

INDICE

| | |
|--|----|
| CAPÍTULO I RESUMEN EJECUTIVO | 6 |
| CAPÍTULO II DEFINICIÓN DEL PROYECTO..... | 9 |
| 2.1. NOMBRE DE LA EMPRESA..... | 9 |
| 2.2. NATURALEZA ECONÓMICA | 9 |
| 2.3. HORIZONTE DE EVALUACIÓN | 9 |
| 2.4. UNIDAD EJECUTORA | 9 |
| 2.4.1. Del Negocio y del Proyecto | 9 |
| 2.5. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO Y DEL PRODUCTO..... | 9 |
| 2.6. OPORTUNIDAD DEL NEGOCIO | 10 |
| 2.7. ESTRATEGIA DEL PROYECTO | 11 |
| 2.8. OBJETIVOS DEL PROYECTO | 11 |
| 2.8.1 Institucional | 11 |
| 2.8.2 De Marketing | 11 |
| 2.8.3 Operacionales | 12 |
| 2.8.4 Financieros..... | 12 |
| 2.9. OBJETIVOS GENERALES DEL ESTUDIO | 12 |
| CAPÍTULO III ANÁLISIS DEL ENTORNO Y EL SECTOR ECONÓMICO | 13 |
| 3.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO PERÚ | 13 |
| 3.1.1 Análisis macroeconómico | 13 |
| 3.1.1.1 PBI global y sus variaciones por sector económico..... | 13 |
| 3.1.1.2 Tasa de inflación | 15 |
| 3.1.1.3 Tasa de interés..... | 17 |
| 3.1.1.5 Riesgo país | 19 |
| 3.1.2. Demografía..... | 22 |
| 3.1.2.1 Población total y tasa media de crecimiento..... | 22 |
| 3.1.2.2 Población económicamente activa: tasa de desempleo..... | 23 |
| 3.1.2.3 Población Juvenil en Lima..... | 23 |
| 3.2. DESCRIPCIÓN DEL SECTOR | 24 |
| 3.2.1. Tamaño de la Industria: productos o servicios elaborados..... | 24 |
| 3.2.1.1 Estructura y tamaño de mercado..... | 24 |
| 3.2.1.2 Competidores actuales: nivel de competitividad | 27 |
| 3.2.1.3 Competidores potenciales | 27 |
| 3.2.1.4 El Producto y la Amenaza de Productos Sustitutos | 27 |
| 3.2.1.5 Fuerza Negociadora de los Clientes..... | 28 |
| 3.2.1.6 Fuerza Negociadora de los Proveedores..... | 29 |

| | |
|--|----|
| 3.2.2. Tendencias de mercado | 29 |
| CAPÍTULO IV ESTUDIO DE MERCADO | 31 |
| 4.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO | 31 |
| 4.1.1 Definición del bien o servicio: diseño del producto..... | 31 |
| 4.1.2 Principales características y/o especificaciones técnicas del producto. | 32 |
| 4.1.3 Productos sustitutos y complementarios..... | 33 |
| 4.1.4 Beneficios que aporta | 34 |
| 4.1.5 Ciclo de vida del producto | 34 |
| 4.1.6 Factores que pueden alterarlo | 35 |
| 4.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA | 36 |
| 4.2.1 Área geográfica del estudio de mercado | 36 |
| 4.2.2 Demanda histórica según fuentes secundarias en los últimos diez años..... | 37 |
| 4.2.3 Variables que afectan la demanda | 38 |
| 4.2.4 Investigación del mercado | 38 |
| 4.2.4.1 Investigación cualitativa: Focus Group y entrevistas en profundidad | 38 |
| 4.2.4.3 Análisis de los resultados de las encuestas: estimación del mercado potencial..... | 46 |
| 4.2.5 Demanda Presente..... | 49 |
| 4.2.5.1 Criterios de segmentación; geográficos, conductuales, psicográficos y demográficos | 49 |
| 4.2.5.2 Mercado potencial | 50 |
| 4.2.5.3 Mercado Disponible..... | 51 |
| 4.2.5.4 Mercado Efectivo..... | 51 |
| 4.2.5.5 Mercado Objetivo | 51 |
| 4.2.5.6 Demanda futura proyectada: premisas y escenarios del pronóstico de ventas del producto..... | 51 |
| 4.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA..... | 53 |
| 4.3.1 Descripción del Mercado de la Oferta..... | 53 |
| 4.3.2 Variables que afectan la Oferta. | 53 |
| 4.3.3 Oferta Histórica y Presente..... | 54 |
| 4.3.3.1 Identificación de la competencia..... | 54 |
| 4.3.3.2 Objetivos de la competencia..... | 54 |
| 4.3.3.3 Análisis FODA de los principales competidores..... | 56 |
| 4.3.4 Oferta Futura | 58 |
| 4.4 ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN | 59 |
| 4.4.1 Producto | 59 |
| 4.4.2 Precio | 59 |

| | |
|---|----|
| 4.4.3 Promoción: de ventas y publicidad | 59 |
| 4.4.4 Plaza | 60 |
| 4.5 ANÁLISIS DEL MERCADO PRODUCTOR..... | 61 |
| 4.5.1 Criterios de selección | 61 |
| 4.5.2 Capacidad y abastecimiento de Software y Hardware..... | 61 |
| 4.5.3 Identificación y condiciones de ventas de los proveedores..... | 62 |
| 4.5.4 Selección de los proveedores y criterios utilizados | 62 |
| CAPÍTULO V ESTUDIO TÉCNICO..... | 63 |
| 5.1 TAMAÑO DEL PROYECTO..... | 63 |
| 5.1.1 Tamaño Normal..... | 63 |
| 5.1.2 Tamaño Máximo..... | 63 |
| 5.1.3 Porcentaje de utilización..... | 63 |
| 5.2 PROCESO Y TECNOLOGÍA..... | 64 |
| 5.2.1 Procesos | 64 |
| 5.2.1.1 Descripción del Proceso..... | 64 |
| 5.2.1.2 Diagrama de Flujo de Comercialización | 64 |
| 5.2.1.3 Programa de inventarios | 65 |
| 5.2.1.3 Programa de inventarios | 66 |
| 5.2.1.4 Relación de insumos a utilizar, por producto | 66 |
| 5.2.1.5 Requerimiento de mano de obra | 67 |
| 5.2.2. Equipamiento y tecnología para el proceso | 67 |
| 5.2.2.1 Equipos | 67 |
| 5.2.2.2 Herramientas..... | 68 |
| 5.2.2.3. Mobiliario..... | 69 |
| 5.2.2.4. Tecnología | 69 |
| 5.2.3. Terrenos e Inmuebles..... | 70 |
| 5.2.3.1 Descripción del Centro de operaciones | 70 |
| 5.2.3.2 Plano sin Proyecto | 70 |
| 5.2.3.3 Plano con Proyecto: distribución de los equipos y máquinas..... | 71 |
| 5.2.4. Localización..... | 72 |
| 5.2.4.1 Macro Localización..... | 72 |
| 5.2.4.2 Micro Localización..... | 72 |
| 5.3. DIAGRAMA DE GANTT DEL PROYECTO..... | 73 |
| CAPÍTULO VI ESTUDIO LEGAL | 75 |
| 6.1. FORMA SOCIETARIA..... | 75 |
| 6.2. LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO Y ANUNCIOS PUBLICITARIOS | 75 |
| 6.2.1 Licencia de funcionamiento | 75 |

| | |
|--|-----|
| 6.2.2 Registro de Marca | 76 |
| 6.3. LEGISLACIÓN LABORAL | 76 |
| 6.4. LEGISLACIÓN TRIBUTARIA | 79 |
| 6.5 OTROS ASPECTOS LEGALES | 80 |
| CAPÍTULO VII ESTUDIO ORGANIZACIONAL | 83 |
| 7.1. PUESTOS DE TRABAJO | 83 |
| 7.2. TAREAS, FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES | 83 |
| 7.3. ORGANIGRAMA FUNCIONAL | 84 |
| 7.4. ASPECTOS LABORALES | 85 |
| 7.4.1 Forma de Contratación | 85 |
| 7.4.2 Régimen Laboral | 85 |
| 7.4.3 Remuneración | 86 |
| 7.4.4 Horario de Trabajo..... | 88 |
| 7.4.5 Beneficios Sociales | 88 |
| 7.5. MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA | 89 |
| CAPÍTULO VIII ESTUDIO DE INVERSIONES, FINANCIAMIENTO, INGRESO Y COSTOS | 90 |
| 8.1. INVERSIONES | 90 |
| 8.1.1 Inversión en Activo Fijo..... | 90 |
| 8.1.2.1 Gastos de Constitución | 93 |
| 8.1.3 Inversión en capital de trabajo..... | 95 |
| 8.1.4 Total inversiones: | 96 |
| 8.1.5 Cronograma de desembolsos de las inversiones..... | 97 |
| 8.2. FINANCIAMIENTO | 98 |
| 8.2.1 Estructura de Capital | 98 |
| 8.2.2 Datos Generales de las Fuentes de Financiamiento..... | 98 |
| 8.2.3 Criterios de selección de las fuentes de financiamiento..... | 99 |
| 8.2.4 Financiamiento del activo fijo, del capital de trabajo e intangibles | 100 |
| 8.2.5 Cuadro de Amortización de la Deuda | 101 |
| 8.3. INGRESOS | 102 |
| 8.3.1 Ingresos por ventas: | 102 |
| 8.3.2 Recuperación de Capital de Trabajo..... | 102 |
| 8.3.3. Valor de Desecho Neto del activo fijo | 102 |
| 8.4. COSTOS Y GASTOS..... | 104 |
| 8.4.1 Egresos Desembolsables | 104 |
| 8.4.1.1. Costos de Insumos Directos..... | 104 |
| 8.4.1.2. Costos de Mano de Obra Directa | 104 |

| | |
|--|-----|
| 8.4.1.3. Costos Indirectos de Fabricación..... | 105 |
| 8.4.1.4. Gastos de Administración..... | 105 |
| 8.4.1.5. Gastos de Ventas..... | 106 |
| 8.4.2 Egresos No Desembolsables..... | 106 |
| 8.4.2.1. Depreciación..... | 106 |
| 8.4.2.2. Amortización de Intangibles..... | 107 |
| 8.4.3 Costo Unitario por Producto o Servicio..... | 108 |
| 8.5. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS..... | 108 |
| 8.5.1 Premisas del Estado de Ganancias y Pérdidas y del Flujo de Caja..... | 108 |
| 8.5.2 Estados de Ganancias y Pérdidas Proyectado..... | 108 |
| 8.5.3 Flujo de Caja Proyectado..... | 111 |
| 8.5.3.1. Flujo Operativo..... | 111 |
| 8.5.3.2. Flujo de Capitales..... | 111 |
| 8.5.3.3. Flujo de Caja Económico..... | 112 |
| 8.5.3.4. Servicio de la Deuda: amortización del principal y de los intereses.... | 112 |
| 8.5.3.5. Flujo de Caja Financiero..... | 113 |
| CAPÍTULO IX EVALUACIÓN ECONÓMICO FINANCIERA..... | 115 |
| 9.1CALCULO DE LA TASA DE DESCUENTO..... | 115 |
| 9.1.1 Costo de Oportunidad (Ke)..... | 115 |
| 9.1.2 Costo Promedio Ponderado de Capital (CPPC ó WACC)..... | 116 |
| 9.1.3 Costo de la deuda..... | 116 |
| 9.2 EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA..... | 117 |
| 9.2.1 Indicadores de Rentabilidad..... | 117 |
| 9.2.1.1 VANE y VANF..... | 117 |
| 9.2.1.2 TIRE y TIRF..... | 118 |
| 9.2.1.3 Periodo de Recuperación..... | 119 |
| 9.2.1.4 Análisis Beneficio- Costo (B/C)..... | 119 |
| 9.2.2 Análisis del Punto de equilibrio..... | 121 |
| 9.2.3 Análisis de la cobertura de la deuda..... | 121 |
| 9.3 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD..... | 122 |
| 9.3.1 Variables de Entrada..... | 122 |
| 9.3.2 Variables de Salida..... | 122 |
| 9.3.3 Análisis Unidimensional..... | 123 |
| 9.3.4 Análisis Bidimensional..... | 125 |
| 9.3.5 Variables críticas del proyecto: posibilidades de administrar el riesgo..... | 127 |
| CAPÍTULO X CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | 115 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 130 |

Capítulo I Resumen Ejecutivo

El presente estudio consiste en la evaluación de la factibilidad económica y financiera de un “Salón de Juegos en Red”, este se ubicará en la Av. Universitaria, cuadra 18; en el distrito de Pueblo Libre.

El mercado de usuarios, está compuesto por jóvenes de 13 a 22 años de edad, que residan en dicho distrito y colindantes, como Breña y Jesús María y que pertenezcan a los niveles socioeconómicos B y C.

La demanda proyectada para el primer año, será de 64,080 horas anuales, la misma que equivale al 5% de participación de mercado.

Los principales competidores identificados son los siguientes salones de juego: Web4All, FastNet y NetCom. Se consideran, competencia directa, ya que operan dentro de la misma área geográfica, en la que la empresa planea desarrollar sus operaciones.

El local tendrá un área aproximada de 95 m², el cual tendrá capacidad para 20 equipos, y brindará el servicio durante 12 horas diarias.

La inversión necesaria para poder llevar a cabo el proyecto, es de \$ 21,853, que corresponde a:

- Activo Fijo
- Capital de Trabajo
- Inversión en Intangibles

El préstamo para financiar el proyecto será de \$ 11,000, a través del Banco Interbank, a una tasa de 17% anual, y se contará con un aporte de capital equivalente al 50% del total de la inversión requerida para la realización del proyecto.

El Costo Promedio Ponderado del Capital (CPPC), es de 17.57%, mientras el Costo de Oportunidad del Capital (COK), hallado bajo el modelo CAPM

resultó de 23.235%. También el costo de la deuda ajustada por escudo fiscal asciende a 11.9%.

Los principales indicadores financieros utilizados, fueron el Valor Actual Neto (VAN), tanto económico como financiero; así como sus correspondientes Tasas Internas de Retorno (TIR), obteniéndose los siguientes resultados:

- VAN Económico, el cual asciende a: \$ 9,276
- VAN Financiero, cuyo valor se proyecta en: \$ 7,147
- TIR Económica: 34%
- TIR Financiera: 47%

Ambos Valores Actuales, muestran valores positivos. Mientras que la tasa de retorno económica y financiera son mayores al CPPC y al COK, respectivamente.

También se utilizaron otros indicadores, como:

- Período de Recuperación de la inversión, el cual es de 3 años y 7 meses aproximadamente; que se encuentra dentro del período de duración del proyecto.
- Análisis Beneficio-Costo, el ratio proyectado fue de 1.1, lo cual muestra que es favorable; ya que pueden cubrirse el 110% de los costos.
- Al analizar el Punto de Equilibrio, este mostró, una tendencia favorable, ya que de un nivel inicial de 65% de la demanda anual proyectada, se reduce a 48% para el quinto año.
- El Ratio de Cobertura de la deuda, muestra que la empresa tiene una capacidad de pago de aproximadamente el doble de la deuda tomada.

Se identificó que nuestra principal variable crítica, es el precio del servicio; ya que los principales indicadores financieros (VAN y TIR) muestran una alta sensibilidad ante cambios en este. Las otras dos variables identificadas, el costo de alquiler del local y el costo de la energía eléctrica, no causaron grandes cambios en los indicadores; debido a la baja variación que causaron sobre estos.

UnrealNet

El proyecto, está compuesto en un 86% de costos fijos, por lo cual los valores actuales obtenidos no son elevados. Por esto, se puede concluir, que si bien el proyecto es comercial, técnico, legal y económicamente viables, se recomienda no implementar el proyecto, si se cuenta con un salón.

Capítulo II Definición del Proyecto

2.1. Nombre de la Empresa

Counter SAC.

2.2. Naturaleza económica

Rubro de servicios y entretenimiento a través del uso de medios electrónicos.

2.3. Horizonte de Evaluación

El horizonte de evaluación será de 5 años.

2.4. Unidad Ejecutora

2.4.1. Del Negocio y del Proyecto

- Castro Martinez, Yessela Mercedes. Facultad Economía
- Laura Izarra, Roger Yordan. Facultad Economía
- Mendieta Trefogli, Gonzalo Augusto. Facultad Economía

2.5. Definición del Negocio y del producto.

El negocio a evaluar es un salón de juegos en red, a través del cual se busca brindar diversión, a través de juegos electrónicos, utilizando una red local¹, la cual se puede definir como un conjunto de computadoras interconectadas que permite a los usuarios interactuar entre ellos. Así mismo a través del uso del Internet, los usuarios tienen la posibilidad de jugar con otros usuarios alrededor del mundo.

A diferencia de los juegos electrónicos tradicionales (Play Station, etc.), estos permiten la interacción de los usuarios con otros a la vez, los cuales pueden estar ubicados dentro del mismo salón o en ubicaciones distantes (alrededor del mundo). Estos juegos se caracterizan por ser de tipo estratégico, bélico, de competencia, y de habilidad. Actualmente los juegos más difundidos son: Counter Strike, Warcraft, Gun-bound y Mu.

¹ Local Area Network (LAN)

El negocio estará ubicado en la cuadra 18 de la Av. Universitaria (frente a la Universidad Católica) – Pueblo Libre; se eligió esta ubicación, debido a que no se halló oferta alguna en éste lugar y se observó una gran presencia de jóvenes, debido a los centros de estudios y comerciales que se encuentran en los alrededores.

El servicio estará dirigido a los siguientes usuarios:

- Regular (Light): son aquellos que utilizan el servicio un promedio de tres días a la semana durante no más de dos horas.
- Intensivo (Hard): aquello que utilizan el servicio un promedio de 5 días a la semana por más de tres horas.
- Gamers jugadores especializados, conocedores, capaces de diferenciar juegos, hardware y software) y utilizan el servicio por más de cinco horas.

El rango de edades de los tres tipos de usuarios estará comprendido entre 13 y 22 años. Pertenecientes a los niveles Socio Económico B y C.

2.6. Oportunidad del Negocio

La oportunidad del negocio se da, debido a que no existe oferta alguna de éste servicio, en dicha zona del distrito de Pueblo Libre. Además, la alta presencia de jóvenes, los cuales se encuentran en los centros de estudios y centros comerciales que se encuentran en los alrededores. La competencia más cercana en brindar el servicio se encuentra ubicada en el Centro Comercial Plaza San Miguel, donde existen tres salones de juegos en red, los juegos que se ofrecen poseen las mismas características, que se ofrecerán.

Con respecto al segmento de Gamers, el nivel de competencia que se da para atraer a dicho grupo de usuarios a los salones, es mayor. Puesto que, debido al conocimiento del servicio, tienen un mayor grado de exigencia respecto a las especificaciones de hardware, software y velocidad de conexión. Dadas las exigencias de estos usuarios, recorren

los diferentes salones de juego que existen, hasta encontrar el que más se adecua a sus exigencias.

Pero solo nos enfocaremos en los usuarios Regular y Hard como el segmento objetivo al buscaremos atender con mayor interés y énfasis. Resaltando que no se dejara de lado la atención a los Gamers.

2.7. Estrategia del Proyecto

La estrategia de diferenciación requiere el diseño de un conjunto significativo de diferencias que permita distinguir los productos/servicios de la empresa de los de la competencia. La estrategia del proyecto es crear diferenciación basado en tecnología, y servicios adicionales que se puedan brindar, los cuales se determinarán a través de la investigación de mercado.

2.8. Objetivos del Proyecto (Institucionales, de Marketing, Operacionales, Financieros)

2.8.1 Institucional

Visión:

Llegar a ser el salón más destacado en Lima, debido a su innovación tecnológica constante y buen servicio dentro.

Misión:

Llegar a ser el salón de juegos en red más conocido dentro del distrito y en los alrededores.

2.8.2 De Marketing

- Lograr un sólido posicionamiento en la mente de los usuarios, creando fidelidad en ellos. Para esto se realizarán promociones y torneos.

2.8.3 Operacionales

Proceso:

- Se contratará con una persona capacitada en dicha tecnología, de tal forma, que estará preparado para brindar la asistencia necesaria a los usuarios; y de la conservación de los equipos.
- Esta persona estará encargada del pequeño Snack que habrá dentro del local.
- Así mismo, se encargará de la limpieza y del orden del local.
- Identificación de nuevas tendencias en cuanto a juegos (de acuerdo a la exigencia de los usuarios).
- Política de renovación de tecnológica de acuerdo a los requerimientos del mercado.
- Auspicio de un equipo de jugadores que representen al salón, y que por sus habilidades específicas en el juego permitan que este sea conocido en Lima.

Tamaño:

- La capacidad será para 20 módulos de juegos.

2.8.4 Financieros

- Se planea financiar el inicio del proyecto con 50% de capital propio y 50% deuda. Se buscará recuperar la inversión y el pago de la deuda en un período aproximado de 36 meses.

2.9. Objetivos Generales del Estudio

Evaluar la viabilidad y la rentabilidad del negocio, el tiempo de recuperación y de reinversión. Así como identificar los factores que impactan en forma trascendente (obsolescencia tecnológica, nuevas tendencias.).

Capítulo III Análisis del entorno y el Sector Económico

3.1 Análisis del entorno Perú

3.1.1 Análisis macroeconómico

3.1.1.1 PBI global y sus variaciones por sector económico

CUADRO 1

| Año | PBI real (variación Porcentual) |
|------|---------------------------------------|
| 1998 | -0.6 |
| 1999 | 0.9 |
| 2000 | 2.8 |
| 2001 | 0.3 |
| 2002 | 4.9 |
| 2003 | 4.1 |

Fuente: BCRP

Las cifras expuestas por el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) en cuanto al Producto Bruto Interno (PBI), muestran una detracción en producción durante los años de 1997 y 1998, debido específicamente a crisis externas como la crisis Asiática, Rusa y Brasileña, lo que generó una corrida de la inversión y la búsqueda de los inversionistas por economías más sólidas como la europea y norteamericana. Además, el Fenómeno del niño que afectó al país en 1998, provocando graves pérdidas en la economía.

Luego de eso se observó una leve recuperación, a causa del fuerte incremento del gasto Fiscal, realizado con miras a la campaña electoral del año 2000. En el año 2001 el PBI cae nuevamente, aunque en menor magnitud que en el año 1998, dada la gran inestabilidad política que se vivía en el país. Ésto conllevó a la falta de confianza por parte de los inversionistas, traducida en ausencia de inversión. En el 2002, la

economía muestra un proceso de crecimiento, principalmente por la mayor extracción minera (Antamina y Yanacocha) y el mega proyecto energético (Camisea). Adicionalmente el alza de los precios internacionales de los metales ha elevado el nivel monetario de nuestras exportaciones. Durante el año 2003, el producto siguió la tendencia creciente, aunque se observó un ligero rezago con respecto al año anterior, impulsado por el sector minero, servicios y comercio más que por la actividad agropecuaria y pesquera que se desarrollan en nuestro país.

CUADRO 2

| Mes/Año | PBI Real (Variación Porcentual Mensual) |
|----------------|--|
| Ene-04 | 3.6 |
| Feb-04 | 5.2 |
| Mar-04 | 5.9 |
| Abr-04 | 3.7 |
| May-04 | 4.0 |
| Jun-04 | 3.0 |
| Jul-04 | 3.5 |
| Ago-04 | 3.7 |

Fuente: BCRP

Durante el primer semestre del año 2004, se observa un importante crecimiento del producto en términos relativos con los últimos cinco años anteriores, el cual se mantiene en los dos meses posteriores. Esto se debe al crecimiento de sectores como el minero (producto de la subida de los precios internacionales de los metales), sector pesquero, el sector manufacturero y el sector construcción (mayor inversión por parte del estado por el programa “Mi Vivienda”), los cuales incrementan el nivel global del PBI.

3.1.1.2 Tasa de inflación

CUADRO 3

| Año | Inflación (En términos Porcentuales) |
|------|--|
| 1998 | 7.25 |
| 1999 | 3.47 |
| 2000 | 3.76 |
| 2001 | 1.89 |
| 2002 | 0.19 |
| 2003 | 2.48 |

Fuente: BCRP

Durante el año 1998 se observó la tasa de Inflación más alta de los últimos seis años, llegando a una tasa acumulada de 7,25%. Esto acompañado a la recesión vivida durante los años de 1997 y 1998, lo que conllevó a un período de estanflación severa. Durante el año 1999, la inflación se redujo en 3,78% llegando hasta una Inflación acumulada durante el año de 3,47%. Tasa muy por debajo a la registrada en años anteriores. Dicha tasa puede ser explicada por la contracción registrada en la producción y una reducción en la demanda interna que trajo como consecuencia un menor número de transacciones económicas. En el año 2000, la tasa de inflación acumulada ascendió a 3,76%, tasa similar a la del año previo, siendo ambas las más bajas en los últimos 40 años. Con este resultado se consiguió además el objetivo del Programa Monetario Anual de lograr que la inflación se ubique en el rango de 3,5% a 4,0%. La medida de tendencia general de los precios al consumidor, denominada *tasa de inflación subyacente*², bajó de 4,6% en 1999 a 3,2% en el 2000. En el año 2001, la tasa de inflación, fue de 1.89%. Esta disminución se

² "corresponde al IPC excluyendo los alimentos que presentan la mayor variabilidad en la variación mensual de sus precios en el período 1995-2001, combustibles, servicios públicos y de transporte. Medida de tendencia inflacionaria que reduce la volatilidad del indicador de aumento de precios sin sub o sobre estimarlo en períodos largos." Nota semanal del BCRP.

explica fundamentalmente por la reducción del precio de venta de los combustibles en 13,1%, servicios públicos en 2,7% y alimentos con precios afectados por variaciones en su oferta en 1,2%. Excluyendo los rubros cuyos precios están influenciados por cambios en cotizaciones internacionales, como es el caso de los combustibles, o por fluctuaciones en la oferta del producto, como sucede con algunos productos agrícolas, se obtiene una medida de la tendencia general de los precios de la economía. Este indicador, denominado inflación subyacente bajó de 3,1% en el 2000 a 1,1% en el 2001, revelando una clara tendencia a la baja.

Siguiendo el BCRP con la política de mantener los precios estables el año 2002 no presento mayores movimientos de la inflación, la cifra alcanzada fue inferior a la meta propuesta por el ente emisor, llegando a 0,19% en términos acumulados. En el año 2003 la inflación alcanzó un nivel de 2.48%, explicado en gran parte por las continuas alzas en los precios de los hidrocarburos y alzas en precios de los alimentos debido a convulsiones sociales, que no permitieron un flujo regular de sus lugares de origen.

CUADRO 4

| Mes/Año | Inflación |
|---------|-----------|
| Ene-04 | 0.54 |
| Feb-04 | 1.09 |
| Mar-04 | 0.46 |
| Abr-04 | -0.02 |
| May-04 | 0.35 |
| Jun-04 | 0.56 |
| Jul-04 | 0.19 |
| Ago-04 | -0.01 |

Fuente: BCRP

Para el primer semestre del año 2004, la inflación ha mostrado un alza, la cual en términos anualizados sobrepasó la meta inflacionaria impuesta por el BCR. Sin embargo, la baja tasa mostrada en el mes siguiente (Julio), aunada a la deflación del mes siguiente (Agosto), y en caso de seguir la tendencia, podrían volver la inflación a los niveles previstos por el BCR.

3.1.1.3 Tasa de interés

Se puede percibir una clara tendencia decreciente de la tasa de interés, debido a un proceso de estabilización política y apreciación de la moneda local, así como a la cristalización de grandes proyectos de inversión en nuestro país como son los proyectos mineros y energéticos.

CUADRO 5

| Año | Tasa Ativa en US\$ (TAMEX) |
|------------|---|
| 1998 | 15.98 |
| 1999 | 16.48 |
| 2000 | 13.68 |
| 2001 | 12.17 |
| 2002 | 10.04 |
| 2003 | 8.07 |

Fuente: BCRP

Para el período Enero-Agosto del 2004, en general, la TAMEX, continua decreciendo, producto del fortalecimiento de la moneda local y de la reducción de la proporción de dólares depositados en el sistema bancario.

CUADRO 6

| Mes/Año | Tasa Ativa en US\$ (TAMEX) |
|---------|----------------------------------|
| Ene-04 | 9.40 |
| Feb-04 | 9.20 |
| Mar-04 | 9.30 |
| Abr-04 | 9.10 |
| May-04 | 8.90 |
| Jun-04 | 8.60 |
| Jul-04 | 8.60 |
| Ago-04 | 8.80 |

Fuente: BCRP

3.1.1.4 Tipo de cambio

CUADRO 7

| Año | TC Bancario Nuevo Sol / Dólar - Venta (S/. por US\$) | TC Bancario Nuevo Sol / Dólar - Compra (S/. por US\$) |
|------|---|--|
| 1998 | 2.93 | 2.92 |
| 1999 | 3.39 | 3.38 |
| 2000 | 3.49 | 3.49 |
| 2001 | 3.51 | 3.51 |
| 2002 | 3.52 | 3.52 |
| 2003 | 3.37 | 3.36 |

Fuente: BCRP

Durante los años de 1998 al 2000 se aprecia una fuerte devaluación de la moneda local, esto es debido a las crisis externas vividas durante dicho período lo cual generó una fuga de capitales de nuestra economía reduciendo así la cantidad de dólares disponibles generando devaluación en nuestra moneda.

A partir del año 2001 se puede observar una estabilidad de la moneda nacional (Nuevo Sol), debido a un correcto manejo de la

política monetaria por parte del Banco Central de Reserva. También, el aumento del valor monetario de nuestras exportaciones de metales ha traído un mayor flujo de divisas lo cual se traduce en una apreciación de nuestra moneda como ha venido ocurriendo hasta el mes de agosto, habiendo llegado a un mínimo de 3.30 Nuevos Soles. Esta disminución del precio de la moneda norteamericana favorece a nuestro proyecto, pues reduce los costos de los implementos importados que se utilizarán.

CUADRO 8

| Mes/Año | TC Bancario Nuevo Sol / Dólar - Venta (S/. por US\$) | TC Bancario Nuevo Sol / Dólar - Compra (S/. por US\$) |
|---------|--|---|
| Ene-04 | 3.468 | 3.4666 |
| Feb-04 | 3.484 | 3.4829 |
| Mar-04 | 3.466 | 3.4643 |
| Abr-04 | 3.47 | 3.469 |
| May-04 | 3.488 | 3.4864 |
| Jun-04 | 3.478 | 3.4765 |
| Jul-04 | 3.442 | 3.4404 |
| Ago-04 | 3.396 | 3.3946 |

Fuente: BCRP

Como se aprecia en el cuadro durante los meses de Enero a Agosto 2004, el tipo cambio ha venido disminuyendo; de su acostumbrada posición de S/. 3.50 por dólar, hasta llegar a S/. 3.39 por dólar. Esto debido a un incremento en la cantidad de dólares en la economía, dado el incremento del valor de nuestras exportaciones, lo cual ha incrementado la oferta de dólares reduciendo de esa manera su precio.

3.1.1.5 Riesgo país

Durante el último trimestre del año 2000, el riesgo país tuvo un fuerte incremento pasando de 595.60 puntos base (pbs) en septiembre a 711.00 pbs en septiembre. Esto producto de la convulsión política

vivida en aquellos años, finalizando con la renuncia presidencial del Ing. Alberto Fujimori Fujimori. El año 2001, fue de mayor incertidumbre, a pesar de encontrarse el país en un proceso de estabilización democrática el riesgo país se elevó con respecto al año anterior, alcanzando un pico de 763.55 pbs, en el mes de mayo, pues se produjo la segunda vuelta electoral en la que participaban dos cuestionados candidatos (Alan García Pérez y Alejandro Toledo Manrique).

En el año 2002 el riesgo país continuo aumentando, alcanzando niveles aun mayores que los dos años anteriores. Ya que existió mayor incertidumbre política acerca de la estabilidad del gobierno de turno y al mal manejo de los procesos de privatización en el sur del país; todo ello conllevó a que los inversionistas tengan del Perú, una percepción más riesgosa.

Durante el año 2003 el riesgo país muestra una tendencia a la baja, ya que se dio la implementación de importantes proyectos mineros y grandes proyectos como el caso de Camisea, lo que brindó un mayor nivel de confianza a los inversionistas externos con respecto a nuestro país. Cabe señalar que durante el mes de agosto, el Riesgo País descendió de 423 Pbs. a 369 Pbs.³, esto debido a la mejor percepción que se tiene de nuestro país en referencia a los proyectos realizados y al clima de estabilidad política.

³ Resumen Informativo BCRP, 13 de agosto 2004. Página 5.

UnrealNet

CUADRO 9⁵

| EMBI ⁴ (pbs) | Año/mes | EMBI (pbs) |
|-------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 651.53330 | Ene. 1999 | 695.45000 | Ene. 2000 | 445.6000 | Ene. 2001 | 657.8095 | Ene. 2002 | 481.3333 | Ene. 2003 | 571.1905 | Ene. 2004 | 288.0000 |
| | Feb. 1999 | 705.73680 | Feb. 2000 | 449.5000 | Feb. 2001 | 652.9444 | Feb. 2002 | 479.0526 | Feb. 2003 | 567.3684 | Feb. 2004 | 346.5263 |
| | Mar. 1999 | 598.82610 | Mar. 2000 | 444.0870 | Mar. 2001 | 635.8182 | Mar. 2002 | 425.4000 | Mar. 2003 | 510.3810 | Mar. 2004 | 343.4783 |
| | Abr. 1999 | 525.00000 | Abr. 2000 | 521.7895 | Abr. 2001 | 760.0050 | Abr. 2002 | 443.8636 | Abr. 2003 | 425.2857 | Abr. 2004 | 337.1905 |
| | May. 1999 | 550.55000 | May. 2000 | 592.1818 | May. 2001 | 763.6546 | May. 2002 | 522.1364 | May. 2003 | 412.3810 | May. 2004 | 474.4500 |
| | Jun. 1999 | 617.63640 | Jun. 2000 | 542.5000 | Jun. 2001 | 662.6667 | Jun. 2002 | 566.6500 | Jun. 2003 | 458.3810 | Jun. 2004 | 438.5000 |
| | Jul. 1999 | 595.95240 | Jul. 2000 | 545.9000 | Jul. 2001 | 643.8095 | Jul. 2002 | 719.9091 | Jul. 2003 | 482.2727 | Jul. 2004 | 423.0000 |
| | Ago. 1999 | 677.63640 | Ago. 2000 | 498.9565 | Ago. 2001 | 625.2174 | Ago. 2002 | 816.3636 | Ago. 2003 | 423.1429 | Ago. 2004. | 369.0000 |
| | Sept. 1999 | 636.54550 | Sept. 2000 | 595.6000 | Sept. 2001 | 635.0556 | Sept. 2002 | 805.9000 | Sept. 2003 | 353.4286 | Promedio | 377.5181 |
| | Oct. 1999 | 603.19050 | Oct. 2000 | 711.0000 | Oct. 2001 | 665.3636 | Oct. 2002 | 815.3043 | Oct. 2003 | 317.3043 | | |
| | Nov. 1999 | 545.50000 | Nov. 2000 | 745.6190 | Nov. 2001 | 591.6190 | Nov. 2002 | 674.1500 | Nov. 2003 | 309.0526 | | |
| | Dic. 1999 | 474.45450 | Dic. 2000 | 718.9000 | Dic. 2001 | 513.4000 | Dic. 2002 | 620.0476 | Dic. 2003 | 317.5000 | | |
| | Promedio | 602.20650 | Promedio | 567.6362 | Promedio | 650.6083 | Promedio | 614.1759 | Promedio | 428.9741 | | |

⁴ Emerging Market Bond Index.

⁵ Fuente: BCRP, página Web. Sección Estadísticas: series estadísticas mensuales.

3.1.2. Demografía

3.1.2.1 Población total y tasa media de crecimiento

CUADRO 10

| Año | Población (en miles) |
|------|-------------------------|
| 1998 | 25,104 |
| 1999 | 25,525 |
| 2000 | 25,939 |
| 2001 | 26,347 |
| 2002 | 26,749 |
| 2003 | 27,148 |

Fuente: Perú en números, Apoyo

La población del Perú proyectada para el 2004 es de 27, 496,217 personas, mostrando un incremento de 348,217 con respecto a la proyección del año anterior. Según estos cálculos, la población masculina representa el 50.3% de la población, y la femenina el 49.7%. En los primeros años de vida el porcentaje de hombres es mayor que el de mujeres, igualándose entre los 27 y 38 años, y disminuyendo considerablemente hacia la tercera edad. La edad mediana de la población es de 23 años. El 63% de los peruanos es menor de 30 años. El 72,2% de habitantes del país vive en áreas urbanas y 28,8% en áreas rurales, definidas como conjunto de centros poblados que tienen menos de 100 viviendas agrupadas contiguamente. El 51.2% de la población habita en la costa, 35.3% en la sierra y 13.5% en la selva.

Las principales ciudades del país son Lima Metropolitana 27.9% con respecto a la población total, Arequipa 2.9%, Trujillo 2.3%, Chiclayo 1.8%, Iquitos 1.4%, Piura 1.3%, Chimbote 1.2%, Huancayo 1.2%, Cuzco 1.1%, Pucallpa 0.9%, Tacna 0.8%) e Ica 0.8%. La población de Lima Metropolitana (que incluye el Callao) es de 7 millones 450 mil habitantes. Los distritos con mayor población absoluta son San Juan de

Lurigancho, Comas, San Martín de Porres, Callao, San Juan de Miraflores y Ate, todos estos con más de 300 mil habitantes.

3.1.2.2 Población económicamente activa: tasa de desempleo

CUADRO 11

| Año | Tasa de desempleo (Como porcentaje de la PEA) |
|------|---|
| 1998 | 7,80 |
| 1999 | 8,00 |
| 2000 | 7,40 |
| 2001 | 7,90 |
| 2002 | 9,70 |
| 2003 | 8,20 |

Fuente: Perú en números (Cuánto)

La tasa de desempleo en los últimos seis años muestra una tendencia creciente, habiéndose reducido en 1.5% en el 2003 con respecto al 2002. La mayor tasa de desempleo se encuentra en las personas del sexo femenino y de ambos sexos mayores a 55 años, también un fuerte porcentaje de desempleados se encuentra entre los niveles de educación secundaria completa y estudios superiores no universitarios.

3.1.2.3 Población Juvenil en Lima

“La población de adolescentes y jóvenes entre 13 y 20 años de la Gran Lima se estima para el año 2003 en 1’355,333 personas. Dicha cifra representa al 16.4% de la población total de Lima”⁶ Esto significa que existe un mercado potencial en el cual basarnos para la constitución del proyecto.

⁶ Fuente: Informe Gerencial de Marketing: Perfil del adolescente y el joven. Apoyo-Perú. Septiembre 2003

3.2. Descripción del Sector

3.2.1. Tamaño de la Industria: productos o servicios elaborados.

3.2.1.1. Estructura y tamaño de mercado

El mercado presenta una estructura fragmentada, ya que los competidores se encuentran distribuidos en diferentes distritos:

UnrealNet

CUADRO 12

| Nombre | Ubicación | Telefono | E-Mail |
|------------------------|--|----------|-----------------------------|
| | Calle Azucenas Mz E lote 26 Asoc. Monterrey-San Juan de Lurigancho | * | * |
| Cabina Vizionet | Av. Proceres de la Independencia 2302-San Juan de Lurigancho | 387-0683 | * |
| | Pasaje De la Roche Pablo 180-Oficina 201-San Borja | * | * |
| Cabina Planet | Av. La fontana 1109-La Molina | * | * |
| Cabina NewNet | Jr. Castilla 557-2do y 3er Piso-Magdalena del Mar | 460-7296 | yrivajs@hotmail.com |
| Cabina Game Online | Calle Enrique Anaya N°576-2 piso-Coop. Universal-Santa Anita | * | * |
| Cabina AnimeWeb | Av. El Sol Este No. 219-Barranco | 247-8330 | animeweb@datafaq.com.pe |
| Cabina SnipersZone | Residencial San Felipe Tienda 51-Jesus Maria | * | * |
| Cabina @.COM SURCO | Av Benavides 4560-Miraflores | * | * |
| Cabina SinNet | Chimu 1300-Zarate | * | * |
| Cabina Net One | AV. Los Próceres 410-2 piso-Surco | * | virtual_net_one@hotmail.com |
| Cabina Limonta | Uruguay 548-Cercado de lima | * | * |
| WoW: World Of War | Shopping Center San Miguel-stand 179-2 piso | 452-6541 | * |
| Web4All | Shopping Center San Miguel-stand 220-2 piso | * | * |
| Netcom | Av. General Garzon 1843-Jesus Maria | * | * |
| FastNet | Shopping Center San Miguel-stand 225-2 piso | * | * |
| Cabina Net Cyber Games | Av. Perú 3777-San Martin de Porres | | |
| Cabina CyberKoffie | Av. Arias Schereiber 225 - 202 La Aurora-Miraflores | 271-1552 | * |
| Cabina InterGames | Av. Alipio Ponce 311-La Campiña-Chorrillos | * | * |
| Cabina ENET | Jr. Filadelfia 1867-San Martin de Porres | * | * |

3.2.1.2 Competidores actuales: nivel de competitividad

El mercado presenta una composición fragmentada geográficamente. Debido a ello, dentro de la zona geográfica que pretendemos cubrir, sólo existen tres empresas que competirán directamente con nuestra empresa, dos de ellas están ubicadas en el centro comercial Plaza San Miguel y otra se encuentra en el distrito de Jesús Maria (conlindante a Pueblo Libre). Los otros competidores mencionados anteriormente, compitiran de manera indirecta con nuestro negocio. Los tres competidores directos son los siguientes:

- Cabina Web4All
- Cabina FastNet
- Cabina NetCom

3.2.1.3 Competidores potenciales

Una de las principales barreras de entrada a este mercado es el monto de inversión que requiere ésta clase de negocio, el cual está alrededor de \$ 20,000. En el caso específico de nuestro proyecto y debido a mostrarse un mercado fragmentado, en la zona geográfica que deseamos operar existen barreras estructurales, al presentar escasez de locales del tamaño necesario. Asimismo también se encuentran los actuales salones de Internet, las cuales al ver reducidos sus márgenes de utilidad, puedan buscar migrar a este rubro. Pero al tratarse los juegos de productos que utilizan tecnología diferente al simple navegador de Internet, se requiere un conocimiento mayor en el manejo del hardware y software especializado; lo cual es otra barrera de entrada al negocio.

3.2.1.4. El Producto y la Amenaza de Productos Sustitutos

El servicio que se encuentra en evaluación es un salón de juegos en red, enfocándonos principalmente en el rubro de entretenimiento. Existen varios productos sustitutos en este mercado en particular juegos como: Play Station 1 y 2, Game Cube, X-box, estos tres son

denominados juegos de consola, debido a que deben encontrarse estáticos en un mismo lugar, los juegos se presentan en formato de CD y DVD, los cuales permiten jugar contra la maquina y con se le pueden añadir controles adicionales, hasta un máximo de cuatro jugadores.

Game Boy, éste es un juego denominado “De mano”, ya que consiste en un pequeño aparato, de uso personal, cuyos juegos vienen se encuentran en formato de mini-cartuchos (en inglés cartridges).

Juegos en línea por Internet, estos se usan mediante el explorado, los juegos suelen ser de estrategia, como damas y ajedrez.

Nuestro producto tiene una ventaja especial, la cual radica en el hecho de las características de interconexión, lo cual permite que haya un gran número de personas involucradas en el juego en tiempo real. Como en toda actividad social, mientras mayor número de personas estén involucradas en este, las motivaciones de realizarla son mayores

3.2.1.5. Fuerza Negociadora de los Clientes

En el caso de los usuarios regulares e intensivos, se buscará atraer a adolescentes y jóvenes, estos cuentan con poder de negociación. Son precio aceptantes, pero piden que se realicen más promociones que los beneficien, como son las horas gratis, etc.

Sin embargo, para el segmento de usuarios especializados o Gamers, en el cual se observa un grado de exigencia en cuanto a requerimientos de hardware, software y precio, poseen poder de negociación , debido a que asisten en grupos no menores de cinco personas, lo cual les permite obtener horas de juego adicionales, menor precio por hora, entre otros beneficios adicionales.

3.2.1.6. Fuerza Negociadora de los Proveedores

La estructura de mercado que presentan nuestros proveedores de Hardware, es una estructura Oligopólica, pues sólo se haya cuatro proveedores mayoristas. La fuerza negociadora ejercen es fuerte, debido al bajo número que existe en el mercado, a sus precios y a que las condiciones de pago son muy similares; lo cual no permite margen de negociación por parte de los clientes. Los proveedores son:

CUADRO 13

| PROVEEDORES | DIRECCIÓN | TELÉFONOS |
|-----------------|---|-----------|
| Intcomex SAC. | Calle Los Negocio 467 - Surquillo | 222-9272 |
| Prezcom SAC. | Calle Miguel Seminario 190 - San Isidro | 442-1410 |
| High Scorp SAC. | Calle Mariscal Miller 2070 - Lince | 265-0000 |
| Deltron SAC. | Av. José Galvéz Barrenechea 330Urb. Corpac - San Isidro | 415-0101 |

3.2.2. Tendencias de mercado

Aunque en la actualidad no se dispone de cifras directas al rubro en evaluación, las tendencias tanto del mercado en nuevas tecnologías como en el uso del Internet, muestran una tendencia creciente como se aprecia en el siguiente cuadro:

CUADRO 14

| Año | Usuarios de Internet (En Miles) |
|------|------------------------------------|
| 1998 | 301,600 |
| 1999 | 500,000 |
| 2000 | 800,000 |
| 2001 | 3'000,000 |
| 2002 | 4'100,000 |
| 2003 | 4'900,000 |

Fuente: Telefónica del Perú

En el último estudio realizado por Apoyo⁷ sobre el perfil del joven y el adolescente, se ha podido determinar que su principal fuente de ingresos proviene de las propinas, especialmente entre los más jóvenes de los NSE A, B y C. Así mismo, los principales rubros en los que gastan son: diversión, bebidas y golosinas, transporte, educación y ropa. En lo que respecta a diversión, la mayor proporción de gastos está distribuida mayormente para hacer uso de cabinas de Internet, salir a bailar y salir comer. Además, el uso de Internet como medio de comunicación es del 65%, por lo que es el tercer medio más usado. La televisión (95%) y los diarios (70%) serán usados en mayor proporción que el Internet.

⁷ Apoyo: Informe Gerencial de Marketing Perfil del adolescente y el joven. Septiembre 2003

Capítulo IV Estudio de Mercado

4.1 Descripción del producto

4.1.1 Definición del bien o servicio: diseño del producto

Un salón de juegos en red, es un servicio orientado al entretenimiento a través de medio electrónicos, para jóvenes y adolescentes, a través del cual se ofrecerá un conjunto de juegos (de tipo estratégico, bélico, de competencia, y de habilidad) y de computadoras interconectadas a través de una red LAN o del Internet, de tal manera que puedan jugar con más de un usuario a la vez.

Haciendo uso del Internet, los usuarios tienen la posibilidad de jugar con otros usuarios no sólo a nivel nacional, sino con personas de otras partes del mundo. El servicio específicamente, consiste en el alquiler de las computadoras a los usuarios desde 15' hasta más de una hora, por lo cual pagarán un monto previamente establecido, de ésta forma el usuario podrá conectarse con otros.

El salón planea atender desde las 11 a.m. hasta las 11 p.m. y ofrecer servicios adicionales (tipo snack para buscar la mayor permanencia de los usuarios en el salón).

El negocio, como ya se mencionó con anterioridad, estará ubicado en la cuadra 18 de la Av. Universitaria – Pueblo Libre; se eligió esta ubicación, debido a que no se halló oferta alguna en éste lugar y se observó una gran presencia de jóvenes, debido a los centros de estudios y por la presencia de Centros comerciales que se encuentran en los alrededores del local y que atraen por lo general a gente joven.

El servicio estará dirigido a los siguientes usuarios:

- Regular (Light)
- Intensivo (Hard)
- Gamers

El rango de edades de los tres tipos de usuarios estará comprendido entre 13 y 22 años. Pertenecientes a los niveles Socio Económico B y C.

El tipo de servicio que se ofrecerá se considera un bien normal, debido a que un aumento en los ingresos de los consumidores, originaría un aumento de la cantidad demandada.

4.1.2 Principales características y/o especificaciones técnicas del producto.

El producto tiene características técnicas especiales, debido a que los usuarios buscan en los juegos en red un gran despliegue visual e interactivo. Los gráficos deben de tener una alta resolución (medida en píxeles), los datos deben de fluir con mucha rapidez de memoria, todo esto requiere que la computadora tenga una tarjeta de video de alta tecnología y una Memoria RAM amplia, siendo estas dos ultimas los factores más importantes que definen la rapidez de un equipo.

Tarjeta de video: Es la parte más importante del Hardware .Esta tendrá que ser de 128 Mb, Agp 8x ya que actualmente son las más rápidas que se usan en el mercado de los juegos en red por su gran desempeño en los gráficos. Adicionalmente, nosotros escogeríamos estos equipos por su mayor definición de imagen al tener más píxeles por unidad de medida. Esta tarjeta es de 8x ya que tiene 8 pistas por donde fluyen los datos, dejando atrás tecnologías de Agp 4x y 2x, así como la generación anterior de 64 Mb.

Memoria Ram: Es la parte del hardware que permite la transmisión de data a mayor velocidad. En este caso se escogería una memoria Ram de 512 Mb, ya que actualmente es la más usada por los otros salones de juegos en red.

Procesador: Amd 2600 (equivalente a una Pentium 4 de 2.0 Gb) Su alta capacidad de procesamiento de datos permitiría la utilización de una mayor cantidad de programas simultáneamente.

Adicionalmente, se necesitaría un disco duro de 40 GB, teclado, Mouse óptico, el cual le permite al usuario mayor precisión en el movimiento; lo cual es vital en los juegos ya que refuerzan las habilidades propias del usuario. Se necesitan salidas de audio, ya que todos los juegos poseen características auditivas que buscan realidad en los juegos y le permitan al usuario mayor interacción

Velocidad de conexión a Internet: Esta tendrá que ser una línea de speedy 600, debido a que actualmente es la línea más rápida, la cual permitiría a los usuarios tener una rápida velocidad de conexión.

4.1.3 Productos sustitutos y complementarios

En la actualidad, existen diversos tipos de juegos, cuya finalidad es brindar entretenimiento a los jóvenes, como lo son:

1. Los juegos de consola⁷ (Play Station 1, Play Station 2, X-box y Game Cube). Los juegos de consola, como ya se ha mencionado en el capítulo anterior son estáticos. Para lo cual, se necesitará de un control por cada persona que desee jugar. Aunque muchos de ellos ya cuentan con tecnología de DVD, estos aún tienen precios elevados.
2. Los juegos individuales⁸ (Game Boy Colors y Advance), todos de tipo electrónicos. Los juegos individuales, utilizan un cartucho de juego,

⁷ Ver Anexo 1, Productos Sustitutos

⁸ Ver Anexo 1, Productos Sustitutos

éste como se sobre entiende es un juego unipersonal, cuya debilidad es la misma que la de los juegos de consola, los cartuchos también están sujetos a precios elevados. Por lo que se han constituido en los principales sustitutos de los juegos en red.

Dentro de los productos complementarios, podemos encontrar Mouse ópticos, que permiten mayor capacidad de maniobrabilidad en los juegos, Pads de 60 pulgadas x 40 pulgadas, Joysticks en el caso de juegos de simulación.

4.1.4 Beneficios que aporta

Entre los beneficios que aportará éste servicio, se encuentran:

- Familiarizará a los usuarios con el uso de las computadoras.
- Familiarizará a los usuarios con el uso del Internet, como un medio de comunicación.
- El uso del Internet le permitirá al usuario interactuar con jóvenes de otros lugares de diversos países, lo que conllevaría a que aprenda de otras culturas.
- Ofrece entretenimiento y distracción a los usuarios, permitiéndoles olvidarse de presiones diarias productos de obligaciones.
- Permitirá socializar a las personas que se encuentren dentro del local donde se brinde el servicio, creando posibles lazos de amistad.

4.1.5 Ciclo de vida del producto

El ciclo de vida del producto está en relación directa con la adaptación que tenga el salón para asimilar los nuevos juegos (nuevo software) y tendencias del mercado. Si este no renovara juegos dejaría de existir en un año y medio aproximadamente, ya que ese es el tiempo promedio de evolución de los juegos.

Similar es el caso del hardware, el cual si no es renovado en el plazo mencionado, cae en obsolescencia y sin una política de sustitución de

equipos adecuada, aunque se renueve el software, el hardware no será suficiente para sostenerlo. Debido a que, los nuevos juegos por lo general exigen mayores requerimientos tecnológicos.

La adaptación del salón de juegos en red, permite alargar el ciclo de vida del producto. Por lo tanto, es vital en esta industria una constante renovación de tecnología.

Actualmente la industria de los juegos en red está en crecimiento ya que se encuentra en un proceso de expansión de salones.

Adicionalmente, podemos afirmar que el uso de tecnologías por parte de niños y jóvenes es mayor hoy que hace cinco o seis años; esto conlleva a suponer que los juegos en red como industria tienen aun potencial de crecimiento.

Estudios de mercado realizados⁹ muestran, que los niveles socioeconómicos A, B y C tienen un 100%, 98% y 94% de costumbre de usar computadora respectivamente. Esto significa que existen posibilidades de crecimiento de la industria.

4.1.6 Factores que pueden alterarlo

Los factores que pueden alterar el ciclo de vida del producto son los cambios radicales de tecnología, como puede ser la asimilación de la realidad virtual en los juegos; dicha tecnología, que consta de sensores, harían más real la experiencia del juego simulando la sensación del tacto a los juegos.

Actualmente, los juegos en red se basan en estímulos viso-auditivos. El incorporar el tacto a este conjunto de estímulos sería un cambio dramático en la industria de juegos.

⁹ Estudio gerencial de Marketing: Perfil del joven y adolescente. Apoyo. Septiembre 2003

Esta nueva tecnología, generaría una detracción por la demanda de juegos en red. En la actualidad, dicha tecnología se encuentra desarrollada; sin embargo las posibilidades de masificación del producto son escasas en el corto plazo, debido a los elevados costos.

4.2 Análisis de la Demanda

4.2.1 Área geográfica del estudio de mercado

Pueblo Libre, fue creada el 14 de Agosto de 1557, como Pueblo para la Doctrina de Santa María Magdalena. Más el 8 de Julio de 1821, el libertador Don José de San Martín la bautiza como Pueblo Libre en reconocimiento al patriotismo de sus moradores, lo cual se concreta a través del decreto supremo del 10 de Abril de 1822, ordenado por el general José Bernardo de Tagle y Portocarrero¹⁰.

El distrito de Pueblo Libre se encuentra ubicado en la parte Centro-Occidental del departamento de Lima. Está a 96 metros sobre el nivel del mar. Los límites del distrito son: por el Norte con el Cercado de Lima y el distrito de Breña, por el Sur con los distritos de Magdalena y San Miguel, por el Este con los distritos de Jesús María y Magdalena y por el Oeste con el distrito de San Miguel. Las vías que marcan estos límites son: Av. Universitaria, Av. Mariano Cornejo, Jr. Pedro Ruiz, Av. Brasil, Jr. 8 de Octubre, Jr. Echenique y Av. La Marina.

La población aproximada del distrito es de 75,054 habitantes. Sin embargo, ésta presenta un proceso de decrecimiento según los datos estadísticos del Censo de 1993, ya que se muestra una caída en el número de habitantes en el distrito, por lo que entre los años de 1993 y 2000 la densidad poblacional se redujo a 155 habitantes por hectárea. Además, Pueblo Libre, cuenta con tres clases de asentamientos:

¹⁰ Fundación del Distrito y Ley de Creación, Página Web del Municipio de Pueblo Libre.

- Centro Histórico
- Asentamientos Humanos: ubicado sobre la Av. Juan Valer Sandoval.
- Urbanizaciones: las cuales se encuentran ubicadas en el resto del distrito, quienes cuentan con propiedades con todos los servicios básicos, de dos o tres pisos de altura y de ladrillo en su mayoría.

4.2.2 Demanda histórica según fuentes secundarias en los últimos diez años

El servicio de juegos en red, en el Perú se inició en el año 1998, con el salón de juegos WCG, ubicado en la avenida Larco en Miraflores. Este servicio es posterior al ingreso masivo de Internet al público usuario mediante el servicio de cabinas.

Debido a ello, no existen datos directos sobre el servicio en evaluación; aunque se utilizarán los datos de usuarios de cabinas de Internet, el cual es un servicio con características similares al servicio que brindaríamos.

CUADRO 15

| Año | Usuarios de Internet (En Miles) |
|-------------|--|
| 1996 | 157,430 |
| 1997 | 205,300 |
| 1998 | 301,600 |
| 1999 | 500,000 |
| 2000 | 800,000 |
| 2001 | 3'000,000 |
| 2002 | 4'100,000 |
| 2003 | 4'900,000 |
| 2004 | 5'450,000 |

Fuente: Telefónica del Perú

4.2.3 Variables que afectan la demanda

Las variables que afectan la demanda son: el nivel de Ingreso, el precio del servicio, la calidad de los equipos, la variedad de los juegos, la comodidad del salón, la atención y los servicios adicionales.

4.2.4 Investigación del mercado

4.2.4.1 Investigación cualitativa: Focus Group y entrevistas en profundidad

Enfoque Cualitativo:

1. Focus Group¹¹:

Para la primera etapa se empleará la técnica del Focus Group, la cual consiste en crear una dinámica grupal con el fin de obtener un conocimiento inicial del mercado al cual nos dirigimos, además de información relevante a aspectos psicológicos determinantes en la percepción sobre el establecimiento de un salón de juegos en red.

Distribución de la muestra:

| Nº de Focus Group | Sexo | Edad | NSE | Condición de la Muestra |
|-------------------|-----------|--------------------------------|-------|--|
| 1 | Masculino | Adolescentes (13 a 17 años) | B y C | Que suela jugar en red y acuda a salones de juegos en red. |
| 2 | Masculino | Jóvenes (18 a 22 años) | B y C | Que suela jugar en red y acuda a salones de juegos en red. |

Para la realización de las dinámicas grupales se utilizará una guía de indagación.

¹¹ Ver Anexo 2, Guía de Indagación

Interpretación de Resultados:

1. Resultados del Focus Group N° 1¹²:

- a. Los participantes del Focus Group afirmaron en su mayoría que suelen jugar en red y acudir a salones:

“Moderador: ¿Porqué que van a salones de Internet?”

“Mauricio: Porque a veces nuestra maquina no es lo suficientemente chévere para jugar los juegos que pesan mucho y las cabinas si.....”

“.....Ese el problema que a veces los juegos no se adaptan a la computadora que tienen en tu casa, por ejemplo un juego grande.”

“Mauricio: A veces estas jugando por Internet y se te cuelga la maquina.”

- b. Todo esto, debido a que principalmente acuden para socializar con los demás usuarios con los cuales no sólo comparte los mismos gustos por ésta clase de juegos, sino con los que llega a familiarizarse, generando entre ellos su propio lenguaje, costumbre y maneras de actuar dentro de éste lugar:

“.....hay pero ahí van todos los mejores clanes.

Moderador: ¿Ahí van que?

Alvaro: Los mejores clanes los mejores grupos.

Moderado: ¿Qué son clanes?

Julio: Somos grupos, somos nosotros pero nosotros siempre nos juntamos para ser diferentes para practicar para entender:

“Moderador: ¿Nick, que es?

Mauricio: Un sobrenombre. Un apodo.

Moderador: ¿Cómo en el chat algo así?

Mauricio: Si.”

- c. Así mismo, se ha advertido un nivel de insatisfacción al tener que invertir tiempo y dinero en buscar una cabina superior (mejor

¹² Ver Anexo 3, Focus Group #1

hardware y software).

“Moderador: Ya, este, cuando quieren jugar, buscan una buena o van a la primera que encuentren.

Jesús: Una buena.

Moderador ¿A que salones van.

Mauricio: Al Cabenet que queda por el parque Kennedy.

Moderador: Miraflores.”

- d. Los usuarios son los que determinarán el ingreso de un nuevo juego y la obsolescencia del mismo:

“Lucio: Depende de que hay algo nuevo o la renovación.”

- e. Además, se ha detectado que los requerimientos con respecto a infraestructura son: local amplio, que tenga sillas cómodas (lo que permitiría que los usuarios permanezcan mucho mas tiempo en los salones), que cuente con luces oscuras (color lila, pues esto permitiría que no exista mayor brillo sobre las pantallas cosa que sucede con los focos amarillos), que tenga afiches de los juegos que hay en el salón, que el hardware y software permita que el juego sea rápido, que el salón cuente con mouse y audífonos de ultima generación:

“Moderador: Y tu como quieres el ambiente.

Lucio: Oscuro, porque si es así con luz a veces la pantalla brilla y no puedes ver bien.

Mauricio: A veces buenos asientos porque.....

Lucio: Estas un montón de rato y te duele el potó.

Julio: Tienes que estar concentrado. Te reconocen por los pasos, saben donde estas por los pasos se escucha, tienen un radar...Y si es que la puerta se abre.

Mauricio: Todo, todo, todo completo.

Julio: Además, tienes que tener buenos audífonos buen mouse para poder tirar.

Kerry: Tienes que estar en una buena cabina. Si.”

Mauricio: Yo iría donde hay buenas maquinas porque a su vez

atraen a los mejores jugadores”.

- f. Se solicitó como parte de los servicios adicionales, que dentro del salón un lugar donde se pueda comprar comida (si es posible que exista una persona que se las lleve para que no se muevan de este lugar y pierdan el incentive a permanecer en el), ya que todo esto evitaría que tenga que retirarse del salón.

“Alvaro: Que me vendan comida así, papitas chisito, gaseosa.

Moderador:....o sea a mi me interesaba mas cuando estaba mas 5 horas un sándwich porque te da hambre”.

- g. Dentro de las promociones, deben existir las siguientes: regalar horas gratis a cambio de haber pagado por un determinado número de horas, cosa que deberá establecerse, regalar polos que tengan el Nick del jugador, auspiciar grupos y a estos regalarle polos especiales (con el nombre del equipo y de la cabina) y darles horas gratis (por determinarse), que a los mejores clientes siempre se le tenga reservada una computadora para que el(los) puedan jugar sin tener que esperar:

“Jerry: No se cada si juegas 3 horas una hora gratis

Carlos: acumulacion de horas con tarjeta, que te den 1 hora gratis cada 5 o 6 horas.

Alvaro: Eh cuando seas cliente no te hagan esperar así, apenas entres te separen una máquina.

Mauricio: Ah claro, en el Planet por ejemplo, si eres cliente o sea si vas todos los días te regalaban un polo y tu pedías que te pongan tu nick en el polo o sea el polo decía lannet y abajo decía tu nombre o sea tu nick.

Lucio: Si estas mas de 5 horas o 15 así que te den un polo o algo.”

2. Resultados del Focus Group N° 2¹³:

- a. A través del Focus Group, se pudo determinar que la satisfacción del usuario del servicio se da por el lado social emocional, ya que se satisfacen necesidades de entretenimiento que permiten a los usuarios liberarse del estrés y también de presiones:

“Además el juego te da una cantidad de relajó, sino tienes relajó estas tenso, lo bueno de estar en la cabina es que terminas insultando al otro, y te quita ese stress y sales mejor de lo que entraste.”

2. Entrevistas en Profundidad:

a. Sr. Juan Cárdenas Gerente de Netcom Jesús María¹⁴:

- Se determinó que aunque no existe un ciclo específico en términos de tiempo para los juegos, pues estos tienen que ser cambiados. Sin embargo, los más populares tienen un promedio de seis años en el mercado.

“No se sabe cuanto va a durar un juego específico; pero lo que si te puedo decir es que si muere un juego, sale otro, y son modas así como la música unas canciones son un boom en unos meses y luego ya ni las escuchas en la radio, pero siempre se va a escuchar música!”

- Los usuarios de ésta clase de juegos, muchas veces sólo asisten a los salones para socializar, permitirse conocerse entre ellos y posiblemente estrechar un lazo de amistad.

“Creo que buscan relajarse, estar con sus amigos, es un punto de encuentro, de socialización”

- Se ha incrementado la demanda por los salones de juegos en red, pero la oferta del mismo servicio ha decrecido.

¹³ Ver Anexo 4, Focus Group #2

¹⁴ Ver Anexo 5, Entrevista en Profundidad: Experto en la Industria de Juegos en Red.

- El crecimiento se ha dado para aquellos salones en los cuales existe verdadero conocimiento sobre el mercado, de tal manera que han podido incrementar su número alrededor de Lima Metropolitana.
“Lo que pasa es que la abren gente que solo lo ve como negocio, no saben nada del consumidor”.
- Se prevé un ciclo de vida de 10 años a más de éste servicio.
“Mínimo unos 15 años más o quizás para siempre no se por que es la nueva tendencia, así como antes era el Atari, pimball, ahora llego juegos en red, a nadie le gusta jugar con una maquina, la gente pide interacción con otras personas, y eso le da Internet, es una mezcla ideal, Internet y juegos”.
- El incremento del número de máquinas en el mercado, no provocarán una caída en precio del servicio.
“No creo porque una cabina con maquinas rápidas si cobra menos de dos soles no recupera su capital..... ”

b. Entrevista al Sr. Víctor Romero. Gerente de Logística, Deltron SAC¹⁵

- Los requerimientos de Hardware son superiores para el funcionamiento de los juegos, que para equipos domésticos:
“.....Cada vez que sale la nueva versión de algún juego, siempre tiene mas requerimientos de Hardware, actualmente, me parece que los juegos exigen un monitor de diecisiete pulgadas y una tarjeta de video de 64megas como mínimo...”
- Los cambios en Hardware son graduales:
“ No exactamente obsolescencia, pero si hay que hacerle mejoras a los equipos, como aumentar memoria de video o memoria RAM, en algunos casos podrías tener que cambiar el procesador...”
- Por lo general, los juegos se actualizan una vez por año:

¹⁵ Ver Anexo 6, Entrevista en Profundidad: Experto Proveedor de Hardware y Software

“..... En juegos, por lo general cambian una vez al año, los cambios que se presentan son principalmente en memoria de video y mayor memoria alta..... cambios parciales, podría decirse....”

- Los beneficios de un tratado de libre comercio con los Estados Unidos, aun son inciertos:

“ Actualmente los aranceles fluctúan entre cuatro y siete por ciento, más IGV, en la medida que el tratado elimine el IGV de nuestras importaciones, la baja de equipos puede ser sustancial. En caso de solo reducir aranceles, el impacto no sería muy grande.....

.....En realidad con las condiciones en que trabajamos actualmente, nos hemos visto obligados a reducir márgenes..... Ese ahorro se traduciría en una recuperación de ellos, básicamente.”

- La nueva tendencia en juegos, podría ser la realidad virtual

“.....Bueno..... Existen juegos de realidad virtual, aunque los equipos aun son demasiado caros y no es una tecnología masiva.....

La realidad virtual se encuentra sumamente desarrollada, aunque su acceso es limitado por cuestión de costos, la utilizan instituciones tipo NASA, para entrenamientos..... Para que los juegos tomen esa tecnología quizás unos diez años o como te digo, es medio jugar a la Tinka pronosticar, pero no creo que en menos de cinco o seis años, primero tendría que masificarse en otras áreas.”

4.2.4.2 Investigación cuantitativa: método de encuesta, diseño del cuestionario, tipo de encuestas

Enfoque Cuantitativo

Para la investigación cuantitativa se utilizó el método de encuesta, utilizando la siguiente metodología:

- a. Universo y población: jóvenes de 13 a 22 años residentes en el distrito de Pueblo Libre.
- b. Unidad: Distrito de Pueblo Libre.
- c. Elemento: Jóvenes de los niveles Socio Económicos B y C.
- d. Enfoque: El diseño de la investigación es concluyente, descriptivo de muestra representativa individual.
- e. Técnica de la Investigación: Consistirá en encuestas personales a toda la muestra seleccionada, administradas por el encuestador a fin de reducir los posibles errores no muestrales y confirmar las respuestas, gestos y entonación del encuestado. De igual manera la administración de la encuesta por parte del encuestador logrará una mayor profundización en las respuestas dadas.
- f. Tamaño de la Muestra: Se utilizó un nivel de confianza de 95% y un error estadístico de 5%.

$Z = 1.96$ (Valor de tabla para 95% nivel de confianza)

$p = 0.5$

$q = 0.5$

$E = 0.05$ (Error estadístico)

Utilizando:

$n = Z^2 (pq) / E^2$

El tamaño de muestra es de 384.16 donde se considerará 385 encuestas.

- g. Técnicas de Muestreo: La técnica de muestreo fue no probabilística; usando un muestreo por cuotas; seleccionando los elementos de la población en forma intencional, basándose en el juicio del investigador.

- h. Margen de error: El margen de error fue de 5%.
- i. Nivel de confianza: El nivel de confianza utilizado fue de 95%.
- j. Distribución de la Muestra:

| | De 13 a 17 años | De 18 a 22 años | Total |
|-------------|-----------------|-----------------|-------|
| # Encuestas | 213 | 174 | 387 |
| Porcentajes | 55% | 45% | 100% |

- k. Condición de la muestra: Personas entre 13 a 22 años que pertenezcan a los niveles socio económico B y C.

4.2.4.3 Análisis de los resultados de las encuestas: estimación del mercado potencial

Análisis del resultado de las encuestas¹⁶

1. ¿Sueles jugar en red?
 - El resultado de las encuestas indican que un 29.2% de la muestra ha tenido experiencia con los juegos en red.
2. ¿Qué juegos conoces?
 - Además, se ha observado que los juegos más conocidos son: Gunbound y Warcraft, cada uno con 33.6% y 25.7%.
3. ¿Cuáles de los juegos mencionados anteriormente prefieres?
 - Asimismo, se observó que los juegos más populares son: Gunbound, Counter Warcraft y Ryl; con 38.1%, 23%, 15.9% y 10.6% de preferencia, respectivamente.
4. Con respecto al juego que prefieres, esto es porque son de tipo:
 - Los tipos de juegos preferidos son: bélicos y estratégicos, con 39.8% 38.1% de aceptación, cada uno.

¹⁶ Ver Anexo 7, Cuestionario

5. ¿Acudes a salones de juegos en red?
- Otro resultado obtenido a través de la encuesta realizada es que, el 70.8% acude a salones de juegos en red y sólo el 29.2% no lo hace.
6. ¿A qué salones de juegos en red acudes?
- Según los resultados obtenidos de las encuestas, la actual participación en nuestro mercado relevante¹⁷ es la siguiente:

CUADRO 16
PARTICIPACIÓN DE MERCADO
(En términos Porcentuales)

| Salón | Participación |
|----------|---------------|
| Web4all | 27.40 |
| FastNet | 23.00 |
| Netcom | 15.90 |
| Sniper | 11.50 |
| P. Final | 8.00 |
| Otros | 14.20 |

7. ¿Qué factores determinan que acudas a este salón?
- Por otro lado se ha determinado que los factores más importantes son: calidad de equipos con 40.7%, variedad de juegos con 31%, promociones con 18.6% y por ultimo el precio con 9.7%.
8. ¿Cuántas veces por semana acudes?
- Los resultados fueron los siguientes: 42.5% de los que acuden a salones, señalo que lo hacía 1 a 2 veces por semana, el 32.7% que lo hacía de 5 a 7 veces por semana y el 24.8% de los encuestados lo hacen de 3 a 4 veces por semana.

¹⁷ El criterio para definir el mercado relevante es puramente geográfico.

9. ¿Qué días sueles acudir?
 - Los días de mayor afluencia son los sábados, viernes y jueves cada uno con 30.1%, 23.9% y 15% respectivamente.
10. ¿En qué horario?
 - La investigación permitió determinar que el 35.4% acude a salones entre las 3:00p.m y las 6:00p.m, el 30.1% entre las 6:00p.m y las 9:00p.m, el 23% entre las 12m. y las 3:00p.m. y las 6:00p.m., por último el 11.5% manifestó acudir entre las 9:00p.m a 12:00a.m.
11. ¿Durante cuánto tiempo?
 - Al ser consultados sobre el tiempo que utilizaban el servicio, el 72.6% señalo usarlo de 1 a 3 horas, el 16.8% de 4 a 6 horas.
12. ¿Con quiénes sueles acudir?
 - Se pudo determinar que el 73.5% de los usuarios acuden con amigos, es decir, el uso del servicio, muestra que jugar en red es una actividad social, al igual que la práctica de deportes o reuniones.
13. Ordenar las siguientes características ideales de un salón de juegos en red.
 - El orden fue el siguiente: rapidez de equipo, velocidad de conexión y mesas largas, cada una de las cuales cuenta con la siguiente participación: 49.6%, 24.8% y 24.8%, respectivamente.
14. ¿Qué precio estarías dispuesto a pagar por hora de juego?
 - Con respecto al precio se observó que el 61.9% de encuestados consideró el precio de NS/. 2.00, como el monto dispuestos a pagar y un 15% un precio mayor a dos nuevos soles, pero con un máximo de tres nuevos soles.
15. ¿Qué promociones te gustaría recibir?
 - Respecto a las promociones, el 80.5% de los encuestados manifestó que prefería la acumulación de horas a fin de recibir horas gratuitas.

4.2.5 Demanda Presente

4.2.5.1 Criterios de segmentación; geográficos, conductuales, psicográficos y demográficos

Geográfico: Dado que el negocio se instalará en la cuadra 18 de la Av. Universitaria en el distrito de Pueblo Libre, se deberá tomar en cuenta que en base a éste distrito, se deberá segmentar.

Pueblo Libre es un distrito que colinda con otros como San Miguel, Cercado de Lima, Breña, Jesús María y Magdalena, esto podría ser una ventaja, ya que le brinda al negocio mayor acceso a muchos más usuarios (especialmente por los centros comerciales). Así mismo, por ser una zona en la que existen dos universidades, se han creado diferentes centros Pre-universitarios que atraen jóvenes.

Demográfico: El salón esta dirigido a jóvenes entre 13 y 22 años que pertenezcan a los niveles socioeconómicos B y C. Bajo esta premisa, podemos decir que la población del distrito de Pueblo Libre está compuesta en un 93% de segmentos B y C; además, según datos estadísticos provistos por la misma municipalidad, el distrito cuenta con una gran cantidad de gente joven como se muestra:

CUADRO 17¹⁸

| Grupos de Edades | Población (En miles) | Porcentaje |
|------------------|-------------------------|------------|
| De 0 a 15 años | 16.77 | 21.30% |
| De 15 a 60 años | 47.34 | 63.92% |
| De 60 a mas | 10.94 | 14.78% |

Fuente: Municipalidad de Pueblo Libre

¹⁸ Estadística Poblacional, Página Web del Municipio de Pueblo Libre.

Además, el salón está rodeado de centros comerciales y centros pre-universitarios, los cuales cuentan con una gran afluencia de jóvenes.

4.2.5.2 Mercado potencial

Para estimar nuestro mercado potencial, tomamos inicialmente la población total del distrito de Pueblo Libre, la cual según datos del propio municipio¹⁹ es de 75,054 habitantes.

También usaremos la proporción de adolescentes y jóvenes²⁰ en Lima Metropolitana, la cual es de 16.4%²¹.

Proyectando la tasa de adolescentes y jóvenes en Lima al distrito de Pueblo Libre, tendríamos: $75,054 * 0.164 = 12,308$ jóvenes.

Aplicando la proporción de varones jóvenes de 13 a 22 años, la cual es de 50.67%²², tendríamos: $12,308 * 0.5067 = 6,238$ jóvenes varones.

El salón está ubicado en los alrededores de dos grandes universidades, y de de diversos centros pre-universitarios con lo cual se observa una población flotante²³ de 6,853²⁴, realizando actividades en dicho distrito.

La suma de ambos, servirá para definir nuestro mercado potencial: $6,238 + 6,853 = 13,091$.

La investigación de mercados arrojó que el 29.2% utilizaba o tenía disposición a utilizar juegos en red²⁵. Aplicando dicha tasa a la

¹⁹ http://muniplibre.gob.pe/articulo.aspx?id=tu_ciudad_04

²⁰ El rango de edades comprende de 13 a 20 años.

²¹ Apoyo: Informe Gerencial de Marketing: Perfil del adolescente y el joven, septiembre 2003

²² Webb, Richard y Fernandez Baca, Graciela: Anuario Estadístico Perú en números ed. 2003. Cuanto

²³ Es aquella conformada por jóvenes varones de 17 a 25 años, que realizan actividades, principalmente de estudios, en el distrito de Pueblo Libre

²⁴ Webb, Richard y Fernandez Baca, Graciela: Anuario Estadístico Perú en números ed. 2003. Cuanto.

²⁵ Pregunta N°1 de Cuestionario, ver Página 44

población de jóvenes varones encontrada: $13,091 \cdot 0.292 = 3,823$.
Nuestro mercado potencial está compuesto por 3,823 jóvenes varones.

4.2.5.3 Mercado Disponible

La investigación de mercados arrojó que un 76.9% estaba dispuesto a pagar NS/. 2.00 hasta un máximo de NS/. 3.00²⁶. Aplicando dicha tasa a nuestro mercado potencial, tenemos: $3823 \cdot 0.769 = 2940$.
Nuestro mercado disponible es de 2,940 jóvenes varones.

4.2.5.4 Mercado Efectivo

La empresa se dirige hacia los niveles socioeconómicos B y C, los cuales en el distrito de Pueblo Libre, representan un 93%²⁷. Con lo cual tendríamos: $2,940 \cdot 0.93 = 2735$. El mercado efectivo es de 2,753 jóvenes.

4.2.5.5 Mercado Objetivo

Como empresa buscamos obtener el 5% del mercado efectivo: $2,753 \cdot 0.05 = 138$. Nuestro mercado objetivo está compuesto por 138 jóvenes varones.

4.2.5.6 Demanda futura proyectada: premisas y escenarios del pronóstico de ventas del producto.

La investigación de mercados, mostró como resultados que en promedio una persona asiste 3 veces por semana a salones de juegos en red, utilizando el servicio por una media de 3 horas diarias. Esto nos da, que un usuario promedio utiliza el servicio 9 horas a la semana. Con lo cual la demanda por horas a la semana sería ($138 \cdot 9$) de 1,242 horas semanales. En términos diarios, la demanda sería de 178 horas

²⁶ Pregunta N° 14, ver página 46

²⁷ Dato obtenido en la municipalidad de Pueblo Libre.

diarias para las 138 personas que formarán parte de nuestro mercado objetivo.

El salón permanecerá abierto 12 horas diarias, contando con 20 equipos. Esto nos da una capacidad instalada de 240 horas diarias. Con lo cual estaríamos utilizando aproximadamente el 74% de la capacidad instalada.

Premisas:

1. Población: 138 jóvenes varones.
2. Frecuencia de asistencia: 3 veces por semana.
3. Tiempo de uso: 3 horas diarias.
4. Capacidad Instalada: 240 horas diarias.

Para proyectar el crecimiento de la demanda por el servicio, se utilizó la tasa de crecimiento de los jóvenes de 14 a 22 años en Lima Metropolitana, que es de 2.5%²⁸. Así mismo, debido a esfuerzos de mercadeo de la empresa, se logrará un 2.5% de crecimiento adicional. Por tanto, se ha determinado que el crecimiento total de la demanda por año será 5%.

**CUADRO 18
PROGRAMA DE VENTAS**

| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|-----------------------------------|------|------|------|------|------|
| Usuarios | 138 | 145 | 152 | 160 | 168 |
| Demanda por día (horas) | 178 | 186 | 196 | 205 | 216 |
| Demanda por semana (horas) | 1242 | 1304 | 1369 | 1438 | 1510 |

²⁸ Apoyo: Informe Gerencial de Marketing: Perfil del adolescente y el joven. Septiembre 2003.

4.3 Análisis de la Oferta

4.3.1 Descripción del Mercado de la Oferta

La oferta de salones de juegos en red es fragmentada, los usuarios tienen una distancia límite la cual están dispuestos a recorrer para visitar un salón de juegos. Esto genera que la oferta se encuentre dispersa entre distintas áreas geográficas.

Asimismo existen distintos tipos de oferta, debido a que los salones se adaptan al poder adquisitivo, preferencias de su mercado relevante. De esto último deriva que en distritos con mayor proporción de niveles socio-económicos con mayor poder adquisitivo, se pueda encontrar una oferta con tecnología más avanzada, a un mayor precio.

4.3.2 Variables que afectan la Oferta: tecnología, organización, fuentes de financiamiento, materias primas, etc.

La tecnología es un factor de gran impacto dentro de la oferta, los precios actuales de la tecnología requerida son elevados, debido al desarrollo de los juegos, es importante mantener esta en actualización constante, ya que la obsolescencia tecnológica se da rápidamente en este sector.

Actualmente Perú y EEUU están negociando un tratado de libre comercio, EEUU ha propuesto que los productos de tecnología informática sean desgravados de aranceles inmediatamente (productos que se encuentran en la primera canasta de desgravación).

Las fuentes de financiamiento o líneas de crédito directo por parte de los importadores, existen en esta industria; sin embargo para acceder a el, la empresa debe tener un mínimo de un año de operaciones.

4.3.3 Oferta Histórica y Presente: tecnología, organización, fuentes de financiamiento, materias primas, etc.

Los primeros salones de juegos en red abrieron sus puertas en 1998, inicialmente en Miraflores con el salón de nombre WCG (World Cyber Games) y Planet Games; ambos salones con alrededor de veinticinco equipos cada una. Dichos salones tuvieron gran acogida y pronto tuvieron que ampliar su capacidad instalada, hasta llegar a los 60 módulos en el caso WCG. Posteriormente aparecieron otros salones en la Molina, San Isidro, y otros distritos. En la actualidad los salones buscan auspiciadores para la generación de torneos y competencias.

Como todo producto o servicio de tecnología las empresas buscan maximizar sus utilidades incursionando desde los niveles socioeconómicos más altos hacia los más bajos; lo cual se puede apreciar al observar la variedad que existe en la oferta.

4.3.3.1 Identificación de la competencia

La competencia está compuesta por los otros salones de juegos en red que cuentan con el mismo número de máquinas y cuyas especificaciones técnicas en éstas, son iguales o se aproximan en gran manera a las nuestras, las cuales son: Web4All, NetCom y FastNet.

La competencia potencial está compuesta por todos aquellos salones que aunque no cuentan con el mismo número de máquinas, cuentan con las mismas especificaciones técnicas.

4.3.3.2 Objetivos de la competencia

En general, las empresas líderes buscan maximizar sus utilidades mediante estrategias de posicionamiento en hardware a fin de atraer al mercado de los gamers, la mayoría de usuarios desea jugar contra los mejores.

UnrealNet

Se puede identificar como estrategia de los salones de mayor éxito la de generar la mayor cantidad de usuarios fieles, para alcanzar ese objetivo, recurren a promociones tales como: otorgar tarjetas de acumulación de horas, principalmente. La utilidad de la compañía, no se basa en un precio mayor, sino por volumen de ventas lo cual se traduce en una mayor cantidad de horas de alquiler.

4.3.3.3 Análisis FODA de los principales competidores (Competencia Directa).

Salón de Juegos en Red “Web4All”

Ubicación: Shopping Center San Miguel-stand 220-2 Piso.

| Fortalezas | Debilidades |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> -Posee una gran capacidad instalada (35 equipos). -Es el líder actual en participación de mercado. -Cuenta con una línea de Internet speedy 600. -Se encuentra ubicada en un lugar seguro, segundo piso de Plaza San Miguel, reduce sus costos en seguridad. | <ul style="list-style-type: none"> -No brinda el ambiente que los usuarios desean No hay mesas largas ni la iluminación que desea el usuario. -Sus equipos son Pentium 3, tarjeta de video de 64 Mb, Ram de 256Mb, Mouse tipo scroll. Posee equipos a punto de obsolecer. -Incorre en altos costos de alquiler. |
| Oportunidades | Amenazas |
| <ul style="list-style-type: none"> -El crecimiento del mercado efectivo de los alrededores. -Incremento de centros de estudios con alta población joven en los alrededores. -La industria esta en crecimiento. -Un pronto TLC con USA que permita reducir costos en el corto plazo. | <ul style="list-style-type: none"> -La entrada de nuevos salones de juegos con tecnología más avanzada. -Un pronto TLC, podrían bajar los aranceles de los equipos a tal punto de incentivar a nuevos competidores a la industria |

Salón de Juegos en Red "FastNet"

Ubicación: Shopping Center San Miguel-stand 225-2 Piso.

| Fortalezas | Debilidades |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> -Tiene una línea dedicada de Internet de 1 Mega, lo cual significa una conexión a Internet muy veloz. -Posee algunos equipos Pentium 4. -Esta ubicada en un centro comercial, lo cual es un lugar seguro. | <ul style="list-style-type: none"> -Posee equipos Pentium 3 con tarjeta de video de 64Mb, ram de 256 Mb y Mouse de scroll. -Altos costos de alquiler. -Altos costos fijos de conexión a Internet (\$400 aproximadamente). |
| Oportunidades | Amenazas |
| <ul style="list-style-type: none"> -Crecimiento del mercado efectivo. -Un pronto TLC con USA que permita reducir costos en el corto plazo.. | <ul style="list-style-type: none"> -La entrada de nuevos salones de juegos con tecnología más avanzada. -Un pronto TLC, podrían bajar los aranceles de los equipos a tal punto de incentivar a nuevos competidores a la industria |

Salón de Juegos en Red “NetCom”

Ubicación: Av. General Garzón 1843 Jesús María.

| Fortalezas | Debilidades |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> -Posee los mejores equipos de la industria. -Posee 2 líneas de 1 mega cada una (línea dedicada Telmex). -Posee un ambiente muy cómodo. -Su administrador es uno de los más expertos de la industria. | <ul style="list-style-type: none"> -Incurrir en costos fijos muy altos, alquiler y línea dedicada. -No esta recuperando rápido su inversión ya que cobra S/. 1.5 la hora. |
| Oportunidades | Amenazas |
| <ul style="list-style-type: none"> -Crecimiento del mercado efectivo. -Un pronto TLC con USA que permita reducir costos en el corto plazo. | <ul style="list-style-type: none"> -La entrada de nuevos salones de juegos con tecnología más avanzada. -Un pronto TLC, podrían bajar los aranceles de los equipos a tal punto de incentivar a nuevos competidores a la industria. |

4.3.4 Oferta Futura

Actualmente la oferta en los distritos del centro de la ciudad se ha visto expandida en el último año; lo cual puede generar una saturación del mercado por concentración. Lo cual traería como resultado la disminución de las utilidades.

Por otro lado, los conos de Lima son un sector emergente, que cuenta con una capacidad adquisitiva que había sido subestimada. La apertura de salones en distritos como: Los Olivos, Independencia, San Juan de Miraflores, San Juan de Lurigancho, entre otros. Podría ser rentable, ya que en dichos distritos no existe una adecuada oferta; lo cual puede dar lugar a una demanda insatisfecha, que podría ser rentable.

4.4 Análisis de la comercialización

4.4.1 Producto

El servicio consiste en brindar el servicio de juegos red; los equipos deben ser de alta tecnología, que permitan al el uso de los juegos en conexión a Internet o en red local, sin tener problemas de velocidad en ellos. El alquiler de los equipos sería por tiempo de uso; asimismo se buscará generar un entorno de socialización que también es parte de los beneficios que espera el usuario promedio. Cabe resaltar que el diseño de este producto se basa en la investigación cualitativa y cuantitativa realizada.

Los equipos deberían tener las siguientes características: Tarjeta madre KT4 para AMD, Tarjeta de video de 128 Mb G-force 4 Agp 8x, Memoria Ram 512 Kingstone, Disco Duro 40 GB Seagate, Mouse óptico, audio, Teclado IBM, Monitor 17”.

La conexión a Internet debe ser Speedy 600 KB, la más rápida dentro tecnología ADSL, actualmente.

4.4.2 Precio

Actualmente el precio promedio del mercado es de NS/. 2.00 por hora. Asimismo es el precio que las encuestas señalan en mayor proporción, como el que los usuarios están dispuestos a pagar.

4.4.3 Promoción: de ventas y publicidad

La Publicidad del salón, estará a cargo de un clan (grupo de jugadores), que estará compuesto por los mejores jugadores del lugar; cada uno contará con un polo el cual tendrá estampado el nombre de la cabina y con el nick del grupo, el cual deberán llevar a cada torneo en el que ellos participen. A cambio de esto, se les dará un número de horas gratis para que puedan practicar.

Para promocionar el salón será necesario crear una tarjeta, que permita la acumulación de horas, por las que una vez reunidas, se les otorgará un número, aún no determinado de horas gratis. Así mismo, se les regalará afiches relacionada cada uno de los juegos que ellos usan dentro del salón. Se le permitirá al usuario poder jugar de madrugada, siempre y cuando éste haya reunido el doble del número de horas que se hagan de día.

4.4.4 Plaza

El servicio será ofrecido en el local de la empresa, situado en la Av. Universitaria cuadra 18 – Pueblo Libre, que cuenta con 95 m², el cual cuenta con servicios higiénicos.

La capacidad máxima del local será de 45 computadoras, pero se iniciará sólo con 20. Estas estarán distribuidas en mesas rectangulares de 4 o 5 metros de largo por un metro de ancho; esto permite mayor interacción y comodidad para los usuarios. Inicialmente sólo se instalarán dentro del local cuatro mesas.

El local, contará con un pequeño Snack, donde se expenderán bocaditos, bebidas no alcohólicas y sándwiches, que contará con una persona encargada. Además, dentro del local habrá una persona encargada de atender y brindar apoyo a los usuarios ante cualquier necesidad o duda que presentaran al hacer uso del servicio.

El local estará pintado de tonalidades oscuras y contará con luces violetas, debido a que en la investigación realizada los usuarios manifestaron preferir ese tipo de iluminación, ya que no produce reflejos de luz a la pantalla. Las sillas de las cuales harán uso los clientes, serán giratorias y acolchadas, de tal manera que no se vena incentivados a retirarse por motivos de incomodidad.

4.5 Análisis del Mercado Productor

4.5.1 Criterios de selección

Los criterios de selección de proveedores son los siguientes:

- a. Por Tamaño del proveedor.
- b. Por garantías otorgadas; este criterio es el de mayor importancia a tener en cuenta, ya que las piezas de hardware podrían tener desperfectos o problemas de funcionamiento. Si nuestros proveedores otorgan garantías de buen funcionamiento por un período de tiempo (generalmente un año) esto permite reducir nuestros riesgos y costos, ya que sin una garantía, un desperfecto implica costos adicionales.
- c. Por confianza; este tema fundamental, ya que se puede contar con garantías documentadas, estas en la practica quizás no sean realizadas debido a temas extraeconómicos, que lindan con la falta de ética de algunas empresas, junto con la débil aplicación en nuestro medio. Por dicho motivo el tema de la confianza es importante y sólo se construye con la experiencia, creando vínculos de confianza, con los proveedores.
- d. Por precio; todo agente económico busca reducir costos, sin embargo en esta industria es más importante reducir riesgos que reducir costos, ya que debido a una pieza defectuosa la empresa puede perder cientos de dólares, mientras que las diferencias de precio entre los proveedores no va más allá de unos pocos dólares.

4.5.2 Capacidad y abastecimiento de Software y Hardware

El mercado de hardware está compuesto de cuatro grandes importadores²⁹, los cuales tienen una amplia capacidad de abastecimiento ya que importan grandes volúmenes a fin de reducir costos unitarios. Debido a que este tipo de productos (hardware), si bien no es de consumo masivo, son también demandados por instituciones educativas,

²⁹ Ver Cuadro 13, Página 29

gubernamentales y empresariales. La gran cantidad de volumen importado, implica que no existirían problemas de abastecimiento.

4.5.3 Identificación y condiciones de ventas de los proveedores

Utilizaremos importadores directos, los cuales tienen precios entre diez y veinte por ciento menores a los comercializadores o minoristas.

Estos exigen pago al contado por la venta de sus productos, aunque hay posibilidades de conseguir acceso a crédito, luego de un año de ser cliente frecuente, aunque esto se da sólo en las importadoras de mayor tamaño, como es el caso de Intcomex y Deltron.

4.5.4 Selección de los proveedores y criterios utilizados

La empresa optaría por las distribuidoras Intcomex y Deltron como proveedores, ya que son las empresas de mayor tamaño y las que brindan mayor confianza. Asimismo tienen mejores políticas de garantía (mayor tiempo de garantía de los equipos). Estos dos proveedores ofrecen también menores precios, ya que al tener mayor volumen de importaciones, les permite generar economías de escala, ofreciendo menores precios.

Capítulo V Estudio Técnico

5.1 Tamaño del Proyecto

5.1.1 Tamaño Normal

El salón, contará inicialmente con 20 equipos. De acuerdo a la investigación de mercados, durante el primer año se utilizarán 178 horas diarias. Lo cual nos da un total de 64,080 horas anuales.

5.1.2 Tamaño Máximo

El tamaño máximo del salón está dado por 20 equipos trabajando 12 horas diarias, lo que brinda 300 horas por día de posible servicio a los usuarios. En función a ello la capacidad máxima anual sería de 108,000 horas.

5.1.3 Porcentaje de utilización

El porcentaje de utilización inicial sería de 59%, en relación a la capacidad máxima. La evolución del porcentaje de uso, se muestra en el siguiente cuadro:

**CUADRO 19
PORCENTAJE DE UTILIZACIÓN
(Expresado en Horas Anuales)**

| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|----------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Demanda anual | 64,080 | 67,068 | 70,421 | 73,942 | 77,640 |
| Tamaño máximo | 108,000 | 108,000 | 108,000 | 108,000 | 108,000 |
| Porcentaje de utilización | 59% | 62% | 65% | 68% | 72% |
| Crecimiento del servicio | | 5% | 5% | 5% | 5% |

5.2 Proceso y Tecnología

5.2.1 Procesos

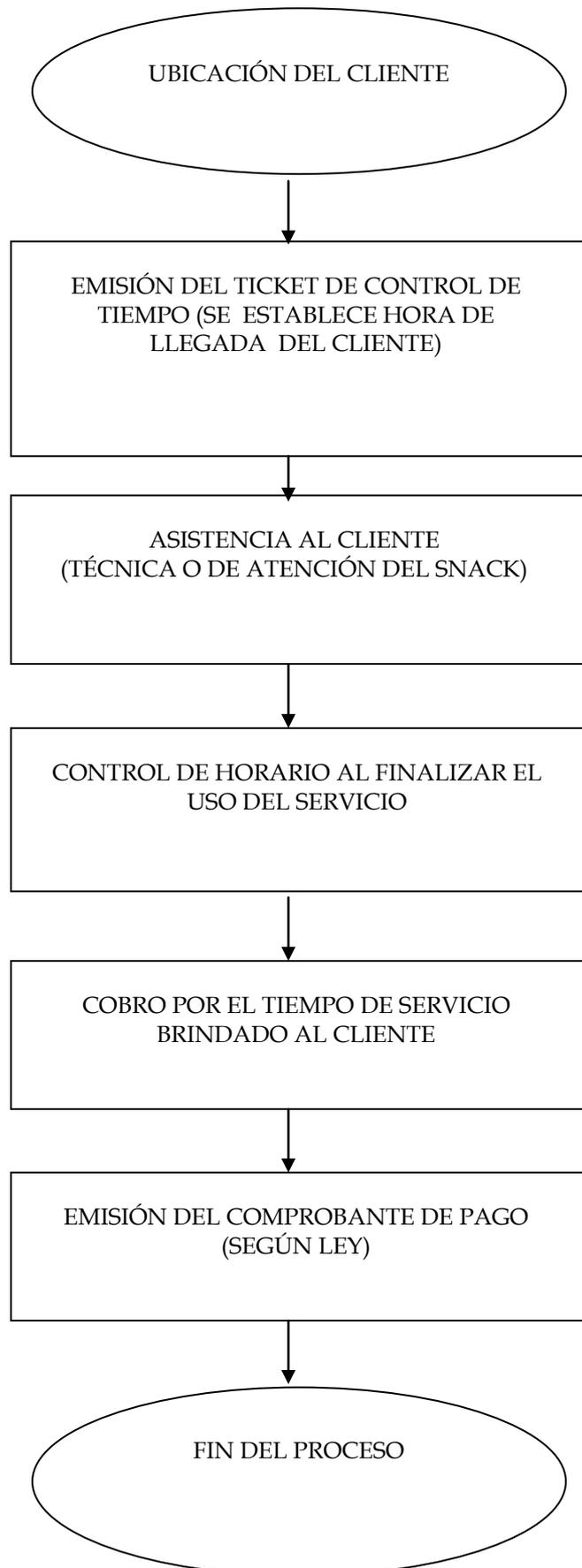
5.2.1.1 Descripción del Proceso

➤ Proceso Operativo:

- Ubicación del cliente: consiste en ubicar al cliente en un equipo. Los equipos se encontrarán permanentemente preparados para su uso.
- Emisión de ticket de control: se emitirán dos ticket indicando la hora de inicio del servicio, uno de ellos para control interno y copia para el usuario.
- Asistencia en caso de ser requerida.
- Control de hora al finalizar el uso: el supervisor registrará la hora de finalización de uso y realizará el cálculo correspondiente a fin de medir el tiempo del servicio utilizado por el usuario.
- Cobro: de acuerdo al tiempo utilizado y a la tarifa vigente, calculará el valor monetario y procederá al cobro.
- Emisión de comprobante: una vez efectuado el cobro, se procederá a emitir el comprobante exigido por ley.

5.2.1.2 Diagrama de Flujo de Comercialización

**DIAGRAMA 1
PROCESO DE SERVICIO**



5.2.1.3 Programa de inventarios

El programa de inventarios estará basado en un criterio de reposición de periféricos. Estos elementos, tienen un rápido desgaste debido al constante uso. Si en algún momento, alguno de estos sufriera un desperfecto, se debe contar con un nivel de inventarios que permita el reemplazo inmediato de dicho equipo; a fin de evitar la inoperatividad de alguna computadora. Por lo que, nuestro programa de inventarios tiene como objetivo mantener un 50% adicional de estos implementos en stock.

**CUADRO 20
EQUIPOS EN INVENTARIO**

| 1 conjunto de periféricos contiene: | 1 audífono, 1 teclado y 1 ratón |
|--|--|
| Número Total equipos | 20 |
| Criterio de Inventarios | 50% |
| conjuntos en inventario | 10 conjuntos |

5.2.1.4 Relación de insumos a utilizar, por producto

Los principales insumos requeridos para brindar el servicio serán: la energía eléctrica e Internet. Puesto que el consumo de Internet es un cargo fijo mensual, nuestro único insumo variable, será la energía eléctrica a utilizar. Para efectos de análisis de costos, dicho insumo, la electricidad; se calculará por hora de utilización de un equipo.

Las computadoras con las que contará el salón, poseen una fuente de poder de 400 vatios por hora. Como se sabe un vatio tiene una equivalencia de 1000 kilovatios, por lo tanto, el consumo en kilovatios por hora, estará dado por $(400/1000)$, lo que es igual a 0.4 kilovatios.

**CUADRO 21
INSUMOS REQUERIDOS
(Por Computadora)**

| Insumos Requeridos (Por Hora) | Características | Horas Requeridas |
|-------------------------------|---------------------------|------------------|
| Energía eléctrica | 0.40KW/hora ³⁰ | 12 horas/día |
| Conexión a Internet | 600 kbps | 12 horas/día |

5.2.1.5 Requerimiento de mano de obra

Se considerará mano de obra directa, aquel trabajador que dentro del salón tenga trato directo con los usuarios, será responsable de la operatividad del servicio, asimismo, estará encargado de atender cualquier solicitud, ya sea consultas del usuario sobre los juegos de los que esté haciendo uso y del servicio de snack.

Nuestra Mano de Obra Indirecta, es aquella que no tiene trato directo con los usuarios; realizando funciones de administración, mantenimiento y vigilancia.

La mano de obra requerida, será la que se muestra en el cuadro siguiente:

**CUADRO 22
REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA**

| Puesto | Cantidad | Tipo |
|--------------------------|----------|------------------------|
| Gerente General | 1 | Gastos Administrativos |
| Supervisor | 2 | MOD |
| Vigilante | 1 | MOI |
| Técnico en Mantenimiento | 1 | MOI |

5.2.2. Equipamiento y tecnología para el proceso

5.2.2.1. Equipos

A continuación, se detallarán los equipos que se utilizarán en el salón de juegos:

³⁰ Fuente Luz del Sur – Consultas Comerciales

**CUADRO 23
REQUERIMIENTO DE EQUIPOS
(En Unidades)**

| Artículo | Cantidad | Características | Vida Útil | Proveedor |
|-------------------|----------|---|-----------|--------------------------|
| Computadoras | 20 | Procesador AMD XP 2800 + | 4 | Intcomex SAC. |
| | 20 | Placa Madre KTA AMD-XP | 4 | Intcomex SAC. |
| | 20 | Memoria Ram DDR Kingston Valueram PC 333-512 MB | 4 | Intcomex SAC. |
| | 20 | Disco Duro Seagate 40 GB | 4 | Intcomex SAC. |
| | 20 | Case Midtower 3160P ATX BEIG/BLUE 400 W | 4 | Intcomex SAC. |
| | 20 | Tarjeta de Video Ati Radeon 9200 128 MB DDR | 4 | Intcomex SAC. |
| | 20 | Tarjeta D-Link 10/100 Fast Eth Wol PCI | 4 | Intcomex SAC. |
| | 20 | Ratón XTECH Optical Scroll 3 botones | 4 | Intcomex SAC. |
| | 20 | Monitor Samsung 17" | 4 | Intcomex SAC. |
| | 20 | Teclado BTC 5213 Multime ESP/PS2 | 4 | Intcomex SAC. |
| | 20 | Audífonos con micrófonos Hurricane 3R | 4 | Intcomex SAC. |
| Siwtch | 1 | Tipo D-Link 24 puertos | 4 | Intcomex SAC. |
| Modem | 1 | Modem DSL | 4 | Telefónica del Perú SAA. |
| Reproductor de CD | 3 | U/CD-R-REGRAB.LG 52X32X52 BULK IDE | 4 | Intcomex SAC. |
| Floppy Drive | 3 | ALPS 3.5" 1.44 MB | 4 | Intcomex SAC. |

5.2.2.2. Herramientas

Las herramientas a usarse para el mantenimiento de los equipos, serán las mencionadas a continuación:

**CUADRO 24
REQUERIMIENTO DE HERRAMIENTAS
(En Unidades)**

| Artículo | Cantidad | Características | Vida Útil | Proveedor |
|--------------------|----------|----------------------------|-----------|---------------------|
| Compresora de aire | 1 | Tanque de 24 lts. | 10 | Ace Home Center SA. |
| | | Fuerza 8 PS | | Ace Home Center SA. |
| | | Manguera de 10 mts. | | Ace Home Center SA. |
| | | Pistola 10 cm. De diámetro | | Ace Home Center SA. |
| desarmadores | 1 | 12 de diversos tipos | -- | Ace Home Center SA. |

5.2.2.3. Mobiliario

Comprende el mobiliario para los equipos y clientes, así como lo necesario para el funcionamiento de un snack dentro del local. El mobiliario que se utilizará será el siguiente

**CUADRO 25
REQUERIMIENTO DE MOBILIARIO
(En Unidades)**

| Artículo | Cantidad | Características | Vida Útil | Proveedor |
|----------------|----------|--|-----------|---------------------|
| Rack | 1 | Metal, color negro | 10 | Intcomex SAC. |
| Mesa | 4 | 4.5 mts. De ancho por 0.80 mts. De largo | 10 | Ace Home Center SA. |
| Modulo Snack | 1 | 2 mts. De ancho por 2 mts. De largo | 10 | |
| Sillas | 25 | Plástico, con acolchado | 10 | Ace Home Center SA. |
| Exhibidores | 2 | Para colocar bocaditos | 10 | |
| Extinguidores | 4 | De 6kgrs. de capacidad | 10 | Cola Fumis EIRL. |
| Reloj de pared | 1 | Manecillas | -- | Ace Home Center SA. |
| Ventilador | 2 | Marca Coolbrize de 3 paletas | 10 | Ace Home Center SA. |

5.2.2.4. Tecnología

La tecnología que se usará, será la siguiente:

- Estructura para red local con diseño para 26 computadores. (Cable 300mts).El cual permitirá la conexión física de las computadoras a fin de establecer la conexión en red local (LAN).
- Configuración de red local. Se efectúa mediante códigos IP, los cuales sirven para denominar a cada computadora dentro de una red.
- Configuración DSL para Internet.
- El acceso a Internet, será, vía Modem DSL modelo 650 HW-31 de 4-puertos, permitiendo la conexión DSL. En la actualidad, la tecnología DSL es la más veloz, ya que permite la transmisión de paquetes de datos; brindando mayor velocidad.

- Se optará por la conexión de 600 Kbps, ya que es la más veloz del mercado, garantizando una velocidad mínima del 10% (60 Kbps).

5.2.3. Terrenos e Inmuebles

5.2.3.1. Descripción del Centro de operaciones

El local está construido de material noble, el área aproximada es de 95 m². Con dimensiones de: 8.30 mts. de ancho y 11.50 mts. de largo aproximadamente. El local tiene sólo una puerta de acceso de 1.20 mts. de ancho; posee un baño interior, el cual cuenta con inodoro y lavadero. También posee conexiones eléctricas en buen estado y medidor de luz.

El mobiliario principal, consiste de cuatro mesas de 4.50 mts. de ancho por 0.80 mts. de largo, éstas se ubicarán una frente a la otra, cada una de ellas tendrá cinco computadoras. Así mismo, contará con 2 ventiladores de techo, ya que se requiere un ambiente fresco para los usuarios y a la vez que permita a las computadoras, no estar a una temperatura mayor a los 45°C. Además, habrá un Snack de 2.00 mts, de ancho por 2.00 mts. de largo, estará ubicado en una esquina dentro del local y estará surtido de diversos tipos de bocaditos y gaseosas, así como de sándwiches.

El cableado de red se extiende a lo largo de las paredes a una altura de 0.40 mts. del piso. Cerca de la puerta de ingreso se encuentra el modulo principal (Snack), donde se ubican el Switch, un teléfono fijo y el módem en un rack ubicado a 1.5 mts. de altura.

5.2.3.2. Plano sin Proyecto

5.2.3.3 Plano con Proyecto: distribución de los equipos y máquinas

5.2.4. Localización

5.2.4.1. Macro Localización

Se tomará en cuenta Lima Metropolitana, debido a que la empresa no expandirá sus operaciones fuera de ese ámbito.

- Equipos: La ciudad de Lima cuenta con numerosos importadores y comercializadores de equipos de cómputo, por tanto el abastecimiento de equipos y partes, no representaría un problema para la empresa.
- Mano de obra: La ciudad de Lima, cuenta con institutos tecnológicos en Computación, lo cual permite contar con disponibilidad de mano de obra calificada.
- Servicios: En la capital, la disponibilidad de servicio técnico, no representa ninguna dificultad, pues en la actualidad existen diversos centros como SENATI, entre otros, que prepara a profesionales en especialidades relacionadas con los aspectos técnicos de las computadoras.
- Electricidad: En la actualidad, Lima Metropolitana, cuenta con servicio eléctrico sin interrupciones, lo cual es fundamental para nuestro proyecto.

5.2.4.2. Micro Localización

- Costo del local: El local tendrá un costo por alquiler de \$400 dólares mensuales que se pagarán por adelantado. La garantía requerida es de 3 meses, por lo cual se deberá abonar \$1200 por adelantado.
- Disponibilidad del local: Dentro del distrito de Pueblo Libre, elegido para la implementación de nuestro proyecto; se localizó una zona disponible para el negocio. Específicamente se encuentra localizado en la cuadra 18 de la avenida Universitaria. Dicha localización cuenta con la zonificación de **Comercial**; lo cual nos permite desarrollar nuestras actividades en ella sin ningún inconveniente. Asimismo, cuenta con todos los servicios necesarios (luz, agua y

teléfono). Debido al carácter comercial de la zona, esta cuenta con seguridad permanente.

Para la elección del local, se utilizó el método cualitativo por puntos. En esta evaluación, el distrito de Pueblo Libre, obtuvo la mejor puntuación; debido a que presentó, condiciones más favorables, en relación a Miraflores y Chorrillos

CUADRO 26
SELECCIÓN DE UBICACIÓN

| Factor | Peso | Pueblo Libre | Miraflores | Chorrillos |
|-------------------------------|-------------|---------------------|-------------------|-------------------|
| Disponibilidad del local | 35% | 8 | 8 | 5 |
| Costo del Alquiler | 30% | 8 | 5 | 8 |
| Concentración Demográfica | 15% | 7 | 7 | 6 |
| Cercanía del Mercado Objetivo | 15% | 9 | 8 | 8 |
| Mano de Obra Disponible | 5% | 9 | 9 | 9 |
| Suma Ponderada | 100% | 8.05 | 7 | 6.7 |

5.3. Diagrama de Gantt del Proyecto

| | Semana 1 | Semana 2 | Semana 3 | Semana 4 | Semana 5 | Semana 6 | Semana 7 | Semana 8 | Semana 9 | Semana 10 | Semana 11 | Semana 12 |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|-----------|
| Estudios del Proyecto | ■ | ■ | | | | | | | | | | |
| Análisis del Mercado | | | ■ | | | | | | | | | |
| Elaboración de Nombre | | | ■ | | | | | | | | | |
| Busqueda y Verificación del Nombre | | | | ■ | | | | | | | | |
| Elaboración de Minuta | | | | | ■ | | | | | | | |
| Elevación de Minuta a Escritura Pública | | | | | ■ | ■ | | | | | | |
| Registro ante SUNAT | | | | | | ■ | | | | | | |
| Legalización de Libros Contables | | | | | | ■ | | | | | | |
| Licencia de Funcionamiento | | | | | | | ■ | ■ | | | | |
| Concertar financiamiento | | | | | | | | ■ | ■ | | | |
| Busqueda y Verificación del Nombre INDECOPI | | | | | | | | | | ■ | | |
| Registro de Marca ante INDECOPI | | | | | | | | | | ■ | | |
| Ambientación del local | | | | | | | | | | | ■ | ■ |
| Compra de Maquinaria y equipos | | | | | | | | | | | ■ | ■ |
| Selección del personal | | | | | | | | | | | ■ | ■ |
| Legalización de Libro de Planilla | | | | | | | | | | | ■ | ■ |

Capítulo VI Estudio Legal

6.1. Forma Societaria

La forma societaria que adoptará el salón de juegos en red, será la de Sociedad Anónima Cerrada (SAC). Se opta por esta modalidad societaria, debido a las características que posee. Principalmente en lo referido a la responsabilidad de los socios, la cual se limita al monto de sus aportaciones; no comprometiendo así su patrimonio personal. Debido a que el volumen de capital requerido no es elevado, se considera dentro del rubro de pequeña y mediana empresa.

El procedimiento que se debe seguir para la constitución de la empresa será el siguiente:

- Búsqueda de la denominación en Registros Públicos.
- Reserva de preferencia registral de la denominación.
- Redacción de la minuta de constitución, con la asesoría de un abogado.
- Elevación de escritura pública por parte del notario.
- Inscripción en registros públicos.

6.2. Licencia de Funcionamiento y Anuncios Publicitarios

6.2.1 Licencia de funcionamiento

De acuerdo a la Ley N° 28015 de Promoción y formalización de la micro y pequeña empresa, se seguirá el siguiente procedimiento:

- Verificación y compatibilidad de uso conforme.
- Certificado de conformidad de establecimiento (Informe favorable de Defensa Civil).
- Solicitud simple dirigida al Alcalde.
- Declaración jurada simple de ser micro o pequeña empresa.
- Copia de Ficha RUC.

- Copia de título de propiedad o copia del contrato de arrendamiento o cesión en uso del establecimiento.
- Copia del DNI del interesado o del representante legal de la empresa.
- Pago de derecho de trámite.

6.2.2 Registro de Marca

Para el registro de un signo distintivo (nombre comercial), se seguirán los siguientes pasos:

- Búsqueda de verificación del nombre comercial y/o del logotipo.
- Recabar formularios de registro de marca.
- Presentación de los formularios debidamente llenados, adjuntando cinco (5) reproducciones del nombre comercial, que no excedan de 5 cms por 5 cms., en un solo plano y en colores según los quisiera proteger.
- Presentar los documentos que acrediten la existencia y representación legal.

6.3. Legislación Laboral³¹

El salón de juegos en red, estará inmerso en la normativa aprobada mediante Texto único Ordenado del Decreto Legislativo N° 728 Ley de Productividad y Competitividad Laboral.

Por otro lado, los contratos de trabajos se realizarán por escrito, consignando en forma expresa su duración y las causas objetivas determinantes de la contratación, así como las demás condiciones de la relación laboral. Se presentará tres copias a la Autoridad Administrativa de Trabajo dentro de los quince días naturales de su celebración, para efectos de su conocimiento y debido registro. Además, se entregará uno de los ejemplares del contrato de trabajo, dentro del término de tres días hábiles contados a partir de la fecha de su presentación la Autoridad Administrativa de Trabajo.

³¹ Caballero Bustamante: Informativo, Síntesis Laboral. 2004

La modalidad a escoger será la de contrato por inicio o incremento de actividad. Esta modalidad se celebra por el inicio de una nueva actividad. Se entiende como una nueva actividad, tanto el inicio de la actividad productiva, como la posterior apertura de nuevos establecimientos. Su duración máxima es de tres años.

Con respecto a las gratificaciones legales, los trabajadores tienen derecho a percibir dos gratificaciones al año, una con motivo de las Fiestas Patrias y la otra con ocasión de la Navidad. Estas se abonarán, la primera quincena del mes de Julio y Diciembre.

Para tener derecho a la gratificación es requisito indispensable que el trabajador se encuentre efectivamente laborando en el mes en que corresponda percibir dicho beneficio o estar en uso del descanso vacacional, de licencia con goce de remuneraciones o percibiendo los subsidios correspondientes (teniendo en cuenta que el empleado estaba laborando desde hace un año o más en la empresa). En caso que el trabajador cuente con menos de seis meses de servicios percibirá en forma proporcional a los meses laborados.

Además, dentro de los derechos con los que debe gozar el empleado, se consideran el descanso de cómo mínimo de veinticuatro horas consecutivas de descanso en cada semana, el que se otorgará, para este caso, el día domingo.

Los trabajadores, tendrán derecho a descanso remunerado en los siguientes días feriados, establecidos por ley:

- Año Nuevo (1° de Enero).
- Jueves y viernes Santos (movible).
- Día del Trabajo (1° de Mayo).
- San Pedro y San Pablo (29 de Junio).
- Fiestas Patrias (28 y 29 de Julio).

- Santa Rosa de Lima (30 de Agosto).
- Combate de Angamos (8 de Octubre).
- Todos los Santos (1° de Noviembre).
- Inmaculada Concepción (8 de Diciembre).
- Navidad del Señor (25 de Diciembre).

Así mismo, dentro de los derechos del empleado se encuentra el de sus vacaciones, los cuales son de 30 días calendarios por cada año completo de servicios. La remuneración vacacional es equivalente a la que el trabajador hubiera percibido habitualmente en caso de continuar laborando.

Se considera que un trabajador tendrá derecho a vacaciones, si cumple con cualquiera de las disposiciones que se detallan a continuación:

- Que realice una jornada mínima de cuatro horas y que haya cumplido dentro del año de servicios el récord correspondiente.
- Que la jornada laboral que realice sea de seis días a la semana. Haber realizado labor efectiva por lo menos doscientos sesenta días en dicho período.
- Trabajadores cuya jornada ordinaria es de cinco días a la semana, haber realizado labor efectiva por lo menos doscientos diez días en dicho período.
- En casos en los que el trabajador sólo labore de tres a cuatro días por semana o sufra paralizaciones temporales autorizadas por la Autoridad Administrativa de Trabajo, los trabajadores tendrán derecho al goce vacacional, siempre que sus faltas injustificadas no excedan de diez días en dicho período.

Por todos los empleados que figuren en la planilla del salón de juegos en red, se deberán realizar los siguientes aportes:

**CUADRO 27
APORTES LEGALES**

| Tipo de Impuesto | Tasa | Aportante |
|------------------|-------|-----------|
| ONP | 13% | Empleado |
| ESSALUD | 9% | Empleador |
| IES | 1.7% | Empleador |
| CTS | 8.33% | Empleador |

Fuente: Ministerio de Trabajo

6.4. Legislación Tributaria³²

Con respecto a los pagos que se realizarán a la Superintendencia de Administración Tributaria (SUNAT), estos serán los siguientes:

a. Impuesto a la Renta

La renta que genera la empresa es una renta de Tercera Categoría con una tasa del 30% sobre su Renta Neta. Por ser una empresa nueva, la ley permite realizar pagos a cuenta de 2% mensual sobre los ingresos netos y regularizar al final del ejercicio.

b. Impuesto General a las Ventas

Según la legislación que rige el pago del Impuesto General a las Ventas (IGV), los ámbitos de aplicación del impuesto son:

- La venta en el país de bienes muebles.
- La prestación o utilización de servicios en el país.
- Los contratos de construcción.
- La primera venta de inmuebles que realicen los constructores de los mismos.

Por tanto, el salón de juegos en red, considerado como servicio que se presta en el país, es una actividad que está gravada y como tal, se debe pagar esta clase de tributo. El nacimiento de la obligación en nuestro caso, según la legislación, se dará en la fecha en que se emita el comprobante de pago.

³² Caballero Bustamante: Informativo, Síntesis Tributaria. Setiembre 2000-Agosto 2001.

6.5 Otros aspectos Legales

6.5.1 Contrato de Alquiler

El contrato de alquiler del local seleccionado incluye las siguientes estipulaciones generales que se definirán más adelante con el arrendador.

➤ Datos de los participantes:

i. Datos del propietario del inmueble (arrendador):

Si es una persona natural: nombre, número de DNI, dirección completa, estado civil, nacionalidad. Si es casado tendrá que incluirse dentro del contrato los datos de su cónyuge.

Si es una persona jurídica: tendrá que ponerse la denominación o razón social, número de RUC, nombre del representante que firma el contrato, número de DNI del representante legal y datos de inscripción del poder del representante en los Registros Públicos.

ii. Datos de la persona que arrienda el inmueble (arrendatario):

Si es una persona natural: nombre, número de DNI, dirección completa, estados civil, nacionalidad. Si es casado tendrá que incluirse dentro del contrato los datos de su cónyuge. Si es una persona jurídica: denominación o razón social, número de RUC, nombre del representante que firma el contrato, número de DNI del representante y datos de inscripción del poder del representante en los Registros Públicos.

➤ Términos del contrato:

i. Dirección del inmueble y número de ficha o tomo del Registro de Propiedad Inmueble donde se encuentra inscrito.

ii. Precio de alquiler, forma y plazo de pago.

iii. Plazo del contrato.

➤ Condiciones generales:

i. Causales de resolución del contrato.

- ii. Obligación del arrendatario de desocupar el inmueble una vez vencido el plazo del contrato o resuelto éste, indicando el plazo para la desocupación.
- iii. Declaración del arrendatario de que recibe el inmueble en buenas condiciones.
- iv. Garantías y/o depósitos realizados por el arrendatario.
- v. Determinar si el arrendatario podrá o no subarrendar el inmueble.
- vi. Determinar quién estará obligado al pago de los impuestos que graven el inmueble.
- vii. Lugar y fecha de firma del contrato.

6.5.2 Registro Único de Contribuyente

El Registro Único del Contribuyente (RUC) es un número que identifica al contribuyente ante la SUNAT. Es de uso obligatorio para cualquier gestión que se realice ante la Administración Tributaria. Deben inscribirse en el RUC las personas naturales y jurídicas o entidades que se encuentren obligadas como contribuyentes o responsables al pago de tributos. A las personas inscritas se les asigna un número, el cual desde el 1 de Enero del 2001 consta de once dígitos. Dicho número tiene carácter permanente y es de uso exclusivo de su titular, Para inscribirse en el RUC, el contribuyente debe conocer previamente la renta que genera, el régimen tributario y/o el tributo que le corresponda como agente retenedor, siempre que inicie sus actividades dentro de los 30 días calendarios siguientes por el Representante Legal³³ (quien no requerirá

³³ Dicho trámite podrá ser efectuado por una persona autorizada, quien además de exhibir los documentos señalados deberá mostrar sus documento de identidad original, presentar carta poder con firma legalizada notarialmente o autenticada por un fedatario de la SUNAT y los siguientes formularios:
Formulario N°2119 “Socilidad de inscripción o comunicación de afectación de tributos”.
Formulario N°2054 “Representantes Legales, Socios de Sociedades de Hecho y/o Integrantes de Asociaciones en Participación”.
Formulario N°2046 “Establecimientos anexos” (en el caso de contar con establecimieto anexo distinto al señalado como domicilio fiscal). La inscripción se realiza con la presentación de los Formularios N°2119, 2054 Y 2046 (éste último se requiere si existen establecimientos anexos).

presentar formularios), siempre que inicie sus actividades dentro de los treinta (30) días calendarios siguientes a la fecha de su inscripción.

Se deberá exhibir:

- Original del documento de identidad del representante legal.
- Original de uno de los siguientes documentos: recibo de agua, luz, telefonía fija, televisión por cable, cuya fecha de vencimiento de pago se encuentre comprendida en los últimos dos meses o la última declaración jurada de predio o auto valúo.
- En el caso de personas jurídicas, exhibir original o copia simple del testimonio de Escritura Pública de Constitución inscrita en los Registros Públicos.
- En el caso de Sociedades Irregulares, Asociación, Fundación y Comité no inscritos, presentar copia simple del pacto social o del testimonio de la escritura pública de Constitución aún no inscrita.
- En los Contratos de Colaboración Empresarial que lleven contabilidad independiente, presentar la copia del contrato mencionado anteriormente.

Capítulo VII Estudio Organizacional

7.1. Puestos de Trabajo

La junta de accionistas estará conformada por los tres socios: Gonzalo Mendieta, Roger Laura y Yessela Castro. Se contarán con los siguientes puestos de trabajo: un gerente general, dos supervisores, un vigilante y un técnico en mantenimiento de hardware.

7.2. Tareas, Funciones y Responsabilidades

1. Gerente General

- Representante Legal del salón de juegos en red.
- Nombrar y controlar al personal que labore dentro de la empresa.
- Formular, coordinar, ejecutar y evaluar el plan de trabajo de cada uno de los empleados.
- Cerciorarse del buen funcionamiento de los equipos.
- Registro diario de ingresos y egresos.
- Realizar las compras de reposición de periféricos.
- Administración de los pagos al personal.
- Realizar pagos operativos: Alquiler, luz, agua, mantenimiento del local.
- Supervisar la contabilidad y pago de impuestos.
- Otorgar permisos al personal.
- Redactar y firmar contratos con el personal.

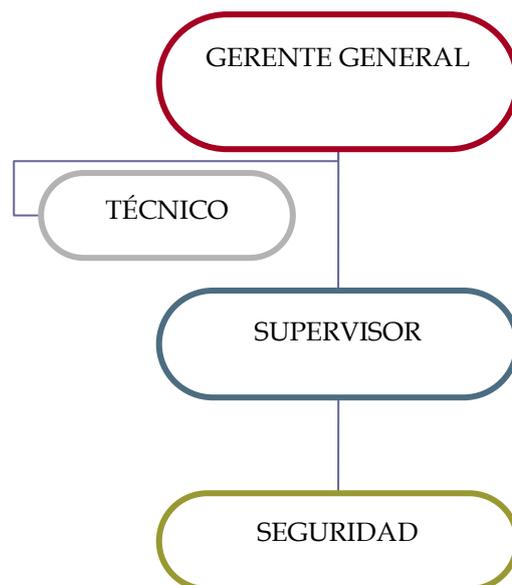
2. Supervisor:

- Apoyo a los clientes.
- Cuidado del orden y limpieza del local.
- Ejecución de programas de seguridad diarios (antivirus, antispyware³⁴).
- Detectar problemas técnicos de las computadoras, comunicando al gerente para su posterior reparación.

³⁴ Spyware: Nuevas infecciones para PC, consistentes en introducción de software espía vía Internet.

- Atención del snack.
 - Supervisar las compras del snack.
 - Cobro a clientes por los servicios prestados.
 - Emitir comprobantes de pago a clientes.
 - Encargado de realizar el arqueo de caja.
3. Vigilante:
- Encargado de la seguridad nocturna del local.
4. Técnico de mantenimiento en hardware:
- Mantenimiento y limpieza de las computadoras.
 - Revisión de conexiones eléctricas.
 - Revisión de conexiones de red.

7.3. Organigrama Funcional



7.4. Aspectos Laborales

7.4.1 Forma de Contratación

La forma de contratación para los distintos cargos, será la siguiente:

**CUADRO 28
FORMA DE CONTRATACIÓN**

| Cargo | Tipo de Contratación |
|--------------------------|----------------------|
| Gerente General | Planilla |
| Supervisores | Planilla |
| Asesor Contable | Honorarios |
| Vigilancia | Honorarios |
| Técnico en mantenimiento | Honorarios |

7.4.2 Régimen Laboral

En materia de jornada de trabajo, es aplicable lo previsto por el Decreto Supremo N° 007-2002-TR “Texto único ordenado del Decreto Legislativo N° 854: Ley de jornada de Trabajo, horario y trabajo en sobre tiempo, modificado por ley N° 27671”.

- Los trabajadores comprendidos en la presente ley, tienen derecho a percibir por lo menos una remuneración mínima vital.³⁵
- Descanso semanal obligatorio y el descanso en días feriado calendario.³⁶
- Tendrán derecho como mínimo a quince días calendario de descanso, por cada año completo de servicios.³⁷
- El importe de indemnización por despido injustificado es equivalente a quince remuneraciones diarias por cada año completo de servicios, con un máximo de ciento ochenta remuneraciones diarias. Las fracciones de año se abonan por dozavos.

³⁵ Régimen Laboral Artículo N° 45

³⁶ Régimen Laboral Artículo N° 47

³⁷ Régimen Laboral Artículo N° 48

- Los trabajadores y conductores de la empresa son asegurados regulares, conforme al artículo primero, de la Ley N° 26790, “Ley de Modernización en Salud”.

7.4.3 Remuneración

La remuneración del personal, será determinada por el directorio en función a variables del mercado y competencia. Los tipos de remuneraciones se dividen en:

- El personal que se encuentra en planilla, tendrá derechos y beneficios sociales otorgados por ley (CTS, ESSALUD, Remuneraciones y vacaciones).
- El personal que será remunerado por Honorarios Profesionales.

La remuneración anual para cada persona que formará parte del personal, será la siguiente:

CUADRO 29
REMUNERACIÓN ANUAL DEL PERSONAL
(Expresado en USD)

| Cargo | Cantidad | Tipo de Contratación | Sueldo Básico Mensual | Sueldo Básico Anual | Gratificación (2 al año) | Sueldo Total Bruto | ONP 13% (Anual) | Sueldo Total Neto |
|-----------------|----------|----------------------|-----------------------|---------------------|--------------------------|--------------------|-----------------|-------------------|
| Gerente General | 1 | Planilla | 237 | 2849 | 475 | 3323 | 432 | 2891 |
| Supervisor | 1 | Planilla | 136 | 1638 | 273 | 1911 | 248 | 1663 |
| Supervisor | 1 | Planilla | 136 | 1638 | 273 | 1911 | 248 | 1663 |
| Contador | 1 | Honorarios | 59 | 712 | 0 | 712 | 0 | 712 |
| Vigilante | 1 | Honorarios | 119 | 1424 | 0 | 1424 | 0 | 1424 |
| Técnico | 1 | Honorarios | 119 | 1424 | 0 | 1424 | 0 | 1424 |
| TOTAL | | | \$ 807 | \$ 9,685 | \$ 1,021 | \$ 10,706 | \$ 929 | \$ 9,778 |

El Sueldo Total Neto, es aquel que la empresa estará otorgándole al trabajador por laborar en la empresa anualmente. Se denomina sueldo neto, porque se le ha descontado el 13% del aporte que debe realizar el trabajador, del cual podrá disponer una vez que se haya jubilado.

Así mismo, por cada una de los trabajadores que se encuentren en planilla, se realizarán los siguientes aportes por parte de la empresa:

CUADRO 30
APORTES POR EMPLEADO³⁸
(Expresado en USD)

| Cargo | Cantidad | Tipo de Contratación | EsSalud 9% | IES 1.7% | Total Aportes |
|-----------------|----------|----------------------|---------------|---------------|---------------|
| Gerente General | 1 | Planilla | 299 | 48 | 348 |
| Supervisor | 1 | Planilla | 172 | 28 | 200 |
| Supervisor | 1 | Planilla | 172 | 28 | 200 |
| TOTAL | | | \$ 643 | \$ 104 | \$ 747 |

Para determina el 9% de lo que se deberá aportar como EsSalud (seguro para el trabajador), al Sueldo Total Bruto, se le ha aplicado dicha tasa mencionada anteriormente, con lo cual pueda gozar de beneficios como atención médica, medicinas, entre otros más. Por otro lado, para determinar la base sobre la cual se debe aportar el Impuesto Extraordinario de Solidaridad (IES), cuya tasa es 1.7%, se ha aplicado sobre el Sueldo Básico Anual (no incluye las gratificaciones que se otorgan en el año).

Otra clase de aporte que la empresa deberá realizar será la que se realiza por Compensación de Tiempo de Servicio (CTS), mediante el cual se le otorga un mes de sueldo básico al trabajador al año. La tasa es de 8.33% la cual se multiplica al sueldo básico mensual, lo que sumado al año debe dar un mes de sueldo básico. Este deberá ser depositado en una cuenta que se le deberá abrir a cada uno de los trabajadores que se encuentran en planilla. Estos depósitos serán en los meses de Mayo y Noviembre, a partir del año 2005. De manera anual se haya de la siguiente manera:

³⁸ No incluye CTS.

**CUADRO 31
CÁLCULO DE CTS
(Expresado en USD)**

| Cargo | Cantidad | Tipo de Contratación | CTS 8.33% |
|-----------------|----------|----------------------|---------------|
| Gerente General | 1 | Planilla | 237 |
| Supervisor | 1 | Planilla | 136 |
| Supervisor | 1 | Planilla | 136 |
| TOTAL | | | \$ 510 |

7.4.4 Horario de Trabajo

El horario de trabajo será el siguiente:

**CUADRO 32
HORARIO DE TRABAJO**

| Cargo | Días | Horario |
|-----------------|-----------------|------------------------|
| Gerente General | Lunes - Sábado | 10:00 a.m. - 6:00 p.m. |
| Supervisor | Lunes - Sábado | 10:00 a.m. - 6:00 p.m. |
| Supervisor | Lunes - Sábado | 3:00 p.m. - 11:00 p.m. |
| Vigilante | Lunes - Domingo | 11:00 p.m. - 7:00 a.m. |
| Contador | Lunes | 11:00 a.m. - 3:00 p.m. |
| Técnico | Mensual | ----- |

El técnico, no tendrá horario de trabajo, ya que sólo visitará la empresa para realizar el mantenimiento respectivo a las computadoras una vez al mes.

7.4.5 Beneficios Sociales

- Gratificaciones: Los trabajadores en planilla recibirán dos gratificaciones al año: una en Fiestas Patrias y otras en Navidad, las mismas que se abonarán en la primera quincena de Julio y Diciembre, equivalente a un sueldo e incluye la remuneración básica y otras cantidades fijas que percibe el trabajador.
- Vacaciones: Las vacaciones son un descanso remunerado legalmente y obligatorio que tienen derecho los trabajadores, para ello se le

otorgarán 30 días de descanso remunerados por cada año cumplido de servicios, computable a partir del mes de ingreso a la empresa.

- **EsSalud:** Al personal que se encuentre en planilla se le debe realizar un pago mensual a ESSALUD, por concepto de seguro social, teniendo una tasa del 9% sobre el sueldo.
- **CTS:** Es la remuneración proporcional al tiempo de servicios prestados que debe abonarse a los empleados que se encuentren en planilla, mensualmente sólo hasta el 1ª de Noviembre del año en curso depositar; ya que a partir de ésta fechas los pagos volverán a ser semestrales (sólo en Noviembre y Mayo de cada año).

7.5. Misión y Visión de la Empresa

Lo que buscará crear la empresa es un compromiso de parte de los empleados, que lleve a la lealtad de la visión y misión trazadas; de tal manera que se lleguen a satisfacer las necesidades de los clientes. Estas son:

Visión:

Convertirnos en el salón más destacado en Lima, debido a su innovación tecnológica constante y buen servicio.

Misión:

Ser el salón de juegos, en red más conocido dentro del distrito y distritos colindantes.

Capítulo VII Estudio de Inversiones, Financiamiento, Ingreso y Costos

8.1. Inversiones

El total de la inversión inicial ascenderá a USD \$21853, cuya estructura se detallará en el desarrollo del presente capítulo.

Además, debido al servicio que brindaremos, y a la política de innovación tecnológica de nuestra empresa; será necesario realizar inversiones adicionales, en software y hardware anualmente.

8.1.1 Inversión en Activo Fijo

El costo total por computadora será de USD \$695 (incluido IGV), el cual se desglosa de la manera siguiente:

CUADRO 33³⁹
COSTO POR COMPUTADORA
(Expresado en USD)

| Especificaciones | Valor Venta | IGV | Total |
|---|---------------|---------------|---------------|
| Placa Madre KTA AMD-XP | 81 | 15 | 96 |
| Procesador AMD XP 2800 + | 123 | 23 | 147 |
| Memoria Ram DDR Kingston Valueram PC 333-512 MB | 110 | 21 | 131 |
| Tarjeta de Video Ati Radeon 9200 128 MB DDR | 55 | 11 | 66 |
| Tarjeta D-Link 10/100 Fast Eth Wol PCI | 6 | 1 | 7 |
| Disco Duro Seagate 40 GB | 56 | 11 | 67 |
| Case Midtower 3160P ATX BEIG/BLUE 400 W | 22 | 4 | 26 |
| Teclado BTC 5213 Multime ESP/PS2 | 6 | 1 | 7 |
| Ratón XTECH Optical Scroll 3 botones | 5 | 1 | 6 |
| Audífonos con micrófonos Hurricane 3R | 2 | 0.30 | 2 |
| Monitor Samsung 17" | 117 | 22 | 139 |
| TOTAL | \$ 584 | \$ 111 | \$ 695 |

³⁹ Ver Anexo 9, Proforma de Costo por Computadora

Asimismo, el costo de 20 computadoras será de USD13,904 , como se muestra en el siguiente cuadro:

CUADRO 34
INVERSIÓN TOTAL EN COMPUTADORAS
(Expresado en USD)

| Especificaciones | Valor Venta | IGV | Total |
|---|--------------------|-----------------|------------------|
| Placa Madre KTA AMD-XP | 1618 | 307 | 1925 |
| Procesador AMD XP 2800 + | 2463 | 468 | 2931 |
| Memoria Ram DDR Kingston Valueram PC 333-512 MB | 2201 | 418 | 2620 |
| Tarjeta de Video Ati Radeon 9200 128 MB DDR | 1108 | 211 | 1319 |
| Tarjeta D-Link 10/100 Fast Eth Wol PCI | 124 | 24 | 148 |
| Disco Duro Seagate 40 GB | 1126 | 214 | 1340 |
| Case Midtower 3160P ATX BEIG/BLUE 400 W | 440 | 84 | 524 |
| Teclado BTC 5213 Multime ESP/PS2 | 126 | 24 | 150 |
| Ratón XTECH Optical Scroll 3 botones | 108 | 20 | 128 |
| Audífonos con micrófonos Hurricane 3R | 32 | 6 | 38 |
| Monitor Samsung 17" | 2337 | 444 | 2781 |
| TOTAL | \$ 11,684 | \$ 2,220 | \$ 13,904 |

También se invertirá en otros activos necesarios para el funcionamiento del salón, principalmente en mobiliario y herramientas. Dicha información se detalla en el siguiente cuadro:

CUADRO 35
INVERSIÓN EN OTROS ACTIVOS
(Expresado en USD)

| Especificaciones | Valor Venta | IGV | Total |
|---|-----------------|---------------|-----------------|
| 1 Switch 24 puertos D-link | 85 | 16 | 101 |
| 1 Modem Zyxxel Modelo 650 HW - 31 | 45 | 9 | 54 |
| 3 floppy 1.44 MB | 20 | 4 | 23 |
| 3 Regrabadoras de CD | 85 | 16 | 102 |
| 1 Máquina compresora Power Machine 2 HB ⁴⁰ | 97 | 18 | 115 |
| 1 set de desarmadores Stanley ⁴¹ | 6 | 1 | 7 |
| 1 Rack para Switch y Modem | 45 | 9 | 54 |
| 2 ventiladores de techo ⁴² | 30 | 6 | 36 |
| Micro componente audio system dual ⁴³ | 87 | 17 | 104 |
| Reloj de pared ⁴⁴ | 5 | 1 | 6 |
| 1 modulo de snack ⁴⁵ | 212 | 40 | 252 |
| 4 Extintores ⁴⁶ | 107 | 20 | 127 |
| 4 mesas ⁴⁷ | 499 | 95 | 593 |
| 25 sillas ⁴⁸ | 186 | 35 | 222 |
| TOTAL | \$ 1,509 | \$ 287 | \$ 1,795 |

La inversión total en activos asciende a:

CUADRO 36
INVERSIÓN TOTAL EN ACTIVOS
(Expresado en USD)

| Especificaciones | Valor Venta | IGV | Total |
|----------------------------------|------------------|-----------------|------------------|
| Inversión Total en Computadoras | 11684 | 2220 | 13904 |
| Inversión Total de Otras Activos | 1509 | 287 | 1795 |
| TOTAL | \$ 13,192 | \$ 2,507 | \$ 15,699 |

⁴⁰ Ver Anexo 13

⁴¹ Ver Anexo 13

⁴² Ver Anexo 13

⁴³ Ver Anexo 13

⁴⁴ Ver Anexo 13

⁴⁵ Ver Anexo 10

⁴⁶ Ver Anexo 11

⁴⁷ Ver Anexo 12

⁴⁸ Ver Anexo 13

8.1.2 Inversión Activo Intangible

8.1.2.1 Gastos de Constitución

La desagregación de los gastos de constitución de la empresa, se muestran en el siguiente cuadro:

CUADRO 37
GASTOS DE CONSTITUCIÓN
(Expresado en USD)

| Gastos de Constitución | Valor | IGV | Total |
|---|-----------------|---------------|-----------------|
| Minuta de Constitución ⁴⁹ | 84 | 16 | 100 |
| Gastos Notariales ⁵⁰ | 112 | 21 | 133 |
| Búsqueda de Razón Social | 1 | 0 | 1 |
| Reserva de Razón Social | 12 | 2 | 14 |
| Inscripción en Registros Públicos | 65 | 12 | 77 |
| Compra de Libros Contables ⁵¹ | 29 | 5 | 34 |
| Legalización de Libros Contables | 52 | 10 | 62 |
| Autorización de impresión de comprobantes de pago | GRATUITO | GRATUITO | GRATUITO |
| Obtención de RUC | GRATUITO | GRATUITO | GRATUITO |
| Supervisión del proyecto | 210 | 40 | 250 |
| Formulación del proyectos | 420 | 80 | 500 |
| Autorización de Libro de Planilla | 4 | 1 | 5 |
| Servicio de búsqueda de nombre INDECOPI ⁵² | 10 | 2 | 12 |
| Búsqueda por figura o logotipo INDECOPI | 13 | 2 | 15 |
| Formularios para registrar el nombre en INDECOPI | GRATUITO | GRATUITO | GRATUITO |
| Registro de marca en INDECOPI | 109 | 21 | 130 |
| Registro Patronal | 27 | 5 | 32 |
| TOTAL | \$ 1,148 | \$ 218 | \$ 1,367 |

8.1.2.2 Gastos de Licencia

Los gastos necesarios para la obtención de la licencia de funcionamiento, se detallan a continuación:

⁴⁹ Ver Anexo 14

⁵⁰ Ver Anexo 15

⁵¹ Ver Anexo 16

⁵² Ver Anexo 17

CUADRO 38
GASTOS DE LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO
(Expresado en USD)

| Gastos de Licencia | Valor | IGV | Total |
|---|--------------|--------------|---------------|
| Verificación de Zonificación y compatibilidad de uso conforme | 26 | 5 | 31 |
| Certificado de conformidad de establecimiento | 17 | 3 | 20 |
| Informe favorable de Defensa Civil | 28 | 5 | 33 |
| Derecho de trámite de Licencia provisional | 26 | 5 | 31 |
| TOTAL | \$ 97 | \$ 18 | \$ 115 |

8.1.2.3 Otros Gastos Intangibles

La Garantía que se dejará por el local será considerada un intangible. Esta garantía será por tres meses, la suma total ascenderá a \$1,200⁵³. También se considerará como gasto intangible, la adecuación del local, los cuales ascienden a USD \$500 (sin IGV).

El software a usar consistente en juegos, antivirus y sistema operativo que tendrá cada computadora, formará parte del gasto de intangible.

8.1.2.4 Total Gasto Intangible

CUADRO 39
GASTO TOTAL EN INTANGIBLES
(Expresado en USD)

| Especificaciones | Valor | IGV | Total |
|---------------------------------|-----------------|---------------|-----------------|
| Total de Gastos de Constitución | 1148 | 218 | 1367 |
| Total de Gastos de Licencia | 97 | 18 | 115 |
| Garantía del Local | 1200 | 0 | 1200 |
| Ambientación del Local | 420 | 80 | 500 |
| Software | 1191 | 226 | 1418 |
| TOTAL | \$ 4,057 | \$ 542 | \$ 4,599 |

⁵³ Ver Anexo 8

8.1.3 Inversión en capital de trabajo

Las premisas que se usarán para establecer el capital de trabajo para la empresa serán las premisas:

- La caja mínima⁵⁴, serán 4 días de las ventas de la empresa.
- Materiales Directos:
 - Todos los años dentro de éste rubro se requerirá que existan 10 set de periféricos.
 - Así mismo, se requerirá tener un equivalente a un mes de pago de Internet⁵⁵ (considerando el precio del servicio con IGV), por ser uno de nuestros insumos directos.
 - Además, se necesitará tener un equivalente a un mes de luz⁵⁶ (el precio del servicio incluido IGV).
- Mano de Obra Directa⁵⁷: siempre deberemos tener un mes de pago de mano de obra (derivada del sueldo básico mensual), para poder cubrir el pago de los dos supervisores.
- Materiales Indirectos⁵⁸: se deberá cubrir lo siguiente:
 - Un mes de Agua de la empresa.
 - Materiales de Limpieza.
 - Materiales Diversos (son los gastos en útiles de oficina y útiles de aseo para el personal).
- Mano de Obra Indirecta⁵⁹: Se necesita tener el equivalente al pago de un mes del vigilante y el técnico encargado de las computadoras.

⁵⁴ Ver Cuadro 47, Página 102

⁵⁵ Ver Cuadro 50, Página 104

⁵⁶ Ver Cuadro 50, Página 104

⁵⁷ Ver Cuadro 29, Página 86

⁵⁸ Ver Cuadro 52, Página 105

⁵⁹ Ver Cuadro 52, Página 105

CUADRO 40
CAPITAL DE TRABAJO
(Expresado en USD)

| DESCRIPCIÓN | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| CAJA MINIMA | \$ 414 | \$ 440 | \$ 462 | \$ 485 | \$ 509 |
| MATERIALES DIRECTOS: | | | | | |
| 10 set de periféricos | 158 | 161 | 164 | 168 | 171 |
| Internet | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Luz | 325 | 325 | 325 | 325 | 325 |
| TOTAL MATERIALES DIRECTOS | \$ 583 | \$ 586 | \$ 589 | \$ 593 | \$ 596 |
| | | | | | |
| MANO DE OBRA DIRECTA | \$ 277 |
| | | | | | |
| MATERIALES INDIRECTOS: | | | | | |
| Materiales Diversos | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| Agua | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 |
| Materiales de Limpieza | 13 | 13 | 13 | 13 | 13 |
| MATERIALES INDIRECTOS: | \$ 43 |
| | | | | | |
| MANO DE OBRA INDIRECTA: | | | | | |
| Vigilante | 119 | 119 | 119 | 119 | 119 |
| Técnico de Mantenimiento de Computadoras | 119 | 119 | 119 | 119 | 119 |
| TOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA | \$ 238 |
| | | | | | |
| TOTAL CAPITAL DE TRABAJO | \$ 1,555 | \$ 1,583 | \$ 1,608 | \$ 1,635 | \$ 1,662 |
| | | | | | |
| VARIACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO | \$ 1,555 | \$ 28 | \$ 25 | \$ 27 | \$ 27 |

8.1.4 Total inversiones:

El total de inversiones para la operatividad del negocio es:

CUADRO 41
INVERSIÓN AÑO 2004
(Expresado en USD)

| Especificaciones | Valor | IGV | Total |
|--------------------|------------------|-----------------|------------------|
| Activo Fijo | 13192 | 2507 | 15699 |
| Capital de Trabajo | 1555 | 0 | 1555 |
| Intangibles | 4057 | 542 | 4599 |
| Total | \$ 18,804 | \$ 3,049 | \$ 21,853 |

Debido al giro de nuestro negocio, el cual cuenta con un alto grado de obsolescencia tecnológica, se necesitará realizar inversiones adicionales

de hardware y software, Dichas inversiones, serán realizadas en diciembre de los años señalados en el siguiente cuadro.

CUADRO 42
INVERSIONES ADICIONALES EN SOFTWARE Y HARDWARE
(Expresado en USD)

| Especificaciones/Año | 2006 | | | 2007 | | | 2008 | | | 2009 | | |
|--------------------------|----------------|---------------|----------------|---------------|---------------|----------------|----------------|---------------|----------------|--------------|-------------|--------------|
| | Valor | IGV | Total | Valor | IGV | Total | Valor | IGV | Total | Valor | IGV | Total |
| Memorias 512 MB | 2201 | 418 | 2619 | | | | 2201 | 418 | 2619 | | | |
| Tarjetas de video 256 MB | 2000 | 380 | 2380 | | | | | | | | | |
| Software | 990 | 188 | 1178 | 990 | 188 | 1178 | 990 | 188 | 1178 | 50 | 9 | 59 |
| TOTAL | \$ 5191 | \$ 986 | \$ 6177 | \$ 990 | \$ 188 | \$ 1178 | \$ 3191 | \$ 606 | \$ 3797 | \$ 50 | \$ 9 | \$ 59 |

8.1.5 Cronograma de desembolsos de las inversiones

El programa de inversiones adicionales, estará sujeto a un criterio de obsolescencia tecnológica. En la industria de los juegos en red las tendencias son marcadas por el software; es decir, por las distintas aplicaciones de juegos de red local o Internet.

Al identificarse en el mercado una nueva tendencia (o un nuevo juego), se debe reconocer las exigencias de hardware que tiene dicha aplicación, es decir, si el software exige mayor memoria, procesador más veloz, o tarjeta de video superior.

Los cambios que se podrían requerir con respecto al hardware, a fin de aprovechar óptimamente las ventajas del nuevo software; según recomendaciones de los conocedores de la industria, generalmente se dan, aproximadamente cada 2 años.

**CUADRO 43
CRONOGRAMA DE DESEMBOLO DE INVERSIONES**

| Insumos / Semestres | 2005 | 2005 | 2006 | 2006 | 2007 | 2007 | 2008 | 2008 | 2009 | 2009 |
|-------------------------|------|------|------|------------------|------|------|------|------------------|------|------|
| | I | II | I | II ⁶⁰ | I | II | I | II ⁶¹ | I | II |
| Memoria ram 512 mb | | | | 20 | | | | 20 | | |
| Tarjeta de Video 256 MB | | | | 20 | | | | | | |
| Software antivirus | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | |
| Software de juegos | 2 | | 2 | | 2 | | 2 | | 2 | |

8.2. Financiamiento

8.2.1 Estructura de Capital

La estructura deuda capital con la que contará el proyecto para su financiamiento será de 50% de deuda y 50% de capital propio. La estructura de capital, se muestra en el siguiente cuadro:

**CUADRO 44
ESTRUCTURA DE DEUDA-CAPITAL
(Expresado en USD)**

| Especificaciones | Aporte | Préstamo | Total |
|--------------------------------|------------------|------------------|------------------|
| Activo Fijo | 4699 | 11000 | 15699 |
| Capital de Trabajo | 1555 | | 1555 |
| Intangibles | 4599 | | 4599 |
| Total | \$ 10,853 | \$ 11,000 | \$ 21,853 |
| En término Porcentuales | 50% | 50% | 100% |

8.2.2 Datos Generales de las Fuentes de Financiamiento

El Banco Internacional del Perú se fundó el 01 de mayo de 1897, e inició sus operaciones el 17 del mismo mes. El 20 de julio de 1994 un grupo financiero liderado por el Dr. Carlos Rodríguez-Pastor Mendoza, e integrado por grandes inversionistas como Nicholas Brady (ex Secretario del Tesoro de los EEUU), entre otros, se convirtió en el principal accionista del banco al adquirir el 91% de las acciones disponibles.

⁶⁰ A realizarse en diciembre de dicho año.

⁶¹ A realizarse en diciembre de dicho año.

En 1996 se decidió cambiar el nombre a Interbank. Adicionalmente, Interbank decidió ser el primero en acercarse al cliente a través de sus tiendas ubicadas en la cadena de supermercados E. Wong y Metro.

Su sede principal, llamada Torre Interbank, se encuentra ubicada entre las avenidas Javier Prado y Paseo de la República. Actualmente cuenta con 36 agencias en la ciudad de Lima y 25 agencias en el interior del país.

8.2.3 Criterios de selección de las fuentes de financiamiento

CUADRO 45
CONDICIONES DE LAS POSIBLES FUENTES DE FINANCIAMIENTO

| Rubro | Banco de Crédito del Perú | INTERBANK ⁶² |
|---|---|---|
| Financiamiento: Inversión en Activo Fijo | Plazo de Pago : 1 Año TEAMEX : 35% Frecuencia de las cuotas: Mensuales Período de Gracia : 1 Mes | Plazo de Pago : 2 Años TEAMEX : 17% ⁶³ Frecuencia de las cuotas : Mensuales Período de Gracia : Ninguno |
| Financiamiento: Inversión en Capital de Trabajo | Plazo de Pago : 1 Año TEAMEX : 40% Frecuencia de las cuotas: Mensuales Período de Gracia: Ninguno | Plazo de Pago : 1 Año TEAMEX : 36% Frecuencia de las cuotas: Mensuales Período de Gracia: Ninguno |

Como se muestra en el cuadro se ha elegido al Banco Interbank, con la finalidad de poder financiar el 50% de nuestro proyecto, basado en los siguientes criterios: cuenta con una menor TEAMEX que la que nos ofrece el Banco de Crédito (pero por ésta se deberá dejar una garantía que en nuestro caso será el de un departamento de el distrito de Pueblo Libre); así mismo, el plazo de pago es mayor (3 años), lo que nos permite que el monto de las cuotas sean menores.

⁶² Ver Anexo 18

⁶³ Esta Tasa de Interés requiere de una **Garantía Hipotecaria**, la cual será un departamento ubicado en el distrito de Pueblo Libre.

8.2.4 Financiamiento del activo fijo, del capital de trabajo e intangibles

El activo fijo se financiara mediante el banco Interbank, por un monto de \$11,000 dólares. El restante de la inversión fija, capital de trabajo e intangibles será cubierto por aporte propio de los accionistas; esto debido a que para los accionistas, las condiciones para el financiamiento del capital de trabajo es demasiado oneroso.

8.2.5 Cuadro de Amortización de la Deuda

CUADRO 46
AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA
(Expresado en USD)

| Período | Cuota | Amortización | Interés | Saldo |
|---------|-------|--------------|---------|-------|
| 0 | | | | 11000 |
| 1 | 386 | 241 | 145 | 10759 |
| 2 | 386 | 244 | 142 | 10515 |
| 3 | 386 | 247 | 138 | 10268 |
| 4 | 386 | 250 | 135 | 10018 |
| 5 | 386 | 254 | 132 | 9764 |
| 6 | 386 | 257 | 129 | 9507 |
| 7 | 386 | 260 | 125 | 9246 |
| 8 | 386 | 264 | 122 | 8982 |
| 9 | 386 | 267 | 118 | 8715 |
| 10 | 386 | 271 | 115 | 8444 |
| 11 | 386 | 274 | 111 | 8170 |
| 12 | 386 | 278 | 108 | 7892 |
| 13 | 386 | 282 | 104 | 7610 |
| 14 | 386 | 285 | 100 | 7325 |
| 15 | 386 | 289 | 96 | 7035 |
| 16 | 386 | 293 | 93 | 6742 |
| 17 | 386 | 297 | 89 | 6445 |
| 18 | 386 | 301 | 85 | 6145 |
| 19 | 386 | 305 | 81 | 5840 |
| 20 | 386 | 309 | 77 | 5531 |
| 21 | 386 | 313 | 73 | 5218 |
| 22 | 386 | 317 | 69 | 4901 |
| 23 | 386 | 321 | 65 | 4580 |
| 24 | 386 | 325 | 60 | 4255 |
| 25 | 386 | 330 | 56 | 3925 |
| 26 | 386 | 334 | 52 | 3591 |
| 27 | 386 | 338 | 47 | 3253 |
| 28 | 386 | 343 | 43 | 2910 |
| 29 | 386 | 347 | 38 | 2563 |
| 30 | 386 | 352 | 34 | 2211 |
| 31 | 386 | 357 | 29 | 1854 |
| 32 | 386 | 361 | 24 | 1493 |
| 33 | 386 | 366 | 20 | 1127 |
| 34 | 386 | 371 | 15 | 756 |
| 35 | 386 | 376 | 10 | 381 |
| 36 | 386 | 381 | 5 | 0 |

8.3. Ingresos

8.3.1 Ingresos por ventas:

Debido al bajo precio del servicio, todos los ingresos serán únicamente al contado; es decir, no tendremos cuentas por cobrar.

**CUADRO 47
INGRESOS POR VENTAS
(Expresado en USD)**

| Especificaciones | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|-----------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Usuarios (número personas) | 138 | 145 | 152 | 160 | 168 |
| Demanda por día (horas) | 178 | 186 | 196 | 205 | 216 |
| Horas Consumidas por semana | 1242 | 1304 | 1369 | 1438 | 1510 |
| Precio sin IGV | 0.50 | 0.50 | 0.50 | 0.50 | 0.50 |
| Valor Venta | 31771 | 33714 | 35400 | 37170 | 39028 |
| IGV | 6036 | 6406 | 6726 | 7062 | 7415 |
| TOTAL | \$ 37,807 | \$ 40,120 | \$ 42,126 | \$ 44,232 | \$ 46,444 |

8.3.2 Recuperación de Capital de Trabajo

El capital recuperable al final de la vida útil del proyecto, será el capital de trabajo requerido durante el desarrollo de este. Debido a que las ventas se realizan únicamente al contado la recuperación del capital de trabajo se dará al finalizar el proyecto.

**CUADRO 48⁶⁴
RECUPERACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO
(Expresado en USD)**

| Descripción | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|----------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Total Capital de Trabajo | \$ 1,555 | \$ 1,583 | \$ 1,608 | \$ 1,635 | \$ 1,662 |
| Variación del Capital de Trabajo | \$ 1,555 | \$ 28 | \$ 25 | \$ 27 | \$ 27 |

8.3.3. Valor de Desecho Neto del activo fijo

⁶⁴ Ver Cuadro 40, Página 96

CUADRO 49
VALOR DE DESECHO NETO DEL ACTIVO FIJO
(Expresado en USD)

| Descripción | Valor Unitario | Total sin IGV | Tasa Depreciación | Depreciación Anual | Depreciación Acumulada | Valor Libros | Valor de Mercado | VM | UAIT | IR | VS |
|--|----------------|---------------|-------------------|--------------------|------------------------|--------------|------------------|------|------|------|------|
| Placa Madre KTA AMD-XP | 81 | 1618 | 25% | 404 | 1618 | 0 | 2% | 32 | 32 | 10 | 23 |
| Procesador AMD XP 2800 + | 123 | 2463 | 25% | 616 | 2463 | 0 | 2% | 49 | 49 | 15 | 34 |
| Memoria Ram DDR Kingston Valueram PC 333-512MB | 110 | 2201 | 25% | 550 | 2201 | 0 | 2% | 44 | 44 | 13 | 31 |
| Tarjeta D-Link 10/100 Fast Eth Wol PCI | 6 | 124 | 25% | 31 | 124 | 0 | 2% | 2 | 2 | 1 | 2 |
| Disco Duro Seagate 40 GB | 56 | 1126 | 25% | 282 | 1126 | 0 | 2% | 23 | 23 | 7 | 16 |
| Teclado BTC 5213 Multime ESP/PS2 | 6 | 126 | 25% | 31 | 126 | 0 | 2% | 3 | 3 | 1 | 2 |
| Ratón XTECH Optical Scroll 3 botones | 5 | 108 | 25% | 27 | 108 | 0 | 2% | 2 | 2 | 1 | 2 |
| Audífonos con micrófonos Hurricane 3R | 2 | 40 | 25% | 10 | 40 | 0 | 2% | 1 | 1 | 0 | 1 |
| Case Midtower 3160P ATX BEIG/BLUE 400 W | 22 | 440 | 25% | 110 | 440 | 0 | 2% | 9 | 9 | 3 | 6 |
| Monitor Samsung 17 " | 117 | 2337 | 25% | 584 | 2337 | 0 | 2% | 47 | 47 | 14 | 33 |
| Memoria RAM Kingston 512 mb (2006) | 110 | 2201 | 25% | 550 | 1651 | 550 | 10% | 220 | -330 | -99 | 319 |
| Memoria RAM Kingston 512 mb (2008) | 110 | 2201 | 25% | 550 | 550 | 1651 | 50% | 1101 | -550 | -165 | 1266 |
| Tarjeta de Video Ati Radeon 9200 128 MB DDR | 55 | 1108 | 25% | 277 | 1108 | 0 | 25% | 277 | 277 | 83 | 194 |
| Tarjeta de Video 256 mb | 100 | 2000 | 25% | 500 | 1500 | 500 | 10% | 200 | -300 | -90 | 290 |
| 1 Switch 24 puertos D-link | 85 | 85 | 0% | 0 | 0 | 85 | 2% | 2 | -83 | -25 | 27 |
| 1 Modem Zyxzel Modelo 650 HW - 31 | 45 | 45 | 0% | 0 | 0 | 45 | 2% | 1 | -44 | -13 | 14 |
| 3 floppy 1.44 MB | 7 | 20 | 0% | 0 | 0 | 20 | 2% | 0 | -19 | -6 | 6 |
| 3 Regrabadoras de CD | 28 | 85 | 0% | 0 | 0 | 85 | 2% | 2 | -83 | -25 | 27 |
| 1 Máquina compresora Power Machine 2 HB | 97 | 97 | 0% | 0 | 0 | 97 | 10% | 10 | -87 | -26 | 36 |
| 1 Set de desarmadores Stanley | 6 | 6 | 0% | 0 | 0 | 6 | 0% | 0 | -6 | -2 | 2 |
| 1 Rack para Switch y Modem | 45 | 45 | 0% | 0 | 0 | 45 | 0% | 0 | -45 | -14 | 14 |
| 2 Ventiladores de techo | 15 | 30 | 0% | 0 | 0 | 30 | 10% | 3 | -27 | -8 | 11 |
| Microcomponente audio system dual | 87 | 87 | 0% | 0 | 0 | 87 | 10% | 9 | -78 | -23 | 32 |
| 4 Mesas | 125 | 499 | 0% | 0 | 0 | 499 | 5% | 25 | -474 | -142 | 167 |
| 25 Sillas | 7 | 186 | 0% | 0 | 0 | 186 | 5% | 9 | -177 | -53 | 62 |
| 1 Modulo de snack | 212 | 212 | 0% | 0 | 0 | 212 | 5% | 11 | -201 | -60 | 71 |

8.4. Costos y Gastos

8.4.1 Egresos Desembolsables

8.4.1.1. Costos de Insumos Directos

El insumo variable necesario para brindar el servicio, será la energía eléctrica utilizada para el funcionamiento de las computadoras.

Siendo el costo del kilovatios/hora de NS/. 0.3452⁶⁵ ó USD \$0.1024. Cada computadora posee una fuente de 400 vatios⁶⁶; siendo el consumo de electricidad por hora de cada equipo, de 0.40 kilovatios.

El costo de electricidad por hora de cada equipo será de $0.40 \times 0.1024 = 0.04096$ USD. El costo de electricidad por hora de todos los equipos será de $0.04096 \times 20 = 0.8192$ USD.

CUADRO 50
COSTO DE INSUMOS DIRECTOS
(Expresado en USD)

| Especificaciones | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Horas anuales utilizadas | 64,080 | 67,068 | 70,421 | 73,942 | 77,640 |
| Consumo por hora en Kilovatios | 0.4 | 0.4 | 0.4 | 0.4 | 0.4 |
| Kilovatios consumidos por año. | 25632 | 26827 | 28169 | 29577 | 31056 |
| Kilovatio/hora (sin IGV) | 0.1024 | 0.1024 | 0.1024 | 0.1024 | 0.1024 |
| Costo Anual Luz | 2,626 | 2,748 | 2,885 | 3,030 | 3,181 |
| Costo anual conexión a Internet ⁶⁷ | 1,007 | 1,007 | 1,007 | 1,007 | 1,007 |
| TOTAL | \$ 3,632 | \$ 3,755 | \$ 3,892 | \$ 4,036 | \$ 4,188 |

8.4.1.2. Costos de Mano de Obra Directa

La mano de obra directa estará compuesta por los 2 supervisores del salón. Este pago será mensual y ascenderá a USD \$374.5, incluyendo todos los aportes que deben realizarse según legislación laboral.

⁶⁵ Fuente: Luz del Sur

⁶⁶ 1,000 vatios equivalen a 1 kilovatio.

⁶⁷ Ver Anexo 19

CUADRO 51
COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA
(Expresado en USD)

| Cargo | Cantidad | Tipo de Contratación | Sueldo Anual |
|------------|----------|----------------------|--------------|
| Supervisor | 2 | Planilla | \$ 4,494 |

8.4.1.3. Costos Indirectos de Fabricación

Los costos indirectos de fabricación están compuestos por la Mano de Obra Indirecta y los Costos Indirectos de Fabricación.

Nuestros costos indirectos de fabricación ascienden a:

CUADRO 52
GASTO TOTAL EN COSTOS INDIRECTOS
(Expresado en USD)

| Descripción | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|-----------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Mano Obra indirecta | 2848 | 2848 | 2848 | 2848 | 2848 |
| Materiales Indirectos | 507 | 491 | 491 | 491 | 491 |
| Otros Gastos | 42 | 42 | 42 | 42 | 42 |
| TOTAL | \$ 3,397 | \$ 3,381 | \$ 3,381 | \$ 3,381 | \$ 3,381 |

8.4.1.4. Gastos de Administración

Los gastos de administración comprenden los siguientes rubros:

CUADRO 53
GASTOS ADMINISTRATIVOS
(Expresado en USD)

| Descripción | Cantidad | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|----------------------------|----------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Sueldo del Gerente General | 1 | 3908 | 3908 | 3908 | 3908 | 3908 |
| Alquiler del local | 1 | 4800 | 4800 | 4800 | 4800 | 4800 |
| Útiles de Oficina | | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 |
| Impresión de Boletas | 7000 | 166 | 166 | 166 | 166 | 166 |
| Asesor contable | 1 | 712 | 712 | 712 | 712 | 712 |
| TOTAL | | \$ 9,596 |

8.4.1.5. Gastos de Ventas

Estos gastos comprenden volantes publicitarios, repartidores de volantes y todo gasto destinado a elevar el nivel de ventas.

CUADRO 54
GASTO DE VENTAS
(Expresado en USD)

| Descripción | Cantidad | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|--------------------------|----------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Volantes publicitarios | 5000 | 33 | 33 | 33 | 33 | 33 |
| Repartidores de volantes | 2 | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 |
| TOTAL | | \$ 68 |

8.4.2 Egresos No Desembolsables

8.4.2.1. Depreciación

Para La depreciación del activo fijo, se utilizó el método de depreciación lineal simple. La tasa utilizada fue de 25%⁶⁸, se depreciará el activo con un valor mayor a un cuarto de UIT⁶⁹.

⁶⁸ De acuerdo a al D.L. 774 “Ley del Impuesto a la Renta”

⁶⁹ UIT: 3,200 Nuevos Soles. Un cuarto equivale a 800 Nuevos Soles.

CUADRO 55
DEPRECIACIÓN ANUAL
(Expresado en USD)

| Depreciación | Valor | Tasa de Depreciación | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|---|------------------|----------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Placa Madre KTA AMD-XP | 1618 | 25% | 404 | 404 | 404 | 404 | 0 |
| Procesador AMD XP 2800 + | 2463 | 25% | 616 | 616 | 616 | 616 | 0 |
| Memoria Ram DDR Kingston Valueram PC 333-512 MB | 2201 | 25% | 550 | 550 | 550 | 550 | 0 |
| Tarjeta D-Link 10/100 Fast Eth Wol PCI | 124 | 25% | 31 | 31 | 31 | 31 | 0 |
| Disco Duro Seagate 40 GB | 1126 | 25% | 282 | 282 | 282 | 282 | 0 |
| Teclado BTC 5213 Multime ESP/PS2 | 126 | 25% | 31 | 31 | 31 | 31 | 0 |
| Ratón XTECH Optical Scroll 3 botones | 108 | 25% | 27 | 27 | 27 | 27 | 0 |
| Audífonos con micrófonos Hurricane 3R | 32 | 25% | 8 | 8 | 8 | 8 | 0 |
| Case Midtower 3160P ATX BEIG/BLUE 400 W | 440 | 25% | 110 | 110 | 110 | 110 | 0 |
| Monitor Samsung 17" | 2337 | 25% | 584 | 584 | 584 | 584 | 0 |
| Tarjeta de Video Ati Radeon 9200 128 MB DDR | 1108 | 25% | 277 | 277 | 277 | 277 | 0 |
| Tarjeta de Video 256 MB (2006) | 2000 | 25% | - | 500 | 500 | 500 | 500 |
| Memoria RAM kingston 512 mb (2006) | 2200 | 25% | - | 550 | 550 | 550 | 550 |
| Memoria RAM kingston 512 mb (2008) | 2200 | 25% | - | - | - | 550 | 550 |
| TOTAL | \$ 18,084 | | \$ 2,921 | \$ 3,971 | \$ 3,971 | \$ 4,521 | \$ 1,600 |

8.4.2.2. Amortización de Intangibles

La amortización de Intangibles, estará determinada por los desembolsos realizados para gastos pre-operativos; tales como constitución de la empresa, registro de marca, ambientación del local, entre otros.

CUADRO 56
AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES
(Expresada en USD)

| Descripción | Tasa de Amortización | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|----------------------------------|----------------------|---------------|---------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Compra de Software ⁷⁰ | 20% | | | | | 198 |
| Compra de Software | 20% | | | | 198 | 198 |
| Compra de Software | 20% | | | 198 | 198 | 198 |
| Total de Intangibles | 20% | 811 | 811 | 811 | 811 | 811 |
| TOTAL | | \$ 811 | \$ 811 | \$ 1,009 | \$ 1,207 | \$ 1,405 |

⁷⁰ Ver Cuadro 42, Página 97

8.4.3 Costo Unitario por Producto o Servicio

El costo unitario del servicio, estará dado por: la suma del costo de la mano de obra directa, de los materiales directos y el costo indirecto de fabricación; dividido entre el número de horas anuales.

CUADRO 57
COSTO UNITARIO DEL SERVICIO
(Expresado en USD)

| Descripción | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Total Insumos Directos | 3,632 | 3,755 | 3,892 | 4,036 | 4,188 |
| Total Mano de obra Directa | 4,494 | 4,494 | 4,494 | 4,494 | 4,494 |
| Total CIF | 3,397 | 3,381 | 3,381 | 3,381 | 3,381 |
| Gastos Administrativos | 9596 | 9596 | 9596 | 9596 | 9596 |
| Gastos Ventas | 68 | 68 | 68 | 68 | 68 |
| Depreciación | 2921 | 3971 | 3971 | 4521 | 1600 |
| Amortización de Intangibles | 811 | 811 | 1009 | 1207 | 1405 |
| Total Costo | 24,920 | 26,077 | 26,412 | 27,304 | 24,733 |
| Total de Horas anuales | 64,080 | 67,068 | 70,421 | 73,942 | 77,640 |
| Costo unitario por hora de servicio | \$ 0.39 | \$ 0.39 | \$ 0.38 | \$ 0.37 | \$ 0.32 |

8.5. Estados Financieros Projectados

8.5.1 Premisas del Estado de Ganancias y Pérdidas y del Flujo de Caja

La base del estado de ganancias y pérdidas, serán las ventas sin IGV. El costo de ventas estará determinado por los costos incurridos en brindar el servicio, siendo estos los insumos directos, mano de obra directa y los costos indirectos. También se incluyen los egresos como los gastos operativos, depreciación, amortización de intangibles, y gastos financieros de la deuda. Bajo estas premisas se elaborará el Estado de Ganancias y Pérdidas.

8.5.2 Estados de Ganancias y Pérdidas Projectado

CUADRO 58
ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS
(Expresado en USD)

| DESCRIPCIÓN | 2005 | | 2006 | | 2007 | | 2008 | | 2009 | | Liquidaciones | |
|--|-----------------|-------------|-----------------|-------------|-----------------|-------------|-----------------|-------------|-----------------|-------------|---------------|--|
| | | | | | | | | | | | | |
| Ingreso por Servicio⁷¹ | 31,771 | 100% | 33,714 | 100% | 35,400 | 100% | 37,170 | 100% | 39,028 | 100% | 0 | |
| Insumos Directos | 3,632 | | 3,755 | | 3,892 | | 4,036 | | 4,188 | | 0 | |
| Mano de Obra Directa | 4,494 | | 4,494 | | 4,494 | | 4,494 | | 4,494 | | 0 | |
| Costo Indirecto | 3,397 | | 3,381 | | 3,381 | | 3,381 | | 3,381 | | 0 | |
| Costo de Ventas | (11,523) | 36% | (11,630) | 34% | (11,767) | 33% | (11,911) | 32% | (12,063) | 31% | 0 | |
| UTILIDAD BRUTA | 20,248 | | 45,344 | | 47,167 | | 49,081 | | 51,091 | | 0 | |
| Gastos Administrativos | 9596 | | 9596 | | 9596 | | 9596 | | 9596 | | 0 | |
| Gastos de Venta | 68 | | 68 | | 68 | | 68 | | 68 | | 0 | |
| Depreciación | 2921 | | 3971 | | 3971 | | 4521 | | 1600 | | 0 | |
| Amortización de Intangibles | 811 | | 811 | | 1009 | | 1207 | | 1405 | | 0 | |
| Total de gastos de operación | (13,397) | 42% | (14,447) | 43% | (14,645) | 41% | (15,393) | 41% | (12,670) | 32% | 0 | |
| UTILIDAD ANTES DE INTERESES, OTROS INGRESOS Y EGRESOS E IMPUESTOS | 6,851 | | 9,352 | | 10,701 | | 11,576 | | 16,004 | | 0 | |
| Gastos Financieros ⁷² | (1,520) | | (991) | | (373) | | 0 | | 0 | | 0 | |
| UTILIDAD ANTES OTROS INGRESOS Y EGRESOS E IMPUESTOS | 5,331 | | 8,361 | | 10,328 | | 11,576 | | 16,004 | | 0 | |
| Ingreso por Snack | 504 | | 517 | | 530 | | 543 | | 557 | | 0 | |
| Ganancia o Pérdida por enajenación de activos | 0 | | 0 | | 0 | | 0 | | 0 | | -2017 | |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS | 5,835 | | 8,878 | | 10,858 | | 12,119 | | 16,561 | | -2,017 | |
| Impuesto a la Renta (30%) | (1751) | | (2663) | | (3257) | | (3636) | | (4968) | | (605) | |
| UTILIDAD NETA | 4,085 | 13% | 6,215 | 18% | 7,600 | 21% | 8,484 | 23% | 11,593 | 30% | -2,623 | |

⁷¹ Ver Cuadro 47, Página 102

⁷² Ver Cuadro 62, Página 112

8.5.3 Flujo de Caja Proyectado

8.5.3.1. Flujo Operativo

El propósito de este flujo será evaluar el grado de liquidez de la empresa. La empresa no presenta problemas de liquidez en el periodo de análisis, debido a que la Utilidad, cubre los egresos y el pago del impuesto.

CUADRO 59⁷³
DETERMINACIÓN DEL FLUJO OPERATIVO
(Expresado en USD)

| Descripción | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | Valor Liquidación |
|--|-------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|
| INGRESOS POR VENTAS EN EFECTIVO | 0 | 37807 | 40120 | 42126 | 44232 | 46444 | 0 |
| Precio | | 0.59 | 0.59 | 0.59 | 0.59 | 0.59 | |
| Cantidad | | 64080 | 67068 | 70421 | 73942 | 77640 | |
| COSTOS DE PRODUCCION | | | | | | | |
| Materias Primas | | 4323 | 4468 | 4632 | 4803 | 4984 | |
| Mano de Obra Directa | | 3325 | 3325 | 3325 | 3325 | 3325 | |
| Gastos indirectos de fabricacion | | 4042 | 4023 | 4023 | 4023 | 4023 | |
| Gastos de Administracion y Ventas | | 8694 | 8694 | 8694 | 8694 | 8694 | |
| Impuestos a la Renta | | 1751 | 2663 | 3257 | 3636 | 4968 | -605 |
| Liquidación de IGV | | 2153 | 4565 | 5657 | 5548 | 6469 | 383 |
| Pago de CTS | | 509 | 509 | 509 | 509 | 509 | |
| Tibutos por pagar: IES+EsSalud | | 748 | 748 | 748 | 748 | 748 | |
| EGRESOS EN EFECTIVO OPERATIVOS | 0 | (25545) | (28997) | (30846) | (31287) | (33721) | 222 |
| FLUJO DE CAJA OPERATIVO | \$ 0 | \$ 12,262 | \$ 11,123 | \$ 11,279 | \$ 12,945 | \$ 12,722 | \$ 222 |

8.5.3.2. Flujo de Capitales

El flujo de capital, mide el gasto en inversiones y beneficios que estos puedan dar al final del periodo.

⁷³ Ver Cuadro 64, Página 114

CUADRO 60⁷⁴
DETERMINACIÓN DEL FLUJO DE CAPITALES
(Expresado en USD)

| Descripción | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | Valor Liquidación |
|----------------------------|------------------|--------------|-----------------|-----------------|-----------------|--------------|-------------------|
| Inversiones en activo fijo | 15699 | | 4999 | | 2619 | | |
| Capital de trabajo | 1555 | 28 | 25 | 27 | 27 | | |
| Inversión Intangibles | 4599 | | 1178 | 1178 | 3797 | 59 | |
| FLUJO DE CAPITALES | \$ 21,853 | \$ 28 | \$ 6,202 | \$ 1,205 | \$ 6,443 | \$ 59 | \$ 0 |

8.5.3.3. Flujo de Caja Económico

El flujo de caja económico, evalúa los todos los ingresos y gastos en que se incurre para las operaciones de la empresa. Este flujo no, incluye el servicio de la deuda. Debido a esto, se mide únicamente la solvencia de la empresa; sin tener en cuenta el préstamo bancario, ni el escudo fiscal generado por este.

CUADRO 61⁷⁵
DETERMINACIÓN DEL FLUJO DE CAJA ECONÓMICO
(Expresado en USD)

| Descripción | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | Valor Liquidación |
|--|-------------------|------------------|-----------------|-------------------|-----------------|------------------|-------------------|
| Valor de Rescate del Activo Fijo | | | | | | | 3196 |
| Valor de recuperación Capital de Trabajo | | | | | | | 1663 |
| FLUJO DE CAJA ECONOMICO | -\$ 21,853 | \$ 12,234 | \$ 4,921 | \$ 10, 075 | \$ 6,502 | \$ 12,663 | \$ 5,081 |

8.5.3.4. Servicio de la Deuda: amortización del principal y de los intereses

El flujo de servicio de la deuda es el siguiente:

CUADRO 62
SERVICIO DE LA DEUDA
(Expresado en USD)

| Descripción | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 |
|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Préstamo | 11000 | | | |
| Pago de capital | | -3108 | -3637 | -4255 |
| Intereses | | -1520 | -991 | -373 |
| TOTAL | \$ 11,000 | -\$ 4,628 | -\$ 4,628 | -\$ 4,628 |

⁷⁴ Ver Cuadro 64, Página 114

⁷⁵ Ver Cuadro 64, Página 114

8.5.3.5. Flujo de Caja Financiero

El flujo es la suma del flujo económico y el servicio de la deuda.

CUADRO 63⁷⁶
DETERMINACIÓN DEL FLUJO DE CAJA FINANCIERO
(Expresado en USD)

| Descripción | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | Valor Liquidación |
|-------------------------|-------------------|-----------------|---------------|-----------------|-----------------|------------------|-------------------|
| -Préstamo | 11000 | | | | | | |
| -Pago de capital | | 3108 | 3637 | 4255 | | | |
| -Intereses | | 1520 | 991 | 373 | | | |
| FLUJO FINANCIERO | -\$ 10,853 | \$ 7,606 | \$ 293 | \$ 5,447 | \$ 6,502 | \$ 12,663 | \$ 5,081 |

Lo cual nos brinda un flujo de caja total de:

⁷⁶ Ver Cuadro 64, Página 114

**CUADRO 64
FLUJO DE CAJA
(Expresado en USD)**

| CONCEPTO / AÑO | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | Valor Liquidación |
|---|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-------------------|
| INGRESOS POR VENTAS EN EFECTIVO⁷⁷ | 0 | 37807 | 40120 | 42126 | 44232 | 46444 | 0 |
| Precio | | 0.59 | 0.59 | 0.59 | 0.59 | 0.59 | |
| Cantidad | | 64080 | 67068 | 70421 | 73942 | 77640 | |
| COSTOS DE PRODUCCION | | | | | | | |
| Materias Primas | | 4323 | 4468 | 4632 | 4803 | 4984 | |
| Mano de Obra Directa | | 3325 | 3325 | 3325 | 3325 | 3325 | |
| Gastos indirectos de fabricacion | | 4042 | 4023 | 4023 | 4023 | 4023 | |
| Gastos de Administracion y Ventas | | 8694 | 8694 | 8694 | 8694 | 8694 | |
| Impuestos a la Renta | | 1751 | 2663 | 3257 | 3636 | 4968 | -605 |
| Liquidación de IGV | | 2153 | 4565 | 5657 | 5548 | 6469 | 383 |
| Pago de CTS | | 509 | 509 | 509 | 509 | 509 | |
| Tributos por pagar: IES+EsSalud | | 748 | 748 | 748 | 748 | 748 | |
| EGRESOS EN EFECTIVO OPERATIVOS | 0 | (25545) | (28997) | (30846) | (31287) | (33721) | 222 |
| FLUJO DE CAJA OPERATIVO | 0 | 12262 | 11123 | 11279 | 12945 | 12722 | 222 |
| Inversiones en activo fijo | 15699 | | 4999 | | 2619 | | |
| Capital de trabajo | 1555 | 28 | 25 | 27 | 27 | | |
| Inversión Intangibles | 4599 | | 1178 | 1178 | 3797 | 59 | |
| FLUJO DE CAPITALES | 21853 | 28 | 6202 | 1205 | 6443 | 59 | 0 |
| Valor de Rescate del Activo Fijo | | | | | | | 3196 |
| Valor de recuperación Capital de Trabajo | | | | | | | 1663 |
| FLUJO DE CAJA ECONOMICO | -21853 | 12234 | 4921 | 10075 | 6502 | 12663 | 5081 |
| -Préstamo | 11000 | | | | | | |
| -Pago de capital | | 3108 | 3637 | 4255 | | | |
| -Intereses | | 1520 | 991 | 373 | | | |
| FLUJO FINANCIERO | -10853 | 7606 | 293 | 5447 | 6502 | 12663 | 5081 |

⁷⁷ Ver Cuadro 47, Página 102

Capítulo IX Evaluación Económico Financiera

9.1 Calculo de la Tasa de Descuento

9.1.1 Costo de Oportunidad (Ke)

El costo de oportunidad del capital, se calculará mediante el modelo CAPM, para su cálculo se utilizará la tasa libre de riesgo del mercado norteamericano (rendimiento de los T-Bills), el rendimiento del mercado de capitales norteamericano, el riesgo del sector Internet en los Estados Unidos de Norteamérica y la inflación tasa de inflación del 2003 para dicho país.

Datos:

- Tasa libre de riesgo (USA)⁷⁸: 4.19%
- Rendimiento del mercado (USA)⁷⁹: 10.87%
- Beta: 2.45⁸⁰

$$CAPM_{USA} = R_f + \text{Beta} * (R_m - R_f)$$

$$CAPM_{(usa)} = 4.19\% + 2.45 * (10.87\% - 4.19\%)$$

$$CAPM_{(usa)} = 20.556\%$$

Para hallar el costo real de capital, se utilizará la tasa de inflación de Estados Unidos de Norteamérica⁸¹ para el año 2003, la cual asciende a 2.3%.

$$CAPM_{Real\ USA} = (CAPM_{USA} - \pi_{USA}) / (1 + \pi_{USA})$$

$$CAPM_{(real\ usa)} = (20.556\% - 2.3\%) / (1 + 2.3\%)$$

$$CAPM_{(real\ usa)} = 17.85\%$$

Para hallar la tasa de nuestro proyecto, se le añadirá al CAPM real de Estados Unidos, el promedio del riesgo país de Perú de los últimos 5 años.

Riesgo país: 5.385%⁸²

⁷⁸ Fuente: Ashwat Damodaran, <http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/>

⁷⁹ Fuente: Ashwat Damodaran, <http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/>

⁸⁰ Fuente: Ashwat Damodaran, <http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/>

⁸¹ Bureau of Labor Statistics: <ftp://ftp.vbs.gov/pub/special.requests/cpi/cpiiai.txt>

⁸² Gerencia de Estudios Económicos BCRP.

$$CAPM_{Proyecto} = (CAPM_{Real\ USA} + Riesgo\ País)$$

CAPM proyecto = 17.85% + 5.385%

CAPM proyecto = 23.235%

El costo de oportunidad de nuestro proyecto será: **23.235%**

9.1.2 Costo Promedio Ponderado de Capital (CPPC ó WACC)

Nuestro Costo Promedio Ponderado del Capital o WACC, por sus siglas en inglés, está dado por los siguientes factores:

- Costo de oportunidad del proyecto: 23.235%
- Costo de la Deuda (Kd): 17%
- Costo de la Deuda ajustada por escudo Fiscal: 11.9%
- Porcentaje de Capital Propio: 50%
- Porcentaje de Deuda: 50%
- Tasa impositiva: 30%

$$WACC = CAPM_{Proyecto} * (E/(D+E)) + Kd * (1-t) / (D/(D+E))$$

➤ WACC = 23.235% * 50% + 11.9% * 50%

➤ **WACC = 17.57%**

El costo Promedio Ponderado del Capital para nuestro proyecto, asciende a: 17.57%

9.1.3 Costo de la deuda.

El costo de la deuda, será el costo del préstamo bancario, ajustada por el escudo fiscal que genera dicho costo financiero.

- Tasa de interés bancaria: 17%
- Tasa impositiva: 30%

$$Costo\ de\ la\ deuda = Kd * (1-t)$$

➤ Costo de la Deuda = 17% * (1 - 30%)

➤ **Costo de la Deuda = 11.90%**

➤ Nuestro costo de la Deuda, ajustado por el Escudo Fiscal es de **11.9%**

9.2 Evaluación económica Financiera

9.2.1 Indicadores de Rentabilidad

9.2.1.1 VANE y VANF

El Valor Actual Neto, es un método para evaluar las propuestas de Inversión de capital, mediante la obtención del valor presente de los flujos netos de efectivo, en el futuro. Para actualizar los flujos se utilizaran el Costo de Oportunidad del Proyecto y el Costo Promedio Ponderado del Capital.

En el caso del Valor Actual Neto Económico (VANE), se utilizará el Costo Promedio Ponderado del Capital; mientras que para el cálculo del Valor Actual Neto Financiero (VANF), se usará el Costo de Oportunidad del Negocio.

CUADRO 65
VALOR ACTUAL NETO ECONÓMICO
(Expresado en USD)

| Descripción | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | Valor Liquidación |
|-----------------|--------------|-------|------|-------|------|-------|-------------------|
| Flujo Económico | -21853 | 12234 | 4921 | 10075 | 6502 | 12663 | 5081 |
| WACC | 17,57% | | | | | | |
| VANE | 9,276 | | | | | | |

Nuestro Valor Actual Neto Económico asciende a **\$ 9,276**.

CUADRO 66
VALOR ACTUAL NETO FINANCIERO
(Expresado en USD)

| Descripción | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | Valor Liquidación |
|------------------|--------------|------|------|------|------|-------|-------------------|
| Flujo Financiero | -10853 | 7606 | 293 | 5447 | 6502 | 12663 | 5081 |
| COK | 23,235% | | | | | | |
| VANF | 7,147 | | | | | | |

El Valor Actual Neto Financiero que arroja el proyecto es **de \$ 7,147**.

9.2.1.2 TIRE y TIRF

La Tasa Interna de Retorno, es aquella tasa de descuento, que iguala el Valor Presente de los flujos de Ingreso, con el Valor Presente de los Egresos. La Tasa internas de Retorno, debe ser mayor al Costo de Oportunidad; de esa manera, se asegura un Valor Presente Neto Positivo.

CUADRO 67
TASA INTERNA DE RETORNO ECONÓMICA
(Expresado en Términos Porcentuales)

| Descripción | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | Valor Liquidación |
|-------------------------|------------|-------|------|-------|------|-------|-------------------|
| Flujo de Caja Económico | -21853 | 12234 | 4921 | 10075 | 6502 | 12663 | 5081 |
| TIRE | 34% | | | | | | |

Como se puede apreciar, Nuestra Tasa Interna de Retorno Económica, es de **34%**, la cual es mayor al Costo de Oportunidad del Capital, lo cual asegura un Valor Actual Neto Económico positivo.

CUADRO 68
TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERA
(Expresado en Términos Porcentuales)

| Descripción | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | Valor Liquidación |
|------------------|------------|------|------|------|------|-------|-------------------|
| Flujo Financiero | -10853 | 7606 | 293 | 5447 | 6502 | 12663 | 5081 |
| TIRF | 47% | | | | | | |

La Tasa Interna de Retorno Financiera del proyecto, es de **47%**, la cual es mayor al Costo de Oportunidad del Capital, y a la Tasa de Retorno Económica; lo cual asegura un Valor Actual Neto Financiero positivo.

9.2.1.3 Periodo de Recuperación

El Periodo de Recuperación, es el plazo de tiempo que se requiere, para que los flujos de efectivo descontados; sean capaces de recuperar el costo de la Inversión, para descontar los flujos, se utilizó el Costo de Oportunidad del proyecto.

El Periodo de Recupero, es un factor importante en países como el nuestro, debido a la débil estabilidad política y económica; se requiere un periodo menor a los 5 años.

Nuestro proyecto, tiene un periodo de recuperación de 3 años y 202 días. El cual, no es del todo favorable, debido a los factores de inestabilidad; política y económica.

**CUADRO 69
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN**

| Descripción | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | Valor Liquidación |
|--------------------------------|---------------------------|------|------|------|------|-------|-------------------|
| Flujo Financiero | -10853 | 7606 | 293 | 5447 | 6502 | 12663 | 5081 |
| Valor Actual de los Flujos | | 6172 | 193 | 2910 | 2819 | 4455 | 1450 |
| Periodo de Recuperación | 3 años y 202 días. | | | | | | |

9.2.1.4 Análisis Beneficio- Costo (B/C)

El ratio Beneficio/Costo, establece la relación entre el valor presente de los costos, con respecto de los ingresos. Si dicho ratio es mayor a 1, se acepta el proyecto; en caso contrario, se rechaza.

El ratio Beneficio/Costo, es de 1.1, lo cual significa que puede cubrirse el 110% de los costos económicos. Cabe señalar, que el ratio alcanzado no es muy alto; por lo que el proyecto podría tener una alta sensibilidad con respecto a los costos.

**CUADRO 70
RATIO BENEFICIO/COSTO ECONÓMICO**

| Descripción/ Año | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | Valor Liquidación |
|--|-------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|
| Ingresos | | 37807 | 40120 | 42126 | 44232 | 46444 | |
| Préstamo | 11000 | | | | | | |
| Valor de rescate Act. Fijo | | | | | | | 3196 |
| Valor de recuperación del capital de trabajo | | | | | | | 1663 |
| Impuesto a la renta | | | | | | | 605 |
| Recuperación de garantía del local | | | | | | | 1200 |
| TOTAL | \$ 11,000 | \$ 37,807 | \$ 40,120 | \$ 42,126 | \$ 44,232 | \$ 46,444 | \$ 6,664 |
| VAN INGRESOS | \$ 128,025 | | | | | | |
| Materias Primas | | 4323 | 4468 | 4632 | 4803 | 4984 | |
| Mano de Obra Directa | | 3325 | 3325 | 3325 | 3325 | 3325 | |
| Gastos indirectos de fabricación | | 4042 | 4023 | 4023 | 4023 | 4023 | |
| Gastos de Administración y Ventas | | 8694 | 8694 | 8694 | 8694 | 8694 | |
| Impuestos a la Renta | | 1751 | 2663 | 3257 | 3636 | 4968 | -605 |
| Pago de CTS | | 509 | 509 | 509 | 509 | 509 | |
| Liquidación de IGV | | 2153 | 4565 | 5657 | 5548 | 6469 | 383 |
| Tributos por pagar: IES+EsSalud | | 748 | 748 | 748 | 748 | 748 | |
| Inversiones en activo fijo | 15699 | | 4999 | | 2619 | | |
| Capital de trabajo | 1555 | 28 | 25 | 27 | 27 | | |
| Inversión Intangibles | 4599 | | 1178 | 1178 | 3797 | 59 | |
| Pago del capital | | 3108 | 3637 | 4255 | | | |
| Intereses | | 1520 | 991 | 373 | | | |
| TOTAL | \$ 21,853 | \$ 30,201 | \$ 39,826 | \$ 36,679 | \$ 37,730 | \$ 33,780 | - \$ 222 |
| VAN EGRESOS | \$ 120,363 | | | | | | |
| ANALISIS BENEFICIO COSTO | 1.1 | | | | | | |

El ratio Beneficio/Costo, es de 1.1, lo cual significa que puede cubrirse el 1.1% de los costos económicos. Cabe señalar, que el ratio alcanzado no es muy alto; por lo que el proyecto podría tener una alta sensibilidad con respecto a los costos.

9.2.2 Análisis del Punto de equilibrio

Esta técnica, se utiliza para medir la relación existente entre los costos fijos, los costos variables, los volúmenes de venta y las utilidades.

**CUADRO 71
PUNTO DE EQUILIBRIO
(En horas anuales)**

| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Descripción | | | | | |
| Costo conexión de Internet | 1007 | 1007 | 1007 | 1007 | 1007 |
| Total Mano de obra Directa | 4494 | 4494 | 4494 | 4494 | 4494 |
| Costos Indirectos de Fabricación | 3397 | 3381 | 3381 | 3381 | 3381 |
| Gastos Administrativos | 9596 | 9596 | 9596 | 9596 | 9596 |
| Gastos Ventas | 68 | 68 | 68 | 68 | 68 |
| Total Costo Fijo | 18562 | 18546 | 18546 | 18546 | 18546 |
| Costo variable unitario | 0.1024 | 0.1024 | 0.1024 | 0.1024 | 0.1024 |
| Valor de venta unitario | 0.50 | 0.50 | 0.50 | 0.50 | 0.50 |
| Margen de contribución | 0.3934 | 0.3934 | 0.3934 | 0.3934 | 0.3934 |
| Punto de equilibrio (en horas anuales) | 47187 | 47148 | 47148 | 47148 | 47148 |
| Demanda anual (en horas) | 64,080 | 67,068 | 70,421 | 73,942 | 77,640 |
| Ratio PE/Demanda Anual | 74% | 70% | 67% | 64% | 61% |

En este caso, nuestro punto de equilibrio en horas anuales, se encuentra dentro de la capacidad instalada de la empresa. Con lo cual, dicho volumen de ventas es alcanzable para nuestro proyecto. El porcentaje del punto de equilibrio con respecto a nuestra demanda anual proyectada va descendiendo de 74% en el primer año hasta 61% el último año de operaciones

9.2.3 Análisis de la cobertura de la deuda.

Este indicador sirve para calcular, la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones con terceros. El cual consiste en un ratio

flujo de caja económico entre el servicio de la deuda anual que nos indicará la capacidad de pago de nuestros pasivos

**CUADRO 72
RATIO DE COBERTURA DE LA DEUDA**

| Descripción | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | Valor Liquidación |
|------------------------------------|--------|-------------|-------------|-------------|------|-------|-------------------|
| Flujo Económico | -21853 | 12234 | 4921 | 10075 | 6502 | 12663 | 5081 |
| Cuota Anual | | 4628 | 4628 | 4628 | | | |
| Índice de Cobertura (FE/CA) | | 2.64 | 1.06 | 2.18 | | | |

Podemos ver que en el año 2005 el índice de cobertura de la deuda es 2.64, lo cual significa que la empresa está en capacidad de pagar más del doble del monto, del servicio de la deuda de dicho año. En el año 2006 este indicador se reduce; principalmente debido a que en dicho año se realizaron desembolsos por inversiones, lo cual redujo la liquidez en ese año. El año 2007, este índice se incrementa llegando a un nivel de 2.18, lo cual es un indicador favorable.

9.3 Análisis de Sensibilidad

9.3.1 Variables de Entrada

Como primera variable de entrada, se considerará el precio a cobrar por el servicio. Como segunda variable, se tomará el costo por alquiler del local, ya que este representa el costo fijo más alto. La última variable crítica será, el costo de la energía eléctrica; ya que se trata de nuestro insumo principal.

9.3.2 Variables de Salida

Las variables de salida elegidas serán, el valor actual neto económico y financiero, la tasa interna de retorno económica y financiera. Se eligieron estas variables, ya que son los principales indicadores de la viabilidad de un proyecto.

9.3.3 Análisis Unidimensional

Para medir la sensibilidad del precio del servicio, se simularon dos escenarios; buscando en cada uno de ellos, convertir en negativos los valores actuales.

En el primer escenario se redujo el precio del servicio en 10%, ante esa disminución, el valor actual neto financiero sería negativo. Asimismo, se muestra que el negocio es sumamente sensible a las variaciones de precio.

CUADRO 73
ANÁLISIS UNIDIMENSIONAL-VARIABLE PRECIO (I)

| Variable/Variación | Indicador | Valores Iniciales | Valores Finales | Variación % del indicador | SENSIBILIDAD |
|--------------------|-----------|-------------------|-----------------|---------------------------|--------------|
| Precio -10% | VANE | 9,276 | 325 | -96% | 9.65 |
| | VANF | 7,147 | -499 | -107% | 10.70 |
| | TIRE | 34% | 19% | -44% | 4.42 |
| | TIRF | 47% | 22% | -53% | 5.27 |

En el segundo escenario, se redujo el precio del servicio en 10.6%, con lo cual ambos indicadores arrojan pérdidas. Las tasas de retorno obtenidas, son menores que el costo de oportunidad del proyecto, lo cual es un indicador inequívoco de un valor actual neto negativo.

CUADRO 74
ANÁLISIS UNIDIMENSIONAL-VARIABLE PRECIO (II)

| Variable/Variación | Indicador | Valores Iniciales | Valores Finales | Variación % del indicador | SENSIBILIDAD |
|--------------------|-----------|-------------------|-----------------|---------------------------|--------------|
| Precio -10.6% | VANE | 9276 | -133 | -101% | 9.57 |
| | VANF | 7147 | -907 | -113% | 10.63 |
| | TIRE | 34% | 18% | -47% | 4.45 |
| | TIRF | 47% | 20% | -57% | 5.38 |

Para medir la sensibilidad del costo del alquiler, se utilizaron también dos escenarios con las mismas premisas que en el caso de la variable precio.

En nuestra primera simulación, se consideró un escenario en que el precio del alquiler aumenta en 70%, es decir, se eleva de USD \$ 400 a USD \$ 680. Se puede observar, que el valor actual neto financiero es negativo, mientras el valor actual neto económico es aun positivo.

CUADRO 75
ANÁLISIS UNIDIMENSIONAL-VARIABLE ALQUILER DEL LOCAL (I)

| Variable/Variación | Indicador | Valores Iniciales | Valores Finales | Variación % del indicador | SENSIBILIDAD |
|--------------------|-----------|-------------------|-----------------|---------------------------|--------------|
| Alquiler +70% | VANE | 9276 | 618 | -93% | -1.33 |
| | VANF | 7147 | -263 | -104% | -1.48 |
| | TIRE | 34% | 19% | -44% | -0.63 |
| | TIRF | 47% | 22% | -53% | -0.75 |

En nuestra segunda simulación con la misma variable, se midió la sensibilidad de los indicadores ante un incremento en el precio de 77%, es decir, se eleva de USD \$ 400 a USD \$ 708; obteniéndose los resultados mostrados en el siguiente cuadro. Hay que resaltar que la sensibilidad de los indicadores con relación al alquiler del local es baja, en comparación a la sensibilidad ante variaciones en el precio.

CUADRO 76
ANÁLISIS UNIDIMENSIONAL-VARIABLE ALQUILER DEL LOCAL (II)

| Variable/Variación | Indicador | Valores Iniciales | Valores Finales | Variación % del indicador | SENSIBILIDAD |
|--------------------|-----------|-------------------|-----------------|---------------------------|--------------|
| Alquiler +77% | VANE | 9276 | -115 | -101% | -1.31 |
| | VANF | 7147 | -919 | -113% | -1.47 |
| | TIRE | 34% | 18% | -47% | -0.61 |
| | TIRF | 47% | 20% | -57% | -0.74 |

La tercera variable, el costo de la energía eléctrica, se considero por ser nuestro principal insumo; además de ser nuestro único insumo variable.

En el primer escenario, se consideró un incremento en el precio del kilovatio/hora del orden del 80%. La sensibilidad ante variaciones en este insumo es baja, lo cual nos muestra que no es una variable sumamente

crítica. Al duplicarse el precio de este insumo, el valor actual neto financiero aun se mantiene positivo.

CUADRO 77
ANÁLISIS UNIDIMENSIONAL-VARIABLE COSTO DE LA ENERGÍA ELÉCTRICA (I)

| Variable/Variación | Indicador | Valores Iniciales | Valores Finales | Variación % del indicador | SENSIBILIDAD |
|--------------------|-----------|-------------------|-----------------|---------------------------|--------------|
| Luz +80% | VANE | 9276 | 1541 | -83% | -1.04 |
| | VANF | 7147 | 585 | -92% | -1.15 |
| | TIRE | 34% | 21% | -38% | -0.48 |
| | TIRF | 47% | 25% | -46% | -0.58 |

El segundo escenario para esta misma variable consistió en un alza del costo de la energía eléctrica de 110%, a ese nivel de incremento de dicha variable, ambos indicadores arrojan valores negativos.

CUADRO 78
ANÁLISIS UNIDIMENSIONAL-VARIABLE COSTO DE LA ENERGÍA ELÉCTRICA (II)

| Variable/Variación | Indicador | Valores Iniciales | Valores Finales | Variación % del indicador | SENSIBILIDAD |
|--------------------|-----------|-------------------|-----------------|---------------------------|--------------|
| Luz +110% | VANE | 9276 | -863 | -109% | -0.99 |
| | VANF | 7147 | -1558 | -122% | -1.11 |
| | TIRE | 34% | 17% | -50% | -0.46 |
| | TIRF | 47% | 18% | -61% | -0.56 |

9.3.4. Análisis Bidimensional

En este análisis, se utilizarán las mismas variables críticas, pero combinadas; a fin de apreciar los efectos en el movimiento en más de una variable crítica.

Nuestro primer escenario fue una disminución del precio de nuestro servicio en 5%, acompañada de un incremento del alquiler de 41%. Los efectos de dichas variaciones fue la obtención de pérdidas monetarias, tal como lo muestran ambos valores actuales netos en el siguiente cuadro.

CUADRO 79
ANÁLISIS BIDIMENSIONAL-VARIABLE PRECIO Y COSTO DE ALQUILER

| Variable/Variación | Indicador | Valores iniciales | Valores Finales | Variación % del indicador |
|-------------------------|-----------|-------------------|-----------------|---------------------------|
| Precio -5% | VANE | 9,276 | -73 | -101% |
| | VANF | 7,147 | -870 | -112% |
| Alquiler +41% | TIRE | 34% | 18% | -47% |
| | TIRF | 47% | 21% | -55% |

Como segundo escenario se consideró un incremento en el costo de la energía eléctrica de 40% y un incremento en el costo del alquiler del local de un orden de 46%. A ese nivel, ambos valores actuales netos; arrojan pérdidas monetarias.

CUADRO 80
ANÁLISIS BIDIMENSIONAL-VARIABLE ENERGÍA ELÉCTRICA Y COSTO DE ALQUILER

| Variable/Variación | Indicador | Valores iniciales | Valores Finales | Variación % del indicador |
|-------------------------|-----------|-------------------|-----------------|---------------------------|
| Luz +40% | VANE | 9276 | -73 | -101% |
| | VANF | 7147 | -870 | -112% |
| Alquiler +46% | TIRE | 34% | 18% | -47% |
| | TIRF | 47% | 21% | -55% |

Como tercer escenario se tomó una reducción en el precio de nuestro servicio, del orden del 3%, acompañado de un incremento de 61% en el precio de la energía eléctrica. A ese nivel el proyecto arrojaría pérdidas.

CUADRO 81
ANÁLISIS UNIDIMENSIONAL-VARIABLE ENERGÍA ELÉCTRICA Y COSTO DE ALQUILER

| Variable/Variación | Indicador | Valores iniciales | Valores Finales | Variación % del indicador |
|----------------------|-----------|-------------------|-----------------|---------------------------|
| Precio -3% | VANE | 9276 | 775 | -92% |
| | VANF | 7147 | -98 | -101% |
| Luz +61% | TIRE | 34% | 20% | -41% |
| | TIRF | 47% | 23% | -51% |

9.3.5 Variables críticas del proyecto: posibilidades de administrar el riesgo.

La principal variable crítica del proyecto, es el precio del servicio que brindamos; la sensibilidad de los flujos actuales netos ante dicha variable es de aproximadamente 10. Esto significa que una disminución de 1% en el precio del servicio, provocará una disminución de aproximadamente 10% en nuestros indicadores de valores netos.

La segunda variable crítica, el alquiler; aunque se trata de un alto costo fijo, al mantenerse las demás variables constantes la sensibilidad de los flujos de caja ante variaciones en la merced conductiva es de aproximadamente 1.4, lo cual no representa una situación riesgosa. Además la firma de un contrato de largo plazo elimina posibles incrementos en esta variable.

Por último, la sensibilidad arrojada por la variable: costo de la energía eléctrica; es de aproximadamente 1, por lo cual esta variable no representa un alto riesgo para el negocio. Por otro lado, al existir regulaciones en torno al precio de este insumo por parte de OSINERG; la posibilidad de un incremento brusco de su precio es poco probable; por lo tanto la regulación existente del sector es favorable.

Capítulo X Conclusiones y recomendaciones

Después de realizado el análisis en base a la información presentada en este proyecto se puede concluir lo siguiente:

- El proyecto en estudio mostró una alta sensibilidad al precio cobrado. Esto se explica principalmente a que el precio del servicio es bajo, por lo tanto se debe mantener un estricto control de los costos a fin de mantener un margen aceptable entre los ingresos y los costos; ya que un mal manejo de los costos podría minar la rentabilidad del negocio.
- En el proyecto evaluado los costos fijos representan un alto porcentaje de los costos totales ascendiendo a 86% de estos. Por lo tanto es recomendable una política de minimización de estos.; ya que incrementos en el costo fijo no necesariamente se verán respaldados por incrementos en el nivel de ventas.
- Es debido a estos altos costos fijos, que el punto de equilibrio se encuentra inicialmente en el orden del 74% de nuestra demanda anual proyectada. Se recomienda especial énfasis en los esfuerzos de mercadeo a fin de que los supuestos de ventas se cumplan al 100%; ya que de no cumplirse la rentabilidad podría verse seriamente afectada.
- El periodo de recuperación de la inversión inicial del proyecto es de 3 años y 7 meses aproximadamente, siendo la evaluación de este negocio por 5 años. De cumplirse las proyecciones del estudio realizado la inversión es factible de ser recuperada.
- La viabilidad económica y financiera del proyecto resulto positiva; tal como lo señalan los indicadores financieros (VANE, VANF), los cuales arrojaron resultados favorables. Aunque hay que notar que el valor actual neto de estos, en términos monetarios no es muy elevado.
- El riesgo de obsolescencia tecnológica, en este negocio es bastante alto. Por lo cual, se recomienda realizar las provisiones indicadas en este estudio; a fin de poder afrontar algún cambio inesperado de tecnología.

- Se recomienda fuertemente, no descuidar los esfuerzos de mercadeo; ya que de no cumplirse los supuestos de ventas; los resultados del negocio podrían ser adversos.
- El valor actual neto económico promedio anual es \$ 1855 ($\$ 9276 / 5$), el cual a nuestro parecer no recompensa plenamente la inversión y los riesgos asumidos. Por lo tanto, el proyecto, es factible de implementarse, como una fuente de autoempleo.
- A fin de elevar el retorno monetario del proyecto, se recomienda realizar estudios de factibilidad en otros distritos; ya que la presencia de valor actual económico positivo, brinda la alternativa de establecer una cadena de salones.

Bibliografía

- <http://www.bcrp.gob.pe>
- <http://www.inei.gob.pe>
- Página Web Municipalidad de Pueblo Libre, Estadística poblacional:
http://www.muniplibre.gob.pe/articulo.aspx?id=tu_ciudad_04
- Webb, Richard y Fernandez Baca, Graciela, "Perú en números: Anuario estadístico 2003", Cuánto.
- La sociedad de la información en el Perú: Presente y Perspectivas 2003-2005. Fondo Editorial, Telefónica del Perú.
- Informe Gerencial de Marketing: Perfil del adolescente y el joven. Septiembre 2003. Apoyo.
- http://www.itlp.edu.mx/publica/tutoriales/produccion1/tema2_4.htm
(Análisis de punto de equilibrio).
- Bureau of Labor Statistics :
<ftp://ftp.bls.gov/pub/special.requests/cpi/cpiai.txt>

**SOLICITUD DE REGISTRO
DE NOMBRE COMERCIAL**

OFICINA DE SIGNOS DISTINTIVOS

1. IDENTIFICACION DEL SOLICITANTE

1.1 Persona Natural o Persona Jurídica

Nombre o Razón Social

Domicilio

Distrito Provincia Departamento Nacionalidad/País de
Constitución

Doc. De Identidad / RUC Teléfono Fax E - mail

1.2 Datos del Representante Legal o Apoderado

Nombre o Razón Social

Domicilio Legal Distrito

Doc. De Identidad / RUC Teléfono Fax E - mail

2. DATOS DEL NOMBRE SOLICITADO

2.1 Descripción

2.1 Reproducción

(Pegar reproducción en caso de tenerla)

2.2 Actividades que distingue:

CLASE N°

3. PRIORIDAD EXTRANJERA (LLENAR SOLO EN CASO DE TENERLA)

Número Fecha País

FIRMA

NOMBRE DEL FIRMANTE

Para uso de la Oficina: **NO LLENAR**

4. RESOLUCION DE OTORGAMIENTO



Resolución N°

/OSD – INDECOPI

Lima,

1. Examen de Registrabilidad

Realizado el examen de registrabilidad del signo solicitado se concluye que cumple con los requisitos previstos en el artículo 190 de la Decisión 486, Régimen Común sobre Propiedad Industrial y que no se encuentra comprendido en las prohibiciones señaladas en el artículo 194 del mismo texto legal.

La presente Resolución se emite en aplicación de las normas legales antes mencionadas y en uso de las facultades conferidas por los artículos 31° y 33° de la Ley de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) sancionada por Decreto Ley N° 25868, concordante con el artículo 4° del Decreto Legislativo 823, Ley de Propiedad Industrial.

2. Resolución de la Oficina de Signos Distintivos

INSCRIBIR EL NOMBRE COMERCIAL SOLICITADO EN EL REGISTRO DE NOMBRES COMERCIALES DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL, POR EL PLAZO DE DIEZ AÑOS, CONTADO A PARTIR DE LA FECHA DE LA PRESENTE RESOLUCION, RECONOCIENDOSE COMO FECHA DE PRIMER USO_____.

Regístrese y Comuníquese

ANEXOS

ANEXO 1

JUEGOS DE CONSOLA



PLAY STATION 1



PLAY STATION 2



X-BOX

FROM ITS
**UNIQUE
DESIGN**
TO GROUND
BREAKING GAMES,
ITS CLEAR THAT
NINTENDO GAMECUBE
IS DIFFERENT.



NINTENDO GAME CUBE

JUEGOS INDIVUALES

THE GBA SP AND CLASSIC GBA SCREENS ARE BOTH **BIG, SHARP AND VIVID**, DISPLAYING HUNDREDS OF COLORS IN CRISP, CLEAR **HI-RES GRAPHICS**.



GAME BOY ADVANCE



GAME BOY COLORS

ANEXO 2

Guía de Indagación

1. Propósito:

Determinar cuáles son las motivaciones, hábitos de uso y demanda por el servicio de salones de juegos en red y servicios adicionales que permitan brindar un mejor servicio y diferenciarnos de nuestra competencia.

2. Objetivos:

- Determinar los factores que motivan el uso de los juegos en red.
- Conocer los hábitos de uso del servicio.
- Medir cuál será la frecuencia de uso entre los usuarios.
- Establecer cuáles son los juegos que más se conocen y el nivel de preferencia que tienen por cada uno de ellos.
- Determinar cuáles son los salones de juegos en red que son más conocidos y visitados.
- Establecer los productos sustitutos del servicio brindado.
- Saber cuáles serían las características ideales en un salón de juego, y servicios adicionales que requerirían.
- Estimar el precio que los usuarios estarían dispuestos a pagar.
- Conocer qué tipos de promociones puedan solicitarse.
- Indagar sobre las nuevas tendencias que se presentan en el campo de juegos en red.

3. Metodología:

Con la finalidad de obtener la reacción más espontánea de los participantes en torno al tema de la investigación, se aplicará la técnica del Focus Group. Las dinámicas serán conducidas por dos moderadores miembros del grupo y se desarrollarán en un ambiente apropiado. La sesión será grabada a fin de captar los mínimos detalles del Focus Group.

4. Muestra:

El público estará conformado por adolescentes y jóvenes que hayan usado el servicio, y que cumpla con las siguientes características:

- Pertenecientes a los niveles socio económicos: B y C.
- Sexo: masculino y/o femenino.
- Edad: entre 13 y 23 años.
- Residentes en Lima Metropolitana.

I. Introducción

Presentación y establecimiento de las normas:

Buenos días (buenas tardes) mi nombre es _____ (nombre del moderador), una personas en estos momentos pasará con una etiqueta en la que pondrá sus nombres de tal manera que podamos identificarlos y así facilitar la comunicación con cada uno de ustedes. Lo que me gustaría que me digan es su edad y el distrito de dónde vienen.

Me gustaría saber si alguno de ustedes sabe cuál es la razón por la que estamos acá... Entonces permítanme presentarme y explicarles detalladamente cuál es el tema del cuál queremos que nos hablen y del que ustedes tienen conocimiento, para lo cual me gustaría que fueran totalmente honestos y no se dejen influenciar por nadie...

También quisiera pedirles su autorización para grabar esta sesión ya que sus opiniones son tan importantes que necesitamos tenerlas para que ningún detalle se nos vaya de las manos.

II. Calentamiento

- ¿Qué haces en tus tiempos libres?, ¿prácticas algún deporte o tienes hobbies, entre otros?
- ¿Tienen computadora en casa?
- ¿Cuentan con conexión a Internet?

III. Estudio en profundidad

- ¿Tienen juegos de computadora?, ¿Qué clase de juegos tienen?, ¿Con qué frecuencia juegas en la computadora?,
- ¿Cuentan con otra clase de juegos?, ¿Con qué frecuencia los usan?
- ¿Has asistido a algún salón de juegos en red?, ¿Sigues visitándolos?
- ¿Con qué frecuencia acuden a los salones de juegos en red?, ¿Por qué?
- ¿En que ocasiones acudes? ¿En que horario? ¿Cuánto tiempo sueles permanecer jugando?
- ¿Con quiénes suelen visitar éstos lugares? (amigos, primos, etc.) ¿pertenecen a algún equipo de jugadores?
- ¿Qué juegos conocen?, ¿Cuáles prefieren?, ¿Qué tipo (estrategia, combate, habilidad, etc.)? ¿Por qué?

Motivos de Consumo

- ¿Por qué preferirían jugar en red a los juegos tradicionales?
- ¿En caso de no poder acceder a juegos en red a qué otras formas de diversión accedes?
- ¿Qué salones conocen o frecuentan?, ¿Por qué?
- ¿Cuáles creen que son los más conocidos?, ¿Por qué?

- ¿Cuáles serían las características de un salón ideal para ustedes?, ¿qué debe tener con respecto a infraestructuras?, ¿Requerirían algún servicio adicional?, ¿Por qué?
- ¿Qué precio estarían dispuestos a pagar por el servicio?
- ¿Qué tipo de promociones les gustaría recibir?, ¿Por qué?

Filtro

1. ¿Tiene usted computadora?
 - a. Sí
 - b. No

2. ¿Practica algún deporte?
 - a. Sí
 - b. No

3. ¿Asiste usted a Salones de Juegos en red?
 - a. Sí
 - b. No

4. ¿Juega usted con frecuencia los juegos que éstos salones ofrecen?
 - a. Sí
 - b. No

5. ¿Ha asistido durante los últimos 6 meses a un Focus Group?
 - a. Sí
 - b. No

DATOS DE CONTROL

Nombres y Apellidos: _____

Distrito: _____

Teléfono: _____

Edad:

- a) De 13 a 16 años
- b) De 17 a 20 años
- c) De 21 a 23 años
- d) De 24 años a más

Estado Civil: _____

Distrito de Residencia: _____

Ocupación: _____

Rango de Ingreso Familiar Mensual

- a. Menos de US\$ 500
- b. De US\$ 500 a US\$ 1000
- c. De US\$ 1001 a US\$ 1500
- d. Más de US\$ 1500

ANEXO 3

FOCUS GROUP #1

Integrantes:

M: Moderador (Gonzalo Mendieta)

Julio: Julio Ayala

Lucio: Lucio Martínez

Alvaro: Alvaro Palma

Kerry: Kerry Rivera

Jesús: Jesús Santillan

Mauricio: Mauricio Escalante

Desarrollo:

M: Bueno yo me llamo.... vamos a hablar de algo que ustedes conocen bien, no hay preguntas malas ni buenas quiero saber lo que piensan, me pueden decir sus nombres.

(Risas)

Kerry: kerry.

M.: ¿Y tú?

Alvaro: Alvaro.

M: ¿Y tú?

(Ruido alguien tosiendo).

M: ¿Cómo se divierten en sus ratos libres?

Julio: Internet y juegos.

Kerry: Yo entro al Messenger y que massss?

(Risas)

Jesús: Juegos.

M: ya pero suelen salir oooo.....

Todos: Viernes y sábados.

Mauricio: O sea los días del colé no pues pero viernes y sábado ya pues

M: ¿Practican algún deporte?

Lucio: Fútbol.

Jesús: Yo juego fútbol.

Julio: Fútbol.

M: ¿Donde en el colegio?

Jesús: En colegio y afuera también.

(Todos asienten con la cabeza, afirmando lo dicho por Jesús).

M: ¿tienen computadora en la casa?

Jesús: Si.

Julio: Si.

(Todos los demás afirman con la cabeza).

M: ¿Con conexión a Internet?

Todos: Si.

(Responden al unísono).

M: También.

Todos: Si.

M: ¿Todos?

Todos: Si.

M: ¿y que mas utilizan del Internet?

Julio: El Messenger.

Jesús: ¡Messenger!

.....

(Risas)

.....

M. ¿y juegan en su casa?

Kerry: Si tienes conexión de Internet en tu casa puedes jugar en tu casa.

M: ¿.....sencillo?

Mauricio: Mas o menos sencillo. Es sencillo pero tiene su dificultad. Claro tiene su dificultad por ejemplo tu quieres crear una cuenta y la cuenta vale 300 lucas.

M: ¿Cómo es eso?

Mauricio: O sea tú puedes crear tu cuenta.

M: Ya.

Mauricio: Y puedes avanzar tu level y haces todo lo quieras ósea todo depende de tu cuenta ósea eso te puede costar al alrededor de 300.....

M: ¿y quien te la compra?

Mauricio: Todos los.....

M: ¿has vendido?

Mauricio: Si.

M: ¿como te las han pagado?

.....

M: Gente de acá.

Mauricio: Si, así vamos a cabina los dos me dice la cuenta la contraseña me paga y ya, así haces plata.

M: ¿en la casa aparte de Gunbound que otros juegos tienes?

.....

Kerry: Solitario.

(Risas)

M: ¿Qué mas? Que no sea de computadora, o sea, no se nintendo.

Jesús: Pacman.

M: ¿Pacman que?

(Risas)

Todos: Play, Play station, Winning

(Responden al unísono)

M: ¿cual 2600?

Mauricio: No se yo tengo un casete nomás.

Jesús: Full nintendo.

M: Mmmm ¿en la casa tiene juegos de computadora así o se los han bajado?

Kerry: Los he comprado en Wilson.

(Risas)

Mauricio: Depende de que juegos.

Jesús: No, yo me grabo.

Julio: Yo me compre, pero me estafaron.... (Nombre de un juego). A con tarjeta de video.

M: Ese el problema que a veces los juegos no se adaptan a la computadora que tienen en su casa, por ejemplo un juego grande.

Mauricio: Counter Strike.

M: ya ese entra en

Mauricio: Tiene que ser una 10 por 4.

M: Para que corra bien.

Mauricio: Claro.

M: Claro, si, no haces nada, un paso es cada 10 minutos.

Mauricio: A veces estas jugando por Internet y se te cuelga la maquina.

M: Para que van a salones de Internet.

Mauricio: Porque a veces nuestra maquina no es lo suficientemente chévere para jugar los juegos que pesan mucho y las cabinas si

M: Entonces, ¿vas por la calidad que tiene ellos?

Mauricio: Claro. Aparte porque van tus patas también, te encuentras con ellos.

M: ¿Hacen vida socia?!

Todos: Claro.

(Responden a la vez).

M: ¿Van en grupo o van solos?

Todos: En grupo.

(Responden todos a la vez).

M: Por lo general, cuando juegan en red, hay creo como dos tipos no el red locales y el..... que juegas con Internet.

M: ¿como prefieren jugar?

Mauricio: Local.

Julio: Local.

(Todos los demás afirman lo dicho por los dos anteriores).

Julio: Porque es más rápido que....

M: Claro, mientras llega Papua Guinea quizás, eso depende de la velocidad de la cabina del salón, ósea tu preferirías un salón con computadoras rápidas para juegos conectados a Internet.

Mauricio: Claro. Si, porque solo cuando hay eso hay gente que solo se dedica a eso y sabe jugar.

M: ¿Cuántas cabinas conocen que sean rápidas?

Jesús: Planet.

M: ¿Cuantas? Nómbralas nomás.

Jesús: Juego Virtual, Boliche, no me acuerdo los nombres, no los veo.

M: O sea tu entras a una cabina y si es rápida te quedas, si no ya no regresas mas.

Jesús: Si.

M: El nombre es importante para ti, oooo....

Jesús: Solo vas a un sitio que es para adolescentes y si te sientes bien normal pes, el Planet es el único.

M: Creo que el Planet ya cerró.

Mauricio: No ha cerrado, han cerrado el.....que quedaba por el parque Kennedy.

Julio: El es súper, hiper, vicioso.

M: Me parece.....

Mauricio: Me dedicaba a jugar como 8 horas.

M: ¿8 horas diarias?,

M: Y ahora, ¿tu cuantos días vas?

Jesús: De viernes a domingo.

M: ¿Fin de semana?

Jesús: Aja!

M: ¿Cuántas horas te quedas?
Alvaro: Ah!, 4, 3.
M: Hasta que se te acabe la plata, ¿y tu?
Jesús: Aja! Hasta que este aguja.
Kerry: Generalmente ya no voy cabinas me quedo en mi casa.
M: ¿Ya no usas el servicio?
Kerry: No. Si, en mi casa.
M: ¿Tienes una buena maquina?
Kerry: Supongo que si.
(Risas)
Kerry: Funciona bien.
M: ¿tu? Fines de semana, días de semana.
Alvaro: Todos los días.
M: ¿Vas todos los días? ¿Cuántas horas?
Alvaro: De lunes a viernes 4 horas, 5 horas.
M: ¿Al día?
Alvaro: Si.
M: ¿Los fines de semana?
Alvaro: Los fines de semana 8 horas 9.
M: ¿8 horas?
Alvaro: Si.
M: ¿Y que haces ahí? ¿Qué te motiva a quedarte 8 horas ahí?
Alvaro: Te encuentras con tus patas y juegas con ellos, estar metido en tu casa ya te aburre.
M: ¿y tu que días vas?
Julio: Todos los días.
M: ¿Todos igual? ¿Cuántas horas?
Julio: 3 horas nada mas nada más.
M: ¿Así sea fin de semana?
Julio: No pues fin semana más porque no hay nada que hacer.
M: ¿Mas o menos fin de semana?
Julio: 5 horas.
M: ¿Tu?
Lucio: ¿Que?
M: ¿Qué días vas?
Lucio: De viernes a domingo.
M: A fin de semana ¿mas o menos cuanto?
Lucio: Dos horas.
M: Ya, ¿Roberto y tu?
Mauricio: Ahora poco, pero antes si iba 8 horas todos los días.
M: Ya y ¿Por qué?
Mauricio: Es que le ido perdiendo el interés,.....
M: ¿en tu casa juegas?
Mauricio: Tengo Internet, casi nunca juego, a veces cuando estoy aburrido pero ya no, me voy a fiestas, y a pasear.
M: Mmm, ya, ¿que juegos conoces?
.....
M: ¿Cual es tu preferido?
Lucio: Red Alert.
Jesús: Bethoben, bethoben (Risas)

M: El tuyo.

Jesús: Counter.

M: ¿y de los juegos que conocen que tipos hay? yo no se ustedes saben mas que yo conozco....Mmm

M: Ósea son de guerra, de estrategia.

Jesús: De aventura.

M: De aventura.

Jesús: Estrategia.

Julio: Gunbound, es de estrategia.

M: Habilidad. O sea si le das en el blanco bien.

Jesús: Aja!

Julio: Counter es agilidad nomás.

M: Counter es estrategia, ¿De que forma a ver explíqueme un poco?

Julio: Sin que te escuche el otro, matar al pata. Saber como avanzar.

Mauricio: Darle en la cabeza para que muera de una.

M: Y, aparte tienes que tener reflejos.

Mauricio: Para saber escuchar.

Julio: Tienes que estar concentrado. Te reconocen por los pasos, saben donde estas por los pasos se escucha, tienen un radar...Y si es que la puerta se abre.

Mauricio: Todo, todo, todo completo.

Julio: Además, tienes que tener buenos audífonos buen mouse para poder tirar.

Kerry: Tienes que estar en una buena cabina. Si.

M: Ah, este o sea me estas diciendo que la calidad de las maquinas que tiene el salón al que van a ir al sitio donde va a ir.

Julio: Depende, depende del juego también.

M: Ya, este, cuando quieren jugar, buscan una buena o van a la primera que encuentren.

Jesús: Una buena.

Julio: La mejor. La, la que, la que se encuentra más cerca a tu casa, no.

M: Y que sea la mejor.

Julio: Claro.

M: Mmm ¿Por que prefieren jugar en la red a jugar play station?

Julio: Porque.....

M: ¿todos tienen play station o no?

Todos: Si.

(Responden al unísono)

M: Ya, ¿y por que prefieren jugar o si hay uno que no tiene no hay ningún problema, o sea, y por que prefieren jugar los que tienen un juego en red a jugar play station?

Mauricio: Porque los play station son llegas un momento en que tu pasas el juego y ahí queda en cambio el juego en red nunca tiene final.....

M: Como quien dice, lo actualizan la compañía hace algunas versiones.

.....

M: Claro, el juego del play station es un CD y se quedo ahí.

Mauricio: En un día lo pasas.

M: La mayoría prefiere estrategia.

Julio: Estrategia.

M: ¿o no?

Julio: Matanza.

M: ¡Matanza!

Julio: Sangre.

M: O sea de guerra, combate donde siempre hay buenos y malos por lo general.

.....

(Risas)

M: Tú ya no sigues visitándolos mucho, ¿no, los salones de juego?

Mauricio: Yo se que si voy, voy y no paro me voy a enviciar, sinceramente me voy a enviciar yo tenia mi mouse.

Julio: Especiales para esos juegos.

Mauricio: Mi viejo me lo quito y me dijo o lo vendes o lo regalamos, lo tuve que vender como que así lo fui dejando un poco ya no voy tampoco.

M: ¿Que hay mouse especiales, hay aparatos especiales?

Julio: Si (Todos mueven la cabeza afirmando lo dicho por Julio). Para la profundidad.

M: ¿Audífonos especiales?

Julio: Hay audífonos que cuestan 300 dólares 200 dólares y hay otros que cuestan menos.... Baratos.

M: ¿Y en cabina hay esos audifono?

Todos: No, estas loco.

(Responden todos a la vez)

M: ¿En ninguna?

Mauricio: Los patas que hacen sus cabinas son los que viven del Internet ponen demasiados para que las maquinas sean buenas y tiene que ponerlas así porque saben que cuando las maquinas son buenas los patas vienen con sus mouse, su teclado y sus audio, su software que compran ellos, por eso cuando son buenas cabinas los mouse son asquerosos y unos audios que cuestan 10 lucas.

M: ustedes llevan su mouse y llevan su audio.

Julio: Eso es ahora porque antes cuando yo jugaba no era así.

M: pero no conocen a ninguna que tenga buenos, buenos equipos.

Julio: No.

Mauricio: En centro comercial chacarilla tiene....

M: ¿chacarilla por donde de ah?

Mauricio: En el centro comercial chacarilla.

M: Eso si es.

Mauricio: Tiene buenos Mouse.

M: ¿cuantas maquinas tienes ah?

Mauricio: Tiene pocas son como 20 maquinas, pero.....

M: Son señoras maquinas, y aparte de las maquinas el ambiente del local no se, ¿les gusta?

Mauricio: Depende a algunos les gusta el ambiente tranquilo... porque estas jugando y la gente de atrás te dice brother tu puedes.

M: Y tu como quieres el ambiente.

Lucio: Oscuro, porque si es así con luz a veces la pantalla brilla y no puedes ver bien.

M: ah claro perderías visibilidad, ¿todo oscuro música de fondo o algo así les gusta o?

Todos: Música.

M: O prefieren silencio para concentrarse.

Kerry: Música de fondo.

Kerry: No la música del mismo juego.

Todos: Claro. Te ponen una música así chévere....que te pongan tuntutun o electrónica (Responden a la vez).

M: Ya, o sea sin letra.

Julio: Ya si te ponen eso claro bravazo.

M: Música, algunas cosas mas que requieran.

Mauricio: Un cigarrito.

M: ¿Aparte?

Mauricio: A veces buenos asientos porque.....

Lucio: Estas un montón de rato y te duele el pote.

(Risas)

Mauricio: Por ejemplo, el Planet tiene unos asientos bien malditos no son buenos, las sillas son banquitas los mouse son de 3 lucas, los audífonos a veces no hay pero ahí van todos los mejores clanes.

M: ¿Ahí van que?

Alvaro: Los mejores clanes los mejores grupos.

M: ¿Qué son clanes?

Julio: Somos grupos, somos nosotros pero nosotros siempre nos juntamos para ser para diferentes para practicar para entender.

M: Contra otros grupos.

Mauricio: Para competencias.

Julio: 5 contra 5.

M: Ya, o sea cuando ustedes van a un salón juegan con otro grupo o juegan entre ustedes.

Mauricio: Contra otro grupo.

M: Por eso esperan buscar otro.

Julio: Buscar nuevos. Pero de repente de ahí si conoces a uno que este en otro grupo le dices o queremos jugar con tu clan así.

M: Interesante ah, hay campeonatos conocen algo....

Todos: Si. (Responden al unísono).

M: ¿Han participado?

Mauricio: Si yo participe acaba de acabar el campeonato de BBCG.

M: ¿es internacional oooo?

Mauricio: Es nacional ese campeonato es nacional.

M: Pero nacional, lima o provincia.

Mauricio: Nacional, Lima. Primer puesto quedó monkey, segundo puesto quedo....

Julio: Son clanes.

Todos: Claro. (Responden a la vez)

M: Nombres de clanes.

Mauricio: Son diferentes nombres. Yo creo que el mejor clan es monkey. Si nacional también los mafiosos.

M: A ver tu conoces a los Monkey.

Alvaro: No

M: Nada, quienes los conocen tu no mas.

Alvaro: Los he escuchado.

M: ¿Y donde juegan ellos saben?

Alvaro: En las mejores cabinas en los mejores sitios más rápidos más mejores.

Jesús: ¿Mas mejores?

(Risas)

M: ¿Ya cuando no pueden jugar en red que juegan?

.....

M: Que es un juego....

Julio: Has visto rápidos y furiosos ¿la película?

M: Si.

Lucio: Te dan un carro por ejemplo simple.

M: Ya.

Lucio: Y cuando ganas carreras vas ganando dinero, le puedes cambiar de llantas. Para que sea más rápido.

M: Te vas ganando dinero y vas implementando mejor el carro.

Julio: Claro y le pones de todo, así que ves un carro pero que bestia.

M: comienzas con un volkswagen. y acabas con un porsche.

Julio: Bravazo. Me parece bien chevere porque le pones de todo.

M: ¿Y ese juego no es red?

Kerry: Si se puede jugar en red.

M: ¿Pero mejor puedes jugar tu solo?

Kerry: Pero es red de las computadoras que están en red.

M: Claro red local, no es Internet, no pero saliendo de la red local también que hacen....Mmm....no se jugar nintendo, juegan fútbol, suelen ir a la playa.

Todos: Messenger. (Responden a una sola voz)

M: O sea por lo general la mayoría de ustedes se divierte en la computadora días de semana. Se podría decir que hasta música lo escuchan en la computadora.

Kerry: Si música también. Es que días de semana ni bien llegas del colegio, bueno ni bien llego del colegio yo prendo la computadora hasta la noche hasta la hora que me vaya a acostar.

M: ¿Tu?, ¿como se daría el sitio ideal como para que vayas a jugar mas o menos?

Julio: Un sitio oscuro, con graffiti en la pared

M: ¿Tu?

Kerry: Tranquilo pero oscuro.

M: No solo el ambiente si no las maquinas.

Kerry: Claro, buenas maquinas obviamente.

Julio: Que te vendan productos para poder comer.

M: Ya, o sea para que no tengas que pararte a salir a comprar y detener el juego, o sea como que tengas un atención como un café donde vendan gaseosa.

Julio: Comes. Una gaseosa.

M: ¿Y mas o menos cuanto pagan a las cabinas que van?

Jesús: S/. 1.50

Alvaro: S/. 1.50

Jesús: Máximo 2.00 soles

Julio: No pasa de 2.50 (Los demás mueven la cabeza mostrando que están de acuerdo con lo dicho por Jesús).

M: Ya, dime cambia el precio cuando juegas en red local.

Todos: No. (Todos reponden los mismo pues están en mutuo acuerdo).

Lucio: Es lo mismo.

M: ¿Es el mismo?

Julio: Además, porque hay bastante computadoras, en caso de que solo hayan 3 computadoras te cobran mas pues porque sino no van a ganar.

M: Hay sitios que solo hay red local.

Mauricio: Si. La mayoría solo tiene red local....

M: Ya, o sea prefieren, ¿los precios van de 1.50 hasta?

Todos: Máximo S/. 2.50

M: Ya, si le dieran un sitio con las características que ustedes quieren, no se oscuro, con graffiti música electrónica, que tenga atención que puedas llamarnos; maquinas con mouse especiales, audífonos no se que cosa mas le pedirían de tecnología aparte de mouse especiales y audífonos ¿Qué mas? joystick algo....

Julio: Que te pongan tu colchón para que duermas ahí nomás.

Jesús: Y ahí te acomodas.

Mauricio: Un sitio más cómodo.....21.

M: un sitio mas grande que los normales .

Mauricio: Claro, claro, claro. Porque sino estas todo así. Las maquinas del planet no las maquinas del.... son de tamaño 21 y a veces hay creo dos maquinas que son completas.....

M: ¿Ya y por ese servicio cuanto pagas mas o menos?

Mauricio: Contento yo pago mis 3 lucas.

M: 3 soles contento así, ¿por hora?

Mauricio: Si.

M: Te llevaría a jugar más tiempo eso que si estuvieras en un equipo inferior .

Mauricio: Depende de la gente que esta jugando porque si esta jugando la gente.

M: A, o sea depende de la gente.

Mauricio: Claro tú juegas para saber más. Cuando mas pierdes es cuando más aprendes. Ya no tienes que ir por ahí tienes que agacharte viene un pata que dispara por ahí.

M: O sea en otras palabras ustedes buscarían un sitio que tenga buenos equipos dentro del sitio.

Mauricio: Yo prefiero mil veces jugar en sitio que tenga maquinas ósea normales pero que hayan patas que sepan jugar.

M: ¿Y si hubieran maquinas buenas y patas que sepan jugar seria mucho mejor?

Kerry: Obvio.

Mauricio: Claro, porque cuando las maquinas son chéveres va mas gente y va la gente que sabe jugar. Y ahí es cuando se hace ya.

M: Ah, ¿y los lugares tienen algún equipo propio? Ósea de que...Alguien que represente, alguien que represente a ese salón. No, no, no. Un clan...Los campeones.... ¿A que cabinas van?

Mauricio: Al Cabenet que queda por el parque Kennedy.

M: Miraflores.

Mauricio: Claro.

M: ¿Ah es en la esquina de un pasaje?

Mauricio: Hay dos Cabenet, hay un cabenet que es bien tela que creo que es ese....

(Risas)

M: Ya que queda en el pasaje.

Mauricio: A unas seis cuadras mas arriba ahí esta el otro cabenet y ahí es donde están.

M: por donde queda el Cine Alcazar; Pacifico.

(Hablan todos a la vez).

M: quisiera que cada uno me diga, me hable un poco más para poder tener la opinión de cada uno ¿Tu juegas en red o no?

Ferry: Si, pero ya no mucho.

M: O sea no vas a cabinas mucho.

Kerry: Generalmente en mi casa.

M: No juegas ni con tus amigos.

Kerry: No, no soy muy vicioso.

M: Ya, en tu casa que juegas.

.....

M: ¿Es un juego de red oooo?

Kerry: Si, pero solamente juego en mi casa ósea contra la computadora.

M: Ya.

Kerry: O contra los que se conecten en otras computadoras en mi casa.

M: Ah, o sea tú tienes computadoras en red en tu casa.

Kerry: Si.

M: Y aparte cuando tu juegas en red otro juego que sea electrónico.

Kerry: ¿Cómo?

M: Un juego que sea electrónico.

Kerry: No, no yo no soy muy vicioso.

M: ¿Tu?

Alvaro: Si yo si soy vicioso todos los días juego.

M: ¿Juegas todos los días fuera de tu casa?

Alvaro: Si.

M: ¿Cuánto juegas?

Alvaro: En días de semana 4 o 5.

M: Y los fines 6 a 8.

Alvaro: 8 así.

M: ¿Qué tiene que tener un local para ti?

Alvaro: Pantallas grandes, oscuro, buenos Mouse.

M: Imagen.

Alvaro: Que me vendan comida así, papitas chisito, gaseosa.

M: Ya y tu juegas juegos en red ¿Qué juegos te gustan?

Alvaro: Gunbound.

M: ¿Y no juegas los convencionales?

Alvaro: Si, Play Station.

M: ¿Tienes en tu casa play station?

Alvaro: Si.

M : ¿Lo usas?

Alvaro: No.

M: ¿Nunca lo usas?

Alvaro: Si en la noche cuando estoy castigado ahí.

M: ¿Y cuanto pagarías por un sitio que tiene un mejor....?

Alvaro: 2. 00 soles, 2,50 hasta 3.00 soles

M: ¿Tu?

Jesús: ¿Sobre que?

M: Cuando juegas, vas a salones de juegos o juegas en tu casa.

Jesús: Si juego en mi casa y también voy a cabinas.

M: ¿cuando vas a cabinas que días vas?

Jesús: Los feriados.

M: Ah!, los fines de semana.
Jesús: Si, de viernes a domingo.
M: ¿Juegas cuanto 3?
Jesús: 3, 3 a 4.
M: ¿Y a ti como te gustaría que sean?
Jesús: Que sean chéveres, ósea que sena grandes que tengan todas las comodidades, por ejemplo con el Mouse que sea el mejor así para jugar con buena comodidad.
M: ¿Y cuanto pagarías por jugar con buena comodidad?
Jesús: 4 soles máximo.
M: ¿Y tu, juegas mucho?
Mauricio: Ya no ya.
M: ¿Cuándo jugabas que sitios elegías tenias alguno en particular?
Mauricio: Si, Planet.
M: ¿Por?
Mauricio: Es un lugar cerrado, oscuro chévere buenas maquinas, buenos mouse buenos audios, la comodidad de las sillas el ambiente la gente.
M: ¿Y tu me dijiste que habían dos precios?
Mauricio: En Planet.
M: Si.
Mauricio: Ahora todas las cabinas estan 2 soles y si es que estas más de tres horas las maquinas están 1,50.
M: Me dijiste que habían un grupo de maquinas que tenían.
Mauricio: Ah claro si, son unas que son mejores que el resto y te cobran mas.
M: ¿Y tu?
Lucio: ¿Que?
M: ¿Cuando no juegas en red que juegas?
Lucio: ¿Cuando no voy a jugar en Internet que juego?
M: Si.
Lucio: En mi casa, en el colegio.
M: ¿Qué cosa?
Lucio: X-Box
M: Todos los días o ¿no?
Lucio: Todos los días no pues los fines de semana, viernes.
M: Ya, ¿y a los salones vas cada cuánto tiempo?
Lucio: Los fines de semana feriado.
M: ¿Y cuanto juegas?
Lucio: Bueno yo no juego mucho en red, máximo 2 horas.
M: Y, ¿Cuándo vas por que vas entonces vas solo ooooo....
Lucio: Porque van mis amigos.
M: Entonces si no van tus amigos, ¿no vas?
Lucio: Claro.
M: ¿Y tu? ¿Cómo te diviertes cuando no vas a Internet?
Julio: Ah, con el Play Station.
M: Ya, ¿Cuánto juegas cuanto tiempo todos los días?
Julio: Antes si todos los días pero llegaba el colegio y de frente lo prendía o por ese juego que compraba carros carros pero ahora ya no pues ahora tengo mi computadoras el play station ya fue.
M: ¿Como te gustaría que fuera al salón que vas?

Julio: Con todo apagado, con graffiti en la pared con buen servicio con buenas computadoras con buen mouse y buen audio y que sea bien cómodo.

M: Ya, ¿y por eso cuanto pagarías?

Julio: Tres soles con todo.

M: Si tu fueras ¿has ido no conoces los sitios?

Jerry: ¿Cómo?

M: Los salones de juego.

Jerry: Si, si conozco.

M: ¿Que promociones te gustaría recibir ahí?

Jerry: No se cada si juegas 3 horas una hora gratis.

M: Ya.

Jerry: Cosas así o sea, si eres cliente que te cobren menos, que hayan descuentos.

M: ¿Y tu?

Alvaro: Que juntes tus cinco horas gratis.

Mauricio: ¿Cinco horas gratis?

Alvaro: No pues las cinco horas.

(Risas)

Mauricio: El no quiere gastar su plata.

Alvaro: Cinco horas gratis y pagas una.

(Risas)

M: de verdad la promoción que se te ocurra.

Alvaro: Eh cuando seas cliente no te hagan esperar así, apenas entres te separen una maquina.

M: o sea que tengas sitio preferencial.

M: ¿Y tu?

Jesús: Eh si eres cliente que te fíen.

(Risas)

M: ¿Qué te regalen algo no se?

Jesús: Que si juegas 3 horas o más de 3 horas te den una hora gratis y así no se.....

M: ¿Tu?

Mauricio: Cuando eres vicioso ya no te importan las horas o sea te interesa mas o sea a mi me interesaba mas cuando estaba mas 5 horas un sándwich porque te da hambre, porque como vas tantas veces juegas gratis y es que como dicen puedes representar a las cabinas.

M: o sea en conclusión eso es lo que eran los.....

Mauricio: Los clanes buenos que están los viciosos.

M: Ya, o sea tú prefieres que te regalen comida en vez de horas.

Mauricio: Por ejemplo ahora si, antes no, ahora preferiría comer.

M: ¿Y tu?

Lucio: Si estas mas de 5 horas o 15 así que te den un polo o algo.

M: Ya, ¿ese polo como tendría que ser o sea?

Lucio: No se que tenga el logo.

M: ¿Del local o que o del juego?

Lucio: Si, algo así.

M: ¿Tu?, ¿que te gustaría recibir?

Julio: Juegos gratis que te regalen una hora, que te den tu carné.

M: Un carne.

Julio: O sea ser socio de la cabina.

M: ¿Alguno tiene carnet?

Julio: Si. Yo tengo carne así de..... nada mas.

Alvaro: Apenas salio te daban carnet pero ahora que se lleno de gente.

(Julio le muestra su carné al moderador)

Julio: Electrónico.

M: ¿Alguno más tiene carnet?

Mauricio: Todos. En todas las cabinas buenas te dan carnet.

Julio: Pero este ya no sirve ya hace tiempo.

M: ¿Conocen algún tipo de productos asociados a los juegos?

Mauricio: ¿Polos?

M: Polos, afiches, sticker algún tipo cards.

Mauricio: Ah claro, en el Planet por ejemplo, si eres cliente o sea si vas todos los días te regalaban un polo y tu pedías que te pongan tu nick en el polo o sea el polo decía planet y abajo decía tu nombre o sea tu nick.

(La chica empieza a servir gaseosa)

M: ¿Nick que es?

Mauricio: Un sobrenombre. Un apodo.

M: ¿Cómo en el chat algo así?

Mauricio: Si.

(Comentan entre todos)

M: Suponiendo que cada juego es un integrante de la familia.

Mauricio: ¿Cada que?

M: Cada juego.

Mauricio: ¿Que cada juego sea que?

M: Que sea el integrante de una familia.

Mauricio: Ya, ¿y para?

M: Contigo empezamos dime los juegos que conoces.

Julio: Counter strike,, gunbound,....., starcraft, eh

M: Ya me haz dicho 5 ¿para ti cual seria el mayor?

Julio: Counter strike.

M: ¿Y el menor, el hermano menor de esa familia cual seria?

Julio: Gunbound.....Starcraft,.....también.

M: ¿Y esos donde estarían?

Julio: ¿Ah?

M: ¿El mayor seria counter y el menor seria gunbound?

Julio: Gunbound seria.

Jesús: Age, Age.

Alvaro: Age.

M: ¿Para ti cual escoges?

Alvaro: Age ese juego es recontra antiguo.

M: ¿Y el segundo?, después de Counter strike.

Alvaro: Gunbound. Es chévere porque tiene.....

M: A ver para ti ¿que juegos son primero?

Lucio: Gunbound, eh starcraft.

M: ¿El mayor para ti cual seria?

Lucio: ¿De todos?

M: Si.

Lucio: El que más he jugado.

(Risas)

M: ¿Cuál?

Lucio: Red Alert

M: ¿Y el menor?

Lucio: El que menos he jugado pues, Age.

M: ¿Tu?, ¿para ti cual seria el mayor? ¿Cuales conoces?

Mauricio: Gunbound, Age, starcraft, counter strike, Diablo, Arena y nada mas.

M: ¿Cual seria el mayor?

Mauricio: Counter strike

M: ¿Y el menor?

(Mauricio menciona juegos que en la actualidad se estan jugando solo en Brasil, a nivel sudamericano, pero que no se han podido reproducir).

Mauricio: Es que esos jugos no hay acá, acá nadie tiene a nadie le llama la atención.

M: ¿Cómo los conoces?

Mauricio: Porque yo me bajo demos de Brasil.

M: ¿Ah pero, son versiones reducidas?

Mauricio: Yo tengo esos juegos en mi computadora, yo me los compro en Wilson, no les llama mucho la atención o sea no están bien informados.

M: ¿Tu que juegos prefieres?

Jesús: Pacman.

(Risas)

Jesús: Buscaminas, Ya counter, gunbound, Age, Puente arena.

M: ¿Cuál seria el mayor para ti? El que tú considerarías como tu hermano mayor.

Jesús: ¡Como hermano! Ja, ja. Counter strike y gunbound.

M: Los dos mayores ¿y el menor?

Jesús: El mas monse lce.

M: ¿Tú?

Alvaro: Counter, Gunbound, moon, moon chino, moon Picachu, Moon peruano.

(Risas)

M: ¿Cuál seria el mayor de todos?

Alvaro: Counter.

M: ¿El menor?

Alvaro: Age.

Mauricio: Si porque es lento.

M: ¿Es lento por que? Por las maquinas.

Jesús: Por el juego.

Alvaro: Son humanos.

Mauricio: Medios cavernícolas, tienes que construir con tu lampa.

Jesús: Es como una aldea que evoluciona.

M: ¿Por qué por lo que no tiene mucha acción mas bien es de búsqueda?

Mauricio: Si tienes que ir evolucionando y tienes que estar bien informando para el juego.

M: Un poco de historia cosas así.

Todos: Si. (Responden todos a la vez)

M: Ya, o sea en conclusión todos ustedes prefieren cosas de acción

Todos: Claro. (Responden todos a la vez)

Mauricio: Claro estar ahí pendiente del juego.

M: Alguien ha jugado Maggic.

Todos: Si. (Responden todos al unisono)

M: Warcraf.

Jesús: Si acá en Gameboy pero ya cerraron.

M: Hay unos juegos...

Jesús: Si en campeonato.

M: ¿Ya pero alguien lo conoce en on line?

Alvaro: Si, no juegas contra la computadora. Si yo tenía un CD.

Jesús: Si juegas contra el malo. Se bajaba

M: Ya si, ahora hay en on line

Mauricio: Ah ¿si?

M: Si ¿conocen en juego de.....?

Mauricio: ¿De.....?

M: Maggic es un juego de.....

.....

M: Ya y tu que haces escoges un personaje

Jesús: Ya no aca esta tu baraja y tienes que agarrar, por ejemplo pones cartas cortas, tienen postes esas cartas.

(Risas)

Jesús: Ya de verdad.

M: Sigue.

Jesús: Ya entonces tienes su ataque y defensa por ejemplo el otro pata pone otras cartas así por ejemplo te ataca y se cubre tienes poner tu defensa.

M: ¿Yya y las cartas tienen un puntaje?

Jesús: Aja, el que tiene más ataques si el pata se defiende con uno que tenga defensa menor que el que esta atacando se lleva esa carta y se mantiene.

M: Y no hay juegos así en red.

Jesús: No.

M: ¿Que opinarías de los juegos de magic en red?

Alvaro: Monse, yo no jugaría ese juego, porque es lento.

M: ¿Siguen jugando juegos en O ya no?

Julio: A veces.

M: Ya o sea ¿como quien dice.....?

Julio: Si.

M: Este en conclusión mas simple ¿piensas que si los juegos se cambian podría llamarte la atención jugar alguna vez? O sea si hay un juego que pueda gustarte.

Kerry: O sea si me pueden gustar los juegos pero no es que me meta mucho en ese tema.

M: O sea prefieras otro.

Kerry: O sea prefiero no perder mi tiempo y hacer otras cosas.

M: ¿A ti cuanto tiempo más piensas que vas a seguir jugando?

Alvaro: Un año mientras

(Risas)

M: ¿Pero cuales son las cosas en la que dependen para que sigas jugando así como ahora?

Alvaro: No se tener plata.

M: ¿Hace cuanto tiempo juegas counter strike?

Alvaro: Asu!, hace dos años.

M: hace dos años ¿ya el juego es igual a cuando empezó?

Alvaro: No, cambian de personajes de ropa.

Jesús: Las armas.

..... (Todos hablan a la vez)

M: ¿pero de que dependen que sigan yendo?

Julio: No se. Las armas, el ambiente.

M: ¿Aparte de eso de que los juegos se renueven de que más o menos? ¿Qué pasaría si gunbound fuera igual a hace dos años seguirían jugando?

Todos: No.

(Responden a la vez)

M: ¿No?

Jesús: Porque ya aburre estar jugando lo mismo la misma cosa, el mismo mapa.

Alvaro: Te gusta llegar a un level más alto.

Jesús: Mas o menos ya avanzado para que te interese.

M: ¿aparte de que o sea cuantos años ya llevas jugando 2?

Alvaro: Si.

M: Ya y ¿por que no jugaste un mes por que jugar dos años?

Alvaro: Porque me metieron al vicio y ya

M: Claro, pero ¿no te aburre jugar el mismo juego?

Alvaro: No, la mayoría de veces cambian de juego, dejo uno y ha salido un nuevo juego y ya pues juego de nuevo.

M: O sea es más importante que los juegos cambien.

Alvaro: Claro. Si, porque si sigue el mismo juego ya lo dejaría.

M: Tu Jesus hace cuanto tiempo juegas.

Jesús: Hace 2 o 3 años.

(La chica se acerca y se lleva la bandeja)

(Risas)

M: Y ¿tu?

Mauricio: Hace cinco años .

M: ¿Desde que año hay juegos en red aca?

Mauricio: Desde 1996 que comenzó con starcraft.

M: ¿En 1996?

Mauricio: Fue el Internet.

Mauricio: Si, si ya había cabinas por mi casa con starcraft.

M: ya! o sea hace cinco años.

Mauricio: Si, los juegos en red.

M: 5 años y la gente sigue jugando; va lo mismo ¿o les parece que lo han dejado mas gente o que cada vez van menos?

Alvaro: Cada vez más.

M: ¿Les parece?

Alvaro: Si. (Los demas asienten con la cabeza)

M: ¿Tu?

Alvaro: A mi me parece que va mas gente.

M: ¿Por qué creen que va más gente?

Alvaro: Porque se pasan la voz y así y se dicen esas cabinas son buenas vayan.

M: No me refiero a gente que ya juega si no gente que nunca ha ido ¿les parece que esta creciendo?

Mauricio: Si.

M: O sea cuando van a cabinas gente nueva que llega que no sabe mucho.

Mauricio: Si porque aunque no saben siempre hay alguien que los inquietan.

M: ¿Por que creen que durante 5 años la gente pueda seguir jugando en red?

Lucio: Depende de que hay algo nuevo o la renovación.

M: O sea ustedes les gusta la idea de que los juegos se renueven para seguir jugando.

Mauricio: Claro.

M: Una pregunta, ¿ustedes pueden percibir cada cuanto tiempo cambian las maquinas?

Mauricio: Cada seis meses cambian los meses. Las ponen mejor. Compran la tarjeta de sonido.

M: O sea cada seis meses.

Mauricio: Claro.

M: ¿Qué pasaría si van a la cabina después de 6 meses y encuentran lo mismo?

Alvaro: Aburre. Buscaría otro lugar, sino la dejaría.

M: ¿Buscaras un lugar que se haya modernizado?

Alvaro: Mmmm, Si claro.

M: ¿tu?

Jesús: También.

M: ¿Que es lo más importante para que vayan a un sitio específico? O sea yo voy al plannet por; más cerca, mejores maquinas.

Alvaro: Maquinas.

M: ¿Y tu?

Jesús: Si.

M: Dejarías de ir a donde vas ahora por mejores maquina.

Jesús: Si, mejores competidores.

M: Que es mas importante las maquinas o los competidores.

Jesús: Las maquinas.

M: Mas que la gente que esta jugando en el sitio.

Jesús: Las maquinas porque para que no juegues tan lento y tengas mejor.

M: ¿Tu?

Mauricio: Yo iría donde hay buenas maquinas porque a su vez atraen a los mejores jugadores.

M: O sea como quien dice las buenas maquinas atraen buenos jugadores

Mauricio: Exacto.

M: Y los buenos jugadores los atraen a ustedes.

Mauricio: Aja!

M: ¿Tu?

Lucio: Yo creo que no.

M: O sea el que esta mas cerca.

Lucio: Si.

M: ¿Tu?

Julio: Siempre en tu casa hay un lugar que esta mas cerca y que sea bueno.

M: siempre hay un lugar bueno.

Julio: Exacto.

M: Díganme una cosa en cada zona por lo general hay algún lugar que siempre permanece arriba de los demás.

Julio: No.

M: O todos son estándar por lo general.

Julio: Todos son estándar. Hay algunos especializados con tarjeta.

M: Ya y los que son especializados que solo son juegos en red te moverías a solo eso.

Julio: Si, si me movería.

M: Ya y dentro de alguna zona hay algunos sitios especializados que solo en juegos en red.

Julio: Si hay varios unos que son mejores que otros.

M: Ya a eso me refería, por lo general en alguna zona sobresale alguno.

Julio: Si. Si porque la gente te recomienda ir a esa cabina porque ahí es mejor, porque va mas gente y se fijan en como juegas, chévere.

M: Una pregunta tu, ¿tu como llegaste a la primera cabina que fuiste a jugar? Pasaste miraste o te gusto como era adentro, te llevaron de la mano, te contaron que existía.

Kerry: Por un amigo o sea.

M: ¿Y tu pasaste, miraste, entraste, te llevaron?

Alvaro: Me llevaron.

M: Te llevaron también.

M: A ver tu el chiquito.

(Risas)

M: ¿Entraste tu solo, te llevaron?

Jesús: Yo entre solo y comencé a mirar y de ahí a jugar.

M: ¿Tu?

Mauricio: Yo si entre solo.

M: ¿Tu?

Lucio: Yo fui con unos amigos aya.

M: ¿Tu fuiste solo, te llevaron?

Julio: Me llevaron y fui solo.

(Risas)

M: ¿Te llevaron tus amigos?

Julio: Un amigo.

M: En conclusión prefieren ir juntos o solos.

Todos: Juntos. (Responden a la vez)

M: Bueno espero que...., gracias por su participación de verdad fue muy buena

ANEXO 4

FOCUS GROUP #2

Integrantes:

M: Moderador (Roger Laura)
Carlos: Carlos Peralta
Jose: Jose Baldeon
Victor: Victor Rosel
Carlos2: Carlos Rodríguez
Jorge: Jorge Peñaranda
Juan Carlos: Juan Carlos Roca
Luis: Luis Pena

Desarrollo:

M: Hola chicos, me presento, mi nombre es Roger, para conocernos un poco que les parece si nos presentamos, dicen su edad, que estudian y cualquier cosa que quieran. Por ejemplo yo comienzo, mi nombre es Roger, tengo 24 años, estudio en la San Ignacio de Loyola, comencemos por mi derecha siempre.

Carlos: Yo soy Carlos Peralta, tengo 20 años, estudio en la católica, estudio comunicación para el desarrollo.

M: Gracias Carlos.

José: Yo soy José Baldeón, tengo 18 años, estudio en la católica, estudio Ingeniería de telecomunicaciones.

Victor: Hola, mi nombre es Víctor Rosel, estudio en la católica, tengo 18 años, estoy en segundo ciclo.

M: Gracias Víctor. Entonces Carlos, José y Víctor (2 veces), para recordar mejor los nombres.

Carlos 2: Mi nombre es Carlos Rodríguez, tengo 20 años estudio comercio internacional.

M: A mira que interesante, ¿Cuánto tiempo llevas?

Carlos 2: 6 meses.

M: ¿Quieres ser exportador?

Carlos 2: Sí, sí.

Jorge: Mi nombre es Jorge Penaranda, estudio Ingeniería de Sistemas y estudio en la San Martín, tengo 19 años.

Juan Carlos: Bueno mi nombre es Juan Carlos Roca, tengo 19 años y estudio economía y estoy en la Católica.

Luis: Hola mi nombre es Luis Pena, tengo 20 años, estudio en la católica Ingeniería civil.

M: Luis, Juan Carlos, Jorge y Carlos, un tratito tengo que memorizar los nombres, ok, bueno; por ejemplo ¿Qué hacen Uds cuando tienen tiempo libre, que hacen como se distraen, como distribuyen su tiempo, están con la enamorada?....

Carlos: Juego Counter, eso hago en mi tiempo libre y a veces algo con algunos patas, tampoco juego counter todo el tiempo.

M: Solo una parte de tu tiempo libre.

Carlos: Sí solo una una parte, tampoco es mi primera prioridad. Pero si salgo con mi clan los fines de semana.

M: ¿Todos los fines de semana?

Carlos: No, no todos los fines de semana.

M: ¿Si pudieras darnos un porcentaje de todo tu tiempo libre que destinas a jugar counter?

Carlos: Bueno un porcentaje, un poco tranca creo, pero unas 6 horas por semana.

M: ¿Y donde te gusta jugar?.

Carlos: En la cabina los fines de semana o sino en mi casa, porque tengo cablenet.

M: ¿José tu que haces en tu tiempo libre?

José: Depende donde esté la situación (risas), por ejemplo los sábados en la mañana como no tengo prácticas en la católica me llaman mis patas y nos vamos a jugar futbol, en la tarde de repente salgo con mis otros patas y me pongo a jugar video juegos, depende de nosotros si nos vamos a jugar counter, ryl u otro juego, playstation tambien a veces, de todo juego.

M: ¿Tambien juegas cartas Magic?

José: Si

M: ¿Cuál es la diferencia entre Magic y Yu-Gi-O?

José: Yu-Gi-O es más chévere y es más conocido por que tienes que leer libros , es con estrategia y además tienen sus cartas especiales y caras, Yu-Gi-O tambien tiene sus cartas caras y tiene buenos dibujos, y lo puedes encontrar en internet y ahí te explican como jugarlo , osea es más chévere yugio.

M: A proposito, siéntanse libres de conversar todos, no hay problema .

M: ¿Y tu Victor que haces en tu tiempo libre?

Victor: Entro a internet en mi casa, juego en mi casa, este, salgo con mi enamorada o voy a los chupódromos de la católica que casi solo son los viernes, el resto paro jugando o juego con mi enamorada .y uno que otro día me pongo a estudiar (risas) pequeño detalle.

M: Cuando se te ocurre!

Victor: Cuando siento la necesidad de estudiar (risas).

M: ¿Cuántas horas a la semana te dedicas a jugar en cabinas , o sea no en tu casa?

Victor: No tengo la menor idea, pero juego unas 5 o 6 horas diarias.

M: ¿y entre la caina y tu casa?

Victor: No es más de 12 horas diarias.

Todos: No seas malo!! (Responden todos a la vez).

Victor: No mentira . (risas)

M: ¿Y tu que tal carlos, qué haces en tu tiempo libre?

Carlos 2: Si no salgo con mis patas voy a las cabinas.

M: Porqué vas a las cabinas?

Carlos 2: por los juegos, por el chat ademas en Gunbound aplicas la física (risas), claro por el peso de cada tiro, el viento.

José: Si, aprendes el movimiento parabólico! (risas)

M: Apropósito chicos les rogaría que sean 100% abiertos y que no se guerden nada, mientras más sinceridad mejor, aca no hay respuestas correctas ni incorrectas, libertad nomas. ¿Tu jorge?, ¿que hay de ti?, ¿qué haces en tu tiempo libre?

Jorge: Yo juego entre mis horas de clase porque mi horario es bien partido.
M: Aa..., es bien partido!
Jorge: Sí, y me aburro y me voy a las cabinas , en las noches estudio.Si puedo voy con mis patas del barrio.
M: ¿Y qué cabinas hay en la San Martin?
Jorge: Como se llama, la de Macarrón.
M: ¿Conoces otra?
Jorge: Sí, " Punto" los sábados cuesta un sol la hora .
M: ¿Por donde ah?
Jorge: Por Flora Tristan.
M: Y son tan rápidas como las de macarrón?
Jorge: No , solo sirven para Gunbound.
M: Si, por ejemplo tuvieras dos cabinas una al costado de la otra y una esta a sol la hora y la otra a dos soles la hora pero la de dos soles la hora es rapida, pentium 4, etc. ¿A cuál irias?
Jorge: Yo preferirìa la de dos soles , o dependiendo de lo que uno hace, osea si vas a hacer un trabajo a la de luca , pero si vas a jugar counter a la de dos soles.Por que mira màs vas a gastar en la de a luca mientras la màquina carga pasa mas tiempo y al final pagas màs plata; màs es lo que te peleas con el administrador, mejor pateas la màquina.(risas)
M: Osea que no hay buenas cabinas por la san martin!
Jorge: No sino que toda cabina tiene su momento, esta sol cincuenta la hora y va gente pero no como antes, no tienen buena tarjeta de video para jugar Warcraft.
M: Bueno tu Jose Luis, Juan Carlos discùlpame.
Juan Carlos: Yo la mayoría de mi tiempo la paso en las cabinas , tengo clases en las mañanas y a veces en las tardes.
M: Si por ejemplo tuvieras que escoger entre jugar partido, jugar en red o ir al cine que escogerias?
Juan Carlos: yo escogerìa ir al cine, me parece lo màs bacàn , yo hubiera estudiado cine.
M: ¿Tanto así te gusta el cine?
Juan Carlos: Sì si me gusta bastante, màs que los juegos en red.
M: Luis y a ti que te gusta hacer? , tus hobbies.
Luis: Todavía practico artes marciales , pero ahora estoy jugando en red Knight , es entretenido, tiene efectos visuales, chat, casi a diario juego.
M: Cada cuanto tiempo visitas una cabina?
Luis: casi todos los días, aunque a veces tienes practicas dos dias seguidos y tienes que seguir con la presion e ir a tu casa a estudiar pero si tienes un examen martes jueves o sabado entonces si te da tiempo para ir a jugar.
M: Entonces depende de como les programen las practicas o parciales?
Todos: Sì, si.
Luis: Sì por que uno siempre busca una salida al stres.
Jose: depende de los cursos, si el curso es fuerte , pucha ni fregando .
M: Por ejemplo que cursos fuertes llevan ahorita.
Luis: El mio es lenguaje de programación y circuitos elèctricos.
Jose: yo llevo bastante física.
M: Y todos tienen computadora en su casa?
Luis: Si
Jose : Si

Juan Carlos: Si también

Moderador: ¿Todos tienen?

Todos : Si, si tenemos (Responden al unísono).

M: ¿Y tienen internet?

Carlos: Si speedy 200

M: ¿Y juegan otras cosas, por ejemplo billar, play station 2, etc?

Juan Carlos: En general billar rara vez, a veces play station.

M: ¿Y cuando están en la cabina cuántas lisuras dicen?

Jorge: Como estamos concentrados en el juego no nos acordamos, uno es libre, además es la época en que todo el mundo habla lisuras, por la calle pasa un cura, una abuela y tu estas hablando lisuras.

Carlos: Si por ejemplo a una cabina entrara una persona adulta se iría en 5 minutos por que comenzaría a callar a todo el mundo que habla lisuras. Además no tiene por que venir a nuestro lugar a callar.

Luis: uno tiene su grupo y busca su propio espacio, esas personas van al internet, aca es otro tema.

M: y con que frecuencia acuden a los juegos en red? Chicos ahora si tratemos de ir un poco más en orden. Carlos, con que frecuencia acudes a los juegos en red en general?

Carlos : No es un numero específico, cada dos semanas voy a jugar Mr, unas 4 horas 5 horas cuando estoy en la universidad.

M: ¿Vas con tu clan?

Carlos: Si, no tiene sentido jugar solo en mi casa por que tu tienes tus estrategias de grupo y tienes que practicar en grupo, tienes que practicar tu ubicación y como vas a entrar en que rato, eso solo lo puedes hacer con tu clan todos juntos, en mi casa yo practico solo algunas cosas pero si no estoy con la gente practicando luego todos nos ganan.

M: ¿Tu José, con que frecuencia vas a las cabinas?

Jose: Yo voy diario 3 a 4 horas diarias, es que hay algunas clases de unos profesores que me resbalan o depende de cada situación, pero si hay clases que si voy y clases que no voy.

M: ¿Y tu Víctor?

Victor: En la semana voy 6 días 5 horas diarias, aveces 2 o 3, en promedio voy 4 horas.

Jose: Hay gente que se queda de amanecida, cuando te paras te tiemblan las piernas! (risas)

M: ¿Carlos y con que frecuencia vas a las cabinas?

Carlos 2: Bueno yo voy a diario, un día estoy 2 horas y al día siguiente me quedo de 5 a 6 horas, si 6 5 así varía, pero no menos de 2, también un cuarto si vas solo a ver tu correo y si me han escrito voy reviso y salgo.

M: ¿Cuál es la diferencia entre jugar en su casa o venir a una cabina, o sea si tienes los mismos juegos o quizá la misma máquina?

Jorge: es mejor en la cabina por que es mejor saber a quien le estas ganando, claro pues la satisfacción de decir: Yo lo maté, yo soy el mejor.

M: ¿O sea que la competitividad es algo adicional al juego?

Jorge: sí, es parte de la satisfacción de jugar.

M: ¿Y que juegos prefieren y por que?

Carlos: Yo juego Ryl porque puedo subir de nivel, hay varias etapas y a medida que juegas más vas subiendo de nivel y te encuentras con otros que estan mas levelados y les juegas a ellos.

Victor: Lo que es Ryl esa vez me quede de filo con pinchito azul y me la subì en dos dias , ahora estoy en nivel 30 , 31 zorcel .

M: ¿Cuando visitan estos lugares con quienes van ?

Luis: Si es un fin de semana tambien tengo dos primos que estudian colegio todavia y los sabados voy a jugar con ellos .

Victor: En mi caso es mejor ir solo por que si voy con alguien tengo que regresarme con el o jugar con el, y ademàs como ya tengo mis patas en la cabina no me preocupo de estar pendiente de alguien.No puedo dejarlo solo botado.

Jorge: Si porque si sabes que tus patas van a estar ahì en la cabina, normal.

M: ¿Y que otros juegos conocen?

Victor: Yo me acuerdo de los videojuegos que se conectaban al televisor, y cada vez fue virtualizandose todo.

M: ¿Cual es el juego mas jugado actualmente?

Carlos 2 : Si hacemos un ranquin en el mundo primero Gunbound que no es como el counter que tienes que apuntar bien o tener buena computadora y hasta es mas facil prender , por ejemplo el dia que gano cienciano el sever mundial se llevo de gente de Perù que ponìa , cienciano campeon.

M: A mira ve!

Josè: Sì, si y estaba lleno de puros peruanos! y de todo tipo desde la gente de la punta del cerro por asi decirlo, pucha hasta la gente de San isidro Miraflores .

M: Entonces el juego ..¿cumple una labor socializadora?

Luis: Sì porque puedes hablar con todo el mundo conocer gente con el chat del juego asi sea rico o tenga cara de choro tu no sabes, si lo vieras te darìa una paltaza pero en internet todos son tus patas.

M: ¿Si hicieran un ranquin personal de los juegos que les gusta?

Carlos: Para mi counter, gunbound, Warcraft.

Jose: Warcraft, counter y gunbound.

Victor: Ryl, gunbound, counter.

M: ¿Y tu carlos?

Carlos 2 : Gunbound, ryl, warcraft.

Jorge: warcraft, gunbound, counter.

Juan Carlos: Gunbound, Warcraft y counter.

Luis: Dota, Knight.

M: Por ejemplo Luis que tiene Knight que no tiene gunbound u otros.

Luis: Tienes cosas visuales, parece que lo vives, es diferente, osea parece que lo vives , no se puede comparar, la calidad de los graficos, puedes jugar con cualquiera en el mundo, no es como warcraft, es de guerra avisada , los ejercitos se preparan y todo.

Carlos 2: ademàs parte de la satisfacciòn es ganar a otro, sea de alemania, brasil, estados unidos muchas.

Josè: Ademàs el juego te da una cantidad de relajò, sino tienes relajò estas tenso, lo bueno de estar en la cabina es que terminas insultando al otro , y te quita ese estres y sales mejor de lo que entraste .

M: A interesante, ¿o sea que si no vas te sientes tenso?

Luis: Sì, pero si sales perdiendo te vas asado.

Josè: El juego es esa vaina que te dicen que quita el stres y es una canalizaciòn de una represiòn que cada uno tiene y quiere eliminarlo jugando.Porejemplo pucha tu estas asado, compro la 5 1 y les vaceo la cara a todos.Descargan con el personaje de la computadora, y el mouse sale

malogrado, pobrecito!! (risas).

Carlos: En la cabia puedes conocer mucha gente, cuando entras no los onoces, pero te burlas, te ríes y al final son tus patas, quedas como patas, aveces te peleas en el juego pero sales ("!/?¿\$·%\$==) de risa. Aveces te dicen tela y te asas, aveces no te importa cuando recién empiezas pero luego cuando ya sabes algo te da roche y dices no mejor voy a practicar.

M: Ah, ya , entiendo te da roche y practicas para que ya no te digan tela.

Todos: Sì, si. (Responden a la vez).

M: ¿Que pasaría si atendiera una chica?

Victor: Te comportarías diferente, si es bonita vas a querer caerle y ya no vas a hablar tantas lisuras, el ambiente es otro, si atiende un para hay mas confianza.

M: Bueno , pasando a otro tema, ¿que función cumple el audio?

Carlos: Todo por que sin audio no haces nada, te aburres, en counter por ejemplo puedes escuchar los pasos.

M: Es importante entonces la estimulación de los sentidos?

Juan Carlos: Sì por que primero es lo visual, luego el audio.

M: Imaginense que salga luego un casco y un chaleco virtual que te hagan sentir todo lo que pasa en el juego! como por ejemplo si te disparan sientes el disparo, o si te cortan la cabeza sientes que tu cabeza se cae?

Jose: Pucha sería alucinante!!

Carlos: Sì , sentirias todo en el juego ya no solo lo verias sería bravazo.

Juan Carlos: ¿que cuando va a salir eso?

M: En realidad la realidad virtual ya existe pero no es tan comercial, quizás en unos años!. Pasando a otro tema; imaginense la computadora ideal como sería, es mas, ¿como sería la cabina ideal?

Carlos: tiene que tener muchas maquinas , cuantas más , mejor.

M: ¿Por que?

Carlos: Porque si hay más gente es mas chevere, a veces hay ratos que esta lleno y parece un tono.

Jose: las maquinas tienen que ser rapidas, pentium 4, buena tarjeta de video, mouse optico, buenos audios, pantalla grande, de 17" esta bien.

M: ¿Y tu que crees victor?

Victor: Si y debe tener buena conexion a internet para jugar en linea.

Carlos 2: Y debe tener mesas largas por que los modulos individuales no pasa nada, parece que estas jugando solo, cuando estas en la mesa larga parece que hay más gente.

M: Y cuanto estarían dispuestos a pagar por hora por esa cabina ideal:

Jorge: Dos lucas, todas cobran igual.

Juan Carlos: Depende de donde este ubicada, si esta ubicada cerca a la universidad esta bien dos lucas si esta lejos sol cincuenta.

Luis: dos lucas esta bien, nadie te va a pagar más.

M: que tipo de promociones les gustaria tener:

Carlos: acumulacion de horas con tarjeta, que te den 1 hora gratis cada 5 o 6 horas.

José: Que den horas gratis o que bajen el precio en ciertos horarios.

Victor: Si la acumulación de horas es la clasica, esa estaria bien ah.

Carlos 2: Si lo mismo, por que aveces la gente solo viene 1 hora al dia y así la motiva a venir más.

Jorge: yo creo que por cada 4 horas seguidas una 5ta hora gratis sería la voz.

M: ¿Que salones conocen?

Juan Carlos: Web4all, fastNet, Netcom

Luis: Si vamos a las mismas cabinas.

Carlos: Web 4 all, Fast Net, Netcom,CabeNet

M: ¿Y ahora a cual van ?

Carlos 2: Vamos a plaza .

M: ¿Pero cuanto se demoran en ir?

Carlos 2 : Mas o menos media hora entre ir y venir y ademas casi siempre esta lleno, y aveces da flojera ir y que este lleno, te regresas asado!

Victor: Sì porque si vas en mancha aveces encuentras una o dos maquinas libres , y luego los demás tienen que esperar y es fregado.

M: Y que le parecerìa si hubiera una cabina cerca a la universidad?

Josè: estarià bien por que no perderiamos tiempo en ir a plaza, ademas estaria cerca al taco donde podemos encontrar a nuestros otros patas.

Juan Carlos:: Si seria bacan, por que si esta llena la cabina , normal espero pero no es como darte una lataza y si noy hay regresarte asado.

M: ¿Y Cuales creen Uds que seràn las tendencias de los juegos en red?

Carlos: No se, salen juegos nuevos todos los meses pero solo algunos pegan muchas.

M: ¿Por que solo algunos?

Carlos: No se , quizas por que son màs faciles de jugar como el gunbound o por que no te piden mucha linea de internet .

Carlos 2 : Fàcil ah.

M: ¿Tu que crees Juan Carlos?

Juan Carlos: Counter ya fue, ya nadie juega, hace 5 meses todos jugaban counter, ahora nadie juega, no se por que, creo que son modas que vienen de afuera!!

M: Ok. Entiendo. Bueno chicos, en realidad, ya vamos a ir terminando la reuniòn, les agradezco su colaboraciòn, ha sido una sesiòn muy informativa, espero que les vaya bien

Victor: Ya chevere..

M: Gracias !!

ANEXO 5

ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD: EXPERTO EN LA INDUSTRIA DE JUEGOS EN RED

Datos iniciales:

Nombre: Juan Cárdenas

Edad: 28 años

Experiencia en la industria: 8 años. Además, ha instalado cerca de 50 cabinas, de juegos en red en todo el Perú.

Centro de Trabajo: Salón de Juegos Netcom

Ubicación: Jesús María

Cargo: Gerente General

Desarrollo:

Entrevistador: Solo le quitaremos unos 15 minutos por unas preguntas específicas de la industria de los juegos en red .

Entrevistado: No hay problema.

Entrevistador: ¿Desde cuando ha surgido el fenómeno de los juegos en red?

Entrevistado: desde el 97 que salió la versión beta de counter strike, desde allí ha venido evolucionando el hardware como actualizándose el software y tenemos hoy juegos como el warcraft, frozen , dota, battlenet que son lo más pedido en nuestra cabina.

Entrevistador: ¿Que perspectivas le ve a los juegos en red como tendencia y duración del negocio?

Entrevistado: Buena pregunta!, yo tengo ya 8 años en este negocio, he visto pasar varios juegos, pero no pasan tan rápido, por ejemplo el counter llegó en el 1997, nadie lo conocía, pero en los años 1999 2000 se hizo conocido en Lima, el boom fue en el 2002 y luego ha ido bajando hasta que ahora ya casi nadie juega

Counter, en si el juego duró unos 7 años. No se sabe cuanto va a durar un juego específico; pero lo que si te puedo decir es que si muere un juego, sale otro, y son modas así como la música, unas canciones son un boom en unos meses y luego ya ni las escuchas en la radio, pero siempre se va a escuchar música! entiendes. es una necesidad de la juventud, por que ahora todo el mundo tiene más acceso a las computadoras por el fenómeno de las cabinas.

Entrevistador: ¿Y cuanto más o menos le costó cada máquina?

Entrevistado: Ah eso preguntale al dueño yo soy el administrador.

Entrevistador: ¿Y cuantas horas al día funcionan las máquinas

Entrevistado: Unas 9 horas al día mas o menos, depende fin de semana se llenan todo el día y los viernes y sábado hay amanecidas.

Entrevistador: ¿Que necesidad cree Ud que satisfacen los jóvenes al venir acá?

Entrevistado: Creo que buscan relajarse, estar con sus amigos, es un punto de encuentro, de socialización, a veces solo vienen por las ofertas pero los clientes más asiduos tienen amigos aquí, a veces no necesitan venir en mancha, vienen solos y acá se encuentran con sus amigos.

Entrevistador: Ahora, ¿que juego esta pegando y por que?

Entrevistado: Gunbound, por que es recontra facil de aprender y jugar, hasta chibolitos de 6 años juegan gunbound, ademàs es un juego ligero no pesa mucho , no jala mucha linea.

Entrevistador: ¿Ud cree que estamos en un periodo de crecimiento de la industria o de maduraciòn?

Entrevistado: Yo creo que la demanda potencial esta creciendo ya que cada vez màs gente esta interesada en los juegos en red, pero la oferta de cabinas se ha desacelerado, hace dos años se habrìa 1 al mes, por que era la respuesta al boom, pero ahora hay algunas que han abierto y han quebrado a los 6 meses. lo que pasa es que la abre gente que no sabe de juegos y solo lo ven como negocio y se meten sin conocer al consumidor. Las que si han tenido exito son las que si saben de juegos, sus tendencias, que juegos le gusta a la gente, generalmente los que pusieron una cabina hace 5 años hoy dia tienen 3 o 4 cabinas como el dueño de Netcom que tiene 4 locales, 2 en San Juan de Lurigancho, 1 en Jesus maria y ahora otro en Villa Maria del Triunfo.

Entrevistador: ¿Cuantos años cree que dure el negocio de juegos en red?

Entrevistado: Minimo unos 15 años màs o quizas para siempre no se por que es la nueva tendencia , asi como antes era el atari, pimball, ahora llegaron los juegos en red, a nadie le gusta jugar con una maquina, la gente pide interacciòn con otras personas, y eso le da internet, es una mezcla ideal, internet y juegos por que puedes jugar con cualquiera en el mundo, ya no solo con la maquina de pimball o con tu pata del costado play station, sino con la gente que quieras en todo el mundo.

Entrevistador: ¿Ud cree que si abren mas cabinas baje el precio?

Entrevistado: No creo porque una cabina con maquinas rapidas si cobra menos de dos soles no recupera su capital como le paso a Nuclear o Megaweb. A no ser que bajen los precios de las computadoras.

Entrevistador: Bueno gracias por su tiempo, hemos aprendido bastante gracias.

Entrevistado: No de que.

ANEXO 6

ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD: EXPERTO PROVEEDOR DE HARDWARE Y SOFTWARE

Datos iniciales:

Nombre: Victor Romero

Edad: 36 años

Experiencia en la industria: Más de 10 años de experiencia en la industria.

Centro de Trabajo: Deltron S.A.C.

Ubicación: San Isidro

Cargo: Gerente de Logística

Desarrollo:

Buenas noches, Sr. Romero (a quien se le denominará VR en el desarrollo de la entrevista); no le quite mucho de su valioso tiempo, mi nombre es Gonzalo Mendieta (a quien en adelante se le denominará G). Deseo hacerle unas preguntas sobre el giro de negocio a que Usted se dedica, le pido autorización para grabar esta conversación, ya que muchas veces la memoria es feble y podría olvidar detalles importantes de la información que me suministre.

G: ¿Podría explicarme en que consiste su cargo y el giro de su empresa?

VR: Bueno, La empresa se llama Deltron, nos dedicamos a la importación de partes de computadoras y computadoras ensambladas. Mi cargo en la organización es Gerente de Logística. Actualmente somos el segundo importador de computadoras ensambladas y los quintos en cuanto a partes se refiere. En el año 2003, nuestras importaciones de computadoras ensambladas fueron mayores a las de IBM.

G: ¿Conoce sobre la tecnología de juegos en Red?

VR: Si

G: ¿Los ha jugado alguna vez?

VR: Hace mucho tiempo, pero no llaman mucho mi atención ya.

G: ¿Hace cuanto tiempo?

VR: Por los años 1998, 1999 solía jugar en casa, de cuando en cuando.

G: ¿Estos juegos son factibles de jugarse en casa o necesitan de algún Hardware especial?

VR: Hmmmmm..... Cada vez que sale la nueva versión de algún juego, siempre tiene mas requerimientos de Hardware, actualmente, me parece que los juegos exigen un monitor de diecisiete pulgadas y una tarjeta de video de 64megas como mínimo para correr adecuadamente.

G: ¿En otras palabras, existe periodo de obsolescencia en Hardware con respecto a los juegos que aparecen?

VR: A ver..... No exactamente obsolescencia, pero si hay que hacerle mejoras a los equipos, como aumentar memoria de video o memoria RAM, en algunos casos podrías tener que cambiar el procesador, pero eso solo si deseas que el juego corra de manera optima.

G: Si deseo tener un equipo preparado para correr todos los juegos que se encuentren en boga....

VR: Eso es imposible..... El cambio en el rubro de juegos se da de manera imprevisible, para los juegos actuales puede conocerse, pero las compañías anuncian con meses de anticipación las actualizaciones de su software, no solo los juegos, todos lo hacen. Es mas, por lo general lanzan versiones de evaluación y prueba gratuitas. Aunque estas no son las definitivas; muestran las mejoras en la nueva versión, a la vez que hacen conocer los nuevos requerimientos, para esa nueva versión.

G: ¿Pero que tan radical es ese cambio?

VR: No es tan radical, algunas veces no hay que hacer cambios al equipo, otras cambios mayores. Algunas veces al tratarse de cambio de sistemas operativos o sistemas complejos como control de empleados o de automatización de procesos, si es necesario renovar todo el Hardware.....

G: Interesante, pero volviendo al tema de los juegos..... ¿La obsolescencia en ese sector se da de que manera? Si conociera ese tema específico.....

VR: Hmmmmmm..... En juegos, por lo general cambian una vez al año, los cambios que se presentan son principalmente en memoria de video y mayor memoria alta..... cambios parciales, podría decirse.

G: Sabe si un equipo domestico esta preparado para sostener todos los juegos.....

VR: Bueno, depende de lo que quieras gastar..... Puede en la medida que cuente con mayor memoria de video y unos 512megas de RAM, también un monitor no menor a 17 pulgadas, me parece que hay juegos actuales que requieren un monitor de esas características mínimo.

G: En su experiencia comercializando productos de hardware, le parece que los equipos por llamarlos de alguna manera residenciales..... le parece que se adecuan a los requerimientos de Hardware?

VR: Depende de lo que desee gastar la persona en equipo.....

G: No me refiero precisamente a eso.....En general con los equipos con que actualmente cuentan la mayoría de hogares, le parecen apropiados para dedicarlos a jugar en red?

VR: Hmmmmmm..... Por lo general las computadoras caseras se utilizan para trabajo escolar, universitario y de..... Los padres. No me parece que las personas compren un equipo pensando en las especificaciones de los juegos. Conozco casos como el de Raúl Romero, que tiene un equipo con casco virtual para juegos en realidad virtual, pero son casos especiales.

G: A eso me refería..... ¿En las casas por lo general no se encuentra el equipo adecuado.....???????

VR: A no ser que el equipo haya sido comprado con ese fin específico, lo más probable es que no corran bien los juegos.....

G: ¿A que se refiere con que no corran bien los juegos?

VR: A que quizás se algunos juegos si logren abrirse, pero no se podrán jugar debido a la lentitud.

G: Cambiando de tema. ¿Usted cree que un tratado de libre comercio con los Estados Unidos, beneficiaría de alguna manera a los compradores de equipos de computo?

VR: Mira..... Actualmente los aranceles fluctúan entre cuatro y siete por ciento, más IGV, en la medida que el tratado elimine el IGV de nuestras importaciones, la baja de equipos puede ser sustancial. En caso de solo reducir aranceles, el impacto no seria muy grande.....

G: ¿Pero una baja de siete por ciento en aranceles no puede trasladarse a los compradores finales?

VR: La baja de los aranceles, reducirían costos operativos para nosotros, pero como te dije, para los compradores finales de equipos esto quizás se refleje en solo un dos o tres por ciento.

G: ¿Y las utilidades de ustedes subirían?

VR: En realidad con las condiciones en que trabajamos actualmente, nos hemos visto obligados a reducir márgenes..... Ese ahorro se traduciría en una recuperación de ellos, básicamente.

G: Volviendo al tema de los juegos..... ¿Le parece una moda pasajera o cree que pueda perdurar y por cuanto tiempo?

VR: Yo no lo llamaría exactamente moda, los juegos electrónicos como todo en este campo tiende a evolucionar, hoy se ha llegado a los juegos en red, los cuales utilizan el Internet. En algún momento puede surgir una tecnología de intercambio de datos superior, lo cual haría cambiar todo lo conocido hasta el momento....

G: Perdón que lo interrumpa, ¿Ese cambio en que lapso de tiempo cree que pueda darse?

VR: Como te dije..... Es impredecible, pero me parece que por lo menos en diez años, si bien van a existir cambios estos son graduales en el tiempo, lo cual nos da tiempo a adaptarnos.

G: ¿En el caso de los juegos en red, cree que pueda darse algún cambio drástico?

VR: Bueno..... Existen juegos de realidad virtual, aunque los equipos aun son demasiado caros y no es una tecnología masiva.....

G: ¿En cuanto tiempo cree que esos juegos puedan masificarse?

VR: La realidad virtual se encuentra sumamente desarrollada, aunque su acceso es limitado por cuestión de costos, la utilizan instituciones tipo NASA, para entrenamientos..... Para que los juegos tomen esa tecnología quizás unos diez años o como te digo, es medio jugar a la Tinka pronosticar, pero no creo que en menos de cinco o seis años, primero tendría que masificarse en otras áreas.

G: Muchas gracias por su tiempo, su información ha sido valiosa..... Buenas tardes.

VR: De nada, hasta luego.....

ANEXO 7

Cuestionario

1. Propósito:

Determinar cuáles son las motivaciones, hábitos de uso y demanda por el servicio de salones de juegos en red y servicios adicionales que permitan brindar un mejor servicio y diferenciarnos de nuestra competencia.

2. Objetivos:

- Determinar el nivel de demanda del servicio.
- Determinar las motivaciones de uso.
- Medir la frecuencia de uso.
- Conocer los juegos más populares entre los usuarios.
- Establecer cuáles son las exigencias con respecto a infraestructura que el mercado demanda.
- Estimar el precio a cobrar por el servicio.
- Averiguar los tipos de promociones preferidas.

3. Muestra:

El público estará conformado por adolescentes y jóvenes que hayan usado el servicio, y que cumpla con las siguientes características:

- Pertenecientes a los niveles socio económicos A, B y C.
- Sexo: masculino y/o femenino.
- Edad: entre 13 y 22 años.
- Residentes en Lima Metropolitana.

4. Preguntas

1. ¿Sueles jugar en red?
 - a. Sí (pase a la siguiente pregunta)
 - b. No (Fin de la encuesta)
2. ¿Qué juegos conoces? (Puede marcar más de una opción)
 - a. Counter Strike
 - b. Gunbound
 - c. Warcraft
 - d. Mu
 - e. Otros _____
3. ¿Cuál de los juegos mencionados anteriormente prefieres?

4. ¿Acudes a salones de juegos en red?
- Sí (pase a la siguiente pregunta)
 - No (Fin de la encuesta)
5. ¿A cuáles sueles acudir?
6. ¿Qué factores determinan que acudas a éste(os) salón(es)? (puede marcar más de uno)
- | | |
|-----------------------|-------|
| Calidad de equipos | _____ |
| Juegos con que cuenta | _____ |
| Servicios adicionales | _____ |
| Promociones | _____ |
| Precio | _____ |
| Otros (especificar) | _____ |
7. ¿Cuántas veces por semana acudes?
- De 1 a 2 veces por semana
 - De 3 a 4 veces por semana
 - De 5 a más veces por semana
8. ¿Qué días sueles acudir?
9. ¿Durante cuánto tiempo?
- Menos de una hora
 - Una hora
 - Hora y media
 - Dos horas
 - Tres horas
 - Más de tres horas.
10. ¿En que horario?
11. ¿Con quiénes sueles acudir? (Puedes marcar más de una)
- Sólo
 - Amigos
 - Parientes
 - Otros _____
12. ¿Cuáles son las características ideales de un salón de juegos en red?
- Rapidez de respuesta
 - Complejidad de los juegos
 - Ubicación
 - Precio
 - Promociones
 - Otros _____
13. ¿Qué precio estarías dispuesto a pagar por hora de juego?
- S/. 1.50 – S/. 2.00
 - S/. 2.50 – S/. 3.00
 - Más de S/. 3.00

14. ¿Qué promociones te gustaría recibir?

- a. Horas de juegos gratis
- b. Polos con el logo de la empresa
- c. Auspicio a equipos de jugadores.
- d. Accesorios relacionados con los juegos
- e. Otros _____

Tabulación de Encuesta

¿Sueles jugar en Red?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Válido | Porcentaje Acumulado |
|--------|-------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | no | 274 | 70.8 | 70.8 | 70.8 |
| | si | 113 | 29.2 | 29.2 | 100.0 |
| | Total | 387 | 100.0 | 100.0 | |

¿Qué juegos conoce?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Válido | Porcentaje Acumulado |
|--------|----------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | gunbound | 38 | 9.8 | 33.6 | 33.6 |
| | warcraft | 29 | 7.5 | 25.7 | 59.3 |
| | Ryl | 16 | 4.1 | 14.2 | 73.5 |
| | Counter | 13 | 3.4 | 11.5 | 85.0 |
| | Mu | 13 | 3.4 | 11.5 | 96.5 |
| | Knight | 4 | 1.0 | 3.5 | 100.0 |
| | Total | 113 | 29.2 | 100.0 | |
| No usa | Sin uso | 274 | 70.8 | | |
| | Total | 387 | 100.0 | | |

¿Qué juegos prefieres?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Válido | Porcentaje Acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | Gunboard | 43 | 11.1 | 38.1 | 38.1 |
| | Counter | 26 | 6.7 | 23.0 | 61.1 |
| | Warcraft | 18 | 4.7 | 15.9 | 77.0 |
| | Ryl | 12 | 3.1 | 10.6 | 87.6 |
| | Knight | 6 | 1.6 | 5.3 | 92.9 |
| | Mu | 5 | 1.3 | 4.4 | 97.3 |
| | Starcraft | 3 | .8 | 2.7 | 100.0 |
| | Total | 113 | 29.2 | 100.0 | |
| No usa | Sin uso | 274 | 70.8 | | |
| | Total | 387 | 100.0 | | |

¿Qué tipo de juego prefieres?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Válido | Porcentaje Acumulado |
|--------|----------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | Bélicos | 45 | 11.6 | 39.8 | 39.8 |
| | estrategia | 43 | 11.1 | 38.1 | 77.9 |
| | habilidad | 13 | 3.4 | 11.5 | 89.4 |
| | Competen ci | 12 | 3.1 | 10.6 | 100.0 |
| | Total | 113 | 29.2 | 100.0 | |
| No usa | Sin uso | 274 | 70.8 | | |
| | Total | 387 | 100.0 | | |

¿Acudes a salones de juegos en Red?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Válido | Porcentaje Acumulado |
|--------|-------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | Si | 274 | 70.8 | 70.8 | 70.8 |
| | No | 113 | 29.2 | 29.2 | 100.0 |
| | Total | 387 | 100.0 | 100.0 | |

¿A que salones acudes?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Válido | Porcentaje Acumulado |
|--------|----------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | web4all | 31 | 8.0 | 27.4 | 27.4 |
| | Fastnet | 26 | 6.7 | 23.0 | 50.4 |
| | Netcom | 18 | 4.7 | 15.9 | 66.4 |
| | Sniper | 13 | 3.4 | 11.5 | 77.9 |
| | Cabernet | 10 | 2.6 | 8.8 | 86.7 |
| | Paradero Final | 9 | 2.3 | 8.0 | 94.7 |
| | Planet Games | 6 | 1.6 | 5.3 | 100.0 |
| | Total | 113 | 29.2 | 100.0 | |
| No usa | Sin uso | 274 | 70.8 | | |
| | Total | 387 | 100.0 | | |

¿Qué factores determinan que acudas a este salón?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Válido | Porcentaje Acumulado |
|--------|--------------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | calidad de equipos | 46 | 11.9 | 40.7 | 40.7 |
| | Variedad de juego | 35 | 9.0 | 31.0 | 71.7 |
| | Promociones | 21 | 5.4 | 18.6 | 90.3 |
| | Precios | 11 | 2.8 | 9.7 | 100.0 |
| | Total | 113 | 29.2 | 100.0 | |
| No usa | Sin uso | 274 | 70.8 | | |
| | Total | 387 | 100.0 | | |

¿Cuántas veces por semana acudes?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Válido | Porcentaje Acumulado |
|--------|------------------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | 1 a 2 veces por semana | 48 | 12.4 | 42.5 | 42.5 |
| | 5 a 7 veces por semana | 37 | 9.6 | 32.7 | 75.2 |
| | 3 a 4 veces por semana | 28 | 7.2 | 24.8 | 100.0 |
| | Total | 113 | 29.2 | 100.0 | |
| No usa | Sin uso | 274 | 70.8 | | |
| | Total | 387 | 100.0 | | |

¿Qué días sueles acudir?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Válido | Porcentaje Acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | sábado | 34 | 8.8 | 30.1 | 30.1 |
| | viernes | 27 | 7.0 | 23.9 | 54.0 |
| | jueves | 17 | 4.4 | 15.0 | 69.0 |
| | miércoles | 16 | 4.1 | 14.2 | 83.2 |
| | martes | 7 | 1.8 | 6.2 | 89.4 |
| | lunes | 6 | 1.6 | 5.3 | 94.7 |
| | domingo | 6 | 1.6 | 5.3 | 100.0 |
| | Total | 113 | 29.2 | 100.0 | |
| No usa | Sin uso | 274 | 70.8 | | |
| | Total | 387 | 100.0 | | |

¿En que horario acudes?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Válido | Porcentaje Acumulado |
|--------|---------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | De 3pm. a 6pm | 40 | 10.3 | 35.4 | 35.4 |
| | De 6pm a 9pm | 34 | 8.8 | 30.1 | 65.5 |
| | De 12m a 3pm | 26 | 6.7 | 23.0 | 88.5 |
| | De 9pm a 12pm | 13 | 3.4 | 11.5 | 100.0 |
| | Total | 113 | 29.2 | 100.0 | |
| No usa | Sin uso | 274 | 70.8 | | |
| Total | | 387 | 100.0 | | |

¿Cuanto tiempo usas el servicio?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Válido | Porcentaje Acumulado |
|--------|-------------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | De 1 a 3 horas | 82 | 21.2 | 72.6 | 72.6 |
| | De 4 a 6 horas | 19 | 4.9 | 16.8 | 89.4 |
| | De 7 a 9 horas | 6 | 1.6 | 5.3 | 94.7 |
| | Menos de una hora | 3 | .8 | 2.7 | 97.3 |
| | Más de 9 horas | 3 | .8 | 2.7 | 100.0 |
| | Total | 113 | 29.2 | 100.0 | |
| No usa | Sin uso | 274 | 70.8 | | |
| Total | | 387 | 100.0 | | |

¿Con quienes sueles acudir?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Válido | Porcentaje Acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | Amigos | 83 | 21.4 | 73.5 | 73.5 |
| | Solo | 28 | 7.2 | 24.8 | 98.2 |
| | Parientes | 2 | .5 | 1.8 | 100.0 |
| | Total | 113 | 29.2 | 100.0 | |
| No usa | Sin uso | 274 | 70.8 | | |
| Total | | 387 | 100.0 | | |

¿Características preferidas

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Válido | Porcentaje Acumulado |
|--------|----------------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | Máquinas rápidas | 56 | 14.5 | 49.6 | 49.6 |
| | Velocidad conexión | 28 | 7.2 | 24.8 | 74.3 |
| | Mesas largas | 28 | 7.2 | 24.8 | 99.1 |
| | Módulos individuales | 1 | .3 | .9 | 100.0 |
| | Total | 113 | 29.2 | 100.0 | |
| No usa | Sin uso | 274 | 70.8 | | |
| | Total | 387 | 100.0 | | |

¿Qué precio estarías dispuesto a pagar por hora?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Válido | Porcentaje Acumulado |
|--------|------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | NS/ . 2.00 | 70 | 18.1 | 61.9 | 61.9 |
| | NS/ . 1.50 | 26 | 6.7 | 23.0 | 85.0 |
| | NS/ .2.50 | 13 | 3.4 | 11.5 | 96.5 |
| | NS/ . 3.00 | 4 | 1.0 | 3.5 | 100.0 |
| | Total | 113 | 29.2 | 100.0 | |
| No usa | Sin uso | 274 | 70.8 | | |
| | Total | 387 | 100.0 | | |

¿Qué promociones te gustaría recibir?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Válido | Porcentaje Acumulado |
|--------|-----------------------------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | Acumulación de horas | 91 | 23.5 | 80.5 | 80.5 |
| | Accesorio relacionados con juegos | 11 | 2.8 | 9.7 | 90.3 |
| | Horas nocturnas gratuitas | 11 | 2.8 | 9.7 | 100.0 |
| | Total | 113 | 29.2 | 100.0 | |
| No usa | Sin uso | 274 | 70.8 | | |
| | Total | 387 | 100.0 | | |

Edades

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Válido | Porcentaje Acumulado |
|--------|-------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | 17 | 46 | 11.9 | 11.9 | 11.9 |
| | 16 | 42 | 10.9 | 10.9 | 22.7 |
| | 15 | 41 | 10.6 | 10.6 | 33.3 |
| | 18 | 41 | 10.6 | 10.6 | 43.9 |
| | 13 | 39 | 10.1 | 10.1 | 54.0 |
| | 14 | 39 | 10.1 | 10.1 | 64.1 |
| | 19 | 39 | 10.1 | 10.1 | 74.2 |
| | 20 | 39 | 10.1 | 10.1 | 84.2 |
| | 22 | 31 | 8.0 | 8.0 | 92.2 |
| | 21 | 30 | 7.8 | 7.8 | 100.0 |
| | Total | 387 | 100.0 | 100.0 | |

Rango de ingreso Familiar

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Válido | Porcentaje Acumulado |
|--------|--------------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | De \$500 a \$1000 | 244 | 63.0 | 63.0 | 63.0 |
| | De \$1001 a \$1500 | 116 | 30.0 | 30.0 | 93.0 |
| | De \$1500 a más | 20 | 5.2 | 5.2 | 98.2 |
| | Menos de \$ 500 | 7 | 1.8 | 1.8 | 100.0 |
| | Total | 387 | 100.0 | 100.0 | |

ANEXO 8

CONTRATO DE ARRENDAMIENTO DE LOCAL PARA USO COMERCIAL

Conste por el presente, el Contrato de Arrendamiento de Local para uso Comercial, que celebran de una parte como propietaria, Doña **NELLY EMMA PALOMINO CONDOR**, identificada con **DNI N° 10282891**, con domicilio fiscal en Av. Paseo de la República 291 Of. 1706 – Lima, a quien en adelante se le denominará **LA ARRENDADORA**, y de la otra parte, Don **ROGER YORDAN LAURA IZARRA**, identificada con **DNI N° 41817092**, con domicilio en Calle León García 363 – Dpto. 302 Urb. Chama – Santiago de Surco, Teléfono: 7916-744, a quien en adelante se le denominará **EL ARRENDATARIO**, acuerdan en las cláusulas y condiciones siguientes:

PRIMERO.- LA ARRENDADORA declara ser la propietaria del Local Comercial ubicado en la Av. Universitaria 1841 Int. C, Distrito de Pueblo Libre, Provincia y Departamento de Lima.

SEGUNDO.- Por el presente contrato **LA ARRENDADORA**, da en arrendamiento a favor de **EL ARRENDATARIO**, su local ubicado en la Av. Universitaria 1841-C cuya área total es de 95 mts² aprox. Este local tiene como puerta de ingreso una de metal que comunica con la galería, **a fin que lo use exclusivamente como LOCAL COMERCIAL.**

TERCERO.- El plazo del presente contrato es de 1 año forzoso que empezará a contarse a partir del 22 de noviembre del año 2004 y vencerá indefectiblemente el 21 de noviembre del año 2005, sin necesidad de notificación ni aviso previo, sin embargo podrá ser renovado por un período más y/o menos siempre que las partes se pongan de acuerdo sobre las condiciones el nuevo contrato, para tal efecto **EL ARRENDATARIO**, deberá cursar la petición a **LA ARRENDADORA** por conducto notarial y con treinta días de anticipación al vencimiento del plazo contractual.

Cabe precisar, que a la firma del presente contrato, **EL ARRENDATARIO**, paga a favor de **LA ARRENDADORA**, la cantidad de US\$ 400.00, dicho pago corresponde al segundo mes de la Renta, ya que el primer mes pasa a condición de gratuito, por acuerdo de ambas partes y en consideración a los gastos que genere el acondicionamiento del local.

CUARTO.- En el supuesto caso que por razones técnicas, por disposición municipal y/o general por causas de fuerza mayor o caso fortuito, si **AL ARRENDATARIO**, no le fuese posible continuar con el arrendamiento del Local señalado en la cláusula primera y/o desarrollar las actividades previstas durante el lapso de los doce meses forzosos, podrá resolver este contrato previo aviso de sesenta días antes y pagará **AL ARRENDADOR** por concepto de lucro cesante el importe correspondiente a dos mensualidades del período que corresponde la merced conductiva.

QUINTO.- La merced conductiva mensual estipulada de mutuo acuerdo entre las partes es por la suma de **US\$ 400.00** (CUATROCIENTOS Y 00/100 DÓLARES AMERICANOS sin IGV), las que se pagarán por adelantadas con puntualidad y sin requerimiento a la presentación de los recibos, la falta de pago de la renta de un mes y quince días dará motivo de rescisión del presente contrato.

SEXTO.- EL ARRENDATARIO, declara que ha visto el inmueble materia del presente contrato que recibe en arrendamiento, dando su conformidad por el buen estado de habitabilidad con sus instalaciones de energía eléctrica, puertas, ventanas, cerraduras, etc.; que se encuentra con la descripción que se menciona en la segunda cláusula del presente contrato y obligándose a entregarlo al término del presente contrato en las mismas condiciones en que las recibió, salvo el deterioro por el uso normal.

SETIMO.- LA ARRENDADORA declara que el bien inmueble que se da en alquiler, será dedicado íntegramente para uso comercial, no pudiendo el Arrendatario darle otro uso, quedando prohibido terminantemente darle uso de Casa – Habitación, la violación de este contrato motivará la rescisión del Contrato.

OCTAVO.- EL ARRENDATARIO, no podrá traspasar el presente contrato ni subarrendarlo el inmueble materia del mismo, obligándose a la vez a: a) mantener en perfecto estado de conservación y aseo todas las redes eléctricas y de todas las estructuras de las construcciones del inmueble; b) pagar el 20% del recibo de Agua. Asimismo, **EL ARRENDATARIO**, tendrá derecho de usar y disfrutar de los servicios higiénicos (Baño), el mismo que se encuentra ubicado dentro de la Galería y que será de uso exclusivo de los clientes. Vale mencionar también que cualquier reparación que se haga en los Servicios Higiénicos correrá por cuenta equitativa de parte de los inquilinos; c) pagar la luz y arbitrios municipales, con excepción del pago del Impuesto Predial que será de cargo exclusivo de **LA ARRENDADORA**.

NOVENO.- EL ARRENDATARIO, queda facultado para que pueda modificar o reformar el inmueble arrendado salvo permiso escrito de **LA ARRENDADORA** y queda entendido que toda reforma, modificación o aditamento que se realice será por cuenta y riesgo de **EL ARRENDATARIO** y quedará a beneficio del inmueble arrendado.

DÉCIMO.- Las reparaciones que sean necesarias realizar en las instalaciones e servicios, durante la vigencia del contrato y/o mientras **EL ARRENDATARIO** permanezcan en el inmueble, serán de cuenta exclusiva de **EL ARRENDATARIO**.

DÉCIMO PRIMERO.- GARANTÍA EFECTIVA: EL ARRENDATARIO deposita en poder de **LA ARRENDADORA** la cantidad de US\$ 1,200.00 (MIL DOSCIENTOS DÓLARES AMERICANOS), dicho dinero les será devuelto por **LA ARRENDADORA**, y siempre desde luego que no tenga pendiente deuda alguna por concepto de arrendamiento, recibos por consumo de luz, agua y

arbitrios municipales, por consiguiente este depósito no puede considerarse en pago parcial o total de arriendo ni devengará intereses de ningún concepto.

DÉCIMO SEGUNDO.- EL ARRENDATARIO se compromete a no dar uso del bien inmueble arrendado en giros laborales de fotografía, tipeos ni juegos de Play Station en ninguna de sus formas.

La violación de ésta cláusula motivará la rescisión del Contrato.

DÉCIMO TERCERO.- En lo no previsto en el presente contrato, ambas partes convienen someterse exclusivamente a las normas establecidas en el C.C. sobre arrendamiento, salvo lo dispuesto con carácter de obligatoriedad en las Leyes Especiales pertinentes. Asimismo, los contratantes se someterse expresamente a la Jurisdicción de los Jueces y Tribunales de Lima.

Para todo lo relacionado con el fiel cumplimiento de este contrato de local para uso comercial, con todos los términos expuestos y para su constancia se firman en dos ejemplares de un mismo tenor y a un solo efecto.

Lima, 28 de septiembre del 2004

NELLY EMMA PALOMINO CONDOR

**DNI N° 10282891
LA ARRENDADORA**

ROGER YORDAN LAURA IZARRA

**DNI N° 41817092
EL ARRENDATARIO**

ANEXO 9

INTCOMEX PERU S.A.C. Cotizacion: 401575

Fecha: **28/10/04**

Pagina: **01**

| | |
|-----------------|-----------------|
| Fecha: 28/10/04 | Cliente: 064979 |
| TC: 3.32 | COUNTER S.A.C. |

Atención: **ROGER LAURA IZARRA**

De acuerdo a lo conversado, adjunto cotización según detalle:

| Cantidad | Codigo Producto | Descripcion | Precio Unitario | Importe |
|----------|-----------------------------|--|-----------------|----------------------|
| 20 | MB407ITL70 | MB KT4 AMD-XP | US\$ 80.89 | US\$ 1617.80 |
| 20 | CP140ITL81 | PROCESADOR AMD ATHLON (TM) XP-2800+ | US\$ 123.17 | US\$ 2463.40 |
| 20 | VC215ATI38 | ATI RADEON 9200 TV SE 128MB DDR | US\$ 55.42 | US\$ 1108.40 |
| 20 | DH204SEA09 | D.DURO SEAGATE ST340014A ATA100 40.0 720 | US\$ 56.30 | US\$ 1126.00 |
| 3 | DC300LGE25A | U/CD-R-REGRAB.LG 52X32X52 BULK IDE | US\$ 28.44 | US\$ 85.32 |
| 3 | DF100ALP01 | FLOPPY DRIVE ALPS 3.5" 1.44MB | US\$ 6.54 | US\$ 19.62 |
| 24 | ID222BTC26 | TECLADO BTC MODELO 5213 MULTIME ESP/PS2 | US\$ 6.29 | US\$ 150.96 |
| 24 | ID010XTK13 | RATON XTECH OPTICAL SCROLL 3 BOTONES | US\$ 5.39 | US\$ 129.36 |
| 20 | MT117SAM04 | M.SAMSUNG 793S 17" | US\$ 116.84 | US\$ 2336.80 |
| 20 | NW122DLK01 | TARJETA DLINK 10/100 FAST ETH WOL PCI | US\$ 6.22 | US\$ 124.40 |
| 20 | CH330KVR20 | DDR KINGSTON VALUERAM (2700) PC333 512MB | US\$ 110.07 | US\$ 2201.40 |
| 20 | VC215ATI38 | ATI RADEON 9200 TV SE 256MB DDR | US \$ 100.00 | US \$ 2000.00 |
| 24 | DF898GFD18 | AUDIFONOS HURRICANE 3R | US\$ 1.60 | US\$38.40 |
| 1 | XD458SGE89 | SWITCH D_LINK 24 PUERTOS | US \$ 85.00 | US \$ 85.00 |
| 1 | HY452ERT46 | RACK PARA SWITCH | US \$ 45.00 | US \$ 45.00 |
| 4 | W3HIU564DS | WARCRAFT 3 | US \$ 90.00 | US \$ 360.00 |
| 4 | CS55EGFE5G | COUNTER STRIKE 1.6 | US \$ 75.00 | US \$ 300.00 |
| 4 | ST65SFF456W | STARCRAFT | US \$ 70.00 | US \$ 280.00 |
| 2 | WX202GHU1 | WINDOWS XP-PROFESIONAL | US\$ 100.84 | US\$ 201.68 |
| 300 | CRL48DFE56 | METRO CABLE UTP / REDES LAN AVAYA | US \$0.45 | US \$ 135.00 |
| 20 | CS501GNC87 | GABINETE MIDTWR 3160P ATX BEIG/BLUE 400W | US\$ 21.80 | US\$436.00 |
| | | | Suma | US\$ 15244.54 |
| | | | Impuesto | US\$ 2896.46 |
| | | | Total | US\$ 18141.00 |

Condiciones Generales:

- * Los precios estan en dolares mas I.G.V..
- * Los precios estan sujetos a cambio sin previo aviso.
- * Disponibilidad sujeta a existencias.
- * Verificar precios y existencias al momento de poner la orden en firme.
- * Venta sujeta a aprobacion de credito.

Quedando a su disposicion le saluda

A T E N T A M E N T E

LUZ MARINA PINTO DONGO

ANEXO 10

PROFORMA DE SNACK

Empresa : S & S Acabados S.A.C.

Dirección : Av. Tingo María 1280-Urb. Chacra Rios Sur-Lima

Teléfonos : 261-9696/ 9945-9570

Artículo : Mueble de 2.00 mts. de ancho por 2.00 mts. de largo, con tres divisiones por dentro y dos cajones.

Precio : S/. 715.00 (sin I.G.V.)

ANEXO 11

COLA FUMIS

Servicios Generales EIRL.

Lima, 12 de Noviembre del 2004

Señorita:

Yessela Castro

Por medio de la presente ponemos en su consideración extintores con polvo químico seco ABC, aprobado por la Ley de Control de Insumos del Ministerio de Energía y Minas (MEM), N^a28305, cuya formula española actúa al ser utilizado en un 0.40%.

| | |
|-------------------------|----------------------|
| Agente Extintor | : 2.00 Kg. Polvo ABC |
| Agente Expulsor | : N ₂ |
| Homologado según | : ITC, MIE AP -5 |
| Temperatura de servicio | : -20°C +60°C |

| | |
|---------------------------------------|-------------|
| Precio de Venta de extintor con polvo | : S/. 90.00 |
| Precio de Recarga por extintor | : S/. 35.00 |

Precios NO incluyen I.G.V.

Agradeciendo su amabilidad quedamos de usted.

Atentamente,

Mónica Martínez Rosel
Gerente General

CONTROL DE SALUBRIDAD AMBIENTAL Y FUMIGACIÓN Y SERVICIOS
GENERALES

JR. LEONCIO PRADO 385 MAGDALENA DEL MAR
TELF: 263 5186/ 262 6880 NEXTEL: 834*3676/ 834*3678

ANEXO 12

PROFORMA DE MESAS

ANEXO 13



Proforma Ace Home Center

- 1 Compresora Power Machine 2HB 389.00 Nuevos Soles
Manguera de 10 mts.
Pistola de aire
Tanque de 24 litros
Presión 8 PS
- 2 Ventiladores de techo de 3 paletas 119.80 Nuevos Soles
CoolBreeze
- 1 Set de 6 desarmadores Screwdriver set 24.5 Nuevos Soles
- 8 galones Pintura latex “del maestro” 60.00 Nuevos Soles
- 2 brochas Miller 35.00 Nuevos Soles
- 25 sillas plegables acolchadas ,color negro 747.50 Nuevos Soles
- Microcomponente audio system dual 349.00 Nuevos Soles
Marca “Jwin”
- Reloj de Pared Quarts 20.00 Nuevos Soles

ANEXO 14

PROFORMA MINUTA DE CONSTITUCIÓN

ANEXO 15

NOTARIA JARA
Av. José Olaya 524
Chorrillos
Telfs. 251-6746/ 251-5381

PROFORMA DE COSTOS PARA LA CONSTITUCION DE UNA SOCIEDAD CON UN CAPITAL DE US\$.20,000.00

| | |
|---|---|
| 1.- Búsqueda de la denominación en Registros Públicos..... | 5.00 (por cada nombre que se busque). |
| 2.- Reserva de preferencia registral de la denominación (Solicitud Notarial e inscripción registral)..... | 50.00 |
| 3.- Derechos Notariales por elevación a Escritura Pública..... | 450.00 |
| 4.- Derechos Registrales de inscripción de sociedad (un directorio y un gerente)..... | 260.00 aprox. (S/.19.00 por cada gerente, representante o apoderado adicional) (Sujeto a liquidación registral) |
| 5.- Legalización de Libros contables..... | 30.00 |
| Total..... | S/.795.00 |

Lima, 29 de Octubre del 2004.

p.p. **NOTARIA JARA**
ROSALIA SILVA Z.

* Los precios incluyen el IGV.

ANEXO 16



| <u>Artículo:</u> | <u>Precio</u> |
|------------------------------------|---------------|
| <u>Unitario</u> | |
| Libro Caja de 200 folios..... | S/. 20.91 |
| Libro Compras de 200 folios..... | S/. 20.91 |
| Libro Ventas de 200 folios..... | S/. 20.91 |
| Libro Diario de 200 folios..... | S/. 11.20 |
| Libro Mayor de 200 folios..... | S/. 11.20 |
| Libro de Activo de 200 folios..... | S/. 20.91 |
| Libro de Actas de 200 folios..... | S/. 9.80 |

Precios incluyen IGV.

Sucursal: Av. La Molina 1148-La Molina

ANEXO 17

Registro de Nombre Comercial



Pasos:

1. Servicio de Búsqueda:
 - a. Por Nombre Comercial..... S/.40.00
Tiempo estimado: De 10 a 15 minutos.
 - b. Por Figura o Logotipo..... S/.51.55
Tiempo estimado: De 3 días hábiles.
2. Llenado de formatos..... GRATUITO
3. Entrega de formatos llenos a Mesa de Partes.....S/.438.4

Atención al Consumidor: Srta. Itala Manzo

ANEXO 18

PRÉSTAMO BANCO INTERBANK

ANEXO 19

PROFORMA DE SERVICIO DE SPEEDY



Speedy

Speedy 400, Speedy 600 y Speedy 2000

Características:

- 5 cuentas de correo de 15 MB de capacidad (usuario@speedy.com.pe)
- Disco Duro Virtual de 30 MB
- Antivirus On line/Correo
- Podrás acceder a tu correo de 3 formas: El correo cuenta con acceso tanto vía web, a través de un cliente (como outlook) y vía WAP (en tu celular) a través de la dirección (wap.speedy.com.pe).
- Modalidad: 600
- Velocidad: 600/128
- Precio: USD 99,84 o S/. 335,26 (Incluido IGV).