

UNIVERSIDAD NACIONAL TECNOLÓGICA DE LIMA SUR

FACULTAD DE INGENIERÍA Y GESTIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**“TALLERES DE ORIENTACIÓN VOCACIONAL PARA EL FUTURO
OVF S.A.C.”**

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Para optar el Título Profesional de

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PRESENTADO POR EL BACHILLER

PÉREZ MANTILLA, LUIS DANIEL

Villa El Salvador

2015

Este trabajo de tesis está dedicado a Dios quien me ilumina siempre y a mis padres quienes con mucho cariño y esfuerzos me concedieron la oportunidad de estudiar y por su constante apoyo a lo largo de mi vida.



AGRADECIMIENTO

- ❖ Quiero agradecer a ti Dios por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque hiciste realidad este sueño anhelado.
- ❖ Quiero agradecer a la universidad y todos mis maestros ya que ellos me enseñaron a valorar los estudios y a superarme cada día, quien con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito.
- ❖ también agradezco a mis padres porque ellos estuvieron en los días más difíciles de mi vida como estudiante y fueron la fuerza que me impulso hacia adelante.



ÍNDICE

I.	RESUMEN EJECUTIVO.....	1
II.	ANÁLISIS DE MERCADO.....	3
2.1	ANÁLISIS DEL SECTOR.....	3
2.2	ESTIMACIÓN DEL MERCADO POTENCIAL.....	4
2.3	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	14
2.4	ANÁLISIS DE LA VENTAJA COMPETITIVA.....	15
III.	FODA EMPRESARIAL.....	17
IV.	ESTABLEBLECIMIENTO DE UNA DIRECCIÓN PARA LA ORGANIZACIÓN.....	18
V.	VENTAJA DE COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS	25
5.1	ESTRATEGIA DE PRODUCTO	25
5.2	ESTRATEGIA DE PRECIO.....	25
5.3	ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN	26
5.4	ESTRATEGIA DE PLAZA O DISTRIBUCIÓN	26
VI.	ANÁLISIS DEL PROCESO PRODUCTIVO	27
6.1	DISEÑO DEL SERVICIO	27
6.2	PROCESO PRODUCTIVO	28
6.3	DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ÁREA DE TRABAJO.....	28
6.4	CÁLCULO DE MATERIALES.....	30
6.5	DETERMINACIÓN DE MÁQUINAS, HERRAMIENTAS Y EQUIPOS	31
6.5.1	Para las máquinas y equipos	31
6.5.2	Para las herramientas	31
6.5.3	Muebles y Enseres.....	32
6.5.4	Organización de las personas en el proceso productivo.....	32
VII.	ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO	33
7.1	PRESUPUESTO DE VENTAS E INGRESOS.....	33
7.2	PRESUPUESTO DE COSTOS.....	34
7.3	PRESUPUESTO DE INVERSIONES	35
7.3.1	Cálculo del Costo Unitario y del Precio	35
7.3.2	Cálculo del Punto de Equilibrio.....	36
7.4	ANÁLISIS FINANCIERO	37
7.4.1	El Estado de Ganancias y Pérdidas	37

7.4.2	El Flujo de Caja Económico	38
7.4.3	El Flujo de la Deuda.....	39
7.4.4	El Balance General Proyectado.....	40
VIII.	EVALUACIÓN DE FACTIBILIDAD.....	41
8.1	DEFINIR LOS BENEFICIOS PARA LOS GRUPOS DE INTERÉS.....	41
8.2	EVALUACIÓN SOCIAL.....	42
8.2.1	CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO Y TASA INTERNA DE RETORNO	42
8.2.2	Responsabilidad social empresarial, análisis ambiental	43
	CONCLUSIONES.....	44
	RECOMENDACIONES.....	45
	BIBLIOGRAFIA	46
	Artículos.....	46
	ANEXO.....	47

I. RESUMEN EJECUTIVO

Talleres vocacionales OVF S.A.C. (Orientación Vocacional para el Futuro) es una empresa dedicada a acercar nuestro servicio a todos los colegios del distrito de villa el salvador el cual es una orientación sobre sus sueños, fortalecimiento de habilidades, información sobre sus dudas y encaminamiento hacia a sus objetivos.

En la actualidad existe un gran problema a nivel mundial, y este es que gran porcentaje de los estudiantes que acaban su educación secundaria no saben qué carrera estudiaran y es por esto que por obligación de los padres o por simple azar eligen cualquier carrera conllevando esto a su posterior abandono, cambio de carrera o simplemente no ejercen su profesión.

Existen pocas alternativas para poder saber cuál es nuestra carrera a fin y estos son los test vocacionales estándar que te toma un psicólogo de manera mecánica y los talleres vivenciales los cuales tienen un costo elevado al cual no todos podemos aspirar.

Los Talleres brindados por OVF.SAC son más que un simple examen, pues comienza con una pequeña explicación de su futuro, luego la observación del desempeño de ciertas actividades pre establecidas, la visualización de sí mismo, información de las carreras, asesoramiento a los padres y elección de las posibilidades brindadas por nosotros.

Si bien nuestro público objetivo son los jóvenes de quinto de secundaria, también existen otros grupos como los de cuarto grado y los que ya finalizaron sus estudios pero aún no están seguros de que estudiar.

Solamente en el distrito de Villa el Salvador existen 27, 934 estudiantes entre hombres y mujeres que están por terminar sus estudios secundarios.

Para poder ingresar a este mercado se realizó un estudio el cual arrojó que los padres de familia ven como un monto estándar S/. 50 a S/.75 soles como un precio razonable por este tipo de servicio.

Se realizó el estudio del FODA, a través del cual conocimos las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que la empresa deberá tener en cuenta para su estable y correcto funcionamiento.

El objetivo de OVF SAC será plasmado en la misión, visión y valores de la empresa, así como también se señalará las estrategias de producto, precio, promoción y plaza a aplicar.

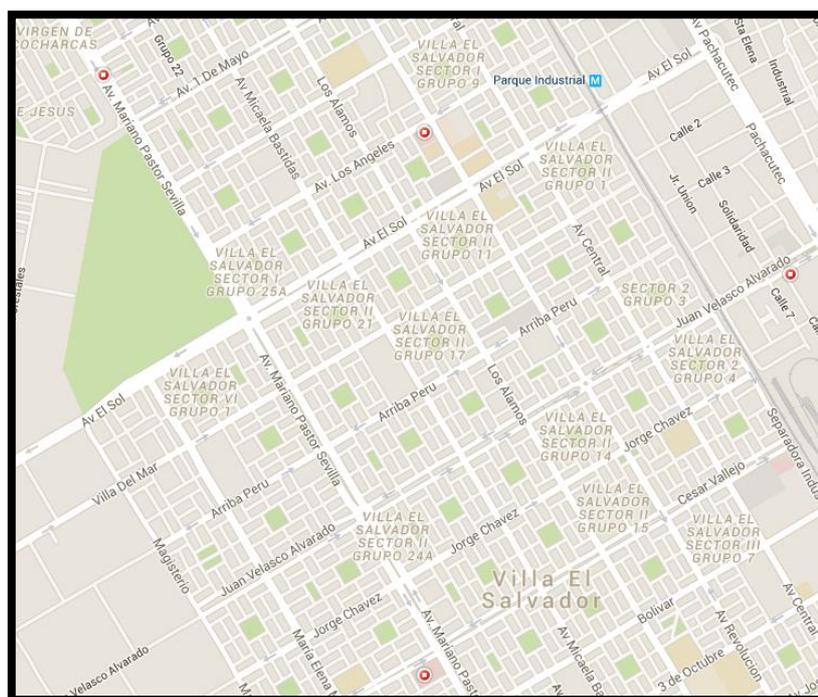
II. ANÁLISIS DE MERCADO

2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR

Aunque muy poco conocido existe un mercado de centros de orientación vocacional a nivel lima metropolitana y estos se dan dentro de ciertas universidades como la USMP y la Cesar vallejo las cuales utilizan estos centros para captar alumnos ya que después de pasar por las evaluaciones te arrojan carreras que ellos mismo brindan.

La alternativa actual de las personas de Villa el Salvador para poder ayudar a sus hijos a que elijan una carrera es llevarlo a un psicólogo el cual presta el servicio de examen de test vocacional.

Los principales lugares en los cuales brindan estos servicios son los centros hospitalarios.



Hospital de la Solidaridad de Villa el Salvador.
Hospital Villa Salud
Hospital Juan Pablo II
Centro Materno Infantil San José

Según el psicólogo Arturo Castro Robles existe gran cantidad de jóvenes de Villa el Salvador que acude a su consultorio a realizar las pruebas test vocacional.

2.2 ESTIMACIÓN DEL MERCADO POTENCIAL

Nuestro mercado potencial es el de los jóvenes (en su mayoría) que están pensando que carrera profesional estudiar y donde estudiar.

Además aquel 30% de jóvenes que se retira del primer semestre de estudios en las universidades e institutos del Perú, del cual el 27% lo hace por falta de vocación.

Estas cifras varían en cada país de América latina, sin embargo la situación se repite de manera similar, ampliando el mercado a nivel internacional.

El proyecto LÓGICA-MENTE empezará con los jóvenes para con el tiempo expandirse en nuevos mercados tanto por edades como a nivel internacional.

Perfil del cliente y/o consumidores.

Según el servicio que se realizará clasificamos los siguientes clientes y consumidores.

SERVICIO	PERFIL	
	Usuarios/ Consumidores	Clientes
Taller Vocacional visitas	<ul style="list-style-type: none"> Estudiante o egresado de educación secundaria. Residentes en Lima metropolitana. Entre 15 y 19 años de edad 	<p>Directores de colegios, academias y ONG's juveniles en Lima metropolitana.</p> <p>Incentivan programas o actividades para el desarrollo de los jóvenes en su institución u organización</p>
Taller Vocacional Abierto	<ul style="list-style-type: none"> Aún no decide la carrera o dejó una por mala elección. Siente la presión familiar por no elegir la carrera profesional. Aún no tienen claridad sobre su futuro. 	<p>Padres de familia entre 33 y 50 años.</p> <p>Preocupados por el futuro profesional de su hijo.</p> <p>Dispuestos a matricular a su hijo(a) en academias o centros de estudio.</p>

Mercado potencial:

2 887 529 de peruanos entre 15 y 19 años que tienen intenciones de realizar estudios superiores.

3.21 POBLACIÓN TOTAL AL 30 DE JUNIO DE CADA AÑO, SEGÚN SEXO Y GRUPO DE EDAD, 2005 - 2015					
Sexo y grupo de edad	Población al 30 de junio				
	2005	2010	2012	2013	2015
Total	27,810,540	29,461,933	30,135,875	30,475,144	31,151,643
0 - 4	2,983,020	2,958,307	2,923,685	2,902,061	2,861,874
5 - 9	2,959,627	2,938,148	2,935,092	2,933,928	2,922,744
10 - 14	2,950,813	2,926,874	2,920,824	2,918,474	2,914,162
15 - 19	2,830,976	2,894,913	2,896,820	2,893,495	2,887,529
20 - 24	2,590,945	2,736,208	2,780,765	2,799,860	2,828,387
25 - 29	2,430,912	2,485,715	2,550,294	2,589,833	2,661,346
30 - 34	2,133,781	2,327,388	2,363,720	2,375,336	2,411,781
35 - 39	1,866,815	2,040,580	2,130,122	2,177,534	2,258,372
40 - 44	1,617,653	1,784,657	1,858,204	1,896,535	1,977,630
45 - 49	1,327,896	1,544,094	1,618,127	1,653,048	1,725,353
50 - 54	1,089,835	1,262,267	1,349,968	1,396,917	1,486,312
55 - 59	865,030	1,029,294	1,096,482	1,130,769	1,205,103
60 - 64	689,276	804,729	866,009	899,500	967,702
65 - 69	556,478	623,443	663,104	685,674	736,059
70 - 74	416,934	480,926	504,827	516,822	545,659
75 - 79	274,041	336,472	359,863	371,279	394,230
80 y más	226,508	287,918	317,969	334,079	367,400

(INEI 30 de Junio de cada año)

Mercado objetivo:

Más de 27, 934 Estudiantes que tienen intenciones de realizar estudios superiores en Villa el Salvador.

Fuente (ESCALE Estadística de Calidad Educativa)

Calculo de muestra para realizar la encuesta

POBLACION: Es también conocido como universo el cual lo obtendremos de nuestro mercado objetivo el cual son los jóvenes de villa el Salvador de entre 15 y 19 años que están a punto de finalizar sus estudios secundarios y los que están preparándose para postular a alguna carrera profesional y que aún no tienen seguridad a cual postular. Este dato lo obtendremos de ESCALE (Estadística de Calidad Educativa) El cual nos indica que existen 27, 934 jóvenes que cursan su último año en los colegios de villa el salvador.

MUESTRA: Para poder saber la cantidad de encuesta que realizaremos tendremos que calcular la muestra, para la cual usaremos el método de muestreo aleatorio simple específicamente la fórmula de población finita y como dato principal la población la cual es de 27,934 jóvenes.

Calculo de la muestra

FORMULA:

$$N^{\circ} = \frac{z^2 \times p \times q}{e^2}$$

Datos:

Población = 27, 934

Z = nivel de confianza, margen de confiabilidad de la encuesta 95% = 1.96

e = margen de error, error de estimación 10% = 0.10

$p \times q = s^2$

s = desviación estándar 0.5

N = población total 27, 934

N° = primera aproximación si la población fuera infinita

n = Tamaño de la muestra

Reemplazando:

$$N^{\circ} = \frac{1.96^2 \times 0.5^2}{0.10^2}$$

$$N^{\circ} = 96.04$$

Teniendo la primera aproximación usaremos la siguiente formula:

$$n = \frac{N^{\circ}}{1 + \frac{N^{\circ}}{N}}$$

Reemplazando:

$$n = \frac{96.04}{1 + \frac{96.04}{27934}}$$

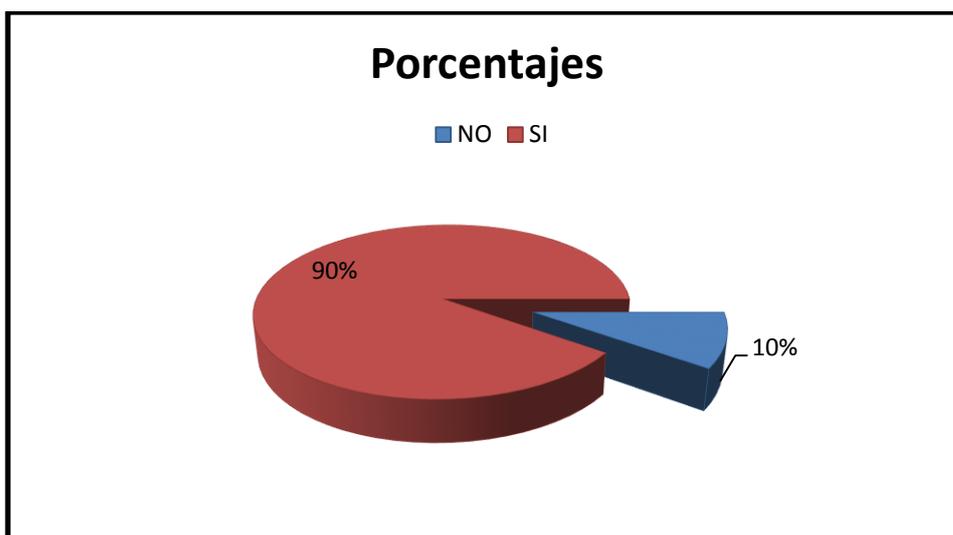
$$n = 95.71093584$$

Por lo tanto, al hallar la muestra de 95.71 tendremos que realizar un total de **96** encuestas en los distintos colegios de Villa el Salvador.

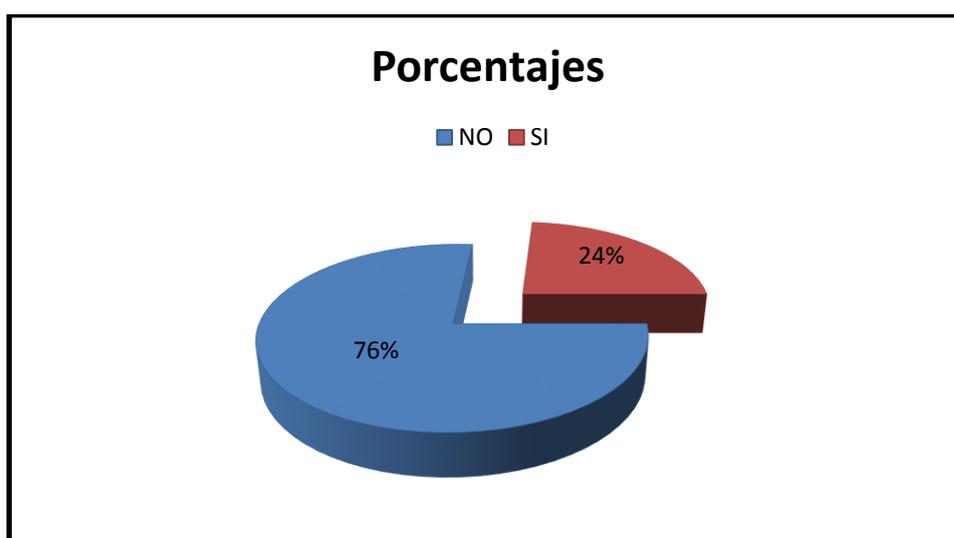


**ENCUESTA PARA CENTRO DE INVESTIGACION VOCACIONAL
PARA EL FUTURO "O.V.F."**

1. ¿Tiene Usted Algún familiar próximo a terminar el colegio?



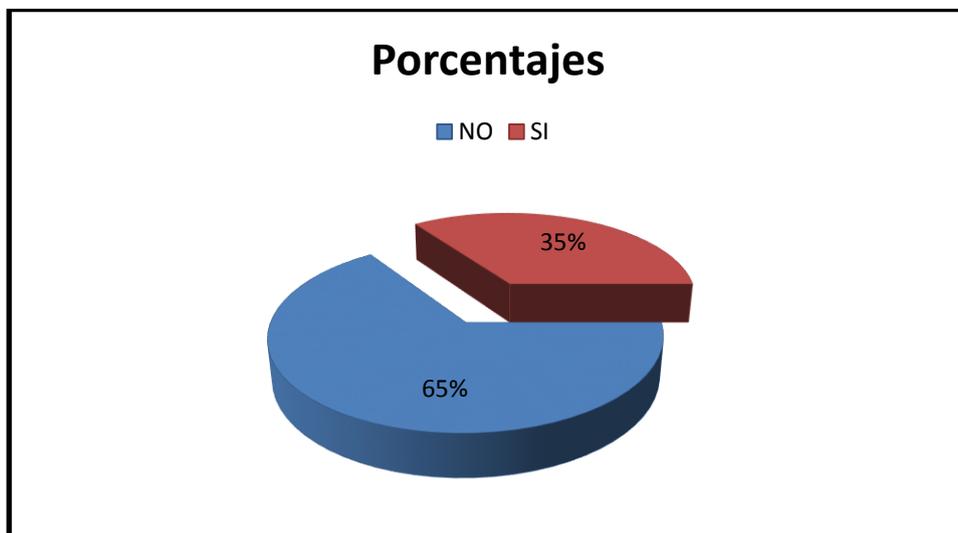
2. ¿Sabe su familiar que va estudiar terminando el colegio?



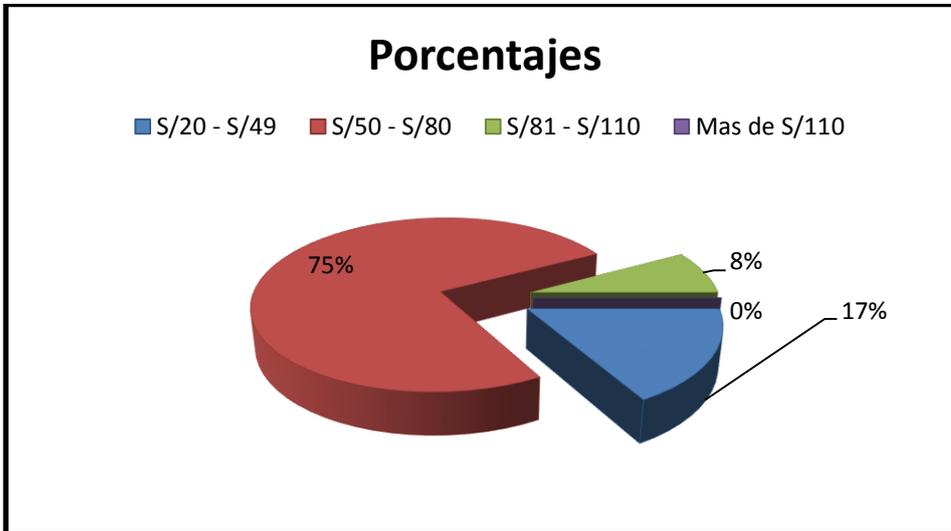
3. ¿Usted había visto o escuchado sobre la existencia de los test vocacionales?.



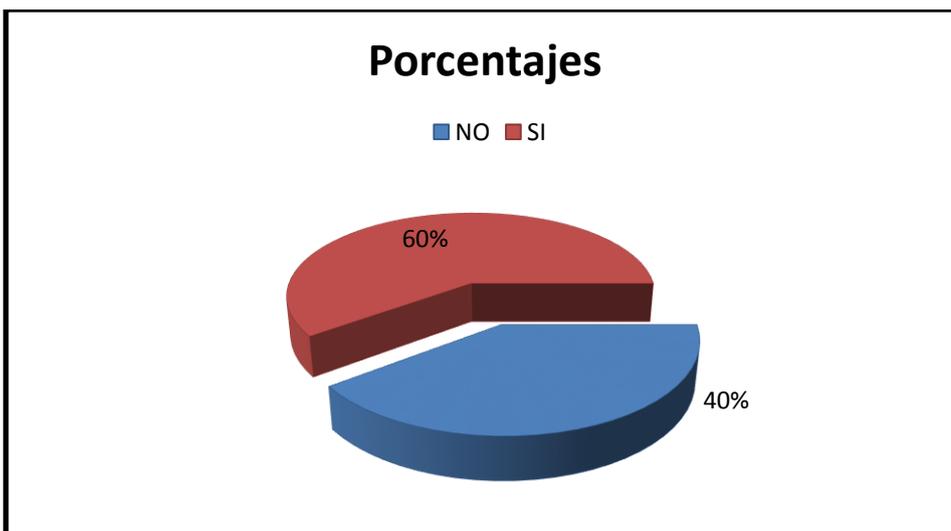
4. ¿Alguna vez llevo a su hijo o algún familiar a realizar algunos test vocacionales?.



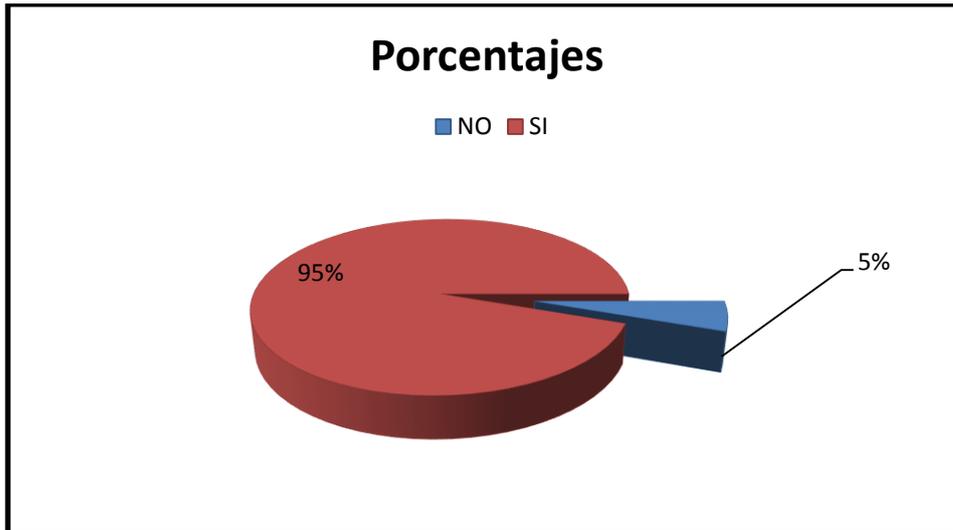
5. ¿Cuánto pago Por este servicio aproximadamente?.



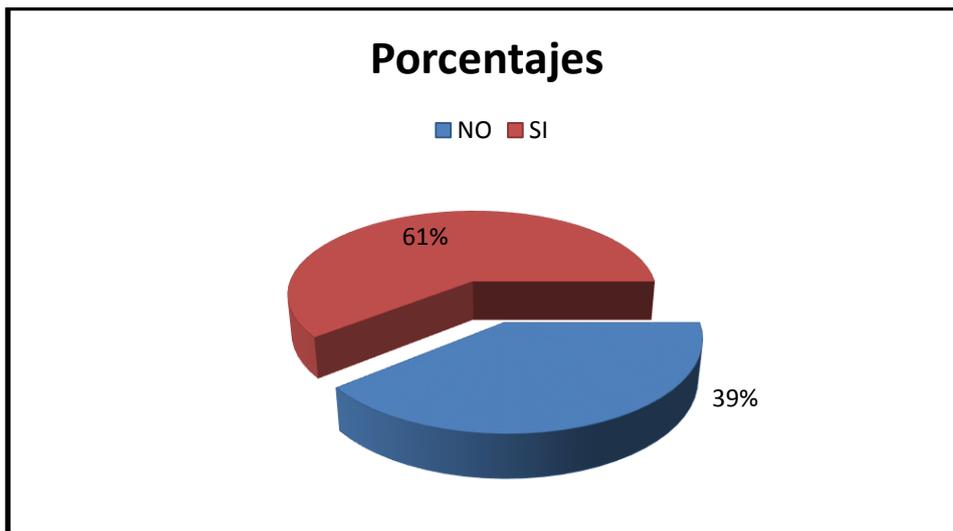
6. ¿Estaría dispuesto a Contratar ayuda para que su familiar encuentre su vocación?



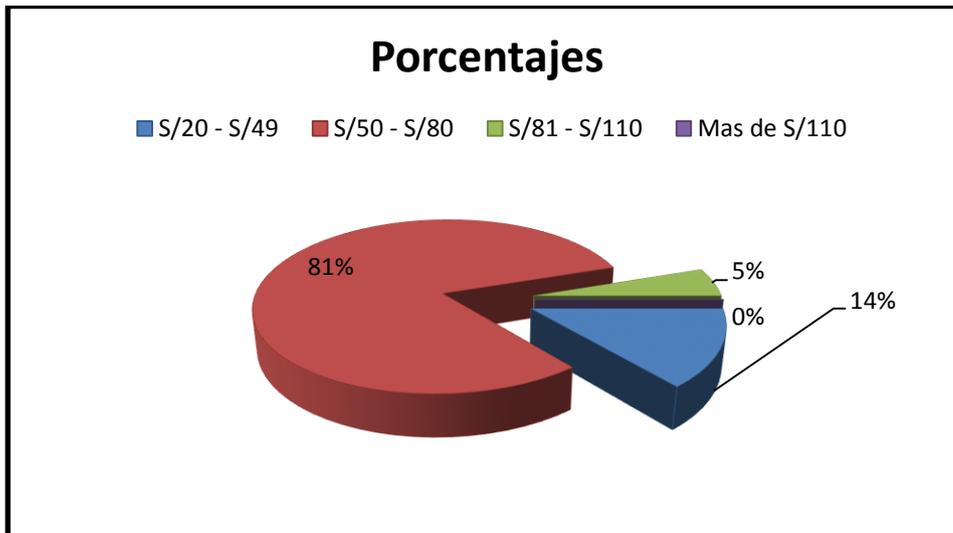
7. ¿En su opinión, cree que el servicio de talleres vocacionales sea necesario para la población?



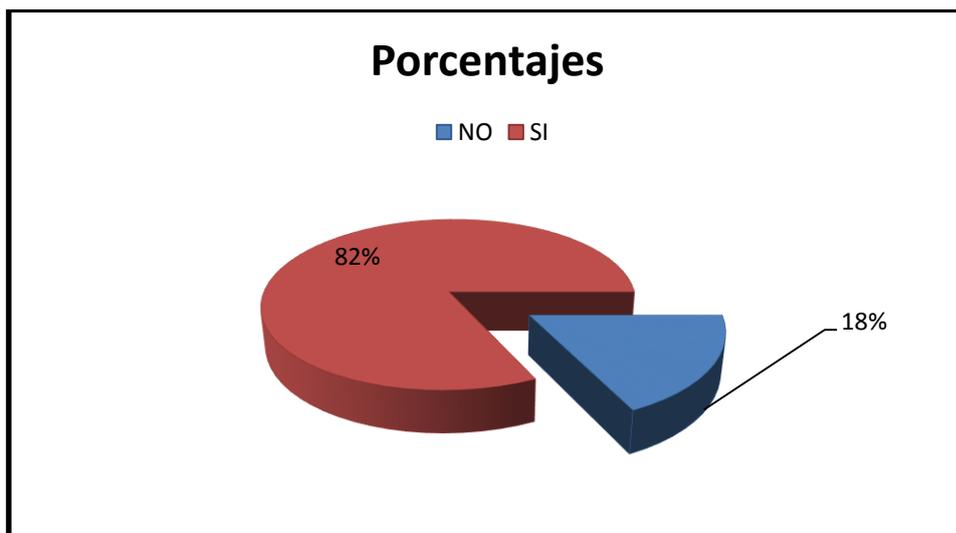
8. ¿En su opinión, estaría interesado en contratar el servicio?.



9. ¿Cuánto cree que cuesta un taller de orientación vocacional?.



10. ¿En su opinión, estaría dispuesta a informar a sus amigos, sobre la existencia y beneficios de este Servicio?



RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

Principales resultados de la encuesta aplicada	Interpretación de los resultados
El 90% de padres de familia encuestados tiene un familiar que está próximo a terminar en el colegio.	Nos muestra que en Villa el Salvador tenemos una gran población de estudiantes próximos a terminar el colegio, el cual representa el mercado potencial al que buscamos llegar.
El 76% de Jóvenes no sabe que va estudiar terminando el colegio.	Más de la mitad de los chicos que están a punto de terminar el colegio aún están en duda de entre qué carrera postularan.
El 98% sabía o había escuchado sobre la existencia de los test vocacionales	La Gran mayoría de Personas tenía conocimiento de los test vocacionales mas no sabía dónde se hacían.
Solo el 35% llevo a su hijo o algún familiar a realizar algunos test vocacionales.	Gran parte del mercado no ha llevado a su hijo a realizar un test vocacional por diversos motivos.
El 75% de los padres de familia encuestados pagó entre S/.50 y S/.80 por su último servicio de orientación vocacional.	Una gran parte del mercado tiene como referencia la base de S/. 50 para este servicio, ya sea por servicios anteriores o por un estándar de consumo en otros servicios. Nos ayudará a establecer una estrategia de precios adecuada.
El 61% de los padres de familia encuestados está dispuesto a contratar servicios de ayuda.	Nos revela el interés por apoyar a sus familiares (estudiantes) de parte de los padres de familia o jefes de familia. Esto representa una demanda potencial, la cual se puede ampliar informando a los padres de la importancia de pasar por servicios de ayuda para decidir su futuro,
El 95% de las personas opina que el servicio de talleres vocacionales es algo necesario para la población.	Gran Parte del mercado al que apuntamos considera una necesidad el tener este tipo de talleres.
Más del 93% opina, que estaría interesado en contratar el servicio.	La encuesta arroja que existe un gran mercado potencial que deseas adquirir nuestro servicio.
El 81% de los padres de familia encuestados pagaría entre S/.50 y S/.80 para que su familiar asista al servicio de orientación vocacional.	Los Montos que pagarían las personas serán tomado en cuenta para establece nuestros precios.
El 82% estaría dispuesto a informar a sus amigos, sobre la existencia y beneficios de este Servicio.	Si bien muchos recomendarían el servicio gran parte aclaro que siempre y cuando los resultados sean los esperados.

2.3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

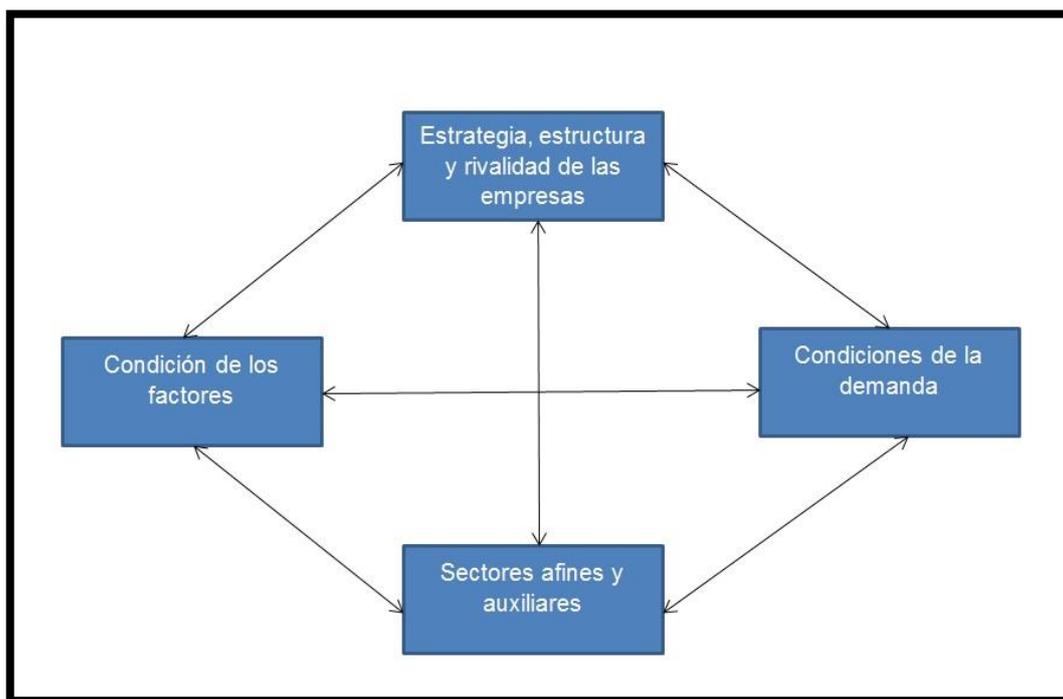
Perfil de competidores.

Nombre de los competidores	Producto(s) Servicio(s)	Fortalezas de la Competencia	Debilidades de la Competencia	Principales atributos de su Producto o Servicio
www.LogrosPeru.com	Página web de información	Tiene tiempo en el mercado y está respaldado por un actor conocido.	El diseño no es tan visual y sus talleres cuestan caros, por lo que solo se dirige a sectores altos.	Información completa de universidades y carreras.
www.carrerasconfuturo.com	Página web de información	Respaldada por la USMP y con experiencia en el mercado	Se limita solo a las carreras de la USMP.	Diseños bien trabajados. Ordenado y de fácil navegación.
Centros Psicológicos	Orientación vocacional personalizada	Es el más conocido para esta clase de servicios. - No requiere mucha organización	Se usa métodos clásicos que no tienen efectividad. No les dicen la vocación, sino carreras profesionales.	Es de fácil acceso. Es demandado. Es profesional.

2.4 ANÁLISIS DE LA VENTAJA COMPETITIVA

Análisis del Diamante de Porter

En el siguiente grafico podremos observar el diamante de Porter el cual utilizaremos para analizar nuestra empresa.



Condición de los factores

La empresa cuenta con mano de obra calificada y capaz de desarrollar adecuadamente sus funciones.

La infraestructura y la organización de la empresa está a cargo de personal altamente calificado.

Los talleres y procedimientos tendrán bases científicas y se irán innovando conforme a las nuevas tendencias.

Condiciones de la demanda

El mercado objetivo de Villa el salvador al cual nos dirigiremos es b, c y d. Nuestro servicio es novedoso y nos centraremos en las capacidades individuales.

Brindaremos servicios adicionales como charlas a Padres de familia.

Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas

Nos posicionaremos adecuadamente en el mercado.
No existe competencia directa en el distrito de Villa el Salvador.

Sectores afines y auxiliares

A nivel metropolitano existen empresas que apuntan a otros mercados pero no de manera directa.

Los psicólogos que brindan test vocacionales solo proporcionan un examen estándar.

Si bien en el mercado Lima metropolitana existe algunos pocos centros donde se brinden este tipo de servicio estos son muy limitados y solos para ciertos sectores de la sociedad.

- Nuestro servicio será llevado a los colegios por lo cual nuestra empresa trabajara de manera activa y no se centrara en un solo local.
- Nuestro servicio no se centra en exámenes si no en la observación y la predisposición que tengan los jóvenes.
- Nos dirigiremos a los sectores C y D a diferencia de los demás centros que se enfocan en sectores de mayor nivel económico A y B.
- Nuestro principal medio de publicidad serán las visitas a colegios academias e institutos en los cuales se detallara nuestro servicio y las diferencias con los exámenes de test vocacional.
- Nuestro servicio consta de 4 sesiones 2 de observación y 2 de orientación a diferencia del examen de test vocacional el cual solo demora 1 hora.
- No se le impondrá una carrera al estudiante si no que al finalizar el taller y después de analizar los datos ser le ofrecerá al alumno ciertas posibilidades de acuerdo a sus capacidades y talentos.
- Los centros de orientación vocacional y psicólogos ofrecen un número limitado de carreras cuando en el Perú existen 1118 carreras profesionales.
- Se brindara una charla a los padres de familia en la cual se les orientara a apoyar adecuadamente a sus hijos en la decisión que han tomado y como incentivarlos en conseguir sus objetivos.

III. FODA EMPRESARIAL

La matriz FODA es una herramienta de análisis que puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, empresa, etc, que esté actuando como objeto de estudio en un momento determinado del tiempo.

La sigla FODA, es un acrónimo de Fortalezas (factores críticos positivos con los que se cuenta), Oportunidades, (aspectos positivos que podemos aprovechar utilizando nuestras fortalezas), Debilidades, (factores críticos negativos que se deben eliminar o reducir) y Amenazas, (aspectos negativos externos que podrían obstaculizar el logro de nuestros objetivos).

Análisis FODA		Análisis Externo	
		OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none"> • Gran cantidad de alumnos termina su secundaria sin saber aún qué carrera estudiar. • Las empresas del rubro vocacional se enfocan en la parte informativa. • Padres de familia con deseos de apoyar a sus hijos. 	AMENAZAS <ul style="list-style-type: none"> • La economía peruana solo crecerá 3% en el 2015. • Existe una fuerte amenaza de productos sustitutos tecnológicos. • Fácil ingreso de competidores al rubro vocacional por bajas barreras de entrada. • Alta tasa de inseguridad ciudadana.
Análisis Interno	FORTALEZAS <ul style="list-style-type: none"> • Creación y mejora de metodologías innovadoras para descubrir la vocación • Adecuado control y gestión de recursos económicos. • Entorno como a ser en sus aulas. • Experiencia armando planes de negocio. • Equipo motivado por la ayuda a jóvenes. • Gestión de alianzas y convenios. 	Estrategias Ofensivas <ul style="list-style-type: none"> • Implementar talleres presenciales en colegios y organizaciones. • Realizar una web atractiva para los jóvenes para validar la idea. • Orientar las campañas al mundo digital y de las redes sociales. • Participar en concursos de financiamiento e incubadoras de negocios. • Capacitar a los miembros del equipo para realizar más talleres. 	Estrategias Defensivas <ul style="list-style-type: none"> • Asesorarse legalmente para registrar y proteger la metodología. • Crear un buen posicionamiento de la marca.

<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de aplicaciones web. 		
<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las personas que dicten el taller no tendrán el grado de psicólogos. • No hay oficina fija y céntrica para el trabajo en equipo. • No existe un alto presupuesto. • No se tiene aún las Patentes de los procedimientos creados para los talleres. 	<p>Estrategias de Reorientación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se Capacitara constantemente a los miembros que brinden los cursos. • Buscar asesoría constante de Psicólogos y especialistas. • Mejorar estrategia de ventas. • Creación de un Producto Mínimo Viable para buscar inversionista. • Hacer convenios con instituciones para usar locales como centro de trabajo. 	<p>Estrategias de Supervivencia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tercerizar diseño con amistades o conocidos. • Si bien los encargados redactaran informes el único encargado de las evaluaciones es el psicólogo. • Se Colocara un sistema de seguridad basado en cámaras y sensores de movimiento.

IV. ESTABLEBLECIMIENTO DE UNA DIRECCIÓN PARA LA ORGANIZACIÓN

Como parte de las actividades para el colegio de mi hermana menor en agosto del 2014 Luis Daniel Pérez Mantilla y Diana Carolina Pérez Mantilla realizaron un taller para una feria en el colegio la cual consistía en ayudar a sus compañeros de 4to de secundaria a elegir una carrera profesional, el taller se llamó "Elige tu Camino" donde se empezó a crear dinámicas y espacios de reflexión basados en la experiencia.

Para informarnos mejor del tema y ejecutar estos talleres solicitamos la ayuda de un familiar que tiene el grado de Graduado en Psicología el cual nos orientó y nos comentó los errores más comunes a la hora de la evaluación de test vocacional.

El resultado de este taller fue bastante satisfactorio para los creadores, puesto que los participantes alrededor de 7 alumnos (inscritos al paso) habían logrado descubrir su vocación, creer en sus sueños y estar dispuestos a lograrlos.

Después de esta agradable experiencia Luis Daniel Pérez Mantilla, motivado por su dura experiencia personal para descubrir su vocación, decide continuar el proyecto y llevarlo a más jóvenes.

A inicios del 2015 se decide realizar una investigación sobre las consecuencias del problema vocacional en el Perú y el mundo, donde se descubrió que 26% de las deserciones en estudios superiores se debe a la falta de vocación, además el 46% de los estudiantes inicia sus estudios sin estar suficientemente informado sobre la carrera, y de los que llegan a egresar el 40% no ejerce su profesión. (Diario gestión, mayo 2013).

Esto se repite a nivel de Sudamérica: en México el 60% de profesionales no ejerce su profesión, en Chile el 30% y Bolivia el 25%.

Para mejorar estas cifras alarmantes creemos firmemente en el descubrimiento vocacional de las personas, en especial el de los jóvenes, que les permitirá ser más felices y tomar mejores decisiones, siendo la base de la empresa para crear soluciones, como talleres vocacionales completos y coherentes.

Problemas u oportunidades identificados

Las personas (en su mayoría jóvenes) en alguna etapa de su vida tienen que elegir estudiar una carrera profesional o técnica.

Existen pocos programas eficientes que ayuden a orientar personal y profesionalmente a adolescentes y jóvenes.

Los test vocacionales clásicos no es una herramienta 100% efectiva.

Necesidad a satisfacer.

“Elegir una carrera profesional o técnica que les haga feliz y permita desarrollarse personal y profesionalmente”

Actividad del negocio

Crear programas y herramientas que ayuden descubrir la vocación para elegir mejor una carrera universitaria o técnica.

Direccionamiento de la empresa

Visión

“Ser la herramienta mundial más eficiente y usada para descubrir la vocación y tomar decisiones”

Misión

“Ayudar a que más personas en el mundo descubran y vivan su vocación para lograr sus sueños”

Valores

Pasión, En la medida de lo posible busca trabajar en una actividad que te haga feliz y te ayude a lograr tus sueños.

- Trabajo en equipo, si avanzas solo llegarás rápido, si trabajas en equipo llegarás lejos.
- Innovación, siempre descubrirás una nueva solución para un mismo problema.

Objetivos

Habremos ayudado a descubrir su vocación al final de cada año.

Ubicación de la oficina

También tendremos que ubicar una oficina en Villa el salvador y después de visitar algunos locales en alquiler nos decidimos por uno ubicado entre viña del Mar y Álamos cerca de Amigos de la naturaleza ANDENA.

Si bien este no fue el más económico, es nuestra primera opción pues nos daba la facilidad de que el próximo año nos podrían facilitar 2 ambientes adicionales los cuales podríamos utilizar para poder brindar talleres en el mismo local.



GIRO DEL NEGOCIO

Según la Clasificación Internacional Industrial Uniforme CIIU, los centros de servicio vocacional se encuentran dentro del sector servicios, código CIIU **93098** "OTRAS ACTIVIDAD.DE TIPO SERVICIO NCP"

Pasos Para la constitución de la empresa "OVF SAC"

1. VERIFICACIÓN Y CONSTITUCIÓN

En primer lugar debemos verificar que el nombre con el que se desea denominar a la empresa esté disponible. Para ello, se recurrirá a Registros Públicos. Luego de comprobar la disponibilidad del nombre, se debe trabajar en la constitución del negocio.

En el caso se quiera formar una sociedad, se decidirá quiénes serán los accionistas fundadores, el porcentaje de participación que le corresponderá a cada uno, cuál será el objeto social de la empresa y quiénes serán los principales funcionarios (gerente general, directores o apoderados) de la empresa y los poderes que se le otorgarán.

2. COSTOS

No existe un monto preestablecido para la creación de una empresa. Esto dependerá de la tabla de honorarios de la notaría con la que se quiera trabajar y el monto del capital social inicial, además de las tarifas que Registros Públicos cobra, basadas en una tasa del monto del capital social. En esa línea se puede calcular que la constitución de una empresa puede variar entre los S/. 800 y S/. 1.500 (sin incluir el monto del capital social) en base a un capital inicial mínimo de S/.1.000.

3. EL GIRO DEL NEGOCIO

Los accionistas fundadores de la empresa son los que deben determinar con exactitud cuáles van a ser las actividades económicas a las que se dedicará la empresa. Esto por dos motivos. Primero, porque la ley prohíbe que el objeto social de una empresa contenga expresiones genéricas y que no se identifique con precisión a las actividades económicas; y, segundo, porque la Sunat al momento de realizar el trámite de inscripción de la empresa ante el RUC, solicitará que se indique las actividades económicas a las que se dedicará la empresa (principal y secundarias), para lo cual se aplicará la lista contenida en la CIIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme).

4. CAPITAL MÍNIMO

La ley no exige un capital inicial mínimo. No obstante, para la formalización de la empresa es necesario depositar el capital social en una entidad bancaria, monto que siempre dependerá del mínimo exigible para abrir una cuenta corriente, según las políticas del banco con el que se quiera trabajar.

5. TIPO DE ORGANIZACIÓN

Si bien existen más de 6 tipos de empresas, la más utilizada y recomendable para empezar un negocio es la Sociedad Anónima Cerrada (SAC), con la cual nos registraremos.

6. DOMICILIO FISCAL

No es necesario tener un local propio o alquilado para obtener el RUC de la empresa y, por consiguiente, para tener un domicilio fiscal. A efectos de estar al tanto de cualquier notificación de la Sunat, usualmente se emplea como domicilio fiscal el domicilio personal de uno de los accionistas, del gerente general de la empresa o de los contadores de la misma.

6. PLAZOS

El trámite de constitución de una empresa, incluyendo la obtención del RUC de la misma, demora aproximadamente 3 semanas, contadas desde el momento en que los accionistas fundadores firman la minuta de constitución. El cumplimiento del plazo antes indicado, dependerá de que no existan observaciones por parte del registrador que califique la solicitud de inscripción de la empresa ante el Registro Público.

7. LICENCIAS ADICIONALES

Para formalizar la constitución de una empresa no se requiere de licencia municipal. Pero, cuando la empresa empiece a operar formalmente y alquile o compre un local, si será necesario que el empresario confirme que en el lugar donde está ubicado su local comercial se permita la realización de la actividad económica a la que se dedique la empresa. Sin ese requisito previo, no se podrá obtener la licencia de funcionamiento ante la municipalidad correspondiente.

8. VENTAJAS DE ABRIR UNA EMPRESA

Cuando se vienen llevando a cabo actividades comerciales por un tiempo razonable, es conveniente abrir una empresa para evitar contingencias frente a SUNAT por falta de control en pago de impuestos, en la presentación de declaraciones tributarias o en el cumplimiento de diversas obligaciones de índole tributario. También resultará ventajoso para captar inversiones y para separar el patrimonio personal del patrimonio de la empresa. En tanto, en el caso de una sociedad anónima o una EIRL, los titulares o accionistas de la empresa no responderán personalmente por las obligaciones de la empresa, generándose así la protección del patrimonio personal.

ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

GERENTE GENERAL (Egresado de administración de Empresas)

El Gerente tendrá que cumplir las siguientes funciones:

- Búsqueda financiamiento.
- Liderar la gestión estratégica del proyecto.
- Ejecución de talleres (En caso se requiera).
- Representación del equipo en eventos.
- Realizar convenios y alianzas estratégicas según la etapa del proyecto.

DESARROLLADOR Y CAPACITADOR (Licenciado en psicología)

Las principales funciones a cumplir dentro de la empresa son las siguientes:

- Desarrollo de servicios vocacionales.
- Diseño y mejora de la metodología creada.
- Capacitación y formación del equipo de trabajo.
- Evaluación del material obtenido en los talleres.

ENCARGADOS DE TALLERES (Estudiante de la carrera de Administración de empresa con conocimientos de trabajo con jóvenes.)

Los encargados del desarrollo de los talleres tienen como funciones las siguientes

- Coordinación de logística en eventos, charlas y talleres.
- Ejecución de los talleres en los colegios.
- Realización de informe de los talleres.
- Apoyo al área de Gerencia.

ENCARGADOS DE CONTABILIDAD

Si bien se utilizara los servicios del contador solo a final del mes este tendrá diversas funciones:

- Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera.
- Preparar y presentar informes sobre la situación financiera.
- Asesorar a la Gerencia y a la Junta Directiva en asuntos relacionados con el cargo.
- Las demás que le asignen los Estatutos, reglamentos y normas.



V. VENTAJA DE COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS

5.1 ESTRATEGIA DE PRODUCTO

El producto es el bien o servicio que se ofrece o vende a los consumidores.

- Nuestros talleres contara con profesionales capacitados que garanticen que nuestro servicio será el más eficiente e indicado para los jóvenes.
- Informaremos que nuestros procedimientos para la evaluación de la vocación no cuenta con preguntas pres elaborados sino que nos basaremos en el desenvolvimiento y respuestas motoras de los jóvenes.
- Publicitaremos que a diferencia de otras evaluaciones de test vocacional, nuestros talleres contarán asesorías a los padres involucrando su participación en este proceso.
- Mejora del proceos de alineación en estyandares de

5.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

El precio es el valor monetario que se le asigna al producto al momento de ofrecerlo o venderlo a los consumidores.

Los precios por cada línea de producto servicio se detalla a continuación

Servicio	Precio
Taller vocacional visitas	S/. 50 por participante
Taller vocacional Abierto	S/. 100 por participante
Aplicación web vocacional	Gratuita para los usuarios

Algunas estrategias que podemos diseñar relacionadas al precio son:

- Se planearán charlas o conferencias gratuitas para convocar a jóvenes y empezar a posicionar la marca en el mercado.
- Los costos si bien están acordes al mercado y nos permiten tener rentabilidad, a la hora de ingresar se dará un descuento por llegar a taller de su máxima capacidad (20 participantes), para que de esta manera se logre el máximo beneficio para todos.
- Los talleres en colegios estatales se trabajaran al costo y con muy poco margen de ganancia, porque el precio es una barrera de entrada importante para este tipo de programas.

5.3 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

La promoción o comunicación consiste en dar a conocer, informar o hacer recordar la existencia del producto a los consumidores, así como persuadir, estimular o motivar su compra, consumo o uso.

Nuestras estrategias de promoción variarán según etapas y líneas de productos.

- En las instituciones educativas la promoción se realizará dentro de cada local dirigido tanto para los estudiantes como para los padres, con invitaciones personalizadas enviadas en las agendas de control.
- Presentar los talleres en las escuelas o reuniones de padres.
- Se realizaran campañas en redes sociales con concursos, retos y formas de interactuar.
- Se participara en ferias o exposición de negocios nuevos.
- Imprimiremos y repartir folletos, volantes, tarjetas de presentación.
- Colocaremos anuncios en la radio Stereo villa 101.07 FM

5.4 ESTRATEGIA DE PLAZA O DISTRIBUCIÓN

La plaza o distribución hace referencia a las plazas o puntos de venta en donde el producto es ofrecido o vendido a los consumidores, así como a la forma en que es distribuido o trasladado hacia dichas plazas o puntos de venta

La manera de distribuir nuestros servicios será la siguiente:

Presencial: Mediante la visita personal a colegios e instituciones educativas con una carta formal de presentación con el fin de exponer nuestros servicios y aplicarlos en el colegio directamente.

Página web: Por donde los estudiantes y autoridades podrán inscribir a sus colegios para nosotros iniciar el contacto y coordinar los talleres.

Aplicación web: En el momento que se tenga nuestra aplicación web la distribución será a través de internet.

VI. ANÁLISIS DEL PROCESO PRODUCTIVO

6.1 DISEÑO DEL SERVICIO

Taller vocacional: Sesiones

El contenido del taller:

Sesión 1

- Todo empieza con un sueño.
- Descubro mis talentos y fortalezas.

Sesión 2

- Determino mi vocación y visión.
- Informándome del mercado laboral y la oferta educativa.

Sesión 3

- Eligiendo mi carrera profesional.
- Planificando mi futuro profesional.

Sesión 4

- Charla para padres.
- Exposición final de los participantes.

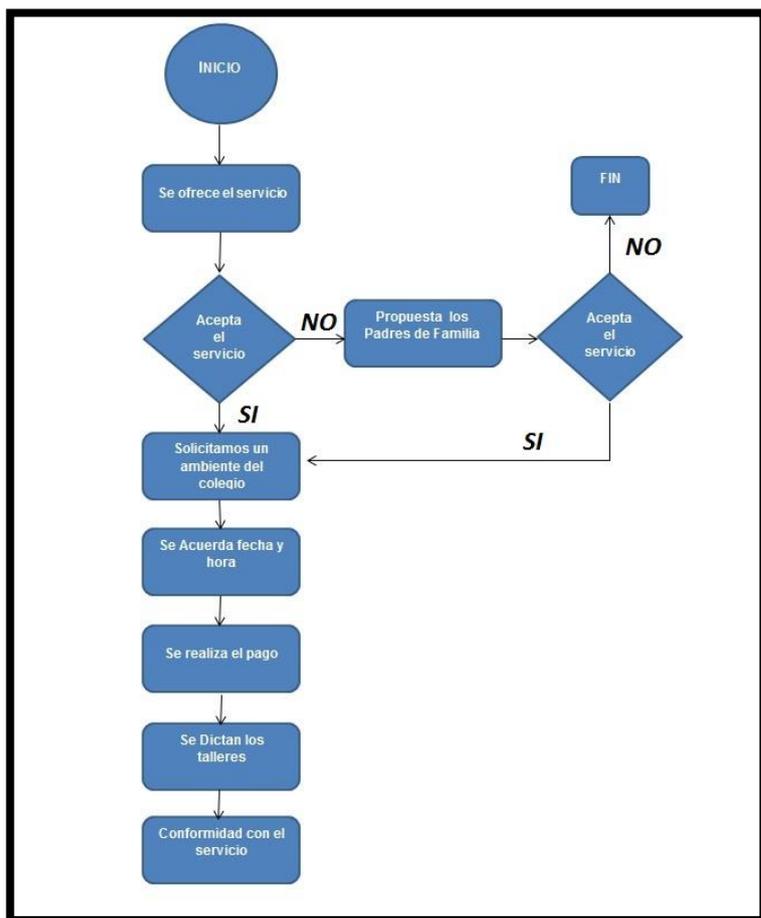
Para iniciar el taller se necesita:

- Mínimo: 10 participantes
- Máximo: 20 participantes



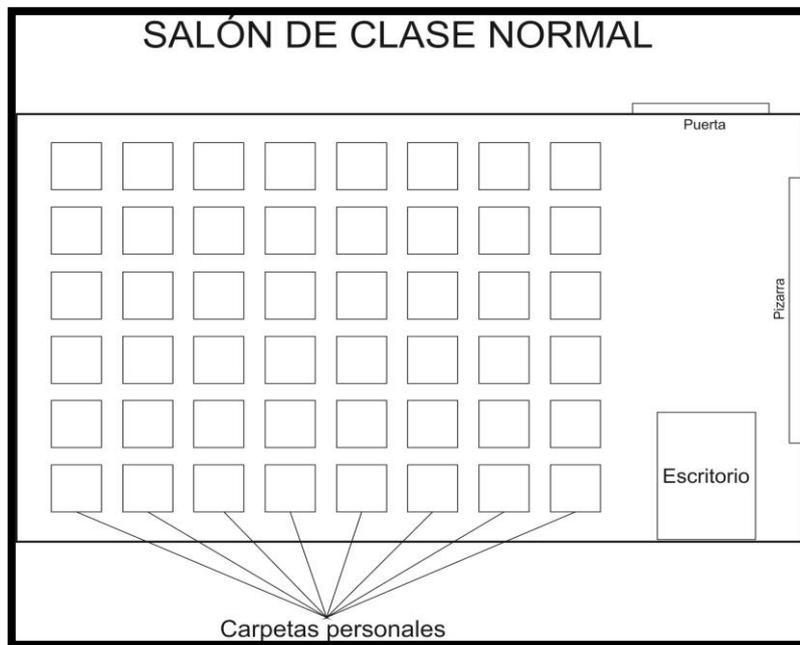
6.2 PROCESO PRODUCTIVO

Todo el proceso de OVF (Orientación Vocacional para el Futuro) será detallado y explicado en el siguiente flujo grama:

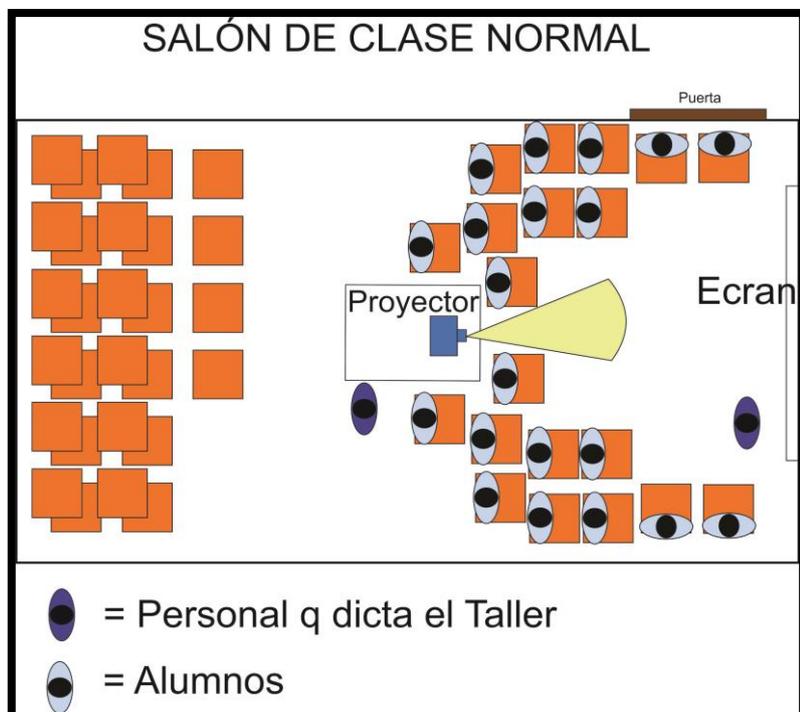


6.3 DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ÁREA DE TRABAJO

En la siguiente imagen podremos observar un salón de Clase promedio que es el lugar donde trabajaremos ya que estos serán facilitados a por la institución en la cual realicemos los talleres.



En la siguiente imagen podremos observar la distribución con la cual trabajaremos dentro del aula tanto para la charla a los padres en la tercera sesión como en la explicación a los jóvenes sobre las carreras.



6.4 CÁLCULO DE MATERIALES

En los siguientes cuadros podremos observar la cantidad de materiales que se requerirán para poder realizar los talleres adecuadamente.

Produccion disponible para las Ventas									
Descripción	Unidad Medida	Precio de Venta	Cantidad Copias en paquete	Cantidad Folder en paquete	Cantidad Lapiz en paquete	Cantidad Post It en paquete	Cantidad Hojas en paquete		
Taller de 10	Talleres	S/. 500.00	2.5	0.1	0.05	0.06	0.1		
Taller de 15	Talleres	S/. 675.00	3.75	0.1	0.05	0.09	0.15		
Taller de 20	Talleres	S/. 800.00	5	0.1	0.05	0.13	0.2		
Materias Primas e Insumos									
Descripción	Unidad Medida	Costo Unitario	Descrip. Corta						
Copias x 50 und	paquete	S/. 20.00	Copias						
Folder de plastico x 10 und	paquete	S/. 8.00	Folder						
Lapiz x 50 und	paquete	S/. 13.50	Lapiz						
Post It de 500 und	paquete	S/. 16.00	Post It						
Hojas de Colores x 100	paquete	S/. 15.00	Hojas						
Descripción	Unidad Medida	Precio de Venta	Costo Uni. Mp. E Ins.	Margen Contrib.	Costo Copias	Costo Folder	Costo Lapiz	Costo Post It	Costo Hojas
Taller de 10	Talleres	S/. 500.00	S/. 52.44	854%	S/. 50.00	S/. 0.80	S/. 0.68	S/. 0.96	S/. 1.50
Taller de 15	Talleres	S/. 675.00	S/. 77.92	766%	S/. 75.00	S/. 0.80	S/. 0.68	S/. 1.44	S/. 2.25
Taller de 20	Talleres	S/. 800.00	S/. 103.56	673%	S/. 100.00	S/. 0.80	S/. 0.68	S/. 2.08	S/. 3.00

6.5 DETERMINACIÓN DE MÁQUINAS, HERRAMIENTAS Y EQUIPOS

6.5.1 Para las máquinas y equipos

Estos son los todos las maquinarias y equipos que utilizaremos para poder dar un adecuado e interactivo taller.

Maquinarias y Equipos			S/. 8,250.00
Proyector	1	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00
Laptop	2	S/. 1,400.00	S/. 2,800.00
Cámara filmad.	1	S/. 1,100.00	S/. 1,100.00
PC	1	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00
Multifuncional A4 convertido continua	1	S/. 850.00	S/. 850.00

6.5.2 Para las herramientas

Para poder adecuarnos a las condiciones en que se encuentren los ambientes que nos brinden requeriremos las siguientes herramientas.

Herramientas			S/. 350.00
Puntero laser	1	S/. 200.00	S/. 200.00
Ecran	1	S/. 140.00	S/. 140.00
Extension	1	S/. 10.00	S/. 10.00

6.5.3 Muebles y Enseres

El equipamiento para la oficina será algo básico y se ira adecuando poco a poco.

Muebles y enseres			S/. 660.00
Escritorio	1	S/. 450.00	S/. 450.00
Silla	1	S/. 100.00	S/. 100.00
Estante	1	S/. 110.00	S/. 110.00

6.5.4 Organización de las personas en el proceso productivo

Si vienen el encargado y psicólogo serán los socios estos también desempeñaran labores dentro de la organización.

Encargado de talleres	4	S/. 1,416.00	S/. 5,664.00
Sueldo de Administrador	1	S/. 2,360.00	S/. 2,360.00
Sueldo de Psicologo	1	S/. 2,360.00	S/. 2,360.00
Contador	1	S/. 400.00	S/. 400.00

VII. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

7.1 PRESUPUESTO DE VENTAS E INGRESOS

En el siguiente Cuadro Podremos visualizar el pronóstico de ventas para el primer año de actividad y en el segundo cuadro observamos las ventas estimadas para los siguientes años.

	45%	50%	50%	55%	60%	65%	70%	83%	85%	90%	45%	45%	
Ventas en Unidades Año 1	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Taller de 10	2	2	2	2	2	3	3	4	4	4	2	2	32
Taller de 15	3	3	3	4	4	4	5	6	5	6	3	3	49
Taller de 20	15	17	17	18	20	22	23	27	28	30	15	15	247
	20	22	22	24	26	29	31	37	37	40	20	20	328
Ventas en Unidades	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5								
Taller de 10	32	42	50	55	58								
Taller de 15	49	64	76	84	88								
Taller de 20	247	321	385	424	445								
Total Ventas en Unidades	328	426	512	563	591								
Ventas en \$ Año 1	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Taller de 10	S/. 1,000.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	S/. 16,000.00				
Taller de 15	S/. 2,025.00	S/. 2,025.00	S/. 2,025.00	S/. 2,700.00	S/. 2,700.00	S/. 2,700.00	S/. 3,375.00	S/. 4,050.00	S/. 3,375.00	S/. 4,050.00	S/. 2,025.00	S/. 2,025.00	S/. 33,075.00
Taller de 20	S/. 12,000.00	S/. 13,600.00	S/. 13,600.00	S/. 14,400.00	S/. 16,000.00	S/. 17,600.00	S/. 18,400.00	S/. 21,600.00	S/. 22,400.00	S/. 24,000.00	S/. 12,000.00	S/. 12,000.00	S/. 197,600.00
Total Ventas en Soles	S/. 15,025.00	S/. 16,625.00	S/. 16,625.00	S/. 18,100.00	S/. 19,700.00	S/. 21,800.00	S/. 23,275.00	S/. 27,650.00	S/. 27,775.00	S/. 30,050.00	S/. 15,025.00	S/. 15,025.00	S/. 246,675.00
Ventas Anuales en Soles	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5								
Taller de 10	S/. 16,000.00	S/. 20,800.00	S/. 24,960.00	S/. 27,456.00	S/. 28,828.80								
Taller de 15	S/. 33,075.00	S/. 42,997.50	S/. 51,597.00	S/. 56,756.70	S/. 59,594.54								
Taller de 20	S/. 197,600.00	S/. 256,880.00	S/. 308,256.00	S/. 339,081.60	S/. 356,035.68								
Total Venta en Soles	S/. 246,675.00	S/. 320,677.50	S/. 384,813.00	S/. 423,294.30	S/. 444,459.02								
Costo MP e Insumos Soles	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5								
Taller de 10	S/. 1,677.92	S/. 2,181.30	S/. 2,617.56	S/. 2,879.31	S/. 3,023.28								
Taller de 15	S/. 3,817.84	S/. 4,963.19	S/. 5,956.82	S/. 6,551.40	S/. 6,878.98								
Taller de 20	S/. 25,578.09	S/. 33,251.51	S/. 39,901.81	S/. 43,891.99	S/. 46,086.59								
Costo MP e Insumos	S/. 31,073.84	S/. 40,395.99	S/. 48,475.19	S/. 53,322.71	S/. 55,988.84								

7.2 PRESUPUESTO DE COSTOS

En el primer cuadro observamos las cantidades de cada material requerido para hacer los talleres y en los demás su valor en soles tanto en meses como para los siguientes 5 años.

Descripción	Unidad Medida	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Copias x 50 und	paquete	91.25	101.25	101.25	110.00	120.00	132.50	141.25	167.50	168.75	182.50	91.25	91.25	1,498.75
Folder de plastico x 10 und	paquete	2.00	2.20	2.20	2.40	2.60	2.90	3.10	3.70	3.70	4.00	2.00	2.00	32.80
Lapiz x 50 und	paquete	1.00	1.10	1.10	1.20	1.30	1.45	1.55	1.85	1.85	2.00	1.00	1.00	8.10
Post It de 500 und	paquete	2.34	2.60	2.60	2.82	3.08	3.40	3.62	4.29	4.33	4.68	2.34	2.22	38.32
Hojas de Colores x 100	paquete	3.65	4.05	4.05	4.40	4.80	5.30	5.65	6.70	6.75	7.30	3.65	3.65	59.95
Materias Prima en Soles														
Descripción		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
Copias x 50 und		S/. 1,825.00	S/. 2,025.00	S/. 2,025.00	S/. 2,200.00	S/. 2,400.00	S/. 2,650.00	S/. 2,825.00	S/. 3,350.00	S/. 3,375.00	S/. 3,650.00	S/. 1,825.00	S/. 1,825.00	S/. 29,975.00
Folder de plastico x 10 und		S/. 16.00	S/. 17.60	S/. 17.60	S/. 19.20	S/. 20.80	S/. 23.20	S/. 24.80	S/. 29.60	S/. 29.60	S/. 32.00	S/. 16.00	S/. 16.00	S/. 262.40
Lapiz x 50 und		S/. 13.50	S/. 14.85	S/. 14.85	S/. 16.20	S/. 17.55	S/. 19.58	S/. 20.93	S/. 24.98	S/. 24.98	S/. 27.00	S/. 13.50	S/. 13.50	S/. 221.40
Post It de 500 und		S/. 37.44	S/. 41.60	S/. 41.60	S/. 45.12	S/. 49.28	S/. 54.40	S/. 57.92	S/. 68.64	S/. 69.28	S/. 74.88	S/. 37.44	S/. 35.52	S/. 613.12
Hojas de Colores x 100		S/. 54.75	S/. 60.75	S/. 60.75	S/. 66.00	S/. 72.00	S/. 79.50	S/. 84.75	S/. 100.50	S/. 101.25	S/. 109.50	S/. 54.75	S/. 54.75	S/. 899.25
TOTAL CONSUMO MP en soles		S/. 1,946.69	S/. 2,159.80	S/. 2,159.80	S/. 2,346.52	S/. 2,559.63	S/. 2,826.68	S/. 3,013.40	S/. 3,573.72	S/. 3,600.11	S/. 3,893.38	S/. 1,946.69	S/. 1,944.77	S/. 31,971.17
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5									
Taller de 10	S/. 3,197.12	S/. 4,795.68	S/. 7,193.51	S/. 10,790.27	S/. 16,185.40									
Taller de 15	S/. 4,795.68	S/. 7,193.51	S/. 10,790.27	S/. 16,185.40	S/. 24,278.11									
Taller de 20	S/. 23,978.38	S/. 35,967.57	S/. 53,951.35	S/. 80,927.02	S/. 121,390.54									
Total Venta en Soles	S/. 31,971.17	S/. 47,956.76	S/. 71,935.13	S/. 107,902.70	S/. 161,854.05									

7.3 PRESUPUESTO DE INVERSIONES

7.3.1 Cálculo del Costo Unitario y del Precio

PROCEDIMIENTOS DE CÁLCULO			
1. CÁLCULO DEL COSTO UNITARIO Y DEL PRECIO			
El Costo Unitario es el costo de cada unidad producida o de cada servicio brindado.			
El Costo Total se subdivide en Costos Fijos y Costos variables; por lo tanto			
Costo Total Unitario = Costo Fijo Unitario (CFU) + Costo Variable Unitario (CVU)			
Cálculo del Costo Fijo Unitario (CFU):			
CFU = Costos fijos totales / Total de unidades producidas durante el ciclo de vida del Proyecto			
CFU = S/.	11,945.80	/20	CFU = S/. 597.29
Cálculo del Costo Variable Unitario (CVU):			
CVU = Costos Variables Totales / Total de unidades producidas durante el ciclo de vida del Proyecto			
CVU = S/.	1,946.69	/20	CVU = S/. 97.33
Luego: Costo Total Unitario = CFU + CVU			
Costo Total Unitario = 550.09+97.33			
Costo Total Unitario (S/.			
			694.62
Nota.- El procedimiento es el mismo para los siguientes ciclos de producción (Semanas, Meses, etc).			
CÁLCULO DEL PRECIO DE VENTA:			
Si Vendemos a S/751.25 la Unidad (cada taller), la ganancia sería = 751.25- 694.62			
Luego la Ganancia es S/.			
	751.25		56.63
Sea como fuere, debemos tener en cuenta que los esfuerzos de manejar los Plus y los precios no servirán de mucho o nada, si el Cliente no reconoce la diferencia; de tal manera que resulta necesario resaltar esta característica a través de la Publicidad.			

7.3.2 Cálculo del Punto de Equilibrio

2. CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de Equilibrio nos ayuda a determinar a partir de cuántos productos vendidos empezamos a ganar. Esto es muy importante, porque nos permite fijarnos una meta respecto a cuántos productos debemos vender como mínimo en un determinado periodo.

Para calcular el punto de equilibrio para el mes 1 solo debemos aplicar la siguiente fórmula (el mismo procedimiento puede ser repetido para los meses siguientes):

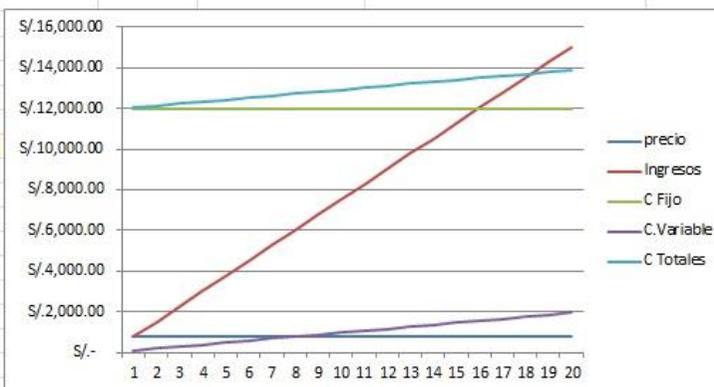
$$\text{Punto de equilibrio} = \text{Costos Fijos Totales} / (\text{Precio de venta unitario} - \text{Costo Var. unit})$$

Reemplazando tenemos:

$$\text{Punto de equilibrio} = 11'001.80 / (751.25 - 647.42) = 18.267974$$

$$\text{Punto de equilibrio} = 18.2679736$$

Así podemos decir que tenemos que realizar por lo menos 17 taller para obtener ganancias



Cantidad	precio	Ingresos	C Fijo	C.Variable	C Totales
1	S/. 751.25	S/. 751.25	S/. 11,945.80	S/. 97.33	S/. 12,043.13
2	S/. 751.25	S/. 1,502.51	S/. 11,945.80	S/. 194.67	S/. 12,140.47
3	S/. 751.25	S/. 2,253.76	S/. 11,945.80	S/. 292.00	S/. 12,237.80
4	S/. 751.25	S/. 3,005.02	S/. 11,945.80	S/. 389.34	S/. 12,335.14
5	S/. 751.25	S/. 3,756.27	S/. 11,945.80	S/. 486.67	S/. 12,432.47
6	S/. 751.25	S/. 4,507.53	S/. 11,945.80	S/. 584.01	S/. 12,529.81
7	S/. 751.25	S/. 5,258.78	S/. 11,945.80	S/. 681.34	S/. 12,627.14
8	S/. 751.25	S/. 6,010.04	S/. 11,945.80	S/. 778.68	S/. 12,724.48
9	S/. 751.25	S/. 6,761.29	S/. 11,945.80	S/. 876.01	S/. 12,821.81
10	S/. 751.25	S/. 7,512.55	S/. 11,945.80	S/. 973.35	S/. 12,919.15
11	S/. 751.25	S/. 8,263.80	S/. 11,945.80	S/. 1,070.68	S/. 13,016.48
12	S/. 751.25	S/. 9,015.06	S/. 11,945.80	S/. 1,168.01	S/. 13,113.81
13	S/. 751.25	S/. 9,766.31	S/. 11,945.80	S/. 1,265.35	S/. 13,211.15
14	S/. 751.25	S/. 10,517.57	S/. 11,945.80	S/. 1,362.68	S/. 13,308.48
15	S/. 751.25	S/. 11,268.82	S/. 11,945.80	S/. 1,460.02	S/. 13,405.82
16	S/. 751.25	S/. 12,020.08	S/. 11,945.80	S/. 1,557.35	S/. 13,503.15
17	S/. 751.25	S/. 12,771.33	S/. 11,945.80	S/. 1,654.69	S/. 13,600.49
18	S/. 751.25	S/. 13,522.59	S/. 11,945.80	S/. 1,752.02	S/. 13,697.82
19	S/. 751.25	S/. 14,273.84	S/. 11,945.80	S/. 1,849.36	S/. 13,795.16
20	S/. 751.25	S/. 15,025.10	S/. 11,945.80	S/. 1,946.69	S/. 13,892.49

7.4 ANÁLISIS FINANCIERO

7.4.1 El Estado de Ganancias y Pérdidas

ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS 1er AÑO												
Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingreso por ventas	15,025.00	16,625.00	16,625.00	18,100.00	19,700.00	21,800.00	23,275.00	27,650.00	27,775.00	30,050.00	15,025.00	15,025.00
Sub Tot Costos y Gastos	14,044.32	14,257.43	14,257.43	14,444.15	14,657.26	14,924.31	15,111.03	15,671.35	15,697.74	15,991.01	14,044.32	14,042.40
- Gastos de Ventas	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00
- Gastos Administrativos	6,073.80	6,073.80	6,073.80	6,073.80	6,073.80	6,073.80	6,073.80	6,073.80	6,073.80	6,073.80	6,073.80	6,073.80
- Costo de Operación	7,138.69	7,351.80	7,351.80	7,538.52	7,751.63	8,018.68	8,205.40	8,765.72	8,792.11	9,085.38	7,138.69	7,136.77
- Gastos PreOperativos	330.00	330.00	330.00	330.00	330.00	330.00	330.00	330.00	330.00	330.00	330.00	330.00
- Depreciación	151.83	151.83	151.83	151.83	151.83	151.83	151.83	151.83	151.83	151.83	151.83	151.83
Utilidad antes de Intereses e Impuestos	980.68	2,367.57	2,367.57	3,655.85	5,042.74	6,875.69	8,163.97	11,978.65	12,077.26	14,058.99	980.68	982.60
- Intereses*	803.70	803.70	803.70	803.70	803.70	803.70	803.70	803.70	803.70	803.70	803.70	803.70
Utilidad antes de Impuestos	176.98	1,563.87	1,563.87	2,852.15	4,239.04	6,071.99	7,360.27	11,174.95	11,273.56	13,255.29	176.98	178.90
- Impuestos**	49.55	437.88	437.88	798.60	1,186.93	1,700.16	2,060.88	3,128.99	3,156.60	3,711.48	49.55	50.09
UTILIDAD NETA	127.43	1,125.99	1,125.99	2,053.55	3,052.11	4,371.84	5,299.40	8,045.97	8,116.97	9,543.81	127.43	128.81

ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS ANUALES					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por ventas	246,675.00	320,677.50	384,813.00	465,623.73	466,681.97
Sub Tot Costos y Gastos	177,142.77	261,775.69	349,348.07	454,642.97	572,188.31
- Gastos de Ventas	4,200.00	4,200.00	4,200.00	4,200.00	4,200.00
- Gastos Administrativos	72,885.60	77,885.60	80,485.60	85,485.60	88,085.60
- Costo de Operación	94,275.17	172,564.76	258,847.13	357,118.70	473,374.05
- Gastos PreOperativos	3,960.00	4,880.00	3,280.00	4,880.00	3,280.00
- Depreciación	1,822.00	2,245.33	2,535.33	2,958.67	3,248.67
Utilidad antes de Intereses e Impuestos	69,532.23	58,901.81	35,464.93	10,980.76	-105,506.35
- Intereses*	9,644.36				
Utilidad antes de Impuestos	59,887.87	58,901.81	35,464.93	10,980.76	-105,506.35
- Impuestos**	16,768.60	16,492.51	9,930.18	3,074.61	-29,541.78
UTILIDAD NETA	43,119.27	42,409.30	25,534.75	7,906.15	-75,964.57

7.4.2 El Flujo de Caja Económico

Flujo económico proyectado para el primer año de funcionamiento.

Flujo de Caja Mensual para el 1er año															TOTAL
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
INV. PyE	S/. -9,260.00		S/. 1,400.00												
INGRESOS		S/. 15,025.00	S/. 16,625.00	S/. 16,625.00	S/. 18,100.00	S/. 18,100.00	S/. 19,400.00	S/. 20,875.00	S/. 23,650.00	S/. 28,950.00	S/. 28,950.00	S/. 15,025.00	S/. 15,025.00	S/. 236,350.00	
COSTO OPERAT.	S/. -1,946.69	S/. 14,105.60	S/. 14,105.60	S/. 14,292.32	S/. 14,292.32	S/. 14,452.81	S/. 14,639.53	S/. 14,986.74	S/. 15,680.01	S/. 15,680.01	S/. 13,892.49	S/. 13,890.57	S/. 14,585.10	S/. 174,603.09	
DEPRECIACIÓN		S/. 151.83	S/. 151.83	S/. 151.83	S/. 151.83	S/. 151.83	S/. 151.83	S/. 151.83	S/. 151.83	S/. 151.83	S/. 151.83	S/. 151.83	S/. 151.83	S/. 1,822.00	
F.OPER. A. IMP.		S/. 767.57	S/. 2,367.57	S/. 780.85	S/. 3,655.85	S/. 3,495.36	S/. 4,608.64	S/. 5,736.43	S/. 7,818.16	S/. 13,118.16	S/. 14,905.68	S/. 982.60	S/. 288.07	S/. 58,524.91	
IMPUESTO		S/. 214.92	S/. 662.92	S/. 218.64	S/. 1,023.64	S/. 978.70	S/. 1,290.42	S/. 1,606.20	S/. 2,189.09	S/. 3,673.09	S/. 4,173.59	S/. 275.13	S/. 80.66	S/. 16,386.98	
F.OPER. D. IMP.		S/. 552.65	S/. 1,704.65	S/. 562.21	S/. 2,632.21	S/. 2,516.66	S/. 3,318.22	S/. 4,130.23	S/. 5,629.08	S/. 9,445.08	S/. 10,732.09	S/. 707.47	S/. 207.41	S/. 42,137.94	
GASTOS PRE OPERATIVOS	S/. -4,390.00														
CAP. DE TRABAJO														S/. -	
CAP. DE TRAB. FIN.															
VENTA DE ACTIVO															
IMP. GAN. EXTR.															
DEPRECIACIÓN		S/. 151.83	S/. 151.83	S/. 151.83	S/. 151.83	S/. 151.83	S/. 151.83	S/. 151.83	S/. 151.83	S/. 151.83	S/. 151.83	S/. 151.83	S/. 151.83	S/. 1,822.00	
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	S/. -15,596.69	S/. 704.48	S/. 1,856.48	S/. 714.04	S/. 2,784.04	S/. 2,668.49	S/. 3,470.05	S/. 4,282.06	S/. 5,780.91	S/. 9,596.91	S/. 10,883.92	S/. 859.30	S/. 359.24	S/. 43,959.94	

Flujo económico proyectado para el primer año de funcionamiento.

	0	1	2	3	4	5
INV. PyE	S/. -9,260.00		S/. 120,184.00	S/. 116,184.00	S/. 120,184.00	S/. 121,848.00
INGRESOS		S/. 236,350.00	S/. 307,255.00	S/. 368,706.00	S/. 435,073.08	S/. 456,826.73
COSTO OPERAT.	S/. -1,946.69	S/. 174,603.09	S/. 226,984.02	S/. 272,380.82	S/. 299,618.90	S/. 314,599.84
DEPRECIACIÓN		S/. 1,822.00	S/. 2,245.33	S/. 2,535.33	S/. 2,958.67	S/. 3,248.67
F.OPER. A. IMP.		S/. 59,924.91	S/. -42,158.35	S/. -22,394.15	S/. 12,311.51	S/. 17,130.22
IMPUESTO		S/. 16,778.98	S/. -11,804.34	S/. -6,270.36	S/. 3,447.22	S/. 4,796.46
F.OPER. D. IMP.		S/. 43,145.94	S/. -30,354.01	S/. -16,123.79	S/. 8,864.29	S/. 12,333.76
GASTOS PRE OPERATIVOS	S/. -4,390.00					
CAP. DE TRABAJO						
CAP. DE TRAB. FIN.						
VENTA DE ACTIVO						
IMP. GAN. EXTR.						
DEPRECIACIÓN		S/. 1,822.00	S/. 2,245.33	S/. 2,535.33	S/. 2,958.67	S/. 3,248.67
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	S/. -15,596.69	S/. 43,959.94	S/. -28,108.68	S/. -13,588.46	S/. 11,822.96	S/. 15,582.43

7.4.3 El Flujo de la Deuda

Flujo de la deuda para el primer año de funcionamiento.

FLUJO DE CAJA ECONOMICO	S/.	-15,596.69	S/.	704.48	S/.	1,856.48	S/.	714.04	S/.	2,784.04	S/.	2,668.49	S/.	3,470.05	S/.	4,282.06	S/.	5,780.91	S/.	9,596.91	S/.	10,883.92	S/.	859.30	S/.	359.24	S/.	43,959.94
PRESTAMO	S/.	8,000.00																										
PAGARÉ																												
AMORTIZ. PAGARÉ																												
AMORTIZACIONES		S/.	-563.70	S/.	-580.61	S/.	-598.03	S/.	-615.97	S/.	-634.45	S/.	-653.48	S/.	-673.08	S/.	-693.28	S/.	-714.07	S/.	-735.50	S/.	-757.56	S/.	-780.29	S/.	-8,000.00	
INTERESES		S/.	-240.00	S/.	-223.09	S/.	-205.67	S/.	-187.73	S/.	-169.25	S/.	-150.22	S/.	-130.61	S/.	-110.42	S/.	-89.62	S/.	-68.20	S/.	-46.14	S/.	-23.41	S/.	-1,644.36	
ESCUDO FISCAL		S/.	67.20	S/.	62.46	S/.	57.59	S/.	52.56	S/.	47.39	S/.	42.06	S/.	36.57	S/.	30.92	S/.	25.09	S/.	19.10	S/.	12.92	S/.	6.55	S/.	460.42	
FLUJO DE CAJA FINANCIADO		S/.	-736.50	S/.	-741.23	S/.	-746.11	S/.	-751.13	S/.	-756.31	S/.	-761.64	S/.	-767.12	S/.	-772.78	S/.	-778.60	S/.	-784.60	S/.	-790.78	S/.	-797.14	S/.	-9,183.94	
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	S/.	-7,596.69	S/.	-32.02	S/.	1,115.25	S/.	-32.07	S/.	2,032.91	S/.	1,912.18	S/.	2,708.42	S/.	3,514.94	S/.	5,008.13	S/.	8,818.31	S/.	10,099.32	S/.	68.52	S/.	-437.90	S/.	34,776.00
F.DE CAJA ACUM.	S/.	-7,596.69	S/.	-32.02	S/.	1,083.23	S/.	1,051.17	S/.	3,084.08	S/.	4,996.26	S/.	7,704.68	S/.	11,219.61	S/.	16,227.75	S/.	25,046.05	S/.	35,145.37	S/.	35,213.90	S/.	34,776.00	S/.	34,776.00

Flujo de la deuda para los 5 años de funcionamiento.

FLUJO DE CAJA ECONOMICO	S/.	-15,596.69	S/.	43,959.94	S/.	-28,108.68	S/.	-13,588.46	S/.	11,822.96	S/.	15,582.43
PRESTAMO	S/.	8,000.00					S/.	15,000.00				
PAGARÉ												
AMORTIZ. PAGARÉ												
AMORTIZACIONES			S/.	-8,000.00			S/.	-6,836.66	S/.	-8,163.34		
INTERESES			S/.	-1,644.36			S/.	-2,204.92	S/.	-878.25		
ESCUDO FISCAL			S/.	460.42			S/.	617.38	S/.	245.91		
FLUJO DE CAJA FINANCIADO			S/.	-9,183.94			S/.	-8,424.21	S/.	-8,795.68		
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	S/.	-7,596.69	S/.	34,776.00	S/.	-28,108.68	S/.	-7,012.66	S/.	3,027.28	S/.	15,582.43
F.DE CAJA ACUM.	S/.	-7,596.69	S/.	34,776.00	S/.	6,667.32	S/.	-345.35	S/.	2,681.93	S/.	18,264.36
INVERSION PROPIA	S/.	8,000.00										
FLUJO DE FONDOS		403.31		35,179.31		41,846.63		41,501.28		44,183.21		62,447.58

7.4.4 El Balance General Proyectado

Balance General			
ACTIVOS	0	1	2
Activo Corriente			
Caja/Bancos	S/. 4,390.00	S/. 12,865.20	S/. 2,519.40
Cuentas por Cobrar			
Inventario	S/. 1,946.69	S/. 2,159.80	S/. 14,105.60
Total de Activo Corriente	S/. 6,336.69	S/. 15,025.00	S/. 16,625.00
Activo No Corriente			
Equipo y maquinaria	S/. 9,260.00		
Depr acumulada Equipo y Maquinaria		S/. 151.83	S/. 303.67
Total Activos Fijos	S/. 9,260.00	S/. 151.83	S/. 303.67
TOTAL ACTIVOS	S/. 15,596.69	S/. 15,176.83	S/. 16,928.67
PASIVOS			
Pasivo Corriente			
Licencia por apertura			
Deudas a Corto Plazo	S/. 8,000.00	S/. 736.50	S/. 741.23
Pagaré			
Cuentas por Pagar		S/. 14,105.60	S/. 14,105.60
Sueldos			
Impuestos por Pagar		S/. 214.92	S/. 662.92
Total Pasivos Corrientes	S/. 8,000.00	S/. 15,057.02	S/. 15,509.75
Pasivo No Corriente			
Pasivo a largo plazo			
Total Pasivos No Corrientes			
TOTAL PASIVO	S/. 8,000.00	S/. 15,057.02	S/. 15,509.75
PATRIMONIO			
Capital	S/. 7,596.69	-S/. 32.02	S/. 1,115.25
Utilidad / pérdida de ejercicio		S/. 151.83	S/. 303.67
TOTAL PATRIMONIO	S/. 7,596.69	S/. 119.81	S/. 1,418.92
TOTAL DE PASIVOS Y PATRIMONIO	S/. 15,596.69	S/. 15,176.83	S/. 16,928.67
	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00

VIII. EVALUACIÓN DE FACTIBILIDAD

8.1 DEFINIR LOS BENEFICIOS PARA LOS GRUPOS DE INTERÉS

INVERSIONISTAS

Se espera que el ritmo de crecimiento de la empresa no caiga dramáticamente y que se alcance una alta rentabilidad para que al finalizar el primer año de funcionamiento se pueda recuperar la inversión.

TRABAJADORES

Los trabajadores de esta empresa podrán desempeñar sus funciones libremente y trabajaran en equipos de trabajo, se les entregara su sueldo puntualmente y con los beneficios que corresponde. También se les cumplirá con la cantidad de horas dictadas por ley y se les dará bonos de pasajes según la programación de los lugares.

CLIENTES

Estos esperan se les brinde una orientación adecuada, un encaminamiento y una asesoría para así poder definir de manera correcta y con conocimientos solidos a que carrera se van a dirigir.

ESTADO

Espera que cumplamos con nuestras obligaciones fiscales, respetemos las normas estipuladas en nuestra formación y paguemos cabalmente nuestros tributos.

COMUNIDAD

La comunidad de Villa el salvador espera que nuestra empresa genere puestos de trabajos y contribuyamos con la comunidad proporcionando ayuda social cuando se requiera.

8.2 EVALUACIÓN SOCIAL

8.2.1 CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO Y TASA INTERNA DE RETORNO

Inversion Inicial	S/. -15,596.69	TIR	191%
Valor Actual	S/. 45,382.29		
CPPC	23.0%		
VANE	S/. 29,785.60		
Valor Actual FINANCIERO	S/. 30,319	TIR	405%
CPPC	23.0%		
Inversion Inicial	S/. -7,596.69		
Valor Actual	S/. 37,916		

8.2.2 Responsabilidad social empresarial, análisis ambiental

MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL PARA OVF SAC

DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR													
VARIABLES DE INCIDENCIA	EFECTO			PERMANENTES	TEMPORALIDAD			ESPACIALES			MAGNITUD		
	POSITIVO	NEGATIVO	NEUTRO		TRANSITORIOS			LOCAL	REGIONAL	NACIONAL	LEVES	MODERADOS	FUERTES
					CORTA	MEDIA	LARGA						
Traslado de personal		X				X		X				X	
Uso de materiales		X				X		X			X		
Objetivos de la Empresa	X						X			X			X
Fuente de Trabajo	X						X	X					X
Reciclaje de desperdicios	X						X	X				X	
Uso de equipos electronicos		X			X			X			X		

CONCLUSIONES

Las Principales Conclusiones a las cuales se ha llegado después de analizar el proyecto son las siguientes:

- De acuerdo a los resultados arrojados por los estudios, estos nos indican que existe un gran mercado potencial en el distrito de villa el salvador pues más de la mitad de los estudiantes que finaliza cada año su secundaria no han elegido aun en qué carrera continuaran sus estudios.
- Las personas del distrito de Villa el Salvador en específico los padres de familia en su gran mayoría tienden a cargar una gran preocupación por el futuro de sus hijos y son pocos los que conocen la forma adecuada de apoyarlos por lo mismo esta será una alternativa saludable de hacerlo debido al proceso de y a la metodología que proporcionamos.
- Si el crecimiento se mantiene constante antes del cumplimiento de los 5 años se podría comenzar a abrir sucursales en los distritos aledaños como Lurín o San Juan de Miraflores previo estudio de mercado.
- Los estudios financieros tales como en VANE (Valor Actual Neto Económico) que arrojó en monto de S/.45, 382.29 y el TIR (Tasa Interna de Retorno) la cual es 191% nos ayudaron a determinar la factibilidad y rentabilidad del proyecto.

RECOMENDACIONES

Para la ejecución de este proyecto presentamos las siguientes recomendaciones a tener en cuenta:

- Implementar un área encargada de atención telefónica en el cual los participantes y jóvenes que hayan finalizado el taller puedan disipar las nuevas dudas que tengan conforme avancen en su desarrollo.
- Recomendamos que en la ejecución del plan de negocio, este se desarrolle según los criterios y procedimientos estipulados en el mismo, para así poder obtener buenos resultados.
- También recomendamos se continúe con un constante plan de Márquetin agresivo para que así se mantengan una adecuada difusión y un ritmo de crecimiento constante como el pronosticado.
- Se recomienda también mantener constantes capacitaciones y actualización para que los encargados realicen un adecuado procedimiento a la hora de desarrollar los talleres.
- Plantear la forma de trabajar directamente para el estado y que este tipo de talleres llegue a todos los jóvenes de 4to y 5to de secundaria a nivel nacional pues es una necesidad que se debe satisfacer para la preparación de profesionales competentes.

BIBLIOGRAFIA

LIBROS

- Michael E. Porter, Libro Ventaja competitivas (Diamante de Porter)
Editorial Piramide
- Folke Kafka Kiener, Evaluación estratégica de proyectos de inversión.
2da edición lima universidad del pacifico 2004
- Navarro, p (2005) Estrategias de Gestión, como hacer un análisis exitosos, Lima Perú, Bresca

Artículos

- INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática)
<http://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/poblacion-y-vivienda/>
- Gestión
<http://gestion.pe/economia/inei-sistema-educativo-peruano-ofrece-1118-carreras-profesionales-2094403>
- ESCALE (Estadística de Calidad Educativa)
<http://escale.minedu.gob.pe/web/inicio/padron-de- iiee;jsessionid=1167c6a8ef350568e2a7b3548808>

ARCHIVOS WEB

- NEGOCIOS Y EMPRENDIMIENTOS (Plantillas de Proyectos financieros)

(<http://www.negociosyemprendimiento.org/2013/07/plantilla-excel-realizar-proyecciones-emprendimiento.html>)

ANEXO

1.- En el siguiente cuadro podremos observar el porcentaje de participación de cada taller dándole un mayor porcentaje al de 20 personas pues los demás talleres serán los desagregados.

Porcentaje de participación de cada taller			
Taller de 10 personas		10%	4
Taller de 15 personas		15%	7
Taller de 20 personas		75%	33
Total		100%	44

2.- En el siguiente cuadro podremos saber nuestro número máximo de talleres que se pueden realizar en un mes.

Máximo N° de Talleres que se pueden realizar al mes		
Número de Horas Por mes	192	Horas Legales
tiempos muertas x mes	20	Horas
Max. de horas que se puede trabajar	172	Horas
Duración de los talleres	8	Horas
Max. N° de talleres al mes x Grupo	22	Talleres
Número de Grupos de Trabajo	2	4 personas
Max. N° de talleres al mes	44	Talleres

Según Marco legal el personal podrá trabajar 48 horas semanales es decir 192 horas mensuales.

3.- Cuadro de préstamos para el Primer año de funcionamiento.

Talleres de Orientacion Vocaciona para el Futuro OVF					
PRESTAMO PARA EL AÑO CERO					
Mes	Principal	Cuotas de int. 3%	Costo de amortiz.	Pago de la deuda	
1	S/. 8,000.00	S/. 240.00	S/. 563.70	S/. 803.70	
2	S/. 7,436.30	S/. 223.09	S/. 580.61	S/. 803.70	
3	S/. 6,855.70	S/. 205.67	S/. 598.03	S/. 803.70	
4	S/. 6,257.67	S/. 187.73	S/. 615.97	S/. 803.70	
5	S/. 5,641.70	S/. 169.25	S/. 634.45	S/. 803.70	
6	S/. 5,007.26	S/. 150.22	S/. 653.48	S/. 803.70	
7	S/. 4,353.78	S/. 130.61	S/. 673.08	S/. 803.70	
8	S/. 3,680.70	S/. 110.42	S/. 693.28	S/. 803.70	
9	S/. 2,987.42	S/. 89.62	S/. 714.07	S/. 803.70	
10	S/. 2,273.35	S/. 68.20	S/. 735.50	S/. 803.70	
11	S/. 1,537.85	S/. 46.14	S/. 757.56	S/. 803.70	
12	S/. 780.29	S/. 23.41	S/. 780.29	S/. 803.70	
		S/. 1,644.36	S/. 8,000.00	S/. 9,644.36	
		42.58%			
Financiamiento:	40% aproximadamente				
Monto:	S/.	8,000.00			
# de cuotas:		12			
Tasa de interes:		3%			
Prestamos	S/.	8,000.00	50%	Tasa anual del prestamo	42.58%
Aporte propio	S/.	8,000.00	50%	Valor del aporte propio	25%
Total de inversión	S/.	16,000.00	100%	CPPC	33.79%

4.- Cuadro de préstamos para el Tercer año de funcionamiento.

Talleres de Orientacion Vocaciona para el Futuro OVF					
(Ctrl) ▾					
PRESTAMO PARA EL AÑO 3 AL 4					
Mes	Principal	Cuotas de int. 3%	Costo de amortiz.	Pago de la deuda	
1	S/. 15,000.00	S/. 450.00	S/. 1,056.93	S/. 1,506.93	
2	S/. 13,943.07	S/. 418.29	S/. 1,088.64	S/. 1,506.93	
3	S/. 12,854.43	S/. 385.63	S/. 1,121.30	S/. 1,506.93	
4	S/. 11,733.13	S/. 351.99	S/. 1,154.94	S/. 1,506.93	
5	S/. 10,578.19	S/. 317.35	S/. 1,189.59	S/. 1,506.93	
6	S/. 9,388.61	S/. 281.66	S/. 1,225.27	S/. 1,506.93	
7	S/. 8,163.34	S/. 244.90	S/. 1,262.03	S/. 1,506.93	
8	S/. 6,901.30	S/. 207.04	S/. 1,299.89	S/. 1,506.93	
9	S/. 5,601.41	S/. 168.04	S/. 1,338.89	S/. 1,506.93	
10	S/. 4,262.52	S/. 127.88	S/. 1,379.06	S/. 1,506.93	
11	S/. 2,883.47	S/. 86.50	S/. 1,420.43	S/. 1,506.93	
12	S/. 1,463.04	S/. 43.89	S/. 1,463.04	S/. 1,506.93	
		S/. 3,083.18	S/. 15,000.00	S/. 18,083.18	
		42.58%			
Financiamiento:	proximadamente				
Monto:	S/. 15,000.00				
# de cuotas:	12				
Tasa de interes:	3%				
Prestamos	S/. 15,000.00	100%	Tasa anual del prestamo	42.58%	0.4258
			Valor del aporte propio	25%	0
			CPPC	42.58%	

5.- En el siguiente cuadro podremos observar la depreciación de todas las maquinarias utilizadas

DEPRECIACIÓN EN 5 AÑOS	AÑO 1	AÑO2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
Maquinarias y equipos	S/. 1,752	S/. 1,822	S/. 2,245	S/. 2,535	S/. 2,959
Herramientas y materiales	S/. 70	S/. 423	S/. 290	S/. 423	S/. 290
Costo total por mes	S/. 152				
Costo total anual	S/. 1,822	S/. 2,245	S/. 2,535	S/. 2,959	S/. 3,249

6.- En el siguiente cuadro tenemos los montos de las medidas a tomar por inseguridad ciudadana.

SEGURIDAD	Precio unitario	Cantidad	Total
Cámara de Vigilancia Full HD	S/. 200.00	2	S/. 400.00
Decodificador	S/. 800.00	1	S/. 800.00
Sensor de movimiento más alarma	S/. 200.00	1	S/. 200.00
			S/. 1,400.00

7.- Cuadro de gastos en la implementación de personal, herramientas y maquinaria nuevos para el segundo año de funcionamiento.

Ampliacion del 2do año			
Infraestructura	Cantidad		
Ampliacion de 1 ambientes	12	S/. 150.00	S/. 1,800.00
4 personal	48	S/. 1,298.00	S/. 62,304.00
Pasajes	12	S/. 100.00	S/. 1,200.00
Mantenimiento	12	S/. 50.00	S/. 600.00
Otros Gastos	12	S/. 100.00	S/. 1,200.00
			S/. 67,104.00
Caja de 40 Puntero laser	1	S/. 200.00	S/. 200.00
Ecran	2	S/. 140.00	S/. 280.00
pizarra	1	S/. 120.00	S/. 120.00
Carpetas	20	S/. 74.00	S/. 1,480.00
Proyecto	2	S/. 1,500.00	S/. 3,000.00
			S/. 5,080.00
			S/. 72,184.00

8.- Cuadro de gastos en la implementación de personal, herramientas y maquinaria nuevos para el tercer año de funcionamiento.

Ampliacion del 3ro año			
Infraestructura	Cantidad		
4 personal	48	S/. 1,298.00	S/. 62,304.00
Pasajes	12	S/. 100.00	S/. 1,200.00
Otros Gastos	12	S/. 100.00	S/. 1,200.00
			S/. 64,704.00
Caja de 40 Puntero laser	1	S/. 200.00	S/. 200.00
Ecran	2	S/. 140.00	S/. 280.00
Proyecto	2	S/. 1,500.00	S/. 3,000.00
			S/. 3,480.00
			S/. 68,184.00

9.- Cuadro de gastos en la implementación de personal, herramientas y maquinaria nuevos para el Cuarto año de funcionamiento.

Ampliacion del 4to año			
Infraestructura	Cantidad		
Ampliacion de 1 ambientes	12	S/. 150.00	S/. 1,800.00
4 personal	48	S/. 1,416.00	S/. 67,968.00
Pasajes	12	S/. 100.00	S/. 1,200.00
Mantenimiento	12	S/. 50.00	S/. 600.00
Otros Gastos	12	S/. 100.00	S/. 1,200.00
			S/. 72,768.00
Caja de 40 Puntero laser	1	S/. 200.00	S/. 200.00
Ecran	2	S/. 140.00	S/. 280.00
pizarra	1	S/. 120.00	S/. 120.00
Carpetas	20	S/. 74.00	S/. 1,480.00
Proyecto	2	S/. 1,500.00	S/. 3,000.00
			S/. 5,080.00
			S/. 77,848.00

10.- Cuadro de gastos en la implementación de personal, herramientas y maquinaria nuevos para el quinto año de funcionamiento.

Ampliacion del 5to año			
Infraestructura	Cantidad		
4 personal	48	S/. 1,416.00	S/. 67,968.00
Pasajes	12	S/. 100.00	S/. 1,200.00
Otros Gastos	12	S/. 100.00	S/. 1,200.00
			S/. 70,368.00
Caja de 40 Puntero laser	1	S/. 200.00	S/. 200.00
Ecran	2	S/. 140.00	S/. 280.00
Proyecto	2	S/. 1,500.00	S/. 3,000.00
			S/. 3,480.00