



**UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**“PROYECTO PLAN DE NEGOCIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS
ÒPTICO ASHBRI”**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PARA OPTAR EL
TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

PRESENTADO POR

BACH.BRINGAS ZAPATEL, ESTHEFANI NATALI.

<https://orcid.org/0000-0002-4259-0577>

ASESOR

DR. CASTILLO PALACIOS, FREDDY WILLIAM

<https://orcid.org/0000-0001-5815-6559>

**LIMA – PERÚ
2022**

DEDICATORIA

A mí adorada hija Ashley Tantarico Bringas, por la paciencia que me has demostrado durante este tiempo de elaboración del trabajo. A mi padre Luis Bringas Pérez, por guiarme y ser mi soporte. A mi madre Nelly Zapatel Flores, por su sabio consejo que nunca es tarde para cumplir nuestras metas.

AGRADECIMIENTO

A mi Dios A mi Dios, por no dejarme
vencer y escuchar cada una de mis
oraciones, por permitirme tener la
fortaleza y sabiduría de seguir adelante
con mi carrera a futuro.

Al Técnico Optometrista Duberly
Tantarico Gómez, por brindarme parte de
sus conocimientos y ayudarme a tener
mayor enfoque en el desarrollo de mi
tesis.

AL Doc. Freddy William Castillo Palacios,
por la paciencia y empatía para el
asesoramiento de mi tesis.

INDICE GENERAL

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
ÍNDICE DE TABLAS.....	iv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	ix
RESUMEN.....	xii
INTRODUCCIÓN.....	xiii
I.PLANEAMIENTO ESTRATEGICO.....	1
1.1. Formulación de idea de negocio.....	1
1.2. Descripción de la empresa.....	2
1.3. Perfil de la empresa.....	7
1.4. Misión.....	10
1.5. Visión.....	10
1.6. Valores.....	10
1.7. El producto.....	11
1.8. Matriz FODA.....	13
1.9. Objetivos estratégicos generales.....	15
II.DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO.....	17
2.1 Análisis del microentorno.....	17
2.2 Análisis del macroentorno.....	25
III.ESTUDIO DE MERCADO.....	28
3.1 Oferta.....	28
3.2 Demanda.....	34
IV.PLAN DE COMERCIALIZACIÓN.....	40
4.1 Mercado.....	41
4.2 Marketing MIX.....	42
V.PLAN TÉCNICO.....	60
5.1 Localización de la empresa.....	60
5.2 Tamaño del negocio.....	63

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz FODA.....	13
Tabla 2. Modelo CANVAS	16
Tabla 3. Precio por servicio.....	54
Tabla 4. Precio por servicio	54
Tabla 5. Matriz de macro localización.....	61
Tabla 6. Matriz de micro localización.....	62
Tabla 7. Medidas de cada área.....	67
Tabla 8. Equipos oftálmicos para la refracción y biselados.....	68
Tabla 9. Categoría de lunas.....	69
Tabla 10 Mano de obra.....	71
Tabla 11. Costo de lunas.....	72
Tabla 12. Costo de accesorios ópticos.....	75
Tabla 13. Costo de mano de obra.....	76
Tabla 14. Costo de montura.....	76
Tabla 15. Costos de pago servicios.....	77
Tabla 16. Costos anuales.....	77
Tabla 17. Inversión de maquinaria y muebles oftálmicos.....	83

Tabla 18. Ingresos.....	84
Tabla 19. Egresos.....	85
Tabla 20. Egresos administrativos.....	85
Tabla 21. Egresos Anuales.....	86
Tabla 22. Amortización del préstamo.....	86
Tabla 23. Deuda por año.....	87
Tabla 24. Gasto financiero.....	88
Tabla 25. Interés e ITF.....	88
Tabla 26. Flujo de caja	89.
Tabla 27. Evaluación económica financiera.....	90
Tabla 28. Estados financieros proyectados.....	91
Tabla 29. Estados de ganancias y pérdidas.....	92

INDICE DE GRAFICOS

Figura 1. Tarjeta de garantía.....	5
Figura 2. Examen de refracción.....	6
Figura 3. Biselados de lunas.....	7
Figura 4. Ubicación de la plaza central y lugar estratégico de Óptica ASHBRI.....	9
Figura 5. Examen de queratometría	11
Figura 6. Certificados de autenticidad del tratamiento blue protect.....	18
Figura 7. Portada de la página web Axes.....	19
Figura 8. Facebook del laboratorio Axes.....	20
Figura 9. Portada de Facebook MB LENS.....	20
Figura 10. Página de Facebook Lenssport.....	21
Figura 11. Laboratorio Ocutec.....	23
Figura 12. Laboratorio Trimax.....	24
Figura 13. Post inalámbrico.....	29
Figura 14. Billetera Móvil.....	29
Figura 15. Logotipo de Ópticas Romero.....	32
Figura 16. Local de Ópticas Romero.....	33
Figura 17. Equipos del taller de Opticas Romero.....	33
Figura 18. Publicidad de promoción de Ópticas Romero.....	34
Figura 19. Campañas visuales que realizan Opticas Romero.....	35
Figura 20. Facebook de Opticas Romero.....	35

Figura 22. Página oficial de Facebook Opticas GMA.....	37
Figura 23. Publicidad de Opticas GMA.....	37
Figura 24. Porcentaje de personas encuestadas de acuerdo a la edad.....	39
Figura 25. Porcentaje de visita a un establecimiento óptico.....	39
Figura 26. Porcentaje de usuarios que usan lentes.....	40
Figura 27. Porcentaje del examen de refracción si se realiza en el mismo centro.....	40
Figura 28. Porcentaje de la visita al establecimiento.....	41
Figura 29. Porcentaje del medio de comunicación que utiliza frecuentemente.....	42
Figura 30. Porcentaje de importancia de calidad y precio.....	43
Figura 31. Características de los niveles socioeconómicos.....	45
Figura 32. Montura acetato Ferretti	46
Figura 33. Montura acetato Eyewear.....	46
Figura 34. Montura metal Amazon.....	47
Figura 35. Montura metal Amazon.....	47
Figura 36. Montura titaniun.....	48
Figura 37. Montura carey.....	49
Figura 38. Montura solar Ray ban.....	49
Figura 39. Ejemplo de luna monofocal.....	50
Figura 40. Tipos de lentes bifocales.....	51
Figura 41. Lunas Multifocales.....	52
Figura 42. Lentes de contacto transparentes.....	53
Figura 43. Tratamiento Antireflex.....	53
Figura 44. Aparatos que emiten luz azul.....	54

Figura 45. Lentes fotocromáticos te cuidan de los rayos U.v.....	55
Figura 46. Proceso de oscurecimiento.....	55
Figura 47. Lente polarizado.....	56
Figura 48. Lunas coloreadas.....	57
Figura 49. Orejeras.....	57
Figura 50. Estuche solar.....	57
Figura 51. Canal de venta presencial.....	59
Figura 52. Canal de distribución del producto.....	60
Figura 53. Canal de venta online.....	60
Figura 54. Volantes de promoción.....	61
Figura 55. Publicidad en lunas blue protec.....	62
Figura 56. Página Oficial de Facebook.....	62
Figura 57. Toldo para las campañas visuales.....	63
Figura 58. Exhibidores de monturas.....	67
Figura 59. Autorrefractómetro.....	68
Figura 60. Optotipo.....	68
Figura 61. Caja de prueba.....	68
Figura 62. Caunter.....	69
Figura 63. Asientos de espera.....	70
Figura 63 Diseño del centro salud visual.....	71
Figura 63 Flujograma de proceso de servicio.....	82
Figura 63. Organigrama.....	86

RESUMEN

El presente trabajo "PLAN DE NEGOCIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS ÓPTICO ASHBRI" tiene como finalidad ofrecer diferentes servicios y productos ópticos, en la ciudad de Jaén. Nuestra empresa óptica está enfocada en los diferentes segmentos socioeconómicos A, B, C, D Y E que habitan en la ciudad. Tratando de solucionar cualquier tipo de anomalías visuales que presenten, por medio de exámenes computarizados, que nos ayudarán a prevenir y detectar cualquier dificultad en nuestras vistas. Estará ubicada en una zona céntrica y turística de la ciudad de Jaén, rodeada de diferentes empresas de la competencia, generando mayor demanda del mercado. Por medio del estudio de la matriz Foda, se ha desarrollado diferentes estrategias para no ser afectados frente a las amenazas que nos rodean. Detallaremos como fue que nació la idea de este negocio prometedor y describiremos los servicios que lograremos realizar, al igual que nuestra misión, visión que deseamos alcanzar. Principalmente se realizó una investigación micro interna y macro externa de la ciudad, por medio de encuestas. Detallaremos por medio de indicadores VAN y TIR una evaluación económica y financiera, que me brinde los resultados de la rentabilidad de la empresa. Y sobre todo conocer cuánto se va a ganar o perder en esta inversión.

INTRODUCCIÓN

En los últimos dos años la contaminación atmosférica, ha ocasionado un desgaste de la capa de ozono, generando el ingreso de los rayos U.V con más potencia. Las investigaciones han demostrado que la radiación UV aumenta, las probabilidades de presentar patologías como: cataratas, pterigión entre otros. Al igual que la pandemia originada por el COVID 19, ha generado que la gran mayoría de habitantes permanezcan en sus hogares, al mismo tiempo laborando y estudiando desde casa por horas transcurridas, por medio de computadoras, celulares y otros dispositivos que generan luz nociva. Ocasionando molestias visuales como picazón, visión borrosa, dolores de cabeza, cansancio visual.

Mientras la tecnología cada día más avanza, nuestra salud visual pasará factura y las consecuencias serán notorias, si bien es cierto la mayoría de la población vivimos expuestos a publicidades luminosas, artefactos que emiten luz led, en la cual son dañinos para la salud visual. Por tal motivo se les recomienda acudir a un centro de salud visual, para optar por lentes que ayuden a distorsionar la luz dañina o luz azul, con protección U. V 400nm. Ayudandoles a prevenir dificultades visuales o problemas lagrimales, conocido como el ojo seco. Óptica ASHBRI tiene como función ejercer diferentes servicios, y venta de productos que ayuden en el cuidado de nuestro

órgano principal (los ojos). Es de vital importancia brindar un diagnóstico transparente y confiable a la población, ayudándole a prevenir cualquier patología y corrigiendo anomalías que se suele presentar.

CAPITULO I

PLANEAMIENTO ESTRATEGICO

1.1 Formulación de idea de negocio

Se realizó un estudio de mercado por medio de encuestas en la ciudad de JAÉN, buscando obtener información sobre sus mayores necesidades y preocupaciones de los habitantes en cuanto a todo relacionado a la salud visual. Descubrimos que la mayoría de pobladores presentan anomalías visuales, y por motivo que, en la ciudad de Jaén, no existen ópticas confiables, que logren brindar servicios completos, optan por ir a otras ciudades. En muchos casos, pacientes comentan su mala experiencia frente a campañas visuales, refiriéndose sobre reclamos que les gustaría realizar, acerca de los productos que les ofrecieron y no resultaron ser de buena calidad, y en cual no pueden expresar sus molestias, debido que la gran mayoría de ópticas que realizan este tipo de eventos, no son de la ciudad de Jaén, generando incertidumbre en los pacientes. Un porcentaje de habitantes también revelan sobre los inconvenientes que han tenido al acudir a realizarse una consulta visual en las ópticas de la ciudad de Jaén, el no ser atendidos por personal

profesional de la salud visual; terminan brindando un diagnóstico muy alterado, generándoles dolores de cabeza, vómitos. OPTICA ASHBRI será un negocio prometedor, que busca garantizar todos sus servicios y distinguirse de las 14 ópticas que existen en la ciudad. Ofreciendo servicios de refracción y examen de agudeza visual entre otros, ofreceremos servicio de taller, servicios de terapias visuales y venta de productos ópticos, destinados a todos los segmentos socioeconómicos, por medio de productos y servicios al alcance de su economía.

1.2 Descripción de la empresa

OPTICA ASHBRI. Somos una empresa de servicios y productos ópticos, que tiene como objetivo llegar a nuestros clientes, por medio de compras online y compras presenciales. Nuestro mercado potencial engloba a los diferentes segmentos socioeconómicos, A, B, C, D Y E que incluyen damas, caballeros, adulto mayor y niños, con el propósito de ofrecerles la mejor atención personalizada. Contamos con un personal altamente capacitado en las áreas asignadas, garantizando la calidad de nuestros servicios y productos. En OPTICA ASHBRI, se ofrecerán todo tipo de tratamientos y materiales en lunas (policarbonato, resina, cristal), una gran variedad de productos ópticos, en ella encontraremos monturas de diferentes calidades, gama alta, intermedia y económica. Cumpliendo con las expectativas de nuestros clientes de las diferentes clases socioeconómicas. En nuestra empresa se realizarán campañas visuales, en las diferentes provincias de la ciudad de Jaén, (Chontalí, San Ignacio, Pucara, Huabal, Las Pirias, etc.) brindándoles la mejor asesoría y conocimiento acerca de lo importante que es realizarse un examen visual.

La empresa de salud visual, contará con diferentes áreas, otorgando seguridad y confiabilidad, para resolver alguna duda o inconveniente.

- **Área del servicio al cliente:** Se realizará la atención por medio de llamadas, redes sociales, página web; brindando conocimiento acerca de nuestras promociones, garantía óptica y garantía de monturas. De tal forma ejecutar un seguimiento de las ventas realizadas con nuestros clientes, asesorándose que hemos cumplido con sus necesidades.

Figura 1

Tarjeta de garantía



Elaboración propia

- **Servicios de examen de refracción y descarte:** Nuestro especialista de la salud, efectuara todos los exámenes optométricos computarizados, que nuestro paciente necesita, para determinar todo tipo de anomalías, con la finalidad de brindarnos el resultado actual y final.

Figura 2

Examen de refracción



Nota. Google imágenes

- **Área servicio de terapias visuales:** Destinados para pacientes que necesitan mejorar su visión, por medio de ejercicios visuales.
- **Área de servicio de taller:** Contaremos con herramientas de tecnología avanzada, que nos permitan realizar un trabajo eficaz. Ofreceremos el servicio de biselados, ranurados, traspaso de lunas, ajustes y nivelación de monturas, así como el cambio de accesorios, dirigido a nuestros clientes internos y externo.

Figura 3

Biselados de lunas



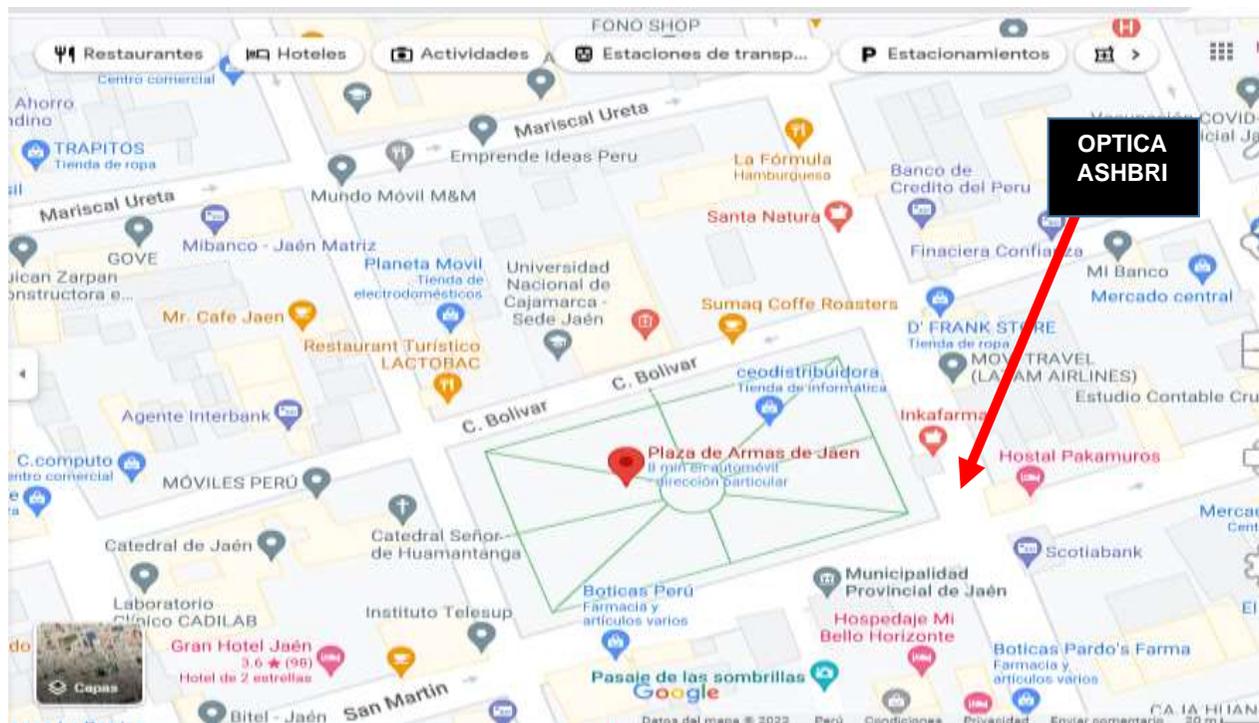
Nota. Google imágenes

1.3 Perfil de la empresa

“OPTICA ASHBRI” con razón social servicios ópticos ASHBRI S.A.C. Estará ubicada en la ciudad de Jaén, departamento Cajamarca, con dirección legal en el centro de la ciudad: Villanueva pinillos s/n, lugar estratégico y comercial. Rodeado de diferentes empresas ópticas, empresas de turistas y financieras. Consolidándose como una MYPE, dentro del régimen tributario. Estará conformada por un grupo de 5 integrantes, altamente profesionales en cada área asignada, con la intención de ofrecer el mejor servicio garantizado y personalizado a cada uno de nuestros clientes, logrando satisfacer sus necesidades, por medio de una explícita asesoría, acerca de nuestros productos y tratamientos ópticos que ofrecemos, convirtiéndose en una óptica líder, confiable y transparente en el mercado de la ciudad de Jaén.

Figura 4

Ubicación de la plaza central y lugar estratégico de Óptica ASHBRI



Nota. Google maps

1.4 Misión

En "ÓPTICA ASHBRI". Nos sentimos comprometidos en brindar un servicio completo y excepcional, mediante la calidad de atención y asesoría, con la finalidad de lograr satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes. Ofreciéndoles una gran variedad de los mejores y más exclusivos productos de alta calidad.

1.5 Visión

En ÓPTICA ASHBRI. Buscamos en el año 2026, ser líder en el mercado óptico nacional, ofreciendo una excelente calidad de servicio y productos de diferentes gamas, que logren cubrir las necesidades de nuestros clientes. Otorgando un servicio único y honesto.

1.6 Valores

- **Empatía:** Comprender y saber escuchar las necesidades de nuestros clientes.
- **Honestidad:** Es una de nuestra pieza clave, para ganarse la confianza y credibilidad frente al entorno. Ofreciendo productos y servicios a precios razonables, que el cliente necesita.
- **Profesionalismo:** Contamos con el personal capacitado para ejercer la función de asesoría de productos ópticos y el servicio de atención primaria de la salud.
- **Puntualidad:** Cumplir con los horarios de ingreso y salida de nuestro personal, incluyendo en la entrega de los productos en la fecha indicada, al igual que en los horarios de servicio. Generando orden y respeto dentro de la empresa, como hacia nuestros clientes.

- **Transparencia:** Comunicar a nuestros clientes sobre su situación actual, si es necesario o no, adquirir nuestros productos.

1.7 El producto

En "ÒPTICA ASHBRI" encontrarás todo relacionado con la salud visual:

- **Graduación de la vista y estudio optométrico:** Nuestra óptica ofrece un servicio actual completo, computarizado y gratuito. Brindando un examen de refracción e identificando, cualquier tipo de anomalías como: Miopía, Astigmatismo, Hipermetropía, Presbicia, Ambliopía, Estrabismo. Descarte de carnosidad y Pterigión, etc.
- **Examen de queratometría:** Prueba objetiva, que se le realiza al paciente para lograr, percibir los meridianos de la córnea. Adaptación de lentes de contacto. Contamos con un personal profesionalmente especializado, en la colocación de lentes de contacto como: LYCRIL TORICO, BLANDOS, COMESTICOS.

Figura 5

Examen de queratometría



Nota. Google imágenes

➤ **Terapia visual optométrica:**

Realizamos ejercicios visuales personalizados, ayudando a mejorar el rendimiento visual.

➤ **Adaptación y fabricación de prótesis oculares:**

Procedimientos de colocación de prótesis, en pacientes que conservan el globo ocular, sin presentar daño en la córnea y pacientes que necesitan prótesis completa.

➤ **Área de asesoría:**

Capacitadas para sugerir diferentes tipos de lunas, por ejemplo: Monofocales, bifocales y progresivos, al igual que los tratamientos y materiales de lunas, que nuestro personal profesional de la salud sugiere. Como también asesoría, de los diferentes productos oftálmicos, en la cual contamos: Monturas oftálmicas, monturas solares para adultos y niños. Kit de líquidos de limpieza, líquido de lente de contacto, cordón deportivo, cordón liga, cordón perla, cordón satinado, cordón solar, orejeras, plaquetas antialérgicas, plaquetas comerciales, plaquetas a presión, puente ortopédico con 1 y 2 tornillos, paño antiempañante, estuches solares, estuches oftálmicos, estuches de lente de contacto fundas solares, estuche correa, tornillos, pernos, paño microfibra, repuesto Flex, puente teléfono y más accesorios.

➤ **Área de laboratorio y taller:**

Personal capacitado para brindar el servicio de biselado (resina, policarbonato, vidrio) ranurado, traspaso de lentes, cambio de plaquetas, tornillos, repuesto Flex. Se realizará acabados (bisel brillante, facetado, ajuste y nivelación de monturas.

Nuestro laboratorio contará con un stock de lunas, con diferentes tratamientos. Brindando trabajos en menor tiempo solicitado.

➤ **Área de servicios de envíos:**

Nos encargaremos de realizar envíos de los productos que adquirieron, a los diferentes lugares de la ciudad de Jaén, sin costo alguno.

1.8 Matriz FODA

Tabla 1

Matriz FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>F1 Intuición de marketing.</p> <p>F2 Personal con alto conocimiento en el rubro de servicios ópticos.</p> <p>F3 Contar con diferentes servicios en nuestra empresa.</p> <p>F4 Ofrecemos equipos ópticos modernos.</p> <p>F5 Gran variedad de monturas oftálmicas de gama alta, intermedia y económica.</p> <p>F6 Modalidades de pago (transferencias, Izipay, etc.).</p>	<p>D1 Por ser una empresa nueva en el mercado, poca cartera de clientes.</p> <p>D2 Presupuesto financiero limitado.</p> <p>D3 No contar con personal capacitado para realizar viajes de campaña.</p>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>O1 El avance de la tecnología.</p> <p>O2 Punto centralizado de comercio.</p> <p>O3 No existen centros especializados que ofrezcan servicios completos.</p> <p>O4 El ingreso de turistas.</p>	<p>A1. La Inflación se manifestó en el aumento de precios en los productos.</p> <p>A2 Desvalorización de los productos.</p> <p>A3 Desastres naturales originando que las encomiendas no lleguen en la fecha solicitada.</p>

<p>O5 Clima caluroso</p>	<p>A4 Pandemias han generado que, como empresa, nuestro aforo sea menor a lo planeado. Por lo tanto, los pacientes no esperan para ser atendidos.</p> <p>A5 Delincuencia</p>
---------------------------------	--

<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA FO</p> <p>FO1 Realizar anuncios publicitarios por medio de las redes sociales, sitios web, gigantografías, ofreciendo ofertas de los diferentes productos que brindamos.</p> <p>FO2 Realizar campañas visuales gratuitas, brindando información y cotizaciones sobre los servicios y productos que ofrecemos, sobre todo las facilidades de pago.</p> <p>FO3 Implementar dispositivos de información sobre los servicios que ofrecemos, por medio de propagandas publicitarias en radio, tv.</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA DO</p> <p>DO1 Usar medios de comunicación como: televisión, radio, entre otros. Logrando llegar a clientes de los lugares cercanos, motivándoles con promociones, descuentos, sorteos; alcanzando que formen parte de nuestros clientes.</p> <p>DO2 Campañas publicitarias, perifoneo y volanteo. En los diferentes distritos de Jaén.</p>
<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA FA</p> <p>FA1 Ofrecer promociones y descuentos por la compra de cada producto, por medio de redes sociales.</p> <p>FA2 Fidelizar a mi cliente por medio de información detallada, sobre los productos que entregamos, ofreciéndoles garantía y precios justos en nuestras monturas y servicio, etc.</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA DA</p> <p>DA1 Adquirir mercadería en mayor cantidad, interna y externa de los diferentes productos a utilizar en la empresa.</p> <p>DA2 Brindar garantías de ruptura, ajustes de mis productos, otorgando confianza por lo adquirido.</p>

Elaboración propia

1.9 Objetivos estratégicos generales

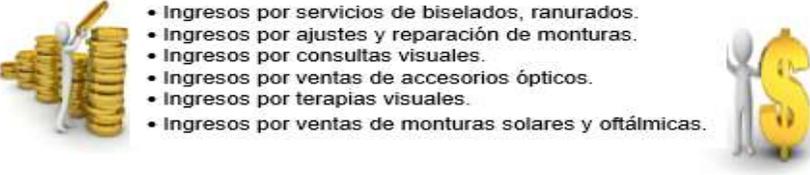
1. Realizar gigantografías publicitarias en lugares transcurridos. Como en los ingresos a la ciudad, anuncios permanentes por medio de radio, televisión, volantes, páginas web, redes sociales, campañas visuales, en diferentes distritos aledaños a la ciudad.
2. Asignar tecnología computarizada digital, para el avance de producción de biselados.
3. Llegar a posicionarme en los centros comerciales de la ciudad.
4. Ampliarme con diferentes sucursales.
5. Invertir gran porcentaje en stock de lunas, con los tratamientos más solicitados en el mercado óptico.
6. Aumentar un 33% en las ventas de productos ópticos en el año 2027.

1.10 Modelo CANVAS.

El estudio del modelo CANVAS, me va permitir obtener los aspectos claves del negocio

Tabla 2

Modelo Canvas

SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACION CON CLIENTES	SEGMENTOS DE CLIENTES
<ul style="list-style-type: none"> Técnico Optometrista. Clínica VIDAVAS. Clínica Sotomayor. Distribuidores de lunas, monturas, accesorios y equipos ópticos. 	<ul style="list-style-type: none"> Examen de refracción completo, computarizado y gratuito. Servicio de biselado, ajustes de monturas, cambio de accesorios.etc. Servicio de postventa. Fabricación de prótesis oculares. Garantía óptica y de monturas. <p>RECURSO CLAVE</p> <ul style="list-style-type: none"> Equipos ópticos con tecnología avanzada. Personal profesional de la salud visual capacitado. 	<ul style="list-style-type: none"> Diagnosticar, prevenir anomalías visuales. Asesoría completa sobre los tratamientos recomendados. 	<ul style="list-style-type: none"> Expresar empatía frente a nuestros clientes. Brindar información detallada sobre los servicios y productos que ofrecemos. Honestidad y transparencia sobre su examen actual. <p>CANALES</p> <ul style="list-style-type: none"> Redes sociales. Campañas visuales. Anuncios en radio y televisión Volanteo. 	<p>VENTAS</p> <p>Engloban a clientes de nivel socioeconómico A B, C, D Y E.</p>
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <p>Costos fijos: Sueldo del optometrista, administradora, asesoras de venta, técnico, ingeniero de sistema.</p> <ul style="list-style-type: none"> Pago de internet, línea telefónica. Pago de seguridad (Prosegur). Pago de publicidad. <p>Costos variables:</p> <ul style="list-style-type: none"> Comisiones en las ventas. Compra de mercadería. Compra del stock de lunas. 		<p>FUENTES DE INGRESO</p> <ul style="list-style-type: none"> Ingresos por servicios de biselados, ranurados. Ingresos por ajustes y reparación de monturas. Ingresos por consultas visuales. Ingresos por ventas de accesorios ópticos. Ingresos por terapias visuales. Ingresos por ventas de monturas solares y oftálmicas. 		

Nota. Elaboración propia

CAPITULO II

DIAGNOSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO

2.1 Análisis del microentorno

En "OPTICA ASHBRI" analizaremos acerca de los aspectos que influyen en el microentorno de la empresa, utilizando las cinco fuerzas de Porter, en esta forma se quiere establecer las variables competitivas de este mercado, que pueden influir de forma positiva o negativa en la permanencia y evolución de la empresa.

2.1.1 Poder de negociación de los Compradores o Clientes:

Óptica ASHBRI capacitará y actualizará a su personal, para lograr tener la habilidad de negociar con nuestros clientes, valiéndonos de todos los recursos disponibles como: cartillas informativas acerca de los tratamientos a ofrecer, repertorios de lunas, certificados de los tratamientos y productos ópticos, usarlos para influir de forma determinante en la contraparte y lograr cerrar la venta.

Figura 6

Certificados de autenticidad del tratamiento blue protect



Nota. TrimaxPeru/photos

2.1.2 Amenazas de los nuevos competidores:

Debido a las 11 ópticas de competencia en la ciudad de Jaén, resulta siendo una amenaza, ya que debido a la gran cantidad de opciones que hay en el mercado, los clientes tienen la libertad de investigar y escoger la opción que les ofrezca precio más favorable y que cumpla con los estándares de calidad deseados. Según el estudio realizado a nuestros competidores, se podría considerar que son ópticas que no ofrecen una atención personalizada y la falta de empatía hacia los clientes, le origina una pérdida de cartera de clientes. Por tal motivo Óptica ASHBRI, se diferenciará de la competencia debido que brindaremos una atención adecuada a nuestros clientes logrando cumplir con sus necesidades.

2.1.3 Poder de negociación de los proveedores o vendedores:

Se realizará un estudio y búsqueda de proveedores nacionales y extranjeros, que nos brinden las ventas de productos a costos no muy altos y lograr generar ganancia.

1. Proveedores de monturas y accesorios ópticos:

▪ Axes:

Empresa dedicada a la importación, distribución y comercialización de productos ópticos.

Ubicación: Lima tienda principal: Huancavelica 984 113 253, Arequipa :970 896 385. Tacna: 981 469 797. Correo: a ventas@axesperu.com.

Figura 7

Portada de la página web Axes.



Nota. Extraído de la página web Axes

Figura 8

Facebook del laboratorio Axes



Nota. Extraído de la página de Facebook Axes Perú.

▪ **MB Lens:**

Proveedores dedicados a la venta de productos ópticos.

Ubicación: Jr. Rufino Torrico 523-529, Lima, Perú

Celular:958 973 472

Correo: atenciónalcliente@mb lens.com

Figura 9

Portada de Facebook MB



Nota. Extraído de www.facebook.com/Mblens

▪ **Sport Lens:**

Proveedores de lentes de marcas exclusivas: OAKLEY, CARRERA.

Ubicación: Jr. Rufino Torrico 523-529, Lima, Perú

Celular: 967490722

Correo: info@lens-sport.com

Figura10

Página de Facebook Lenssport



Nota. Extraído de la página web www.lens-sport.com/

▪ **Coptisur Perú**

Proveedores de monturas y accesorios ópticos.

Ubicación: San Martín n° 727 B-Tacna

Celular: 952 298 611

Correo: coptisur@gmail.com.

▪ **Rivera Lens inversiones**

Distribuidora de monturas de las marcas: Carducci, Angelina Bondone, Marco polo, etc.

Ubicación: Cuzco N°534 -2 Piura-Perú

Celular: 981943008

riveralens@gmail.com

2. Proveedores de los laboratorios ópticos

▪ **Laboratorio Toppa:**

Toppa es un laboratorio líder en la comercialización de productos ópticos. Se caracteriza por el uso de la más alta tecnología e innovación en cada uno de sus tratamientos y productos que ofrece. Como: Antirreflex sky, Antireflex 16, Duraquarz, etc. Tecnología Free Form.

Ubicación: Jr. Huancavelica N°355 Lima-Perú, calle: Bolívar N°877 Jaén-Perú.

Celular:0800-00-713

Correo: toppa@gmail.com

Comentado [USUARIO1]:

▪ **Laboratorio Ocutec:** Dedicada a ofrecer las mejores marcas en lunas y sus tratamientos:

Essilor, Transitions. Tecnología digital Varilux, Lentes Transitions.

Ubicación: Jr. Manuel Irribarren 1325 Lima-Perú.

Celular: 0800-00-713

Correo: servicioalcliente@ocutec.com.pe

Figura11

Laboratorio Ocutec



Nota. Extraído de la página de Facebook

Laboratorio Trimax

Laboratorio óptico que brinda el servicio de coloreado de lunas y fabricación de lunas digitalizadas como: Shamir.

Ubicación: Jr. Napo #171 Breña - Lima Perú

Celular: Lima 1: (511)714-9697 | Lima 2: (511)714-9695 | Provincia: (511)714-9696

Correo: info@trimaxperu.com | ventas@trimaxperu.com

Figura12

Laboratorio Trimax



Nota. Extraído de www.facebook.com/TrimaxPeru

2.1.4 La amenaza de nuevos productos sustitutos:

Debemos estar siempre atentos a las novedades de nuestro sector y a la influencia que dichas novedades pueden tener, sobre nuestra organización. En OPTICAS ASHBRI, buscaremos infórmarnos y asistir a charlas capacitadoras que ofrecen los laboratorios, frente a los nuevos tratamientos que lanzan al mercado, al igual que los productos que se encuentren en tendencia y lograr asesorar a nuestros clientes de los beneficios y la novedad de estos mismos.

2.1.5 Rivalidad entre los competidores:

Mientras más competencia la rivalidad aumenta y ante esto es necesario invertir en lo siguiente:

- Aumentar la inversión del marketing por medio de campañas visuales, anuncios publicitarios en radio, televisión, sitios web, WhatsApp.
 - Incrementar la calidad del producto a costos accesibles: ofrecer monturas con más durabilidad frente al clima caluroso en el cual se enfoca.
 - Asociarse con otras organizaciones para lograr ofrecer servicios completos y especializados frente a todo tipo de necesidad que nuestros clientes buscan.
- Proporcionar un valor añadido a nuestros clientes por medio de premios y sorteos.

Principales competidores

- Ópticas Romero
- Óptica GMA.

Lista de competidores

- Óptica Visión Prevens.

- Mi Óptica.
- Óptica Rava
- Óptica Nova
- Óptica Piero
- Óptica latín Visión.
- Óptica Exclusiva.
- Óptica OGMO

2.2 Análisis del macroentorno

2.2.1 Factor económico:

La inflación, origina una subida continua de los precios, tanto de productos y servicios, frente a esta problemática como empresa buscaremos adquirir mercadería en menor precio. Según el índice de precios al consumo IPC (2022). La tasa de variación anual del IPC en Perú -septiembre del 2022 ha sido del 8.8% con lo que se repite del mes anterior. La variación del IPC ha sido 0.6% de forma que la inflación acumulada en 2022 es del 6.9%

Según el índice de precios al consumidor (inflación) en Cajamarca es 7,59% es la menor a nivel nacional. De acuerdo a datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) la inflación a nivel nacional llegó a 8.62% en los últimos 12 meses, convirtiéndose en una cifra récord en 10 años.

En el periodo comprendido entre mayo 2021 y abril 2022, al menos 15 ciudades mostraron una tendencia con tasas superiores al 10%. Huaraz 13.37%, Chachapoyas 12.77%, Puerto Maldonado 12.28%, Chiclayo 12.12%, Moquegua 11.96%, Cerro de Pasco 11.59%. Asimismo, Huancavelica 11.33%, Piura 11.19%, Pucallpa 11.14%,

Huánuco 1.87%, Ayacucho 10.35%, Cusco 10.09%, Chimbote 10.73%, Tumbes 10.23%, Tarapoto 10.21%.

Mientras que las ciudades con variaciones por debajo de 10%, en precios al consumidor a abril del 2022, se encuentran Huancayo 9.48%, Trujillo 9.28%, Abancay 8.90%, Puno 8.81%, Arequipa 8.15%, Ica 8.86%, Tacna 8.72%, Iquitos 8.68%, Moyobamba 8.56%, Lima Metropolitana 7.96% y Cajamarca 7.59%

De acuerdo al reporte del INEI, en los últimos 12 meses lo que más subió fue el sector de alimentos y bebidas en 15.14%; seguido de transporte en 10.71%; alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles en 10.65% y restaurantes y bebidas en 8.01%.

2.2.2 Factor ambiental:

El clima de la ciudad Jaén, la temperatura máxima y mínima 30.2°C y 19.8°C, respectivamente. Originando una gran demanda de ventas de lentes solares con filtro Uv400nm y/o Lentes Solares Polarizados + filtro Uv400nm, también se puede realizar lentes solares ópticos a medida del paciente sin perder el estilo de la montura solar así esta sea muy grande o con curva, otra opción sería que el cliente adquiriera una montura que tenga integrado un clip SOLAR imantado así podría colocarlo cuando se exponga al sol. Por otro lado, tenemos los lentes oftálmicos con tratamientos fotocromáticos, estos lentes son adaptables a la radiación solar puesto que se activan oscureciéndose cuando los rayos U.v llegan hacia la lente y se desactivan haciéndose nuevamente transparentes en interiores o cuando ya no haya radiación solar, es decir en la noche

2.2.3 Factor tecnológico:

Es una ventaja para el mundo óptico, debido que mientras más avanza la tecnología, aparecen gran variedad de tratamientos para la protección de nuestras vistas, y sobre todo frente a los reflejos de luz nocivas. Al igual, que el ingreso de productos que ayuden a satisfacer las necesidades de nuestros pacientes, como las prótesis oculares más estéticos, en este factor tecnológico lograremos adquirir maquinaria autorizada, que suplante la mano de obra para los biselados y acabados de las lunas a ofrecer. Al mismo tiempo la tecnología nos ha venido facilitando las formas de pago, por medio de post inalámbricos como el: IZIPAY, billeteras móviles (Yape, Plin, Tunki) entre otros, ayudando a culminar las ventas.

Figura 13

Post inalámbrico



Nota. Google imágenes

Figura 14

Billetera Móvil



Nota. Google imágenes

2.2.4 Factor político y legal:

Se presentaron cambios en la legislación laboral debido a la emergencia sanitaria por el COVID 19, el gobierno peruano, brindó ayuda económica a todos los sectores, facilitándoles préstamos y bonos monetarios.

Según la Corporación Financiera de Desarrollo - COFIDE (2020). (<https://www.cofide.com.pe/detalles1.php?id=1>). El programa Reactiva Perú, creado por el Estado mediante DL N°1455, está dirigido a las empresas afectadas por la emergencia sanitaria del COVID-19, y tiene como objetivo promover financiamiento de reposición de capital de trabajo de empresas.

Se otorgó atención de salud gratuita. Generándose normativas de seguridad y salud en el trabajo, como las limitaciones de personas y personal dentro de una empresa, mercados, establecimientos de salud, como consecuencia se empezó a realizar actividades por medio de redes sociales. Desde el inicio de la pandemia se rigieron diferentes trámites de apertura para poder obtener la licencia de funcionamiento y lograr adaptarse a distintas regulaciones para sus actividades y en muchos casos frenar sus operaciones.

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Oferta

Se encuentran 02 líder de cadenas de ópticas, "OPTICAS ROMERO" y "OPTICA GMA", con más de 3 tiendas en diferentes ciudades a nivel nacional y una de ellas, en la ciudad de Jaén.

1.Ópticas Romero:

Con más de 4 años de posicionamiento en el mercado, ofreciendo la venta de productos y servicios ópticos. El porcentaje de ventas anuales de la competencia se aproxima a 540'000 000 al año. En el año 2020 Óptica Romero informó un crecimiento el 15% en sus ventas, por consecuencia de la pandemia covid19.Si la óptica líder progresa en el sector, quiere decir que el mercado también tiene la probabilidad de crecer y generar ganancias.

- Razón social: Servicios ópticos y oftalmología Romero E.I.R.L.
- Ruc:20603927762
- Tipo Empresa: Empresa Individual de Responsabilidad limitada
- Fecha Inicio Actividades: 01 / Diciembre / 2018.
- Facebook: <https://www.facebook.com/opticasromerolineaexclusiva>
- Horarios de atención: 8:00 Am a 10:00pm L-D

Figura 15

Logotipo de Ópticas Romero



Nota. Google imágenes

Figura 16

Local de Ópticas Romero



Imagen propia

Figura 17

Equipos del taller de Ópticas Romero



Nota. Imagen propia

Figura 18

Publicidad de promoción de Ópticas



Nota. <https://www.facebook.com/opticasromerolineaexclusiva>

Figura 19

Campañas visuales que realizan Ópticas Romero



Facebook de Ópticas Romero

Figura 20

Facebook de Ópticas Romero



Nota. Extraído de www.facebook.com/opticasromerolineaexclusiva

2.OPTICA GMA:

Ópticas GMA 11 años en el mercado, brinda servicio de Optometría y Oftalmología al servicio de todos.

- NOMBRE"CORPORACION GMA LENT'S S.R.L."
- RUC:20487564258
- INICIO:01/01/2011
- Ubicación: Villanueva Pinillos 135. Jaén -Perú.
- Correo: optigma@hotmail.com
- Web: <http://www.opticasgma.pe/>
- Celular:952 950 811
- Facebook: <https://www.facebook.com/GMAOptica>
- Horarios de atención: 9:00am a 9:00pm L-S

Figura 21

Local de Opticas GMA



Nota. Google imágenes

Figura 22

Página oficial de Facebook Ópticas GMA



Nota <https://www.facebook.com/GMAOptica>

Figura 23

Publicidad de Ópticas GMA



Nota. <https://www.facebook.com/GMAOptica>

3.2 Demanda

Según el censo realizado por el INEI, Instituto nacional de estadística e informática (2017), la población de Jaén es de 185432 habitantes.

El 25% de la población que equivale a 46383 habitantes, buscará el servicio de refracción y compra de productos ópticos como monturas oftálmicas, solares, diferentes tipos de materiales y tratamientos de lunas, líquidos de limpieza, accesorios ópticos. Y el 5% acudirá por el servicio de taller de biselado, ajustes, nivelación de monturas, cambio de plaquetas antialérgicas y a presión. Colocación de tornillos y acabados.

Por otro lado, también se ha visto que el sector tiene épocas en al año, como por ejemplo de los meses de JULIO-AGOSTO, la cosecha de café y en el mes de septiembre el aniversario de la ciudad de Jaén, meses en el que el mercado está más activo y se produce mayor movimiento de compra y venta en el sector. Recalcando que el mes de septiembre es el mes donde el sol calienta mucho y la demanda de las monturas solares y lentes oftálmicos fotocromáticos aumenta a un 15%.

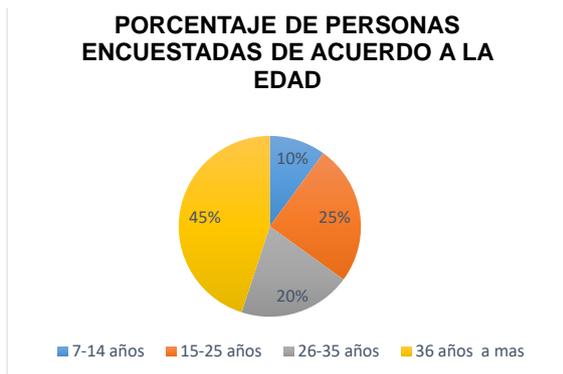
3.2.1 Resultados de la encuesta

OPTICA AHSBRI, realizo en la ciudad de Jaén una encuesta dirigida a 200 personas, que se encontraba en la plaza central de la ciudad. Los resultados fueron los siguientes.

1. ¿Cuál es tú edad?

Figura 24

Porcentaje de personas encuestadas de acuerdo a la edad



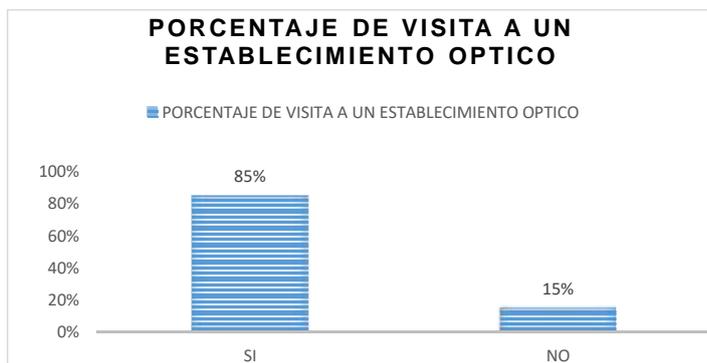
Nota. Porcentaje obtenido de la encuesta realizada

De las 200 personas encuestadas, en el siguiente gráfico detalla que el 45% de habitantes de la ciudad de Jaén representa a la edad de 36 años a más.

2. ¿Ha visitado un establecimiento óptico?

Figura 25

Porcentaje de visita a un establecimiento óptico



Nota. Porcentaje obtenido de la encuesta realizada

De acuerdo con las encuestas el 85% de encuestados, han visitado un centro de salud óptico, y un 15% no han asistido a ningún centro de salud visual.

3. ¿Es usted usuario de lentes oftálmicos?

Figura 26

Porcentaje de usuarios que usan lentes



Nota. Porcentaje obtenido de la encuesta realizada

Más de la mitad de encuestados, usan lentes oftálmicos, solares y los otros usan lentes de contacto.

4. ¿Cuándo acude a una óptica, se hace el examen visual en el mismo local?

Figura 27

Porcentaje del examen de refracción si se realiza en el mismo centro visual



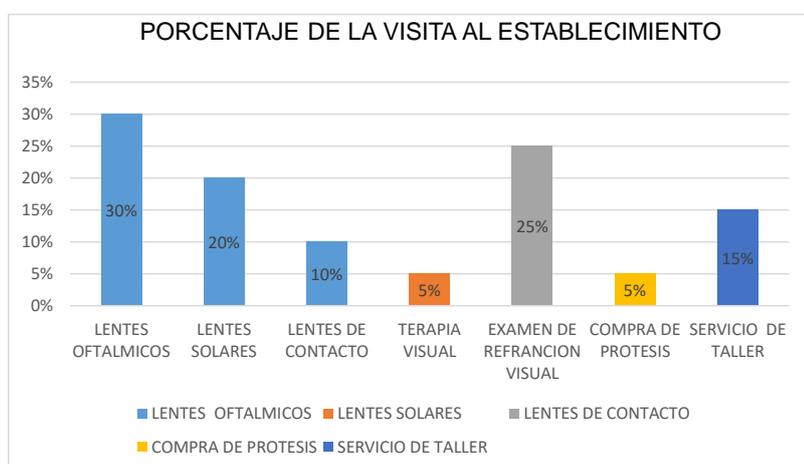
Nota. Porcentaje obtenido de la encuesta realizada

Según la figura 27, existe un porcentaje de 80% que si se realiza el examen de refracción en el mismo centro de salud visual y el 20% no se realiza.

5. En caso sea afirmativo ¿Cuál fue el motivo de la visita en el establecimiento óptico?

Figura 28

Porcentaje de la visita al establecimiento



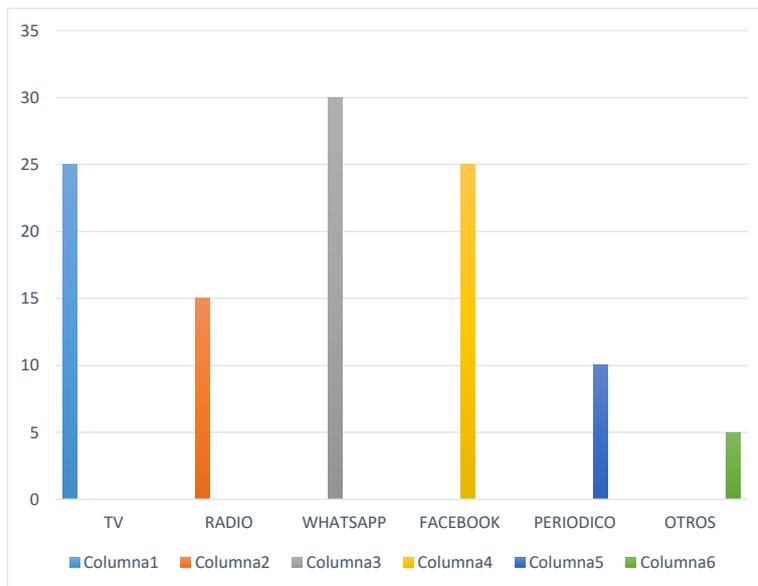
Elaboración propia

Mayoritariamente podría afirmar que, del gran porcentaje de las personas encuestadas el 30% visita a los establecimientos de salud visual, por adquirir lentes oftálmicos, el 25% por lograr realizarse un examen de refracción. Los demás encuestados brindan un porcentaje mínimo a los servicios planteados.

6. ¿Cuál es el medio de comunicación que utiliza frecuentemente?

Figura 29

Porcentaje del medio de comunicación que utiliza frecuentemente



Nota. Porcentaje obtenido de la encuesta realizada

En la figura 29 se detalla los porcentajes de los medios de comunicación, que son utilizados con mas frecuencia por los habitantes de la ciudad. El 30% de habitantes optan por comunicarse a través del medio de WhatsApp, el 25% por Facebook y televisión, 15% radio, 10% periódico y el 5% otras formas de comunicarse.

7. ¿Para adquirir un producto es importante para usted el precio o la calidad?

Figura 30

Porcentaje de importancia de calidad y precio



Nota. Porcentaje obtenido de la encuesta realizada

En la figura 30 respecto a la valoración que le brindan a la hora de adquirir un producto, los encuestados brindan mayor importancia a la calidad que al precio.

CAPITULO IV

PLAN DE COMERCIALIZACION

4.1 MERCADO

Óptica "ASHBRI", se encuentra ubicada en la ciudad de Jaén, departamento Cajamarca, con una población estimada de 185,000.00 habitantes. Nuestro mercado objetivo, al que se encuentra dirigido nuestro producto y servicio, es al 30% de la población, equivale a 55,500.00 habitantes, enfocada a la edad de 7-60 años de edad. Óptica ASHBRI, tiene como finalidad, llegar a nuestros clientes por medio de compras presenciales y compras online. Óptica ASHBRI, está dirigido a los segmentos socioeconómicos A B C D E, que incluyen a todos los géneros. Como objetivo comercial, aumentar las ventas un 25% en el primer año.

Figura 31

Características de los niveles socioeconómicos



Nota. Google imágenes

4.1.1 Mercado específico:

Los clientes que acudirán a ópticas ASHBRI, son clientes que presentarán las necesidades por problemas refractivos o alteraciones visuales que enlaza las ametropías siguientes: Miopía, Hipermetropía, Astigmatismo, un problema muy recurrente, se presenta a partir de la edad aproximada de 40 años, donde se evidencia una presbicia.

4.2 MARKETING MIX

4.2.1 Producto

Ofreceremos la venta de productos y servicios ópticos, una gran lista de diferentes marcas conocidas en el mercado y de calidad.

4.2.1.1 Monturas

1. Monturas de acetato:

Es uno de los materiales más resistentes a las caídas y con mayor vida útil en el sector óptico. Mantienen su forma aun cuando son expuestos a ciertas presiones, siempre vuelven a su colocación original.

Existen monturas para hombre y mujer, con diferentes grosores y colores. Las monturas de acetato también se caracterizan por su resistencia y hace que su uso diario sea muy cómodo; te las podrás quitar y poner cuantas veces quieras sin que sufras ningún tipo de alergia en la piel. Además, no requieren de plaquetas para resultar confortables en la zona del puente, lo que hace que su uso continuado deje menos marcas. Si tu graduación es alta, este tipo de monturas de gafas son ideales, para disimular el extra de grosor de las lentes.

Figura 32

Montura acetato



Nota. Google imágenes

Figura 33

Montura acetato Eyewear



Nota Google imágenes

2. Monturas de metal:

Se encuentran en tendencia, este material tiene una gran cantidad de modelos muy distintos y modernos, con variaciones para todos los gustos. Uno de sus grandes puntos a favor es su gran ligereza. Para aquellas personas que tengan el rostro pequeño, las monturas de gafas metálicas para mujer son perfectas, ya que no crearán un efecto desproporcionado, sino sutil y delicado.

Figura 34

Montura metal Amazon



Nota <https://www.amazon.com>

Figura 35

Montura metal Amazon



Nota <https://www.amazon.com>

Varias personas eligen monturas de metal porque pueden ser más sutiles, más pequeñas y no muy pesadas. Un aspecto importante por el que las personas prefieren este material para sus monturas son las almohadillas para la nariz. Si cuentas con una nariz pequeña o tienes problemas al mantener los anteojos en su lugar, entonces querrás elegir unas monturas de metal para evitar que tus lentes se resbalen y se dañen.

Algunas razones para elegir monturas de metal son:

1. Algunas personas sienten que las monturas de metal son más cómodas de usar en vez de las monturas de acetato, en términos de temperatura. Estas brindan un mejor flujo del aire a tus pómulos y ojos.

2. Las monturas de metal son muy duraderas. Es muy difícil que se rompa el marco y este material también las hace más resistente a las quemaduras, evitando así que se deformen con el calor o altas temperaturas.

3. Monturas de titanio

El titanio es un material hipoalergénico, flexible, resistente y anticorrosivo. Recomendado para personas que usan durante todo el día sus monturas, ya que estas son muy ligeras, resistentes al sudor y a los cambios de temperatura. Sin embargo, el titanio es muy difícil de colorear, por lo que los marcos en este material generalmente vienen en una gama muy restringida de colores.

Figura 36

Montura titaniun



Nota. Google imágenes

4. Monturas Carey

Las monturas carey se caracterizan por ser un material plástico vidrioso y por sus colores anaranjados y marrones. En el mundo óptico este tipo de material de monturas, suelen ser los más económicos, debido a su durabilidad. El usuario tiene que tener el más mínimo cuidado, debido que ha un fuerte impacto esta se puede romper. Y es muy poco probable que se pueda reparar.

Figura 37

Montura carey



Nota. Google imágenes

5. Monturas solares

Los lentes de sol son cada vez más necesarios para protegerse de los rayos UV, por ello es fundamental elegir unos lentes correctos para evitar problemas oculares en un futuro.

Óptica ASHBRI contará con gran variedad de lentes solares, de protección U.v 400 ° y lentes polarizados. Ayudando a bloquear la luz del sol.

Figura 38

Montura solar Ray ban



Nota. Google imágenes

4.2.1.2 LUNAS

Nuestra Óptica ofrecerá diferentes variedades de lunas y tratamientos.

4.2.1.1 Tipos de lunas

1. Monofocales:

Presentan la misma graduación en toda la lente. Por eso, las lentes monofocales tienen siempre un determinado fin: por ejemplo, la lectura (visión de cerca) o la conducción (de lejos). Su fabricación puede ser en policarbonato, resina y cristal.

- a) Lentes monofocales para miopía: La gente con miopía no puede ver bien de lejos, debido a que las imágenes se enfocan delante de la retina en lugar de hacerlo en la retina
- b) Lentes monofocales para hipermetropía: Las personas que tienen hipermetropía no pueden ver bien de cerca. Se debe a una potencia demasiado escasa de la lente del ojo humano, del cristalino.
- c) Lentes monofocales para astigmatismo: El ojo astigmático tiene una visión distorsionada de la imagen y esto se debe a la forma de la córnea.
- d) Lentes monofocales para presbicia: Las lentes monofocales también se pueden usar para corregir la presbicia o vista cansada.

Figura 39

Ejemplo de luna monofocal



Nota Google imágenes

2. Bifocales:

Este tipo de lentes enfocan a dos distancias, de cerca y de lejos. Existen 2 tipos de Lentes Bifocales, (Flat-top) e (Invisible) Son fácilmente reconocibles ya que cuentan con una media luna en la parte inferior de la lente destinada a la visión de cerca. El resto de la lente se utiliza para ver de lejos. Las características del Bifocal Flat-top es que tiene una línea horizontal y es en alto relieve como si hubiera dos lunas pegadas una encima de la otra por tanto se diferencia del Bifocal Invisible por ser un poco más estético, pues esta muestra un círculo con mínimas aberraciones concéntricas, en el campo de visión cercana. Estos lentes se fabrican en material resina y policarbonato, en Cristal solo se fabrica bifocal Flat-Top.

Figura 40

Tipos de lentes bifocales



Nota <https://oftalmologica.pe/optica/>

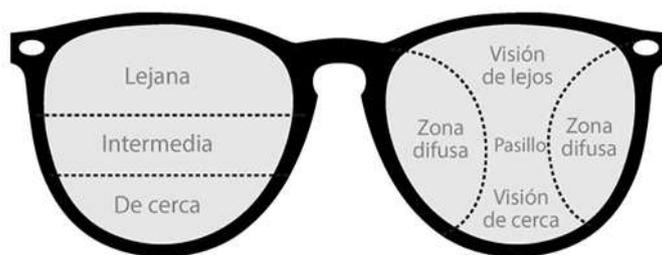
3. Multifocales o progresivos:

Son lentes adaptables que enfocan una suave transición entre tres campos de visión importantes: visión de lejos, intermedia y cerca. Este tipo de lente es el que más se asemeja a una visión de joven cuando se enfocaba a cualquier distancia y

dirección con claridad, precisión, contraste y detalles. Especialmente para pacientes de 40 años a más, ya que de su problema habitual de lejos por la edad se va a reflejar una presbicia incipiente y al no querer usar 2 lentes por separado optara por 1 solo lente que tenga todos estos campos visuales y de uso permanente. Su fabricación se puede realizar en diferentes materiales como resina, policarbonato y cristal.

Figura 41
Lunas Multifocales

Zonas de visión en lentes progresivas



Nota. <https://oftalmologica.pe/óptica/>

4. Lentes de contacto

Ofrecemos lentes de contacto adecuados para cada problema visual. Nuestro especialista contactólogo lo asesorará sobre la mejor opción según sus necesidades y estilo de vida, además de capacitarlo respecto al uso y cuidado de sus lentes de contacto.

Los lentes de contacto son discos plásticos delgados y transparentes que flotan en la superficie del ojo. Éstos corrigen la visión como lo hacen los anteojos y no presentan riesgos cuando se usan con cuidado. Los lentes de contacto se utilizan para corregir las mismas condiciones de los ojos que se corrigen con anteojos: miopía (mala visión de lejos), hipermetropía (mala visión de cerca), astigmatismo (visión borrosa debido a la forma de la córnea) y la presbicia (incapacidad para ver objetos de cerca).

Figura 42

Lentes de contacto transparentes



Nota <https://oftalmologica.pe/optica/>

4.2.1.1 Tratamientos de lunas

1. Antireflex

Este tratamiento reduce considerablemente el brillo, esto permite reducir la fatiga visual y brindar mayor comodidad en condiciones de luz intensa, como por ejemplo al manejar de noche. Se puede aplicar a la resina, policarbonato y cristal.

Figura 43

Tratamiento Antireflex



Nota. <https://oftalmologica.pe/óptica/>

2. Blue Defense-Índigo-Blue Premium

La luz azul es uno de los componentes más peligrosos de la luz visible. Las lunas con Blue Defense, Índigo, Blue premium ayudan a disminuir los efectos nocivos de ésta. Estas lunas filtran los rayos de luz azul evitando daños en la retina.

Figura 44

Aparatos que emiten luz azul



Nota Google imágenes

3. Fotocromático

Las lunas fotocromáticas tienen la capacidad de cambiar de color al entrar en contacto con los rayos UV. Absorben el 100% de los rayos UVA y UVB en todo tipo de condiciones y son ideales para situaciones tanto en interior como exterior y reducen la fatiga ocular.

3.1 Ventajas de lentes fotocromáticos

- a. Reduce la fatiga visual: Los lentes fotocromáticos suelen adaptarse a las condiciones de luz del ambiente. Esto permite que tus vistas se esfuercen menos para realizar enfoque, cuando la luz solar es elevada.

- b. Son más sencillos: Usando lentes fotocromáticos evitaras siempre estar llevando tus lentes de sol de un lado a otro. Además, no tendrás que ponerte nunca más tus lentes de sol por encima de tus lentes ópticos.

Figura 45

Lentes fotocromáticos te cuidan de los rayos



Nota. Google imágenes

Figura 46

Proceso de oscurecimiento



Nota. <https://oftalmologica.pe/óptica/>

4.Polarizados

Las lunas polarizadas permiten minimizar los efectos que generan los rayos de luz al momento de reflejarse sobre alguna superficie como pavimento, arena, agua y nieve. También se puede realizar lunas polarizadas con medida.

Figura 47

Lente polarizado



Nota <https://oftalmologica.pe/optica/>

5.Coloreado

Este tratamiento da la posibilidad de teñir los lentes en diferentes colores, el color puede ser uniforme o degradado (oscuro arriba y claro abajo). El material que colorea mejor es la resina, el único material poco compatible es el policarbonato. El tratamiento de color es compatible con otros tratamientos como antirreflejos y anti-rayas. El color en los lentes absorbe diferentes cantidades de luz dependiendo de la intensidad del mismo y es usado para reducir el cansancio ocular, pero no filtra los rayos ultravioletas del sol por lo que es obligatorio aplicar los filtros UV como valor adicional.

Figura 48

Lunas coloreadas



Nota. Google imágenes.

4.2.2 Accesorios ópticos

Nuestro centro óptico, tendrá un stock de accesorios para cubrir las necesidades de cada uno de nuestros clientes. Como: Orejeras, estuches solares, estuches de cofre, sujetadores, estuches de correa, plaquetas tornillos, líquidos de limpieza, etc.

Figura 49

Orejeras



Nota. Google imágenes.

Figura 50

Estuche solar



Nota. Google imágenes.

4.2.3 Precio

Ópticas ASHBRI presenta los siguientes precios.

Tabla 3

Precio por servicio

Servicio	Precio Unidad
Refracción optométrica	30.00
Terapia Visual	20.00
Examen de queratometría	30.00
Biselados y Ranurados	10.00
Servicio de ajustes, traspaso de montura	15.00

Elaboración propia

Tabla 4

Precio de los productos

Producto	Precio Unidad
Monturas en acetato intermedio (DGA, Romaceti, Piazza).	160.00
Monturas en acetato gama alta (Rayban, Oakley, Converse).	250.00 a más
Montura solares dama y varón económico (Xox, Piazza, Razza)	55.00 a 150.00
Montura solares dama y varón gama exclusiva (Guess, Rayban, swaroski)	400.00 a más
Monturas Metal dama y varón gama económica (50.00 a 85.00
Monturas Metal dama y varón gama intermedia	120.00 a 170.00
Monturas Metal dama y varón gama exclusiva	250.00 a más
Monturas en acetato niños	120.00 -160.00
Monturas en acetato niños gama exclusiva (Nano, Mira Flex)	250.00 a más
Monturas solares niños	30.00 a más
Lunas y sus tratamientos	50.00 a más
Líquidos de limpieza y Líquidos de lente de contacto	15.00 a más
Sujetadores	3.00 a 20.00
Orejeras	13.00

Nota Elaboración propia

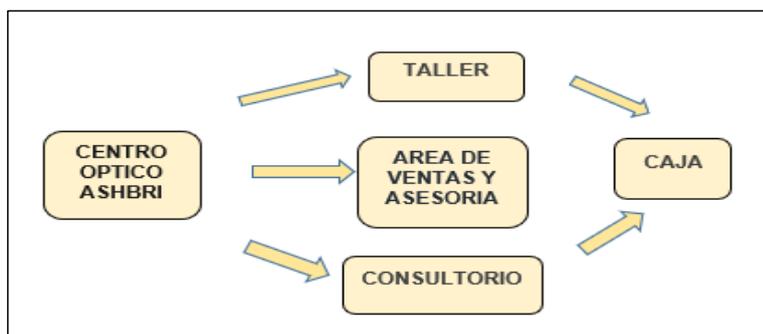
4.3 Plaza

Óptica ASHBRI, estará ubicado en la ciudad de Jaén, departamento Cajamarca, calle Villanueva pinillos. Es un punto de captación de los clientes. Además, está situada en una posición privilegiada, en una esquina, lo que le confiere una mayor visibilidad desde varios puntos, y, además, se encuentra al lado de la plaza central de Jaén. Estratégicamente cerca de establecimientos ópticos y entidades financieras, originándose mayor fluidez y gran posibilidad de ventas. Óptica ASHBRI, contara con dos canales de venta, presencial y online, por medio de una página virtual, utilizándose para dos propósitos: el ganar mayor alcance en Internet, hasta el punto de fortalecer la marca y, así aumentar las posibilidades de vender más, presentando a los clientes nuevos servicios, informar sobre nuevos productos, anunciar eventos y promociones especiales.

4.3.1 Canal de venta presencial

Figura 51

Canal de venta presencial



Elaboración propia

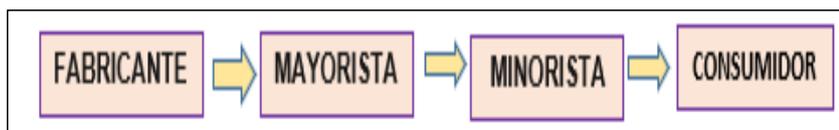
Nuestros clientes visitarán nuestro centro óptico, en el que serán atendidos por el área de asesoría y ventas, a quien indicarán si desean algún servicio o un producto.

Si en caso desean alguna compra inmediata como la de monturas y productos ópticos, el área de ventas se encargará de asesorarle, las modalidades de pago y al mismo tiempo, si la entrega del producto se realizara el mismo día o si es fabricación, el paciente tiene la opción de volver a tienda a recoger lo solicitado o en todo caso se realizará el envío al lugar de destino totalmente gratis.

4.3.2 Canal de distribución del producto

Figura 52

Canal de distribución del producto



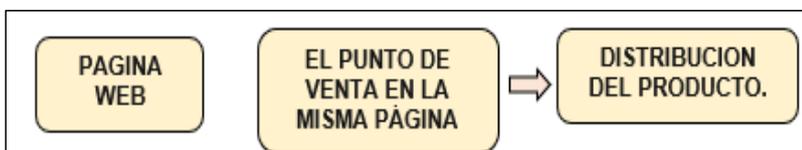
Elaboración propia

Óptica ASHBRI, realizara compra directa con los proveedores fabricantes y mayoritarios, con la finalidad de obtener a menor precio la mercadería solicitada, llegando a nuestro centro óptico y de tal forma ofrecerles a nuestros clientes.

4.3.3 Canal de venta online

Figura 53

Canal de venta online



Elaboración propia

Nos encargaremos de ofrecer nuestros productos y servicios por medio de una página web, Facebook, WhatsApp. Nuestros clientes tienen la opción de escoger el producto, accesorio que desean y al mismo tiempo solicitar las formas de pago y el lugar de entrega del producto.

4.4 Promoción

Óptica "ASHBRI" utilizará diferentes herramientas de comunicación como: redes sociales (Facebook, Twitter, WhatsApp, etc.) que permitan mantener una exposición de novedades, ofertas, promociones, descuentos, etc.

Se realizarán campañas visuales, por los diferentes lugares cercanos a la ciudad de Jaén, al igual que anuncios publicitarios por medio de radio, tv, páginas web, periódicos, perifoneo, volanteo. Con la única finalidad de tener un gran porcentaje de clientela.

Figura 54

Volantes de promoción



Elaboración propia

Figura 55

Publicidad en lunas blue protec



Elaboración propia

Figura 56

Página Oficial de Facebook



Elaboración propia

Figura 57

Toldo para las campañas visuales



Elaboración propia

CAPITULO V

PLAN TECNICO

5.1 Localización de la empresa

La ubicación de la localización de Productos y Servicios Óptico ASHBRI S.A.C, se obtendrá por medio de un análisis de macro localización, buscando identificar el lugar más ventajoso. Y la micro localización, para ayudarme a buscar la mejor alternativa de instalación en la mejor zona de la ciudad, teniendo en cuenta que un buen local es aquel que permite incrementar la capacidad de

5.1.1. Macro localización

El estudio de macro localización se realizará en la ciudad de Jaén, departamento Cajamarca, que se encuentra en el Norte del Perú. La ciudad de Jaén, cuenta con 12 distritos: Bellavista, Chontalí, Colasay, Huabal, Las Pirias, Pomahuaca, Pucará, San José del alto, Sallique, San Felipe, Santa Rosa, Jaén. De tal forma para lograr obtener la mejor localización se realiza el estudio a 3 distritos alternativo

Tabla 5*Matriz de macro localización*

FACTORES	PONDERACIÓN %	DISTRITO A-JAÉN		DISTRITO B- BELLAVISTA		DISTRITO C-PUCARÁ	
		CALIF.	PUNTAJE	CALIF.	PUNTAJE	CALIF.	PUNTAJE
Proveedores en la zona	20%	4	0.8	1	0.2	1	0.2
Costo de local-terreno	10%	3	0.3	1	0.1	2	0.2
Cercanía de instituciones o empresas públicas y primarias complementarias.	15%	4	0.6	2	0.3	2	0.3
Estado de la zona: seguridad, tránsito vehicular y peatonal, alumbrado, etc.	15%	4	0.6	1	0.15	1	0.15
Zona céntrica	20%	4	0.8	1	0.2	2	0.4
Cercanía a pacientes	20%	4	0.8	2	0.4	2	0.4
TOTAL	100%		3.9		1.35		1.65

ATRIBUTO	CALIFICACION
MUY BUENO	4
BUENO	3
REGULAR	2
DEFICIENTE	1

Elaboración propia

Con el estudio realizado a los 3 distritos de la ciudad, se logró obtener que la mejor alternativa de ubicación es en la provincia de Jaén. Si bien es cierto, aquella zona obtuvo el 3.9 de puntuación frente a todos los factores mencionados.

5.1.2. Matriz de micro localización

Tabla 6

Matriz de micro localización

FACTORES	PONDERACIÓN %	ZONA A AV. VILLNUEVA PINILLOS		ZONA B AV. CASTILLA		ZONA C AV. LINDO	
		CALIF.	PUNTAJE	CALIF.	PUNTAJE	CALIF.	PUNTAJE
		Proveedores en la zona	20%	4	0.8	1	0.2
Rodeado de diferentes centros ópticos.	15%	4	0.6	1	0.15	2	0.3
Cercanía de instituciones o empresas públicas y primarias complementarias.	15%	4	0.6	1	0.15	2	0.3
Estado de la zona: seguridad, tránsito vehicular y peatonal, alumbrado, etc.	10%	3	0.3	2	0.2	2	0.2
Zona céntrica	20%	4	0.8	2	0.4	2	0.4
Cercanía a pacientes	20%	4	0.8	2	0.4	2	0.4
TOTAL	100%		3.9		1.5		1.8

ATRIBUTO	CALIFICACION
MUY BUENO	4
BUENO	3
REGULAR	2
DEFICIENTE	1

Elaboración propia

Frente al estudio de micro localización, nos brinda como sugerencia instalar la empresa en la zona A. av. Villanueva pinillos de la provincia de Jaén, quien como resultado obtuvo el mayor puntaje conforme a los factores mencionados.

5.2 Tamaño del negocio

La especificación del espacio de cada área de Óptica ASHBRI, se agruparán en diferentes magnitudes. El área total del local es de 82 m² en el cual se dimensionará en los siguientes 6 fragmentos.

a) Área de ventas:

Contaremos con 2 asesoras de ventas, quienes se encargarán de brindar información de los servicios y productos que ofreceremos. En esta área estarán ubicados 8 exhibidores de monturas y productos, cada exhibidor mide :2 metros de largo y 1 metro de ancho, al igual que una mesa de 180cm largo, 50cm de ancho, 80cm de altura, al igual que dos sillas. Para la atención adecuada de los clientes. Esta área se proyecta con un aforo de 12 personas.

Figura 58

Exhibidores de monturas



Nota. Google imágenes

b) Consultorio

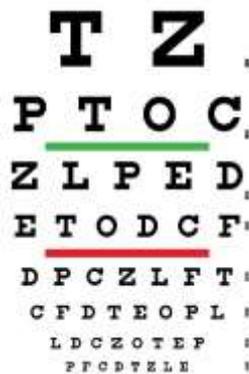
En esta área nuestro especialista optometrista, realizara los exámenes de refracción, evaluación y adaptación de las anomalías visuales. Dentro de esta área encontraremos el equipo oftalmológico como el autorrefractómetro, caja prueba y el optotipo, al igual que una mesa y 3 sillas.

Figura 59
Autorrefractómetro



Nota. Google imágenes

Figura 60
Optotipo



Nota. Google imágenes

Figura 61
Caja de prueba



Nota. Google imágenes

c) Área de taller

Aquí desempeñara sus actividades el técnico biselador. Como las acciones de biselado ranurado, ajustes cambios de accesorios ópticos entre otras actividades.

En esta área se encontrará el equipo oftalmológico de la biseladora, ranuradora, calentadora, lensómetro.

d) Área de Caja:

En esta área se realizarán las funciones de cobranza tanto de los productos o servicios solicitados, brindando los comprobantes requeridos por medio del cliente.

Esta área contara con un caunter de 140 cm de largo,50cm de ancho y 130 cm de altura.

Figura 62

Caunter



Nota. Google imágenes

f) Sala de espera

En esta área se encontrarán los pacientes que desean ser atendidos, o llegaron acompañando a un familiar, se contará con una silla de 3 asientos. Como se muestra en la imagen.

Figura 63

Asientos de espera



Nota. Google imágenes

g) Área de servicios higiénicos

Se contará con 1 servicio higiénico para las necesidades de los pacientes.

Tabla 7

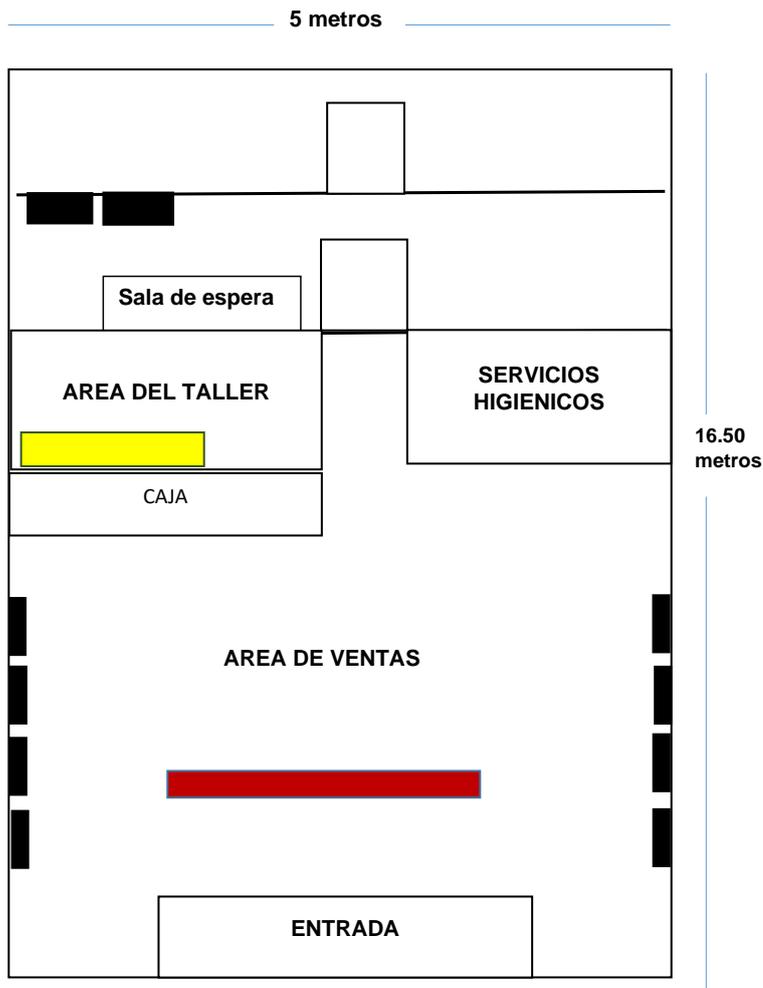
Medidas de cada área

AREA	ANCHO	Largo
VENTAS	4.50 m	5m
CAJA	1.30 m	1.50m
SALA DE ESPERA	4 m	2.50m
CONSULTORIO	4m	3m
TALLER	2.70m	2.50m
SS. HH	2.30m	1.80m

Elaboración propia

Gráfico 64

Diseño del centro salud visual



Elaboración propia

- En la parte amarilla se colocará los equipos de biselados y ranurados, etc.
- En la parte negra, estarán ubicados los exhibidores de lentes.
- En la parte color verde, sillas para los pacientes y asesoras.
- En la parte color verde, representa los escritorios.

5.3 Necesidades

Opticas ASHBRI, para poder brindar los servicios y productos solicitados por nuestros clientes, es necesario contar con los equipos oftálmicos, materia prima, mano de obra y personal altamente calificado. En el cual se mostrarán en la tabla 7.

Tabla 8

Equipos oftálmicos para la refracción y biselados

	CANTIDAD
EQUIPOS DE MAQUINARIA	
BISELADORA	1
RANURADORA	1
CALENTADORA	1
LENSOMETRO	1
AUTOREFRACTOMETRO	1
CAJA DE PRUEBA	1
OPTOTIPO	1
EXIBIDORES	8

Elaboración propia

Tabla 9

Categoría de lunas

CATEGORIA DE LUNAS

RESINA U. V	20
RESINA AR	20
RESINA BLUE PROTEC	40
RESINA INDIGO	40
RESINA BLUE PREMIUN	30
RESINA BLUE FOTOCROMATICO	16
POLICARBONATO U. V	4
POLICARBONATO AR	4
POLICARBONATO BLUE	6
POLICARBONATO INDIGO	4
POLICARBONATO BLUE FOTOCROMATICO	2
CRISTAL U. V	4
CRISTAL AR	4
CRISTALES CON REDUCCION U. V	4
CRISTALES CON REDUCCION AR	4
CRISTAL FOTOGREY O FOTOBROWN	4
BIFOCALES FLATTOP U. V	4
BIFOCALES FLATTOP AR	6
BIFOCALES FLATTOP BLUE	8
BIFOCALES FLATTOP INDIGO	4

BIFOCALES FLATTOP FOTOCROMATICO	4
BIFOCALES FLATTOP U.V REDUCCION	4
BIFOCALES FLATTOP AR REDUCCION	4
BIFOCALES FLATTOP BLUE REDUCCION	4
MULTIFOCALES GAMA ECONOMICA U. V	4
MULTIFOCALES GAMA ECONOMICA AR	2
MULTIFOCALES GAMA ECONOMICA BLUE	2
MULTIFOCALES GAMA ECONOMICA	2
FOTOCROMATICO	
MULTIFOCALES GAMA INTERMEDIA U. V	4
MULTIFOCALES GAMA INTERMEDIA AR	4
MULTIFOCALES GAMA INTERMEDIA BLUE	6
MULTIFOCALES GAMA INTERMEDIA	4
FOTOCROMATICO	
MULTIFOCALES DIGITALES	4
CATEGORIA DE PRODUCTOS OPTICOS	
LIQUIDOS DE LIMPIEZA OPTICO	30
LIQUIDOS DE LIMPIEZA OPTICO LENTE	10
DE CONTACTO	
CORDON DEPORTIVO	10
CORDON SATINADO	20
CORDON PERLA	10
OREJERAS	10
PLAQUETAS	20

TORNILLOS	20
PAÑOS ANTIEMPAÑANTE	6
ESTUCHES SOLARES	15
ESTUCHES DE CORREA	6
ESTUCHES DUROS	36
FUNDAS SOLARES	50
BISAGRAS	20
ESTUCHES DE LENTE DE CONTACTO	12

Elaboración propia

En la tabla 10 se especificará la mano de obra de cada integrante de la empresa óptica ASHBRI.

Tabla 10

Mano de obra

MANO DE OBRA	CANTIDAD
PAGO DE ASESORAS DE VENTA	2
HONORARIOS DEL CONTADOR	1
ESPECIALISTA OPTOMETRA	1

Elaboración propia

5.4 Costos

Se brindará detalles de cada desembolso económico que se realizará, para la producción de algún bien o servicio que se ofrecerá en el centro de salud óptico, con la finalidad de realizar una buena producción dentro de la empresa. Se incluye la compra de insumos, el pago de la mano de obra, los gastos en la producción y los gastos administrativos, entre otras actividades.

Tabla 11

Costo de lunas

DESCRIPCION DEL PRODUCTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL EN SOLES
RESINA U. V	20	5.00	100.00
RESINA AR	20	9.00	180.00
RESINA BLUE PROTEC	40	15.00	600.00
RESINA INDIGO	40	25.00	1000.00
RESINA BLUE PREMIUN	30	35.00	1050.00
RESINA BLUE FOTOCROMATICO	16	70.00	1120.00
POLICARBONATO U. V	4	25.00	100.00
POLICARBONATO AR	4	35.00	140.00
POLICARBONATO BLUE	6	70.00	420.00

POLICARBONATO INDIGO	4	80.00	320.00
POLICARBONATO BLUE FOTOCROMATICO	2	100.00	200.00
CRISTAL U. V	4	20.00	80.00
CRISTAL AR	4	30.00	120.00
CRISTALES CON REDUCCION U. V	4	40.00	160.00
CRISTALES CON REDUCCION AR	4	50.00	200.00
CRISTAL FOTOGREY O FOTOBROW	4	70.00	280.00
BIFOCALES FLATTOP U. V	4	40.00	80.00
BIFOCALES FLATTOP AR	6	60.00	360.00
BIFOCALES FLATTOP BLUE	8	80.00	640.00
BIFOCALES FLATTOP INDIGO	4	100.00	400.00
BIFOCALES FLATTOP FOTOCROMATICO	4	120.00	480.00
BIFOCALES FLATTOP U.V REDUCCION	4	120.00	480.00
BIFOCALES FLATTOP AR REDUCCION	4	140.00	560.00
BIFOCALES FLATTOP BLUE REDUCCION	4	140.00	560.00
MULTIFOCALES GAMA ECONOMICA U. V	4	100.00	400.00
MULTIFOCALES GAMA ECONOMICA AR	2	110.00	220.00

MULTIFOCALLES GAMA ECONOMICA BLUE	2	130.00	260.00
MULTIFOCALLES GAMA ECONOMICA FOTOCROMATICO	2	160.00	320.00
MULTIFOCALLES GAMA INTERMEDIA U. V	4	220.00	880.00
MULTIFOCALLES GAMA INTERMEDIA AR	4	280.00	1120.00
MULTIFOCALLES GAMA INTERMEDIA BLUE	6	350.00	2100.00
MULTIFOCALLES GAMA INTERMEDIA FOTOCROMATICO	4	390.00	1560.00
MULTIFOCALLES DIGITALES	4	750.00	3000.00

Elaboración propia

En la tabla 11 especifica cada producto que se necesitará, al igual que el precio unitario.

Tabla 12

Costo de accesorios ópticos

LIQUIDOS DE LIMPIEZA OPTICO	30	8.00	240.00
LIQUIDOS DE LIMPIEZA OPTICO LENTE DE CONTACTO	10	12.00	120.00
CORDON DEPORTIVO	10	9.50	95.00
CORDON SATINADO	20	1.50	30.00
CORDON PERLA	10	3.00	30.00
OREJERAS	10	4.50	45.00
PLAQUETAS	20	1.00	20.00
TORNILLOS	20	1.00	20.00
PAÑOS ANTIEMPAÑANTE	6	3.00	18.00
ESTUCHES SOLARES	15	8.00	120.00
ESTUCHES DE CORREA	6	10.00	60.00
ESTUCHES DUROS	36	5.00	180.00
FUNDAS SOLARES	50	0.50	25.00
BISAGRAS	20	1.50	30.00
ESTUCHES DE LENTE DE CONTACTO	12	1.00	12.00

Elaboración propia

La tabla 11 detalla los accesorios ópticos que se ofrecerán a los clientes, como también el precio unitario, de cada uno de ellos.

Tabla 13*Costo de mano de obra*

MANO DE OBRA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
PAGO DE ASESORAS DE VENTA	2	1025.00	2050.00
HONORARIOS DEL CONTADOR	1	2200.00	2200.00
ESPECIALISTA OPTOMETRA	1	3000.00	3000.00

Elaboración propia

Tabla 14*Costos de monturas*

CATEGORIA DE MONTURAS			
MONTURAS ACETATO ADULTO	170	25.00	4250.00
MONTURAS CAREY	30	12.00	360.00
MONTURAS METAL	100	20.00	2000.00
MONTURAS SOLARES NIÑOS	70	15.00	1050.00
MONTURAS SOLARES ADULTOS	180	20.00	3600.00
MONTURAS SOLARES NIÑOS	70	15.00	1050.00

Elaboración propia

Tabla 15

Costos de pago servicios

CATEGORIA PAGO DE SERVICIOS			
LUZ	1	324.00	324.00
AGUA	1	40.00	40.00
INTERNET	1	60.00	60.00
PAGO DE LINEA DE CELULAR	1	50.00	50.00
PAGO DE IZIPAY	1	100.00	100.00
TOTAL			574.00

Elaboración propia

Tabla 16

Costos anuales

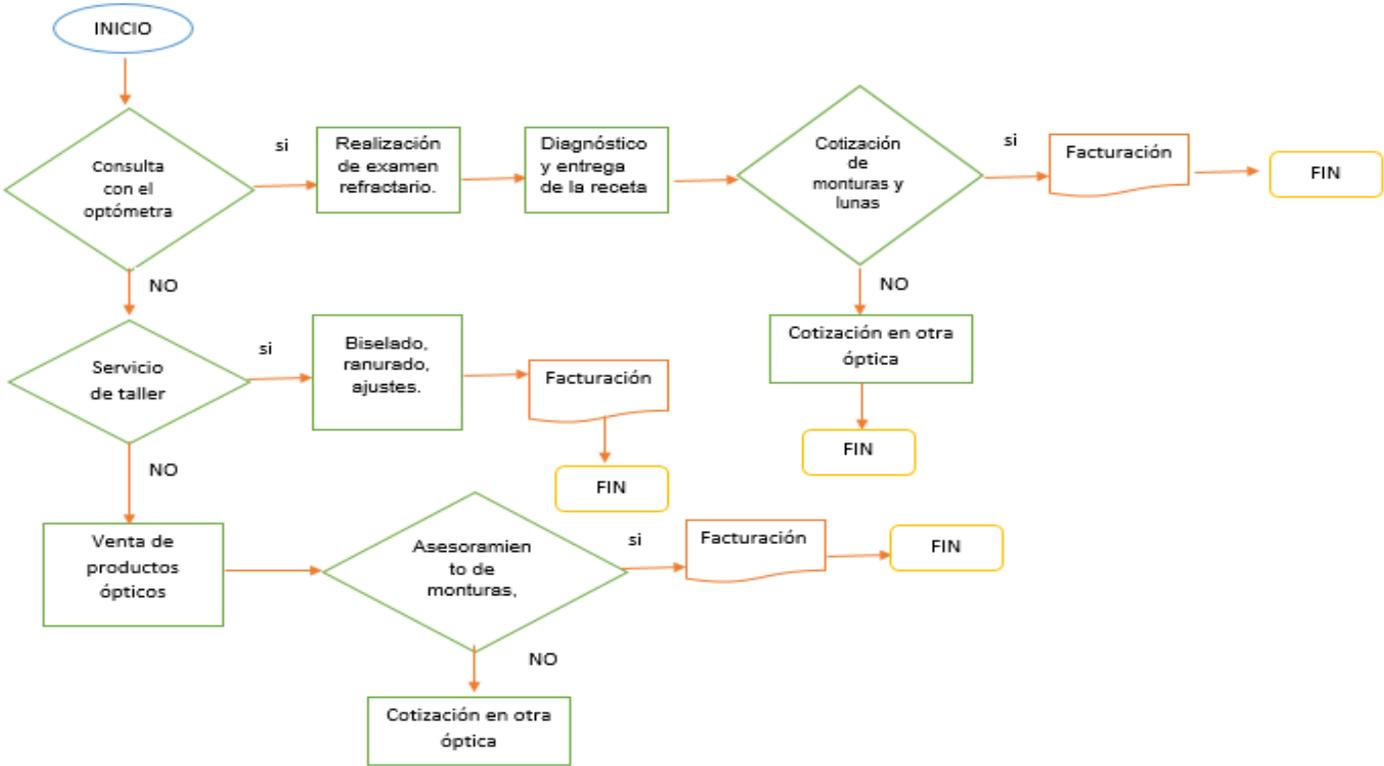
COSTO ANUALES	MENSUAL	ANUAL
MATERIALES	32845.00	394140.00
MANO DE OBRA	7250.00	87000.00
CIF	1414.00	16968.00
TOTAL MENSUAL	41509.00	498108.00

Elaboración propia

En la tabla 15 se detalla los costos mensuales y anuales de los materiales, mano de obra, CIF.

5.5 Proceso de producción u operación

Figura 64
Flujograma de proceso de servicio



Elaboración propia

En la figura 53 .El flujograma muestra el proceso de producción u operación dentro del centro de salud óptica ASHBRI.Si el cliente desea obtener una consulta con el optometra ,ingresara al consultorio en donde se le realizara el examen completo de refracción y agudeza visual,de tal forma se le hablara de su diagnostico,con la finalidad de brindarles mayor información,ofreciendoles una cotización detallada de monturas y lentes con sus respectivos tratamientos,si opta por nuestros servicios ,se realizaría la facturación correspondiente y un acuerdo para la entrega de su producto.

En el flujograma se aprecia el proceso de servicio del taller,en donde el cliente ,buscará los diferentes servicios que le podemos brindar,como biselados ,ranurados,ajustes,transposos de lentes,cambios de plaquetas,limpieza ,cambio de pernos,entre otros.Y por último el proceso de operación a la hora de realizar la venta de productos y accesorios ópticos.

5.6 Certificaciones necesarias

Para el adecuado funcionamiento de Óptica ASHBRI, es necesario contar con los siguientes certificados, con la finalidad de poder brindar la venta de nuestros productos y servicios ópticos, sin ningún inconveniente.

1. Certificado de fumigación:

La Organización Mundial de la Salud señala que es de suma importancia que todas las empresas, cuenten con el certificado de fumigación, ya que predominara la salud de todos.

No solamente los bichos o insectos llevan gérmenes. Hoy en día el Coronavirus, se encuentra en el ambiente donde nos encontramos, Teniendo en cuenta que la

fumigación es de suma importancia, por tal motivo Óptica ASHBRI, contara con dicho certificado con la finalidad de brindar seguridad y cuidado de la salud de nuestros clientes.

- Costo del certificado de fumigación 150.00.

2. Certificado de ITSE

Se solicitará el certificado de inspección técnica de seguridad de edificaciones en la Municipalidad Provincial de Jaén, con la finalidad que se realice la verificación adecuada, dentro de mi establecimiento óptico y de tal forma, cumpla con las medidas de seguridad, que las autoridades necesitan.

Requisitos:

- Formulario de solicitud de ITSE
- Ficha RUC
- Protocolo de operatividad y mantenimiento de los equipos de seguridad
- Extintor 6 kilos cargado y vigente
- Botiquín de primeros auxilios (Debe contener pastillas antialérgicas, cremas para lesiones, alcohol).
- Señalización de seguridad: direccionales de salida, aforo, servicios higiénicos.
- Luces de emergencia: Señalizaciones de seguridad (direccionales de la salida, aforo, servicios higiénicos).
- Certificado de medición de resistencia del pozo de puesta a tierra, emitido por un ingeniero eléctrico habilitado en el Colegio de Ingenieros del Perú.

3. Autorización de anuncio publicitario

Es de suma importancia tener el certificado de autorización de anuncios publicitarios, por el motivo que Óptica ASHBRI, colocara letrero luminosos y gigantografías fuera del local.

Requisitos

- Ruc activo habido del propietario del negocio.
- Solicitud de declaración jurada completa y firmada.
- Arte o diseño del anuncio publicitario con sus dimensiones.
- Fotografía donde se vea el entorno urbano y la edificación donde se ubicará el elemento de publicidad exterior o anuncio.
- Copia de la licencia de funcionamiento vigente.

4. Licencia de funcionamiento

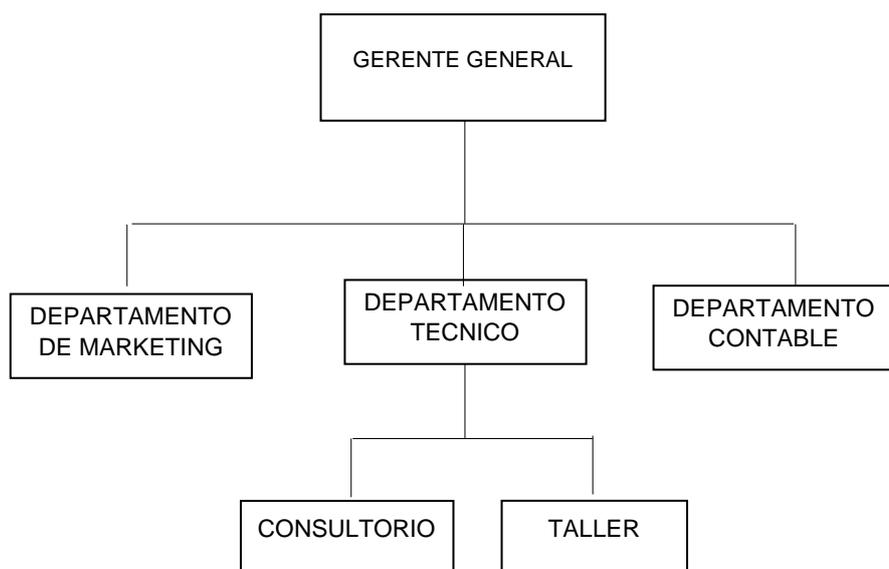
Es necesario contar con el permiso de poder laborar, en el centro Óptico. Acudiremos a la municipalidad provincial de Jaén a solicitar nuestra licencia de funcionamiento.

1.7 Impacto en el medio ambiente

La venta de lentes de contacto, puede generar un gran porcentaje de contaminación en el agua, debido que la mayoría de usuarios, suelen desecharlos por medio de las cañerías, originando que lleguen al mar y afecte a las especies marinas, al confundirlas como alimento. Óptica ASHBRI brindara la mejor información detalla a sus clientes, sobre la adecuada forma de desechar los lentes de contacto, para evitar que sea afectada nuestras especies marinas.

1.8 Plan organizacional y RRHH

Figura 65
Organigrama



Elaboración propia

1.8.1 Manual de organización y funciones

Detallaremos las funciones y responsabilidades asignadas al personal del centro visual, con la finalidad de cumplir cada objetivo planeado. Mostrando eficiencia y eficacia en cada actividad.

1. Gerente general:

El cargo está dirigido al propietario de la empresa del centro salud visual, en el cual desempeñará las siguientes funciones:

- Supervisar que cada asesora cumpla con las funciones asignadas.
- Planificar las fechas que se realizarán las campañas visuales.
- Organizar los pedidos de la mercadería (monturas y accesorios ópticos).
- Apoyar a la asesora de ventas en la atención a los clientes que llegan a retirar lentes.
- Emitir facturas o boletas a los clientes.
- Organizar fechas de capacitación para el personal.
- Buscar los mejores proveedores de lunas, monturas y accesorios ópticos.
- Impulsar promociones en días festivos como: aniversario de la empresa, fiestas patrias, día de la madre, día del padre. etc.

Responsabilidad:

- Realizar los pagos al personal, en la fecha acordada.
- Registrar detalladamente los cierres de caja por día.

2. Contador:

- Control de los estados financieros de la óptica.
- Asesoría frente a estrategias que me permitan obtener productividad en cada venta.

- Llevar el control de la facturación.
- Inventarios de tienda.
- Registrar las facturas emitidas por parte de los proveedores.
- Llevar mensualmente un control de las ventas y los gastos realizados.

Responsabilidad

- Reportar cada fin de mes, los egresos y ingresos del centro de salud visual.

3. Departamento de marketing:

En esta área se encontrarán 2 asesoras de ventas quienes desempeñarán las siguientes funciones:

- Atención y asesoramiento personalizado a los clientes, informándoles sobre los tipos de materiales de monturas y tratamientos de lunas a ofrecer.
- Realizarán el servicio post venta.
- Compra de lunas en el laboratorio Topsa.
- Envío de encomiendas.
- Limpieza de tienda y monturas.
- Recepción de monturas dirigidas al área de taller.

Responsabilidades:

- Ordenar y revisar la mercadería ingresada.
- Limpiar el área de ventas y taller.

4. Departamento técnico: Dividido en dos áreas. El de taller y consultorio

Funciones

- Nuestro técnico optometrista, desarrollara ambas funciones:
- Examen de agudeza visual.
- Examen de refracción.

- Terapias visuales.
- Examen de queratometría.
- Biselado, ranurado, facetado. ajustes de monturas, cambio de pernos, plaquetas etc.

Responsabilidades

- Realizar la entrega de los lentes en el tiempo solicitado.
- Realizar correctamente el examen visual.

CAPITULO VI

PLANIFICACION FINANCIERA

6.1. Inversiones

Para el buen funcionamiento del establecimiento Óptica ASHBRI, es necesario realizar inversión en la compra de equipos y muebles oftálmicos, permitiendo generar un buen servicio. Para ello se presenta el cuadro siguiente, donde se detalla cada equipo y la cantidad necesaria que se necesita.

Tabla 17

Inversión de maquinaria y muebles oftálmicos

	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
EQUIPOS DE MAQUINARIA			
BISELADORA	1	1000.00	1000.00
RANURADORA	1	1000.00	1000.00
CALENTADORA	1	900.00	900.00
LENSOMETRO	1	3000.00	3000.00
AUTOREFRACTOMETRO	1	40000.00	40000.00
CAJA DE PRUEBA	1	1500.00	1500.00
OPTOTIPO	1	600.00	600.00
EXIBIDORES	8	300.00	2400.00
TOTAL			50400.00

Elaboración propia

6.2 Ingresos y egresos

Seguidamente los ingresos que ha venido obtenido el centro de establecimiento Óptica ASHBRI S.A.C. Corresponden a los porcentajes de margen de utilidad, que se planteó por cada año, originando que los ingresos de las ventas aumenten mucho más.

Tabla 18

Ingresos

	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
	25%	28%	30%	31%	33%
UTILIDAD	124527	139470.24	149432.4	154413.48	164375.64
COSTO ANUAL					
	498,108.00	498,108.00	498,108.00	498,108.00	498,108.00
VENTAS ANUALES					
	622,635.00	637,578.24	647,540.40	652,521.48	662,483.64

Elaboración propia

En la tabla 18 se especifica acerca del margen de utilidad que presentara óptica ASHBRI, desde el primer año de proyección a más.

De tal forma se presentará en la tabla 18 los egresos que se ha generado, desde los pagos por publicidad, administrativos entre otros.

Tabla19

Egresos

CATEGORIA PUBLICIDAD			
RADIO	16	30.00	480.00
PERIFONEO	6	40.00	240.00
VOLANTEO	8	30.00	240.00
GIGANTOGRAFIAS	2	1500.00	3000.00
TOTAL			3960.00

Elaboración propia

En la tabla 19 especifica cada una de las actividades, que se alcanzarán para poder llegar a nuestros clientes por medio de publicidad.

Tabla20

Egresos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS			
PAGO DE PERSONAL DE ENVIO DE ENCOMIENDAS	1	1025.00	1025.00
ENVIO DE MERCADERIA LIMA - JAEN	4	60.00	240.00
LICENCIA DE INDECI	1	130.00	130.00
LICENCIA DE LETRERO LUMINOSO	1	80.00	80.00
LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	1	140.00	140.00
ENVIO DE MERCADERIA IMPORTADA	1	600.00	600.00
TOTAL			2215.00

Elaboración propia

Tabla21

Egresos Anuales

DETALLE	MENSUAL	ANUAL
GASTOS DE VENTAS	S/3,960.00	S/47,520.00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/2,215.00	S/26,580.00
TOTAL GASTOS	S/6,175.00	S/74,100.00

Elaboración propia

Tabla 21 detalla todos los gastos realizados en el periodo mensual y anual.

6.3 Deuda

La inversión para la Óptica ASHBRI S.A.C. es de \$80,000.00. Para dicha cantidad se cuenta con un capital de 30,000.00 que equivale a un 36% de la inversión y los 62.5% que equivale a \$ 50,000.00, será obtenido por un préstamo bancario de la empresa financiera MI BANCO. Con una tasa efectiva anual fija de 21%, en un plazo de 36 meses.

Tabla 22

Amortización del préstamo

N°	FECHA A PAGO	SALDO	CAPITAL	INTERESES	CUOTA SIN ITF	ITF	CUOTA
		52,323.95					
1	08/02/2023	51,503.59	820.36	1120.04	1940.40	0.50	1940.90
3	07/03/2023	50,387.86	1115.73	824.67	1940.40	0.50	1940.90
4	07/04/2023	49,254.26	1133.60	806.8	1940.40	0.50	1940.90
5	07/05/2023	48,129.02	1125.24	815.16	1940.40	0.50	1940.90
6	07/06/2023	46,985.15	1143.87	796.53	1940.40	0.50	1940.90
7	07/07/2023	45,746.54	1238.61	701.79	1940.40	0.50	1940.90
8	08/08/2023	44,587.88	1158.66	781.74	1940.40	0.50	1940.90
9	07/09/2023	43,337.43	1250.45	689.95	1940.40	0.50	1940.90

10	07/10/2023	42,114.26	1223.17	717.23	1940.40	0.50	1940.90
11	08/11/2023	40,870.85	1243.41	696.99	1940.40	0.50	1940.90
12	07/12/2023	39,584.87	1285.98	654.42	1940.40	0.50	1940.90
13	09/09/2023	38,342.24	1242.63	697.77	1940.40	0.50	1940.90
14	07/10/2023	36,974.54	1367.70	572.7	1940.40	0.50	1940.90
15	07/11/2023	35,646.07	1328.47	611.93	1940.40	0.50	1940.90
16	09/12/2023	34,314.80	1331.27	609.13	1940.40	0.50	1940.90
17	07/01/2024	32,905.39	1409.41	530.99	1940.40	0.50	1940.90
18	07/02/2024	31,509.57	1395.82	544.58	1940.40	0.50	1940.90
19	09/03/2024	30,090.65	1418.92	521.48	1940.40	0.50	1940.90
20	07/04/2024	28,615.87	1474.78	465.62	1940.40	0.50	1940.90
21	07/05/2024	27,133.66	1482.21	458.19	1940.40	0.50	1940.90
22	08/06/2024	25,656.93	1476.73	463.67	1940.40	0.50	1940.90
23	07/07/2024	24,113.55	1543.38	397.02	1940.40	0.50	1940.90
24	07/08/2024	22,572.23	1541.32	399.08	1940.40	0.50	1940.90
25	07/09/2024	21,005.40	1566.83	373.57	1940.40	0.50	1940.90
26	07/10/2024	19,401.34	1604.06	336.34	1940.40	0.50	1940.90
27	08/11/2024	17,802.93	1598.41	341.99	1940.40	0.50	1940.90
28	09/12/2024	16128.44	1674.49	265.91	1940.40	0.50	1940.90
29	08/01/2025	14454.97	1673.47	266.93	1940.40	0.50	1940.90
30	07/02/2025	12761.58	1693.39	247.01	1940.40	0.50	1940.90
31	07/03/2025	11011.79	1749.79	190.61	1940.40	0.50	1940.90
32	08/04/2025	9247.71	1764.08	176.32	1940.40	0.50	1940.90
33	07/05/2025	7455.38	1792.33	148.07	1940.40	0.50	1940.90
34	07/06/2025	5638.37	1817.01	123.39	1940.40	0.50	1940.90
35	08/07/2025	3788.25	1850.12	90.28	1940.40	0.50	1940.90
36	07/08/2025	1,914.63	1873.62	66.78	1940.40	0.50	1940.90
37	07/09/2025		1914.63	29.63	1944.26	0.50	1944.76
				534.31	69,858.26	18.00	69,876.26

Nota. Sistema de la empresa financiera Mi banco

Tabla 23

Deuda por año

		AÑO1	AÑO2	AÑO 3
Deuda	69,876.26	21,349.90	31,054.40	17,471.96
Saldo de deuda		48,526.36	17,471.96	-

Elaboración propia

En la tabla 23 se muestra la deuda total, desde el momento de adquirir el préstamo con la entidad financiera, se manifiesta el saldo de la deuda por pagar. De tal forma en la tabla 24 especificamos el total de gasto financiero desde el primer año.

Tabla 24

Gasto financiero

	INTERESES	ITF	TOTAL GASTO FINANCIERO
Año 1	8605.32	5.50	S/8,610.82
Año 2	7589.97	8.00	S/7,597.97
Año 3	1339.02	4.50	S/1,343.52
	S/17,534.31	S/18.00	S/17,552.31

Elaboración propia

Tabla 25

Interés e ITF

	Año 1	Año 2	Año 3
INTERESES E ITF	S/17,552.31		
SALDO	S/8,941.49	S/1,343.52	S/0.00

Elaboración propia

En la tabla 25 se manifestará el Impuesto a las Transacciones Financieras o ITF, conocido como un impuesto que se pagará cada vez que se realice operaciones de pago. La tasa de este impuesto es el 0.005% del valor total de la operación que realizara. Para obtener los intereses e ITF, se generará la suma del total de gastos, el cual se le restará al primer año del gasto, dando como resultado el saldo por cancelar.

6.4 Flujo de caja

Se observa el flujo de caja de Óptica ASHBRI, proyectado a 5 años, brindando cada detalle acerca de la caja inicial, ventas, compra de materiales, compra de equipos, gastos de ventas, impuestos, préstamo. De tal forma se manifiesta todo lo invertido desde el año 0.

Tabla 25
Flujo de caja

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAJA INICIAL	30,000.00	30,000.00	57,827.43	87,374.05	138,843.60	212,133.73
INVERSION						
VENTAS		622,635.00	637,578.24	647,540.40	652,521.48	662,483.64
TOTAL INGRESO		622,635.00	637,578.24	647,540.40	652,521.48	662,483.64
EGRESO						
COMPRA DE MATERIALES		394,140.00	394,140.00	394,140.00	394,140.00	394,140.00
MANO DE OBRA		87,000.00	87,000.00	87,000.00	87,000.00	87,000.00
CIF		16,968.00	16,968.00	16,968.00	16,968.00	16,968.00
COMPRA DE EQUIPOS OFTALMOLOGICOS		50,400.00				
Gasto de Ventas		47,520.00	47,520.00	47,520.00	47,520.00	47,520.00
Gastos Administrativos		26,580.00	26,580.00	26,580.00	26,580.00	26,580.00
IMPUESTO A LA RENTA(RER)		S,173.62	4,769.23	6,390.89	7,023.35	8,019.56
IGV(18%VENTAS - COMPRAS)						
TOTAL EGRESO		625,781.62	576,977.23	578,598.89	579,231.35	580,227.56
FLUJO ECONOMICO		26,853.38	118,42.45	156,315.56	212,133.73	294,389.81
PRESTAMO		52,323.95				
PAGO AL BANCO		21,349.90	31,054.40	17,471.96		
FLUJO DE CAJA FINANCIERO		57,827.43	87,374.05	138,843.60	212,133.73	294,389.81

Elaboración propia

6.5 Evaluación económica y financiera

Para determinar la viabilidad del negocio se realizó una evaluación económica y financiera, permitiéndome obtener los resultados de la rentabilidad de la empresa. Y sobre todo conocer cuando se va a ganar o perder en esta inversión. Se utilizarán indicadores básicos como el VAN y el TIR.

1.VAN: Para determinar este indicador se ha utilizado la tasa CPPC.

Tabla 26
VAN

	Patrimonio	30,000.00	36%	TASA DEL PRESTAMO	10%	PORCENTAJE QUE DESEO GANAR	
	Deuda	52,323.95	64%	21%	19%		
		82,323.95	100%		29%		
	CPPC		29%				
		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	FLUJO DE EFECTIVO	-82,323.95	26,853.38	118,428.45	156,315.56	212,133.73	294,389.81
						VAN	242,343.53
						TIR	102.41%

Calcular:

Elaboración propia

Como resultado de la evaluación económica, se ha determinado que el proyecto de Servicios y Productos OPTICA ASHBRI, es rentable, debido que el VAN es mucho mayor a la inversión que se va realizar para el funcionamiento del centro de salud. Y la TIR tiene una tasa superior al costo de capital a invertir.

6.6 Estados financieros proyectados

Tabla 27

Estados financieros proyectados

ESTADO DE SITUACION FINANCIERO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
I. ACTIVO						
ACTIVO CORRIENTE						
* Disponible		57,827.43	87,374.05	138,843.60	212,133.73	294,389.81
* Existencias		-	-	-	-	-
ACTIVO NO CORRIENTE						
INTERESES E ITF NO DEVENGADOS		8,941.49	1,344			
A. Activo Fijo Tangible		50,400	50,400	50,400	50,400	50,400
DEPRECIACION		-10,080.00	-20,160.00	-30,240.00	-40,320.00	-50,400.00
B. Activo Fijo Intangible						
TOTAL, ACTIVO		107,088.92	118,957.57	159,003.60	222,213.73	294,389.81
II. PASIVO		-				
PASIVO CORRIENTE						
Tributos por Pagar IGV						
Tributos por Pagar IRTA						
PASIVO NO CORRIENTE						
A. Préstamo Bancario		48,526.36	17,471.96			
III. PATRIMONIO						
Capital Social		30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
Resultados Acumulados			28,563	71,486	129,004	192,214
Resultado del ejercicio		28,562.56	42,923.04	57,517.99	63,210.13	72,176.08
TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO		107,088.92	118,957.57	159,003.60	222,213.73	294,389.81

Elaboración propia

Tabla 28*Estado de ganancias y perdidas*

Estado de Ganancias y Pérdidas	0	1	2	3	4	5
Ventas		622,635.00	637,578.24	647,540.40	652,521.48	662,483.64
Costo de Ventas		498,108.00	498,108.00	498,108.00	498,108.00	498,108
Utilidad Bruta		124,527	139,470	149,432	154,413	164,376
Gasto de Ventas		47,520.00	47,520.00	47,520.00	47,520.00	47,520.00
Gastos Administrativos		36,660.00	36,660.00	36,660.00	36,660.00	36,660.00
Utilidad de Operativa		40,347.00	55,290.24	65,252.40	70,233.48	80,195.64
Gastos Financieros		8,610.82	7,597.97	1,343.52		
Utilidad Antes de Impuestos		31,736.18	47,692.27	63,908.88	70,233.48	80,195.64
Impuesto a la Renta		3,173.62	4,769.23	6,390.89	7,023.35	8,019.56
Utilidad después de Impuestos	0	28,562.56	42,923.04	57,517.99	63,210.13	72,176.08

Elaboración propia

CAPITULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

De acuerdo al plan de negocio de productos y servicios ópticos ASHBRI, se logró obtener las siguientes conclusiones.

- 1) La gran importancia que implica el conocer del porque la idea del negocio, generando una imagen del centro de salud visual, que logre llegar a todos los habitantes de la ciudad de Jaén y lugares aledaños, al mismo tiempo conseguir a largo plazo o a futuro ser una empresa líder en el mercado, el haber realizado un estudio de mercado por medio de la matriz FODA, me ha permitido conocer mis debilidades, amenazas y fortalezas. Logrando aplicar estrategias que me originen posicionarme en el mercado de la ciudad.
- 2) El análisis del microentorno, así como del macroentorno, me ha permitido conocer ha fondo mis competidores directos e indirectos, por medio de un

análisis competitivo que nos ayudó a determinar las 5 fuerzas de poder, generando modificaciones y mejoras para la empresa.

- 3) El estudio de mercado me ha permitido realizar un estudio más profundo, sobre la oferta y la demanda, recopilando datos por medio de una encuesta, en el cual consistía determinar la problemática de los habitantes de la ciudad, relacionado a la salud visual. Al mismo tiempo se realizó un análisis, de todos los detalles de la competencia y así identificar cuantas empresas desarrollan las mismas actividades económicas que se intenta realizar.
- 4) En el plan de comercialización debemos de tener en cuenta lo importante que es el estudio del marketing Mix, tratándose de una estrategia interna que permitirá a la empresa aplicar diferentes acciones con la finalidad de obtener mayor demanda, con el objetivo de lograr alcanzar cada meta planteada, por medio de una expansiva publicidad.
- 5) El análisis del plan técnico, ha permitido adquirir mayor conocimiento sobre la mejor ubicación del centro óptico, por medio de un análisis de la matriz micro y macro localización, al igual que detallando el espacio y tamaño del centro óptico, por último, teniendo en conocimiento los certificados que se necesitan para el funcionamiento del establecimiento.
- 6) Concluyendo con el estudio de la planificación financiera, por medio de los flujos financieros, al igual que el análisis del VAN y TIR, se ha determinado que el centro visual es una empresa rentable. El VAN con 242,343.53 logro ser mucho mayor al monto de inversión, así también la TIR 102.41% tiene una tasa superior a la tasa de inversión

7.2 Recomendaciones

- 1) Se recomienda al gerente de la óptica ASHBRI, mantenerse constantemente informado, por medio de los proveedores sobre la mercadería en tendencia que ingresan al mercado. Con la finalidad de ofrecer a los clientes, variedad de productos ópticos.
- 2) Realizar campañas semanales, en los lugares aledaños de la ciudad, informando siempre a la población, los beneficios de poder atenderse en el centro óptico. Proporcionando información sobre la ubicación del centro visual en la ciudad de Jaén, permitiéndoles generar confianza a los clientes, si en caso desean resolver algún inconveniente o reclamo.
- 3) Mantener siempre estándares de calidad, higiene y buen servicio durante y después de cada consulta, contando con un personal altamente profesional.
- 4) De acuerdo al análisis FODA realizado en el centro de salud visual, es esencial que se apliquen los 7 componentes del marketing, para que logre ser una empresa competitiva, por medio de un buen posicionamiento, descubriendo las necesidades y preferencias de los clientes.

7.3 Bibliografía

NSE. (2019). Niveles socio económicos.

<https://www.ipsos.com/es-pe/caracteristicas-de-los-niveles-socioeconomicos-en-el-peru>

Michael Porter. (1979). Fuerzas competitivas de Porter.

https://utecno.files.wordpress.com/2014/05/las_5_fuerzas_competitivas-_michael_porter-libre.pdf

IPC (2022). Índice de precios al consumo.

<https://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/precios-al-consumidor-de-lima-metropolitana-se-incrementaron-004-en-el-primer-mes-del-ano-13324/#:~:text=Precios%20al%20consumidor%20a%20nivel,Illeg%C3%B3%20a%206%2C33%25.>

Corporación Financiera de Desarrollo - COFIDE (2020). Programa Reactiva Perú.

<https://www.cofide.com.pe/detalles1.php?id=1>

INEI (2017). Censo 2017

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1539/libro.pdf

7.4 Anexos

ANEXO A: Ejemplo de licencia de funcionamiento de Opticas Romero

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE JAÉN
GERENCIA DE DESARROLLO ECONOMICO LOCAL
SUB GERENCIA DE COMERCIALIZACION Y LICENCIAS DE FUNCIONAMIENTO

LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO
BASE LEGAL LEY MARCO N° 28974 - DRO. MUNICIPAL N° 10 - 2011 - MPJ

CODIGO: 008146
N° DE LICENCIA: LP-8223 SERIE: N° 704102
APERTURA: RENOVIACIÓN: CATEGORIA: B

Razón Social:	SERVICIOS OPTICOS Y OFTALMOLOGIA ROMERO E.I.R.L.	
Persona Natural:		
Nombre Comercial:	OPTICAS ROMERO	
Dirección:	AV. YILLANUEVA PINILLON N° 208 - JAEN	
Giro Comercial:	OPTICA	
Actividad Especifica:	VENTA DE LENTES, MONTURAS Y ACCESORIOS	
R.U.C.:	20603927262	Área Comercial: 76.03 M2
Representante Legal:	ROMERO ROBLES RUAN CARLOS	D.N.I.: 40837023
Fecha de Emisión:	23 DE ENERO DEL 2018	
Giro Autorizado hasta:	11.00 PM	
Observaciones:	VICENCIA INDETERMINADA	

PERU

FUNCIONARIO RESPONSABLE

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE JAÉN
GERENCIA DE DESARROLLO ECONOMICO LOCAL
SUB GERENCIA DE COMERCIALIZACION Y LICENCIAS DE FUNCIONAMIENTO

REGIMEN DE EMPRESA (E):
Fecha de Emisión: 2018

• En caso de realizar actividades diferentes al giro autorizado, esta Licencia será revocada automáticamente y se aplicarán las sanciones correspondientes.
• En caso de cambiar de giro, debe solicitarlo oportunamente en la OF de Licencias de Funcionamiento.

NOTA: Esta Autorización debe colocarse en un lugar visible del Local, bajo pena de MULTA y Sanción.
ESTÁ LICENCIA NO AUTORIZA EL USO DE VEREDAS NI DE LA VIA PUBLICA

ANEXO B: Ejemplo de autorización de anuncio publicitario de Ópticas Romero

 **MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE JAÉN**
GERENCIA DE DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL
SUB GERENCIA DE COMERCIALIZACION Y LICENCIAS
SAN MARTIN N° 1371 - PARDO MIGUEL N° 301

N° EXP. LF- **LF-8223** EXPEDIENTE: AP-
APERTURA X RENOVACION

AUTORIZACIÓN ANUNCIO PUBLICITARIO

Habiéndose cumplido con los requisitos administrativos, para obtener Autorización Municipal de Licencia de Funcionamiento Otorgamos el presente permiso a:

RAZÓN SOCIAL : SERVICIO OPTICOS Y OPTAMOLOGIA "ROMERO" E.I.R.L.

Representante Legal : ROMERO ROBLES JUAN CARLOS

RUC N° / DNI : 20603927782

Nombre Comercial : "OPTICAS ROMERO"

Ubicación del Anuncio : AV. VILLAVIEJA PINILLOS N° 208 - JAÉN

Tipo de Letrero : LETRERO LUMINOSO Área: 5.89 M2

GIRO COMERCIAL : VENTA DE LENTES, MONTURAS Y ACCESORIOS

INSPECTOR : _____

JAÉN 28 ENERO DE 2019

INDETERMINADO



FUNCIONARIO RESPONSABLE

2019



ANEXO C: Ejemplo de certificado de fumigación de Opticas Romero



Anexo D. Encuesta sobre el estudio de mercado.

ENCUESTA DE ESTUDIO DE MERCADO

Esta encuesta tiene como objetivo recopilar valiosa información, sobre el nivel de importancia e interés, que los habitantes de la ciudad de Jaén, tienen respecto a la prevención de la salud visual y al porcentaje de valor al adquirir un lente.

1. ¿Cuál es tú edad?
a) 7-14 b) 15-25 c) 26-35 d) 35 a más.

2. ¿Ha visitado un establecimiento óptico?
a) Si b) No

3. ¿Es usted usuario de lentes oftálmicos?
a) Si b) No

4. Del núcleo familiar. ¿En casa alguien usa lentes?
a) Si b) No

5. ¿Con que frecuencia compra lentes?
a) Cada 3 meses b) 6 meses c) Anualmente d) Más de un año.

6. ¿Con que finalidad usa lentes?
a) Por moda b) De medida c) De Sol d) otros

7. ¿Cuántas horas usa dispositivos electrónicos como: Tablet, celular, Pc, ¿entre otros?
- a) 1 hora b) 2-3 horas c) otros.
7. ¿Cuándo acude a una óptica, se hace el examen visual en el mismo local?
- a) Si b) No
8. En caso sea afirmativo ¿Cuál fue el motivo de la visita en el establecimiento óptico?
- a) Solares b) Lentes de contacto c) Terapias d) Examen de refracción
e) Servicio de taller f) otros.
9. ¿Cuál es el medio de comunicación que utiliza frecuentemente?
- a) Televisión b) Radio c) WhatsApp d) Facebook e) Periódico f) otros.
10. ¿Para adquirir un producto es importante para usted el precio o la calidad?
- a) Precio b) Calidad
11. Si usted presentaría un problema visual en el cual deberá corregir ya sea con gafas, lentes de contacto o terapias visuales, su promedio de gasto sería:
- a) 50 soles a 200
b) 200 soles a 500
c) 500 soles a 1500
d) No tendría precio alguno, gastaría lo que fuera necesario.