

NOMBRE DEL TRABAJO

**TALLER DE DIBUJO Y PINTURA VAN GO
GH**

AUTOR

JUDITH MABEL LOPEZ CORTEZ

RECUENTO DE PALABRAS

24838 Words

RECUENTO DE CARACTERES

132050 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

129 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

6.3MB

FECHA DE ENTREGA

Apr 2, 2024 12:04 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Apr 2, 2024 12:06 PM GMT-5**● 21% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 21% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 0% Base de datos de trabajos entregados
- 4% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)



**FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA
PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN EN
EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNTELS**
(Art. 45° de la ley N° 30220 – Ley)

Autorización de la propiedad intelectual del autor para la publicación de tesis en el Repositorio Institucional de la Universidad Nacional Tecnológica de Lima Sur (<https://repositorio.unfels.edu.pe>), de conformidad con el Decreto Legislativo N° 822, sobre la Ley de los Derechos de Autor, Ley N° 30035 del Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, Art. 10° del Rgto. Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales en las universidades – RENATI Res. N° 084-2022-SUNEDU/CD, publicado en El Peruano el 16 de agosto de 2022; y la RCO N° 061-2023-UNTELS del 01 marzo 2023.

TIPO DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

- 1). TESIS () 2). TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL (X)

DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres:	LOPEZ CORTEZ, JUDITH MABEL
D.N.I.:	46380886
Otro Documento:	
Nacionalidad:	Peruana
Teléfono:	966296205
e-mail:	mabeljcz@gmail.com

DATOS ACADÉMICOS

Pregrado

Facultad:	Facultad de Ingeniería y Gestión
Programa Académico:	trabajo de suficiencia profesional
Título Profesional otorgado:	Licenciado en Administración de Empresas

Postgrado

Universidad de Procedencia:	
País:	
Grado Académico otorgado:	

Datos de trabajo de investigación

Título:	"Taller de dibujo y Pintura Van Gogh"
Fecha de Sustentación:	08 de julio del 2017
Calificación:	Aprobado
Año de Publicación:	2024

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN VERSIÓN ELECTRÓNICA

A través de la presente, autorizo la publicación del texto completo de la tesis, en el Repositorio Institucional de la UNTELS especificando los siguientes términos:

Marcar con una X su elección.

- 1) Usted otorga una licencia especial para publicación de obras en el REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TECNOLÓGICA DE LIMA SUR.

Si autorizo No autorizo

- 2) Usted autoriza para que la obra sea puesta a disposición del público conservando los derechos de autor y para ello se elige el siguiente tipo de acceso.

Derechos de autor		
TIPO DE ACCESO	ATRIBUCIONES DE ACCESO	ELECCIÓN
ACCESO ABIERTO 12.1(*)	info:eu-repo/semantics/openAccess (Para documentos en acceso abierto)	<input checked="" type="checkbox"/>

- 3) Si usted dispone de una **PATENTE** puede elegir el tipo de **ACCESO RESTRINGIDO** como derecho de autor y en el marco de confiabilidad dispuesto por los numerales 5.2 y 6.7 de la directiva N° 004-2016-CONCYTEC DEGC que regula el Repositorio Nacional Digital de CONCYTEC (Se colgará únicamente datos del autor y el resumen del trabajo de investigación).

Derechos de autor		
TIPO DE ACCESO	ATRIBUCIONES DE ACCESO	ELECCIÓN
ACCESO RESTRINGIDO	info:eu-repo/semantics/restrictedAccess (Para documentos restringidos)	<input type="checkbox"/>
	info:eu-repo/semantics/embargoedAccess (Para documentos con períodos de embargo. Se debe especificar las fechas de embargo)	<input type="checkbox"/>
	info:eu-repo/semantics/closedAccess (para documentos confidenciales)	<input type="checkbox"/>

(*) <http://renati.sunedu.gob.pe>



UNIVERSIDAD NACIONAL
TECNOLÓGICA DE LIMA SUR

Rellene la siguiente información si su trabajo de investigación es de acceso restringido:

Atribuciones de acceso restringido:

Motivos de la elección del acceso restringido:

Lopez Cortez Judith Mabel

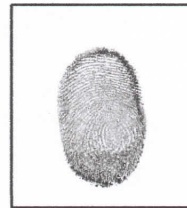
APELLIDOS Y NOMBRES

46380886

DNI

Judith

Firma y huella:



Lima, 26 de Febrero del 20 24

UNIVERSIDAD NACIONAL TECNOLÓGICA DE LIMA SUR

FACULTAD DE INGENIERÍA Y GESTIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



“TALLER DE DIBUJO Y PINTURA VAN GOGH”

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Para optar el Título Profesional de

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PRESENTADO POR EL BACHILLER

LOPEZ CORTEZ, JUDITH MABEL

ORCID: 0009-0007-2203-6716

ASESOR

NATALY CARDENAS CARRIÓN

ORCID: 0000-0003-2632-7100

Villa el Salvador

2017



Facultad de Ingeniería y Gestión – IV Programa de Actualización Profesional
Conducente a Titulación por la Modalidad de Examen de Suficiencia de la
Universidad Nacional Tecnológica de Lima Sur

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TEMA DE ACTUALIDAD PARA
OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

En Villa El Salvador siendo las 8:10 AM del día Sábado, 08 de Julio del 2017, se reunieron en el Salón de Grados los Miembros del Jurado Evaluador del Tema de Actualidad integrado por:

Presidente	: Dra. Vilca Cáceres, Marina	CLAD N° 02133
Secretario	: Dr. Reyes Acevedo, Jesús Enrique	CLAD N° 05056
Vocal	: Dra. Olivares Zegarra, Soledad del Rosario	CLAD N° 08493

Nombrados según RESOLUCIÓN DE FACULTAD DE INGENIERÍA Y GESTIÓN N° 246-2017-UNTELS-CO-VPAP-FIG, de fecha 05 de Julio de 2017.

Se inició la Sesión Pública de Sustentación y Evaluación correspondiente, para obtener el Título Profesional en Administración de Empresas, bajo la modalidad de Actualización Profesional. (Resolución de Comisión de Organizadora N° 023-2012-UNTECS de fecha 20 de setiembre 2012, donde se APROBÓ la ratificación del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Tecnológica del Cono Sur de Lima y el Reglamento del Examen de Suficiencia Profesional para la Obtención de Título Profesional, siendo que el Art. 6° del precitado Reglamento del Examen de Suficiencia Profesional para la Obtención de Título Profesional, establece que: "El Examen de Suficiencia Profesional comprende dos etapas: a) Examen de Conocimientos Profesionales y b) Sustentación de un Tema Específico de Actualidad"), en la que

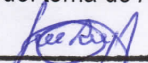
El bachiller: **LOPEZ CORTEZ JUDITH MABEL**

Sustentó su tema de Actualidad: TALLER DE DIBUJO Y PINTURA VAN GOGH

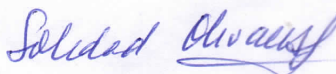
Concluida la Sustentación del tema de Actualidad, se procedió a la calificación correspondiente según el siguiente detalle:

Condición APROBADO con nota ONCE (11)
Equivalente REGULAR De acuerdo al Art. 45° del Reglamento de Examen de Suficiencia Profesional para la Obtención del Título Profesional.

Siendo las 9:10 AM del Sábado, 08 de Julio del 2017, se dio por concluido el acto de sustentación del tema de Actualidad, firmando el Jurado la presente Acta.


Dr. Jesús Reyes Acevedo
SECRETARIO


Dra. Marina Vilca Cáceres
CLAD - 02133
DOCENTE


VOCAL
Dra. Soledad del Rosario Olivares
CLAD N° 8493
ADMINISTRADORA DE EMPRESA

PRESIDENTE



**Facultad de Ingeniería y Gestión – IV Programa de Actualización Profesional
Conducente a Titulación por la Modalidad de Examen de Suficiencia de la
Universidad Nacional Tecnológica de Lima Sur**

**ACTA FINAL DE SUSTENTACIÓN DE TEMA DE ACTUALIDAD PARA
OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

En Villa El Salvador siendo las... *8-10-17*... del día Sábado, 08 de Julio del 2017, se reunieron en el Salón de Grados los Miembros del Jurado Evaluador del Examen de Suficiencia Profesional integrado por:

Presidente : Dra. Vilca Cáceres, Marina CLAD N° 02133
Secretario : Dr. Reyes Acevedo, Jesús Enrique CLAD N° 05056
Vocal : Dra. Olivares Zegarra, Soledad del Rosario CLAD N° 08493

Nombrados según RESOLUCIÓN DE FACULTAD DE INGENIERÍA Y GESTIÓN N° 246-2017-UNTELS-CO-VPAP-FIG, de fecha 05 de Julio de 2017.

Concluida la Sustentación del Tema de Actualidad se procede a registrar la nota obtenida en el Examen de Conocimientos Profesionales y la nota obtenida en la Sustentación del Tema Específico de Actualidad, para obtener el Promedio Final del Examen de Suficiencia.

BACHILLER EVALUADO (A): LOPEZ CORTEZ JUDITH MABEL

NOTA DEL EXAMEN DE CONOCIMIENTOS PROFESIONALES	NOTA DE SUSTENTACIÓN DEL TEMA ESPECIFICO DE ACTUALIDAD	PROMEDIO	CONDICIÓN	EQUIVALENTE
<i>14</i>	<i>11</i>	<i>13</i>	<i>APROBADO</i>	<i>REGULAR</i>

Jesús Reyes Acevedo
SECRETARIO

Marina Vilca Cáceres
Dra. Marina Vilca Cáceres
CLAD - 02133
DOCENTE
PRESIDENTE

Soledad Olivares Zegarra
VOCAL
Dra. Soledad del Rosario Olivares Zegarra
CLAD N° 8493
ADMINISTRADORA DE EMPRESA

DEDICATORIA

A Dios.

Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado sabiduría para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mis Padres.

Por sus esfuerzos y apoyo en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor y comprensión.

A mis Hermanos.

Katherine, Diana y Samir gracias por su comprensión y apoyo.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por guiarme a lo largo de mi vida, y darme fortaleza en mis momentos de debilidad y siempre proponerme nuevas formas de aprender y experimentar la belleza de la vida.

A las autoridades académicas y administrativas de la Universidad Nacional Tecnológica de Lima Sur por recibirme en sus aulas, y brindarme los conocimientos y experiencias académicas con profesionales preparados, lo cual ha permitido mejorar nuestras capacidades científicas y formativas.

También agradezco a todas las personas e instituciones que colaboraron en la concreción del trabajo de investigación que sin ellos no hubiese sido posible terminar lo presente.

El autor.

RESUMEN

El presente Plan de Negocio “Taller de Dibujo y Pintura Van Gogh” estará ubicada en Av. Begonias N°123 - San Juan de Miraflores como punto estratégico para captar al mercado potencial de los tres distritos convergentes de Villa El Salvador, Villa María del Triunfo y San Juan de Miraflores. Se dirige principalmente a niños de 5 a 14 años de edad que deseen aprender de este arte.

La finalidad del Taller de Dibujo y Pintura Van Gogh es ser una empresa donde se enseñe a los niños y adolescentes las técnicas prácticas para dibujar y pintar. Nuestros alumnos tendrán la máxima capacidad de desarrollar su creatividad, innovación e imaginación, de una forma donde ellos se diviertan, se relajen y plasmen sus ideas, también al desarrollar este tipo de actividades se desarrolla el lado derecho de nuestro hemisferio el encargado de la toma de decisiones, de la seguridad y de la autonomía. Además, creará un estímulo para querer aprender, averiguar y desarrollar la cultura.

El Taller de dibujo y Pintura es una propuesta novedosa y creativa al mercado donde se ofrece 8 cursos especializados donde el cliente tiene la opción de elegir el curso, el Taller de Dibujo y Pintura contará con una infraestructura adecuada para el servicio y buscará la cooperación estratégica con profesores especializados.

Se quiere lograr ser una empresa innovadora a través del fomento de la creación artística incentivando la creatividad y aflorando el artista que lleva dentro. Para lograr la mayor captación de nuestro mercado meta, se realizó un análisis del sector para tratar de comprender el comportamiento del cliente.

Desde los últimos años se presenta un auge en la propagación de la cultura, presentando distintos talleres como de dibujo y pintura, teatro, danza, deportes de contacto, etc. Que ayuda a forjar el estímulo de la creatividad, talento e innovación del arte de los niños.

El hemisferio derecho es responsable de tareas creativas y de carácter no verbal, por ejemplo, el procesamiento de tareas de golpe, y no en secuencia, el énfasis en la síntesis y la interpretación de expresiones faciales. Para mantener un equilibrio en la vida y sobrepasar los desafíos del mundo del mañana, tendremos

que usar más el lado derecho del cerebro, ya que está más capacitado para recordar e interpretar cosas que son vistas y hechas. Para poder desarrollar estas habilidades cognitivas se recurre a actividades creativas, como es el sentido artístico, la imaginación, la intuición, por eso recurrimos al arte como un medio para desarrollar estas funciones.

El proyecto tiene un periodo de evolución de 10 años y se calculó una inversión inicial de S/. 94,960.55, lo cual se financiará mediante aportes propios de dos accionistas y un préstamo de S/. 66, 472.39. El valor actual neto (VAN) es de S/. 224,810.31, la Tasa interna de retorno (TIR) económico es de 57. Se calculó un periodo de recuperación de 3 años aproximadamente.

ABSTRACT

The present Business Plan "Taller de Dibujo y Pintura Van Gogh" located at Avenida Begonias No. 123 - San Juan de Miraflores as a strategic point for the potential market of the three convergent districts of Villa El Salvador, Villa María del Triunfo and San Juan de Miraflores. It is mainly aimed at children from 5 to 14 years of age who wish to learn of this art.

The purpose of the Van Gogh Drawing and Painting Workshop is to be a company where children and adolescents are taught practical techniques for drawing and painting. Our students will have the maximum capacity to develop their creativity, innovation and imagination, in a way where they have fun, relax and express their ideas. Furthermore, doing this kind of activities they develop the right side of the hemisphere that is in charge of making decision-making, safety, autonomy and by studying these courses the child will indirectly develop these skills that are useful throughout their lives, in addition to stimulating to want to learn, find out and develop the culture.

The Drawing and Painting Workshop is a novel and creative proposal to the market where it offers 8 specialized courses in which the client has the option to choose the course of his preference. The Drawing and Painting Workshop will have an adequate infrastructure for clients and will seek strategic cooperation with specialized teachers.

We want to get an innovative company through the promotion of artistic creativity by encouraging creativity and the artist inside of each student. To achieve the capture of our target market we made an analysis of the sector to try to understand customer behavior.

Since the last years there has been a boom in the spread of culture, presenting various workshops such as drawing and painting, theater, dance, contact sports, etc. that helps to forge the stimulation of creativity, talent and innovation of children's art.

The right hemisphere is responsible for broader non-verbal tasks, for example, task processing, at once, rather than in sequencing; the interpretation of facial expressions and the emphasis on synthesis. In order to deal with the challenges of the future world, the use of the right side of the brain is required, due to that it

is better to remember and interpret things that are seen and done and in order to to develop these cognitive abilities Is used creative activities, such as the artistic sense, the imagination, the intuition, that is why we turn to art as a means to develop these functions.

The evaluation period of the project is 10 years and an initial investment of S /. 94,960.55, Which will be financed through own contributions of two shareholders and a loan of S /. 66, 472.39. The net present value (NPV) is S /.224,810.31, The economic internal rate of return (IRR) is%. And it was calculated a recovery period of 3 years.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
RESUMEN	IV
ABSTRACT	VI
ÍNDICE	VIII
ÍNDICE DE TABLAS	XI
ÍNDICE DE FIGURAS	XIV
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I. RESUMEN EJECUTIVO.....	2
CAPÍTULO II. ANÁLISIS DEL MERCADO.....	4
2.1 Análisis del Sector.....	4
2.1.1. Sector de Entretenimiento y Recreación.....	4
2.1.2. Análisis del Macro Entorno	9
2.2. Estimación del Mercado Potencial	17
2.2.1. Mercado Potencial.....	17
2.2.2. Universo	17
2.2.3. Segmentación en el Mercado	17
2.2.4. Tamaño de La Muestra.....	18
2.2.5. Diseño de Instrumento.....	19
2.2.6. Determinación del Mercado Meta.....	30
2.3. Análisis De La Competencia	31
2.3.1. Competencia Directa.....	31
2.3.2. Competencia Indirecta.....	31
2.3.3. Matriz del Perfil Competitivo	34
2.4. Análisis de la Ventaja Competitiva	35
2.4.1. Tipos Básicos de Ventaja Competitiva.....	35
2.4.2. Habilidades requeridas para buscar estrategias genéricas.....	37
CAPÍTULO III. FODA EMPRESARIAL	38
3.1. Matriz FODA	38
3.1.1. Matriz EFI-Evaluación De Factores Internos	42
3.1.2. Matriz EFE - Evaluación de Factores Externos.....	43
3.1.3. Matriz Interna - Externa.....	43
3.1.4. Matriz FODA de Estrategias	44

3.2. Matriz BCG.....	47
3.3. Determinación De La Posición Estratégica.....	47
IV. ESTABLECIMIENTO DE UNA DIRECCIÓN PARA LA ORGANIZACIÓN.....	50
4.1. Organización Empresarial	50
4.1.1. Cultura Organizacional.....	50
4.2. Organigrama Estructural	52
4.3. Funciones de la Organización.....	53
4.3.1. Gerencia General.....	53
4.3.2. Jefatura Administrativa.....	54
4.3.3. Órgano Pedagógico:	54
4.3.4. Jefatura de Marketing	55
4.7. Política Retributiva	55
4.1. Base Legal	58
4.2.1. Razón Social.....	58
4.2.2. Proceso Para Constituir “El Taller De Dibujo Y Pintura Van Gogh” Como S.A.C. y Obtener la Licencia Municipal	58
V. VENTAJA DE COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS	62
5.1. Concepto De Servicio	62
5.2 Marketing Mix.....	62
5.2.1. Estrategia de producto.....	63
5.2. Estrategia De Precio.....	69
5.3. Estrategia de Promoción	69
5.4. Estrategia De Plaza.....	71
VI. ANÁLISIS DEL PROCESO PRODUCTIVO.....	72
6.1. Diseño Del Servicio	72
6.2. Estudio del Proyecto Macro y Micro Localización.	74
6.2.1. Macro localización	75
6.2.2. Micro localización.....	76
6.3. Distribución del Espacio en el Área de Trabajo	78
6.4. Cálculo de los Materiales.....	82
6.5. Determinación De Máquinas, Herramientas Y Equipos.....	82
6.5.1. Para las Máquinas y Equipos	83
6.5.2. Para Las Herramientas Y Equipos	85
VII. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO	88
7.1. Presupuesto de Ventas e Ingresos	88

7.2. Presupuesto De Costos	91
7.3. Presupuesto De Inversiones	92
7.3.1. Cálculo del Punto de Equilibrio.....	93
7.4. Análisis Financiero.....	94
7.4.1. El Estado De Resultado Proyectado	94
7.4.2. El flujo de caja económico	95
7.4.3. El Flujo de la Deuda.....	96
7.4.4. Estado de Situación Financiera	97
VIII. EVALUACIÓN DE FACTIBILIDAD	98
8.1. Beneficios Para los Grupos de Interés	98
8.2. Evaluación Social	98
8.2.1. Valor Actual Neto	98
8.2.2. TIR Económico Y Financiero	99
8.2.3. Responsabilidad Social Empresarial	100
CONCLUSIONES.....	102
RECOMENDACIONES	103
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	104
ANEXOS	107

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Densidad Empresarial de Lima Sur 2014	9
Tabla 2.	Lima: PBI en miles de nuevos soles constantes. Año Base 2017.....	10
Tabla 3.	Total de Habitantes de Lima Sur.	14
Tabla 4.	Población de Segmentación de Mercado	17
Tabla 5.	Tipos de segmentación utilizados	18
Tabla 6.	¿Cuántos hijos tienes entre las edades de 5 a 14 años?	19
Tabla 7.	Rango de edad de las madres de familia	20
Tabla 8.	Nivel de Importancia para promover habilidades creativas....	21
Tabla 9.	Participación en el Taller de Dibujo y Pintura	22
Tabla 10.	Tentativa de Precio del Taller.....	23
Tabla 11.	Grado de Importancia que debe tener un Taller de Dibujo y Pintura	24
Tabla 12.	Inscripción en el Taller de Dibujo y Pintura Van Gogh.....	25
Tabla 13.	Frecuencia de participación en el Taller	26
Tabla 14.	Redes sociales más usados por las madres de familia	27
Tabla 15.	Aceptación de Logo	28
Tabla 16.	Mercado Meta	31
Tabla 17.	Características de Competencia Municipalidad.....	32
Tabla 18.	Características de Competencia V.E.S	32
Tabla 19.	Características de Competencia V.M.S.....	33
Tabla 20.	Características de Competencia V.M.T.....	33
Tabla 21.	Matriz Perfil Competitivo del Taller de Dibujo y Pintura Van Gogh.....	34

Tabla 22.	Ventaja Competitiva	36
Tabla 23.	Estrategia Genérica	37
Tabla 24.	Matriz FODA	38
Tabla 25.	Matriz Efi Evaluación Factores Internos	42
Tabla 26.	Calificación Matriz EFI	42
Tabla 27.	Matriz Efe Evaluación Factores Externos.....	43
Tabla 28.	Matriz FODA	44
Tabla 29.	Posición Estratégica Externa	47
Tabla 30.	Posición Estratégica Interna.....	48
Tabla 31.	Cuadro de Remuneraciones	57
Tabla 32.	Determinación Del Servicio.....	66
Tabla 33.	Determinación Precio.....	69
Tabla 34.	Flujo de actividades – proceso general de la empresa.....	72
Tabla 35.	Macro Localización de local.	75
Tabla 36.	Detalle de Locales	77
Tabla 37.	Micro localización del local.....	77
Tabla 38.	Costo de Muebles y Equipos.....	82
Tabla 39.	Maquinarias y equipos	83
Tabla 40.	Descripción de maquinaria y equipo	83
Tabla 41.	Muebles y Enseres	85
Tabla 42.	Descripción de muebles y enseres.....	85
Tabla 43.	Capacidad de grupos de estudiantes por mes.	88
Tabla 44.	Capacidad de alumnos por mes.....	88
Tabla 45.	Porcentaje mínimo de captación de mercado	89
Tabla 46.	Presupuesto de Venta en unidades	89

Tabla 47.	Ingreso por producto	89
Tabla 48.	Presupuesto de Ingresos	90
Tabla 49.	Depreciación de Bienes Tangibles	91
Tabla 50.	Gastos Administrativos.	91
Tabla 51.	Publicidad.	91
Tabla 52.	Costos de activos fijos.	92
Tabla 53.	Gastos operativos.	92
Tabla 54.	Inversión total	93
Tabla 55.	Estado de Resultados.	94
Tabla 56.	Flujo de caja económico	95
Tabla 57.	Tasa de Interés del Sistema Bancario.....	96
Tabla 58.	Cronograma de Pago del Financiamiento.	96
Tabla 59.	Estado de Situación Financiera.....	97
Tabla 60.	VAN Económico y Financiero.....	98
Tabla 61.	TIR Económico.	99
Tabla 62.	TIR Financiero.	99
Tabla 63.	Descripción de puestos de trabajo.	110

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Empresas de servicios, según actividad económica, 2014.....	6
Figura 2.	Ventas Netas de Empresas de Servicio 2014	6
Figura 3.	Personas de 17 a más años que estudia una carrera no universitaria.....	7
Figura 4.	Número de personas vinculadas a las artes por categoría de ocupación.....	8
Figura 5.	PBI en Miles De Nuevos Soles.....	10
Figura 6.	Tiempo de viaje al Trabajo según NSE	12
Figura 7.	Nivel de Satisfacción Con La Oferta De Actividades	13
Figura 8.	Estructura del Gasto Real Hogares Per Cápita	14
Figura 9.	¿Cuántos hijos tienes entre las edades de 5 a 14 años?	19
Figura 10.	Rango de edad de las madres de familia.....	20
Figura 11.	Nivel de Importancia para promover habilidades creativas ..	21
Figura 12.	Participación en el Taller de Dibujo y Pintura	22
Figura 13.	Tentativa de Precio del Taller	23
Figura 14.	Grado de Importancia que debe tener un Taller de Dibujo y Pintura.....	24
Figura 15.	Inscripción en el Taller de Dibujo y Pintura Van Gogh	25
Figura 16.	Frecuencia de participación en el Taller	26
Figura 17.	Redes sociales más usados por las madres de familia.....	27
Figura 18.	Aceptación de Logo.....	28
Figura 19.	Matriz Interna – Externa	44
Figura 20.	Cardinales De La Matriz PEYEA	48
Figura 21.	Matriz PEYEA del Taller de Dibujo y Pintura Van Gogh	49
Figura 22.	Organigrama Estructural	52

Figura 23.	Logo Empresarial	64
Figura 24.	Determinación de Plaza y Canales.....	71
Figura 25.	Diagrama de proceso para la inscripción de un curso.	73
Figura 26.	Diagrama de proceso para ingreso de Clases.....	74
Figura 27.	Mapa de ubicación del local.	76
Figura 28.	Plano general del local.	78
Figura 29.	Fotografías del local (simulación).	79
Figura 30.	Encuesta.	109

INTRODUCCIÓN

El objetivo general del presente trabajo es evaluar la viabilidad técnica, económica y financiera de la implementación de un Taller de Dibujo y Pintura en San Juan de Miraflores, en una zona estratégica como se plantea en este plan de negocio.

La idea de este negocio nace con la finalidad de que los niños tengan una educación integral, donde puedan desarrollar su creatividad, la innovación y habilidades manuales, donde no se busca formar a personas especialistas en el arte, sino forjar un talento o desarrollar su habilidad creativa, ya que al desarrollar este tipo de actividades ayudan al niño a adquirir desarrollo mental, seguridad, autonomía y poder de decisión. El niño adquirirá estas habilidades de la mejor manera sin presiones, realizando una actividad que le guste, divirtiéndose y dejando volar su imaginación plasmando sus ideas en un cuadro.

En este proyecto se plantea la idea de plan de negocio para la puesta en marcha del Taller de Dibujo y Pintura Van Gogh que pretende ofrecer un servicio de enseñanza práctica a los niños de 5 a 14 años donde ellos puedan aprender de forma dinámica y divertida las técnicas básicas de dibujo y pintura y donde desarrollen su creatividad y aprendan a valorar lo importante que es desarrollar la cultura en nuestra sociedad.

Se realizó un análisis del mercado en el sector que seleccionamos para la implementación de nuestro Taller de Dibujo y Pintura, para así reconocer sus preferencias y requerimientos al escoger un Taller donde sus hijos aprendan nuevas habilidades, el resultado resultó favorable para poder invertir en este tipo de negocio.

El Taller de dibujo y Pintura Van Gogh tiene Objetivos establecidos y específicos, planteando una misión y visión ambiciosa, pero con metas claras por periodos, estableciendo este plan de negocio con datos reales y precisos para el desarrollo de este.

CAPÍTULO I. RESUMEN EJECUTIVO

EL TALLER DE DIBUJO Y PINTURA VAN GOGH es un plan de negocio que plantea crear una empresa dedicada a brindar servicios de enseñanza del curso de Dibujo y Pintura.

Nuestro mercado objetivo al cual se dirige el plan de negocio es a mujeres, madres de familia, que pertenecen al nivel socioeconómico "C" de 25 a 40 años de edad de los distritos de San Juan de Miraflores, Villa María del Triunfo y Villa El Salvador.

Según la investigación realizada y datos adquiridos el sector de cultura, tiene una tendencia de crecimiento de 1,3% en las actividades culturales.

En la investigación de nuestro cliente se evidencia una demanda insatisfecha, quienes son las madres de familia que buscan una formación integral de sus hijos, donde sus niños puedan desarrollar diferentes habilidades que ayuden al estímulo de creatividad e innovación. El mercado disponible al cual nos dirigimos predomina las madres de familia que toman las decisiones del hogar y la educación de sus hijos, que buscan en este tipo de servicio, un lugar de entretenimiento y creatividad para su hijo y con un precio asequible.

Mediante el estudio de los competidores se tuvo información sobre competencia indirecta, quienes son los colegios que ofrecen talleres de verano solo por un tiempo determinado, que no cuentan con la implementación necesaria para el desarrollo de estos talleres.

Se realizó un análisis FODA, la cual nos llevó a la elaboración de estrategias de ingreso y permanencia para establecernos como empresa.

En el diseño de comercialización y ventas, utilizaremos una campaña publicitaria agresiva con la intención de captar los nuevos clientes y tener presencia en el mercado.

El diseño del servicio y del proceso fue desarrollado pensando en el cliente y su satisfacción, en brindarle un mejor servicio y que se implemente según las características solicitadas por nuestro mercado objetivo, cuya información fue obtenida mediante encuestas realizadas. Se define la misión, visión y valores para tener una dirección empresarial, ya que son parte de una estrategia y nos sirven como un propósito para alcanzar nuestros objetivos.

Se estima en el proyecto una inversión inicial de S/. 94,960.55 soles, con una estructura de financiamiento de 70% en préstamo financiero y 30% de aporte propio.

El VANE del proyecto es de S/. 224, 810.31 y el VANF de S/. 235,588.22 la TIRE DE 57% y la TIRF DE 97.91%, prueban que el proyecto es viable.

CAPÍTULO II. ANÁLISIS DEL MERCADO

Siempre ha sido necesario el estudio de los factores, ya que estos influyen en la realización de un proyecto de servicio, estos ayudan a fortalecer y colocar las bases necesarias para poder iniciar correctamente, los factores que son los siguientes: cliente, comercialización, precio y la competencia, el estudio de estas variables se le conoce como investigación de mercado, lo cual consiste en recolectar, registrar, procesar y analizar la información que nos ayudara a interpretar, descubrir oportunidades y minimizar riesgos en la toma de decisiones.

2.1 Análisis del Sector

Según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme, el proyecto de negocio de Taller de Dibujo y Pintura Van Gogh está ubicada en la sección “R” dedicada a actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas; División 90 Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento; grupo 900 Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento; Clase 9000 Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento, en la cual nos dirigiremos en la aportación de conocimientos y aptitudes artísticas.¹

2.1.1. Sector de Entretenimiento y Recreación

Desde los últimos años se presenta un auge en la propagación de la cultura, presentando distintos talleres como de dibujo y pintura, teatro, danza, deportes de contacto, etc. Que ayuda a forjar el estímulo de la creatividad, talento e innovación del arte de los niños.

El hemisferio derecho es responsable de tareas creativas y de carácter no verbal, por ejemplo, el procesamiento de tareas espontaneas, y no secuencial, la interpretación de expresiones faciales y el énfasis en la síntesis. Para resolver problemas del día a día, tendremos que usar más el lado derecho del cerebro, ya que está más capacitado para recordar e interpretar cosas que son vistas y

¹ Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2014) Clasificación Industrial Internacional Uniforme Revisión 4. (Accesado el 07 de enero). Recuperado de: www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf

hechas y para poder desarrollar estas habilidades cognitivas se recurre a actividades creativas, como es el sentido artístico, la imaginación, la intuición, por eso recurrimos al arte como un medio para desarrollar estas funciones.

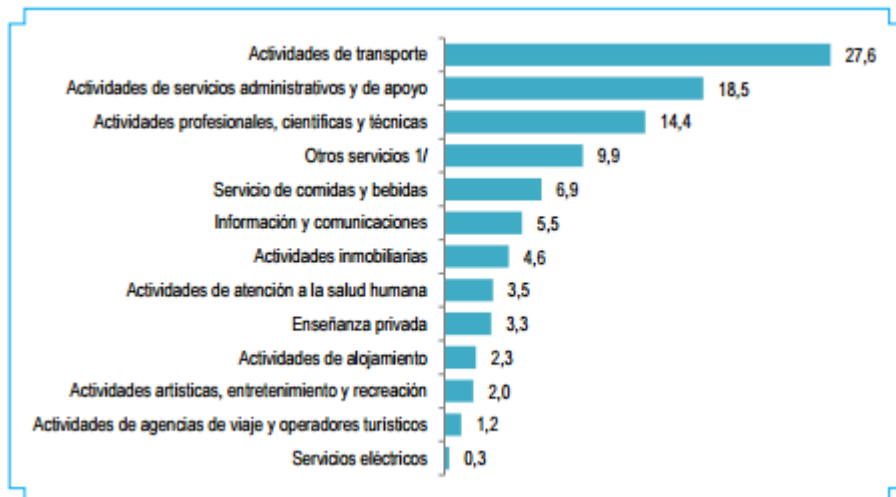
La influencia de distintos maestros, escuelas y corrientes, el arte nacional se encuentra en una etapa de especial productividad convirtiéndolo en una de las más serias e importantes del continente. Los talleres, escuelas y academias se han convertido en lugares donde los artistas se forman y desarrollan, por lo contrario, la Escuela Nacional de Bellas Artes ha perdido la tutela y dirección que hace unos años atrás otorgaba. Como se puede observar el mundo es dinámico, comunicativo, y está en constante cambio tecnológico por lo que el arte se convierte en un reflejo de esa realidad y los artistas ensayan y practican diversas formas de plasmar su visión del mundo, encontrando varias alternativas donde desarrollar su talento.

El arte está creciendo a nivel cultural, siendo propagada tanto por el Ministerio de cultura, por diferentes entidades, por los mismos artistas y vemos que no se desarrolla talleres dedicados completamente al arte, a la creatividad, a la innovación y conceptos de expresión en la modernidad que interactúen con público.

De acuerdo a lo observado y visto que hay una necesidad insatisfecha por el Arte, nos surge la idea de realizar un Taller de Dibujo y Pintura como propuesta diferenciada tanto en la enseñanza, práctica y técnica.

El Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI (2017) sostuvo que las 27 mil 793 empresas de servicios generaron ventas mayores a 150 UIT que representan el 36,7% del total de empresas, de los cuales el 2% corresponde a empresas que se dedican a actividades artísticas, entretenimiento y recreación, siendo unas 556 empresas que generan ventas mayores a 150 UIT.

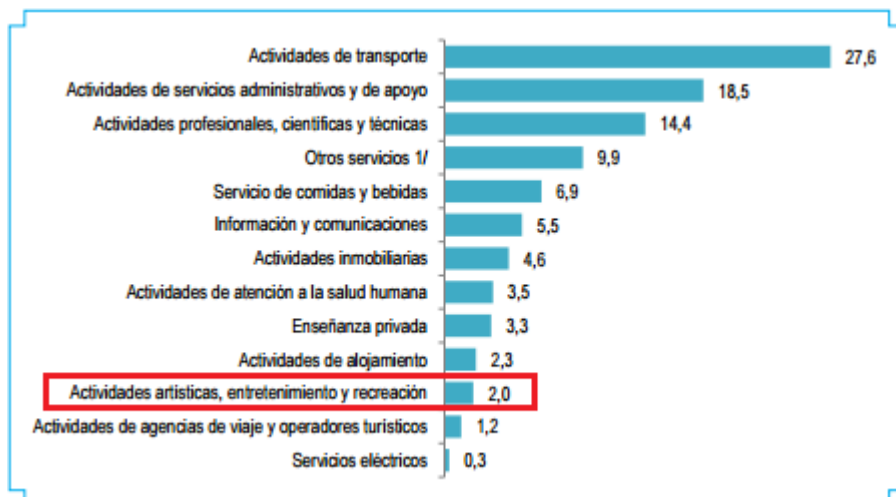
Figura 1. Empresas de servicios, según actividad económica, 2014



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Económica Anual 2014

Además, como se puede visualizar en el cuadro las empresas dedicadas a la prestación de servicios tienen ventas por 202 mil 370 millones al año, que representó el 26,6% del total de ventas en el año 2014, siendo el 2,3% de empresas dedicadas a actividades artísticas, entretenimiento y recreación con un total de 4 mil 655 millones de ventas.³

Figura 2. Ventas Netas de Empresas de Servicio 2014

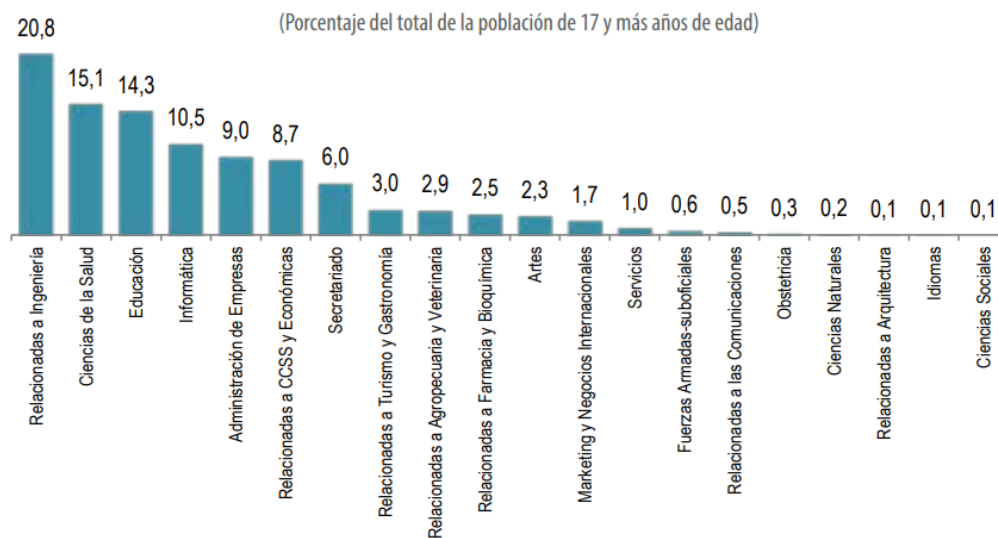


Fuente: INEI – Encuesta Económica Anual 2014

³ Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2017). Características Económicas y Financieras de las Empresas de Servicios. (Accesado el 29 de enero). Recuperado de: http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1408/libro.pdf

De acuerdo al INEI, en la encuesta de hogares 2017 se revela que un 2.3% de la población de 17 años a más, estudian una carrera técnica en Artes. Quedando en un ranking considerable como se muestra en la figura 3.

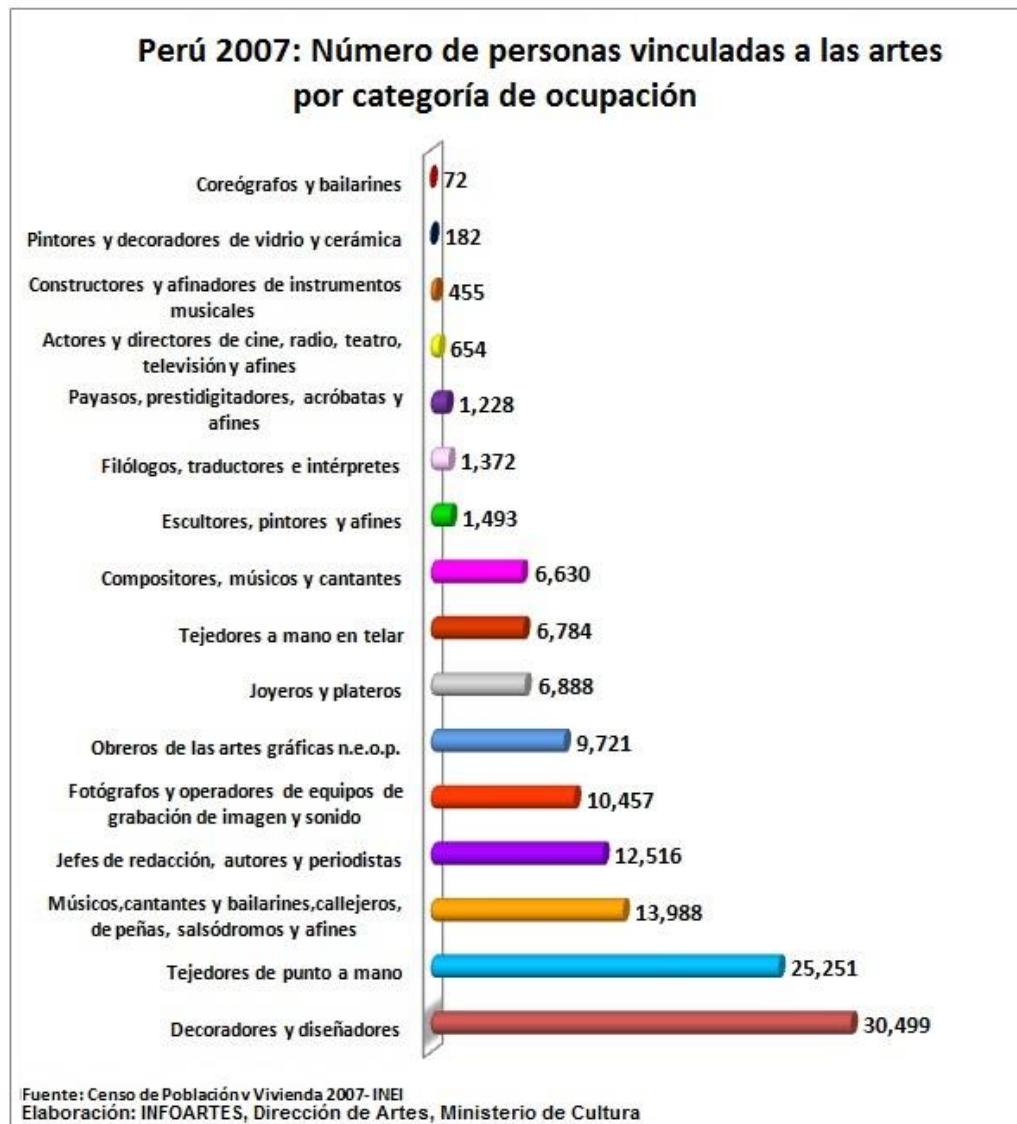
Figura 3. Personas de 17 a más años que estudia una carrera no universitaria.



Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Hogares.

Adicionalmente podemos ver que más de 128,000 personas tienen una ocupación con relación al arte que representa el 1.3% respecto a la población total ocupada activa del país. Esto demuestra que tomar clases de dibujo y pintura es importante para diversas carreras que el niño y adolescente puede elegir en su futuro.

Figura 4. Número de personas vinculadas a las artes por categoría de ocupación.



El Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI (2015) sostuvo que: La densidad empresarial es el cociente resultante de dividir el número total de empresas entre el total de población multiplicado por cada mil habitantes. Esto muestra la relación que existe en un territorio entre el número de empresas por cada mil habitantes. Cuanto mayor es la densidad empresarial en un territorio, tendrá más actividad empresarial y, lo más probable, es que se trate de un área económicamente activa.⁴

⁴ Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2015). Análisis de la Densidad. (Accesado el 5 de enero). Recuperado de: http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1382/cap06.pdf

Tabla 1. Densidad Empresarial de Lima Sur 2014

Área Interdistrital / Distritos	Total, De Empresas	Porcentaje	Densidad Empresarial (Emp. / Mil Hab.)
Lima Sur	126,487	100	66.6
Chorrillos	24,483	19.4	75.2
Lurín	6,892	5.4	81
Pachacamac	5,748	4.5	44.3
Pucusana	847	0.7	49.7
Punta Hermosa	776	0.6	102
Punta Negra	542	0.4	68.3
San Bartolo	629	0.5	81.7
San Juan De Miraflores	31,570	25	78.1
Santa María Del Mar	100	0.1	62.2
Villa El Salvador	29,724	23.5	64.2
Villa María Del Triunfo	25,176	19.9	56.1

Fuente: INEI – Encuesta Económica Anual 2014

En conclusión, como el Taller de Dibujo y Pintura Van Gogh se está ubicando en un lugar estratégico del distrito de San Juan de Miraflores, como lugar céntrico de los distritos de Villa El Salvador y Villa María de Triunfo, se puede observar que los tres distritos cuentan con mayor actividad empresarial, lo cual significa que hay una gran cantidad de público donde se aprovecharía la captación de clientes, además se muestra el interés de las personas por practicar esta disciplina.

2.1.2. Análisis del Macro Entorno

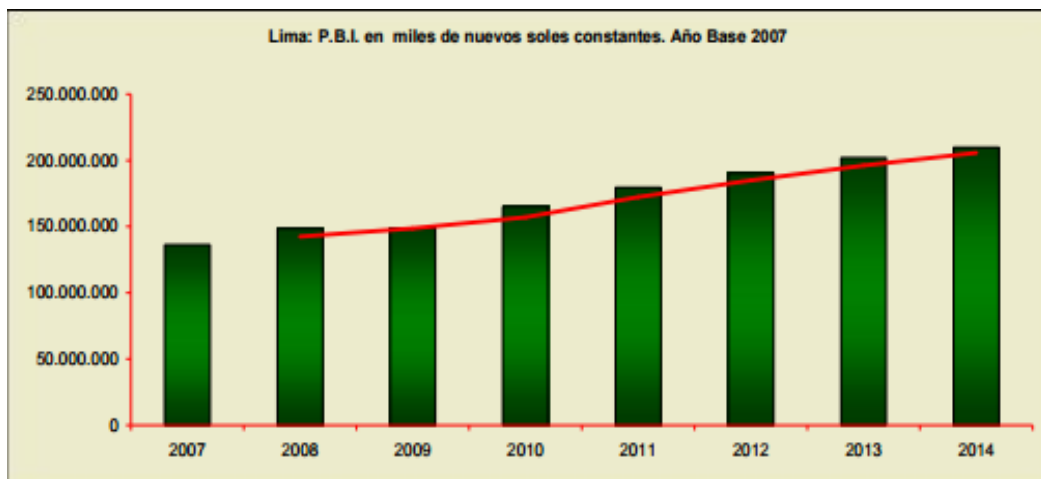
Las principales variables del macro entorno y cómo estas influyen en el Taller de Dibujo y Pintura en San Juan de Miraflores se especifican en lo siguiente:

- **Aspecto Económico**

Lima Metropolitana, cuenta con un PBI que representa más del 40% del PBI nacional, se puede apreciar en el cuadro siguiente un importante crecimiento que en soles constantes del año 2007 alcanzó a más de 136 mil millones y el año 2014 alcanzó a una cifra de más de 209 mil millones, a pesar de la desaceleración de nuestra economía, ha seguido creciendo a promedios

inferiores a las logradas, pero se puede decir, que el nuevo gobierno viene haciendo importantes esfuerzos en reactivar la economía, para ello, ha dictado una serie de medidas que seguro en el corto plazo estaremos sintiendo sus efectos, entre las medidas dictadas, está el incremento en la inversión pública, medidas directas y reactivadoras al sector de la micro y pequeña empresa, como algunas líneas de financiamiento, pagos de tributos con mayor plazo y algunas condonaciones de deudas pequeñas, asimismo, el destravamiento de inversiones como la de Chincheros, etc. Se puede concluir que, a pesar de la desaceleración de la economía, está entre las economías que ha tenido mejor performance en América Latina, considerando que el impacto de externo nos afectó como a todas las economías de la región.

Figura 5. PBI en Miles De Nuevos Soles



Fuente: INEI, BADATUR – OTP. Elaboración: Observatorio Turístico del Perú

Tabla 2. Lima: PBI en miles de nuevos soles constantes. Año Base 2017.

AÑO	PBI LIMA
2007	136.238.700
2008	148.475.777
2009	148.865.951
2010	165.146.695
2011	179.462.299
2012	190.338.124
2013	201.842.525
2014	209.714.252

Fuente: INEI, BADATUR – OTP. Elaboración: Observatorio Turístico del Perú.

La población de Lima cuenta con mayores ingresos para poder destinar a esparcimiento y cultura, lo cual motiva a la búsqueda de nuevos servicios que brindar pero que no siempre se encuentra tan cercano o especializado. Es por ello que las personas suelen transportarse al centro de la ciudad, demorándose como 2 horas de viaje y estos factores apoyan a desarrollo de una demanda de servicio e impulsan a la generación de un mercado potencial emergente para ir a distintos talleres culturales.

- **Aspecto Social**

En Lima Metropolitana, la economía está en crecimiento, los diferentes estilos de vida generan mejores condiciones de vida, sin embargo, hay temas que son propios del crecimiento de la ciudad como es la inseguridad ciudadana, el consumo de drogas, familias disfuncionales, dificultades en los colegios, bullying, interactividad, igualdad de género, entre otros, es aquí donde la cultura toma fuerza, ya que ayuda a resolver buena parte de los problemas.

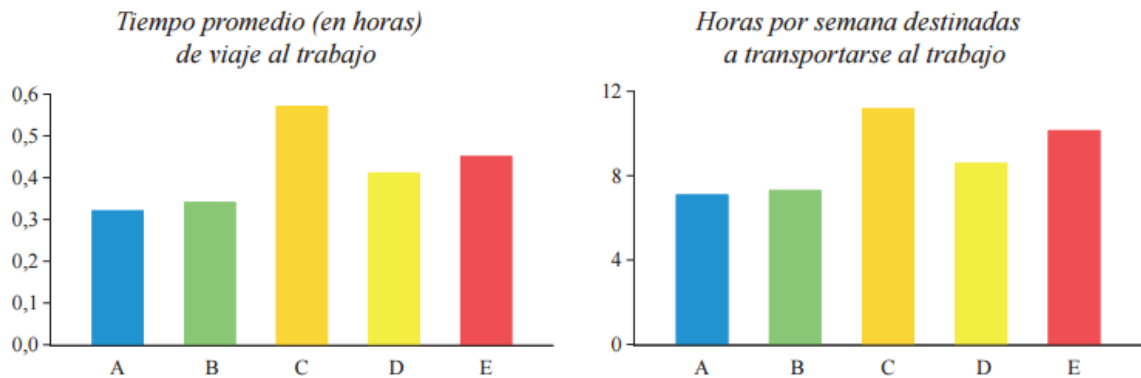
El arte, la música, en si la cultura son parte de la vida, que nos ayuda a desarrollarnos como personas, ser más sensibles, curiosos y tener capacidad crítica. Nos enseña a no caer en malos pasos. Conocer sobre la literatura, la pintura, la gastronomía, la arquitectura y un sinfín de cosas que son parte de la cultura.

El gobierno ha realizado iniciativas, por lo que se creó el Ministerio de Cultura que promueve el arte, realizando diferentes actividades para que la sociedad se tenga una inserción en la cultura. Entre sus actividades se encuentran, entrevistas a un artista, galerías de arte, Talleres culturales, entre otros.

Se ha realizado un estudio por la Revista de Estudios Económicos del Banco Central de Reserva del Perú a Lima Metropolitana, donde se obtuvo que el Valor Social del Tiempo se ha incrementado considerablemente (Calmet Denisse y Capurro Juan marzo 2011). Se muestra a partir de la información brindada que los limeños son más sensibles con respecto al tiempo destinado en transporte, por lo que el Taller de Dibujo y Pintura Van Gogh, se está localizando en un punto estratégico cercana a las viviendas del público objetivo.

En el Figura N° 04 se muestra el tiempo que incurren los ciudadanos de Lima para desplazarse a su trabajo.

Figura 6. Tiempo de viaje al Trabajo según NSE



Fuente: BCRP (2011). Elaborado por: Calmet y Capurro (2011)

El derecho a una educación de calidad lo tiene toda persona, no obstante, este derecho se distorsiona cuando los niños, adolescentes, no encuentran en su centro de estudios un espacio para el libre aprendizaje, creatividad o recreación. Que tenga un ambiente cercano donde pueda desarrollar libremente las actividades que le apasiona.

En conclusión, se debe de acercar la cultura a los distintos Distritos y que estos se desarrollen de forma completa, ya que incentivar estas actividades y en este caso el arte fomenta una estrategia de desarrollo y creatividad. El taller de dibujo y pintura fomenta la creatividad, terapia de reducción de estrés, desarrollar creatividad de expresión artística, entre otra.

- **Análisis del Entorno Cultural**

San Juan de Miraflores es un Distrito que está en pleno crecimiento, en nivel económico, en nivel industrial, en nivel cultural. En el distrito se encuentran programas educativos para orientar a los jóvenes a poder concentrarse en los valores, programas como danzas, bailes modernos y deportes, pero no hay un programa variado donde el niño, adolescente y joven pueda escoger según su preferencia, por eso nace la idea de poder presentar una alternativa diferente y completa donde los jóvenes tengan mayor posibilidad de ampliar su habilidad y poder desarrollarse en un taller diferente como es un Taller de Dibujo y Pintura.

Según la encuesta realizada por Lima como vamos y tomando como muestra a 1920 personas, de 18 años a más, se ha conseguido la siguiente información: un aproximado de 4 personas solo 1 tiene satisfacción de las ofertas culturales,

deportes y recreación. Como se muestra en el cuadro existe un 19.2% de personas del sector D/E se encuentran satisfechas con las actividades culturales y un 26.3% de personas del sector C están satisfechas, siendo estos los más bajos en comparación del sector A y B. Además, en Lima Sur solo el 16.5% de personas están satisfechas con las actividades culturales que tienen y un 33.65 de personas no se encuentran nada satisfechas.

Figura 7. Nivel de Satisfacción Con La Oferta De Actividades



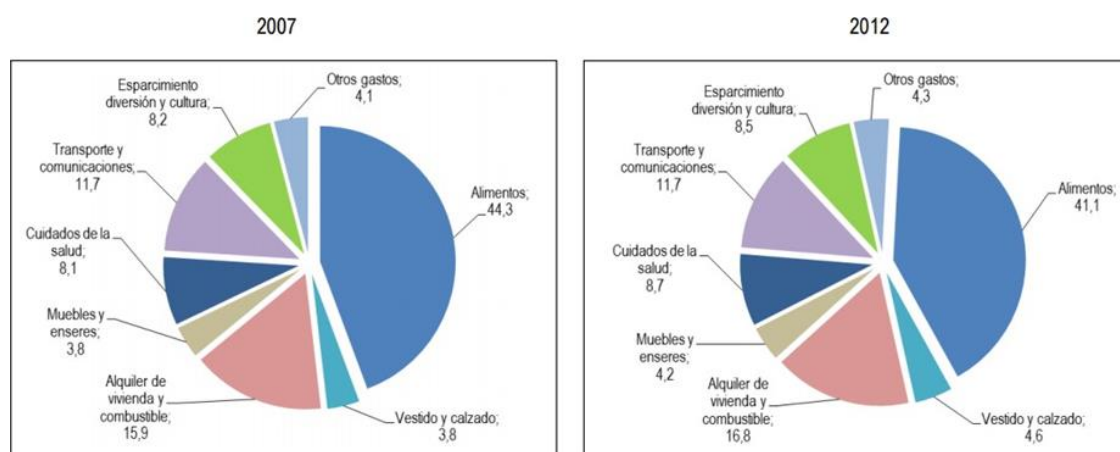
Culturales, Deportivas o Recreativas. Fuente: Lima Cómo Vamos. Elaborado por: Instituto de Opinión Pública de la PUCP (IOP-PUCP)-2015.

Vemos que la población en Lima no se encuentra satisfechos con las actividades culturales, que en especial Lima Sur es el distrito con más baja satisfacción, podemos aprovechar este mercado para presentar nuestra propuesta y captar a nuestro público objetivo.

- **Aspecto Socio-Demográfico**

En Lima, el aspecto socio-demográfico es cada vez menor, la tasa de natalidad en el 2009 es de 20.1 (IGM Apoyo, 2009). Los hogares están conformados por edades de entre 8 a 39 años de edad, esto viene siendo el 53% (IGM Apoyo, 2012). Hay que resaltar que en Lima Metropolitana la población es joven, un 53% de sus habitantes son de 0 a 29 años de edad (INEI 2007). En el gráfico N° 03, se muestra que el gasto en los hogares va más para el sector de Esparcimiento, que crece constantemente llegando al 8.5% para el año 2012.

Figura 8. Estructura del Gasto Real Hogares Per Cápita



Fuente: INEI (2012)

Los ingresos mensuales bruto es de S/ 1,000.00 a S/ 4,000.00 soles en Lima Norte, Lima Sur, Lima Este y Lima Moderna, siendo 59%, 61% y 52% respectivamente, de familias que se encuentran viviendo en esos distritos (IGM Apoyo, 2012), por lo que vemos que mantienen una holgura razonable para cubrir sus necesidades básicas.

Actualmente hay cada vez más exigencia laboral y esto genera más trabajo en la Población Económicamente Activa (PEA), por lo que hay más estabilidad laboral y se puede concluir que hay un promedio de remuneración oscilantes a S/6,436.00 y S/2,022.00 soles para la PEA (MINTRA2011).⁶

Tabla 3. Total de Habitantes de Lima Sur.

	Total Gran Lima	Lima Norte	Lima Este	Lima Centro	Lima Moderna	Lima Sur	Callao
Total de habitantes	9 439,632	2 370,717	2 285,886	778,146	1 252,299	1 783,415	969,170
Distrito con mayor población	San Juan de Lurigancho	San Martín de Porres	San Juan de Lurigancho	Lima	Santiago de Surco	Villa el Salvador	Callao
NSE predominantes	NSE D y C	NSE C y D	NSE D y C	NSE C y B	NSE B y A	NSE D, C y E	NSE D y C
Ingreso promedio familiar mensual bruto	S/. 2,034	S/. 1,397	S/. 1,379	S/. 1,847	S/. 4,790	S/. 1,517	S/. 1,284
Ingreso mínimo requerido por el hogar	S/. 2,085	S/. 1,905	S/. 1,810	S/. 1,964	S/. 3,216	S/. 1,814	S/. 1,959
Tenencia de deudas	47%	51%	43%	46%	51%	48%	44%
Tenencia de internet en el hogar	45%	38%	37%	56%	82%	28%	35%

Fuente: INEI

⁶ Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MINTRA).

- **Aspecto Tecnológico**

En el aspecto tecnológico, hay un crecimiento en la industria de los Servicios Mercantes Prestado a Hogares, los cuales son un reflejo de industrias relacionadas a los mismos como son el comercio de electrodomésticos, los cuales generan reparaciones brindadas como servicios, mantenimiento de inmuebles, reparativos, entre otras.

El reforzamiento de la infraestructura apoyara al desarrollo del comercio y la industria. San Juan de Miraflores está mejorando con mejores carreteras con más innovación, que ayuda a que la población se movilice a distintos lugares.

El uso cada vez más de la tecnología, en el área artística está en crecimiento. El uso de las herramientas digitales como Photoshop, Illustrator, etc. ayudan a crear dibujos y pinturas digitales que son cada vez usados por empresas, instituciones, etc. Tanto para su marca como para sus productos, aunque estas le dan un uso más comercial. Pero también hay tendencias como la ilustración digital que es más dado como un arte, donde se aplican técnicas de pinturas de forma tradicional, pero es más rápida y dinámico. Algo que cada vez toma más interés por los jóvenes artistas.

También se conoce el crecimiento del uso de las páginas web, esto ayuda a dar a conocer de forma virtual el negocio y en caso de tener una tienda a realizar ventas que en muchos casos no necesita de un vendedor ya que se vende solo por la plataforma.

- **Análisis del Entorno Legal**

En la actualidad las actividades culturales vienen siendo reguladas por Ministerio de la Cultura, pero estas dependen si el ámbito de desarrollo es privado o público, todas estas actividades están reglamentadas mediante las siguientes leyes:

- ❖ La ley N° 30487⁷, Ley de promoción de los puntos de cultura, su objetivo es: reconocer, articular, promover y fortalecer a las organizaciones cuya labor, desde el arte y la cultura, tienen incidencia comunitaria e impacto positivo en la ciudadanía.

Aunque las actividades culturales están apoyadas por ley, la realidad es muy diferente, ya que no hay una estabilidad de funcionamiento en las instituciones, la cual se le reconoce mediante el constante cambio de autoridades.

Ya que nuestro público objetivo viene a ser niños y adolescentes, la empresa se encuentra regulada mediante las siguientes leyes que regulan el desarrollo del niño y adolescentes:

- ❖ Ley N° 27377⁸, Código de los niños y adolescentes, donde se manifiesta en el artículo N° 21 el Derecho a la atención integral de Salud, educación, cultura y deporte y recreación, junto con participar en programas relativos a estos aspectos. En la misma ley en el artículo N° 2 se menciona que el Estado tiene la obligación de estimular y ser facilitador para desplegar recursos y espacios físicos para la ejecución de estas actividades.

En conclusión, sabemos que el Estado está interesado en el desarrollo de la educación integral de los niños y adolescentes, que además lo considera como la base del futuro de la sociedad peruana, esto nos ayuda y genera un valor para el proyecto que tiene como público objetivo también a los infantiles y adolescentes.

⁷ Congreso De La República Del Perú, 2010. Ley 30487. Ley De Promoción De Los Puntos De Cultura.

⁸ Congreso De La República Del Perú, 2010. Ley 27377. Código De Los Niños Y Adolescentes.

2.2. Estimación del Mercado Potencial

2.2.1. Mercado Potencial

El objetivo de la instigación del mercado es conocer la viabilidad comercial al implementar el Taller de Dibujo y Pintura Van Gogh. La investigación se realizará a través se análisis de datos, procesar información acerca de los consumidores actuales y potenciales, investigación de la competencia y el mercado. Todos estos datos se obtendrán de nuestro público objetivo de los distritos de San Juan de Miraflores, Villa María del Triunfo y Villa el Salvador.

2.2.2. Universo

Se considera como universo a todas las madres de familia del NSE “C” de los distritos de Villa María del Triunfo, San Juan de Miraflores y Villa El Salvador que tengan hijos de 5 a 14 años de edad.

2.2.3. Segmentación en el Mercado

El Taller de Dibujo y Pintura Van Gogh está dirigido a madres de familia de niños de 5 a 14 años de edad del NSE “C” de los distritos de Villa María del Triunfo, San Juan de Miraflores y Villa El Salvador, madres de familia que estén interesadas en que sus hijos participen en talleres recreativos.

APEIM (Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados) nos indica que Villa María del Triunfo y Villa El Salvador cuentan con un 45.7% del NSE “C” y un 44.5% para San Juan de Miraflores.⁹

Tabla 4. Población de Segmentación de Mercado

Distritos	Población edad 25 a 44 años	Población de mujeres de 25 a 44 años	NSE C%	Población total mujeres 25 a 44 años de NSE C
Villa El Salvador	146,844.00	74,890	45.70%	34,225
Villa María del Triunfo	144,578.00	73,735	45.70%	33,697
San Juan de Miraflores	125,110.00	63,806	44.50%	28,394
Total Habitantes	416,532.00	212,431		96,315

Fuente: Elaboración propia

⁹ Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados. (2016). Niveles Socioeconómicos. (Accesado el 29 de enero). Recuperado de: <http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2016.pdf>

Como se puede observar el tipo de segmentación utilizada es geográfica, demográfica y psicográfica. Como podemos observar a gran detalle en el siguiente cuadro:

Tabla 5. Tipos de segmentación utilizados

Geográfica	Demográfica	Psicográfica
Personas de Lima del Distrito de Villa el Salvador, Villa María del Triunfo y San Juan de Miraflores.	Mujeres, madres de familia de 25 a 44 años de edad, con nivel económico C, y con niños de 5 a 14 años.	Con interés en talleres recreativos para que sus hijos se puedan desarrollar tanto personal o como profesionalmente en un futuro.

Elaboración propia

2.2.4. Tamaño de La Muestra

Se realizaron encuestas durante dos semanas del mes de febrero del 2017, de las cuales conocer sobre la cantidad de población actual en Villa María del Triunfo, Villa El Salvador y San Juan de Miraflores.

Para determinar el tamaño de la muestra para el segmento de mercado, se utilizó una muestra piloto de la cual se obtendría la proporción que se utilizaría para calcular el tamaño de muestra del segmento, para calcular la muestra se aplicará la fórmula de universos infinitos.

Fórmula:

$$x = \frac{N \times z^2 \times p \times q}{E^2 \times (N - 1) + z^2 \times p \times q}$$

Dónde:

n = tamaño de la muestra

Z = 1.96 para un nivel de confianza de 95% P = prevalencia esperada

Q = precisión o error admitido E = 5%

Entonces:

N =96,315

Z= 1.96 para un nivel de confianza de 95% P= 96,315 / 212,431 = 0.45

Q = 1- 0.45 = 0.55

E= 5%

$$n = \frac{96,315 \times 1.96^2 \times 0.45 \times 0.55}{0.05^2 \times (96,315 - 1) \times 1.96^2 \times 0.45 \times 0.55}$$

$$n = 379$$

2.2.5. Diseño de Instrumento

Se está usando como metodología de investigación la encuesta como fuente principal de adquirir información. Se encuestó a 379 personas y la encuesta constó de 11 preguntas, el tipo de encuesta a realizar es una encuesta analítica con respuestas cerradas, las preguntas que se realizan son de nuestro interés, tanto para nuestro mercado meta y que esperan recibir del servicio brindado.

2.2.5.1. Análisis De Procesamiento De Datos

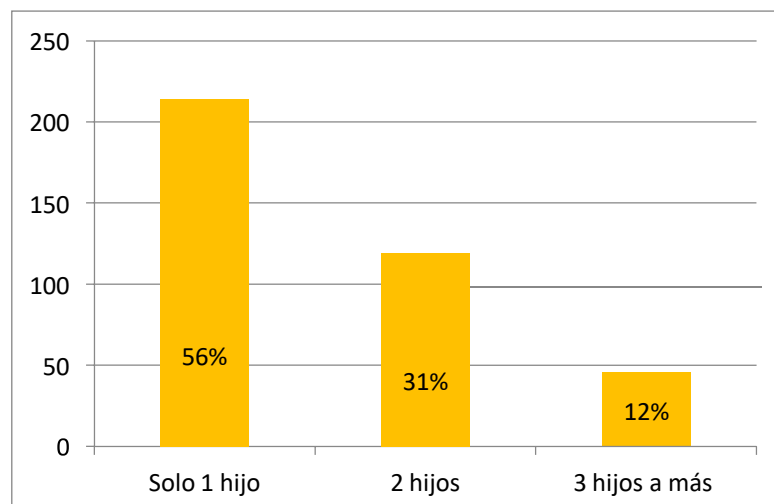
PREGUNTA 1. ¿Cuántos hijos tienes entre las edades de 5 a 14 años?

Tabla 6. ¿Cuántos hijos tienes entre las edades de 5 a 14 años?

	CANT.	%
Solo 1 hijo	207	56%
2 hijos	104	31%
3 hijos a más	32	12%
TOTAL	373	100%

Fuente: Encuesta 2017- Elaboración Propia

Figura 9. ¿Cuántos hijos tienes entre las edades de 5 a 14 años?



Fuente: Encuesta 2017- Elaboración Propia

Descripción: Del total de madres de familia encuestadas el 56% tiene 1 hijo, el 31% tiene 2 hijos y el 12% tiene de 3 hijos a más.

Interpretación: De las mujeres encuestadas en su mayoría tiene solo 1 hijo seguido por mujeres que tienen 2 hijos y por último de los 3 hijos a más, cuyos datos nos servirá para medir nuestro mercado meta.

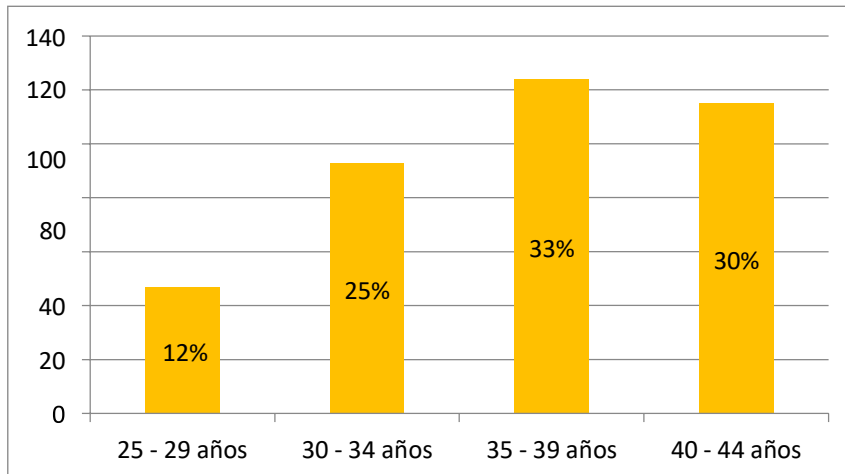
PREGUNTA 2. ¿A que rango de edad pertenece?

Tabla 7. Rango de edad de las madres de familia

	CANT.	%
25 - 29 años	47	12%
30 - 34 años	93	25%
35- 39 años	124	33%
40- 44 años	115	30%
TOTAL	343	100%

Fuente: Encuesta 2017- Elaboración Propia

Figura 10. Rango de edad de las madres de familia



Fuente: Encuesta 2017- Elaboración Propia

Descripción: Del total de los encuestados el 12% de las madres de familia tiene entre las edades de 25 a 29 años, el 25% tiene el rango de edad de 30 a 34 años, el 33% en el rango de 35 a 39 años y por último el 30% de las madres de familia tiene entre las edades de 40 a 44 años.

Interpretación: De la encuesta realizada la mayoría de mujeres son mayores a 29 años, teniendo un rango de 33% la edad de 35 a 39 años de edad, seguido por el rango de edad de 40 a 44 años con 30%, continuado por la edad de 30 a 34 años con 25%.

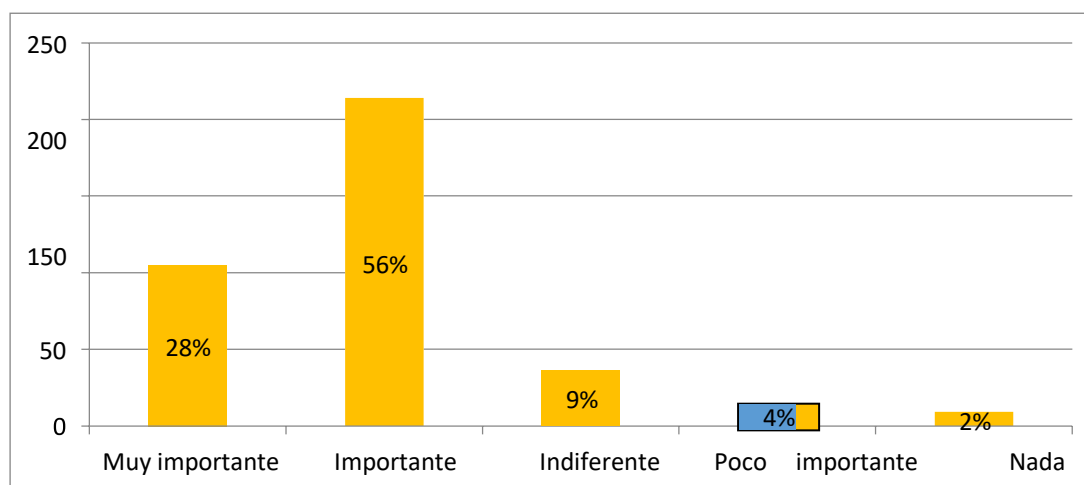
PREGUNTA 3. ¿Qué tan importante considera el desarrollo del talento que se dan en los talleres formativos especializados para promover las habilidades creativas en los niños y adolescentes?

Tabla 8. Nivel de Importancia para promover habilidades creativas

	Cantidad	%
Muy importante	105	28%
Importante	214	56%
Indiferente	36	9%
Poco importante	15	4%
Nada importante	9	2%
Total	379	100%

Fuente: Encuesta 2017- Elaboración Propia

Figura 11. Nivel de Importancia para promover habilidades creativas



Fuente: Encuesta 2017- Elaboración Propia

Descripción: Según el 28% de las madres de familia encuestadas, respondieron que para ellas es muy importante que sus hijos desarrollen actividades creativas, seguido por un 56% que lo considera que es importante.

Interpretación: Se puede observar que para la mayoría de las madres de familia son importante que sus hijos desarrollen actividades creativas, ya que ahora se busca un desarrollo integral del niño y el adolescente.

Con respecto a las interacciones en la industria, se ha encontrado que, aunque tenga notoriedad en los centros educativos, muchos de estos no presentan el aspecto didáctico y metodologías adecuadas para realizar la enseñanza de Dibujo y Pintura.

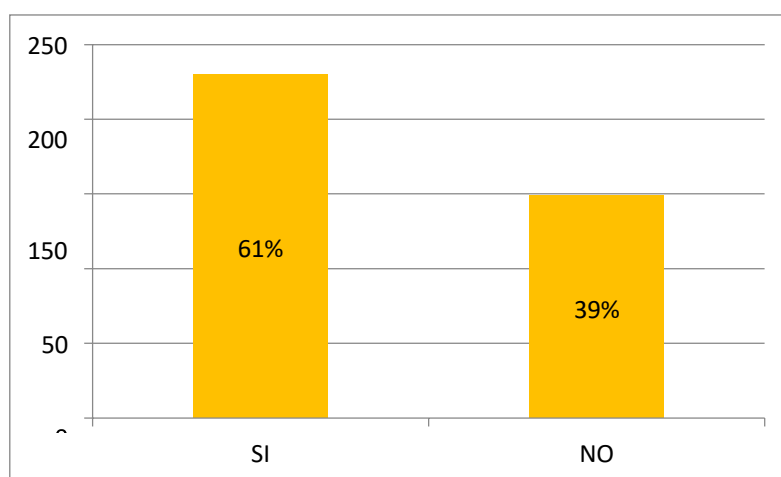
PREGUNTA 4: ¿Matricularía a su hijo(a), a participar en un Taller de Dibujo y Pintura? MP

Tabla 9. Participación en el Taller de Dibujo y Pintura

	Cantidad	%
Si	230	61%
No	149	39%
Total	379	100%

Fuente: Encuesta 2017- Elaboración Propia

Figura 12. Participación en el Taller de Dibujo y Pintura



Fuente: Encuesta 2017- Elaboración Propia

Descripción: Del total de los encuestados el 61% de las madres de familia inscribiría a su hijo(a) a un Taller de Dibujo y Pintura, y un 39% respondió que no.

Interpretación: Tenemos una respuesta positiva de nuestro mercado con un 61%, ya que ahora las madres de familia buscan un desarrollo integral en sus hijos, donde los niños y adolescentes se puedan entretener y desarrollar ciertas aptitudes.

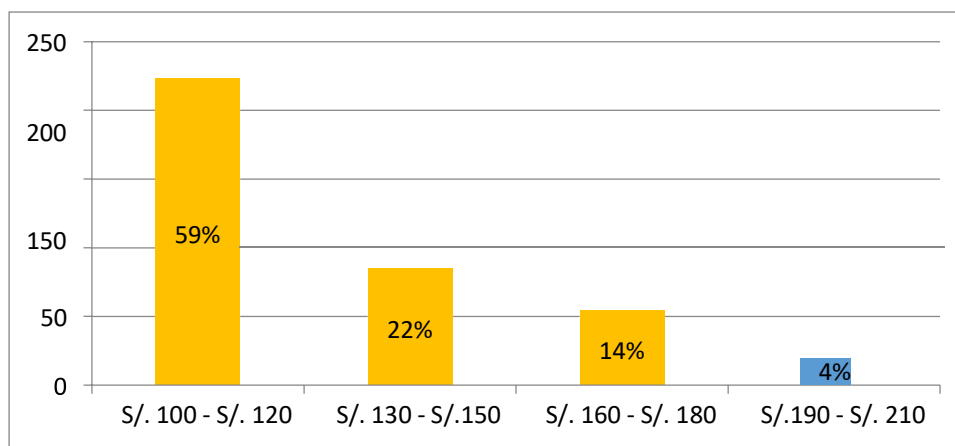
PREGUNTA 5: ¿Cuál es el precio máximo que Ud. Pagaría por el taller de Dibujo y Pintura?

Tabla 10. Tentativa de Precio del Taller

	Cantidad	%
S/. 100 - S/. 120	223	59%
S/. 130 - S/. 150	85	22%
S/. 160 - S/. 180	54	14%
S/. 190 - S/. 210	17	4%
TOTAL	379	100%

Fuente: Encuesta 2017- Elaboración Propia

Figura 13. Tentativa de Precio del Taller



Fuente: Encuesta 2017- Elaboración Propia

Descripción: El 59% de las madres de familia respondieron que pagarían por el servicio brindado en el taller un rango entre S/.100.00 – S/. 120.00, el 22% pagaría entre S/.130.00 – S/. 150.00, el 14% pagaría entre S/. 160.00 – S/. 180 y finalmente el 4% pagaría entre S/.190.00 – S/. 210.00.

Interpretación: Aquí vemos que en su gran mayoría las madres de familia respondieron que pagarían el rango más bajo y al ser consultadas indican que por ser un servicio nuevo y que aún no lo conocen sienten cierta duda y consideran que es el precio correcto para iniciar.

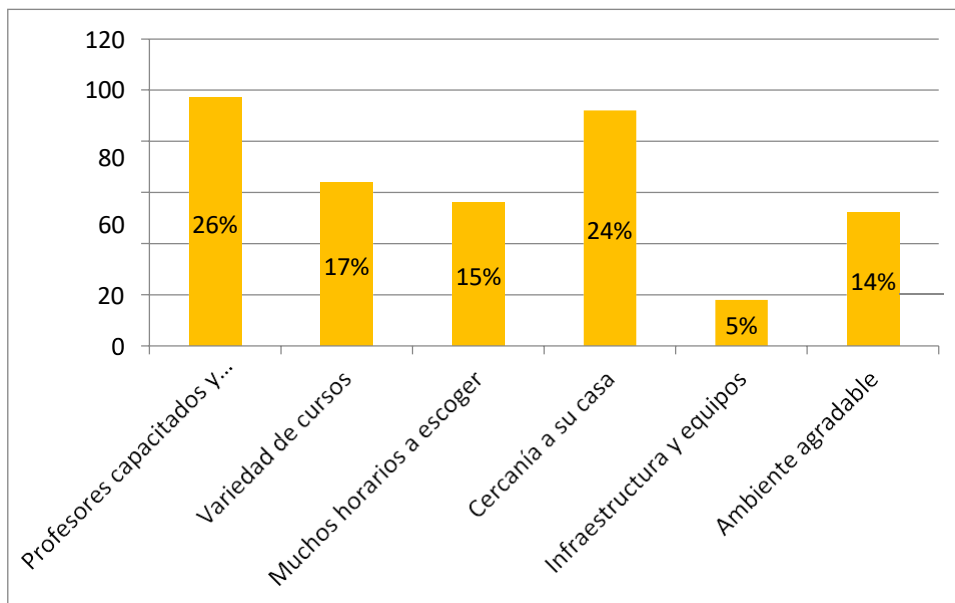
PREGUNTA 6: Enumere del 1 al 6 según el grado de importancia que debe tener un taller, siendo 6 cómo más importante y 1 cómo menos importante.

Tabla 11. Grado de Importancia que debe tener un Taller de Dibujo y Pintura

	Cantidad	%
Profesores capacitados y buena enseñanza	97	26%
Variedad de cursos	64	17%
Muchos horarios a escoger	56	15%
Cercanía a su casa	92	24%
Infraestructura y equipos	18	5%
Ambiente agradable	52	14%
TOTAL	379	100%

Fuente: Encuesta 2017- Elaboración Propia

Figura 14. Grado de Importancia que debe tener un Taller de Dibujo y Pintura



Fuente: Encuesta 2017- Elaboración Propia

Descripción: Según la encuesta el 26% señalan que tomarían mayor importancia a profesores capacitados y buena enseñanza, seguido por el 24% que respondió que le es importante que sea cercano a su casa, el 17% respondió por una variedad de cursos, el 15% Muchos horarios a escoger, el 14% ambiente agradable y finalmente con 5% le da importancia a la infraestructura y equipos.

Interpretación: Se puede deducir que lo que las madres buscan un conjunto de características que son importantes para ellas entre las características más

importantes tenemos profesores capacitados y una buena enseñanza, cercanía a su casa, variedad de cursos y muchos horarios a escoger.

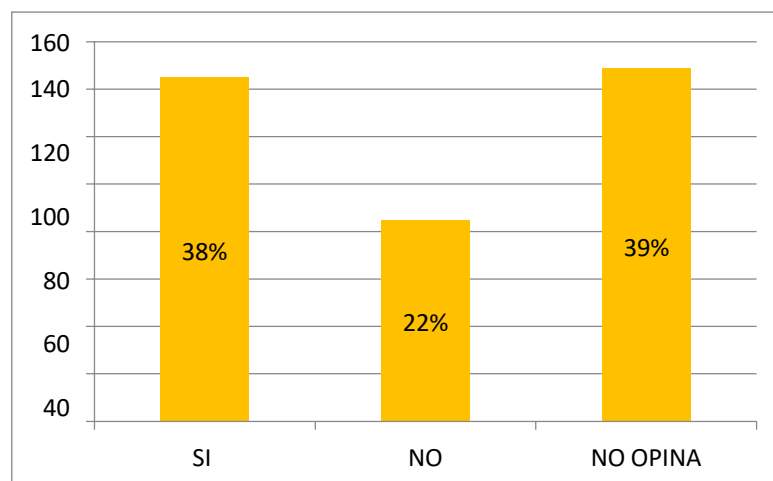
PREGUNTA 7: ¿Ud. Matricularía a su hijo al Taller de Dibujo y Pintura Van Gogh ubicado en Av. Begonias N°123 - San Juan de Miraflores?

Tabla 12. Inscripción en el Taller de Dibujo y Pintura Van Gogh.

	Cantidad	%
Si	145	38%
No	85	22%
No Opina	149	39%
Total	379	100%

Fuente: Encuesta 2017- Elaboración Propia

Figura 15. Inscripción en el Taller de Dibujo y Pintura Van Gogh



Fuente: Encuesta 2017- Elaboración Propia

Descripción: El 38% de los encuestados respondió que sí inscribiría a sus hijos en nuestro local y el 22% respondió que no los inscribiría y el 39% corresponden a las madres que no les interesa inscribir a sus hijos a ningún Taller de Dibujo y Pintura.

Interpretación: Se puede deducir que hay una buena aceptación en el mercado para ser un negocio que recién empieza, y las madres de familia que respondieron negativamente tienen cierta duda ya que es un negocio nuevo y hay cierta incertidumbre para ellas.

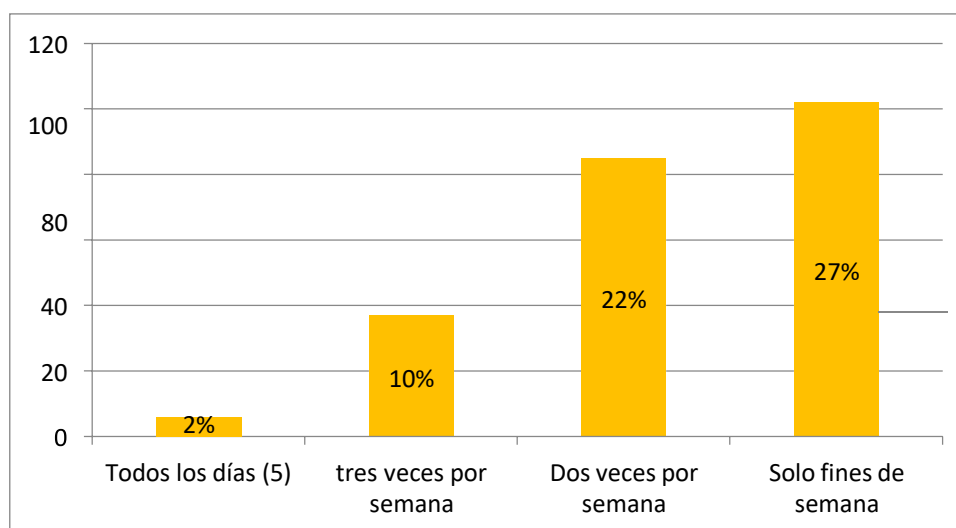
PREGUNTA 8: ¿Con qué frecuencia participaría su hijo, durante la semana en los talleres de los cursos artísticos?

Tabla 13. Frecuencia de participación en el Taller

	CANT.	%
Todos los días (5)	35	9%
tres veces por semana	78	21%
Dos veces por semana	115	30%
Solo fines de semana	151	40%
Total	379	100%

Fuente: Encuesta 2017- Elaboración Propia

Figura 16. Frecuencia de participación en el Taller



Fuente: Encuesta 2017- Elaboración Propia

Descripción: Según los encuestados 9% participarían en el Taller todos los días, el 21% tres veces por semana, 30% dos veces por semana, 40% solo fines de semana.

Interpretación: Las madres de familia prefieren inscribir a sus hijos los fines de semana, ya que son los días libres para sus hijos y quieren que aprovechen ese tiempo, los resultados seguidos son los de dos veces por semana, que según las madres dicen que no habrá cruce de horarios con el colegio, entonces les parecería una buena opción, con porcentajes muy bajos se encuentran las madres que inscribirían a sus hijos tres veces a la semana y todos los días.

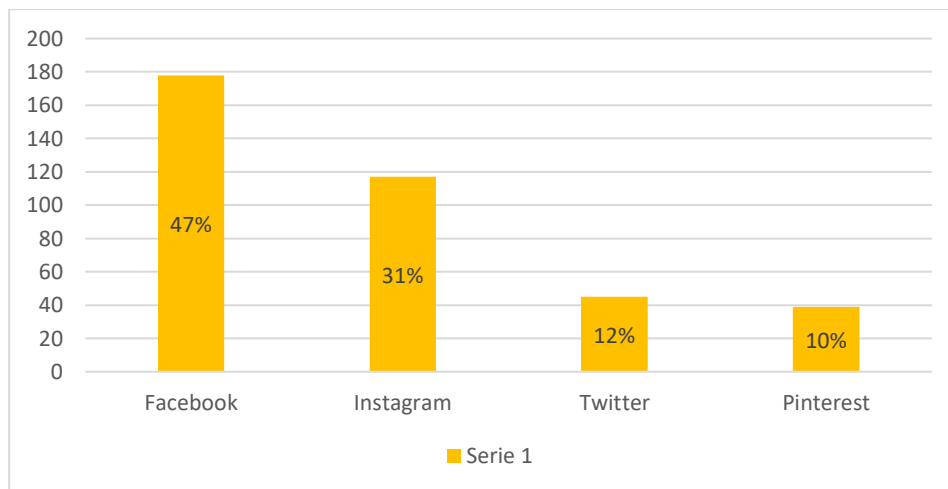
PREGUNTA 9: ¿Con que redes sociales interactúa más?

Tabla 14. Redes sociales más usados por las madres de familia

	Cantidad	%
Facebook	178	47%
Instagram	117	31%
Twitter	45	12%
Pinterest	39	10%
Total	379	100%

Fuente: Encuesta 2017- Elaboración Propia

Figura 17. Redes sociales más usados por las madres de familia



Fuente: Encuesta 2017- Elaboración Propia

Descripción: Según los encuestados 47% de las madres utiliza Facebook como medio de interacción digital, 31% utiliza Instagram, 12% utiliza Twitter, y 10% utiliza Pinterest.

Interpretación: Las madres de familia utilizan Facebook para interactuar con sus amistades y familiares, tener un tiempo de ocio y ver divertidos anuncios que suben las personas. Como segundo lugar se tiene Instagram que lo utilizan no solo para ver a sus amistades y familiares, si no también, para ver lo que suben sus artistas favoritos, buscar nuevos productos, entre otras cosas.

PREGUNTA 10: ¿Cuál es el Logo que más le llama la atención?

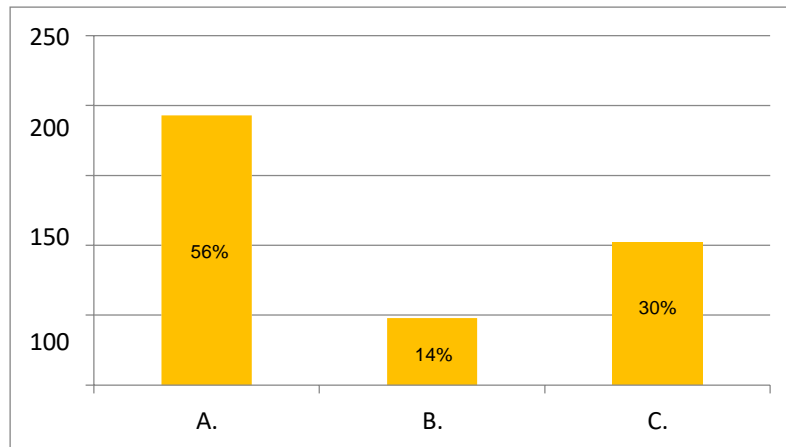


Tabla 15. Aceptación de Logo

	Cantidad	%
A.	193	56%
B.	48	14%
C.	102	30%
TOTAL	343	100%

Fuente: Encuesta 2017- Elaboración Propia

Figura 18. Aceptación de Logo



Fuente: Encuesta 2017- Elaboración Propia

Descripción: El 56% de los encuestados prefiere la opción “a”, el 14% la opción “b” y el 30% la opción “c”.

Interpretación: Se puede deducir que la mayoría optó elegir por la opción “a” porque le impactó más, por su mejor apariencia, por sus colores y por el reflejo.

2.2.5.2. Interpretaciones Generales de la Encuesta

- Se encuestó a madres de familia de 25 a 44 años de edad, quienes según sus características son ellas quienes velan por el bienestar de sus hijos y toman las decisiones del hogar.
- Según los datos obtenidos se ha identificado que en la industria existe un mercado muy fragmentado, ya que los centros educativos solo presentan una formación básica que no cumplen con expectativas esperadas porque no cuentan con los materiales e implementación necesaria para que desarrollen su actividad; otro punto importante es que no cuentan con taller especializado cerca de la zona y que recurrir a la institución que desarrolle esta actividad, se le es complicado por la lejanía del lugar, porque son mujeres que trabajan y a la vez están pendientes de sus hijos.
- Basado en el número de asistencias a la semana, se determina que el mayor grupo de niños y jóvenes asistiría con una frecuencia de 2 veces por semana, por lo que se concluye que son quienes pueden asistir entre 8 clases durante el mes.
- En cuanto al grado de importancia que debe tener un taller respondieron que preferían que se den muchas alternativas, ya que en los resultados a nivel de porcentajes estas no variaron mucho, pero encontramos notoriedad en que buscan una enseñanza metodológica y didáctica para la enseñanza de Dibujo y Pintura.
- En referencia al precio, las madres de familia eligieron el menor precio del servicio, ya que, por ser un servicio nuevo, hay cierta incertidumbre, por lo cual es comprensible ya que somos nuevos en el mercado, pero se buscará la confianza de nuestros clientes para así poder fidelizar a nuestro servicio.
- Si bien los adultos son los que toman las decisiones finales al adquirir un servicio para sus niños, muchos de ellos relacionan la diversión y sociabilización con programas creativos, no obstante, según la investigación este comportamiento en particular se desarrolla cuando tienen afinidad con actividades dinámicas, por lo que también predominan los espacios agradables y de personas.

- En relación a las clases que se pueden ofrecer, según los resultados de la encuesta las madres buscan áreas detalladas basadas en las actividades que deben realizar, por lo cual se está implementando áreas donde el niño se sienta cómodo y este todo lo necesario a su alcance.
- De acuerdo a lo analizado las madres de familia tienen en su mayoría una edad de 35 a 44 años y utilizan Facebook e Instagram. Estos datos son importantes a la hora de crear estrategias de marketing y conocer por que medio publicarlos.

2.2.6. Determinación del Mercado Meta

- **Mercado Potencial**

El mercado potencial son las madres de familia de la segmentación que tiene el interés por inscribirse a nuestro Taller de Dibujo y Pintura, por el cual para saber esta información se realizó la siguiente pregunta en la encuesta: Matricularía a su hijo(a), a participar en un Taller de Dibujo y Pintura, como respuesta se considera el porcentaje de aceptación con la respuesta: Sí (73%).

- **Mercado Disponible**

El mercado disponible son las madres de familia de la segmentación que tiene el ingreso, interés y acceso, que se consideraría de la pregunta 11, Ud. Matricularía a su hijo al Taller de Dibujo y Pintura Van Gogh ubicado en la Av. Begonias N°123 - San Juan de Miraflores, a lo que el 50% tuvo una respuesta afirmativa.

- **Mercado Meta**

El mercado meta es el nivel de capacidad que estoy dispuesto a captar y en este caso el Taller de Dibujo y Pintura Van Gogh desea captar 0.36% ya que, al principio por ser un taller nuevo, no habrá tanta concurrencia y queremos aproximarnos a una aceptación real.

Tabla 16. Mercado Meta

Población De Madres De Familia De 25 - 44 Años NSCE C	Potencial	Disponible	Meta
	61%	38%	0.36%
96,315	35,470.82	36,599.70	346

Fuente: Elaboración Propia

2.3. Análisis De La Competencia

Uno de los factores más importantes de analizar es a la competencia potencial, ya que podremos conocer sus características, o si están desatendiendo algún mercado, donde nosotros podamos aprovechar, proporcionando un mejor servicio dirigiéndonos a un tipo particular de consumidor.

A continuación, nuestra competencia:

2.3.1. Competencia Directa

Se refiere a competencia directa a empresas que ofrecen el mismo servicio y en el mismo mercado. En este caso no encontramos competencia directa, no existe ninguna empresa que ofrezca el mismo servicio con los mismos atributos como el cual estamos ofreciendo como es un Taller de Dibujo y Pintura que ofrece 8 cursos especializados.

2.3.2. Competencia Indirecta

La competencia indirecta son los que ofrecen productos sustitutos o similares del que uno ofrece y van dirigidos al mismo mercado objetivo de las cuales encontramos las siguientes:

- **Competidor En San Juan De Miraflores:** Municipalidad De San Juan De Miraflores – La Casa De La Juventud
Ruc: 20131378204
Fecha de inicio de actividad: 18/08/ 1993
Representante Legal: Romel Saavedra
Tipo de Contribuyente: Asociación
Domicilio Fiscal: Av. Vargas Machuca con Pedro Miotta – S.J.M.

Tabla 17. Características de Competencia Municipalidad

Características	Descripción
Precio	S/. 40.00
Horario de atención	L - S 9:00 a.m.- 7 p.m.
Periodo	Todo el año
Infraestructura	Básica

Fuente: Elaboración Propia

- **Competidor En Villa El Salvador:** I.E.P Nuestra Señora De La Merced – Grupo Educativo Avantgard Sociedad Anónima Cerrada - Avantgard S.A.C.

RUC: 20550735386

Fecha de inicio de actividad: 10/12/2012

Representante Legal: Gálvez Castro Carlos

Tipo de Contribuyente: Sociedad Anónima Cerrada

Domicilio Fiscal: Sector 2 Mza. K Lote. 17 grupo 9 (Alt. 18 av. Revolución)

Lima - Lima - Villa El Salvador.

Tabla 18. Características de Competencia V.E.S

Características	Descripción
Precio	S/. 90.00
Horario de atención	L - V 9:00 a.m.- 5 p.m.
Periodo	Vacacional
Infraestructura	Básica

Fuente: Elaboración Propia

- **Competidor en Villa María del Triunfo:** Colegio Privado Gustavo Adolfo Becquer S.R.L.

RUC: 20469680348

Fecha de inicio de actividad: 31/05/2000

Representante Legal: Rettis Salazar Pablo Aliev

Tipo de Contribuyente: Sociedad Anónima Cerrada

Domicilio Fiscal: Sector 2 Mza. K Lote. 17 Gru. 9 (Alt. 18 av. Revolución)

Lima - Lima - Villa El Salvador.

Tabla 19. Características de Competencia V.M.S.

Características	Descripción
Precio	S/. 100.00
Horario de atención	L - V 9:00 a.m.- 5 p.m.
Periodo	Vacacional
Infraestructura	Básica

Fuente: Elaboración Propia

- **Competidor En San Juan De Miraflores:** Corporación Educativa Leonard Euler E.I.R.L.
RUC: 20518977491
Fecha de inicio de actividad: 21/04/2008
Representante Legal: León Mestanza Luis Alejandro
Tipo de Contribuyente: EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA
Domicilio Fiscal: Jr. Paula Ugarriza nro. 157 Urb. San Juan.
Lima – Lima - San Juan de Miraflores.

Tabla 20. Características de Competencia V.M.T.

Características	Descripción
Precio	S/. 80.00
Horario de atención	L - V 9:00 a.m.- 5 p.m.
Periodo	Vacacional
Infraestructura	Básica

Fuente: Elaboración Propia

2.3.3. Matriz del Perfil Competitivo

Tabla 21. Matriz Perfil Competitivo del Taller de Dibujo y Pintura Van Gogh

Matriz Del Perfil Competitivo (MPC) Taller De Dibujo Y Pintura Van Gogh												
N°	Factores Clave De Éxito	Peso	Van Gogh		La Casa De La Juventud		La Merced		Becquer		LeonardEuler	
			Valor	Pon.	Valor	Pon.	Valor	Pon.	Valor	Pon.	Valor	Pon.
1	Participación En El Mercado	0.16	3	0.48	4	0.64	3	0.48	2	0.32	3	0.48
2	Precios	0.15	3	0.45	4	0.60	2	0.3	3	0.45	2	0.3
3	Calidad Del Servicio	0.16	4	0.64	2	0.32	2	0.32	2	0.32	2	0.32
4	Ubicación Estratégica	0.14	4	0.56	3	0.42	3	0.42	2	0.28	3	0.42
5	Infraestructura	0.12	3	0.36	2	0.24	2	0.24	2	0.24	2	0.24
6	Publicidad	0.14	3	0.42	1	0.14	2	0.28	1	0.14	1	0.14
7	Seguridad	0.13	3	0.39	2	0.26	3	0.39	2	0.26	1	0.13
	Total	1		3.3		2,62		2.43		2.01		2.03

Fuente: Elaboración Propia a partir de la Metodología del autor García, A. (2011). Estrategias Empresariales. Colombia: Editorial Bilineata. (p.42)

Calificación Matriz MPC	
Puntuación	Nivel
1	Debilidad menor
2	Debilidad mayor
3	Fuerza menor
4	Fuerza mayor

Fuente: Elaboración propia

Según el análisis de perfil competitivo realizado al Taller de Dibujo y Pintura Van Gogh, se puede determinar cuáles son los factores de éxito para poder competir. Como uno de los puntos más importantes, tenemos que es la participación en el mercado, saber qué mercado abarca mi competencia y si mi competencia está llegando a cubrir el total de la demanda, de no ser así podemos abarcar esa demanda desatendida.

La infraestructura y contar con los materiales adecuados para el desarrollo de estos cursos es un factor importante, ya que el alumno debe contar con todo necesario y la comodidad para poder desarrollar su creatividad.

En el Lima sur no se encuentra un taller especializado en brindar un servicio como el nuestro, así que sería una gran oportunidad para abarcar ese mercado insatisfecho.

Habiendo realizado el MPC se puede observar que LA CASA DE LA JUVENTUD cuenta con uno de los mayores puntajes en la matriz, ya que es el que más se asemeja al servicio que estamos ofreciendo, pero no cuenta con la infraestructura adecuada para brindar este servicio.

2.4. Análisis de la Ventaja Competitiva

Según el modelo de Porter de la ventaja competitiva, la estrategia competitiva toma acciones ofensivas y defensivas para crear una posición defendible en el negocio, con la finalidad de hacer frente con éxito a las fuerzas competitivas y generar un Retorno sobre la inversión. Según Michael Porter “La base del desempeño sobre el promedio dentro de una industria es la ventaja competitiva sostenible”.

2.4.1. Tipos Básicos de Ventaja Competitiva

1. Liderazgo por costos (bajo costo)
2. Diferenciación
3. Enfoque

Tabla 22. Ventaja Competitiva

		VENTAJA COMPETITIVA	
		Costo más bajo	Diferenciación
OPORTUNIDADES COMPETITIVAS	Meta amplia	1. Liderazgo en costos	2. Diferenciación
	Meta estrecha	3a. Enfoque en costo	3b. Enfoque en diferenciación

Elaboración Michael Porter

Nuestra ventaja competitiva se basará en el enfoque en diferenciación, ya que brindaremos un servicio único que satisfagan a nuestro seleccionado grupo de clientes, las estrategias que consideraremos serán las siguientes:

- **Seguridad:** Brindar tranquilidad a las madres de familia mientras su hijo está en nuestro local, la seguridad se brindará mediante la designación de un personal de seguridad e instalaremos cámaras de seguridad.
- **Publicidad:** Contacto permanente con nuestro cliente informando sobre nuestras promociones y el servicio que ofrecemos. Estaremos presente en las redes sociales y tendremos una página web ya que internet es el mejor medio de comunicación.
- **Ambientación:** Una de las principales características que nos diferenciará de otros negocios un ambiente adecuado con colores alegres, que incentiven al alumno a desarrollar la clase y una estructura diseñada especialmente para las clases de Dibujo y Pintura, donde el alumno encuentre todo lo que necesite a su alcance.

- **Calidad en el servicio:** Contaremos con una persona encargada de atender a los clientes, quien es la recepcionista que se encargará de recibir y brindar información al público en general.

2.4.2. Habilidades requeridas para buscar estrategias genéricas

De acuerdo a Porter es necesario tener una lista de recursos y requerimientos organizacionales comunes y necesarios para la búsqueda de las estrategias genéricas. Para lograrlo se ha creado el siguiente cuadro donde se especifica lo que la empresa de Dibujo y Pintura necesita para poder lograr las estrategias genéricas.

Tabla 23. Estrategia Genérica

Estrategia genérica	Habilidades y recursos requeridos	Requerimientos de organización
Diferenciación	<p>Seguridad: Buena conectividad e instalación de internet con las cámaras</p> <p>Publicidad: Conocimientos de comercialización Conocimientos en Marketing Digital Conocimiento en gestión de plataforma web Inversión en plataforma Digital.</p> <p>Ambientación: Buena infraestructura y diseño interno Solida inversión en mantenimiento del local Estilo creativo.</p> <p>Calidad del servicio: Buena atención a los clientes Inversión en materiales.</p>	<p>Solida coordinación entre las áreas Incentivos que atraigan mano de obra calificada. Buen ambiente laboral.</p>

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO III. FODA EMPRESARIAL

3.1. Matriz FODA

En esta matriz se presenta las estrategias a utilizar.

Tabla 24. Matriz FODA

Factores Externos	Oportunidades
	<p>O1. Un creciente interés del público por el Arte.</p> <p>O2. Gran cantidad de proveedores con productos de calidad y precio.</p> <p>O3. Existencia de un mercado muy fragmentado, competidores sin mucha capacitación, pocos servicios diferenciados y con cursos especializados.</p> <p>O4. El gobierno está invirtiendo económicamente para fortalecer las labores de asesoría para el desarrollo de nuevos emprendimientos.</p> <p>O5. Diferentes bancos otorgan financiamiento a emprendedores con montos y tasas asequibles.</p>
Factores Internos	Amenazas
	<p>A1. Existe gran variedad de servicios sustitutos que pueden ser ofrecidos por entidades privadas o públicas.</p> <p>A2. Existe una alta tasa de informalidad, que genera una competencia desleal.</p> <p>A3. Aumento del precio por cada metro cuadrado en Lima Metropolitana.</p> <p>A4. Público fidelizado en escuelas tradicionales.</p> <p>A5. Entorno político y económico del país incierto.</p> <p>A6. Se prevé que el crecimiento de la economía peruana reducirá al 2,5% desde el 4% del 2016.</p>
Factores Externos	Fortalezas
	<p>F1. Infraestructura de primer nivel, con ambiente adecuado y cómodo diseñado a medida de ellos.</p> <p>F2. Actividades creativas, novedosas y especializadas de dibujo y pintura.</p> <p>F3. Personal con certificación y calificados en artes, que tengan estudio y/o experiencia en pedagogía infantil. Excelente disposición para el servicio.</p> <p>F4. Proveedores de gran nivel y buena trayectoria, con iguales valores.</p>
Factores Internos	Debilidades
	<p>D1. El gerente general no cuenta con experiencia en la gestión del negocio.</p> <p>D2. El concepto de la empresa no es muy conocido por el público.</p> <p>D3. Poca o nula experiencia en el mercado, por lo que puede ocasionar un bajo nivel de ventas en los primeros meses.</p> <p>D4. No se cuenta con todo el capital requerido.</p>

Fuente: Elaboración propia

Los factores externos son todo lo que pasa alrededor de la empresa, estos pueden ser oportunidades o presentarse como amenazas. Los factores internos son todo lo que acontece dentro de la empresa, estos pueden ser fortalezas o debilidades.

- **Oportunidades**

O1. Gracias a los medios de comunicaciones se ha incrementado el interés y conocimiento del público sobre lo que uno quiere dar a conocer. Por otro lado, como se había mencionado el Estado está promoviendo la creación y aceptación de la cultura, por medio de eventos, propagación por medios de comunicación y entre otros.

O2. Cada vez son más variados los proveedores necesarios para este tipo de negocios, debido a que se tiene una oferta muy alta de bienes y servicios para estas actividades. Por lo tanto, muchos proveedores pueden abastecer los requerimientos necesarios.

O3. El mercado actual de este tipo de taller de dibujo y pintura está muy fragmentado, si bien existen empresas dedicadas a la enseñanza, aún no se nota el desarrollo potencial hacia un mercado nicho para este tipo de actividades.

O4. En el Perú hay una gran suma de emprendedores, por lo que el gobierno está cada vez creando programas que apoyen al crecimiento de estos emprendedores y microempresarios, tal como se menciona en proinnovate “Entidades recibieron recursos no reembolsables por la suma de S/8 millones para asesorar el desarrollo de emprendimientos o startups”.

O5. Cada vez son más bancos que ofrecen financiamiento a emprendedores, dando facilidad de préstamo y tasas más asequibles. Tal está Mibanco con “Capital de trabajo”, Interbank con “Pequeña empresa”, Scotiabank con “Capital de Trabajo”, entre otras.

- **Amenazas**

A1. Existe una gran cantidad de servicios sustitutos de esparcimiento, como la competencia directa que es dibujo y pintura, deporte, teatro, entre otros, lo cual hace que la bolsa de dinero para el gasto en los hogares se comparte entre

actividades de esparcimiento variadas, es decir, muchos servicios compiten para ser prioritarios en este tipo de gastos.

A2. Como sabemos en Perú existe una gran tasa de negocios y trabajadores informales, de acuerdo al INE en este año 2017 el 72,5% son trabajadores informales. Esto ocasiona que tanto personas que empiezan a ejercer de forma independiente como empresas puedan empezar a ejercer este tipo de actividad sin presencia de la SUNAT y por ende dar mejores precios.

A3. En Lima Metropolitana se ha incrementado el precio de alquiler de metro cuadrado, haciendo más compleja la búsqueda de zonas adecuadas para la ubicación del local.

A4. En la actualidad, existen muchas academias tradicionales que tienen público en los colegios o talleres personales de los artistas. Este aspecto presenta una barrera para poder captar público que ya pertenezca a alguna escuela, porque se encuentra fidelizado.

A5. En estos últimos años hemos podido ver que la política y economía se ha establecido, pero como sabes de años anteriores, esto no puede ser tan seguro. Lamentablemente por la mala gestión de las autoridades, la corrupción, el nepotismo, tráfico de influencias, etc. Han lleva al país en una desconfianza total, por lo que cualquier cosa que suceda en la política afecta a los empresarios y en mayor medida a los emprendedores.

A6. Como se menciona en el punto anterior, la mala gestión afecta la economía. De acuerdo al informe del Repositorio Cepal, en sus estudios de balance preliminar de las economías de América Latina y el Caribe, mencionó que “el crecimiento de la economía del Perú se reducirá en 2017 al 2,5% des el 4,0% de 2016 y esto debido a una desaceleración de la demanda interna agravada por el impacto de los casos de corrupción asociados a empresas constructoras brasileñas y del fenómeno El Niño Costero”.

- **Fortalezas**

F1. Implementar en infraestructura brindará mejores condiciones para que el alumno pueda desarrollar sus actividades artísticas en el taller. El ambiente donde se realizarán sus actividades será un ambiente cómodo y adecuado para cada uno de ellos.

F2. Las actividades deben ser novedosas y atractivas para el público objetivo. Entre las funciones del personal de la empresa, se tendrá como política la gestión de la innovación, con lo cual se logrará aumentar la gama de programas para ofrecer al público.

F3. Todo el equipo de la empresa debe cumplir requisitos y proyectos asignados, los cuales están orientados a lograr los objetivos planteados por la Alta Dirección, entre ellos se plantea la competitividad, participación en concursos de dibujos, creatividad e innovación. Los profesores deben tener experiencia o algún estudio en pedagogía.

F4. La empresa tiene valores organizacionales que transmitirá a todo el público. La política también se extenderá a los proveedores con quienes se gestionará todos los procesos con altos estándares de calidad.

- **Debilidades**

D1. Entre las debilidades, se debe mencionar que el gerente general no tiene la experiencia requerida en el rubro del negocio presentado, por lo que se debe asumir el costo de aprendizaje para realizar sus funciones estratégicas.

D2. El concepto de Taller de dibujo y pintura aún no es tan reconocido en el mercado y no conocen la dinámica sobre este taller. Esto se debe porque existe muchos talleres de dibujo y pintura que tienen cursos básicos, mas no especializados.

D3. La marca de la empresa es nueva, debido a este factor no se puede predecir la respuesta exacta del público meta y como esto afecta las ventas de forma exacta, no obstante, se realizó una encuesta para conocer el grado de aceptabilidad que tienen los clientes con el taller y afluencia que se puede tener.

D4. No se cuenta con todo el dinero necesario para iniciar, por lo que una parte de esta inversión será por medio de bancos.

3.1.1. Matriz EFI-Evaluación De Factores Internos

Tabla 25. Matriz Efi Evaluación Factores Internos

Factores Internos		Peso	Puntaje	Total
Fortalezas	F1. Infraestructura de primer nivel, con ambiente adecuado y cómodo diseñado a medida de ellos.	0.15	4	0.6
	F2. Actividades creativas, novedosas y especializadas de dibujo y pintura.	0.1	4	0.4
	F3. Personal con certificación y calificados en artes, que tengan estudio y/o experiencia en pedagogía infantil. Excelente disposición para el servicio (docente).	0.18	4	0.72
	F4. Proveedores de gran nivel y buena trayectoria, que comparten nuestros valores.	0.1	3	0.3
Debilidades	D1. El gerente general no cuenta con experiencia en la gestión del negocio.	0.1	2	0.2
	D2. El concepto de la empresa no es muy conocido por el público.	0.1	1	0.1
	D3. Poca o nula experiencia en el mercado por lo que puede ocasionar un bajo nivel de ventas en los primeros meses.	0.1	2	0.2
	D4. No se cuenta con todo el capital requerido.	0.1	1	0.1
Total			2.62	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 26. Calificación Matriz EFI

Calificación Matriz EFI	
Puntuación	Nivel
1	Debilidad Menor
2	Debilidad Mayor
3	Fuerza Menor
4	Fuerza Mayor

Fuente: Elaboración propia

Se procedió a analizar la calificación de los factores internos según la calificación Matriz EFI, asimismo el peso asignado se realiza a través de la Matriz de Enfrentamiento Interno. Se obtuvo como ponderación total 2.52.

3.1.2. Matriz EFE - Evaluación de Factores Externos

Tabla 27. Matriz Efe Evaluación Factores Externos

Factores Externos		Peso	Puntaje	Total
Oportunidades	O1. Mayor conocimiento e interés del público por el Arte.	0.13	4	0.52
	O2. Gran cantidad de proveedores que cuentan con productos de calidad y precio.	0.1	3	0.3
	O3. Existencia de un mercado muy fragmentado, competidores sin mucha capacitación y pocos servicios diferenciados y cursos especializados.	0.1	4	0.4
	O4. El gobierno está invirtiendo económicamente para fortalecer las labores de asesoría para el desarrollo de nuevos emprendimientos.	0.1	3	0.3
	O5. Diferentes bancos otorgan financiamiento a emprendedores con montos y tasas asequibles.	0.08	3	0.24
Amenazas	A1. Existe gran variedad de servicios sustitutos que pueden ser ofrecidos por entidades privadas o públicas.	0.1	2	0.2
	A2. Existe una alta tasa de informalidad, que genera una competencia desleal.	0.08	2	0.16
	A3. Incremento del precio por metro cuadrado en distrito de Lima Metropolitana.	0.08	1	0.08
	A4. Escuelas tradicionales con público fidelizado.	0.08	1	0.08
	A5. Entorno político y económico del país incierto.	0.08	1	0.08
	A6. Se prevé que el crecimiento de la economía peruana reducirá al 2,5% desde el 4% del 2016.	0.05	1	0.05
Total			2.41	

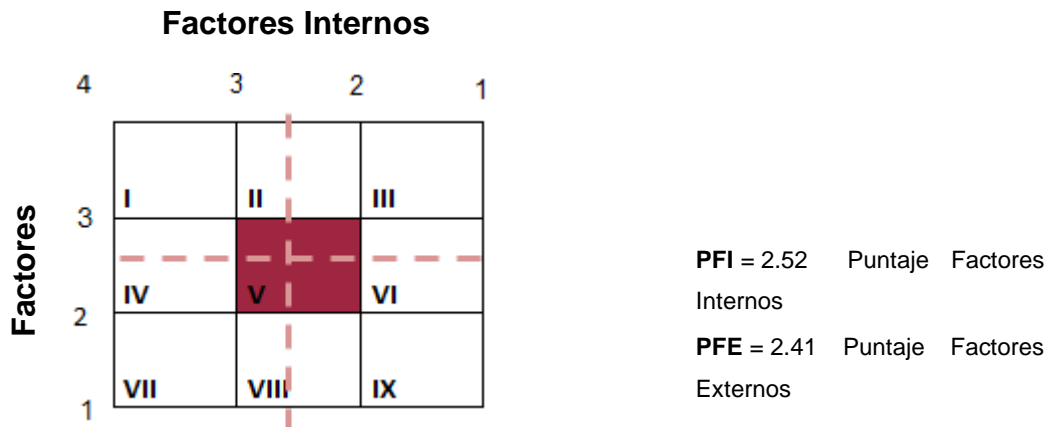
Fuente: Elaboración propia

Se procedió a analizar la calificación de los factores externos según la calificación Matriz EFE, asimismo el peso asignado se realiza a través de la Matriz de Enfrentamiento Externo. Se obtuvo como ponderación total 2.41.

3.1.3. Matriz Interna - Externa

Para continuar con el análisis FODA, se necesita revisar la cuantificación de los factores Externos e Internos, para ello se ubican los resultados anteriormente obtenidos en la Matriz Interna-Externa, como se aprecia en el Gráfico N° 11, se nota que la ubicación es el Cuadrante V, en el cual las estrategias a emplear deben orientarse al mercado y a la diferenciación.

Figura 19. Matriz Interna – Externa



Fuente: Elaboración propia

3.1.4. Matriz FODA de Estrategias

A partir del análisis FODA, en la Tabla 24, se presentan las estrategias que servirán para maximizar las fortalezas y minimizar las debilidades.

Tabla 28. Matriz FODA

	Fortalezas	Debilidades
Factores Internos / Factores Externos	F1. Infraestructura de primer nivel, con ambiente adecuado y cómodo diseñado a medida de ellos.	D1. El gerente general no cuenta con experiencia en la gestión del negocio.
	F2. Actividades creativas, novedosas y especializadas de dibujo y pintura.	D2. El concepto de la empresa no es muy conocido por el público.
	F3. Personal con certificación y calificados en artes, que tengan estudio y/o experiencia en pedagogía infantil. Excelente disposición para el servicio (docente).	D3. Poca o nula experiencia en el mercado por lo que puede ocasionar un bajo nivel de ventas en los primeros meses.
	F4. Proveedores de gran nivel y buena trayectoria, que comparten nuestros valores.	D4. No se cuenta con todo el capital requerido.
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO

O1. Mayor conocimiento e interés del público por el Arte.	1. Desarrollar un buen servicio que capten al nuevo cliente basada en la segmentación. Crear publicidad, mostrando las instalaciones y los cursos especializados.	O1/D2. Crear estrategias de marketing enfocado a generar reconocimiento de marca.
O2. Gran cantidad de proveedores que cuentan con productos de calidad y precio.	O2/F1. Aprovechar la calidad de los insumos y servicios para otorgar a los clientes no solo una buena infraestructura si no también materiales y herramientas de calidad. O2/F4. Mantener una buena relación con los proveedores para tener los mejores productos y servicios.	
O3. Existencia de un mercado muy fragmentado, competidores sin mucha capacitación y pocos servicios diferenciados y cursos especializados.	O3/F3. Crear estrategias de comunicación donde se mencione con mayor intensidad la capacidad y la gran calidad de los profesores que se tiene.	O3/D3. Crear diferentes estrategias de marketing y publicidad para dar a conocer la gran variedad de cursos especializados y la calidad de los talleres.
O4. El gobierno está invirtiendo económicamente para fortalecer las labores de asesoría para el desarrollo de nuevos emprendimientos.		O4/D1. Aprovechar estas capacitaciones que el estado realiza para capacitar al gerente y al personal de gestión.
O5. Diferentes bancos otorgan financiamiento a emprendedores con montos y tasas asequibles.		O5/D4. Investigar que banco nos ofrece la mejor tasa y solicitar el préstamo necesario para iniciar con el Taller.
Amenaza	Estrategias FA	Estrategias DA
A1. Existe gran variedad de servicios sustitutos que pueden ser ofrecidos por entidades privadas o públicas.	A1/F2. Se debe dar un enfoque a las actividades novedosas y creativas que se tiene en el taller y la especialización que se tiene.	

A2. Existe una alta tasa de informalidad, que genera una competencia desleal.	A2/F3. Dar a conocer que la informalidad no es calidad, y por tal razón. Crear estrategias de comparación.	
A3. Incremento del precio por metro cuadrado en distrito de Lima Metropolitana.		A3/D4. Se debe crear un fondo de imprevistos, es necesario en caso aumente los precios de arrendamiento o incluso pueda haber una baja de clientes.
A4. Escuelas tradicionales con público fidelizado.	A4/F1. Las escuelas tradicionales no están actualizadas. Por lo que se creará estrategias que mencionen la innovación, instalación y con ambientes adecuados.	A4/D3. Crear capacitaciones de diferentes áreas que pueda ayudar reconocimiento y crecimiento de ventas de estos talleres.
A5. Entorno político y económico del país incierto.	A5/F4. Mantener una buena relación con proveedores es importante para seguir trabajando a pesar de ciertos cambios en el gobierno. A5/F3. Poder tener un buen clima laboral es importante, para seguir ofreciendo la mejor calidad de enseñanza.	
A6. Se prevé que el crecimiento de la economía peruana reducirá al 2,5% desde el 4% del 2016.	A6/F2. Se debe crear estrategias que muestren la calidad de los servicios ofrecidos, para seguir encontrando nuevos clientes, pero también mantener una estrecha relación con los clientes ya obtenidos, es decir, crear una estrategia de fidelización.	

Fuente: Elaboración propia

3.2. Matriz BCG

La matriz del Boston Consulting Group (BCG) ha sido creada concretamente para respaldar los esfuerzos de las empresas pluridivisionales cuando ofrecen estrategias. La matriz del BCG muestra en forma gráfica las diferencias existentes entre las divisiones, en términos de la parte relativa del mercado que están ocupando y de la tasa de crecimiento de la industria.

En el Taller de Dibujo y Pintura Van Gogh no se realizará a Matriz BCG ya que es una empresa en formación y recién estará tomando la operatividad de servicio cuando esté en funcionamiento.

3.3. Determinación De La Posición Estratégica

Tabla 29. Posición Estratégica Externa

Plantilla de Clasificación												Valor
Factores determinantes de la Estabilidad del Entorno (EE)												
1	Cambios Tecnológicos	Muchos	0	1	2	3	4	5	6	Pocos	0	
2	Inflación	Alta	0	1	2	3	4	5	6	Baja	5	
3	Variabilidad de la demanda	Grande	0	1	2	3	4	5	6	Pequeña	2	
5	Barreras de entrada del mercado	Pocas	0	1	2	3	4	5	6	Muchos	1	
6	Presión competitiva	Alta	0	1	2	3	4	5	6	Baja	2	
7	Productos sustitutos	Alta	0	1	2	3	4	5	6	Baja	3	
Promedio -6											-4.14	
Factores determinantes de la Fortaleza de la Industria (FI)												
1	Potencial de crecimiento	Bajo	0	1	2	3	4	5	6	Alto	5	
2	Estabilidad financiera	Baja	0	1	2	3	4	5	6	Alta	4	
3	Conocimiento tecnológico	Simple	0	1	2	3	4	5	6	Compleja	2	
4	Intensidad de capital	Baja	0	1	2	3	4	5	6	Alta	3	
5	Facilidad de entrada al mercado	Fácil	0	1	2	3	4	5	6	Difícil	1	
6	Utilización de la capacidad	Baja	0	1	2	3	4	5	6	Alta	4	
7	Poder de negociación de los proveedores	Baja	0	1	2	3	4	5	6	Alta	4	
Promedio											3.28	

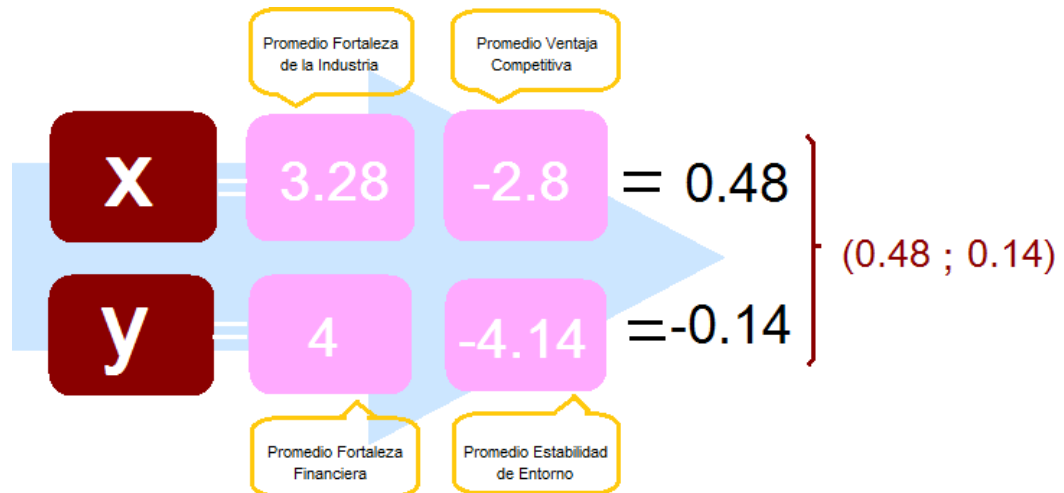
Fuente: Elaboración propia a partir de la metodología del autor Fred. D. (2003). Conceptos de Administración Estratégica, 9ª. Edición, México: Editorial Prentice Hall.

Tabla 30. Posición Estratégica Interna

Plantilla de Clasificación										Valor	
Factores determinantes de la Ventaja Competitiva (VC)											
1	Participación en el mercado	Pequeña	0	1	2	3	4	5	6	Grande	1
2	Calidad del servicio	Inferior	0	1	2	3	4	5	6	Superior	5
3	Ciclo de vida del producto	Avanzado	0	1	2	3	4	5	6	Temprano	5
4	Lealtad del consumidor	Baja	0	1	2	3	4	5	6	Alta	3
5	Conocimiento tecnológico	Bajo	0	1	2	3	4	5	6	Alto	2
										Promedio -6	-2.8
Plantilla de Clasificación											Valor
Factores determinantes de la Fortaleza Financiera (FF)											
1	Retorno de la inversión	Bajo	0	1	2	3	4	5	6	Alto	4
2	Apalancamiento	Desbalanceado	0	1	2	3	4	5	6	Sólido	4
3	Liquidez	Desbalanceado	0	1	2	3	4	5	6	Sólido	3
4	Flujo de caja	Bajo	0	1	2	3	4	5	6	Alto	4
5	Facilidad de salida de mercado	Difícil	0	1	2	3	4	5	6	Fácil	4
6	Riesgo involucrado en el negocio	Alto	0	1	2	3	4	5	6	Bajo	5
										Promedio	4

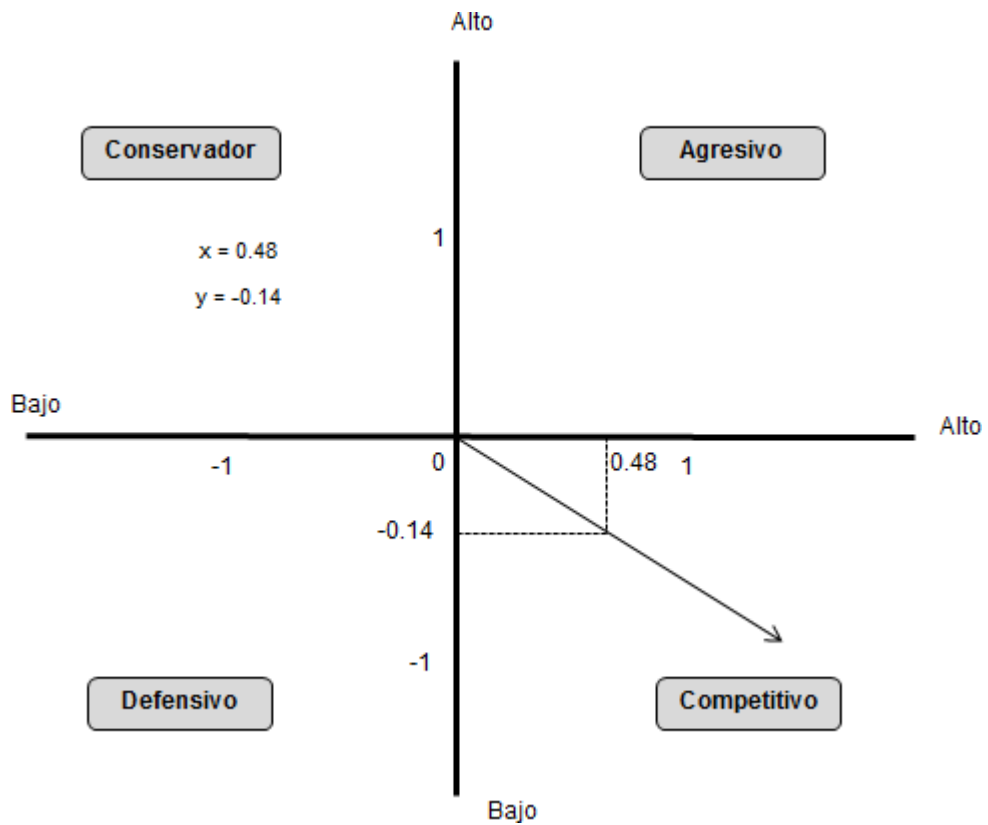
Fuente: Elaboración propia a partir de la metodología del autor Fred. D. (2003). Conceptos de Administración Estratégica, 9ª. Edición, México: Editorial Prentice Hall.

Figura 20. Cardinales De La Matriz PEYEA



Fuente: Elaboración propia

Figura 21. Matriz PEYEA del Taller de Dibujo y Pintura Van Gogh



Fuente: Elaboración propia

Este vector del análisis PEYEA nos ayuda a determinar qué tipo de ventaja utilizar. En este caso utilizaremos una Estrategia Competitiva ya que el Taller de Dibujo y Pintura Van Gogh ofrece un servicio especializado y estaremos a la vanguardia de los servicios ofrecidos por nuestra competencia con la intención de mejorarlos.

IV. ESTABLECIMIENTO DE UNA DIRECCIÓN PARA LA ORGANIZACIÓN

4.1. Organización Empresarial

4.1.1. Cultura Organizacional

- **Visión**

“Ser una empresa de dibujo y pintura líder en Lima Sur, que fomenta e impulsa la creatividad e innovación artística, otorgando un servicio de calidad en un ambiente propicio para el aprendizaje personal”.

- **Misión**

“Facilitar, impulsar y motivar la creatividad en los niños y adolescentes mediante la expresión artística. Impartir una educación técnica básica de dibujo y pintura enfocados en su formación integral y fomentar la importancia en desarrollar la cultura en la sociedad”.

- **Principios de Gestión**

- ❖ Perseverancia al desempeño eficiente ante cualquier situación
- ❖ Competitivo para presentarse ante cualquier concurso, presentación de cuadros, sintiéndose seguro de las técnicas aprendidas.
- ❖ Creatividad para realizar cuadros originales, con identidad propia de cada uno.
- ❖ Adaptables a las expectativas de nuestro cliente, no solo nos enfocaremos en un solo estilo, sino en complacer el estilo principal de nuestro cliente.
- ❖ Enfoque prioritario al cumplimiento de los objetivos.
- ❖ Determinación para lograr la innovación basada en confianza.
- ❖ Respeto por todo nuestro entorno.
- ❖ Justicia para actuar de forma intachable, transparente y veraz.

- ❖ Indiscriminación Nuestra empresa rechaza cualquier tipo de discriminación en nuestras instalaciones, en los clientes y colaboradores.

- ***Políticas De La Empresa***

- ❖ Las elevaciones salariales se realizarán a consecuencia de la evaluación de desempeño y la situación financiera de la empresa.
- ❖ Los colaboradores deberán asistir mensualmente a reunión con la administración.
- ❖ Las quejas y reclamos deberán registradas detalladamente y derivadas al administrador.
- ❖ La administración deberá ofrecer un ambiente agradable de trabajo por el bienestar de sus colaboradores.
- ❖ Hacer uso adecuado de los recursos.

- ***Objetivos de la Empresa***

Objetivos a corto plazo

- ❖ La empresa tendrá un 40% de reconocimiento en el mercado de Lima Sur en su primer mes, en específico en los 3 distritos que está enfocado.
- ❖ Dentro de 6 meses se alcanzará el 50% de la capacidad de alumnos.
- ❖ Se cubrirá el 50% de publicidad en instituciones educativas dentro de un año.
- ❖ Se incrementará las ventas mensuales en un 4% en el primer año.
- ❖ En los meses de vacaciones, enero y febrero, se incrementará un 4% adicional en las ventas, es decir, para estos dos meses se llegará a 8% de ventas por mes del primer año.
- ❖ *Objetivos a mediano plazo*
- ❖ Los clientes y el personal deberán desarrollar un sentimiento de empatía con la empresa.
- ❖ Se implementará nuevos cursos en 3 años, usando la tecnología. Dando paso a la "Ilustración Digital".

- ❖ Dentro de los 4 años se crearán eventos y exposiciones de arte, dando a conocer las piezas artísticas de los alumnos, profesores e invitados nacionales e internacionales.
- ❖ Se incrementará en 5 años más del 70% en ventas a comparación del primer año.
- ❖ Se cubrirá el 90% de publicidad en instituciones educativas dentro de 5 años.

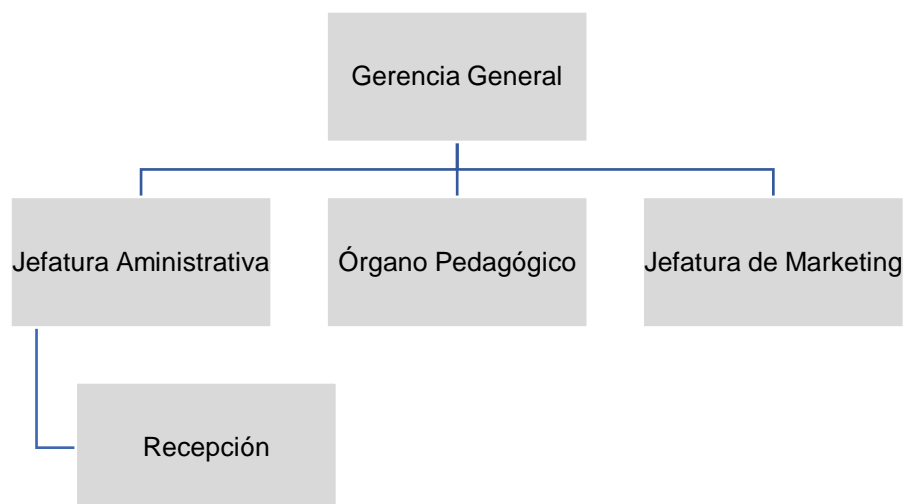
Largo Plazo

- ❖ Dentro de los 10 años se logrará crecer en más del 200% en ventas en comparación del primer año.
- ❖ Consolidar el mercado por canales tradicionales y modernos.
- ❖ Se incrementará constantemente en 10 años, nuevos cursos tradicionales y tecnológicos. Como cursos de Realidad Virtual y otros que salga y sean innovadores.
- ❖ Se implementará los servicios tradiciones y modernos a instituciones educativas.

4.2. Organigrama Estructural

La estructura organizacional se encuentra definida jerárquicamente, por medio de grupos de personal. Se muestra el organigrama para la empresa.

Figura 22. Organigrama Estructural



Fuente: Elaboración propia

4.3. Funciones de la Organización

En el Taller de Dibujo y Pintura Van Gogh, tiene un organigrama por departamentos que está dirigido por un gerente general, los cuales todos en conjunto llevarán el manejo de la empresa y se expresan por:

- a. Naturaleza del órgano.
- b. Objetivos.
- c. Funciones generales.

Los puestos detallados de cada trabajador se encuentran en el anexo 2.

Cada responsable que asuma el cargo en cada uno de los cargos detallados por el organigrama tiene una responsabilidad y compromiso a cumplir, lo cual se dará a conocer en cada uno de ellos:

4.3.1. Gerencia General

Naturaleza del órgano: Es un rango de dirección dentro de la empresa.

Objetivos:

- Cumplir con los lineamientos de la empresa, misión, visión y objetivos de la empresa.
- Posicionarse y crecer en el área del arte.
- Incrementar el capital e ingreso de ventas.

Funciones Generales:

- Planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar las actividades de la empresa.
- Diseñar y Ejecutar el desarrollo de crecimiento del negocio, así mismo los planes de acción anual, programas de inversión y análisis de gastos e ingresos.
- Representar a la Sociedad en las diferentes autoridades tanto legales como estatutarias.
- Coordinar y firmar los contratos y obligaciones de la sociedad, dentro de los criterios autorizados por el estatuto y el directorio de la sociedad.
- Dirigir la contabilidad logrando que se cumplan las normas legales que le regulan.

- Rendir informes al directorio sobre los ingresos y gastos de la empresa y la situación actual de la empresa.

4.3.2. Jefatura Administrativa

Naturaleza del órgano: Es el soporte administrativo de la Empresa.

Objetivos:

- Brindar soporte administrativo para lograr cumplirlas metas.
- Facilitar y apoyar en las tareas administrativas.
- Gestionar los planes de acción planteados por la empresa.
- Atención al cliente interno y externo.

Funciones Generales:

- Programar, organizar, ejecutar, coordinar y controlar las funciones administrativas de la organización.
- Elaborar y tramitar solicitudes diversas.
- Recopilar, clasificar y analizar información para los planes y programas.
- Coordinar y hacer seguimiento a las acciones administrativas.
- Llevar y mantener actualizado los archivos de la empresa.
- Elabora las órdenes de pago y solicita su autorización ante la unidad responsable.
- Archivar y llevar el control de los documentos del área.
- Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas.
- Realizar cualquier otra tarea afín que le sea asignada.
- Controlar los pagos efectuados al personal administrativo y operario de la empresa.
- Realizar registro contable.
- Gestión y atención del cliente.
- Canalizar las solicitudes con las áreas correspondientes.

4.3.3. Órgano Pedagógico:

Naturaleza del órgano: Es el órgano que dirige, controla y organiza el área a la que representa.

Objetivos:

- Cumplir con los objetivos de la empresa a nivel educativo.
- Promover e incentivar a los alumnos la creatividad en todos sus aspectos.
- Difundir, orientar y supervisar la malla curricular y uso de materiales educativos.

Funciones Generales:

- Programar, organizar, ejecutar y coordinar todas las actividades a realizarse con respecto a las clases que se llevarán a cabo.
- Fomentar el desarrollo de la creatividad en los alumnos.
- Plantear estrategias del buen desarrollo de la creatividad.
- Realiza cualquier otra tarea que sea asignada por gerencia, así mismo informar los problemas, avances y resultados de su gestión.

4.3.4. Jefatura de Marketing

Naturaleza del órgano: Es el soporte comercial y publicidad de la empresa.

Objetivos:

- Mantener una buena reputación de la marca.
- Cumplir con los objetivos de comercialización.
- Fortalecer una comunicación activa con los clientes, mantener la fidelización e incrementar las ventas.

Funciones Generales:

- Investigar el mercado y la competencia.
- Crear un plan de marketing.
- Crear contenido e interacción en las redes sociales.
- Realizar campañas de publicidad off y on line.
- Medición y reporte de KPIS.

4.7. Política Retributiva

Tenemos como política retributiva que los pagos que se realicen serán de forma quincenal y que todos los trabajadores estarán en planilla y gozaran de los beneficios a ley por pertenecer a la planilla de la empresa.

A continuación, se mencionarán aquellos tributos a los cuales la empresa estará afectada:

- Rentas de Tercera Categoría: Por cada actividad económica o de servicios, se debe realizar el pago mensual mediante pagos a cuenta, anualmente se paga una tasa del 30% de la utilidad neta que se regulariza por medio de la Declaración Jurada Anual.
- Renta Bruta: es la renta que se obtiene de la diferencia entre ingreso y el costo, finalizado un ejercicio gravable.
- Dividendos: Son utilidades que las empresas distribuyen entre socios, asociados, apoderados, titulares o personas que integran la sociedad.
- Impuesto a las Transacción Financiera-ITF: Impuesto que grava todas las operaciones realizadas tanto en moneda nacional como extranjera, la acreditación o débito en cualquier modalidad, de cuentas abiertas en empresas dentro del Sistema Financiero. La tasa es de 0.05 % sobre el valor de la transacción afecta.
- Impuesto General a las Ventas-IGV: Este impuesto grava el valor agregado por cada transacción que se realiza en diferentes etapas del ciclo económico. El impuesto bruto corresponde a cada operación gravada es el valor resultante de aplicar la tasa de 18 % sobre la base imponible, constituida por el valor de venta de los bienes.
- Prestaciones Sociales – Essalud y ONP/AFP: Según ley estos tributos son deducciones que se realizan a los trabajadores, las tasas varían entre 9 % y 13 % aproximadamente del sueldo del colaborador. La empresa también se encontrará afecta a los tributos municipales de la Municipalidad de Lima Metropolitana.
- Impuesto predial: Grava la propiedad de predios urbanos, el cálculo depende de la declaración jurada que se presente.

A continuación, se detalla las remuneraciones mensuales según el puesto que desempeñan en la empresa:

Tabla 31. Cuadro de Remuneraciones

BENEFICIOS /CARGOS		Gerente General	Adm.	Marketing	Profesores	Auxiliar	Recepcionista	Seguridad	Encargado de Limpieza
Cantidad		1	1	1	4	2	2	1	1
Remuneración Bruta		S/. 4,000.00	S/. 2,000.00	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00	S/. 600.00	S/. 1,200.00	S/. 900.00	S/. 850.00
Total		S/. 4,000.00	S/. 2,000.00	S/. 1,200.00	S/. 4,800.00	S/. 1,200.00	S/. 2,400.00	S/. 900.00	S/. 850.00
Beneficios del trabajador	25%	S/. 1,000.00	S/. 500.00	S/. 300.00			S/. 600.00	S/. 225.00	S/. 212.50
SIS	S/. 15.00	S/. 15.00	S/. 15.00	S/. 15.00			S/. 15.00	S/. 15.00	S/. 15.00
Total		S/. 5,015.00	S/. 2,515.00	S/. 1,515.00	S/. 4,800.00	S/. 1,200.00	S/. 3,015.00	S/. 1,140.00	S/. 1,077.50
Total Gastos Personal	S/20,277.50								

Fuente: Elaboración propia

4.1. Base Legal

La elección de la forma jurídica adecuada es una de las acciones primordiales para la creación de nuestro negocio para ello se consideró los siguientes factores:

- El tipo de actividad que realizaremos como empresa, que en este caso es brindar un servicio de enseñanza de dibujo y pintura.
- El negocio iniciara sus actividades buscando socios para la inversión (futuras modificaciones si fuese necesario).

4.2.1. Razón Social

Para ejecutar el plan de negocio se optó por ser Sociedad Anónima Cerrada:

- Se tendrá un directorio donde se aprueben y rechacen proyectos, se controle y administre la empresa.
- Todos los cambios que se deben realizar será en mutuo acuerdo de los socios.
- Las regulaciones a las que se debe hacerles frente serán en conjunto.

4.2.2. Proceso Para Constituir “El Taller De Dibujo Y Pintura Van Gogh” Como S.A.C. y Obtener la Licencia Municipal

Para constituir una sociedad anónima cerrada, se debe realizar los siguientes pasos:

- Buscar y reservar el nombre (INDECOPI).
- Elaborar el Acto Constitutivo (Minuta).
- Abono de capital y bienes.
- Elaborar la escritura pública ante el notario.
- Inscripción en registros públicos.
- Inscripción al RUC para personas jurídicas.
- Licencia Municipal.

Búsqueda y reserva del nombre en la Sunarp.

Para reservar el nombre en la Sunarp solo se necesita tener el DNI, tener claro que tipo de razón social y ver la disponibilidad del nombre que se quiere en la empresa.

Pasos:

- Se ingresa la solicitud de reserva de preferencia registral.
- Se paga (presencial o virtual) S/. 24.00 soles.

Elaboración del Acto Constitutivo (Minuta).

Es un documento donde se manifiesta la voluntad de cada miembro por constituir una empresa y donde señalan todos los acuerdos respectivos.

Requisitos:

- 2 copias del DNI de cada uno de los socios y conyugues.
- Original y 2 copias de búsqueda y reserva de nombre.
- Archivo (pdf, Word, Excel) en un USB con el giro del negocio y la lista de bienes para el capital.
- Formato de declaración jurada de solicitud de constitución de empresas.

Pasos:

- Acercarse al centro de Desarrollo empresarial (CDE)
- Solicitar el servicio de elaboración de Acta Constitutiva
- Entregar todos los requisitos.
- Esperar aproximadamente 2 días hábiles.

Abono de capital y bienes.

Puede ser el caso que se necesite una cantidad de dinero o bienes (inmuebles o muebles) que se acrediten con el documento expedido por una entidad financiera, la inscripción de la transferencia a favor de la empresa, con la escritura pública que certifique esta transferencia.

Requisitos:

- DNI
- Formato de Acto Constitutivo.

Pasos:

- Abre una cuenta en un banco. En el banco solicitar una cuenta que sirva para depositar el dinero que los socios quieren aportar a la empresa.
- Realiza un inventario de bienes. Con la cantidad y costos de los bienes que está poniendo cada socio para la empresa.

Elaboración de escritura pública ante el notario.

Después de tener redactado el Acto Constitutivo, se debe llevar a una notaría para que un notario público lo revise y eleve a Escritura Pública. Se creará la Escritura Pública, testimonio de sociedad, que es el documento que da fe de que el Acto Constitutivo es legal.

Requisitos:

- DNI
- Formato de Acto Constitutivo.
- Depósito o voucher de abono en dinero.

Pasos:

- Llevar todos los requisitos a la notaría y solicitar el servicio de Elaboración de Escritura Pública para la Constitución de Empresa.
- Hacer el pago a la notaría por sus servicios.

Inscripción en registros públicos.

Se realiza la inscripción de la empresa en los registros públicos. Este procedimiento normalmente lo realiza el notario.

Pasos:

- Llevar la escritura Pública a la SUNARP para la inscripción.
- Pago es proporcional, S/3.00 soles por cada mil del capital social + S/46.00 de costo de presentación +S/25.00 por el nombramiento del Gerente General.

Inscripción al RUC para personas jurídicas.

Para constituir una empresa, se realiza a través de la plataforma Sistema de Intermediación Digital. SUNARP incluirá en la ficha de inscripción un número RUC inactivo que el representante legal deberá tener que activar.

Requisitos:

- DNI actual y vigente.
- Tener la partida registral certificada original (ficha o partida electrónica) por los registros Públicos, el documento debe ser menor a 30 días.
- Original de documento privado o público en el que conste la dirección del domicilio fiscal que se declara.
- Cumplir los requerimientos según el tipo de contribuyente a inscribir.
- Todo formulario debe estar correctamente llenado y firmado por el representante legal.

Pasos:

- Llevar los documentos de identidad, la partida registral certificada y el documento privado o público con domicilio fiscal a la Sunat.
- Recibir la ficha CIR (comprobante de Información Registrada) debidamente sellada.
- Verificar que la información este conforme
- Recibir el RUC
- Solicitar la Clave Sol (Código de usuario y Clave de Acceso SOL)

Licencia de funcionamiento.

Se debe obtener una licencia de funcionamiento para que se pueda operar el negocio.

Requisitos:

- Formato declaración jurada.
- Nuero de RUC
- Número de DNI del representante legal
- Copia de la vigencia de poder de represente legal.
- Declaración jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad.
- Indicación del número de comprobante de pago por derecho de trámite. (costo de trámite: /226.33).

V. VENTAJA DE COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS

5.1. Concepto De Servicio

La empresa ofrecerá un servicio práctico de dibujo y pintura, conformado por ocho talleres, descritos en la tabla 32:

- Estimulación artística
- Arte y creatividad
- Acuarela
- Grafiti
- Dibujo de animales
- Retrato y figura humana
- Dibujo con pintura con acrílico
- Técnicas de pintura al óleo

Por medio de estos programas todos los estudiantes podrán desarrollar las habilidades creativas y habilidades cognitivas que el niño y adolescente necesita para su buen desarrollo personal y su futuro profesional.

Los talleres cuentan con salones especialmente asignados para cada curso, tienen una ambientación acorde a los requerimientos y necesidades del taller. Los grupos de clases estarán conformados por un número de máximo 15 estudiantes. Los profesores que son especialistas en sus áreas, también cuentan con un estudio y/o experiencia en pedagogía, de las cuales podrá enseñar y guiar al estudiante de la mejor forma para su crecimiento artístico.

Adicionalmente, el taller contará con eventos abiertos y cerrados, donde se mostrarán las piezas artísticas de los estudiantes, profesores e invitados nacionales e internacionales.

5.2 Marketing Mix

Es importante dar un sentido a los servicios que se da y crear estrategias para consolidar la marca en el mercado y fidelizar a los clientes. Para esto se crean estrategias que ayudan a lograr los objetivos de la empresa, para esto el más

usado durante años es el marketing mix, también conocidas como las 4p: Producto, precio, promoción y plaza.

5.2.1. Estrategia de producto

Para mantener a los clientes felices no solo es ofrecerles un servicio bueno que cumpla con sus expectativas, si no debe superarlas. Una buena estrategia es cuando el cliente siente que se le ha dado más de lo que ha solicitado o comprado. Y esto tiene muchas variables, no solo en el producto en sí, sino también en toda la experiencia antes, durante y después de la compra.

Para esto hemos implementado los siguientes servicios extras que obtienen al pertenecer al Taller de Dibujo y Pintura Van Gogh:

- Realizar clases gratuitas para nuevos clientes.
- Realizar charlas informativas y guías del taller de forma presencial y virtual.
- Participación de alumnos en concursos locales y nacionales de dibujo y pintura.
- Actividades extracurriculares, como paseos grupales a diferentes lugares para desarrollar la creatividad.
- Creación de eventos para mostrar sus piezas artísticas, tanto para estudiantes como profesores.
- Realizar eventos para exalumnos, donde se muestre sus piezas artísticas.

Logo

Es importante tener una buena imagen de la marca para establecerse en el mercado. Por eso el logo de la empresa debe representar y transmitir concepto de marca.

La propuesta central del Taller será “Comienza a desarrollar tu creatividad... libera tu imaginación”. Con esta frase se busca transmitir el objetivo de la enseñanza del taller de dibujo y pintura.

La imagen se ha creado con un diseño que permita identificar visualmente a la empresa y crear un vínculo en el subconsciente del cliente, y que este nos vea como una organización comprometida y consecuente en todos sus procesos.

Figura 23. Logo Empresarial



Fuente: Elaboración propia

Significado de colores:

Para realizar este logo se utilizó colores cálidos, para que el cliente tenga la percepción de un ambiente acogedor, los colores utilizados son:

- **Amarillo:**

El color amarillo denota energía, felicidad, diversión, espontaneidad e innovación.

Energía: Se busca crear un ambiente enérgico donde los niños puedan utilizar esa energía positivamente.

Felicidad: Se quiere lograr un ambiente agradable, alegre donde todos desarrollen las clases con armonía.

Diversión: El color amarillo denota diversión, que hará que los niños y adolescentes se interesen por el taller.

Espontaneidad: Se busca que ellos desarrollen su espontaneidad, sin ponerle límites cuando deseen crear algo novedoso.

Innovación: Siempre se buscará las últimas técnicas del arte, para poder implantar en nuestro método de enseñanza, para poder dar un servicio de calidad.

- Naranja:
El color naranja denota calidez, entusiasmo y creatividad.
Calidez: Se busca crear un ambiente cálido, donde los alumnos, profesores y el equipo de trabajo trabajen de una forma armoniosa y de confianza.
Entusiasmo: El entusiasmo es lo que no faltará en nuestro Taller de Dibujo y Pintura, siempre habrá las ganas de querer hacer más.
Creatividad: Es uno de las características principales del desarrollo del taller, pensando en eso pusimos el color naranja.
- Rojo:
El color naranja denota fortaleza, pasión, determinación y deseo.
Fortaleza: El nombre principal esta de color rojo, que ya por si se colocó ese color como descripción de una forma al personaje, que tuvo que tener fortaleza para continuar con sus sueños.
Pasión: El arte de por sí, denota pasión, ese sentimiento vehemente para querer realizar las cosas, en este caso desarrollar los diferentes dibujo o clases de pintura.
Determinación: Son las ganas de querer terminar de realizar un cuadro o dibujo.
Deseo: Viene a ser el interés que una persona tiene por conseguir realizar algo.

Gracias a los colores escogidos, que son los colores cálidos y alegres se quiere lograr a proyectar una imagen cálida, de felicidad, de determinación y de creatividad, con estos colores podemos lograr persuadir a nuestro cliente, proyectando desde una imagen las características que tendrá nuestro taller.

Tabla 32. Determinación Del Servicio.

Curso	Edad	Descripción General	Objetivos Funcionales
Estimulación Artística	5 - 6 años	Es de necesidad que los niños puedan comunicar sus sentimientos, su sensibilidad y expresar la visión que tienen del mundo.	<ul style="list-style-type: none"> • Mediante el Garabato y la dactilopintura aprender a desarrollar su interés por el arte. • Utilizar el sentido del tacto para que puedan percibir diferentes sensaciones.
		Desarrollar la creatividad es fundamental en esta edad, en niños de 5 a 7 años, porque a través del arte el niño puede expresar sus emociones y vivencias.	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizar diferentes técnicas arte mediante el salpicado de pinturas, goteros, globos, arena entre otros. • Dar libre expresión a su sentido artístico con técnicas como salpicado de pintura, globos, arena, goteros, conchitas, flores, hojas, entre otros.
		Mediante la estimulación artística, ellos pueden experimentar el placer de expresar como ven su mundo, pueden manipular diferentes materiales y plasmarlos en una obra.	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizar el modelado de plastilina para que exploren su capacidad de poder crear, a la vez que desarrolle sus habilidades verbales y sociales. • Utilizar el Collage como medio de expresión de sus sentimientos.
Arte y Creatividad	7 -9 años	El taller quiere que los niños y jóvenes tengan un ambiente de libre expresión, donde puedan imaginar, divertirse y expresarse con técnicas plástico-visuales, aprendan a trabajar en equipo e individual.	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajos creativos con pintura y el desarrollo del color.
		A esta edad van iniciando su sello personal y desarrollando su natural capacidad creativa.	<ul style="list-style-type: none"> • Inicio de trazos de siluetas con diferentes materiales alternativos.
		Se busca estimular la creatividad y la experimentación en el	<ul style="list-style-type: none"> • Inicio del modelado de masa fría para su control dactilar.

		proceso de creación artística, se busca descubrir respuestas y soluciones con mayor facilidad y autonomía, ayudando a fortalecer la personalidad, la autoestima y comunicación.	<ul style="list-style-type: none"> Realizar origamis de diferentes figuras creativas y animales.
Acuarela	10 - 12 años	Este taller tiene como actividad dominar técnicas de acuarela, mediante realización progresiva de ejercicios. Enseña a manejar adecuadamente el pincel para realizar paisajes, figuras humanas, bodegones y retratos.	<ul style="list-style-type: none"> Baño uniforme y degradado. Formatos. Resplandor con una y dos tintas. Valores tonales (blanco y negro). Realización de bodegones, paisajes (cielos, marinas, campiñas, etc.) y retratos.
Grafiti	13 -14 años	El taller de grafiti motiva a los participantes a desarrollar un trabajo artístico que busque la transmisión de mensajes positivos, a través de sus obras.	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de diversas técnicas, como ejercicios y tipos de líneas, desarrollo del tag, trazos lineales, círculos, técnicas de relleno.
		El arte mural urbano le permite al artista contribuir con la transformación y rehabilitación de espacios públicos y privados, en una cultura de respeto y legalidad.	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de letras minúsculas y mayúsculas, letras con relleno, luz y sombra.
		El taller permitirá canalizar el estilo artístico de cada participante, guiándolo en el dominio de técnicas, control del spray y buenos acabados en sus trabajos.	<ul style="list-style-type: none"> Aprenderán el degradado en varios tonos de color, diseño en alto contraste, desarrollo de texturas, técnicas de perspectiva, combinación de técnicas, desarrollo de bocetos, murales, entre otros.
Dibujo de animales	12 - 14 años	Este taller ofrece la oportunidad de aprender a dibujar animales mediante distintas técnicas artísticas.	<ul style="list-style-type: none"> Aprender a Dibujar diferentes especies de animales mediante estudio de movimientos y formas. Observación de sus texturas en cuanto a pelo, escamas, plumaje, etc. Mediante el dibujo expresar las diferentes acciones y expresiones de los animales en su vida salvaje.

Retrato y Figura Humana	12 - 14 años	El cuerpo humano es la expresión artística más completa y compleja al nivel artístico y lo que se busca desarrollar en este taller es la representación de la figura humana de manera tridimensional.	<ul style="list-style-type: none"> • El taller propone estudiar de la figura humana en diversos contextos. • Comprender forma y volumen de los cuerpos y el rostro.
		Se busca asemejar el dibujo a la manera real del retrato o figura humana.	<ul style="list-style-type: none"> • Estudiar mediadas aproximadas de los cuerpos. • Estudiar las diferentes expresiones del cuerpo y del rostro.
Dibujo Pintura con Acrílico	12 - 14 años	Se proporcionará al estudiante los conocimientos teóricos y prácticos para la realización e investigación propias del dibujo artístico.	<ul style="list-style-type: none"> • Se desarrolla la pauta de valores del dibujo.
		Se enseñará los fundamentos del dibujo, el estudio secuencial de la pintura tomando como técnica principal el acrílico.	<ul style="list-style-type: none"> • Se realiza el estudio de luz y sombra. • Se enseñará técnicas avanzadas de pintura.
		Este taller se desarrolla por niveles.	<ul style="list-style-type: none"> • Se enseñará diferentes estilos de pintura. • Se enseñará las diferentes figuras mediante la ayuda de figuras geométricas.
Técnicas de pintura al óleo	12 - 14 años	Este taller proporciona a los participantes las herramientas principales para el desarrollo de creaciones pictóricas de acuerdo a sus intereses, desarrollando habilidades y destrezas.	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio analítico de la pintura. • Clases prácticas de teoría del color y composición. • Historia de la pintura al óleo y en el mundo artístico. • Análisis y estudio de los materiales. • Estudio de las obras más resaltantes.
		Este taller se desarrolla por niveles	<ul style="list-style-type: none"> • Valores tonales (blanco y negro). • Trabajos de gran formato a elección del participante.

Fuente: Elaboración propia

5.2. Estrategia De Precio

Los precios establecidos son resultado de un análisis de la competencia, costos y encuesta realizada al nicho de mercado. El precio que se ha establecido se encuentra en la tabla N°29.

Tabla 33. Determinación Precio

Periodo	Precio por mes
Mensual	S/. 100.00

Fuente: Elaboración propia

Para el pago, se puede realizar de diferentes formas:

- Anticipo del 20% para reservar y al inicio de clase se paga el total
- Pago en 2 cuotas, esto quedaría pagar por quincena.

Diferentes modalidades de pago:

- Pagar con tarjetas de débito o crédito.
- Pagos por internet (pasarelas de pagos).
- Pagos en efectivo.
- Pagos deposito o transferencia.

Es importante tomar en cuenta que hay muchos niños y niñas que sueñan con realizar estas actividades, pero sus padres no cuentan con los recursos necesarios. Por ese motivo se implementa los siguientes beneficios extras.

- Becas completas y media becas para estudiantes que desean tomar cursos del Taller y cumplan con los requisitos. como, por ejemplo: tener un nivel económico bajo, motivación y habilidad para el dibujo y pintura, entre otros.

5.3. Estrategia de Promoción

Esta estrategia es considerada una de las más activas y volátiles, puesto que una idea puede no ser útil en poco tiempo. Por eso es necesario estar pendientes de las tendencias.

Es necesario conocer los medios a utilizar y como utilizarlos para llegar al cliente deseado. En este caso la empresa de acuerdo al análisis de la competencia y de conocer a su público objetivo ha determinada cuales son los canales propicios a utilizar y que tipo de contenido se debe proporcionar.

Considerando que la empresa es nueva se debe tener prioridad por crear contenido en las redes sociales, optimizar la página web, crear publicidad en la web y redes sociales. Todo esto se debe realizar por medio de un Journey Map, donde se puede ver todos los pasos que el cliente realiza antes de realizar una compra. Con esto se puede delimitar que tipo de contenido y publicidad se debe presentar en cada etapa del cliente.

Para este proyecto vamos a considerar tres etapas del cliente que deseamos mantener: antes, durante y después de la compra. Para esto se crean las siguientes estrategias:

Antes de la compra

- Subir contenido en redes sociales (Facebook e Instagram), que muestren los cursos, el establecimiento y los beneficios de estudiar en el Taller. Mostrar las actividades que se vienen realizando con otros estudiantes y los resultados que han obtenido.
- Tener toda la información necesaria en la página web, tanto de los cursos, profesores, sobre el taller, experiencias, comentarios de otros clientes, entre otros.
- Crear contenido en blog para dar información de temas relevantes y que solucionen sus dudas e inquietudes.
- Crear publicidad en redes sociales y página web, para dar reconocimiento de marca, conversión en ventas, etc. Esto puede ser en Facebook Ads y Google Ads.

Durante la compra

- Mantener las redes sociales activas con información relevante para los clientes actuales.
- Mandar información por WhatsApp y otorgar un servicio personalizado, resolviendo sus dudas puntuales.
- Crear promociones de descuentos, cupones, sorteos, etc.
- Después de la compra
- Publicar sus piezas artísticas en las redes sociales y página web.
- Descuentos especiales a clientes.
- Convenios con otras instituciones para que continúen estudiando.

- Crear un grupo cerrado de todos los que pertenecen en el taller (grupo en Facebook).

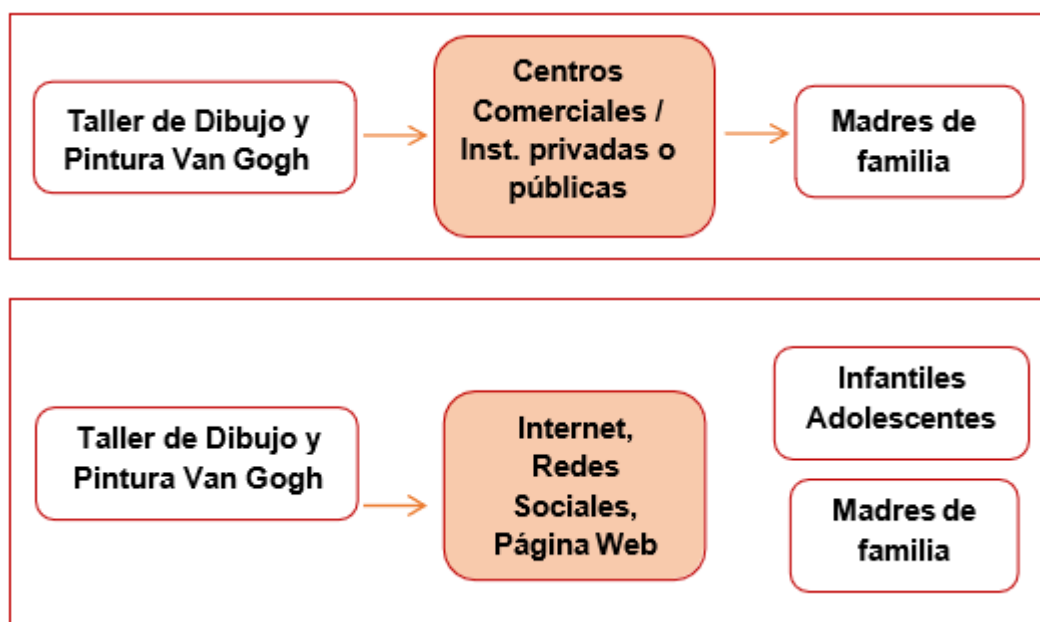
5.4. Estrategia De Plaza

El Taller de Dibujo y Pintura Van Gogh estará ubicada en el Distrito de San Juan de Miraflores y la ubicación exacta será la siguiente: Av. Begonias N°123, San Juan de Miraflores.

Se escogió específicamente este lugar porque tiene la característica de tener fácil acceso, visibilidad y flexibilidad para el acondicionamiento de espacios, también por es el punto de intersección de los tres Distritos como son: Villa María del Triunfo, Villa El Salvador y San Juan de Miraflores.

La estrategia que se aplicará constará de dos canales, el primero será el canal directo ya que buscará alcanzar mayor cantidad del público objetivo y llegará directamente a las madres de familia y se buscará contactarlas en el centro comercial y mediante instituciones públicas y privadas. Finalmente, el tercer canal, será mediante el uso del internet a través de la página web oficial y redes sociales que permitirá llegar a ambos segmentos tanto padres como infantiles y adolescentes.

Figura 24. Determinación de Plaza y Canales



Fuente: Elaboración propia

VI. ANÁLISIS DEL PROCESO PRODUCTIVO

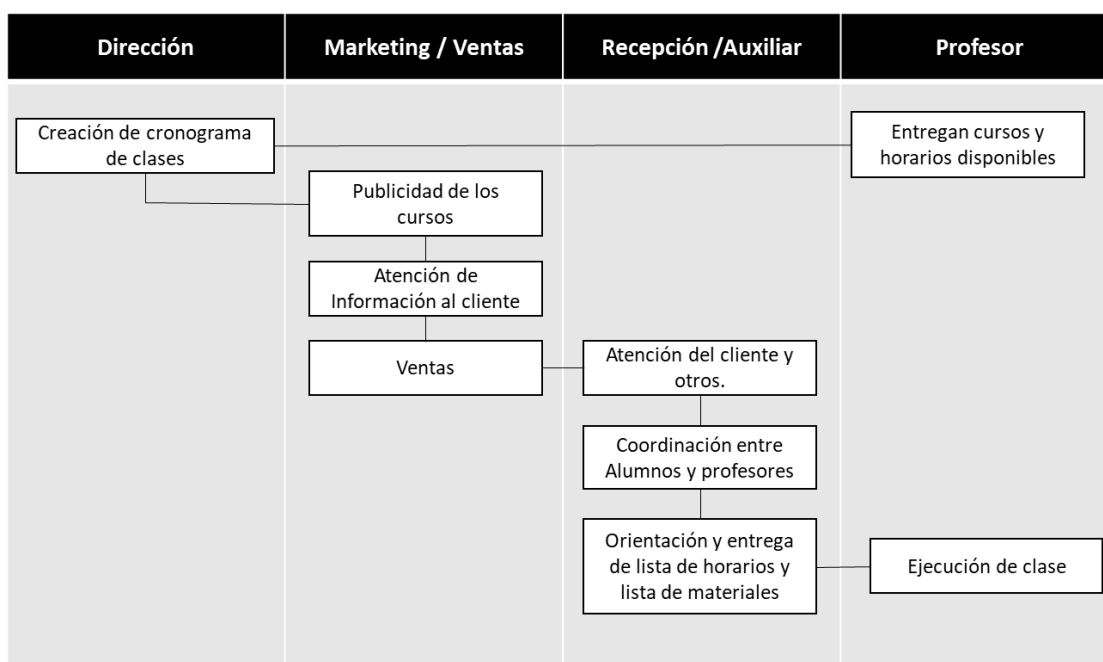
6.1. Diseño Del Servicio

La idea de negocio del Taller de Dibujo y Pintura Van Gogh nació con la finalidad de incentivar a que el alumno que desarrolle su creatividad, que exprese su mundo mediante el Dibujo y la Pintura, queremos brindar un servicio donde nuestros clientes encuentren en nuestro Taller un servicio de calidad, que encuentren un ambiente agradable y seguro, donde predomine el buen trato al cliente.

Nuestra innovación consta en brindar un servicio de calidad, donde el alumno aprenda mediante la práctica y métodos didácticos las diversas técnicas del arte, nosotros contamos con la idea de que el cliente tiene la razón por eso estaremos pendientes de escuchar todas las críticas positivas y negativas con el único fin de mejorar nuestro servicio, el proceso que se sigue específicamente una vez que el cliente haya ingresado al local para inscribirse en uno de nuestros cursos. Nuestras actividades cumplen un círculo de acción, que va desde la planeación de los cursos, horarios, y estrategias hasta el contacto y el curso en sí.

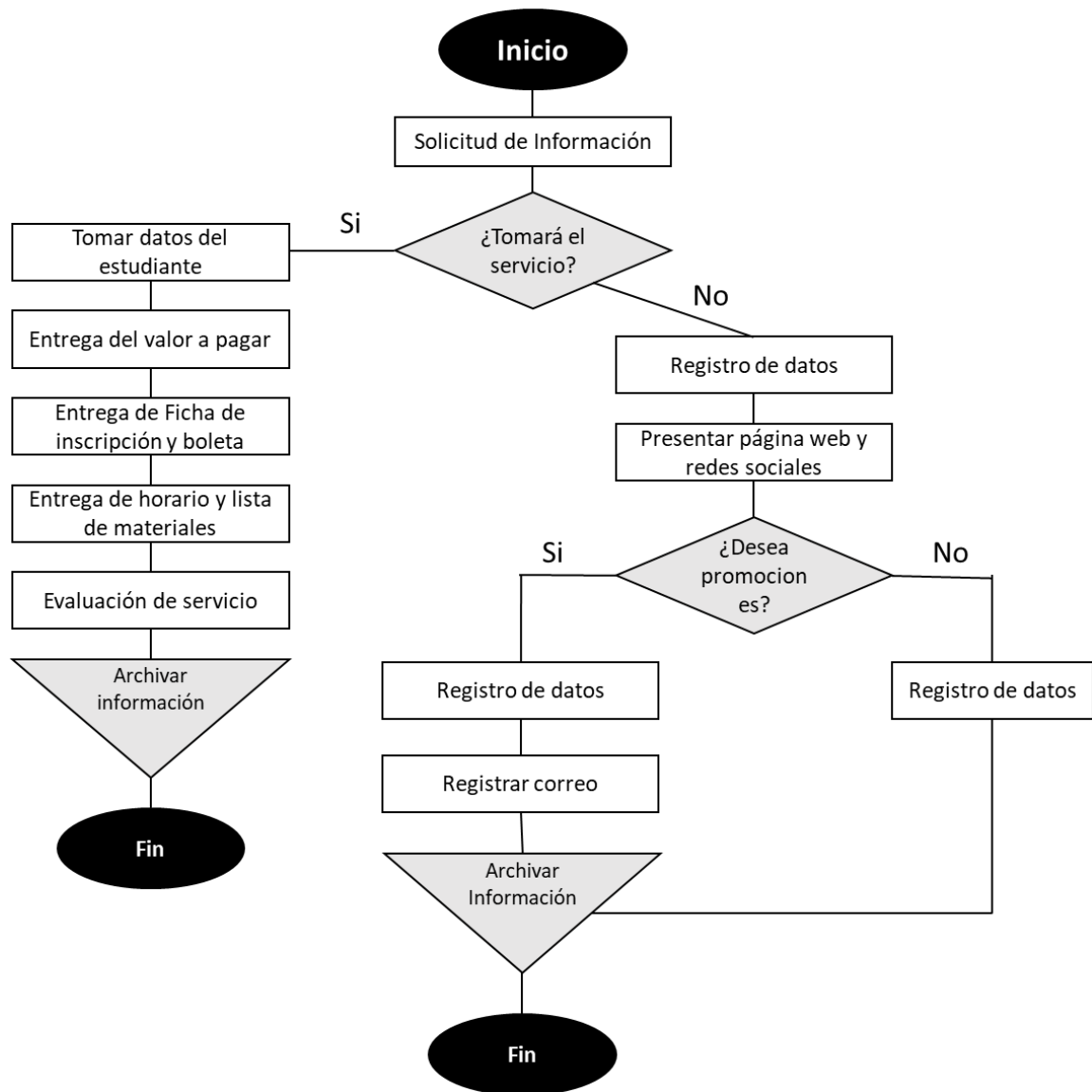
Para conocer a fondo cómo va el proceso se muestra en el cuadro siguiente el flujo de actividades.

Tabla 34. Flujo de actividades – proceso general de la empresa.



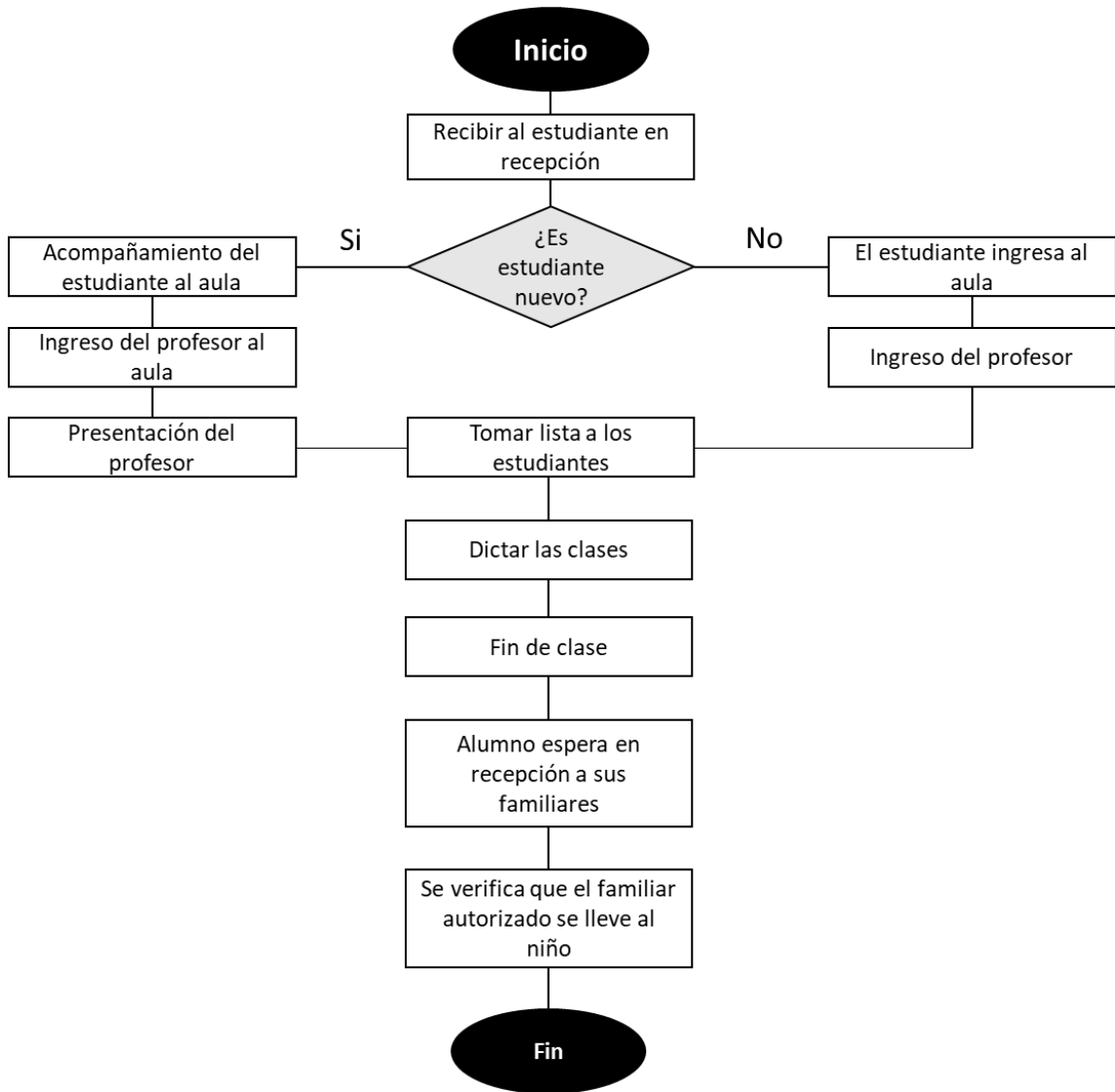
Fuente: Elaboración propia

Figura 25. Diagrama de proceso para la inscripción de un curso.



Fuente: Elaboración propia

Figura 26. Diagrama de proceso para ingreso de Clases.



Fuente: Elaboración propia

6.2. Estudio del Proyecto Macro y Micro Localización.

Para la ubicación de nuestro local se ha tomado en cuenta los siguientes criterios:

- Nuestro mercado se desarrolla en el NSE “C” que es un factor determinante, por lo cual tomaremos en cuenta la distribución en los distritos de este nivel socioeconómico para la calificación.
- La accesibilidad de nuestros clientes hacia nuestro Taller de Dibujo y Pintura dependerá del distrito donde nos ubiquemos, consideramos que es un factor importante para que puedan decidir ir a nuestro Taller.

- El costo de alquiler es un factor importante y considerable, pero no determinante para decidir nuestra ubicación ya que va nuestro Taller va en relación a la buena ubicación donde tenga un fácil acceso y seguridad en el distrito.
- Zona comercial, elegimos que el Taller se ubicará en San Juan de Miraflores ya que nos ubicamos cerca a Real Plaza de Lima Sur, donde se reúnen gran cantidad de familias, donde se buscara promocionar nuestro Taller de Dibujo y Pintura.
- Se debe considerar el número de competidores que existe en el distrito, pero son competencia indirecta ya que son negocios que tienen Talleres por temporadas, como en la etapa de vacaciones, mas no brindan una clase regular durante el año, donde vemos una demanda insatisfecha ya que no hay un Taller que se dedique exclusivamente al arte, por lo cual mi negocio quiere captar ese mercado insatisfecho.
- La seguridad es importante ya que queremos que los padres de familia muestren la confianza de dejar a sus hijos en un lugar seguro, por eso nos ubicamos en un lugar que tiene seguridad y mucha iluminación.

6.2.1. Macro localización

Tomando los criterios anteriores, se ha realizado el siguiente cuadro para determinar con precisión la ubicación del local.

Tabla 35. Macro Localización de local.

MACRO LOCALIZACIÓN DE LOCAL							
		S.J.M.		V.M.T.		V.E.S.	
Factor Determinante	Peso	Calif	Pond	Calif	Pond	Calif	Pond
NSE "C"	0.24	4	0.96	3	0.72	3	0.72
Facilidad de acceso	0.17	3	0.51	1	0.17	3	0.51
Costo del alquiler	0.14	2	0.28	2	0.28	2	0.28
Zona comercial	0.17	4	0.68	1	0.17	1	0.17
N° de competidores	0.12	1	0.12	1	0.12	1	0.12
Seguridad	0.16	2	0.32	2	0.32	2	0.32
Total Calificación	1		2.87		1.78		2.12

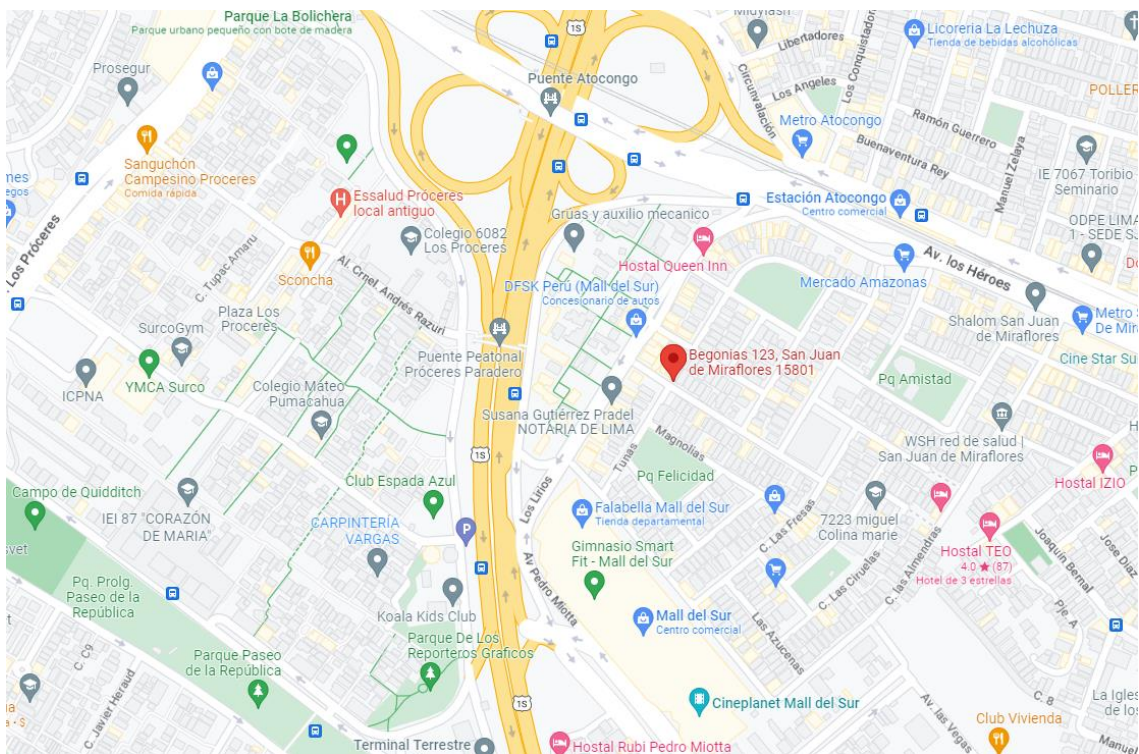
Fuente: Elaboración Propia

Calificación	
Puntuación	Nivel
1	Muy malo
2	Malo
3	Regular
4	Bueno
5	Muy bueno

Fuente: Elaboración propia

El distrito de San Juan de Miraflores es la mayor calificación ponderada y es el mejor distrito que cumple con los criterios establecidos.

Figura 27. Mapa de ubicación del local.



Fuente: Google maps

6.2.2. Micro localización

Luego de haber obtenido como mejor opción en la macro-localización el distrito de San Juan de Miraflores, encontramos 3 puntos estratégicos, siendo estas:

Tabla 36. Detalle de Locales

Ubicación	
Av. Begonias N°123, San Juan de Miraflores	Local 1
Jr. las almendras Mz. U Lt. 18 urb. Entel, S.J.M.	Local 2
Jr. Zona Industrial, Paita 220, San Juan de Miraflores	Local 3

Fuente: Elaboración propia

El local que cumple mejor con los criterios establecidos es el que está ubicado en la Av. Begonias N° 123 – S.J.M. El local es amplio, tiene mucha iluminación, precio de alquiler es accesible y lo más importante es que está ubicado a un punto estratégico ubicado cerca al Mall del Sur, donde cada día es visitado por una gran cantidad de familias, donde se buscara promocionar nuestro negocio.

Tabla 37. Micro localización del local.

MICRO LOCALIZACIÓN DE LOCAL							
Factor determinante	Peso	Local 1		Local 2		Local 3	
		Calif	Pond	Calif	Pond	Calif	Pond
Tamaño del local	0.23	4	0.92	3	0.69	4	0.92
Facilidad de acceso	0.22	5	1.1	2	0.44	1	0.22
Costo de alquiler	0.15	3	0.45	4	0.6	2	0.3
Zona Comercial	0.21	4	0.84	3	0.63	2	0.42
Seguridad	0.19	3	0.57	2	0.38	2	0.38
Total Calificación	1		3.88		2.74		2.24

Fuente: Elaboración propia

Calificación	
Puntuación	Nivel
1	Muy malo
2	Malo
3	Regular
4	Bueno
5	Muy bueno

Fuente: Elaboración propia

6.3. Distribución del Espacio en el Área de Trabajo

Figura 28. Plano general del local.

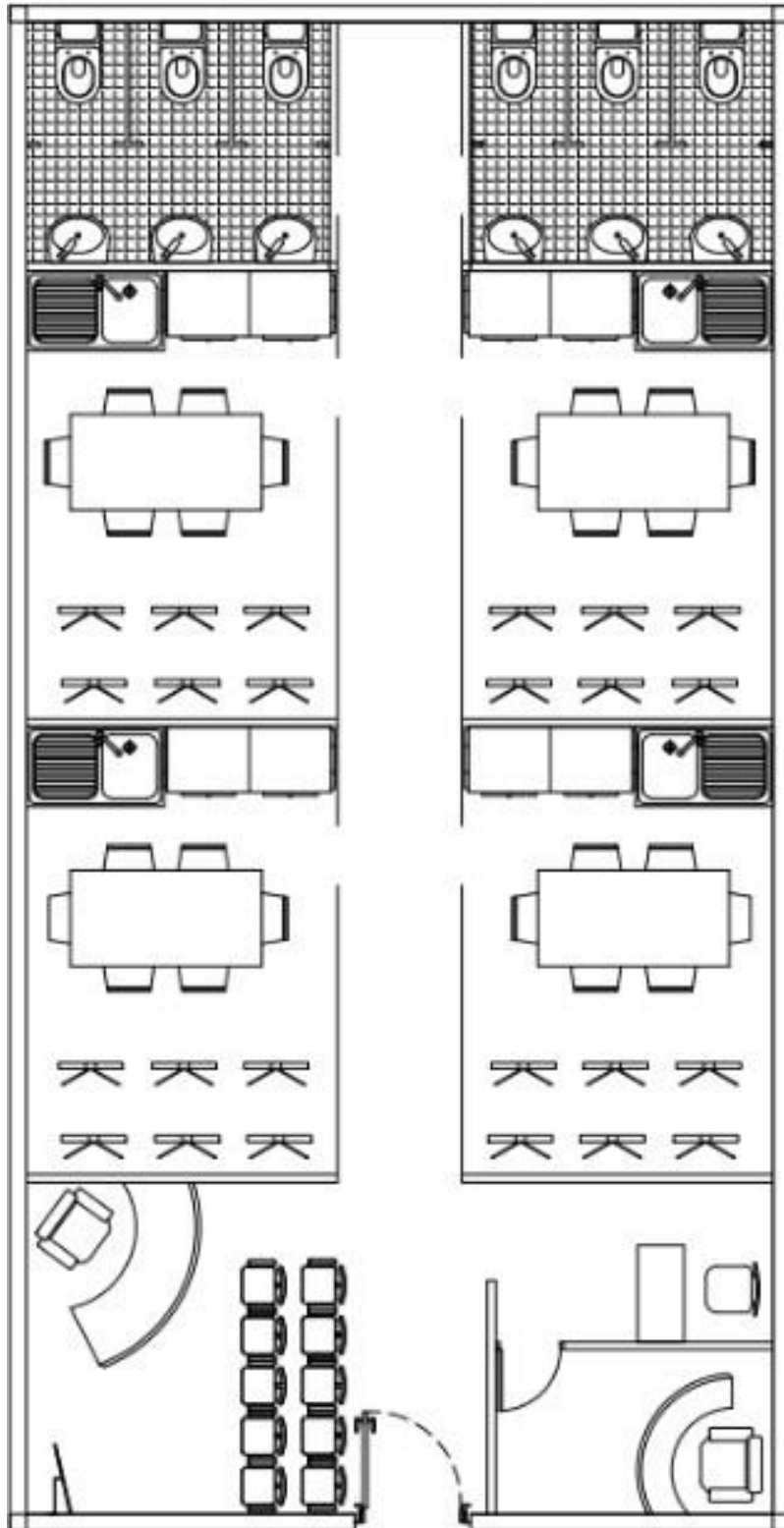


Figura: Elaboración Propia

Figura 29. Fotografías del local (simulación).



Fuente: freepik.es



Fuente: freepik.es



Fuente: freepik.es



Fuente: freepik.es



Fuente: freepik.es



Fuente: freepik.es

6.4. Cálculo de los Materiales

Aquí mostramos a detalle el gasto de los materiales a utilizar para implementar el Taller de Dibujo y Pintura Van Gogh.

Tabla 38. Costo de Muebles y Equipos

	Cant.	Costo Unitario	Costo inc. I.G.V.
Mueble de Recepción	1	S/. 200.00	S/. 200.00
Cuadros	8	S/. 80.00	S/. 640.00
Murales	4	S/. 252.00	S/. 1,008.00
Sillas de oficina	3	S/. 80.00	S/. 240.00
Pizarra	4	S/. 120.00	S/. 480.00
Mesas	4	S/. 500.00	S/. 2,000.00
Caballetes (parados)	24	S/. 100.00	S/. 2,400.00
Caballetes de mesa	36	S/. 30.00	S/. 1,080.00
Bancos - Sillas	68	S/. 15.00	S/. 1,020.00
Colgadores percheros	20	S/. 2.00	S/. 40.00
Estantes cajoneros	4	S/. 200.00	S/. 800.00
Total muebles y enseres			S/. 9,908.00
Televisor 29 pulgadas	1	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00
Ventilador	1	S/. 180.00	S/. 180.00
Aspiradora	1	S/. 300.00	S/. 300.00
Caja Registradora	1	S/. 200.00	S/. 200.00
Teléfono	4	S/. 30.00	S/. 120.00
Proyectores	1	S/. 900.00	S/. 900.00
Total equipo			S/. 2,900.00
Computadora	5	S/. 1,500.00	S/. 7,500.00
Laptops	1	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00
Impresora	2	S/. 800.00	S/. 1,600.00
Total equipo de cómputo			S/. 11,100.00

Fuente: Elaboración Propia

6.5. Determinación De Máquinas, Herramientas Y Equipos

Es necesario determinar la compra de maquinaria, equipo, herramientas y muebles con el cual implementarás el local donde se brindará el servicio, estos deben de responder con la calidad y durabilidad, por ello es necesario buscar

productos que cumplan con los requisitos y las funciones para el cual será su uso.

Por ello a continuación se detallará el equipo, muebles y herramientas a utilizar.

6.5.1. Para las Máquinas y Equipos






Tabla 39. Maquinarias y equipos

Maquinaria Y Equipo	Cantidad
Mueble de Recepción	1
Sillas de oficina	3
Pizarra	4
Mesas	4
Caballetes (parados)	24
Caballetes de mesa	36
Bancos - Sillas	68

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 40. Descripción de maquinaria y equipo

<p>Mueble de Recepción</p> 	<p>Actividad: Lugar donde se registrará a los estudiantes y se realizará el cobro respectivo.</p> <p>Características: Mueble con diferentes compartimentos donde se puede colocar varios documentos.</p> <p>Cantidad Requerida: 1 unid.</p> <p>Proveedor: Servsum</p>
<p>Sillas de Oficina</p> 	<p>Actividad: Lugar donde los administrativos y profesores se sienten para realizar sus actividades.</p> <p>Características: Mueble cómodo y ergonómico de color negro.</p> <p>Cantidad Requerida: 3 unid.</p> <p>Proveedor: Servsum</p>

<p>Pizarra</p> 	<p>Actividad: Mueble donde los profesores explicaras a detalle de la actividad a realizar en la clase.</p> <p>Características: Mueble rectangular amplio de madera como modo pedagógico para la enseñanza de los alumnos.</p> <p>Cantidad Requerida: 4 unid.</p> <p>Proveedor: Servsum</p>
<p>Mesas</p> 	<p>Actividad: Lugar donde los alumnos se ubiquen para atender la clase y realizar sus actividades.</p> <p>Características: Mueble amplio y espacioso. (3m x 4m)</p> <p>Cantidad Requerida: 4 unid.</p> <p>Proveedor: Servsum</p>
<p>Caballetes (parados)</p> 	<p>Actividad: Mueble de apoyo para los cuadros de gran tamaño.</p> <p>Características: Caballete ligero, de fácil movilidad.</p> <p>Cantidad Requerida: 24 unid.</p> <p>Proveedor: Servsum</p>
<p>Caballetes de Mesa</p> 	<p>Actividad: Mueble de apoyo para los cuadros de pequeña a mediano tamaño.</p> <p>Características: Caballete ligero, de fácil movilidad.</p> <p>Cantidad Requerida: 36 unid.</p> <p>Proveedor: Servsum</p>
<p>Bancos</p> 	<p>Actividad: Lugar donde los administrativos y profesores se sienten para realizar sus actividades.</p> <p>Características: Mueble ligero de fácil portabilidad.</p> <p>Cantidad Requerida: 36 unid.</p> <p>Proveedor: Servsum</p>

Fuente: Elaboración propia



6.5.2. Para Las Herramientas Y Equipos

Tabla 41. Muebles y Enseres



MUEBLES Y ENSERES	CANTIDAD
Televisor 29 pulgadas	1
Ventilador	1
Aspiradora	1
Caja Registradora	1
Teléfono	4
Proyector	1
Computadora	3
Laptops	1
Impresora	2

Fuente: Elaboración propia

Tabla 42. Descripción de muebles y enseres

<p>Televisor de 29"</p> 	<p>Actividad: Transmitir los programas preferidos por los clientes.</p> <p>Características: Led 29", Smart Tv UH7650, No curvo.</p> <p>Cantidad Requerida: 1 unid.</p> <p>Proveedor: Servsum</p>
<p>Ventilador</p> 	<p>Actividad: Para poder refrescar el ambiente en momentos de alta de temperatura.</p> <p>Características: Mueble ligero de fácil portabilidad.</p> <p>Cantidad Requerida: 1 unid.</p> <p>Proveedor: Servsum</p>

<p>Aspiradora</p> 	<p>Actividad: Electrodoméstico que ayuda al recojo de los desperdicios.</p> <p>Características: Electrodoméstico ligero de fácil portabilidad.</p> <p>Cantidad Requerida: 1 unid.</p> <p>Proveedor: Servsum</p>
<p>CAJA REGISTRADORA</p> 	<p>Actividad: Registrar las transacciones comerciales e imprime el comprobante de pago. Características: Impresora, cajón de dinero, gestión de clientes, gestión de combos.</p> <p>Cantidad Requerida: 1 unid.</p> <p>Proveedor: Servsum</p>
<p>TELÉFONO</p> 	<p>Actividad: Dispositivo que nos permite realizar y recibir las llamadas telefónicas para cualquier consulta o duda. Características: Mueble ligero de fácil portabilidad.</p> <p>Cantidad Requerida: 1 unid.</p> <p>Proveedor: Servsum</p>
<p>PROYECTOR</p> 	<p>Actividad: Equipo que nos ayudará a proyectar nuestros ppts para las capacitaciones y reuniones que se realizaran Características: Mueble ligero de fácil portabilidad.</p> <p>Cantidad Requerida: 1 unid.</p> <p>Proveedor: Servsum</p>
<p>COMPUTADOR</p> 	<p>Actividad: Para realizar documentos, diseñar imágenes, mediciones, cálculos de ingresos y egresos. Características: Core I3, disco duro 1TB, Memoria 4GB, Grabador. Cantidad Requerida: 3 unid.</p> <p>Proveedor: Servsum</p>

<p>LAPTOPS</p> 	<p>Actividad: Para realizar Diseños publicitarios y tomar datos de nuevos clientes, enviar correos publicitarios y todo lo correspondiente al marketing. Características: Marca HP, Core I3, 1TB,8 GB.</p> <p>Cantidad Requerida: 1 unid.</p> <p>Proveedor: Servsum</p>
<p>IMPRESORA</p> 	<p>Actividad: Equipo que servirá para imprimir documentos . Características: Epson L365</p> <p>Cantidad Requerida: 1 unid.</p> <p>Proveedor: Servsum</p>

Fuente: Elaboración propia

VII. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

7.1. Presupuesto de Ventas e Ingresos

En el presupuesto de ventas e ingresos, se menciona el volumen de ventas, así como el valor monetario que estas representan.

Para poder deducir el ingreso de las ventas, tuvimos que elaborar la capacidad de grupos por mes, los cuales detallamos en la siguiente tabla:

Tabla 43. Capacidad de grupos de estudiantes por mes.

Capacidad de Grupos por Mes			
Días	Turnos	Aulas	Grupos
martes - jueves	3	4	12
miércoles -viernes	3	4	12
sábado - domingo	4	4	16
	TOTAL		40

Fuente: Elaboración propia

En la siguiente tabla mostraremos la capacidad máxima de alumnos por mes tomando en cuenta que cada salón puede tener un máximo de 15 alumnos.

Tabla 44. Capacidad de alumnos por mes.

Capacidad Total de Alumnos por Mes			
Días	Grupos	Cap. Max. de Alumnos	Total
Martes - jueves	12	15	180
miércoles -viernes	12	15	180
sábado-Domingo	16	15	240
Total			600

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla se muestra el porcentaje mínimo de captación del mercado, considerando que somos una empresa nueva y al no ser tan reconocidos en el mercado captaremos el 40% del total máximo de nuestra capacidad de atención.

Tabla 45. Porcentaje mínimo de captación de mercado

Capacidad Máxima De Alumnos Por Mes	% Min De Captación De Mercado	Probabilidad Captación De Mercado
600	40%	240

Fuente: Elaboración propia

En el presupuesto de ingresos se considera las ventas proyectadas en la estimación de la demanda. En la Tabla N° 46 se muestra el presupuesto de ventas por unidades y de valor de venta obtenidos.

Tabla 46. Presupuesto de Venta en unidades

Presupuesto de Ventas: Crecimiento de Cantidad de Alumnos													
Talleres	Total	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
% de Crecimiento			5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	8%	8%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%
Prob. de cap. De Mercado	240	240	252	265	278	292	306	331	357	355	383	414	410
Estimulación Artística	18	18	19	20	21	22	23	25	27	27	29	31	31
Arte y Creatividad	19	19	20	21	22	23	24	26	28	28	30	33	32
Acuarela	21	21	22	23	24	26	27	29	31	31	34	36	36
Grafiti	42	42	44	46	49	51	54	58	63	62	67	72	72
Dibujo de animales	23	23	24	25	27	28	29	32	34	34	37	40	39
Retrato y Figura Humana	48	48	50	53	56	58	61	66	71	71	77	83	82
Dibujo Pintura con Acrílico	33	33	35	36	38	40	42	45	49	49	53	57	56
Técnicas de pintura al óleo	36	36	38	40	42	44	46	50	54	53	57	62	62

Fuente: Elaboración propia

A continuación, mostramos la probabilidad del ingreso mensual por los 8 cursos en el primer mes.

Tabla 47. Ingreso por producto

INGRESO POR PRODUCTO				
Ingreso Por Taller	=	Precio del Servicio	x	Cant. Vendita por Servicio
S/. 24,000.00	=	S/. 100.00	x	240

Fuente: Elaboración propia

Tabla 48. Presupuesto de Ingresos

PRESUPUESTO DE VENTAS:													
INGRESOS													
Talleres	Total	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
% de Crecimiento			4.0%	4.0%	4.0%	4.0%	4.0%	8%	8%	4.0%	4.0%	4.0%	4.0%
Prob. De cap. De Mercado	S/. 24,000.00	S/. 24,000.00	S/. 24,960.00	S/. 25,958.40	S/. 26,996.74	S/. 28,076.61	S/. 29,199.67	S/. 31,535.64	S/. 34,058.49	S/. 32,845.66	S/. 34,159.48	S/. 35,525.86	S/. 36,946.90
Estimulación Artística	S/. 1,800.00	S/. 1,800.00	S/. 1,872.00	S/. 1,946.88	S/. 2,024.76	S/. 2,105.75	S/. 2,189.98	S/. 2,365.17	S/. 2,554.39	S/. 2,463.42	S/. 2,561.96	S/. 2,664.44	S/. 2,771.02
Arte y Creatividad	S/. 1,900.00	S/. 1,900.00	S/. 1,976.00	S/. 2,055.04	S/. 2,137.24	S/. 2,222.73	S/. 2,311.64	S/. 2,496.57	S/. 2,696.30	S/. 2,600.28	S/. 2,704.29	S/. 2,812.46	S/. 2,924.96
Acuarela	S/. 2,100.00	S/. 2,100.00	S/. 2,184.00	S/. 2,271.36	S/. 2,362.21	S/. 2,456.70	S/. 2,554.97	S/. 2,759.37	S/. 2,980.12	S/. 2,874.00	S/. 2,988.95	S/. 3,108.51	S/. 3,232.85
Grafiti	S/. 4,200.00	S/. 4,200.00	S/. 4,368.00	S/. 4,542.72	S/. 4,724.43	S/. 4,913.41	S/. 5,109.94	S/. 5,518.74	S/. 5,960.24	S/. 5,747.99	S/. 5,977.91	S/. 6,217.03	S/. 6,465.71
Dibujo de animales	S/. 2,300.00	S/. 2,300.00	S/. 2,392.00	S/. 2,487.68	S/. 2,587.19	S/. 2,690.67	S/. 2,798.30	S/. 3,022.17	S/. 3,263.94	S/. 3,147.71	S/. 3,273.62	S/. 3,404.56	S/. 3,540.74
Retrato y Figura Humana	S/. 4,800.00	S/. 4,800.00	S/. 4,992.00	S/. 5,191.68	S/. 5,399.35	S/. 5,615.32	S/. 5,839.93	S/. 6,307.13	S/. 6,811.70	S/. 6,569.13	S/. 6,831.90	S/. 7,105.17	S/. 7,389.38
Dibujo Pintura con Acrílico	S/. 3,300.00	S/. 3,300.00	S/. 3,432.00	S/. 3,569.28	S/. 3,712.05	S/. 3,860.53	S/. 4,014.95	S/. 4,336.15	S/. 4,683.04	S/. 4,516.28	S/. 4,696.93	S/. 4,884.81	S/. 5,080.20
Técnicas de pintura al óleo	S/. 3,600.00	S/. 3,600.00	S/. 3,744.00	S/. 3,893.76	S/. 4,049.51	S/. 4,211.49	S/. 4,379.95	S/. 4,730.35	S/. 5,108.77	S/. 4,926.85	S/. 5,123.92	S/. 5,328.88	S/. 5,542.03

Fuente: Elaboración propia

7.2. Presupuesto De Costos

En presupuesto de costos, se definen los presupuestos de egresos que corresponde al proyecto.

Tabla 49. Depreciación de Bienes Tangibles

Concepto	Inversión	%	V. Anual	V. Mensual
Muebles y enseres	S/. 9,908.00	10%	S/. 990.80	S/. 82.57
Equipamiento	S/. 2,900.00	20%	S/. 580.00	S/. 48.33
Equipo de cómputo	S/. 11,100.00	20%	S/. 2,220.00	S/. 185.00
Total	S/. 23,908.00		S/. 3,790.80	S/. 315.90

Fuente: Elaboración propia

Tabla 50. Gastos Administrativos.

Concepto	V. Mensual	V. Anual
Gerente General	S/. 5,015.00	S/. 60,180.00
Administrador	S/. 2,515.00	S/. 30,180.00
Marketing	S/. 1,515.00	S/. 18,180.00
Profesores (2)	S/. 4,800.00	S/. 57,600.00
Auxiliar	S/. 1,200.00	S/. 14,400.00
Recepcionista	S/. 3,015.00	S/. 36,180.00
Seguridad (Tercerizado)	S/. 1,140.00	S/. 13,680.00
Encargado de Limpieza (Tercerizado)	S/. 1,077.50	S/. 12,930.00
Alquiler de local	S/. 3,000.00	S/. 36,000.00
Servicios	S/. 550.00	S/. 6,600.00
Material de oficina	S/. 57.50	S/. 690.00
TOTAL	S/. 23,885.00	S/. 286,620.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 51. Publicidad.

Publicidad		
Servicio de página Web	S/.	45.00
Volantes	S/.	150.00
Merchadising	S/.	524.00
TOTAL	S/.	719.00

Fuente: Elaboración propia

7.3. Presupuesto De Inversiones

El proyecto requiere la inversión en activos fijos tangibles, activos fijos, gastos preoperativos y capital de trabajo.

- **Inversión de Activos Fijos**

Los activos fijos corresponden a los activos físicos e intangibles que han sido adquiridos para la operación de la empresa.

Tabla 52. Costos de activos fijos.

Detalle	Costo inc. I.G.V.
Muebles y enseres	S/. 9,908.00
Equipamiento	S/. 2,900.00
Equipo de cómputo	S/. 11,100.00
TOTAL	S/. 60,328.00

Fuente: Elaboración propia

El listado a detalle de las cantidades y costos de los activos fijos se presenta a continuación:

- **Gastos Pre-Operativos**

Los gastos preoperativos son aquellas actividades que generan costos durante el primer mes en el cual la empresa está realizando actividades de implementación y diseño de las actividades antes de empezar sus operaciones. Está compuesto por las actividades antes de empezar sus operaciones. Se muestran a continuación los gastos mencionados:

Tabla 53. Gastos operativos.

GASTOS PREOPERATIVOS	
CONCEPTO	VALOR
Gastos de Constitución	S/. 1,042.75
Gastos de Ambientación	S/. 7,167.00
Marketing de Lanzamiento	S/. 1,000.00
Condiciones de Alquiler Garantía)	S/. 6,000.00
Estudio de Mercado	S/. 500.00
TOTAL	S/. 15,709.75

Fuente: Elaboración propia

- **Inversión Total**

La inversión total esta mencionada por los conceptos previamente mostrados, en adición a ellos, también se incluye el alquiler pagado por adelantado y el capital de trabajo, que corresponde al monto aproximado del déficit entre los ingresos y egresos, se muestra a detalle de la inversión total.

Tabla 54. Inversión total

Concepto	Detalle	Costo Inc. I.G.V
Activos Fijos	Construcción y ambientación	36,420.00
	Muebles y enseres	9,908.00
	Equipamiento	2,900.00
	Equipo de cómputo	11,100.00
Gastos Pre-Operativos	Gastos de Constitución	1,042.75
	Gastos de Ambientación	7,167.00
	Marketing de Lanzamiento	1,000.00
	Condiciones de Alquiler - Garantía	6,000.00
	Estudio de Mercado	500.00
Capital De Trabajo	Capital de trabajo	18,922.80
TOTAL		94,960.55

Fuente: Elaboración propia

7.3.1. Cálculo del Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio nos ayuda a determinar a partir de cuantos servicios brindados empezamos a ganar. Esto es muy importante porque nos permite fijarnos meta respecto de cuantos alumnos deben adquirir el servicio como mínimo en un determinado periodo.

Para calcular el punto de equilibrio para el mes, debemos aplicar la siguiente formula:

$$Pe = CF / (PVU - CVU)$$

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{25,230.40}{100} = 252$$

100

7.4. Análisis Financiero

7.4.1. El Estado De Resultado Proyectado

Tabla 55. Estado de Resultados.

Concepto	Año 1	Año 2
Ingresos	S/. 364,263.45	S/. 473,542.48
(-) Gastos Operativos	S/. 306,555.60	S/. 393,594.24
Utilidad antes de intereses e impuestos	S/. 57,707.85	S/. 79,948.24
(-) Gastos Financieros (intereses)	S/. 8,663.96	S/. 5,630.08
(-) Amortización	S/. 10,425.95	S/. 10,425.95
Utilidad antes de impuestos	S/. 38,617.94	S/. 63,892.21
(-) 29.5% Impuestos a la renta.	S/. 11,392.29	S/. 18,848.20
Utilidad Neta	S/. 27,225.64	S/. 45,044.01

Elaboración propia

7.4.2. El flujo de caja económico

Tabla 56. Flujo de caja económico

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Inversión	S/. -94,960.55		30%	10%	10%	10% 73%	57%	10%			246%
Activo Fijo	S/. -23,908.00					(37,908.00)					
Gast. Preop	S/. -52,129.75					-50,587.00					
							S/. 18,954				
Ingresos		S/. 364,263	S/. 473,542	S/. 520,897	S/. 572,986	S/. 630,285	S/. 994,548	S/. 1,103,828	S/. 1,151,182	S/. 1,203,271	S/. 1,260,570
Egresos		S/. 306,556	S/. 397,385	S/. 436,744	S/. 480,040	S/. 527,665	S/. 834,220	S/. 925,050	S/. 964,409	S/. 1,007,705	S/. 1,055,329
Gastos Operat.		S/. 302,765	S/. 393,594	S/. 432,954	S/. 476,249	S/. 523,874	S/. 826,639	S/. 917,468	S/. 956,828	S/. 1,000,123	S/. 1,047,748
Depreciac.		S/. 3,791	S/. 3,791	S/. 3,791	S/. 3,791	S/. 3,791	S/. 7,582	S/. 7,582	S/. 7,582	S/. 7,582	S/. 7,582
Amortización		S/. 10,426	S/. 10,426	S/. 10,426	S/. 10,426	S/. 10,426	S/. 10,117	S/. 10,117	S/. 10,117	S/. 10,117	S/. 10,117
Flujo A.I		S/. 57,708	S/. 76,157	S/. 84,152	S/. 92,947	S/. 102,620	S/. 160,328	S/. 178,778	S/. 186,773	S/. 195,567	S/. 205,241
Impuestos		S/. 17,024	S/. 22,466	S/. 24,825	S/. 27,419	S/. 30,273	S/. 47,297	S/. 52,739	S/. 55,098	S/. 57,692	S/. 60,546
Flujo D.I.	(0.0625)	S/. 40,684	S/. 53,691	S/. 59,327	S/. 65,527	S/. 72,347	S/. 113,031	S/. 126,038	S/. 131,675	S/. 137,875	S/. 144,695
Capital De Trab.	S/. -18,923		S/. -5,677	S/. -2,460	S/. -2,706	S/. -2,977	S/. -18,923	S/. -5,677	S/. -2,460	S/. -2,706	S/. -2,977
Cap. Trab. Final											S/. 65,484
Valor Activos											S/. 25,000
Imp. Valor Act.											S/. -6,014
Depreciac.		S/. 3,791	S/. 3,791	S/. 3,791	S/. 3,791	S/. 3,791	S/. 7,582	S/. 7,582	S/. 7,582	S/. 7,582	S/. 7,582
Flujo Económico	S/. -94,960.55	S/. 44,475	S/. 51,805	S/. 60,658	S/. 66,612	S/. -15,333	S/. 101,690	S/. 127,943	S/. 136,796	S/. 142,750	S/. 233,770
Préstamo	S/. 66,472.39										
Amortiz.		S/. -18,962	S/. -21,996	S/. -25,515							
Interés		S/. -8,664	S/. -5,630	S/. -2,111							
Escudo Fiscal		S/. 2,556	S/. 1,661	S/. 623							
Flujo De Financ.	S/. 66,472.39	S/. -25,070	S/. -25,965	S/. -27,003							
Flujo Financiero	S/. -28,488.17	S/. 19,405	S/. 25,840	S/. 33,655	S/. 66,612	S/. -15,333	S/. 101,690	S/. 127,943	S/. 136,796	S/. 142,750	S/. 233,770
Flujo Financ. Acu	S/. -28,488.17	S/. -9,083	S/. 16,757	S/. 50,412	S/. 117,024	S/. 101,691	S/. 203,381	S/. 331,324	S/. 468,120	S/. 610,871	S/. 844,641

Fuente: Elaboración propia

7.4.3. El Flujo de la Deuda

Para conseguir el financiamiento de la inversión surgieron tres opciones, de las cuales por selección de beneficios obtenidos se escogió la opción del banco Scotiabank, con una tasa efectiva anual de 16% por 3 años con cuotas mensuales fijas.

Tabla 57. Tasa de Interés del Sistema Bancario.

Tasa Anual (%)	Scotiabank	Crédito	Continental
Préstamos a más de 360 días	16%	17.50%	18.30%

Fuente: Elaboración propia

El cronograma del pago del financiamiento se muestra a detalle:

Tabla 58. Cronograma de Pago del Financiamiento.

Cronograma de Pagos de la Deuda	
PLAZO	3
TASA EFECTIVA ANUAL	16%
TASA EFECTIVA MENSUAL	1.25%
CUOTAS MENSUALES	S/. 2,302.14
MONTO FINANCIADO	S/. 66,472.39

N°	Saldo Inicial	Cuota	Interés	Amortización	Saldo Fin.	Amortización Anual	Interés
1	S/. 66,472.39	S/. 2,302.14	827.257999	S/. 1,474.89	S/. 64,997.50	S/. 18,961.77	S/. 8,663.96
2	S/. 64,997.50	S/. 2,302.14	808.902832	S/. 1,493.24	S/. 63,504.26		
3	S/. 63,504.26	S/. 2,302.14	790.319232	S/. 1,511.83	S/. 61,992.43		
4	S/. 61,992.43	S/. 2,302.14	771.504357	S/. 1,530.64	S/. 60,461.79		
5	S/. 60,461.79	S/. 2,302.14	752.455328	S/. 1,549.69	S/. 58,912.10		
6	S/. 58,912.10	S/. 2,302.14	733.169231	S/. 1,568.98	S/. 57,343.13		
7	S/. 57,343.13	S/. 2,302.14	713.643116	S/. 1,588.50	S/. 55,754.62		
8	S/. 55,754.62	S/. 2,302.14	693.873996	S/. 1,608.27	S/. 54,146.35		
9	S/. 54,146.35	S/. 2,302.14	673.858846	S/. 1,628.29	S/. 52,518.07		
10	S/. 52,518.07	S/. 2,302.14	653.594605	S/. 1,648.55	S/. 50,869.52		
11	S/. 50,869.52	S/. 2,302.14	633.078173	S/. 1,669.07	S/. 49,200.45		
12	S/. 49,200.45	S/. 2,302.14	612.306411	S/. 1,689.84	S/. 47,510.61		
13	S/. 47,510.61	S/. 2,302.14	591.276142	S/. 1,710.87	S/. 45,799.75		
14	S/. 45,799.75	S/. 2,302.14	569.984148	S/. 1,732.16	S/. 44,067.58		
15	S/. 44,067.58	S/. 2,302.14	548.427172	S/. 1,753.72	S/. 42,313.87		
16	S/. 42,313.87	S/. 2,302.14	526.601917	S/. 1,775.54	S/. 40,538.32		
17	S/. 40,538.32	S/. 2,302.14	504.505043	S/. 1,797.64	S/. 38,740.69		
18	S/. 38,740.69	S/. 2,302.14	482.133171	S/. 1,820.01	S/. 36,920.67		
19	S/. 36,920.67	S/. 2,302.14	459.482877	S/. 1,842.66	S/. 35,078.01		

20	S/. 35,078.01	S/. 2,302.14	436.550698	S/. 1,865.59	S/. 33,212.42	S/. 21,995.65	S/. 5,630.08
21	S/. 33,212.42	S/. 2,302.14	413.333124	S/. 1,888.81	S/. 31,323.61		
22	S/. 31,323.61	S/. 2,302.14	389.826605	S/. 1,912.32	S/. 29,411.29		
23	S/. 29,411.29	S/. 2,302.14	366.027544	S/. 1,936.12	S/. 27,475.17		
24	S/. 27,475.17	S/. 2,302.14	341.9323	S/. 1,960.21	S/. 25,514.96		
25	S/. 25,514.96	S/. 2,302.14	317.537187	S/. 1,984.61	S/. 23,530.35	S/. 25,514.96	S/. 2,110.78
26	S/. 23,530.35	S/. 2,302.14	292.838474	S/. 2,009.31	S/. 21,521.05		
27	S/. 21,521.05	S/. 2,302.14	267.832382	S/. 2,034.31	S/. 19,486.73		
28	S/. 19,486.73	S/. 2,302.14	242.515086	S/. 2,059.63	S/. 17,427.10		
29	S/. 17,427.10	S/. 2,302.14	216.882713	S/. 2,085.26	S/. 15,341.84		
30	S/. 15,341.84	S/. 2,302.14	190.931341	S/. 2,111.21	S/. 13,230.63		
31	S/. 13,230.63	S/. 2,302.14	164.657	S/. 2,137.49	S/. 11,093.14		
32	S/. 11,093.14	S/. 2,302.14	138.055672	S/. 2,164.09	S/. 8,929.05		
33	S/. 8,929.05	S/. 2,302.14	111.123287	S/. 2,191.02	S/. 6,738.03		
34	S/. 6,738.03	S/. 2,302.14	83.8557245	S/. 2,218.29	S/. 4,519.74		
35	S/. 4,519.74	S/. 2,302.14	56.2488134	S/. 2,245.90	S/. 2,273.85		
36	S/. 2,273.85	S/. 2,302.14	28.2983305	S/. 2,273.85	S/. 0.00		

Fuente: Elaboración propia

7.4.4. Estado de Situación Financiera

El estado de situación financiera, es un documento contable que refleja la situación patrimonial de una empresa en un periodo determinado, nosotros realizamos la situación financiera de año 0 y año 1.

Tabla 59. Estado de Situación Financiera.

Activo	Año 0	Año 1	Pasivo y Patrimonio	Año 0	Año 1
Activo Corriente	S/. 18,922.80	S/. 41,403.42	Pasivo Corriente	S/. 0.00	S/. 0.00
Caja Bancos	S/. 18,922.80	S/.41,403.42	Proveedores		
Cuentas X Cobrar			Cuentas Por Pagar		
Inventarios			Impuestos Por Pagar		
Activo Corriente Total	S/. 18,922.80	S/. 41,403.42	Pasivo No Corriente	S/.66,472.39	S/.47,510.61
			Deuda	66,472.39	47,510.61
Activo No Corriente	S/.76,037.75	S/.61,821.00	Pasivo Total		
Muebles Y Equipo	S/.23,908.00	S/.23,908.00	Patrimonio	S/. 28,488.17	S/. 55,713.81
Depreciación + Amortización		-S/.14,216.75	Capital Social	S/. 28,488.17	S/. 28,488.17
Activos Intangibles	S/.52,129.75	S/.52,129.75	Utilidades		S/. 27,225.64
Gastos Preoperativos	S/.52,129.75	S/.52,129.75			
Total Activos	S/.94,960.55	S/.103,224.42	Total Activos Y Patrimonio	S/.94,960.55	S/.103,224.42

Fuente: Elaboración propia

VIII. EVALUACIÓN DE FACTIBILIDAD

8.1. Beneficios Para los Grupos de Interés

- Inversionista. El inversionista logrará recuperar su dinero y alcanzará una considerable rentabilidad, más adelante se plantea realizar una inversión con la ganancia.
- Trabajadores. Los colaboradores esperan que la empresa les brinde oportunidades de crecimiento profesional en un ambiente adecuado de trabajo, donde se respeten los derechos laborales.
- Proveedores. Los proveedores son nuestros aliados estratégicos, por lo que se debe tener un trato de cooperación mutua, ya que nuestro crecimiento como empresa los beneficia directamente.
- Cliente. El estado apoya a todas las empresas mediante la implementación de programas para las pequeñas y medianas empresa esperando que los nuevos empresarios cumplan con pagar sus tributos y demás obligaciones.
- Comunidad. Con la idea de este negocio se ayuda a la comunidad, ya que tanto los niños y adolescentes utilizaran la energía que les caracteriza de una forma positiva.

8.2. Evaluación Social

8.2.1. Valor Actual Neto

El VAN es un indicador que cuando es mayor a 0 el proyecto se debe aceptar. A continuación, se muestra el resultado del VAN Económico y VAN Financiera calculados del flujo de caja correspondiente.

Tabla 60. VAN Económico y Financiero.

VANE	S/. 224,810.31
Costo De Cap.	18.70%
Valor Actual	S/. 319,770.86
Inversión	S/. -94,960.55
VANF	235,588.22
Costo De Cap.	18.70%
Valor Actual	S/. 264,076.39
Inversión	S/. -28,488.17

Fuente: Elaboración propia

8.2.2. TIR Económico Y Financiero

La TIR se halla con los flujos de caja económico y financiero pues evalúa la rentabilidad del proyecto en términos de capital propio.

Tabla 61. TIR Económico.

Flujo Económico	S/. -94,960.55	S/. 44,475	S/. 51,805	S/. 60,658	S/. 66,612	S/. -15,333	S/. 101,690	S/. 127,943	S/. 136,796	S/. 142,750	S/. 233,770
TIR Econ.	57%										

Fuente: Elaboración propia

Tabla 62. TIR Financiero.

Flujo Financiero	S/. -28,488.17	S/. 19,405	S/. 25,840	S/. 33,655	S/. 66,612	S/. -15,333	S/. 101,690	S/. 127,943	S/. 136,796	S/. 142,750	S/. 233,770
TIR Financiero	97.91%										

Fuente: Elaboración propia

8.2.3. Responsabilidad Social Empresarial

La responsabilidad social empresarial es un aspecto muy importante a considerar como consecuencia a mis actos empresariales, de tal forma que no perjudiquen al medio ambiente, la sociedad, el mercado o el puesto de trabajo

Ambiental:

- Adoptar una pequeña área verde y fomentar en todos los integrantes dentro de la organización el cuidado e importancia del mismo.
- Fomentar el cuidado de consumo de energía, por ejemplo: apagando los equipos o iluminaciones que no se estén usando.
- Ahorro del agua, al momento de lavar los materiales o realización de limpieza, se mantendrá el cuidado, de que el mismo no sea desperdiciado en cantidades inadecuadas.
- Promover la educación de “no contaminación”, manteniendo reglas de higienes apropiadas en cada ambiente de trabajo.
- Marketing responsable, solo por inicios de campaña se usarán volantes que permitan conocer a la nueva empresa. Pero con material no toxico, posteriormente se fomentará la difusión por medio de redes con el fin de no hacer contaminación ambiental.

Fomento de Reciclaje:

- Los envases y materiales usados serán utilizados de forma inversa, para dar uso a lo reciclable. Con estos materiales se puede realizar diferentes actividades y divertidas manualidades para despertar la creatividad ecológica. Hay muchas ideas como; crear cuadros con relieve, portalápices, tablas, herramientas, separadores, etc. Se enseñará a los estudiantes las técnicas de pintura y dibujo, pero se dejará a imaginación las diferentes piezas que se puede realizar con materiales reciclados. Adicionalmente se exhibirá las piezas artísticas con materiales reciclados, para fomentar esta tendencia del cuidado del medio ambiente.

Limpieza:

- Mantener los ambientes limpios, creando reglamentos de higiene laboral.

- Los espacios a utilizar, tendrán el aseo correspondiente con productos de limpieza no tóxicos.
- La clasificación de los desechos será según la distribución apropiada de limpieza: Orgánico, Papel y cartón, Plástico, Latas y metal.
- Materiales de pintura: Se solicitarán materiales no tóxicos o con químicos que afecten al medio ambiente o la salud de nuestros alumnos.

Compromiso social:

- Después de lograr recuperación de capital en el tiempo pronosticado, se realizarán concursos de becas cubiertas con el 50% y becas cubiertas con el 100%. Con el fin de fomentar el desarrollo y promover la creatividad en nuestros clientes, como un beneficio de desarrollo cultural.
- Iniciativas de programas culturales que beneficien a la comunidad, como exposiciones de pintura, arte que demuestren el avance de la creatividad e innovación de nuestros jóvenes de hoy. Promesas del futuro. Así mismo con el fin de enriquecer la cultura de la sociedad.

CONCLUSIONES

Las principales conclusiones a las que se llega con el proyecto de negocio son las siguientes:

- Se encontró una oportunidad de negocio muy importante con la ayuda del análisis del entorno, tanto los factores políticos y culturales que hacen que propaguen con mayor fuerza las actividades de culturales y eso hace que en su mayoría de las madres de familia quieren que sus hijos desarrollen nuevas habilidades y que logren ampliar su creatividad.
- El plan de negocio buscar nueva demanda insatisfecha de los potenciales clientes, ya que en la zona sur no hay ninguna entidad particular que solo se dedique a enseñar Dibujo y Pintura, solo encontramos talleres eventuales por vacaciones.
- El plan de negocio de Dibujo y Pintura está dirigida a niños de 5 a
- 14 años, quienes dependen económicamente de sus padres por eso para el nivel de muestra se consideró a madres de familia de 25 a 44 años de edad, ya que en la mayoría de ellas son las administradoras del hogar y quienes toman la última decisión.
- A través del proceso productivo, se utilizaron los criterios para definir las zonas geográficas escogidas para el plan de negocio Taller de Dibujo y Pintura Van Gogh, la cual se ubica como punto estratégico en San Juan de Miraflores, ya que es una zona comercial y puede ayude mucho en la propagación de la publicidad.
- La evaluación del proyecto requiere como inversión total S/. 94,960.55, el 70% será financiado por el banco Scotiabank, siendo los 30% restantes aporte propio de un único socio.
- El análisis de sensibilidad se realizó utilizando la variación para los ingresos y egresos, las variables de precio, demanda, costos fijos y gastos de personal. En los escenarios más favorables se evidencio que el proyecto aumenta la rentabilidad significativamente, el proyecto se muestra solido al transcurrir de los años al poder tener indicadores económicos y financieros mayores al costo promedio ponderado de capital.

RECOMENDACIONES

De la misma manera presentamos las recomendaciones que se deben considerar:

- Se debe de considerar siempre la publicidad como un factor importante, ya que nos ayudara mucho con la propagación de información de nuestro servicio brindado.
- Se buscará alianzas estratégicas con instituciones privadas, se debe de tener un alto nivel de negociación donde podamos implantar nuestra idea de negocio y lograr captar nuevos mercados.
- Invertir en capacitación del talento humano pues es un factor importante ya que es un activo que tiene la empresa depende de ellos ya que es una empresa que brinda servicios.
- Se debe tener innovación en las políticas de marketing constantes.
- Se debe implementar estándares de calidad en el servicio con el único fin de fidelizar a nuestros clientes y conseguir nuevos usuarios del servicio.
- Realizar siempre un plan de financiamiento a medida que el mercado crezca, se debe de considerar el incremento de gastos, costos y el ingreso de ventas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arellano Marketing. (5 de enero de 2015). Estudio Nacional del Consumidor Peruano. <http://www.arellanomarketing.com/inicio/oportunidades-para-el-2015/>
- Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados. (29 de enero de 2016). Niveles Socioeconómicos. <http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2016.pdf>
- Banco Central De Reserva Del Perú. (8 de enero de 2016). Reporte de Inflación. <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2016/diciembre/reporte-de-inflaciondiciembre-2016.pdf>
- Bonilla, L. (1998). Dirección Estratégica para organizaciones Inteligentes.1° (pp.77). Euned
- Cámara de Lima. (8 de enero de 2016), APEC Genera Espacios Propicios para el Crecimiento de las Pymes. http://www.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/r753_1/especial
- Castro, J. G. (19 de enero de 2016). Banco Central de Reserva del Perú. Recuperado el 19 de enero de 2016, de Pintura Republicana del Perú. <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Proyeccion-Institucional/Museo/pintura-epublicana.pdf>
- Chang, R. (1993). Las Herramientas para la Mejora Continua de la Calidad. (2° Ed). (p.51). Granica.
- FMI. (8 de enero de 2017). Inflación y crecimiento enero 2017. <https://www.imf.org/external/spanish/pubs/ft/weo/2017/update/01/pdf/0117s.pdf>
- Frances, A. (2006). Estrategias y Planes para la Empresa con el Cuadro de Mando Integral. (1° Ed.) (p.156). Pearson
- Financiera CrediScotia. Tarifas. (10 de marzo). Recuperado de: <http://cdn.agilitycms.com/scotiabankperu/CrediScotia/pdfs/tarifas/036C.pdf>
- Fred, R. (2003). Administración Estratégica. (Ed). (p.175). Person.
- Guerra, A. (2002). Globalización e Integración Latinoamericana. (1°Ed.) (p.264) Editores

- García, A. (2011). Estrategias Empresariales. (p.42) Bilineata
 Instituto Nacional de Estadística e Informática. (5 de enero de 2010).
 Clasificación industrial Internacional Uniforme.
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (7 de enero de 2014) Clasificación Industrial Internacional Uniforme Revisión 4.
www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2015). Estimaciones y Proyecciones de Población Urbana por Sexo y Edades quinquenales, según Distrito, 2000-2015. <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/population-estimates-and-projections/>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2015). Población 2000 al 2015. <http://proyectos.inei.gob.pe/web/poblacion/>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2016). Encuesta Permanente de Empleo. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe-tecnicon06_mercado-laboral-mar-abr-may2016_1.pdf.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2016). Variación de los Indicadores de Precios de la Economía. http://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/01-informe-tecnicon01_precios-dic2016.pdf
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2017). Características Económicas y Financieras de las Empresas de Servicios. http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1408/libro.pdf
- Kotler, P. , Bloom, P. y Hayes, T. (2004) El marketing de Servicios Profesionales. (2°Ed.) (p.235). Paidós.
- Maqueda, J. y Llaguni, J. (1995). Marketing estratégico para empresas de servicios. (3°Ed.) (p.77). Ediciones Díaz.
- Marino Orozco, A. (2017). Estrategias de Aprendizaje del hemisferio derecho: el Sistema Circulatorio mediante la fantasía, la música y el dibujo. Aularia:

- Ideas, Reflexiones y propuestas volumen 2, pag:
<https://www.aularia.org/ContadorArticulo.php?idart=284>
- Mi Empresa Propia. (s.f). Constitución y Formalización.
[http://www.mep.pe/intranetmiembromep/Formalizacion/MEP Guia Constitucion y Formalizacion](http://www.mep.pe/intranetmiembromep/Formalizacion/MEP_Guia_Constitucion_y_Formalizacion)
- Miranda, J. (2005). Gestión de Proyectos. (5°Ed.) (p.14). MM Editores.
- Philip Kotler y Gary Armstrong. (2017). Fundamentos de marketing. (13^{ra} ed.) Pearson.
- Porter, M. (2017). Ser Competitivo. Edición Actualizada y Aumentada. (pp: 31-52). Deusto.
- Pruissen, C. (2002). Como Iniciar y Administrar un jardín infantil. Editorial Norma
- Sainz, J. (2015). El Plan de Marketing Digital en la Práctica. (2° Ed.). (p.106) Esic Editorial.
- Salvador Del Solar. (2015). La cultura no se come. El comercio. Recuperado el 21 de enero del 2017. <http://elcomercio.pe/opinion/columnistas/cultura-no-se-come-salvador-solar-noticia-1794403>
- Schnarch Kirberg, A. (2017). Marketing de fidelización. Cómo lograr clientes satisfechos, leales y de rentables. ECOE Ediciones.
- Valdez, L. (2005) Planificación Estratégica con Enfoque Sistémico. (1° Ed.) (pp.84). Fondo Editorial.

ANEXOS

Encuesta Preliminar

Estoy realizando esta encuesta con fines de investigación y estrictamente académicos, para la obtención de mi Licenciatura y serán guardados con absoluta reserva, por lo que solicito, pueda responder con mayor objetividad, estaré muy agradecida por su colaboración.




1. ¿Cuántos hijos tienes entre las edades de 5 a 14 años? (promoción)
 - Solo 1 hijo
 - 2 hijos
 - 3 hijos a más
2. Marque por favor, el rango de edad al que pertenece (promoción)
 - 25 - 29 años
 - 30 - 34 años
 - 35 - 39 años
 - 40 - 44 años
3. El desarrollo del talento de los niños y adolescentes para promover sus habilidades creativas, que se dan en talleres formativos especializados, ¿Qué tan importante lo considera? (producto)
 - Muy importante
 - Importante
 - Indiferente
 - Poco importante
 - Nada importante
4. ¿Matricularía a su hijo(a), a participar en un taller de Dibujo y Pintura? (producto)
 - Si
 - No
5. ¿Cuál es el precio máximo que Ud. Pagaría por el taller de Dibujo y Pintura? (precio)
 - S/. 100.00 - S/. 120.00
 - S/. 130.00 - S/. 150.00
 - S/. 160.00 - S/. 180.00
 - S/. 190.00 - S/. 210.00

6. Enumere usted, según el grado de importancia que debe tener un taller, siendo 6 cómo más importante y 1 cómo menos importante. (producto)
- Profesores capacitados y buena enseñanza
 - Variedad de cursos
 - Muchos horarios a escoger
 - Cercanía a su casa
 - Infraestructura y equipos
 - Ambiente agradable
7. Ud. Matricularía a su hijo al Taller de Dibujo y Pintura Van Gogh ubicado en la Av. Begonias N°123 - San Juan de Miraflores? MD (distribución)
- Si
 - No
 - No opina
8. ¿Con qué frecuencia participaría su hijo, durante la semana en los talleres de los cursos artísticos? (distribución)
- Todos los días (5 días)
 - Tres veces por semana
 - Dos veces por semana
 - Solo fines de semana
9. ¿Con que redes sociales interactúa más? (promoción)
- Facebook
 - Instagram
 - Twitter
 - Pinterest
10. ¿Cuál es el Logo que más le llama la atención? (promoción)

- 
- 
- 

Encuesta Definitiva

Figura 30. Encuesta.

<p style="text-align: center;">ENCUESTA</p> <p>Estoy realizando esta encuesta con fines de investigación y estrictamente académicos, para la obtención de mi Licenciatura y serán guardados con absoluta reserva.</p> <p>Les agradezco puedan responder con mayor objetividad.</p> <p>Instrucciones: Marcar con un <input type="checkbox"/> o <input checked="" type="checkbox"/> las casillas</p>	<p>1. ¿Cuántos hijos tienes entre las edades de 5 a 14 años?</p> <p><input type="checkbox"/> Solo 1 hijo <input type="checkbox"/> 2 hijos <input type="checkbox"/> 3 hijos a más</p> <p>2. ¿A que rango de edad pertenece?</p> <p><input type="checkbox"/> 25 - 29 años <input type="checkbox"/> 30 - 34 años <input type="checkbox"/> 35 - 39 años <input type="checkbox"/> 40 - 44 años</p> <p>3. ¿Qué tan importante considera el desarrollo del talento que se dan en los talleres formativos especializados para promover las habilidades creativas en los niños y adolescentes?</p> <p><input type="checkbox"/> Muy importante <input type="checkbox"/> Importante <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/> Poco importante</p> <p>4. ¿Matricularía a su hijo(a), a participar en un taller de Dibujo y Pintura ?</p> <p><input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO</p> <p>5. ¿Cuál es el precio máximo que Ud. Pagaría por el taller de Dibujo y Pintura?</p> <p><input type="checkbox"/> S/. 100 - S/. 120 <input type="checkbox"/> S/. 130 - S/. 150 <input type="checkbox"/> S/. 160 - S/. 180 <input type="checkbox"/> S/. 190 - S/. 210</p>
<p>6. Enumere del 1 al 6 según el grado de importancia que debe tener un taller, siendo 6 como más importante y 1 como menos importante.</p> <p>a. Profesores capacitados y buena enseñanza. <input type="checkbox"/> b. Variedad de cursos. <input type="checkbox"/> c. Muchos horarios a escoger. <input type="checkbox"/> d. Cercanía a su casa <input type="checkbox"/> e. Infraestructura y equipos. <input type="checkbox"/> d. Ambiente agradable <input type="checkbox"/></p> <p>7. ¿Ud. Matricularía a su hijo al taller de Dibujo y Pintura Van Gogh, ubicado en la Av. Begonias N° 123 - San Juan de Miraflores?</p> <p><input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> NO OPINA</p> <p>8. ¿Su hijo, con que frecuencia participaría durante la semana en los talleres de los cursos artísticos?</p> <p><input type="checkbox"/> Todos los días <input type="checkbox"/> Tres veces por semana <input type="checkbox"/> Dos veces por semana <input type="checkbox"/> Solo fines de semana</p> <p>9. ¿Con que redes sociales interactúas más?</p> <p><input type="checkbox"/> Facebook <input type="checkbox"/> Instagram <input type="checkbox"/> Twitter <input type="checkbox"/> Pinterest</p>	<p>10. ¿Cuál es el logo que más le llama la atención?</p> <p><input type="checkbox"/> </p> <p><input type="checkbox"/> </p> <p><input type="checkbox"/> </p> <p style="text-align: center;">Muchas gracias por su participación.</p>

Fuente: Elaboración propia

Descripción de puestos de trabajo

A continuación, se presentará la estructura organizativa del proyecto, las cuales serán ocupadas por personas idóneas, quienes deben cumplir una serie de atributos y cualidades necesarias para cumplir las funciones para las cuales fueron contratadas.

En la Tabla 63 se presenta las posiciones que se tienen en la estructura de empresa, el grupo correspondiente de cada posición, las funciones a realizar y las capacidades requeridas para el puesto.

Tabla 63. Descripción de puestos de trabajo.

Tipo de trabajador	funciones	Perfil del puesto
Gerente General	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar, dirigir, organizar y controlar las actividades de la empresa. • Planear y ejecutar estrategias. • Establecer indicadores de control y recursos. • Representar legalmente a la empresa. • Coordinar actividades con las respectivas áreas. • Crear y ejecutar el plan de contingencia. • Mantener presupuestos y optimizar gastos. • Establecer políticas y procesos. • Mantener un buen ambiente laboral. • Crear y organizar los cursos junto con el área de pedagogía. 	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciado en administración de empresas. • Dominio de inglés. • Experiencia dos años como jefe o gerente. <p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Orientación al cliente. • Liderazgo, Motivación. • Comunicación eficaz y eficaz. • Compromiso a los resultados. • Comunicativo, flexible y proactivo.
Administrativo	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinación directa con el Gerente general de las actividades de la empresa. • Coordinación con proveedores de materiales necesarios para las 	<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller en Administración, contabilidad, o afines. • Nivel de inglés intermedio. • Experiencia en Administración o puestos contables.

	<p>actividades.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Negociar condiciones con las entidades financieras. • Coordinar y negociar con empresas, instituciones, institutos, etc. • Gestionar y coordinar con los trabajadores de la empresa. • Realizar los pagos a proveedores y trabajadores. 	<p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proactivo, comunicativo y responsable. • Trabajo en equipo, integro y espontaneo.
Recepcionista	<ul style="list-style-type: none"> • Recibir y atender cordialmente a las personas que ingresan al taller. • Responder las llamadas telefónicas y gestionar los correos. • Gestionar las solicitudes de los clientes y canalizarlos adecuadamente y oportunamente con las áreas correspondientes. • Mantener un registro de las personas que ingresan, las solicitudes realizadas, el tipo de atención, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller en secretariado o técnico en administración o secretariado. • Experiencia en servicio al cliente. <p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicativo, multitareas y sociables. • Resistencia al estrés, resolución de problemas y empatía.
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Investigar el mercado y la competencia. • Realizar el plan de marketing. • Mantener una buena reputación de la marca. • Crear estrategias de comercialización. • Mantener la comunicación activa con los clientes por medio de las redes sociales. • Crear estrategias para fidelizar al cliente. • Impulsar las ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller en Marketing, Administración o afines. • Conocimientos en marketing digital. • Experiencia en el área de marketing. <p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buena redacción, creativo y comunicativo. • Aptitud analítica y estratega. • Buen uso de las redes sociales.
Profesores de Dibujo y Pintura	<ul style="list-style-type: none"> • Planear el cronograma junto con el Gerente. • Preparar y planificar las lecciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciado en arte con mención en pintura. • Experiencia en centros y talleres de arte.

	<ul style="list-style-type: none"> • Crear y adaptar los recursos pedagógicos. • Seguimiento de desempeño del estudiante. • Redactar informes. • Realizar el plan de acciones preventivas. • Dictar las clases. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tener un curso en pedagogía. • Conocimiento de una amplia gama de técnicas y métodos artísticos. <p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vocación de servicio. • Aptitud para la organización y planificación. • Comunicativo, empático y creativo.
Limpieza	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener las áreas del taller limpias. • Ayudar en la limpieza cuando se requiera en el aula por emergencia. • Organizarse con los horarios de los talleres para poder tener las aulas limpias y listas para el siguiente grupo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios primarios. • Tener experiencia en limpieza de talleres, centros educativos y otros. <p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos de suministros y productos de limpieza. • Integridad y servicial.
Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Vigilancia y protección del establecimiento. • Proteger a las personas que ingresan al taller. • Mantener el orden del ingreso y salida de los estudiantes. • Supervisar que los estudiantes sean llevados por familiares autorizados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Secundaria completa • Experiencia en vigilancia <p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicación y trabajo en equipo. • Un buen sentido común. • Genera y construye confianza. • Proyectar credibilidad.

Fuente: Elaboración propia