sobre la inversión.

BIBLIOGRAFÍA

Compañía peruana de estudios de mercados y opinion publica SAC. (2019). PERU: POBLACION 2019. *MARKET REPORT*, 8.

DANIELI FRANCO, M., & DUEÑAS SILVERA, I. (03 de octubre de 2016). PLAN DE NEGOCIO: GGaming eSports Center. *Proyecto profesional presentado para obtener el título profesional de licenciado en Gestión, con mención en Gestión Empresarial*. Lima, Lima, Perú: PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ.

Diario oficial del bicentenario EL PERUANO. (30 de Agosto de 2019). *El Peruano*. Obtenido de Noticia: <https://elperuano.pe/noticia-mercado-gamer-el-peru-crecera-20-al-2023-82920.aspx>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA E INFORMATICA. (2018). *Censos Nacionales 2017: XII de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades Indígenas*. Lima.

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (s.f.). *INEI*. Obtenido de Prensa: <http://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/departamento-de-tacna-cuenta-con-una-poblacion-de-346-mil-habitantes-9270/>

La República. (04 de Abril de 2020). *La República*. Obtenido de <https://larepublica.pe/videojuegos/2020/04/04/dota-2-beastcoast-gana-la-esl-one-los-angeles-2020-online-y-es-el-primer-campeon-peruano-de-torneo-oficial-internacional-en-circuito-profesional-de-valve-fotos-video/>

RUIZ, G. C. (22 de Abril de 2019). *Pasion por el Derecho*. Obtenido de Beneficios laborales de las Mypes, por Gabriela Cabrera Ruiz: <https://lpderecho.pe/beneficios-laborales-mypes-gabriela-cabrera-ruiz/>

Sub Gerencia de Tecnologías de Información y Comunicaciones. (s.f.). *Municipalidad Provincial de Tacna*. Obtenido de Licencia de Funcionamiento:
<http://www2.munitacna.gob.pe/pdfs/edifica/dp1.pdf>

SUNAT. (31 de Diciembre de 2016). *TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY DEL IMPUESTO A LA RENTA*. Obtenido de CAPÍTULO VI DE LA RENTA NETA:
<http://www.sunat.gob.pe/legislacion/renta/ley/capvi.pdf>

SUNAT. (30 de Diciembre de 2018). *Reglamento de la Ley del Impuesto a la Renta*. Obtenido de Capítulo VI - Art. 23:
<http://www.sunat.gob.pe/legislacion/renta/regla/cap6.pdf>

SUNAT. (06 de Noviembre de 2019). *SUNAT Emprender*. Obtenido de ¿Cómo me conviene Tributar?: <http://emprender.sunat.gob.pe/como-me-conviene-tributar>

SUNAT. (s.f.). *Portal SUNAT*. Obtenido de Regímenes Tributarios:
<http://eboletin.sunat.gob.pe/index.php/component/content/article/1-orientacion-tributaria/321-regimenes-tributarios->

ANEXOS

Anexo N°1: Encuesta

ENCUESTA

Somos estudiantes del INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO JOHN VON NEUMANN de la carrera de CONTABILIDAD y estamos realizando una investigación de mercado sobre los LAN center (establecimiento con computadoras especializadas para juegos "E-SPORT") en la ciudad de TACNA. Por lo que le agradeceré me responda las siguientes preguntas, de ante mano le agradecemos por su tiempo.

1. DISTRITO PROVENIENTE

- a) ALTO DE LA ALIANZA
- b) CALANA
- c) CIUDAD NUEVA
- d) CORONEL GREGORIO ALBARRACIN
- e) POCOLLAY
- f) TACNA

2. EDAD

- a) 16 a 20
- b) 21 a 25
- c) 26 a 30
- d) 31 a más

3. SEXO

- a) FEMENINO
- b) MASCULINO

4. OCUPACION

- a) ESTUDIANTE
- b) TRABAJO INDEPENDIENTE
- c) TRABAJO DEPENDIENTE
- d) NO TRABAJA

5. ¿Juega algún tipo de videojuegos?

- a) Si
- b) No

6. ¿Qué tipo de videojuego?

- a) juegos de PC en line
- b) Juegos de Consola
- c) Juegos en el móvil
- d) otros _____

7. ¿cuántos días juegas a la semana?

- a) 1 vez a la semana
- b) 2 o 3 veces a la semana
- c) 4 o 5 días a la semana
- d) Todos los días

8. ¿Cuántas horas juegas al día?

- a) 1 hora
- b) entre 2 y 3 horas
- c) entre 4 y 5 horas

- d) más de 6 horas

9. ¿Cómo prefiere jugar?

- a) Solo
- b) Acompañado

10. ¿Dónde le gustaría que este ubicado nuestro LAN CENTER?

- a) Av. Bolognesi
- b) Av. Leguía
- c) Av. San Martin
- d) otros _____

11. ¿Qué es lo que más le gustaría que tuviera nuestro LAN CENTER?

- a) Snack
- b) Sala de espera
- c) Eventos competitivos
- d) Espacio amplio y cómodo
- e) Todas las anteriores
- f) otros _____

12. ¿En qué horario asistirías a un LAN center?

- a) Mañana (9am a 12pm)
- b) Tarde (12pm a 3pm)
- c) Tarde (3pm a 6pm)
- d) Noche (6pm a 9pm)
- e) noche de 9pm a más.
- f) No asistiría

13. ¿Cuánto pagarías por HORA por un LAN CENTER bien implementado con un buen espacio para tu comodidad?

- c) Menos de S/. 1.50
- d) S/.2.00
- e) Mas de S/.2.00

14. ¿Qué día no visitaría nuestro LAN CENTER?

- a) Lunes
- b) Martes
- c) Miércoles
- d) Jueves
- e) Viernes
- f) Sábado
- g) Domingo

"GRACIAS POR SU TIEMPO"

Anexo N°2: Logo del Negocio



Anexo N°3: Lima games week, campeonatos de E-Sport



Anexo N°4: ¿Cómo tramitar la licencia municipal de funcionamiento?



GERENCIA DE DESARROLLO URBANO
SUBGERENCIA DE ACONDICIONAMIENTO TERRITORIAL Y LICENCIAS
UNIDAD DE GESTION DE LICENCIAS, EDIFICACIONES, FUNCIONAMIENTO Y AUTORIZACIONES



¿COMO TRAMITAR LA LICENCIA MUNICIPAL DE FUNCIONAMIENTO?

PASOS:

1. **DESCARGAR LOS FORMATOS DE LA PÁGINA WEB:** www.munitacna.gob.pe INGRESANDO AL HIPERVINCULO DENOMINADO **LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO PLAN DE INCENTIVOS META 24**



FORMULARIOS

Formularios de solicitud para obtención de Licencia de Funcionamiento

- SOLICITUD - DECLARACIÓN JURADA
- DECLARACIÓN JURADA

Declaración Jurada de Condiciones Básicas de Seguridad

- DECLARACIÓN JURADA DE CONDICIONES DE SEGURIDAD

2. **LEER Y LLENAR LOS FORMULARIOS CON FIRMA Y HUELLA EN CADA UNA DE LAS DECLARACIONES JURADAS, EXCEPTO EN EL FORMATO DE COMPATIBILIDAD DE USO.**
3. **APERSONARSE AL MODULO DE LICENCIAS DE FUNCIONAMIENTO Y AUTORIZACIONES - VENTANILLAS N° 128,** para el registro de la información en el Sistema Informático y emisión de la Liquidación por derecho a trámite, monto que incluye el importe por Certificado de ITSE (TASA que debe cancelarse en las VENTANILLAS DE CAJA de la Municipalidad Provincial de Tacna) según corresponda:

- LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DE 0 A 100 M2 **S/. 170.50**
- LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DE 100 A 500 M2 **S/. 259.50**
- LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO MAYOR A 500 M2 **S/. 126.10**

NOTA :

- Para los establecimientos con un área menor a 100m², se excluyen de los giros de: Pub-Karaoke, Licorería, discotecas, Bares, Ferreterías, Talleres Mecánicos, Talleres de Costura, cabinas de Internet, Carpinterías, Imprentas, Casinos, Maquinas Tragamonedas, Juegos de Azar o giros afines a los mismos; así como aquellos cuyo desarrollo implique el almacenamiento, uso o comercialización de productos tóxicos o altamente inflamables, tales como: piñaterías, plásticos, espumas, descartables, productos de limpieza y manualidades.
- Si fuera un establecimiento que requiera una Inspección a Detalle o Multidisciplinaria mayor a 500 mts. deberá adjuntar la copia simple de su Certificado de Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones otorgado por la SubGerencia de Riesgos y Desastres ubicada en Av. Municipal S/N del Distrito Crnl. Gregorio Albarracín Lanchipa. (Costado de la Comisaría).
- En el caso de Personas Jurídicas deben adjuntar copia de su Vigencia de Poder. (Actualizada)
- Se solicitará según sea el caso copia simple de la autorización del sector correspondiente (MINSA, DRED, SBS, MINCETUR, DIGESA, DISCAMEC, OSINERGMIN...ETC.).
- De ser el caso, será exigible copia simple del título profesional en el caso de servicios relacionados con la salud
- Antes de iniciar el Trámite consulte si el predio está declarado en la Gerencia de Gestión Tributaria.

Anexo N°5: Características de las Micros y Pequeñas empresas

CARACTERÍSTICAS DE LA MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS:

Las MYPES deben reunir las siguientes características recurrentes:

MICROEMPRESA	
NÚMERO DE TRABAJADORES	De uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive.
VENTAS ANUALES	Hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) (*)

PEQUEÑA EMPRESA	
NÚMERO DE TRABAJADORES	De uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive.
VENTAS ANUALES	Hasta el monto máximo de 1,700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) (*)

(*) Monto de la UIT para el 2008 es de S/. 3,500 nuevos soles.

Anexo N°6: Filtración de la población y horas demandadas.

CONSUMIDORES		
SÍ JUEGAN VIDEOJUEGOS	88.20%	126,553.72
CONSTANTES	85.50%	108,203.43
CONSUMIDORES CONSTANTES		
JUEGAN 2 HORAS DIARIAS	50%	54,102
JUEGAN 4 HORAS DIARIAS	18.40%	19,909
JUEGAN 6 HORAS DIARIAS	9.20%	9,955
CÁLCULO DE HORAS DEL SERVICIO DE LAN CENTER EN TACNA (EN HORAS)		
JUEGAN 2 HORAS DIARIAS	EN 1 DIA	108,203.43
JUEGAN 4 HORAS DIARIAS		79,637.72
JUEGAN 6 HORAS DIARIAS		59,728.29
CÁLCULO DE HORAS DEL SERVICIO DE LAN CENTER EN TACNA (EN HORAS)		
JUEGAN 2 HORAS DIARIAS	EN 1 AÑO	33,867,673
JUEGAN 4 HORAS DIARIAS		24,926,607
JUEGAN 6 HORAS DIARIAS		18,694,956
TOTAL		77,489,236

POSIBLES HORAS DEMANDADAS		
135,216	Capacidad	
119,261	88.20%	CONSUMIDORES
101,968	85.50%	SON CONSTANTES
50,984	50.00%	JUEGAN SEGUIDO EN HORAS
18,762	18.40%	
9,381	9.20%	
79,127	77.60%	
72,876	92.10%	INTERESADOS
67,608	DEMANDA AÑO 1	

Anexo N°7: Proyección de ingresos

	135216	TOPE ANUAL			
Productos	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Lan Center (Horas)	67608	74369	85524	102629	128286
Eventos (1 al mes)	12	12	12	12	12
Snacks Varios	2000	2300	2760	3450	4485
Total	69620	76681	88296	106091	132783

Anexo N°8: Proyección de Ingresos en Unidades - Año 01 al año 05

- **Proyección de Ingresos en Unidades - Año 01**

Productos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Lan Center (Horas)	8113	8113	4733	4733	4733	4733	6085	4733	4733	4733	4733	7437	67608
Eventos (1 al mes)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
Snacks Varios	240	240	140	140	140	140	180	140	140	140	140	220	2000
Total	8354	8354	4874	4874	4874	4874	6266	4874	4874	4874	4874	7658	69620

- **Proyección de Ingresos en Unidades - Año 02**

Productos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Lan Center (Horas)	8924	8924	5206	5206	5206	5206	6693	5206	5206	5206	5206	8181	74369
Eventos (1 al mes)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
Snacks Varios	276	276	161	161	161	161	207	161	161	161	161	253	2300
Total	9201	9201	5368	5368	5368	5368	6901	5368	5368	5368	5368	8435	76681

- Proyección de Ingresos en Unidades - Año 03

Productos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Lan Center (Horas)	10263	10263	5987	5987	5987	5987	7697	5987	5987	5987	5987	9408	85524
Eventos (1 al mes)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
Snacks Varios	331	331	193	193	193	193	248	193	193	193	193	304	2760
Total	10595	10595	6181	6181	6181	6181	7947	6181	6181	6181	6181	9712	88296

- Proyección de Ingresos en Unidades - Año 04

Productos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Lan Center (Horas)	12315	12315	7184	7184	7184	7184	9237	7184	7184	7184	7184	11289	102629
Eventos (1 al mes)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
Snacks Varios	414	414	242	242	242	242	311	242	242	242	242	380	3450
Total	12730	12730	7427	7427	7427	7427	9548	7427	7427	7427	7427	11670	106091

- Proyección de Ingresos en Unidades - Año 05

Productos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Lan Center (Horas)	15394	15394	8980	8980	8980	8980	11546	8980	8980	8980	8980	14111	128286
Eventos (1 al mes)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
Snacks Varios	538	538	314	314	314	314	404	314	314	314	314	493	4485
Total	15934	15934	9295	9295	9295	9295	11950	9295	9295	9295	9295	14606	132783

Anexo N°09: Proyección de Ingresos en Soles sin IGV.

Productos	Año 01	Año 02	29531.83729	Año 04	Año 05
Lan Center	S/ 114,589.83	S/ 126,048.81	S/ 144,956.14	S/ 173,947.36	S/ 217,434.20
Eventos	S/ 25,423.73	S/ 31,779.66	S/ 39,724.58	S/ 49,655.72	S/ 62,069.65
Snacks	S/ 5,423.73	S/ 6,237.29	S/ 7,484.75	S/ 9,355.93	S/ 12,162.71
Total	S/ 145,437.29	S/ 164,065.76	S/ 192,165.46	S/ 232,959.02	S/ 291,666.57

Anexo N°10: Diferencia de depreciaciones.

ACTIVO	Escritorio G.	Sillas año 3	Sillas año 5
Depreciación Contable	S/ 1,001.06	S/ 3,432.20	S/ 1,652.54
Depreciación Tributaria	S/ 800.85	S/ 1,029.66	S/ 495.76
Adición	S/ 200.21	S/ 2,402.54	S/ 1,156.78
Depreciación Acumulada	S/ 5,005.30	S/ 10,296.61	S/ 3,305.08
Valor en Libros	S/ 3,003.18	S/ -	S/ 1,652.54

Anexo N°11: Depreciación Tributaria y contable.

Activo	Cantidad	Precio Unitario	Valor de Adquisición	V.U.	Deprecia. Anual	Años Dep.	Dep. acum. (año 5)	Valor libro (año 5)
Escritorios gamer	27	S/ 296.61	S/8,008.47	10	S/ 800.85	5	S/ 4,004.24	S/4,004.24
Sillas Gamer	27	S/ 381.36	S/10,296.61	10	S/1,029.66	5	S/ 5,148.31	S/5,148.31
PC completas	27	S/ 3,102.32	S/83,762.71	5	S/16,752.54	5	S/83,762.71	S/ -
Computadora administrativa	1	S/ 677.97	S/677.97	5	S/135.59	5	S/ 677.97	S/ -
Televisores	2	S/ 1,144.07	S/2,288.14	10	S/ 228.81	5	S/1,144.07	S/1,144.07
2da compra de Sillas (año 4)	13	S/ 381.36	S/4,957.63	10	S/ 495.76	5	S/2,478.81	S/2,478.81

Activo	Cantidad	Precio Unitario	Valor de Adquisición	V.U.	Deprecia. Anual	Años Dep.	Dep. acum. (año 5)	Valor libro (año 5)
Escritorios gamer	27	S/ 296.61	S/ 8,008.47	8	S/ 1,001.06	5	S/ 5,005.30	S/ 3,003.18
Sillas Gamer	27	S/ 381.36	S/ 10,296.61	3	S/ 3,432.20	3	S/ 10,296.61	S/ -
PC completas	27	S/ 3,102.32	S/ 83,762.71	5	S/ 16,752.54	5	S/ 83,762.71	S/ -
Computadora administrativa	1	S/ 677.97	S/ 677.97	5	S/ 135.59	5	S/ 677.97	S/ -
Televisores	2	S/ 1,144.07	S/ 2,288.14	10	S/ 228.81	5	S/ 1,144.07	S/ 1,144.07
2da compra de Sillas (año 4)	13	S/ 381.36	S/ 4,957.63	3	S/ 1,652.54	2	S/ 3,305.08	S/ 1,652.54

Anexo N°12: Costo unitario del servicio.

Item	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Valor Total	Valor Total	Valor Total	Valor Total
				AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Productos usados			S/ 21,185.81	S/ 21,185.81	S/ 21,185.81	S/ 21,185.81	S/ 21,185.81
1.1	Depreciación de PC	27	S/ 620.46	S/ 16,752.54	S/ 16,752.54	S/ 16,752.54	S/ 16,752.54	S/ 16,752.54
1.2	Depreciación de Sillas	27	S/ 127.12	S/ 3,432.20	S/ 3,432.20	S/ 3,432.20	S/ 3,432.20	S/ 3,432.20
1.3	Depreciación de escritorios	27	S/ 37.08	S/ 1,001.06	S/ 1,001.06	S/ 1,001.06	S/ 1,001.06	S/ 1,001.06
2	Costos Indirectos			S/ 63,945.76	S/ 65,674.58	S/ 68,527.12	S/ 72,901.02	S/ 79,461.86
2.1	Servicios	3	Internet, Luz, agua	S/ 21,945.76	S/ 23,674.58	S/ 26,527.12	S/ 30,901.02	S/ 37,461.86
2.2	Alquiler	1	Local	S/ 42,000.00	S/ 42,000.00	S/ 42,000.00	S/ 42,000.00	S/ 42,000.00
Total				S/ 85,131.57	S/ 86,860.38	S/ 89,712.92	S/ 94,086.82	S/ 100,647.67

ALQUILER MENSUAL	3500				
ALQUILER ANUAL	42000				
2 PLAN DÚO (INTERENT Y TELG)	458				
ANUAL	5496				
Agua mensual	200	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua anual	S/2,400.00	S/ 2,640.00	S/ 3,036.00	S/ 3,643.20	S/ 4,554.00
Luz mensual	1500	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Luz anual	S/18,000.00	S/ 9,800.00	S/ 22,770.00	S/ 27,324.00	S/ 34,155.00

Anexo N°13: Préstamo bancario.

PRÉSTAMO	
Monto total	S/ 209,299.89
Aporte de socios	S/ 167,439.91
Préstamo (20%)	S/ 41,859.98
Tasa de interés	13%
Años	5

Año	Saldo	Amort.	Interés	Cuota
-	S/ 41,859.98			
1	S/ 35,400.37	S/ 6,459.60	S/ 5,441.80	S/ 11,901.40
2	S/ 28,101.02	S/ 7,299.35	S/ 4,602.05	S/ 11,901.40
3	S/ 19,852.76	S/ 8,248.27	S/ 3,653.13	S/ 11,901.40
4	S/ 10,532.21	S/ 9,320.54	S/ 2,580.86	S/ 11,901.40
5	S/ 0.00	S/ 10,532.21	S/ 1,369.19	S/ 11,901.40
		S/ 41,859.98	S/ 17,647.02	S/ 59,507.00