



Autónoma
Universidad Autónoma del Perú

**ESCUELA DE POSGRADO
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

PROFESIONALES PERÚ: PLATAFORMA DIGITAL PARA PUBLICAR ANUNCIOS
DE SERVICIOS PROFESIONALES Y OFICIOS

**PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORES

BR. SHIRLEY LISSET ENCALADA CARRILLO
ORCID: 0000-0002-1028-0793

BR. OSCAR SAMUEL GOMEZ SANCHEZ
ORCID: 0000-0002-9363-8286

ASESOR

MAG. CARLOS VALENTIN MARTINEZ DEL RIO
ORCID: 0000-0003-1862-544X

LIMA, PERÚ, DICIEMBRE DE 2022



CC BY-NC-ND

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Esta licencia es la más restrictiva de las seis licencias principales, sólo permite que otros puedan descargar las obras y compartirlas con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se pueden cambiar de ninguna manera ni se pueden utilizar comercialmente.

Referencia bibliográfica

Gomez Sanchez, O. S., & Encalada Carrillo, S. L. (2022). *Profesionales Perú: Plataforma digital para publicar anuncios de servicios profesionales y oficios* [Trabajo de investigación de maestría, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio de la Universidad Autónoma del Perú.

HOJA DE METADATOS

Datos de autor	
Nombres y apellidos	Oscar Samuel Gomez Sanchez
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	47006562
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-9363-8286
Datos de autor	
Nombres y apellidos	Shirley Lisset Encalada Carrillo.
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	40772582
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-1028-0793
Datos del asesor	
Nombres y apellidos	Carlos Valentin Martinez Del Rio.
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	08210131
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0003-1862-544X
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	Jonatan Freddy Sayan Chumbirizo
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	45554884
Secretario del jurado	
Nombres y apellidos	Maria Cristina Ramos Toledo
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	40533665
Vocal del jurado	
Nombres y apellidos	Carlos Andres Diaz Navarro
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	46163596
Datos de investigación	

Título de la investigación	Profesionales Perú: plataforma digital para publicar anuncios de servicios profesionales y oficios
Línea de investigación institucional	Ciencia, Tecnología e Innovación
Línea de investigación del Programa	Planificación Estratégica
URL de disciplinas OCDE	https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04

ESCUELA DE POSGRADO

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE GRADO

En la ciudad de Lima, el Jurado de Sustentación de Grado conformado por: Mg JONATAN FREDDY SAYAN CHUMBIRIZO quien lo preside y los miembros del Jurado Mg. MARIA CRISTINA RAMOS TOLEDO y Mg. CARLOS ANDRES DIAZ NAVARRO, reunidos en acto público para dictaminar el trabajo de investigación titulada:

“PROFESIONALES PERÚ: PLATAFORMA DIGITAL PARA PUBLICAR ANUNCIOS DE SERVICIOS PROFESIONALES Y OFICIOS”

Presentada por los tesisistas:

ENCALADA CARRILLO SHIRLEY LISSET y GOMEZ SANCHEZ OSCAR SAMUEL

Para obtener el Grado de Maestro, luego de escuchar la sustentación del mismo y resueltas las preguntas del jurado, acuerdan:

Aprobar por unanimidad

En fe de lo cual firman los miembros del jurado, a los 12 días del mes de diciembre de 2022.



Mg. Jonatan Freddy Sayan Chumbirizo
Presidente



Mg. Maria Cristina Ramos Toledo
Secretario



Mg. Carlos Andres Diaz Navarro
Vocal

ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD

Yo, Carlos Valentín Martínez Del Río docente de la Escuela de Posgrado de la Universidad Autónoma del Perú, en mi condición de asesor del trabajo de investigación titulado:

“PROFESIONALES PERÚ: PLATAFORMA DIGITAL PARA PUBLICAR ANUNCIOS
DE SERVICIOS PROFESIONALES Y OFICIOS”

De los estudiantes Shirley Lisset Encalada Carrillo y Oscar Samuel Gómez Sánchez, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 19% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin que se adjunta.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Autónoma del Perú.

Lima, 05 de diciembre del 2022



Carlos Valentín Martínez Del Río
DNI 08210131

DEDICATORIA

A mis hijos, por ser mi motor para seguir adelante. A mi familia, por ser mi apoyo en cada momento de dificultad y por siempre creer en mí.

Oscar Samuel Gomez Sanchez

Con mucho cariño a mi familia que están conmigo en todo momento y son mi gran inspiración y me motivan a ser mejor cada día.

Shirley Lisset Encalada Carrillo

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a Dios por brindarnos salud y ser la fortaleza y guía en este proceso de desarrollo profesional, a nuestras familias por su apoyo, comprensión incondicional y creer en nosotros para culminar con éxito este proyecto que se hizo una realidad. A la familia Alfaro Acuña y a la Universidad Autónoma del Perú, por la oportunidad de crecer profesionalmente. A nuestro asesor, el Dr. Carlos Martínez del Río. y a los docentes del programa por los conocimientos y gran trayectoria compartidos. A nuestros amigos y compañeros del programa por el apoyo y el intercambio de conocimientos y experiencia que enriquecieron nuestra experiencia profesional.

ÍNDICE

RESUMEN	9
ABSTRACT	10
CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	11
1.1. La industria y situación de la industria	11
1.2. Concepto de negocio, misión y visión	19
1.3. Posición competitiva de la empresa	22
1.4. Estrategia de penetración y crecimiento de mercado	24
CAPÍTULO II: ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN DE MERCADO	27
2.1. Quiénes son y cuál es el perfil del cliente.....	27
2.2. Tamaño y tendencia del mercado	28
2.3. Estrategias de competencia en el mercado actual	31
2.4. Porción del mercado y proyección de venta	32
2.5. Evaluación de la estrategia propuesta.....	34
CAPÍTULO III: PRODUCTOS Y SERVICIOS OFRECIDOS	35
3.1. Descripción del servicio ofrecido	35
3.2. Ingresos y márgenes operativos.....	40
3.3. Horizonte de vida del producto	43
3.4. Costos fijos y variables	44
3.5. Indicadores de punto de equilibrio.....	45
CAPÍTULO IV: ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE LA EMPRESA	47
4.1. Ciclo de operación.....	47
4.2. Localización e infraestructura	48
4.3. Optimización de procesos	50
4.4. Aspectos legales y regulatorios	50
CAPÍTULO V: PLAN DE MARKETING Y VENTAS	54
5.1. Estrategia global de marketing	54

5.2. Precio y tácticas de venta.....	56
5.3. Promoción y publicidad.....	57
5.4. Distribución.....	57
5.5. Posicionamiento	58
5.6. Objetivos y planes de acción	58
CAPÍTULO VI: PROYECCIÓN FINANCIERA.....	61
6.1. Determinación de la tasa de descuento adecuada.....	61
6.2. Estados de resultados y balances actuales.....	65
6.3. Estados de resultados y balances proyectados.....	68
6.4. Flujo de caja diferencial proyectado	71
6.5. Análisis de los indicadores de rentabilidad	74
6.6. Rentabilidad para el accionista.....	79
CONCLUSIONES.....	84
REFERENCIAS.....	85
ANEXOS	87

LISTA DE TABLAS

- Tabla 1 Población con empleo adecuado según categoría
- Tabla 2 Oferta y demanda global Perú 2007 - 2020
- Tabla 3 Oferta y demanda global trimestral
- Tabla 4 Producto Bruto Interno según actividad económica 2007-2020
- Tabla 5 PBI según actividad económica
- Tabla 6 Mercado potencial
- Tabla 7 Mercado disponible
- Tabla 8 Mercado efectivo
- Tabla 9 Mercado objetivo
- Tabla 10 Número de visitas mensuales, diarias y por hora
- Tabla 11 Proyección de número de suscriptores para el año 2024
- Tabla 12 Proyección de número de suscriptores para el año 2025
- Tabla 13 Proyección de número de suscriptores para el año 2026
- Tabla 14 Niveles de suscripción
- Tabla 15 Cálculo de participación por nivel de suscripción
- Tabla 16 Proyección de ingresos por nivel de suscripción para el año 2024
- Tabla 17 Proyección de ingresos por nivel de suscripción para el año 2025
- Tabla 18 Proyección de ingresos por nivel de suscripción para el año 2026
- Tabla 19 Gastos por planilla mensual y anual
- Tabla 20 Otros costos anuales
- Tabla 21 Cálculo de ingresos para el año 2024
- Tabla 22 Cálculo de ingresos para el año 2025 y 2026
- Tabla 23 Costos fijos por año
- Tabla 24 Costos variables por año
- Tabla 25 Cálculo de margen de contribución
- Tabla 26 Cálculo del punto de equilibrio por cada nivel de suscripción
- Tabla 27 Punto de equilibrio en unidades y soles año 2024
- Tabla 28 Localización
- Tabla 29 Táctica de venta SNAP
- Tabla 30 Plan de acción
- Tabla 31 Cok del sector
- Tabla 32 Modelo de fijación de precios de activos de capital

Tabla 33	Resumen de la inversión inicial
Tabla 34	Estructura del financiamiento
Tabla 35	Datos del financiamiento bancario
Tabla 36	Cuadro de amortización del financiamiento bancario
Tabla 37	Costo de la deuda
Tabla 38	Costo promedio ponderado de capital (WACC)
Tabla 39	Estado de resultados actual
Tabla 40	Estado de situación financiera actual
Tabla 41	Flujo de caja neto
Tabla 42	Estado de resultados proyectados
Tabla 43	Estado de situación financiera proyectado
Tabla 44	Flujo de caja neto proyectado
Tabla 45	Flujo de caja Económico y Financiero del escenario Real
Tabla 46	Flujo de caja Económico y Financiero del escenario Optimista
Tabla 47	Flujo de caja Económico y Financiero del escenario Pesimista 1
Tabla 48	Flujo de caja Económico y Financiero del escenario Pesimista 2
Tabla 49	Análisis de sensibilidad del escenario Real
Tabla 50	Análisis de sensibilidad del escenario Optimista
Tabla 51	Análisis de sensibilidad del escenario Pesimista 1
Tabla 52	Análisis de sensibilidad del escenario Pesimista 2
Tabla 53	Resumen del análisis de sensibilidad por escenario
Tabla 54	Flujo de caja financiero del escenario Real
Tabla 55	Indicadores financieros del escenario Real
Tabla 56	Flujo de caja financiero del escenario Optimista
Tabla 57	Indicadores financieros del escenario Optimista
Tabla 58	Flujo de caja financiero del escenario Pesimista 1
Tabla 59	Indicadores financieros del escenario Pesimista 1
Tabla 60	Flujo de caja financiero del escenario Pesimista 2
Tabla 61	Indicadores financieros del escenario Pesimista 2
Tabla 62	Resumen de los indicadores financieros por escenario

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1 Modelo Canvas
- Figura 2 Los 7 estilos de vida
- Figura 3 Pantalla principal de la plataforma
- Figura 4 Pantalla de registro
- Figura 5 Pantalla de inicio de sesión
- Figura 6 Pantalla de los planes de suscripción
- Figura 7 Pantalla de búsqueda de profesionales
- Figura 8 Pantalla de perfil de profesional
- Figura 9 Punto de equilibrio
- Figura 10 Ciclo de operación
- Figura 11 Infraestructura propuesta para la nube
- Figura 12 Variación del PIB de Colombia
- Figura 13 Variación del PBI de Colombia por sectores
- Figura 14 Resumen del análisis de sensibilidad por escenario (VAN)
- Figura 15 Resumen del análisis de sensibilidad por escenario (TIR)

RESUMEN

Actualmente, la economía del país se recupera lentamente como efecto por la pandemia del COVID-19, producto de ello los indicadores de empleabilidad fueron afectados negativamente y muchos profesionales independientes y dependientes enfrentaron el desempleo o la reducción de sus ingresos. Al evaluar esta realidad, se identificó la necesidad de que los profesionales afectados incrementen sus ingresos, por ello, la idea de negocio de una plataforma digital para publicar anuncios de servicios profesionales y oficios, se presenta como una alternativa para ampliar vínculos laborales con el respaldo de una plataforma amigable (web y móvil). En esta plataforma los profesionales podrán publicar anuncios de los servicios que ofrecen, administrando sus tiempos y logrando mejorar sus ingresos. Por ello, se ha realizado la presente investigación, logrando realizar un análisis del mercado y la evaluación financiera que permite determinar que la idea de negocio es rentable, viable y sostenible.

Palabras clave: profesionales, ingresos, plataforma, empleabilidad, rentable.

ABSTRACT

Currently, the country's economy is recovering slowly as a result of the COVID-19 pandemic. As a result, employability indicators were negatively affected and many independent and dependent professionals faced unemployment or a reduction in their income. In evaluating this reality, it was identified the necessity for the affected professionals to increase their income, therefore, the business idea of a digital platform to publish ads for professional services and trades, is presented as an alternative to expand labor links with the support of a friendly platform (web and mobile). On this platform, professionals will be able to publish advertisements of the services they offer, managing their time and improving their income. Therefore, this research has been carried out, achieving a market analysis and financial evaluation that allows determining that the business idea is profitable, viable and sustainable

Keywords: professionals, income, platform, employability, profitable.

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

1.1. La industria y situación de la industria

1.1.1. Situación del sector

En la evolución de las condiciones de desarrollo profesional, la tecnología se ha convertido en una herramienta de soporte para ampliar el alcance en el desempeño profesional y la conectividad entre la oferta y demanda de varios sectores.

La tecnología en nuestro país y en el mundo está evolucionando muy rápidamente, de acuerdo al último informe técnico “Estadísticas de las Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares”, publicado en junio del 2022 por el Instituto Nacional de Estadísticas e Informática (INEI), al primer trimestre del año 2022, el 95.0% de los hogares del país tienen acceso al menos a un dispositivo tecnológico, así mismo, en el 94.1% de los hogares del país existe al menos un miembro con teléfono celular (INEI, 2022a).

Con la presencia del COVID-19 en nuestro país desde marzo del año 2020, el desarrollo de labores académicas y profesionales encontraron en las TIC la herramienta que permite el fácil desarrollo de dichas actividades, ya que el 91% de los hogares que cuentan por lo menos con una computadora, la usan exclusivamente en actividades académicas, profesionales o de estudio.

1.1.2. Entorno laboral

La pandemia COVID-19 que el país enfrenta tiene un gran impacto en la tasa de desempleo que al cierre de octubre del 2022 es del 7.2 % (INEI, 2022b). y sumado a la coyuntura política que actualmente atraviesa el país, la necesidad de incrementar los ingresos o buscar una rápida inserción laboral es ascendente.

Es por ello que este plan de negocio se orienta a cubrir la necesidad de conectar a los profesionales - técnicos u oficios que deseen incrementar sus ingresos

ofreciendo sus servicios de forma independiente con empresas o personas naturales que quieren acceder a la asesoría en temas específicos y de forma eventual.

Respecto a este entorno el INEI en el informe técnico “Situación del mercado laboral en lima metropolitana para el trimestre de agosto-septiembre-octubre del año 2022” con la variable Población con empleo adecuado según tamaño de empresa y categoría de ocupación en un comparativo entre los años 2019 y 2022 (INEI, 2022b) nos permite identificar la siguiente información:

Tabla 1

Población con empleo adecuado según categoría

Categoría de ocupación	2019	2020	2021	2022	Variación			
					2022/2019		2022/2021	
					Absoluta	%	Absoluta	%
Independiente	961.7	386.3	691.8	914.0	-47.7	-5.0	222.2	32.1
Dependiente	2249.0	1390.3	1789.3	2044.2	-204.8	-9.1	254.9	14.3

Como se puede apreciar en la tabla 1, según el INEI (2022b) para la categoría de ocupación Independiente hay un incremento de 32.1% entre los años 2022 y 2021, y 14.3% entre los dependientes. Respecto a igual trimestre del año 2019 y 2022, disminuyó en ambas categorías, 5.0% entre los independientes y 9.1% en los dependientes. En este trimestre la PEA representó el 65,4% de la población en edad de trabajar, comparada con similar trimestre del año 2021, se incrementó en 3.2%, y respecto a similar trimestre del año 2019 (año sin COVID-19), aumentó en 2,1%. Dichas estadísticas nos permiten determinar que el actual entorno laboral nos da un indicio de que nuestra idea de negocio encuentra un mercado disponible.

1.1.3. Producto Bruto Interno en el Perú

Actualmente nuestro país está impulsando el crecimiento del PBI ya que por los temas de la pandemia por COVID-19 desde el 16/03/2020, este indicador que nos permite medir la economía a precios constantes del 2007 y que al cierre del año 2020 presentó una desaceleración de -11% (INEI, 2021b) por las condiciones externas de pandemia COVID-19 que obligaron al país a un conjunto de medidas sanitarias que limitaron el desenvolvimiento de la actividad económica y que afectó las diferentes economías del mundo, generando una recesión mundial del -3,3%, que es mayor que la registrada por la crisis financiera en el 2009 (-0.1%).

Con la reapertura de diversas actividades económicas, así como, el avance en el proceso de vacunación contra la COVID – 19, nos permite identificar que, “en el segundo trimestre del año 2021, el Producto Bruto Interno (PBI) a precios constantes de 2007, registró un crecimiento de 41,9%, explicado por el dinamismo de la demanda interna que aumentó en 44,8%” (INEI, 2021a, p. 1).

En las tablas que se presentan a continuación hay un resumen del desarrollo del PBI peruano en los últimos años con las comparaciones de periodos sin pandemia (2019) y con pandemia (2020) que están publicadas en INEI y que en los análisis futuros se requiere estructurar.

Tabla 2*Oferta y demanda global Perú 2007 - 2020*

Oferta y demanda global	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017P	2018P	2019E	2020E
Producto Bruto Interno	8.5	9.1	1.1	8.3	6.3	6.1	5.9	2.4	3.3	4.0	2.5	4.0	2.2	-11.1
Extractivas	4.1	7.9	0.5	1.3	2.8	1.8	4.3	-1.4	6.9	9.0	3.4	1.8	0.1	-8.5
Transformación	11.9	10.5	-3.2	12.0	7.0	5.3	6.5	-0.2	-2.3	-0.9	1.1	5.7	-0.5	-13.6
Servicios ^{1/}	9.0	9.1	3.0	9.5	7.3	7.8	6.1	4.4	4.1	4.1	2.7	4.1	3.6	-11.2
Importaciones	21.3	25.0	-15.9	26.6	13.6	10.0	2.9	-1.0	1.0	1.6	7.1	3.5	1.7	-14.9
<u>Oferta y Demanda Global</u>	10.8	12.2	-2.6	11.7	7.9	7.0	5.2	1.6	2.8	3.4	3.5	3.9	2.1	-12.0
Demanda Interna	12.3	13.7	-2.4	14.5	8.6	8.1	6.7	3.0	2.4	1.5	2.1	4.0	2.8	-10.1
Consumo final privado	8.6	8.9	3.1	9.1	7.2	7.4	5.7	4.2	4.0	3.7	2.6	3.8	3.2	-8.8
Consumo del gobierno	4.3	4.8	12.1	3.9	7.4	8.3	7.5	6.5	8.0	5.2	3.3	2.7	3.6	8.2
Formación bruta de capital	28.6	31.1	-20.2	35.8	12.2	9.5	8.5	-1.1	-3.6	-5.8	0.0	5.2	1.3	-23.4
Formación bruta de capital fijo	22.7	27.8	-3.4	21.9	9.9	14.9	5.4	-2.0	-7.2	-4.5	1.3	4.7	2.8	-15.6
Público	20.4	33.7	29.7	16.3	-11.3	19.8	12.3	1.1	-5.7	0.1	-3.9	6.6	-0.06	-21.3
Privado	23.2	26.5	-11.0	23.7	16.6	13.7	3.6	-2.9	-7.6	-5.8	2.9	4.1	3.8	-14.0
Exportaciones	6.7	7.8	-3.3	3.2	5.5	3.1	-0.6	-3.8	4.3	11.8	8.8	3.4	-0.5	-19.0

Nota: De INEI, 2021b, p. 32.

Tabla 3*Oferta y demanda global trimestral*

Oferta y Demanda Global	2020/2019			2021/2020			2021/2019		
	I Trim.	II Trim.	I Sem.	I Trim.	II Trim.	I Sem.	I Trim.	II Trim.	I Sem.
Producto Bruto Interno	-3.6	-29.8	-17.1	4.5	41.9	20.9	0.8	-0.4	0.2
Extractivas	-3.1	-20.4	-12.5	0.4	20.1	10.1	-2.7	-4.4	-3.6
Transformación	-10.8	-44.8	-28.8	24.7	95.2	53.5	11.2	7.8	9.4
Servicios	-1.2	-27.9	-14.7	-0.7	35.0	14.6	-1.9	-2.6	-2.2
Importaciones	-4.5	-31.3	-18.2	7.4	54.9	27.8	2.6	6.5	4.6
Oferta y Demanda Global	-3.8	-30.1	-17.4	5.1	44.7	22.4	1.2	1.1	1.1
Demanda Interna	-3.4	-27.9	-16.0	6.6	44.8	23.5	3.0	4.5	3.8
Consumo final privado	-1.7	-22.1	-12.2	2.1	30.7	15.2	0.4	1.8	1.1
Consumo del gobierno	7.1	-3.1	1.9	7.1	14.3	10.6	14.7	10.8	12.7
Formación bruta de capital	-13.3	-56.7	-35.4	20.5	151.8	65.3	4.5	9.0	6.8
Formación bruta de capital fijo	-9.7	-56.3	-34.0	30.5	157.1	74.2	17.8	12.2	14.9
Público	13.3	-68.9	-37.7	26.4	248.1	95.0	43.2	8.3	21.6
Privado	-14.8	-51.7	-32.9	31.7	135.2	68.4	12.2	13.7	13.0
Exportaciones	-5.4	-38.8	-22.7	-0.6	43.9	17.6	-6.0	-11.9	-9.1

Nota: De INEI, 2021b, p. 32.

1.1.4. Producto Bruto Interno en el sector

En la evaluación del PBI por sectores nos enfocaremos en servicios prestados a empresas ya que en los últimos años este sector presenta un comportamiento dinámico como una alternativa para generar nuevos ingresos donde se utiliza un alto nivel tecnológico.

Al cierre del año 2020 se identifica una variación negativa de -19.5% como consecuencia de las restricciones indicadas por el gobierno a fin de detener la propagación de la COVID-19 en el país.

Tabla 4*Producto Bruto Interno según actividad económica 2007-2020*

Actividad	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017P	2018 P	2019 E	2020 E
Economía Total (PBI)	8.5	9.1	1.1	8.3	6.3	6.1	5.9	2.4	3.3	4.0	2.5	4.0	2.2	-11.1
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	3.3	8.0	0.9	4.2	4.0	6.3	1.1	1.3	3.1	2.6	2.5	7.6	2.9	1.3
Pesca y acuicultura	9.3	3.0	-4.7	-27.8	61.7	-36.2	23	-28.7	18.2	-11.1	9.9	39.9	-23.1	2.3
Extracción de petróleo, gas y minerales	4.2	8.1	0.6	1.4	0.3	1.8	5.1	-1.6	8.4	12.3	3.6	-1.5	-0.3	-13.2
Manufactura	10.6	8.5	-6.5	10.1	8.3	1.3	5.2	-1.1	-0.9	-0.1	0.6	5.8	-1.4	-13.4
Electricidad, gas y agua	9.2	8.0	1	8.7	8.2	5.9	3.4	5.2	6.6	7.8	0.9	4.6	4.4	-6.1
Construcción	16.6	16.9	6.5	17.0	3.6	15.9	9.4	1.8	-5.4	-2.6	2.4	5.4	1.6	-14.2
Comercio	1.3	10.7	-0.8	11.9	8.6	8.5	4.9	1.9	3.1	2.8	1.3	2.5	2.5	-15.8
Transporte, almacenamiento, correo y mensajería	10.2	9.0	-0.9	13.2	11.4	7.0	6.6	2.5	4.3	4.1	4.0	5.5	2.5	-26.8
Alojamiento y restaurantes	9.1	10.3	0.6	7.4	11.1	10.8	6.8	5.2	3.3	2.7	1.3	3.9	4.8	-50.2
Telecomunicaciones y otros servicios de información	31.7	17.1	8.1	10.1	11.5	12.2	8.7	8.6	9.1	8.8	8.2	5.1	6.9	4.9
Servicios financieros, seguros y pensiones	12.8	6.4	8.1	10.0	10.8	9.6	9.7	12.8	9.6	5.4	1.5	5.8	5.4	13.2
Servicios prestados a las empresas	15.0	12.3	2.5	11.6	9.3	7.2	7.3	4.6	4.3	2.6	3.2	3.6	4.2	-19.5
Administración pública y defensa	1.8	7.0	18.2	8.1	4.3	8.1	3.9	5.4	3.7	2.3	3.3	4.5	3.3	4.2

Otros servicios	5.0	4.0	2.8	3.6	4.0	4.6	4.5	4.1	4.5	4.0	3.0	4.0	3.6	-8.4
Total Industrias (VAB)	8.6	8.7	1.2	7.7	6.5	5.8	5.6	2.3	3.5	4.0	2.6	4.0	2.2	-11
DM - Otros impuestos a los productos	7.5	13.5	0.3	14.9	4.8	9.5	7.9	2.8	0.5	3.5	1.3	3.9	2.4	-12.3

Nota: De INEI, 2021b, p. 32.

Es justamente por esta coyuntura, que cuando revisamos la evolución del año 2021 y se realiza la comparación con el año 2019 y 2020 y al segundo trimestre del año 2021, la categoría indicada tiene una variación de 62.6%, esta variación se justifica porque dentro de la categoría hay un incremento de las clases: servicios profesionales, científicos y técnicos del 88,9%; servicios de publicidad e investigación de mercados del 59,4%, según el informe técnico del PBI trimestral publicado por el INEI (INEI, 2021a, p. 22).

Tabla 5

PBI según actividad económica

Actividad	2020/2019			2021/2020		
	I Trim.	II Trim.	I Sem.	I Trim.	II Trim.	I Sem.
Servicios prestados a las empresas	-1.5	-43.8	-23.0	-5.5	62.6	19.9

Nota: De INEI, 2021a, p. 22.

1.2. Concepto de negocio, misión y visión

1.2.1. Concepto de negocio

Esta idea de negocio nace con la finalidad de ofrecer una plataforma digital cuyo eje principal será que profesionales (universitarios o técnicos) puedan ofrecer sus servicios mediante la publicación de anuncios que contengan sus principales áreas de dominio y habilidades, y que usuarios (personas naturales y jurídicas) puedan visualizar dichos anuncios y contratar sus servicios para satisfacer necesidades específicas. La información será mostrada de forma ordenada por categorías y permitirá hacer búsquedas específicas dentro de las categorías que la plataforma ofrecerá, logrando encontrar a un profesional en poco tiempo.

Al ser una plataforma publicada en internet, nuestro público objetivo será cualquier profesional de Perú que pueda prestar servicios presenciales o virtuales, a

excepción de servicios de salud. La plataforma servirá como medio de contacto, pero todo el proceso de negociación para la prestación del servicio se realizará de forma directa entre el profesional y el usuario.

Para poder generar ingresos, esta plataforma tendrá un modelo de suscripción (paquetes de membresías), con requisitos básicos de validación, mediante la cual los profesionales que se anuncien puedan gozar de mayor notoriedad en el mercado laboral, además que se asegurará que los anuncios lleguen a más posibles clientes con la implementación de estrategias de marketing digital; así mismo, se podrá generar una base de contactos que sería ofrecida a empresas dedicadas a reclutamiento o desarrollo de proyectos que necesiten contratar profesionales independientes, basándose en la información ingresada en la plataforma y en la calificación de satisfacción o retroalimentación de clientes que ya hayan hecho uso de los servicios.

Para lograr captar mayores profesionales que publiquen sus anuncios, la plataforma permitirá generar estadísticas sobre las búsquedas que realicen los usuarios y poder mostrarlas a través de redes sociales (como LinkedIn o Facebook), como datos publicitarios de los beneficios de la plataforma.

1.2.2. Visión

A finales del año 2026 seremos la plataforma digital líder en conectar a profesionales interesados en incrementar sus ingresos de forma independiente, con un 50% de recordación.

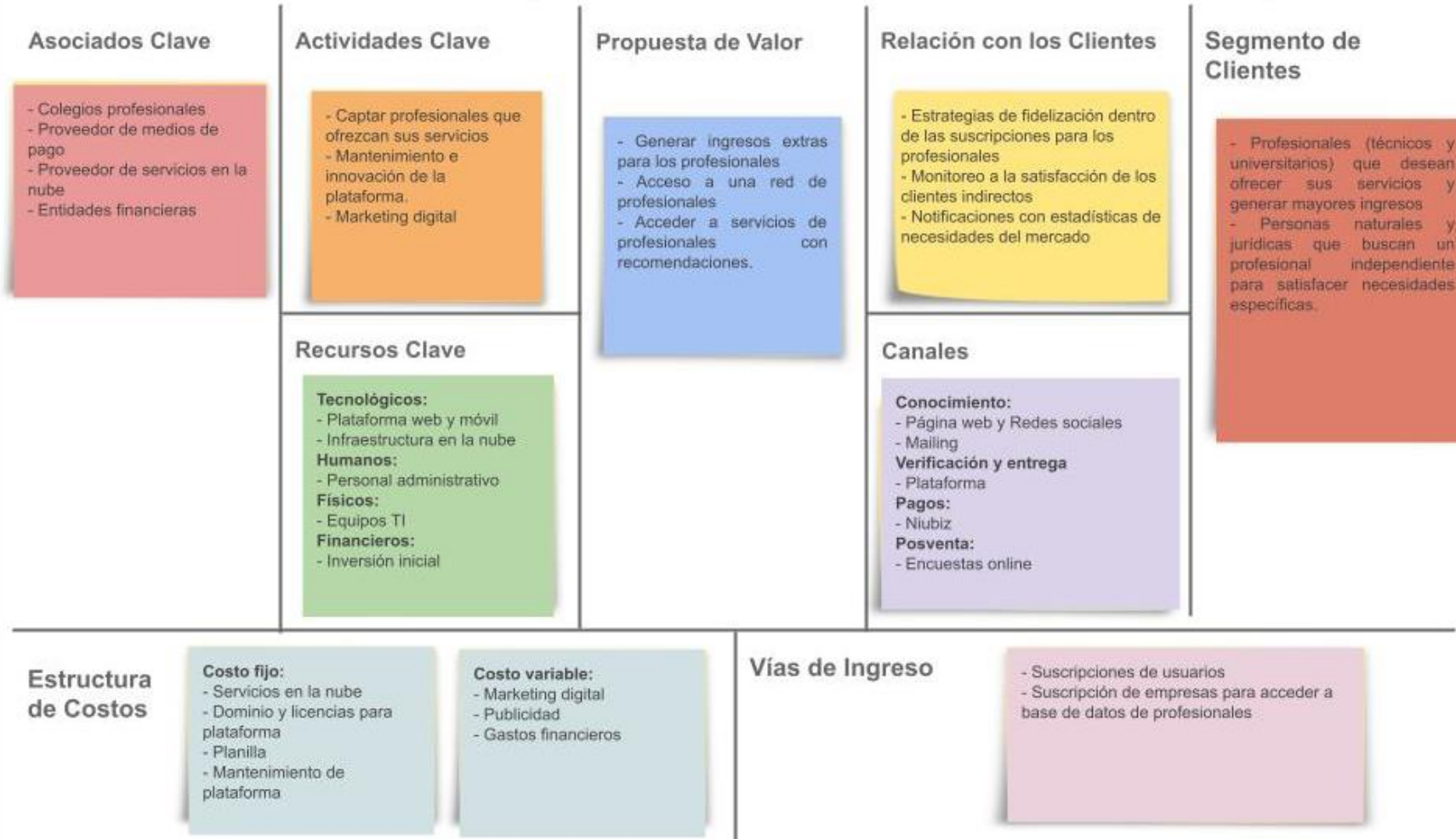
1.2.3. Misión

Facilitamos la comunicación entre profesionales y usuarios que buscan los servicios específicos ofrecidos para impulsar su desarrollo sostenible.

1.2.4. Modelo Canvas

Figura 1

Modelo Canvas



1.3. Posición competitiva de la empresa

Para poder identificar la posición de esta idea de negocio dentro del sector se utilizará el análisis de las 5 fuerzas de Porter.

1.3.1. Rivalidad entre los competidores

Actualmente existen diferentes plataformas en el mercado que permiten realizar el contacto con profesionales de diferentes áreas, a continuación, se analizarán las que tienen presencia en el mercado peruano:

- **Freelancer:** Plataforma de origen australiano y que desde el 2012 tiene presencia en América latina, tiene la finalidad de contactar a profesionales para trabajar en proyectos específicos que son publicados por usuarios o empresas. En esta plataforma se publican proyectos a los cuales puedes postular según las condiciones registradas y el dueño del proyecto seleccionará a la persona que considere más adecuada. Tiene programas de suscripción mensual y anual que te dan accesos a ofertar en diversos proyectos y mayor notoriedad.
- **Workana:** Plataforma que inició en el 2012 y está enfocada en el mercado latinoamericano, tiene un funcionamiento similar a Freelancer ya que permite la publicación de proyectos y los usuarios postulan a ellos. Cuenta con programas de suscripciones mensuales y trimestrales, activando diversos niveles de beneficios.
- **Chamvear:** Plataforma peruana creada en Julio del 2020 con el mismo modelo de negocio que Freelancer y Workana, permitiendo la publicación de proyectos y la postulación mediante cotizaciones de los freelancers. Cuenta con programas de suscripción mensuales que te permiten postular a más proyectos.

De acuerdo a esta información podemos concluir que existen plataformas similares pero adaptadas a realidades de otros países, por lo tanto, la rivalidad entre

competidores es BAJA, así mismo se plantea un modelo de negocio en el que los anuncios serán realizados por los profesionales y el contacto entre ellos y sus posibles clientes será directo.

1.3.2. Desarrollo de productos sustitutos

En el mercado actual el principal producto sustituto son las redes sociales como LinkedIn o Facebook, mediante las cuales puedes realizar búsquedas de personas con ciertos perfiles, así mismo se puede identificar como un producto sustituto las plataformas como Computrabajo o Bumeran, en las cuales los profesionales pueden encontrar ofertas de empleo temporales o por proyectos. Teniendo en cuenta esta información, podemos identificar que existe una ALTA facilidad de optar por los productos sustitutos, es por ello que nuestra plataforma buscará tener alianzas con los colegios profesionales a fin de ofrecer incentivos a sus afiliados.

1.3.3. Poder de negociación de clientes

Nuestro principal cliente son los profesionales que desean generar ingresos mediante la realización de servicios específicos (proyectos o asesorías), teniendo libertad de administrar su tiempo y contando con una amplia base de posibles clientes. El poder de negociación que tienen los clientes es BAJO ya que tienen pocas opciones para poder ofrecer sus servicios y de poder llegar a una gran base de clientes mediante el marketing digital, por ello se reforzarán las estrategias para asegurar que el número de usuarios sea amplio y lleguen a contratar los servicios de los profesionales.

1.3.4. Ingreso de nuevos competidores

Las barreras de ingreso para las plataformas que brindan servicios similares al propuesto de forma digital son muy pocas y puede ser fácil que una plataforma de

otro país pueda captar clientes del mercado peruano. Teniendo en cuenta esto, el riesgo de ingreso de nuevos competidores es ALTO, es por ello que se ofrecerá una plataforma dinámica y amigable, y lograr un correcto posicionamiento en buscadores para ser una propuesta atractiva para los profesionales.

1.3.5. Poder de negociación de proveedores

Al ser una plataforma digital es necesario contar con servidores en la nube que nos ofrezcan un alto nivel de disponibilidad, aquí podemos encontrar diversas empresas como Amazon Web Services, Oracle, Google, etc., por lo cual se pueden encontrar precios muy competitivos. Así mismo, se necesita contar con desarrolladores web y móviles que puedan atender las necesidades de la plataforma y asegurar su correcto funcionamiento, esto puede ser trabajado como un servicio por proyecto cuya tarifa es negociable. De acuerdo a este análisis, el poder de negociación con los proveedores es ALTO, ya que en el mercado existen diferentes alternativas por las cuales se puede optar, esto nos permitirá optimizar los costos de inversión sin descuidar la calidad del servicio.

1.4. Estrategia de penetración y crecimiento de mercado

La aparición de nuevos servicios en la constante evolución de los mercados hace que las empresas revisen sus estrategias de forma constante ya que las necesidades de los clientes cambian de manera continua.

D'Alessio (2018) sostiene que: antes de poder establecer estrategias en una empresa, debemos evaluar el entorno del mercado (identificar oportunidades y amenazas), analizar a la competencia en busca de factores claves de éxito y analizar la situación interna de la organización (identificando fortalezas y debilidades).

El plan de marketing se enfocará por segmento de mercado, considerando a los clientes potenciales teniendo como estrategia principal competitividad con un

enfoque en diferenciación. La empresa se enfocará en las necesidades puntuales del nicho de mercado, brindando un servicio de conexión entre los profesionales y los usuarios que, de momento, se presenta atractivo con poca competitividad.

Con esta estrategia se espera conseguir lo siguiente:

- Diferenciación y ventaja de costos con suscripciones por paquetes según las necesidades de los profesionales y el segmento.
- La diferenciación estará enmarcada en la propuesta y la información de estadísticas en línea que la plataforma ofrecerá a los profesionales y usuarios facilitando la conexión.
- La estrategia permitirá que el profesional pacte los honorarios por los servicios y perciba el 100% de lo establecido.
- La suscripción que realice el profesional bajo ciertas condiciones le permitirá establecer la diferenciación al acceder a foros por sectores en donde puedan conocer la demanda y ofrecer sus servicios.
- Los precios serán atractivos y competitivos con la intención de ingresar al mercado y que el profesional perciba que está rentabilizando la inversión.

A través del uso del mapa de empatía que se aplicó al profesional y al usuario se logró conocer el perfil del cliente potencial a través de entrevistas virtuales y por teléfono de las cuales se puede concluir que el 94% de los entrevistados están interesados en publicitar su servicios para incrementar sus ingresos y los usuarios encuentran favorable que en una plataforma virtual se encuentre de manera clasificada los servicios que se buscan con la opción de revisar estadísticas que le otorgan mejores referencias al momento de conectar con el profesional.

Con las entrevistas aplicadas también nos permitió determinar que para optimizar la publicidad se debe hacer uso de diferentes canales de publicidad, entre

los cuales se puede destacar la publicidad digital en redes sociales como facebook, Instagram y linkedin. Así mismo, se trabajará con pauta orgánica que genere tráfico hacia nuestro sitio web y permita dar a conocer el servicio ofrecido. Otro canal a utilizar será la publicidad directa a miembros afiliados a los colegios profesionales o de institutos técnicos, con los que se realizará alianzas para ofrecer beneficios.

CAPÍTULO II: ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.1. Quienes son y cuál es el perfil del cliente

2.1.1. *Quienes son*

Hombres y mujeres profesionales universitarios o técnicos, entre 20 y 70 años, que trabajan de forma independiente o dependiente en el área urbana del Perú, que se dedican a brindar sus servicios mediante asesorías, realización de proyectos o actividades específicas.

2.1.2. *Cuál es el perfil del cliente*

El segmento al que está dirigido la idea de negocio es el Nivel socioeconómico A, B, C y D y según la publicación de la consultora Arellano Marketing: "Los siete estilos de vida", identificamos los siguientes perfiles:

Los sofisticados: Son personas con un nivel de ingreso mayor que el promedio, valoran las tendencias, la posición frente a la sociedad y siempre están conectados a las redes sociales; están en constante búsqueda de distinguirse ganando mayor reconocimiento social.

Las modernas: Buscan la aprobación social con una fuerte creencia en la innovación, son líderes de opinión entre sus grupos cercanos, enfrentan los desafíos con valentía y son financieramente independientes.

Los progresistas: Buscan su progreso individual y para su familia, son emprendedores y están en búsqueda constante de oportunidades, son prácticos y organizados, prefieren estudiar carreras de corta duración para obtener beneficios y bienes materiales pronto, son realistas con la proyección económica.

Los formalistas: Son trabajadores que valoran su posición frente a la sociedad, poco innovadores en sus actividades, son empleados buscando el ascenso profesional, buscan mantener su nivel socioeconómico para ahorrar y educarse.

Figura 2*Los 7 estilos de vida*

Nota: De Arellano, 2022.

Con la información que nos facilita el mapa de empatía determinamos que nuestro nicho de mercado tiene las siguientes características:

- Hombres y mujeres profesionales universitarias o técnicos a nivel nacional excepto los que ejercen actividades del sector salud.
- Entre 20 y 70 años
- Nivel socioeconómico A-B-C-D
- Brindan servicios mediante asesorías, proyectos o actividades específicas.
- Nivel de ingresos mayores a S/1,500.00.
- Buscan incrementar sus ingresos ofreciendo servicios en línea.
- Buscan administrar sus tiempos.

2.2. Tamaño y tendencia del mercado

2.2.1. Mercado potencial

Teniendo en cuenta el perfil de nuestros clientes, nos enfocaremos en población económicamente activa del área urbana que estén ubicados en la categoría de Trabajador independiente o Empleado, además que su ocupación principal sea profesionales científicos e intelectuales y Profesionales técnicos, según el censo realizado por el INEI en el 2017 se tienen los siguientes datos:

Tabla 6

Mercado potencial

Ocupación principal	Trabajador independiente	Empleado
Profesionales científicos e intelectuales	198,272	1,131,686
Profesionales técnicos	213,597	641,962

Teniendo en cuenta los resultados del censo, se tiene un mercado potencial de 2,185,517 personas.

2.2.2. Mercado disponible

Para calcular el mercado disponible se realizó una encuesta en la cual se realizó la siguiente pregunta: ¿Utilizas alguna plataforma para publicitar tus servicios?, con la finalidad de conocer qué porcentaje actualmente hace uso de un servicio similar al propuesto.

Tabla 7

Mercado disponible

Respuesta	Porcentaje
No	62.5%
Si	37.5%

Teniendo en cuenta que el 37.5% respondió que sí utiliza actualmente un servicio similar al propuesto, nuestro mercado disponible sería: $2,185,517 * 37.5\% = 819,569$ personas.

2.2.3. Mercado efectivo

Para calcular el mercado efectivo se realizó la siguiente pregunta: ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar mensualmente por publicitar tus servicios?, para poder conocer quienes estarían dispuestos a pagar un precio dentro de nuestro rango.

Tabla 8

Mercado efectivo

Respuesta	Porcentaje
Nada	12.5%
Entre 20 y 50 soles	62.5%
Entre 51 y 100 soles	18.8%
Entre 101 y 200 soles	6.3%

Teniendo en cuenta que el precio promedio de la suscripción estará por encima de los 50 soles, se tomará en cuenta las respuestas “entre 51 y 100 soles” y “entre 101 y 200 soles”, teniendo un porcentaje total de 25.1%, lo que nos daría un mercado efectivo de: $819,569 * 25.1\% = 205,712$ personas.

2.2.4. Mercado objetivo

Para estimar el mercado objetivo, dentro de la encuesta realizada se explicó la idea de negocio a los encuestados y se realizó la siguiente pregunta: ¿Contratarías una suscripción en esta plataforma para ampliar tu publicidad profesional?, para poder conocer quienes estarían dispuestos a contratar nuestro servicio.

Tabla 9

Mercado objetivo

Respuesta	Porcentaje
No	12.5%
Si	87.5%

Según el resultado de la encuesta el 87.5% estarían dispuestos a contratar una suscripción en la plataforma, por lo tanto, el mercado objetivo sería: $205,712 \times 87.5\% = 179,998$ personas.

2.2.5. Capacidad instalada

Según la naturaleza del servicio la capacidad instalada se calculará en base a los recursos tecnológicos que se contratarán en la nube para poder brindar un correcto servicio, se necesita asegurar la concurrencia de los usuarios que puedan ingresar tanto a publicar anuncios como a visualizarlos.

Tabla 10

Número de visitas mensuales, diarias y por hora

Plataforma	Promedio de visitas mensuales	Promedio de visitas diarias	Promedio de visitas por hora
Bumeran	7,440,000	248,000	10,333
Computrabajo	2,650,000	88,333	3,681
Laborum	256,000	8,533	356

Teniendo en cuenta las estadísticas de visitas a plataformas similares como Bumeran, Computrabajo y Laborum y el cálculo de promedio de visitas por hora, se optará por contratar la infraestructura tecnológica necesaria para soportar una concurrencia de 1500 usuarios, dicha infraestructura contará con autoescalamiento para poder aumentar su capacidad computacional de ser necesario.

2.3. Estrategias de competencia en el mercado actual

Para poder lograr captar el mercado objetivo se desarrollarán estrategias basadas en diferenciación del servicio y precio.

2.3.1. Estrategia de servicio

Se ofrecerá un servicio adaptado con las características que nuestro mercado espera, las mismas que han sido identificadas en el mapa de empatía, así mismo, se

trabajarán estrategias de marketing digital mediante la cual se puedan dar a conocer las ventajas que tendrá la plataforma y con periodos de prueba para que con el uso puedan corroborar dichos beneficios.

2.3.2. Estrategia de precio

Se planteará precios competitivos con respecto a las plataformas que podrían ser sustitutos para lograr empezar a tener presencia en el mercado. Buscar alianzas con colegios profesionales para ofrecer descuentos a sus colegiados.

2.4. Porción del mercado y proyección de venta

A través de la encuesta que aplicamos se logró determinar el mercado objetivo (179,998 usuarios) y sobre estos posibles clientes la proyección inicial de registrados será de 6%, ya que el primer y segundo mes sería una suscripción gratuita como periodo de prueba, a partir del tercer mes se espera que el 40% de suscriptores contrate el servicio de pago.

La ejecución de este plan empezará en el año 2023 con el desarrollo de la plataforma y se sustentará con las proyecciones de ingresos de los 3 primeros años que iniciarían en el 2024.

Para la determinación del número de suscriptores se revisó la proyección de crecimiento que ofrece el sector según lo que nos muestra el INEI y el escenario económico que actualmente enfrenta el país con una tendencia conservadora.

Tabla 11*Proyección de número de suscriptores para el año 2024*

	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
Tasa crecimiento mensual	0.417%	0.417%	0.417%	0.417%	0.417%	0.417%	0.417%	0.417%	0.417%	0.417%	0.417%	0.417%
Nro. de suscriptores	4,320	4,338	4,356	4,374	4,392	4,410	4,428	4,446	4,465	4,484	4,503	4,522

Tabla 12*Proyección de número de suscriptores para el año 2025*

	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
Tasa crecimiento mensual	0.417%	0.417%	0.417%	0.417%	0.417%	0.417%	0.417%	0.417%	0.417%	0.417%	0.417%	0.417%
Nro. de suscriptores	4,541	4,560	4,579	4,598	4,617	4,636	4,655	4,674	4,693	4,713	4,733	4,753

Tabla 13*Proyección de número de suscriptores para el año 2026*

	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
Tasa crecimiento mensual	0.417%	0.417%	0.417%	0.417%	0.417%	0.417%	0.417%	0.417%	0.417%	0.417%	0.417%	0.417%
Nro. de suscriptores	4,773	4,793	4,813	4,833	4,853	4,873	4,893	4,913	4,933	4,954	4,975	4,996

2.5. Evaluación de la estrategia propuesta

En la presentación de la estrategia se buscó acceder a empresas similares, pero actualmente nuestra idea de negocio no tiene una referencia directa y los competidores indirectos al tener un modelo de negocio virtual no publican referencias de crecimiento en el tiempo. Por ese motivo, la evaluación tendrá como referencia el PBI del sector servicios prestados a empresas, ya que en los últimos años este sector presenta un comportamiento dinámico como una alternativa para generar nuevos ingresos donde se utiliza un alto nivel tecnológico y que según las estadísticas que nos facilita el INEI desde el año 2016 al 2019 se aprecia un crecimiento promedio de 0.60%, sin embargo, se debe indicar que para el año 2020 el sector presentó una desaceleración de -19.5% (INEI, 2021b) por las condiciones externas de pandemia COVID-19 y esta variable macroeconómica nos permite conocer el ámbito en la que desarrollaremos nuestra idea de negocio. Asimismo, este análisis nos permite tener un mejor enfoque a las proyecciones de crecimiento coyuntura y condiciones dentro del ámbito analizado.

Con los antecedentes expuestos, la proyección de crecimiento que se está considerando para el plan de negocios será una tasa de 1% por encima del crecimiento del PBI del sector ya que analizando la perspectiva de crecimiento en sus ingresos que actualmente buscan los trabajadores dependientes e independientes a nivel nacional con el uso de la tecnología se convierten en clientes potenciales para nuestra idea de negocio.

CAPÍTULO III: PRODUCTOS Y SERVICIOS OFRECIDOS

3.1. Descripción del servicio ofrecido

Profesionales Perú es una plataforma digital que facilitará la interacción con todo profesional que sea apasionado de su trabajo y que cuente con tiempo para poder generar ingresos extras fuera de su jornada habitual. La plataforma ofrecida tendrá 2 tipos de perfiles de ingreso:

- Profesionales, que registrarán los anuncios sobre sus servicios.
- Usuarios, que ingresarán a contratar los servicios de los profesionales.

La plataforma estará disponible en una versión web y en una aplicación móvil para dispositivos Android y iOS. Para poder visualizar anuncios no será necesario registrarse, pero para poder realizar un anuncio o contactar a un profesional se tendrá que registrar dentro de la plataforma.

Los profesionales tendrán opción de registrar 1 anuncio de forma gratuita, para poder realizar más anuncios podrán contratar una suscripción de forma mensual, semestral o anual. Los anuncios gratuitos se irán mostrando aleatoriamente, para poder obtener mayor visibilidad existirán 3 niveles de suscripción mediante los cuales se podrá obtener prioridad al momento de mostrar los anuncios o incluso un color diferenciado. El profesional, antes de poder registrar un anuncio, deberá llenar su perfil con datos importantes como: estudios realizados, cursos o especializaciones, experiencia laboral, muestras de su trabajo, datos de contacto, etc., estos datos, servirán para que los usuarios que busquen algún servicio en específico y puedan ubicar al profesional adecuado, también se mostrará las valoraciones y comentarios por trabajos realizados anteriormente.

A continuación, se muestran algunas capturas de pantalla del prototipo realizado:

Figura 3

Pantalla principal de la plataforma

**Figura 4**

Pantalla de registro

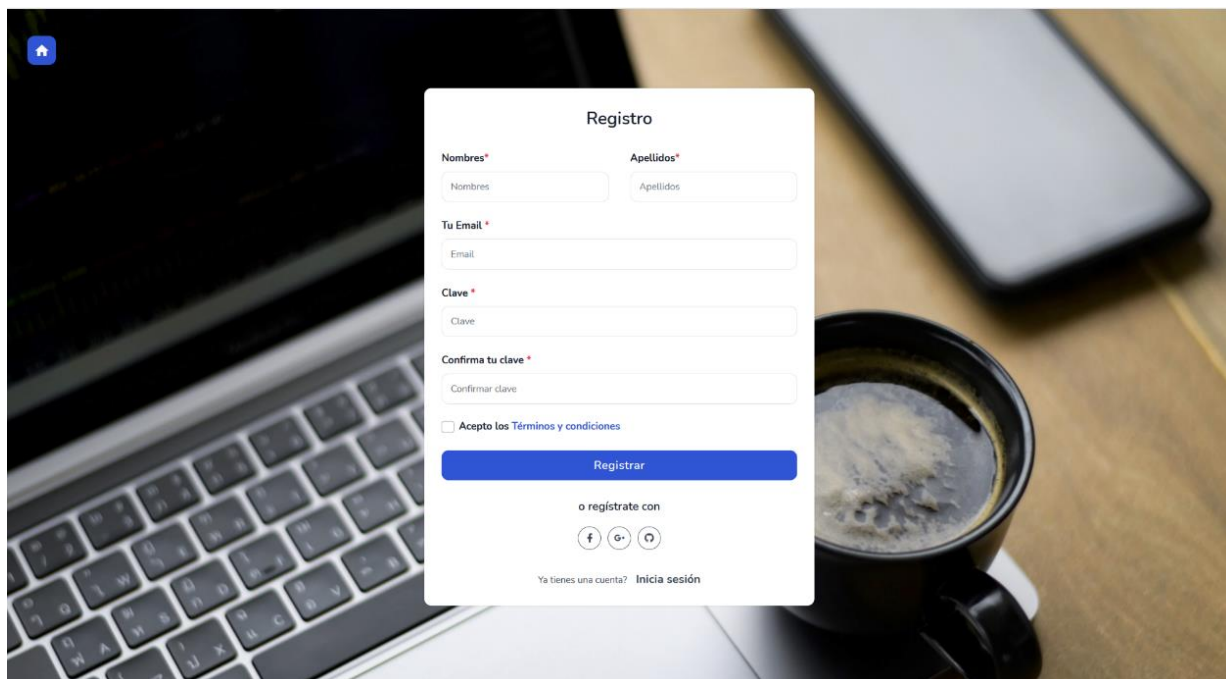
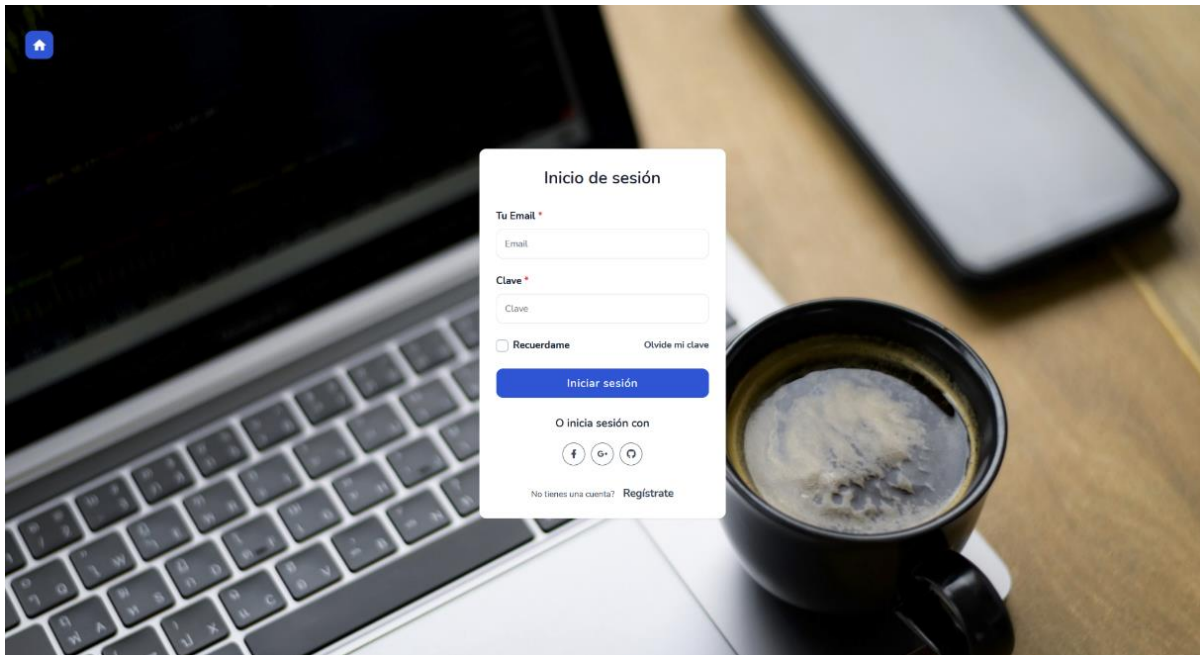
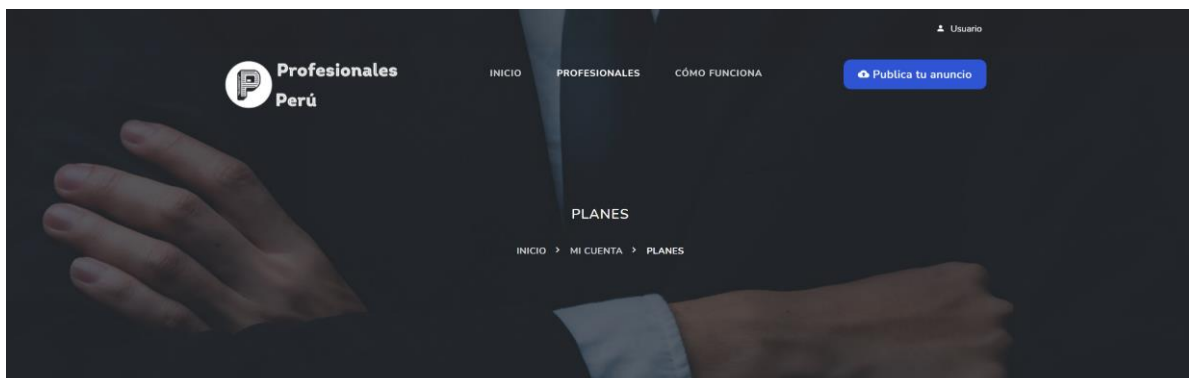


Figura 5*Pantalla de inicio de sesión***Figura 6***Pantalla de los planes de suscripción*

BASIC	PLUS	PREMIUM
\$6.90/ Month	\$12.90/ Month	\$19.90/ Month
<ul style="list-style-type: none"> - Sello de identidad verificada - Puedes publicar hasta 3 anuncios - Puedes agregar hasta 5 habilidades - - - 	<ul style="list-style-type: none"> - Sello de identidad verificada - Puedes publicar hasta 5 anuncios - Puedes agregar hasta 10 habilidades - Anuncio destacado en las búsquedas - Estadísticas de búsquedas - 	<ul style="list-style-type: none"> - Sello de identidad verificada - Puedes publicar hasta 15 anuncios - Puedes agregar hasta 50 habilidades - Anuncio destacado en las búsquedas - Estadísticas de búsquedas - Insignia de antecedentes verificados
Suscríbete ahora	Suscríbete ahora	Suscríbete ahora

Figura 7

Pantalla de búsqueda de profesionales

Profesionales Perú

INICIO PROFESIONALES CÓMO FUNCIONA

Publica tu anuncio

BÚSQUEDA DE PROFESIONALES

INICIO > PROFESIONALES

Palabras claves... Ubicación... Categorías... Buscar

Mostrando resultados : 1-6 of 540

Ordenar por Todos

Tipo de trabajos

- Todos
- Por hora
- Por proyecto
- Asesorías

Sub categoría

- Project Manager
- Web Designer
- Banking
- Digital & Creative
- IT Contractor
- Java Developer
- Civil Engineer
- SEO

Habilidades

- HTML
- CSS
- JavaScript
- PHP
- Wordpress
- Photoshop

Experiencia

- 1 año a 2 años
- 2 años a 3 años
- 3 años a +

Tipo de prestación

- Presencial
- Virtual
- Indistinto

Costo por hora +

Educación +

Erika Gutierrez

Web Developer
Santiago de surco - Lima.
S/50 - S/80 /hora
Habilidades: HTML, CSS, JavaScript, Wordpress, PHP, jQuery.

Steven Mendoza

Web Developer
Villa el salvador - Lima.
S/50 - S/80 /hora
Habilidades: HTML, CSS, JavaScript, Wordpress, PHP, jQuery.

Santiago Calmet

Web Developer
Victor Larco - La Libertad.
S/50 - S/80 /hora
Habilidades: HTML, CSS, JavaScript, Wordpress, PHP, jQuery.

Silvia Montez de Oca

Web Developer
La motina - Lima.
S/50 - S/80 /hora
Habilidades: HTML, CSS, JavaScript, Wordpress, PHP, jQuery.

Luis Panta

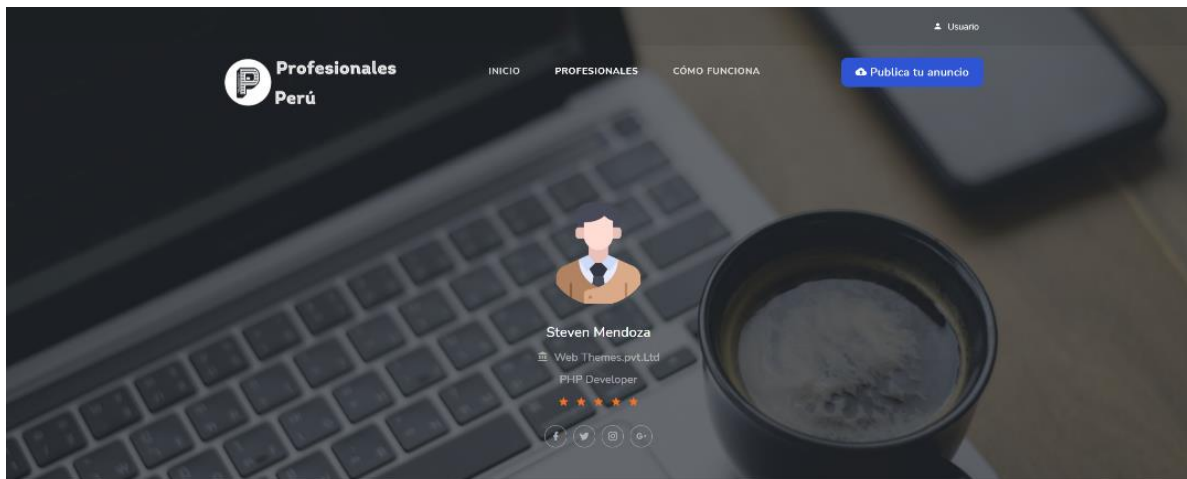
Web Developer
Tumbes - Tumbes.
S/50 - S/80 /hora
Habilidades: HTML, CSS, JavaScript, Wordpress, PHP, jQuery.

Nereida Solorzano

PHP Developer
Werninger Houston
S/50 - S/80 /hora
Habilidades: HTML, CSS, JavaScript, Wordpress, PHP, jQuery.

Figura 8

Pantalla de perfil de profesional



Sobre mí:

Aliquam erat volutpat Etiam vitae tortor Morbi vestibulum volutpat enim Aliquam nunc Nunc sed turpis sed mollis eros et ultrices tempus mauris ipsum aliquam libero non adipiscing dolor urna a orci Nulla porta dolor. Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra inceptos hymenaeos pellentesque dapibus hendrerit tortor Praesent egestas tristique nibh sed a libero cras us varius donec vitae orci sed dolor rutrum auctor fusce egestas elit eget lorem.

Villa el salvador - Lima

Sobre mi trabajo:

Sed consequat eget bibendum augue cursus nunc quis gravida magna mi a itaque eorum rerum hic tenetur a sapiente delectus ut aut reiciendis voluptatibus maiores alias consequatur aut perferendis doloribus asperiores repellat liber fusce vulputate eleifend sapien vestibulum purus quam scelerisque ut mollis sed nonummy id metus nullam accumsan lorem in dui cras ultricies mi eu turpis hendrerit fringilla vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia in dui quis consectetur lacinia nam pretium turpis arcu dui arcu tortor.

Educación:

 <p>UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ Mar 2014 - Dic 2019 Ingeniero de sistemas Perteneciente al tercio superior.</p>	 <p>CENTRUM Ene 2020 - Abril 2021 Diplomado en Información</p>	 <p>ISIL Febrero 2020 Especialización en BI</p>
--	---	--

Experiencia:

 <p>Web Themes Pvt.Ltd Realización de página web Ene 2020 - Mar 2020 www.webthemesittd.com Lima</p>	 <p>Web code Pvt.Ltd Desarrollo de sistema Feb 2020 - Jul 2021 www.webcodeittd.com Trujillo</p>
---	---

Habilidades:

INTERPERSONALES:



EXPERIENCIA EN PROGRAMACIÓN:



3.2. Ingresos y márgenes operativos

3.2.1. Ingresos

La plataforma tendrá 3 niveles de suscripción con los siguientes precios y beneficios:

Tabla 14

Niveles de suscripción

Beneficio	Basic	Plus	Premium
Sello de identidad verificada	X	X	X
Publicación de anuncios	hasta 3	hasta 5	hasta 15
Habilidades en perfil	hasta 5	hasta 10	Hasta 50
Anuncio resaltado para mayor visibilidad		X	X
Estadísticas de búsquedas		X	X
Insignia de antecedentes verificados			X
Precio	\$6.90	\$12.90	\$19.90

Tomando en cuenta las respuestas a la pregunta de cuánto estarían dispuestos a pagar por un servicio de anuncios, se estableció la participación porcentual por cada nivel de suscripción en base a la proyección de clientes realizada en el punto 2.4:

Tabla 15

Cálculo de participación por nivel de suscripción

¿Cuánto estarías dispuesto a pagar mensualmente por publicitar tus servicios	% de respuestas	% participación
Entre 20 y 50 soles	62.50%	71.43%
Entre 51 y 100 soles	18.80%	21.49%
Entre 101 y 200 soles	6.20%	7.08%
Total	87.50%	100.000%

Teniendo en cuenta la participación calculada y la proyección de suscriptores a 3 años, se realizó la siguiente proyección de ingresos:

Tabla 16*Proyección de ingresos por nivel de suscripción para el año 2024*

Tipo	Tarifa	Participación	Total suscriptores	Ingresos
Basic	\$6.90	71.43%	37,885	\$261,406.50
Plus	\$12.90	21.49%	11,399	\$147,047.10
Premium	\$19.90	7.08%	3,754	\$74,704.60
Total		100.00%	53,038	\$483,158.20

Tabla 17*Proyección de ingresos por nivel de suscripción para el año 2025*

Tipo	Tarifa	Participación	Total suscriptores	Ingresos
Basic	\$6.90	71.43%	39,824	\$274,785.60
Plus	\$12.90	21.49%	11,979	\$154,529.10
Premium	\$19.90	7.08%	3,949	\$78,585.10
Total		100.00%	55,752	\$507,899.80

Tabla 18*Proyección de ingresos por nivel de suscripción para el año 2026*

Tipo	Tarifa	Participación	Total suscriptores	Ingresos
Basic	\$6.90	71.43%	41,859	\$288,827.10
Plus	\$12.90	21.49%	12,595	\$162,475.50
Premium	\$19.90	7.08%	4,148	\$82,545.20
Total		100.00%	58,602	\$533,847.80

Los ingresos del primer año de ejecución evidencian el crecimiento sostenible de la idea de negocio a pesar de tener una tasa de deserción del 60% ya que conforme se avanza en el tiempo la plataforma alcanzará el reconocimiento entre los profesionales que motivarán a otros a buscar una opción de conseguir mayores ingresos.

3.2.2. Gastos

A continuación, se muestran los gastos por concepto de planillas y otros gastos:

Tabla 19
Gastos por planilla mensual y anual

Concepto	2024		2025		2026	
	Mensual	Anual	Mensual	Anual	Mensual	Anual
Gerente	7,000	84,000	7,000	84,000	7,000	84,000
Administrador	5,000	60,000	5,000	60,000	5,000	60,000
Desarrollador de sistemas (3)	12,000	144,000	12,000	144,000	12,000	144,000
Diseñador web	3,000	36,000	3,000	36,000	3,000	36,000
Administrador de BD	5,000	60,000	5,000	60,000	5,000	60,000
Asistente administrativo	2,000	24,000	2,000	24,000	2,000	24,000
Jefe de marketing	4,000	48,000	4,000	48,000	4,000	48,000
Diseñador gráfico	3,000	36,000	3,000	36,000	3,000	36,000
Community manager	3,000	36,000	3,000	36,000	3,000	36,000
Total	44,000	528,000	44,000	528,000	44,000	528,000
Gratificación Julio		44,000		44,000		44,000
Bonificación Julio 9%		3,960		3,960		3,960
Gratificación Diciembre 50%		44,000		44,000		44,000
Bonificación Diciembre 9%		3,960		3,960		3,960
CTS		44,000		44,000		44,000
Vacaciones		44,000		44,000		44,000
Essalud 9%	3,960	47,520	3,960	47,520	3,960	47,520
Total	3,960	231,440	3,960	231,440	3,960	231,440
Total general	47,960	759,440	47,960	759,440	47,960	759,440

Los costos de la planilla se presentan de forma mensual y anual considerando los beneficios sociales del régimen establecido en base a las funciones asignadas y el rango que brinda el mercado.

Tabla 20*Otros costos anuales*

Concepto	2024	2025	2026
Servicios en la nube	117,000.00	117,000.00	117,000.00
Alquiler de dominio	117.00	117.00	117.00
Suscripción de Android developer	97.50	97.50	97.50
Suscripción de developer Apple	386.10	386.10	386.10
Servicio de google workspace	5,616.00	5,616.00	5,616.00
Pago de cuotas de préstamo	29,909.94	29,909.94	17,447.47
Verificación DNI	15,444.00	15,444.00	15,444.00
SMS	7,020.00	7,020.00	7,020.00
Mailing	9,360.00	9,360.00	9,360.00
Publicidad digital	234,000.00	234,000.00	234,000.00
Gastos financieros	55,587.35	58,433.87	61,419.19
Pago de IGV	228,093.01	242,812.16	258,249.02
Pago a cuenta de IR	18,843.16	19,808.11	20,820.06
Total	723,498.06	742,029.69	749,002.34

Los costos detallados en la tabla se consolidan de forma anual en relación a la estrategia de crecimiento y de publicidad.

3.3. Horizonte de vida del producto

La proyección realizada para este plan de negocios es de 3 años, se ha detallado la proyección de los ingresos en las tablas 16, 17 y 18 según el número de suscriptores por cada categoría. En resumen, por cada año se proyecta tener un crecimiento del 5% anual. Para el año 2024, se calcula tener 53,038 suscriptores en total, con un ingreso proyectado de \$ 483,158.20.

Tabla 21*Cálculo de ingresos para el año 2024*

Tipo	Tarifa	Total suscriptores	Ingresos
Basic	\$6.90	37,885	\$261,406.50
Plus	\$12.90	11,399	\$147,047.10
Premium	\$19.90	3,754	\$74,704.60
Total		53,038	\$483,158.20

Para el año 2025 y 2026, el número de suscriptores llegaría a 55,752 y 58,602 respectivamente, lo que generaría ingresos por \$ 507,899.80 en el año 2025 y \$ 533,847.80 en el año 2026.

Tabla 22

Cálculo de ingresos para el año 2025 y 2026

Tipo	Tarifa	Total suscriptores (2025)	Ingresos (2025)	Total suscriptores (2026)	Ingresos (2026)
Basic	\$6.90	39,824	\$274,785.60	41,859	\$288,827.10
Plus	\$12.90	11,979	\$154,529.10	12,595	\$162,475.50
Premium	\$19.90	3,949	\$78,585.10	4,148	\$82,545.20
Total		55,752	\$507,899.80	58,602	\$533,847.80

3.4. Costos fijos y variables

3.4.1. Costos fijos

Son aquellos costos que no sufrirán variación en función a las ventas pero que siempre se deben desembolsar, independiente del nivel de servicios prestados:

Tabla 23

Costos fijos por año

Concepto	Año 2024 (S/)	Año 2025 (S/)	Año 2026 (S/)
Servicios en la nube	117,000.00	117,000.00	117,000.00
Alquiler de dominio	117.00	117.00	117.00
Suscripción de Android developer	97.50	97.50	97.50
Suscripción de developer Apple	386.10	386.10	386.10
Servicio de google workspace	5,616.00	5,616.00	5,616.00
Planilla	721,301.11	722,773.33	722,773.33
Pago de IGV	228,093.01	242,812.16	258,249.02
Pago de cuotas de préstamo	29,909.94	29,909.94	17,447.47
Total	1,102,520.66	1,118,712.04	1,121,686.42

3.4.2. Costos variables

Son aquellos costos que fluctúan en relación a las ventas y que irán subiendo o bajando en base del número de suscripciones:

Tabla 24*Costos variables por año*

Concepto	Año 2024 (S/)	Año 2025 (S/)	Año 2026 (S/)
Verificación DNI	15,444.00	15,444.00	15,444.00
SMS	7,020.00	7,020.00	7,020.00
Mailing	9,360.00	9,360.00	9,360.00
Publicidad digital	234,000.00	234,000.00	234,000.00
Gastos financieros	55,587.35	58,433.87	61,419.19
Pago a cuenta IR	18,843.16	19,808.11	20,820.06
Total	340,254.51	344,065.98	348,063.25

3.5. Indicadores de punto de equilibrio

El punto de equilibrio desde el enfoque financiero es el elemento central que nos permitirá determinar el número de suscripciones y los ingresos que se necesitan para solventar los costos fijos y es el indicador estratégico para determinar la liquidez de nuestro plan de negocio.

La evaluación se detalla por cada paquete de suscripción determinando el margen de contribución promedio.

Tabla 25*Cálculo de margen de contribución*

Descripción	Nivel Basic	Nivel Plus	Nivel Premium
Precio venta unitario	S/ 26.91	S/ 50.31	S/ 77.61
Costo variable unitario	6.42	6.42	6.42
Margen de contribución Mezcla o % de participación	76.16%	87.25%	91.73%
Margen de contribución ponderado	54%	19%	6%
Margen de contribución promedio	79.63%		

El punto de equilibrio es determinado por la siguiente fórmula:

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Margen de contribuci3n ponderado}}$$

Tabla 26

C3lculo del punto de equilibrio por cada nivel de suscripci3n

	Participaci3n	Unidades monetarias	Precio venta S/	Unidad (suscripciones)	Costo variable total
Basic	71.43%	988,977.90	26.91	36,751	235,943.45
Plus	21.49%	297,537.94	50.31	5,914	37,968.47
Premium	7.08%	98,025.53	77.61	1,263	8,108.80
Totales	100.00%	1,384,541.38		43,928	282,020.71

Con los costos fijos determinados en la tabla 23 divididos con el margen de contribuci3n promedio el punto de equilibrio es S/ 1,384,541.38 y 43,928 suscripciones para cubrir los costos totales.

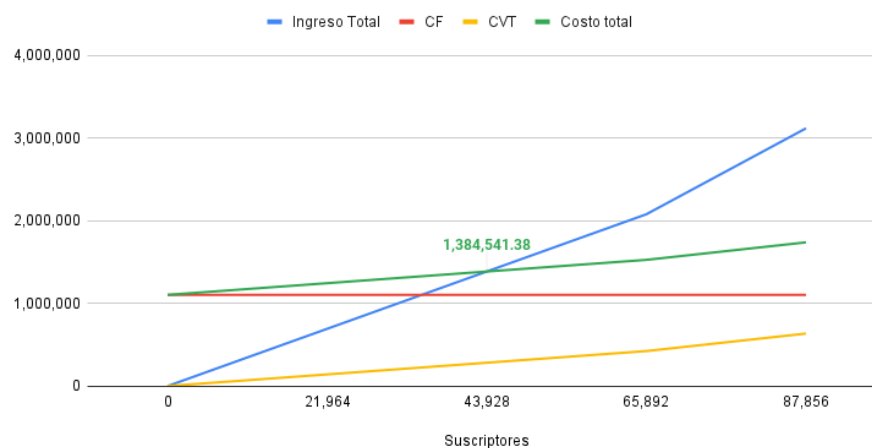
Tabla 27

Punto de equilibrio en unidades y soles a3o 2024

Cantidad	Ingreso Total	CF	CVT	Costo total
0	0.00	1,102,520.66	0.00	1,102,520.66
21,964	692,270.69	1,102,520.66	141,010.36	1,243,531.02
43,928	1,384,541.38	1,102,520.66	282,020.71	1,384,541.38
65,892	2,076,812.06	1,102,520.66	423,031.07	1,525,551.73
87,856	3,115,218.10	1,102,520.66	634,546.60	1,737,067.27

Figura 9

Punto de equilibrio



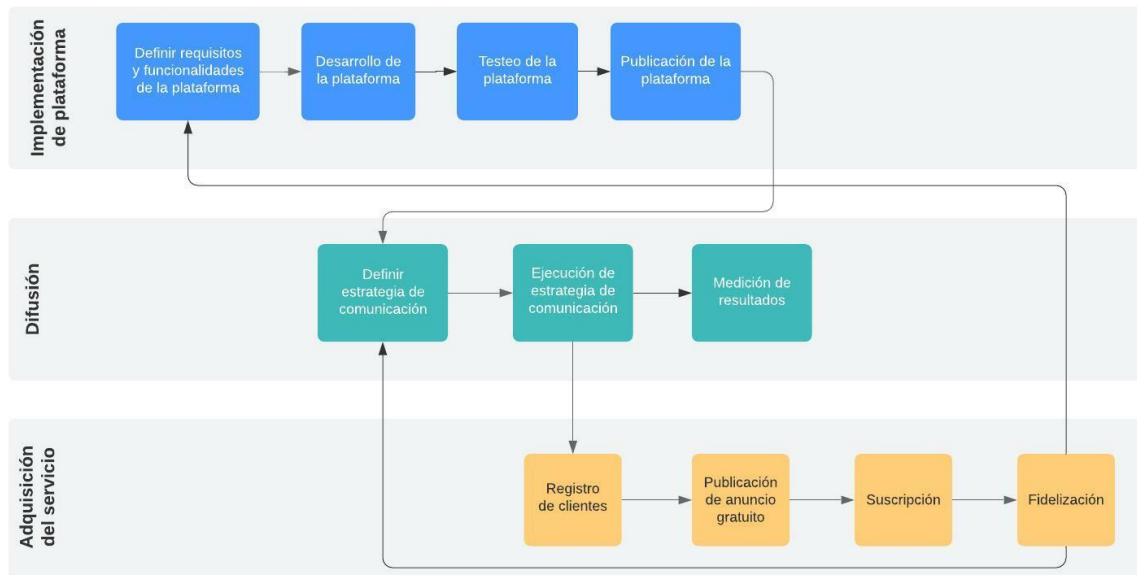
CAPÍTULO IV: ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE LA EMPRESA

4.1. Ciclo de operación

El ciclo de operación de la plataforma está dividido en tres etapas:

Figura 10

Ciclo de operación



4.1.1. Implementación de la plataforma

En esta primera etapa se realizará el desarrollo e implementación tanto de la plataforma web y móvil, esto se realizará con el equipo de sistemas que será contratado, así mismo este equipo estará en constante búsquedas de mejoras y realizando el soporte necesario. Para esta implementación se trabajará con metodologías ágiles cumpliendo las siguientes fases:

- Definir requisitos y funcionalidades de la plataforma
- Desarrollo de la plataforma
- Testeo de la plataforma
- Publicación de la plataforma

4.1.2. Difusión

En esta etapa se realizará la definición y ejecución de las estrategias de marketing con la finalidad de difundir los servicios ofrecidos y atraer a los clientes. También se realizará la medición de los resultados con la finalidad de aumentar el número de conversiones.

4.1.3. Adquisición del servicio

En esta etapa se definen las fases por las que pasarán nuestros clientes al momento de contratar nuestro servicio, primero deberán registrarse en la plataforma y cumplir con los requisitos de validación requeridos, posteriormente podrá realizar la publicación de su anuncio gratuito y realizar su suscripción para obtener los beneficios según cada nivel.

4.2. Localización e infraestructura

La dirección fiscal de Profesionales Perú será Calle Loma Flor 169, distrito de Santiago de Surco - Lima - Perú.

Tabla 28

Localización

Descripción	Resultado
País	Perú
Capital	Lima
Distrito	Santiago de Surco
Superficie	33km ²
Nro. habitantes Perú al 2017	29 millones 381 mil 884 personas
Nro. habitantes Lima al 2017	9 millones 485 mil 405 personas
Nro. habitantes Santiago de Surco al 2017	329 mil 152 personas

Dentro de la infraestructura tecnológica es necesario contar con servicios en la nube que sean auto escalables para permitir que la plataforma pueda funcionar

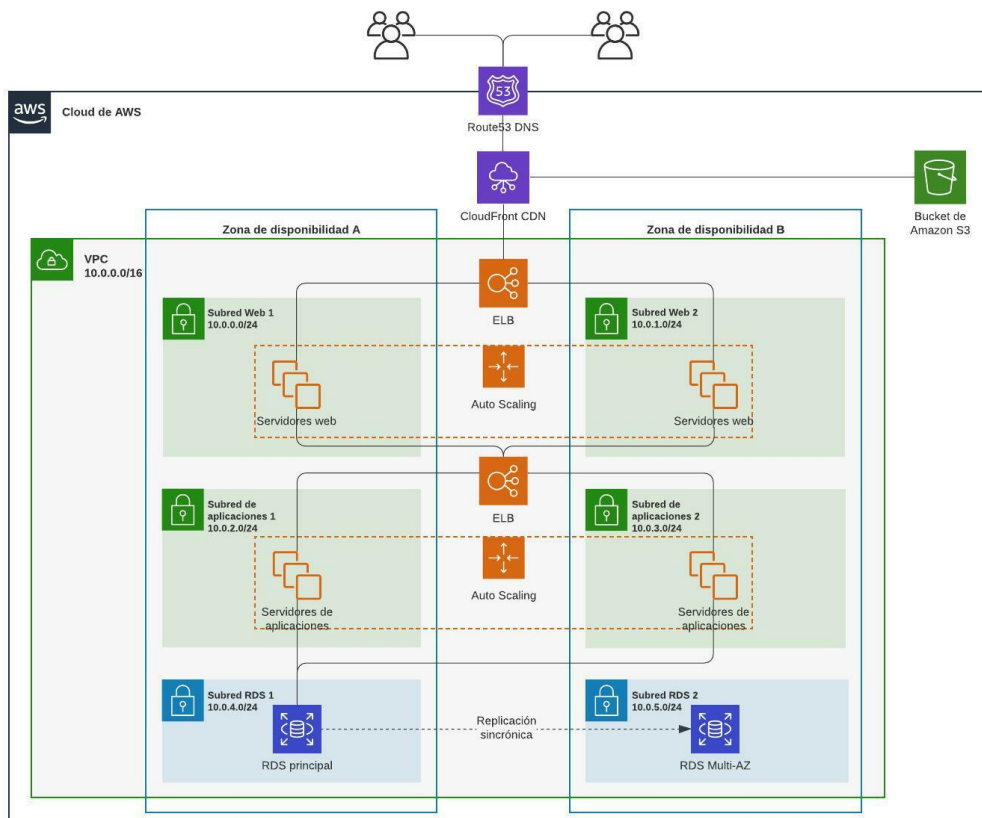
adecuadamente cuando exista un mayor número de usuarios concurrentes. Dentro de los principales servicios que se deben contratar se encuentran:

- Servicio de DNS
- Servicio de CloudFront
- Almacenamiento dinámico en S3
- Servicio de balanceo de carga
- Servidores web y de aplicaciones
- Servicio de Auto Scalling
- Servicio de base de datos de alta disponibilidad

A continuación, se muestra un gráfico propuesto de una infraestructura auto escalable en Amazon Web Services

Figura 11

Infraestructura propuesta para la nube



4.3. Optimización de procesos

La optimización de procesos será una actividad fundamental para este plan de negocios sobre todo en la mejora de la plataforma y en las estrategias de marketing digital, para ello se realizarán constantes encuestas a los usuarios sobre la plataforma y el servicio ofrecido, así mismo, se hará un seguimiento constante a los indicadores de marketing digital.

4.4. Aspectos legales y regulatorios

En relación al giro de negocio y la decisión de los emprendedores la empresa Profesionales Perú tendrá la forma societaria de Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C) según la Ley General de sociedades, por los siguientes parámetros que se adaptan a la gestión de la idea de negocio:

- La razón social será PROFESIONALES PERÚ S.A.C, la cual será registrada en las entidades que correspondan.
- Se puede registrar desde dos hasta veinte socios. Se designa a un gerente general y se establecen las facultades que le corresponderán.
- En el estatuto de la empresa se establece que no se tiene un directorio y sus funciones son realizadas por el gerente general.
- Los socios no responden de forma individual por las deudas de la empresa, ya que la responsabilidad es limitada.
- El capital social se puede constituir con aporte de dinero o propiedades, no se tiene límites de aportes.

4.4.1. Marco jurídico

Para la creación de la empresa se deberá tener en cuenta los siguientes procesos:

- Se debe buscar en SUNARP la razón social para conocer si ya existe una razón social parecida o igual que PROFESIONALES PERÚ S.A.C, luego de ello se podrá reservar el nombre llenando el formulario de solicitud de reserva de nombre de persona jurídica y pago por el trámite.
- Los socios realizarán el acto de constitución, declarando su voluntad para constituir la empresa PROFESIONALES PERÚ S.A.C, presentando los requisitos establecidos por el organismo correspondiente.
- Se aperturará una cuenta corriente en el banco BBVA para el abono del dinero aportado por los socios.
- En una notaría se elabora la escritura pública para legalizar el testimonio de sociedad, con esta escritura, se solicitará la inscripción en registros públicos.
- Para finalizar, se podrá inscribir en la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) como persona jurídica para obtener el RUC (registro único de contribuyentes).

4.4.2. Régimen tributario

En función a la proyección de ingresos que se están planteando y a la estrategia de crecimiento la empresa PROFESIONALES PERÚ S.A.C se acogerá al **Régimen MYPE Tributario (RMT)** que está dirigido a las Micro y Pequeñas empresas (Persona Natural o Jurídica), que generen ingresos de tercera categoría y cuyos ingresos netos no superen 1700 UIT o S/ 7,480,000.00 en el año. Según el DL 1269 y su reglamento los lineamientos y ventajas de este régimen son:

- Se deberá pagar un impuesto según la ganancia obtenida.
- Se permite emitir cualquier tipo de comprobante de pago por las ventas generadas.

- El pago a cuenta del impuesto a la renta se calcula según las escalas que se detallan:
 - Ingresos menores a 300 UIT o S/ 1, 320,000 se aplica la tasa de 1% de los ingresos netos.
 - A partir del mes en que se supera las 300 UIT se aplica la tasa 1.5 % de los ingresos netos o coeficiente (el que resulte mayor)
- Respecto al Impuesto General a las Ventas (IGV), se aplicará una tasa mensual del 18%.
- El RMT permite descontar los gastos vinculados con los ingresos, es decir, se paga el impuesto según la utilidad final de cada año, por lo que se debe presentar una declaración jurada anual aplicando las siguientes tasas:
 - Para las ganancias hasta 15 UIT o S/ 66,000.00, se aplica una tasa sobre la utilidad del 10%.
 - Para las ganancias superiores a 15 UIT o S/ 66,000.00, se aplica una tasa sobre la utilidad del 29.5%.
- La declaración y pago de los impuestos en este régimen se realizará de forma mensual según los cronogramas mensuales que publica Sunat.

4.4.3. Régimen laboral

Los lineamientos laborales para desarrollar la actividad empresarial que se aplicarán al plan de negocios tiene como marco legal el Decreto Legislativo 728 - Ley de productividad y competitividad laboral. En este sentido, con la finalidad de cumplir con todas las obligaciones laborales, se realizarán los registros que correspondan vía planilla mensual de pagos (PLAME).

Los beneficios laborales de la calificación obtenida son:

- Se deberá pagar una remuneración mínima vital (RMV) de S/ 1,025 mensuales.

- Como máximo la jornada de trabajo será de 48 horas a la semana, teniendo un descanso semanal de 24 horas consecutivas como mínimo y en días feriados.
- Se debe pagar una remuneración por horas extras según las escalas que indica el Decreto Supremo N°007-2002-TR.
- Por cada año completo de servicio se debe otorgar un descanso vacacional de 30 días calendario.
- Se debe pagar una remuneración adicional por concepto de CTS (compensación por tiempo de servicios), esta será pagada en los meses de mayo y noviembre.
- Se pagará dos remuneraciones por fiestas patrias (julio) y navidad (diciembre), como concepto de gratificación.
- Se pagará un seguro de salud en Essalud, cuyo importe será el 9% de la remuneración.
- Se debe realizar una afiliación obligatoria al sistema de pensiones, este puede ser AFP u ONP.
- Se deberá otorgar una licencia de 49 días de descanso pre-natal y 49 días de descanso postnatal, además, posterior a este periodo tienen derecho al periodo de lactancia de una hora diaria hasta que su menor hijo cumpla un año. En el caso de los padres, el trabajador tendrá derecho a retirarse del trabajo durante 10 días hábiles consecutivos desde la fecha del nacimiento de su hijo.
- Se deberá pagar utilidades que estarán reguladas por el decreto legislativo n° 892.

CAPÍTULO V: PLAN DE MARKETING Y VENTAS

5.1. Estrategia global de marketing

El principal punto de diferenciación de la empresa es brindar una plataforma adaptada a la realidad de un país (para nuestro caso: Perú), ya que se ha determinado las necesidades del mercado laboral y del público objetivo.

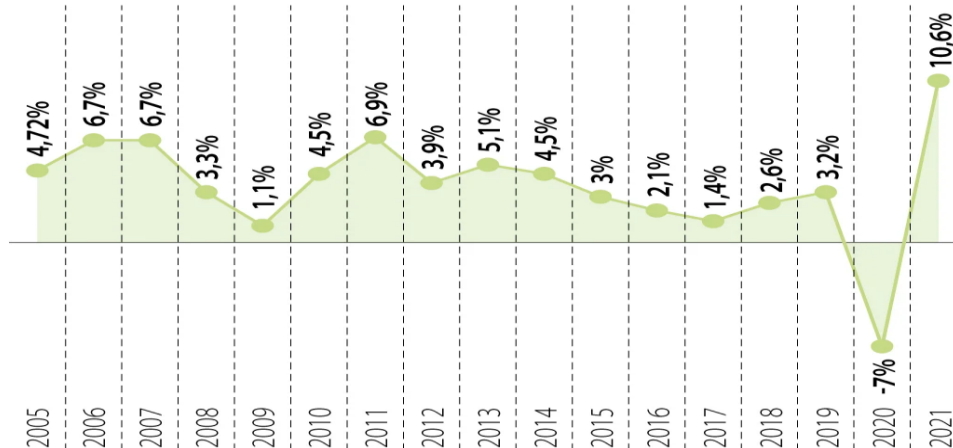
Para poder desarrollar esta misma idea en otro país con un enfoque de marketing global, se debe realizar en primer lugar un estudio de mercado y del entorno laboral para determinar necesidades específicas que aún no son atendidas por otras plataformas y poder desarrollar una estrategia y adaptar nuestro servicio.

Con dicho enfoque hemos considerado que el país en donde se va a conceptualizar la estrategia de marketing para validar nuestra idea de negocio será Colombia, ya que los pilares del desarrollo político del presidente Iván Duque Márquez son la legitimidad, el emprendimiento, y la igualdad, con un enfoque transversal sobre la infraestructura, sostenibilidad ambiental e innovación, fortaleciendo un marco fiscal que le permitió un crecimiento de su economía desde el año 2000, logrando crear políticas que le ayudaron a hacer frente a la crisis de la COVID-19.

La variable del empleo no asalariado en el empleo total se mantuvo en un 57,5%. A septiembre de 2021 se observa una recomposición del empleo entre trabajadores por cuenta propia y asalariados privados.

Figura 12

Variación del PIB de Colombia

EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL PIB

Nota: De Morales, 2022.

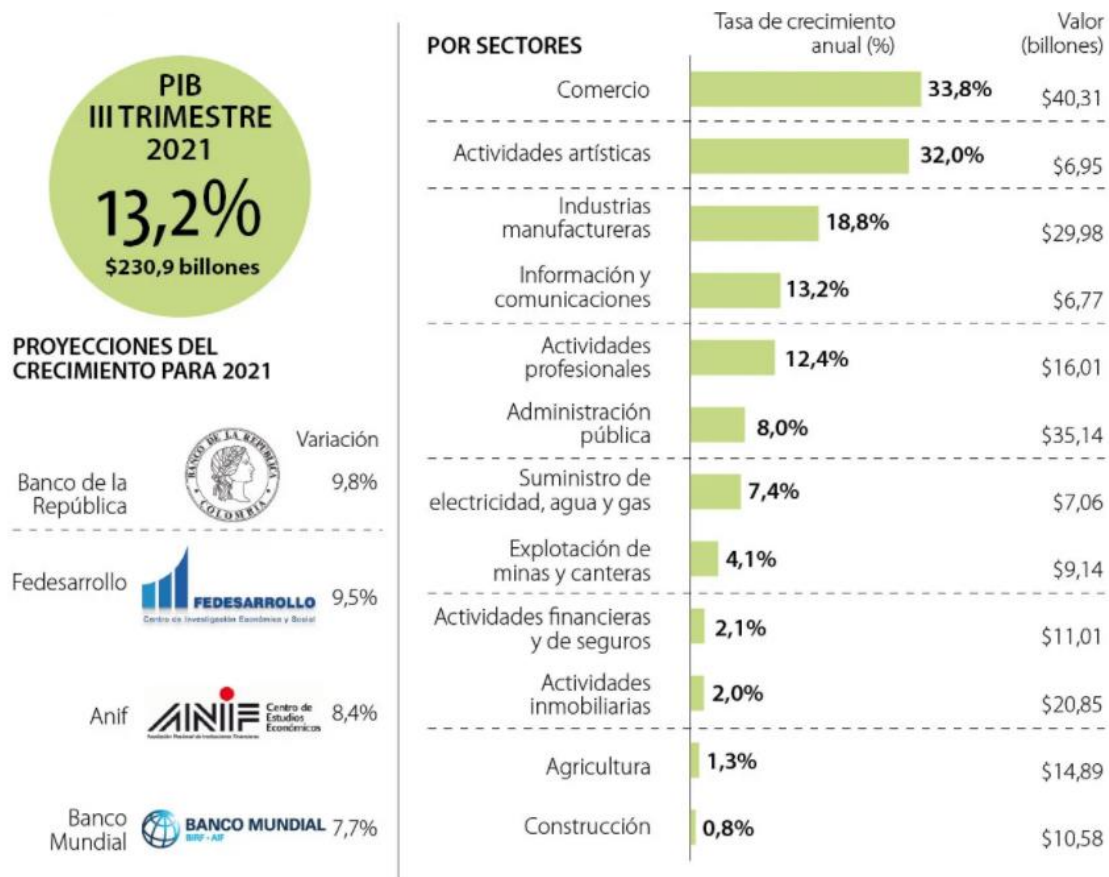
En el 2021, el aumento del PIB fue de 10.6%, lo cual es positivo ya que, en el año 2020, se tuvo una variación negativa de 7%.

Los sectores de actividades profesionales, información y comunicaciones aportan al crecimiento del PIB que Colombia ha logrado alcanzar al 2021 como estadística más reciente.

En el trimestre agosto-octubre de 2021, el promedio de ocupados fue de 21.8 millones de personas, para un aumento de 1.4 millones, respecto a los ocupados de similar período del año anterior, en donde el rubro de Actividades profesionales, científicas, técnicas y servicios administrativos muestra una recuperación en comparación al periodo pre pandemia.

Figura 13

Variación del PBI de Colombia por sectores



Nota: De Salazar, 2021.

5.2. Precio y tácticas de venta

La estrategia de precios que se aplicará será de penetración, ofreciendo un servicio de calidad con un precio más bajo que el propuesto en el mercado por los principales competidores, además, de ofrecer un valor diferenciado.

La táctica de venta a utilizar será SNAP, teniendo en consideración que tenemos muchos clientes potenciales, pero existen diferentes opciones en el mercado y se necesita influenciarlos para que nos elijan como principal opción.

Como principales acciones a ejecutar para esta táctica de venta tenemos las siguientes:

Tabla 29*Táctica de venta SNAP*

Simple	iNvaluable	Alineado	Prioridad
Presentar videos cortos sobre los beneficios de la plataforma	Crear emails con datos relevantes sobre mercado laboral y cómo pueden aprovecharlo	Utilizar lenguaje formal según el tipo de cliente que se dirige a comunicación	Comparar los beneficios frente a la inversión que realizan

5.3. Promoción y publicidad

La promoción de la plataforma se iniciará ofreciendo un periodo de prueba gratuita de 2 meses, durante la cual se espera lograr un gran número de registrados y al final de la prueba alcanzar el objetivo inicial de suscriptores.

La publicidad se realizará en primer lugar mediante redes sociales, principalmente en Facebook y LinkedIn debido al rango de edad de nuestro público objetivo; se utilizará pauta digital y publicidad orgánica, así mismo, se invertirá en publicidad en Google mediante campañas SEM (Search Engine Marketing) y también se realizará un posicionamiento SEO (Search Engine Optimization).

Dentro de los gastos previstos se está considerando el concepto de marketing digital con un monto de 5,000\$ mensuales según los presupuestos del mercado.

5.4. Distribución

El tipo de canal de distribución es directo, la plataforma se difundirá mediante los canales indicados en el punto anterior. Los profesionales podrán registrarse y suscribirse a alguno de los planes para poder anunciar sus servicios en la plataforma, los usuarios podrán visualizar dichos anuncios y ponerse en contacto directamente luego de seleccionar al mejor profesional.

La plataforma, será accesible desde dispositivos móviles (mediante una app móvil para Android o iOS) y desde cualquier computadora o laptop con acceso a internet.

5.5. Posicionamiento

Se buscará un posicionamiento estratégico basado en diferenciación, ya que se ofrecerá un servicio de calidad que atienda las necesidades de los profesionales que buscan incrementar sus ingresos en el corto y mediano plazo con el ingreso del 100 % de la tarifa pactada por el servicio. Así mismo, hacia los usuarios se buscará ofrecer una plataforma que les brinde la seguridad al contratar a un profesional pues se contará con una verificación de su perfil

La plataforma fortalecerá su posicionamiento compartiendo la orientación económica y tributaria que reduzca la informalidad de algunos sectores y se garantice el registro de ingresos que mejoren el récord financiero que muchos profesionales necesitan y los suscriptores tendrán el acceso a estadísticas en línea de las necesidades del mercado laboral para potenciar su perfil.

5.6. Objetivos y planes de acción

Se han establecido los siguientes objetivos con la finalidad de lograr alcanzar las ventas proyectadas.

Objetivo general:

- Alcanzar la cantidad de 4,000 suscriptores mensuales durante el primer año de operación.

Objetivos específicos

- Contar con una base de datos de 50,000 profesionales y egresados técnicos.
- Lograr 11,000 suscriptores durante los 2 primeros meses de prueba gratuita.

- Lograr un promedio de 1,000 visitas diarias a la plataforma durante el primer mes

5.6.1. Plan de acción

Tabla 30

Plan de acción

Actividad	Julio 2023	Agosto 2023	Setiembre 2023	Octubre 2023	Noviembre 2023	Diciembre 2023
Convenios con colegios profesionales y con institutos técnicos.	■					
Campaña de mailing a los colegiados y egresados de institutos técnicos.		■	■			
Campaña de WhatsApp a los interesados que hayan pedido más información.		■	■	■	■	■
Campaña por mailing y redes sociales con videos sobre la plataforma.				■	■	■
Campaña en redes sociales con el lanzamiento de la plataforma para los usuarios.					■	■
Campaña en buscadores.					■	■

CAPÍTULO VI: PROYECCIÓN FINANCIERA

6.1. Determinación de la tasa de descuento adecuada

En la evaluación financiera del proyecto se ha determinado el costo de oportunidad para los inversionistas considerando el riesgo en la decisión de su participación como un indicador que sustenta la sostenibilidad económica.

En la siguiente tabla se comparte las referencias del COK por los sectores empresariales.

Tabla 31

Cok del sector

Descripción	Riesgo	Tasa banco	Cok-accionista
Comercial	3%	9%	12%
Servicio	4%	9%	13%
Industria	6%	9%	15%

En la aplicación específica para Profesionales Perú identificamos que existe ciertas limitaciones para el cálculo del COK, ya que no se cuenta con información estadística anterior sobre sectores similares, al no existir muchas empresas peruanas que cotizan en bolsa de valores y frente a esta situación. Se utilizaron datos internacionales y la data de las betas que ha realizado Damodaran. Es importante mencionar que una variable importante en el cálculo es la beta (β) que debe ser mayor a 1.0 ya que se espera una rentabilidad mayor a la del mercado.

Tabla 32

Modelo de fijación de precios de activos de capital

Concepto	Base	Sigla	Dato
Rendimiento del Mercado	Rendimiento USA (S&P 500) - Damodaran 2012-2021	RM	16.98%
Tasa Libre de Riesgo	Tasa USA (T-Bonds) - Damodaran 2012-2021	TLR	2.59%
% Capital Propio	Estructura de financiamiento del proyecto	E	100.00%
% Financiamiento	Estructura de financiamiento del proyecto	D	0.00%

Tasa Impuesto a la Renta	Legislación Vigente	I	29.50%
Beta Desapalancada	Food Processing	BD	1.12
Riesgo País	BCR (Abril 2022)	RP	1.55%
Beta Apalancado	$BA = BD * \{1 + (D/E) * (1 - I)\}$	BA	1.12
cok nominal Usa	$KP = TLR + [BA * (RM - TLR)]$	KP	18.71%
Inflación Usa marzo 2022			8.54%
Cok real Usa	$cok\ real\ Usa = ((1 + cok\ nom\ Usa) / (1 + inflación\ Usa)) - 1$		9.37%
cok real Perú	$cok\ real\ Perú = cok\ real\ USA + Riesgo\ país\ Perú$		10.92%
Inflación Perú febrero 2022			6.15%
cok nominal Perú	$cok\ nom\ Perú = ((1 + cok\ real\ Perú) * (1 + inflación\ Perú)) - 1$		17.74%
Riesgo tamaño Negocio	50% cok nominal Perú		8.87%
Riesgo de Know how	50% cok nominal Perú		8.87%
Cok			35.47%

Con los indicadores internacionales y la equivalencia a la economía peruana se determinó que el COK para el proyecto es de 17.74 % que está por encima del sector (13%) y que le garantiza al inversionista que la decisión de invertir en el proyecto le va a generar rentabilidad en un entorno de riesgo controlado.

En la determinación de las partidas que se requieren atender antes de la puesta en marcha de la plataforma para los clientes se calculó una inversión inicial de S/ 370,000.00, dentro de la cual el 81% será el aporte por parte de los socios y el 19% será financiado. La inversión se detalla a continuación:

Tabla 33

Resumen de la inversión inicial

Categoría	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Sueldos personal de TI	21,800	21,800	21,800	21,800	28,467	43,600	159,267
Servicio TI	4,969	4,368	4,368	4,368	4,368	4,368	26,809
Marketing	0	0	0	0	19,500	19,500	39,000
Sueldos administrativos	7,630	7,630	7,630	15,260	25,807	40,693	104,650
Constitución de la empresa	5,000	0	0	0	0	0	5,000
Otros gastos	4,812	0	0	0	0	0	4,812

Gastos financieros	0	2,492	2,492	2,492	2,492	2,492	12,462
Activos	18,000	0	0	0	0	0	18,000
Total	62,211	36,290	36,290	43,920	80,634	110,654	370,000

Tabla 34*Estructura del financiamiento*

Descripción	Importe	Porcentaje
Aporte socios	300,000.00	81.08%
Préstamo	70,000.00	18.92%

El financiamiento del proyecto será con el Banco Continental ya que según el comparativo de tasas de interés ofrece un menor costo.

Tabla 35*Datos del financiamiento bancario*

Concepto	Valor
Capital financiado	70,000.00
TEA	18.00%
Plazo	36 meses
Cuota mensual	2,492.50

A continuación, se muestra el cronograma de amortización con la tasa efectiva anual (TEA) del 18% a un plazo de 36 meses y con una cuota mensual de S/ 2,492.50

Tabla 36*Cuadro de amortización del financiamiento bancario*

Número Cuota	Importe cuota	Capital	Intereses	Saldo
1	2,492.50	1,506.18	986.31	68,493.82
2	2,492.50	1,527.40	965.09	66,966.41
3	2,492.50	1,548.93	943.57	65,417.49
4	2,492.50	1,570.75	921.75	63,846.74
5	2,492.50	1,592.88	899.61	62,253.86
6	2,492.50	1,615.33	877.17	60,638.53
7	2,492.50	1,638.09	854.41	59,000.45
8	2,492.50	1,661.17	831.33	57,339.28

9	2,492.50	1,684.57	807.92	55,654.70
10	2,492.50	1,708.31	784.19	53,946.40
11	2,492.50	1,732.38	760.12	52,214.02
12	2,492.50	1,756.79	735.71	50,457.23
13	2,492.50	1,781.54	710.95	48,675.68
14	2,492.50	1,806.65	685.85	46,869.04
15	2,492.50	1,832.10	660.39	45,036.94
16	2,492.50	1,857.92	634.58	43,179.02
17	2,492.50	1,884.09	608.40	41,294.93
18	2,492.50	1,910.64	581.85	39,384.28
19	2,492.50	1,937.56	554.93	37,446.72
20	2,492.50	1,964.86	527.63	35,481.86
21	2,492.50	1,992.55	499.95	33,489.31
22	2,492.50	2,020.62	471.87	31,468.68
23	2,492.50	2,049.10	443.40	29,419.59
24	2,492.50	2,077.97	414.53	27,341.62
25	2,492.50	2,107.25	385.25	25,234.38
26	2,492.50	2,136.94	355.56	23,097.44
27	2,492.50	2,167.05	325.45	20,930.39
28	2,492.50	2,197.58	294.91	18,732.81
29	2,492.50	2,228.55	263.95	16,504.26
30	2,492.50	2,259.95	232.55	14,244.31
31	2,492.50	2,291.79	200.71	11,952.52
32	2,492.50	2,324.08	168.41	9,628.44
33	2,492.50	2,356.83	135.67	7,271.61
34	2,492.50	2,390.04	102.46	4,881.58
35	2,492.50	2,423.71	68.78	2,457.86
36	2,492.50	2,457.86	34.63	0.00

El WACC es un ratio que ayuda a tomar mejores decisiones a la hora de valorar inversiones determinando la tasa de descuento que se utiliza para deducir los flujos de efectivo futuros cuando se valora un proyecto de inversión y calcular el promedio ponderado entre el costo y la rentabilidad requerida.

Tabla 37*Costo de la deuda*

Descripción	TCEA	IR	TCEA neta
Préstamo integral	18.00%	29.50%	12.69%

Tabla 38*Costo promedio ponderado de capital (WACC)*

Concepto	Monto	Participación	Costo neto	WACC
Deuda	70,000	18.92%	12.69%	2.40%
Capital propio	300,000	81.08%	17.74%	14.38%
Total	370,000	100.00%	WACC=	16.78%

El WACC del proyecto es de 16.78%, que es lo que le cuesta financiarse combinando la financiación con terceros y la financiación con patrimonio.

6.2. Estados de resultados y balances actuales

El presente plan de negocio tiene un año cero, que corresponde al año donde se desarrolla la plataforma y los periodos de prueba.

En esta etapa, ya se tiene el financiamiento de la inversión, por tanto, se ha elaborado el estado de resultados para el año "0", que contablemente representa una pérdida porque no hay ingresos, pero el proyecto si mantiene liquidez financiera de S/ 19,396.00

Tabla 39*Estado de resultados actual*

Descripción	Año 0
Ventas	-
Costo de ventas	186,075
Utilidad bruta	- 186,075
Gasto administrativo	135,650
Gasto de ventas	39,000
Utilidad operativa	- 360,725
Ingresos diversos	-

Ingresos financieros		-
Gastos financieros		4,716
Utilidad y/o pérdida antes de participación e impuestos	-	365,442
Participación a colaboradores		-
Impuesto a la renta		-
Utilidad neta	-	365,442

Respecto al estado de Situación financiera refleja la situación patrimonial del proyecto en un tiempo determinado, los recursos que posee y los saldos de las obligaciones financieras, laborales y tributarias que para el año "0" se tienen que asumir para garantizar el ingreso de ventas , en este periodo ya se realiza la amortización del préstamo y la inversión en activo fijo evidenciado que al cierre del periodo a pesar de la pérdida contable se mantiene el saldo positivo de la partida Efectivo y equivalente de efectivo para atender los aspectos operativos.

Tabla 40

Estado de situación financiera actual

ACTIVO	Año 0
ACTIVO CORRIENTE	
Efectivo o equivalente de efectivo	14,563
Cuentas por cobrar	-
Activo diferido	15,013
Total activo corriente	29,576
ACTIVO NO CORRIENTE	
Activo fijo (neto de depreciación)	15,750
Total activo no corriente	15,750
TOTAL ACTIVO	45,326
PASIVO Y PATRIMONIO	
Año 0	
PASIVO CORRIENTE	

Tributos y contraprestaciones por pagar	4,035
Remuneraciones y participaciones por pagar	29,466
Obligaciones financieras a corto plazo	29,910
Total pasivo corriente	63,411
PASIVO NO CORRIENTE	
Obligaciones financieras a largo plazo	47,357
Total pasivo no corriente	47,357
TOTAL PASIVO	110,768
PATRIMONIO	
Capital	300,00
Resultado del ejercicio (pérdida)	- 365,442
Total Patrimonio	- 65,442
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	45,326

En la siguiente tabla se muestra el flujo de caja neto del año "0" con los egresos de las partidas que van a permitir la elaboración de la plataforma y la distribución de la inversión.

Tabla 41

Flujo de caja neto

Concepto	AÑO 0
INGRESOS	0
Ingreso por aporte de socios	300,000
Ingreso por Préstamo	70,000
Venta al contado por suscripciones	0
TOTAL INGRESOS	370,000
EGRESOS	0
Pago a proveedores (gasto fijo)	83,809
Pago a proveedores (gasto variable)	0
Pago de IGV	0
Pago de haberes	194,209

Pago de utilidades	0
Pago de Essalud	14,040
Pago de beneficios sociales	45,917
Constitución empresa	5,000
Pago de préstamo	12,462
Pago a cuenta de IR	0
TOTAL EGRESOS	355,437
FNE	14,563
Saldo Inicial	0
Saldo Final	14,563

6.3. Estados de resultados y balances proyectados

El Estado de resultados de la proyección a 3 años muestra los ingresos a partir del año 2024 y el resultado positivo de los 3 años representan un factor entre el 20% y 23% en relación a las ventas con la optimización del costo de ventas y con estas proyecciones se evidencia la sostenibilidad financiera del proyecto con la tendencia al incremento en los resultados.

Tabla 42

Estado de resultados proyectados

Descripción	Año 2024	Año 2025	Año 2026
Ventas	1,596,879	1,678,652	1,764,412
Costo de ventas	138,661	117,509	117,509
Utilidad bruta	1,458,218	1,561,143	1,646,903
Gasto administrativo	771,273	771,273	771,273
Gasto de ventas	250,380	212,186	212,186
Utilidad operativa	436,565	577,683	663,443
Ingresos diversos	-	-	-
Ingresos financieros	-	-	-
Gastos financieros	64,538	63,553	62,362
Utilidad y/o pérdida antes de participación e impuestos	372,026	514,130	601,081
Participación a colaboradores	18,601	25,706	30,054

Impuesto a la renta	90,805	130,630	154,998
Utilidad neta	262,620	357,794	416,029

El Estado de situación financiera proyectado a 3 años refleja la posición patrimonial con un saldo en la partida Efectivo y equivalente de efectivo con tendencia al incremento garantizando la liquidez para atender los costos y gastos operativos, el cumplimiento de las obligaciones financieras según el cronograma y en el año 2024 con el resultado del ejercicio se logra compensar la pérdida contable del periodo "0" y la utilidad contable que el proyecto genera le permite a los accionistas capitalizar dichos resultados para mejorar el capital social.

Tabla 43*Estado de situación financiera proyectado*

	Año 2024	Año 2025	Año 2026
ACTIVO			
ACTIVO CORRIENTE			
Efectivo o equivalente de efectivo	286,196	631,257	1,040,110
Cuentas por cobrar	17,237	18,119	19,045
Activo diferido	6,062	943	-
Total activo corriente	309,495	650,320	1,059,155
ACTIVO NO CORRIENTE			
Activo fijo (neto de depreciación)	11,250	6,750	2,250
Total activo no corriente	11,250	6,750	2,250
TOTAL ACTIVO	320,745	657,071	1,061,405
PASIVO			
PASIVO CORRIENTE			
Tributos y contraprestaciones por pagar	26,671	28,007	29,412
Remuneraciones y participaciones por pagar	49,539	56,644	60,992
Obligaciones financieras a corto plazo	29,910	17,447	-
Total pasivo corriente	106,120	102,099	90,404

PASIVO NO CORRIENTE			
Obligaciones financieras a largo plazo	17,447	-	-
Total pasivo no corriente	17,447	-	-
TOTAL PASIVO	123,567	102,099	90,404
PATRIMONIO			
Capital	300,000	300,000	300,000
Resultado acumulado	-365,442	-102,822	254,972
Resultado del ejercicio	262,620	357,794	416,029
Total Patrimonio	197,178	554,972	971,001
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	320,745	657,071	1,061,405

El Flujo de caja neto proyectado evidencia la solvencia del proyecto por los propios ingresos que se generan a partir del periodo 2024 y la capacidad de atender todas las obligaciones vinculadas a los aspectos operativos y a la inversión que se puede realizar para mantener un servicio de calidad.

Tabla 44

Flujo de caja neto proyectado

Concepto	AÑO 2024	AÑO 2025	AÑO 2026
INGRESOS			
Ingreso por aporte de socios	0	0	0
Ingreso por Préstamo	0	0	0
Venta al contado por suscripciones	1,884,317	1,980,809	2,082,006
TOTAL INGRESOS	1,884,317	1,980,809	2,082,006
EGRESOS			
Pago a proveedores (gasto fijo)	219,481	162,613	191,547
Pago a proveedores (gasto variable)	362,104	305,221	265,775
Pago de IGv	208,524	246,508	256,931
Pago de haberes	526,540	528,000	528,000
Pago de utilidades	0	18,601	25,706
Pago de Essalud	47,520	47,520	47,520
Pago de beneficios sociales	145,781	147,253	147,253
Comisiones bancarias	55,587	58,434	61,419
Pago de préstamo	29,910	29,910	17,447
Pago a cuenta de IR	17,237	91,688	131,555
TOTAL EGRESOS	1,612,684	1,635,748	1,673,154
FNE	271,633	345,061	408,852
Saldo Inicial	14,563	286,196	631,257

Saldo Final	286,196	631,257	1,040,110
--------------------	----------------	----------------	------------------

6.4. Flujo de caja diferencial proyectado

Se elaboró el Flujo caja económico y financiero con la proyección a 3 años en 4 escenarios para su comparación: flujo de caja del escenario real, optimista, pesimista 1 y pesimista 2, este último indica el porcentaje máximo en que se puede disminuir los ingresos y costos operativos frente a una condición exógena en la economía que disminuya la variable PBI en un resultado negativo como lo sucedido en la pandemia COVID-19.

6.4.1. Flujo de caja proyectado del escenario Real

Se ha proyectado el flujo de caja económico y financiero para el escenario real por tres años, que son los ingresos menos los costos y gastos, para el flujo de caja financiero se deduce la cuota del banco diferenciado el capital del interés y el escudo fiscal (impuesto a la renta 29.5%) que estos generan.

Tabla 45

Flujo de caja Económico y Financiero del escenario Real

Descripción	Año 0	Año 2024	Año 2025	Año 2026
INGRESOS				
Ingresos	0	1,884,317	1,980,809	2,082,006
Total ingresos (A)	0	1,884,317	1,980,809	2,082,006
EGRESOS				
Costo del servicio	186,075	402,772	422,450	435,859
Gasto administrativo	135,650	771,273	789,875	796,980
Gasto de ventas	39,000	250,380	212,186	212,186
Total egresos (B)	360,725	1,424,425	1,424,511	1,445,025
(A - B)	-360,725	459,892	556,298	636,981
Imp. Renta	0	90,805	130,630	154,998
Flujo de caja económico	-360,725	369,086	425,668	481,983
Deuda	-70,000			

Amortización	7,746	20,959	24,791	16,504
Intereses bancarios	4,716	8,951	5,119	943
Escudo fiscal	1,391	2,641	1,510	278
Flujo de caja financiero	-301,796	341,817	397,268	464,814

6.4.2. Flujo de caja proyectado del escenario Optimista

Para el flujo de caja del escenario optimista se estima un incremento de 3.5% de los ingresos totales y de los costos variables, este porcentaje corresponde a la proyección que se puede presentar en el PBI, sin embargo, los costos fijos se mantienen constantes, dado que no tiene incidencia por el incremento o decremento de los ingresos.

Se indica que el flujo de caja económico fue superior en comparación con el escenario real.

Tabla 46

Flujo de caja Económico y Financiero del escenario Optimista

Descripción	Año 0	Año 2024	Año 2025	Año 2026
INGRESOS				
Ingresos	0	1,950,268	2,050,138	2,154,877
Total ingresos (A)	0	1,950,268	2,050,138	2,154,877
EGRESOS				
Costo del servicio	186,075	402,772	422,450	435,859
Gasto administrativo	135,650	771,273	789,875	796,980
Gasto de ventas	39,000	259,143	219,613	219,613
Total egresos (B)	360,725	1,433,189	1,431,938	1,452,452
(A - B)	-360,725	517,080	618,200	702,425
Imp. Renta	0	90,805	130,630	154,998
Flujo de caja económico	-360,725	426,274	487,570	547,427
Deuda	-70,000	0	0	0
Amortización	7,746	20,959	24,791	16,504
Intereses bancarios	4,716	8,951	5,119	943
Escudo fiscal	1,391	2,641	1,510	278

Flujo de caja financiero	-301,796	399,005	459,170	530,258
---------------------------------	-----------------	----------------	----------------	----------------

6.4.3. Flujo de caja proyectado del escenario Pesimista 1

Para el flujo de caja del escenario pesimista 1, se aplica una reducción de -3.5% de los ingresos totales y de los costos variables, este porcentaje corresponde a la proyección que se puede presentar en el PBI, sin embargo, los gastos de administración se mantienen igual, ya que no son afectados por el aumento o disminución de los ingresos. En este escenario el flujo de caja económico presentó un menor resultado en comparación con el escenario real pero que garantiza la sostenibilidad operativa.

Tabla 47

Flujo de caja Económico y Financiero del escenario Pesimista 1

Descripción	Año 0	Año 2024	Año 2025	Año 2026
INGRESOS				
Ingresos	0	1,818,366	1,911,481	2,009,136
Total ingresos (A)	0	1,818,366	1,911,481	2,009,136
EGRESOS				
Costo del servicio	186,075	402,772	422,450	435,859
Gasto administrativo	135,650	771,273	789,875	796,980
Gasto de ventas	39,000	241,617	204,760	204,760
Total egresos (B)	360,725	1,415,662	1,417,085	1,437,599
(A - B)	-360,725	402,704	494,396	571,537
Imp. Renta	0	90,805	130,630	154,998
Flujo de caja económico	-360,725	311,898	363,766	416,539
Deuda	-70,000	0	0	0
Amortización	7,746	20,959	24,791	16,504
Intereses bancarios	4,716	8,951	5,119	943
Escudo fiscal	1,391	2,641	1,510	278
Flujo de caja financiero	-301,796	284,629	335,366	399,370

6.4.4. Flujo de caja proyectado del escenario Pesimista 2

En cuanto al flujo de caja del escenario pesimista 2, se determinó la elasticidad y el índice de sensibilidad en relación a los indicadores (VANE-TIRE-B/CE) que se interpreta el efecto Pandemia 2020 presentó una variación del PBI de -11.1% (Según BCRP), nuestro proyecto tiene un porcentaje de elasticidad del 6.79%, lo cual nos permite demostrar que el proyecto puede enfrentar la contracción de la economía y soportar hasta 14.73% en la disminución de los ingresos, dicha disminución tiene efecto en los costos variables.

Este último escenario busca que la diferencia entre el VAN y la inversión sea igual a "0", la TIR sea igual al COK (17.74%), el B/C igual a 1, y el PRI de 3 años.

Tabla 48

Flujo de caja Económico y Financiero del escenario Pesimista 2

Descripción	Año 0	Año 2024	Año 2025	Año 2026
INGRESOS				
Ingresos	0	1,606,749	1,689,028	1,775,318
Total ingresos (A)	0	1,606,749	1,689,028	1,775,318
EGRESOS				
Costo del servicio	186,075	402,772	422,450	435,859
Gasto administrativo	135,650	771,273	789,875	796,980
Gasto de ventas	39,000	213,498	180,930	180,930
Total egresos (B)	360,725	1,387,543	1,393,256	1,413,769
(A - B)	-360,725	219,206	295,772	361,549
Imp. Renta	0	90,805	130,630	154,998
Flujo de caja económico	-360,725	128,400	165,142	206,551
Deuda	-70,000	0	0	0
Amortización	7,746	20,959	24,791	16,504
Intereses bancarios	4,716	8,951	5,119	943
Escudo fiscal	1,391	2,641	1,510	278
Flujo de caja financiero	-301,796	101,131	136,742	189,381

6.5. Análisis de los indicadores de rentabilidad

Para evaluar la rentabilidad del proyecto se han utilizado los siguientes indicadores: VAN (valor actual neto), TIR (tasa interna de retorno), B/C (beneficio costo y PRI (periodo de recuperación de la inversión). Para hacer estos cálculos se utilizará el WACC calculado que es de 16.78%

6.5.1. Análisis de sensibilidad del escenario Real

Tabla 49

Análisis de sensibilidad del escenario Real

	Año 0	Año 2024	Año 2025	Año 2026
Ingresos		1,884,317	1,980,809	2,082,006
Egresos	360,725	1,515,231	1,555,141	1,600,023
Flujo de caja económico	-360,725	369,086	425,668	481,983
VAN	570,063			
TIR	97%			
B/C	1.15			
PRI	1 año, 1 mes y 22 días			

En el cálculo se ha obtenido un VAN de S/ 570,063, al ser mayor a 0 se interpreta que el proyecto es viable.

La TIR es 97%, siendo mayor al WACC (16.78%), por lo que se evidencia que el proyecto es rentable.

La relación de beneficio/costo es 1.15 para este escenario, lo que significa que, por cada sol invertido, se obtiene 0.15 céntimos de beneficio.

El periodo de recuperación de la inversión para el escenario real es de 1 año, 1 mes y 22 días.

6.5.2. Análisis de sensibilidad del escenario Optimista

Tabla 50*Análisis de sensibilidad del escenario Optimista*

	Año 0	Año 2024	Año 2025	Año 2026
Ingresos		1,950,268	2,050,138	2,154,877
Egresos	360,725	1,523,994	1,562,568	1,607,450
Flujo de caja económico	-360,725	426,274	487,570	547,427
VAN	705.512			
TIR	114%			
B/C	1.18			
PRI		11 meses y 26 días		

En el cálculo se ha obtenido un VAN de S/ 360,725, al ser mayor a 0 se interpreta que el proyecto es viable.

La TIR es 114%, siendo mayor al WACC (16.78%), por lo que se evidencia que el proyecto es rentable.

La relación de beneficio/costo es 1.18 para este escenario, lo que significa que, por cada sol invertido, se obtiene 0.18 céntimos de beneficio.

El periodo de recuperación de la inversión para el escenario es de 11 meses y 26 días.

6.5.3. Análisis de sensibilidad del escenario Pesimista 1**Tabla 51***Análisis de sensibilidad del escenario Pesimista 1*

	Año 0	Año 2024	Año 2025	Año 2026
Ingresos		1,818,366	1,911,481	2,009,136
Egresos	360,725	1,506,467	1,547,715	1,592,597
Flujo de caja económico	-360,725	311,898	363,766	416,539
VAN	434,614			
TIR	79%			
B/C	1.11			
PRI		1 año, 4 meses y 6 días		

En el cálculo se ha obtenido un VAN de S/ 436,614, al ser mayor a 0 se interpreta que el proyecto es viable.

La TIR es 79%, siendo mayor al WACC (16.78%), por lo que se evidencia que el proyecto es rentable.

La relación de beneficio/costo es 1.11 para este escenario, lo que significa que, por cada sol invertido, se obtiene 0.11 céntimos de beneficio.

El periodo de recuperación de la inversión para el escenario es de 1 año, 4 meses y 6 días.

6.5.4. Análisis de sensibilidad del escenario Pesimista 2

Tabla 52

Análisis de sensibilidad del escenario Pesimista 2

	Año 0	Año 2024	Año 2025	Año 2026
Ingresos		1,606,749	1,689,028	1,775,318
Egresos	360,725	1,478,349	1,523,885	1,568,767
Flujo de caja económico	-360,725	128,400	165,142	206,551
Elasticidad	6.79			
Sensibilidad	14.73%			
VAN	0			
TIR	16.78%			
B/C	1			
PRI	3 años			

Para el escenario pesimista 2, se calculó la elasticidad (6.79) y sensibilidad del proyecto (14.73%), es decir, hasta cuanto puede soportar nuestro proyecto para que el VAN sea 0.

En el caso de la TIR es 16.78% siendo igual al WACC, lo que demuestra que la tasa de recuperación del proyecto es igual al costo promedio del capital.

6.5.5. Resumen de los análisis de sensibilidad económica

En la siguiente tabla se muestra el resumen de los indicadores por cada escenario, en todos se demuestra que se obtiene un VAN positivo para todos, demostrando que el proyecto es viable, así mismo, se muestra una TIR superior al WACC, por lo cual también se demuestra que el proyecto es rentable.

Tabla 53

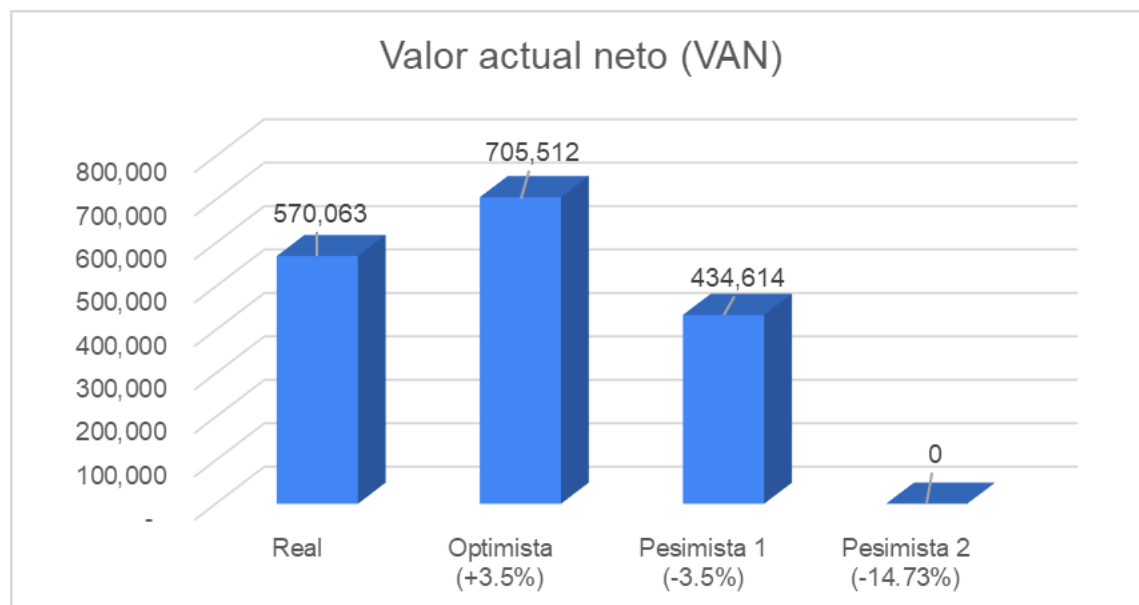
Resumen del análisis de sensibilidad por escenario

Escenario	VAN	TIR	B/C	PRI
Real	570,063	97%	1.15	1 año, 1 mes y 22 días
Optimista (+3.5%)	705,512	114%	1.18	11 meses y 26 días
Pesimista 1 (-3.5%)	434,614	79%	1.11	1 años, 4 meses y 6 días
Pesimista 2 (-14.73%)	0	16.78%	1	3 años

En la siguiente figura se muestra la comparación del VAN por cada escenario.

Figura 14

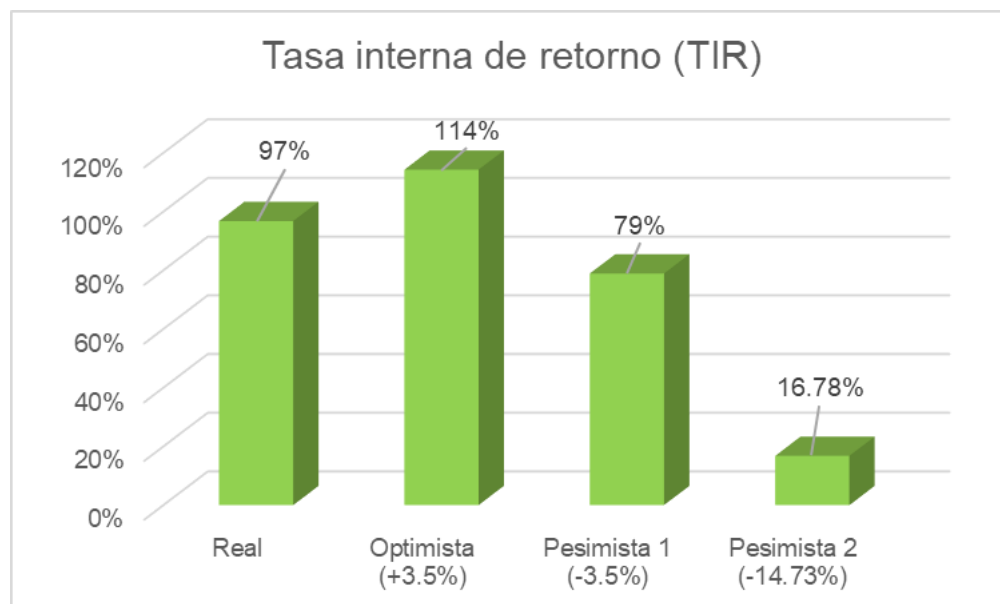
Resumen del análisis de sensibilidad por escenario (VAN)



En la siguiente figura se muestra la comparación del TIR por cada escenario.

Figura 15

Resumen del análisis de sensibilidad por escenario (TIR)



6.6. Rentabilidad para el accionista

6.6.1. Análisis financiero del escenario Real

Tabla 54

Flujo de caja financiero del escenario Real

Descripción	Año 0	Año 2024	Año 2025	Año 2026
FCE	-360,725	369,086	425,668	481,983
Deuda	-70,000			
Amortización	7,746	20,959	24,791	16,504
Intereses bancarios	4,716	8,951	5,119	943
Escudo fiscal	1,391	2,641	1,510	278
Flujo de caja financiero	-301,796	341,817	397,268	464,814

En la tabla anterior se tienen los importes calculados para el flujo de caja financiero proyectado con los cuales se ha obtenido los siguientes indicadores financieros:

Tabla 55*Indicadores financieros del escenario Real*

Indicador	Valor
COK	17.74%
VAN	559,915
TIR	111%
B/C	1.37
PRI	1 año y 14 días

Para este análisis se utilizó el COK calculado de 17.74%, obteniendo un VAN de S/ 559,915 demostrando que es viable, además la TIR obtenida de 111% nos indica que es rentable. El beneficio obtenido por cada sol invertido es de 0.37 céntimos y el periodo de recuperación es de 1 año y 14 días.

6.6.2. Análisis financiero del escenario Optimista**Tabla 56***Flujo de caja financiero del escenario Optimista*

Descripción	Año 0	Año 2024	Año 2025	Año 2026
FCE	-360,725	426,274	487,570	547,427
Deuda	-70,000	0	0	0
Amortización	7,746	20,959	24,791	16,504
Intereses bancarios	4,716	8,951	5,119	943
Escudo fiscal	1,391	2,641	1,510	278
Flujo de caja financiero	-301,796	399,005	459,170	530,258

En la tabla anterior se tienen los importes calculados para el flujo de caja financiero proyectado para el escenario optimista con los cuales se ha obtenido los siguientes indicadores financieros:

Tabla 57*Indicadores financieros del escenario Optimista*

Indicador	Valor
COK	17.74%
VAN	693,242
TIR	131%
B/C	1.41
PRI	10 meses y 20 días

Para este análisis se utilizó el COK calculado de 17.74%, obteniendo un VAN de S/ 693,242 demostrando que es viable, además la TIR obtenida de 131% nos indica que es rentable. El beneficio obtenido por cada sol invertido es de 0.41 céntimos y el periodo de recuperación es de 10 meses y 20 días.

6.6.3. Análisis financiero del escenario Pesimista 1

Tabla 58*Flujo de caja financiero del escenario Pesimista 1*

Descripción	Año 0	Año 2024	Año 2025	Año 2026
FCE	-360,725	311,898	363,766	416,539
Deuda	-70,000	0	0	0
Amortización	7,746	20,959	24,791	16,504
Intereses bancarios	4,716	8,951	5,119	943
Escudo fiscal	1,391	2,641	1,510	278
Flujo de caja financiero	-301,796	284,629	335,366	399,370

En la tabla anterior se tienen los importes calculados para el flujo de caja financiero proyectado para el escenario pesimista 1 con los cuales se ha obtenido los siguientes indicadores financieros:

Tabla 59*Indicadores financieros del escenario Pesimista 1*

Indicador	Valor
COK	17.74%
VAN	426,588
TIR	90%
B/C	1.33
PRI	1 año, 2 meses y 29 días

Para este análisis se utilizó el COK calculado de 17.74%, obteniendo un VAN de S/ 426,588 demostrando que es viable, además la TIR obtenida de 90% nos indica que es rentable. El beneficio obtenido por cada sol invertido es de 0.33 céntimos y el periodo de recuperación es de 1 año, 2 meses y 29 días.

6.6.4. Análisis financiero del escenario Pesimista 2**Tabla 60***Flujo de caja financiero del escenario Pesimista 2*

Descripción	Año 0	Año 2024	Año 2025	Año 2026
FCE	-360,725	128,400	165,142	206,551
Deuda	-70,000	0	0	0
Amortización	7,746	20,959	24,791	16,504
Intereses bancarios	4,716	8,951	5,119	943
Escudo fiscal	1,391	2,641	1,510	278
Flujo de caja financiero	-301,796	101,131	136,742	189,381

En la tabla anterior se tienen los importes calculados para el flujo de caja financiero proyectado para el escenario pesimista 2 con los cuales se ha obtenido los siguientes indicadores financieros:

Tabla 61*Indicadores financieros del escenario Pesimista 2*

Indicador	Valor
COK	17.74%
VAN	0
TIR	17.74%
B/C	1
PRI	3 años

Para este análisis se utilizó el COK calculado de 17.74% y se calculó la elasticidad y sensibilidad (14.70%) con el flujo de caja financiero. Se obtuvo el VAN = 0 y la TIR = 17.74% (siendo la misma del COK).

6.6.5. Resumen del análisis financiero

En la siguiente tabla se muestra el resumen de los indicadores por cada escenario, en todos se demuestra que se obtiene un VAN positivo para todos, demostrando que el proyecto es viable, así mismo, se muestra una TIR superior al COK, por lo cual también se demuestra que el proyecto es rentable.

Tabla 62*Resumen de los indicadores financieros por escenario*

Escenario	VAN	TIR	B/C	PRI
Real	559,915	111%	1.37	1 año y 14 días
Optimista (+3.5%)	693,242	131%	1.41	10 meses y 20 días
Pesimista 1 (-3.5%)	426,588	90%	1.33	1 año, 2 meses y 29 días
Pesimista 2 (-14.70%)	0	17.74%	1	3 años

CONCLUSIONES

Profesionales Perú es una plataforma que permitirá brindar oportunidades para aumentar los ingresos de profesionales y a la vez pondrá a disposición del público en general un directorio de profesionales independientes que podrían brindar sus servicios ante alguna necesidad específica.

Los beneficios diferenciales que presenta nuestra plataforma frente a los competidores, nos permitirá posicionarnos en el mercado y alcanzar las proyecciones de ingresos.

Los resultados de la proyección financiera nos demuestran que el proyecto es viable y rentable, además, genera una rentabilidad mayor para los inversionistas que otras opciones en el mercado.

Profesionales Perú va a contribuir al desarrollo del país al capacitar a los suscriptores en los beneficios que significa la declaración de ingresos oportunos y a los usuarios en la estrategia de solicitar comprobantes de pago que pueden generar al cierre de cada año.

En la coyuntura que se experimentó por la pandemia del COVID 19 los profesionales tienen una mejor predisposición y diversifican sus fuentes de ingresos y Profesionales Perú acredita la mejor opción para conocer qué es lo que necesita el mercado laboral.

REFERENCIAS

- Arellano, R (2022). *Los Estilos de Vida*. Arellano. <https://www.arellano.pe/estilos-de-vida/>
- D'Alessio, F. (2008). *El proceso estratégico: Un enfoque de gerencia*. Pearson.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2020). *Informe técnico: Producto Bruto Interno Trimestral, Cuentas Nacionales Año Base 2007* (Nro. 4). Gobierno del Perú. <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe-tecnico-pbi-iii-trim-2020.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2021a). *Informe técnico: Producto Bruto Interno Trimestral, Cuentas Nacionales Año Base 2007* (Nro. 3). Gobierno del Perú. <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/03-informe-tecnico-pbi-ii-trim-2021.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2021b). *Informe técnico: Producto Bruto Interno Trimestral, Cuentas Nacionales Año Base 2007* (Nro. 1). Gobierno del Perú. <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/01-informe-tecnico-pbi-iv-trim-2020.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2022a). *Informe técnico: Estadísticas de las Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares* (Nro. 2). Gobierno del Perú. <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/02-informe-tecnico-tic-i-trimestre-2022.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2022b). *Informe técnico: Situación del Mercado Laboral en Lima Metropolitana* (Nro. 11). Gobierno del Perú. <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/11-informe-tecnico-mercado-laboral-ago-set-oct-2022.pdf>

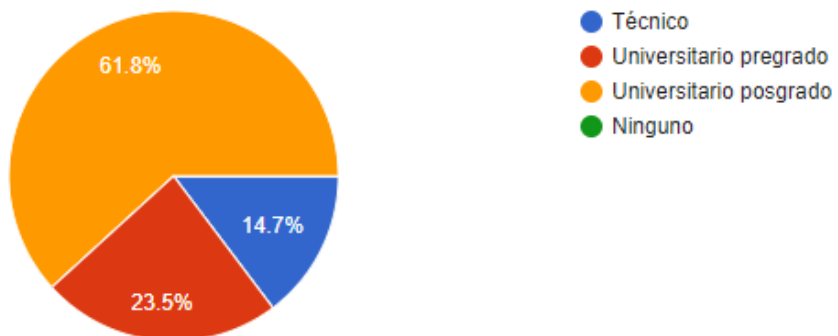
Salazar, C. (2021, 17 de noviembre). El PIB colombiano está 2,6% por encima del nivel que se registraba prepandemia. *La República*.
<https://www.larepublica.co/economia/el-pib-colombiano-esta-2-6-por-encima-del-nivel-que-se-registraba-antes-de-la-pandemia-3262371>

Morales, D. (2022, 15 de febrero). El Dane reveló que el PIB de Colombia llegó a 10,6%, por encima de las expectativas. *La República*.
<https://www.larepublica.co/economia/el-dane-revelo-que-el-pib-de-colombia-llego-a-10-6-por-encima-de-las-expectativas-3303401>

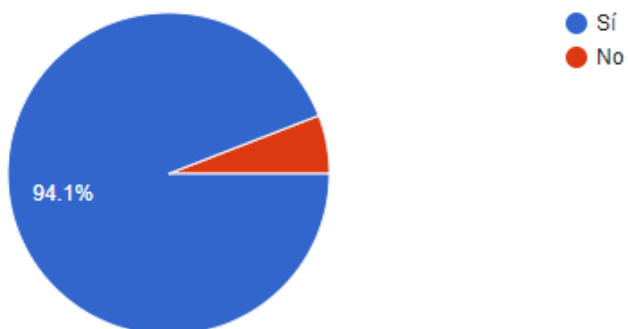
ANEXOS

Anexo 1. Resultados de encuesta

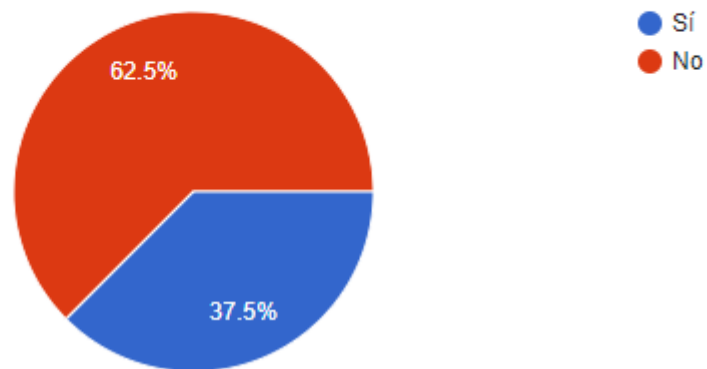
¿Cuál es tu mayor nivel académico?



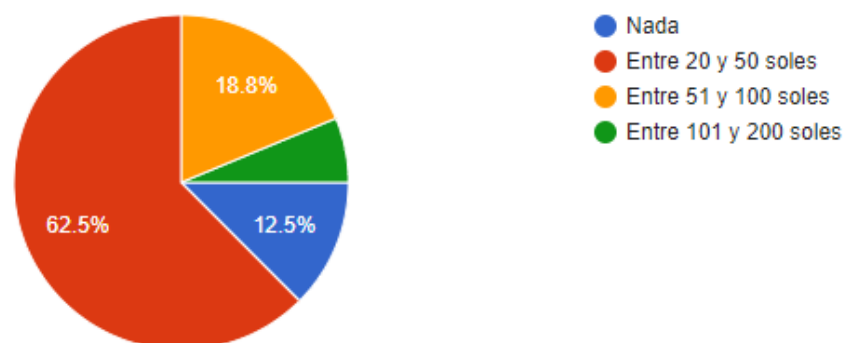
¿Brindas o estarías dispuesto a brindar tus servicios profesionales o técnicos de manera independiente?



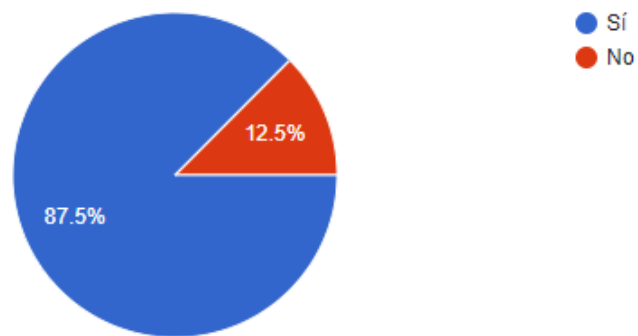
¿Utilizas alguna plataforma para publicitar tus servicios?



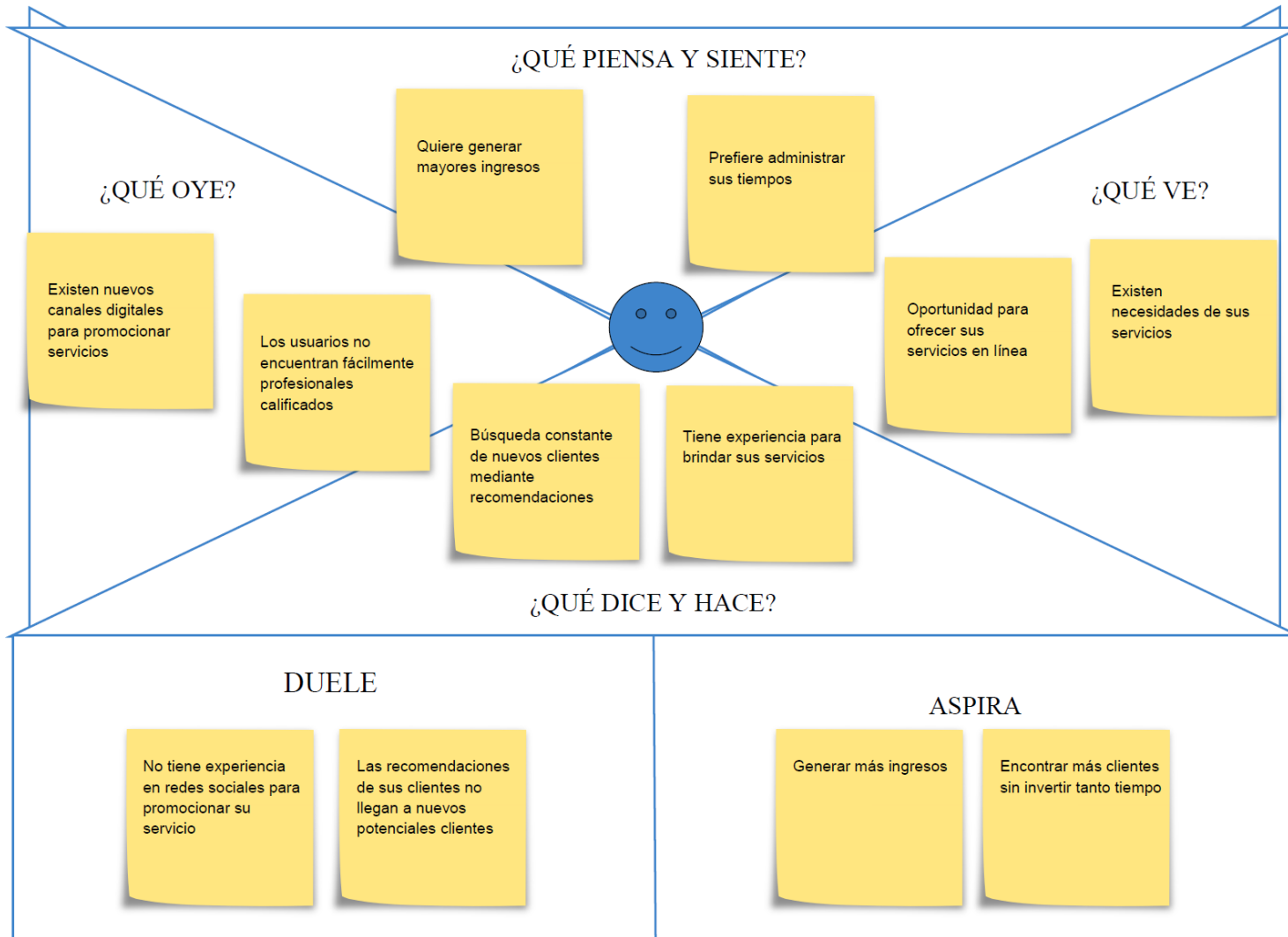
¿Cuánto estarías dispuesto a pagar mensualmente por publicitar tus servicios?



¿Contratarías una suscripción en esta plataforma para ampliar tu publicidad profesional?



Anexo 2. Mapa de empatía - Profesionales



Anexo 3. Mapa de empatía - Usuarios

