



**UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE**

**FACULTAD DE ESTUDIOS DE LA EMPRESA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN**

**ESTUDIO DE PRE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN  
DE UNA EMPRESA DEDICADA AL SERVICIO DE GUARDERÍA – SPA  
EN LA CIUDAD DE TRUJILLO**

**TESIS  
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**ASESOR  
JORGE LEANDRO ARBULÚ BERNAL**

**AUTORA  
RUIZ HUAMANI, SAARA GOANA**

**TRUJILLO - PERÚ  
2011**



## ÍNDICE

	Pág.
ÍNDICE .....	1
DEDICATORIA.....	7
PRESENTACIÓN .....	8

### CAPÍTULO I: RESUMEN EJECUTIVO

RESUMEN EJECUTIVO .....	10
ABSTRACT .....	12

### CAPÍTULO II: GENERALIDADES

2.1. Idea del Negocio .....	14
2.2. Descripción de la Oportunidad .....	14
2.3. Estrategias de Entrada y Crecimiento .....	15
2.3.1. Estrategia de Crecimiento .....	15
2.3.2. Estrategia de Entrada .....	15
2.4. Objetivos del Proyecto .....	15
2.4.1. Institucionales.....	15
2.4.2. De Marketing .....	15
2.4.3. Operacionales .....	15
2.4.4. Financieras.....	15
2.5. Nombre de la Empresa .....	15
2.6. Sector o Industria .....	15
2.7. Horizonte de Evaluación .....	16
2.8. Ejecutores .....	16
2.9. Objetivos del Estudio .....	16

### CAPÍTULO III: ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Análisis del Entorno .....	18
3.1.1. Macroentorno .....	18
3.1.1.1. Factores Legales .....	18
3.1.1.2. Factores Económicos .....	21
3.1.1.3. Factores Políticos .....	25
3.1.1.4. Factores Demográficos .....	26
3.1.1.5. Factores Climáticos .....	26
3.1.1.6. Factores Socio-Culturales .....	27
3.1.2. Micro entorno .....	27
3.1.2.1. Clientes Potenciales .....	27
3.1.2.2. Consumidores .....	27
3.1.2.3. Competencia .....	28
3.1.2.4. Proveedores .....	28



3.2.	Investigación de Mercado .....	28
3.2.1.	Segmentación .....	28
3.2.2.	Definición del Cliente Potencial .....	28
3.2.3.	Fuentes de Información .....	28
3.2.4.	Metodología a Emplear .....	29
3.2.5.	Análisis de la Demanda .....	29
3.2.5.1.	Servicio Real .....	29
3.2.5.2.	Demanda Histórica y Actual .....	30
3.2.5.3.	Variables que Afectan a la Demanda .....	31
3.2.5.4.	Demanda Proyectada .....	31
3.2.6.	Análisis de la Oferta .....	31
3.2.6.1.	Identificación de la Competencia .....	31
3.2.6.2.	Oferta Histórica y Presente .....	31
3.2.6.3.	Variable que Afectan a la Oferta .....	32
3.2.6.4.	Oferta Proyectada .....	32
3.2.7.	Deducción del Mercado .....	32
3.2.7.1.	Mercado Proyectado (Potencial – Disponible – Efectivo).....	32
3.2.7.2.	Mercado Meta u Objetivo.....	32
3.3.	Análisis de la Comercialización .....	33
3.3.1.	Marketing Mix Usado por la Competencia .....	33
3.3.1.1.	Producto - Valor .....	33
3.3.1.2.	Precio – Coste .....	34
3.3.1.3.	Plaza .....	34
3.3.1.4.	Promoción – Comunicación .....	34
3.3.2.	Plan de Marketing para el Proyecto .....	34
3.3.2.1.	Mercado Meta .....	34
3.3.2.2.	Valor .....	34
3.3.2.3.	Precio – Coste .....	35
3.3.2.4.	Conveniencia .....	36
3.3.2.5.	Comunicación .....	36
3.3.2.6.	Estrategias de Entrada en el Mercado .....	36
3.3.2.7.	Posicionamiento del Servicio.....	37
3.3.3.	Análisis del Mercado Proveedor .....	37
3.3.3.1.	Criterios de Selección .....	37
3.3.3.2.	Identificación de Proveedores .....	38
3.3.3.3.	Selección de Proveedores .....	39

#### CAPÍTULO IV: ESTUDIO TÉCNICO

4.1.	Especificaciones Técnicas del Servicio .....	41
4.2.	Ingeniería Básica .....	43
4.2.1.	Descripción de Procesos .....	43
4.2.1.1.	Proceso de Comercialización .....	43
4.2.2.	Descripción de Tecnologías.....	44
4.2.2.1.	Descripción de Maquinarias, Equipos .....	44
4.2.2.2.	Descripción de Mobiliario y Software.....	45
4.2.2.3.	Detalle sobre Terrenos, Inmuebles e Instalaciones Fijas .....	45



4.3.	Centro de Operaciones .....	45
4.3.1.	Macro y Micro-Localización.....	45
4.3.2.	Diseño de Edificaciones e Instalaciones.....	47
4.4.	Capacidad Instalada del Proyecto .....	47
4.4.1.	Capacidad Máxima.....	47
4.4.2.	Criterios y Porcentaje de Ocupabilidad.....	48

## CAPÍTULO V: ESTUDIO LEGAL

5.1.	Forma Societaria.....	50
5.2.	Tasas y Licencias Municipales .....	50
5.3.	Legislación Laboral y Tributaria .....	51
5.4.	Otros Aspectos Legales, de Salud, Ambientales, entre otros .....	53

## CAPÍTULO VI: ESTUDIO ORGANIZACIONAL

6.1.	Planeamiento Estratégico .....	56
6.1.1.	Misión .....	56
6.1.2.	Visión.....	56
6.1.3.	Objetivos Tácticos y Estratégicos .....	56
6.1.4.	Análisis FODA .....	56
6.1.5.	Estrategias .....	57
6.2.	Estructura Organizacional.....	58
6.2.1.	Organigrama Estructural y Funcional.....	58
6.2.2.	Nombre o Marca Distintiva.....	58
6.2.3.	Descripción de Cargos y Perfiles .....	59
6.2.3.1.	Descripción de Cargos y Perfiles.....	59
6.2.4.	Tareas, Funciones y Responsabilidades .....	60
6.2.5.	Mecanismo de Reclutamiento y Selección .....	61
6.2.6.	Programa de Capacitación y evaluación de Personal .....	61
6.2.7.	Política Salarial y Fijación de Sueldos .....	62

## CAPÍTULO VII: INGRESOS Y COSTOS

7.1.	Inversiones .....	64
7.1.1.	Inversión en Activo Fijo .....	64
7.1.2.	Inversión en Activo Intangible .....	65
7.1.3.	Inversión en Capital de Trabajo .....	66
7.2.	Costos y Gastos Proyectados.....	67
7.2.1.	Presupuesto de Materiales .....	67
7.2.2.	Mano de Obra Directa .....	68
7.2.3.	Gastos de Administración .....	69



7.2.4. Gastos de Ventas.....	69
7.3. Financiamiento .....	71
7.3.1. Estructura de Capital.....	71
7.3.2. Fuente de Financiamiento Elegida.....	72
7.4. Ingresos Proyectados .....	75
7.4.1. Ingresos por ventas.....	75
7.4.2. Recuperación de Capital de Trabajo.....	76
7.4.3. Valor de Desecho Neto .....	77

## CAPÍTULO VIII: EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

8.1. Supuestos Generales.....	80
8.2. Flujo de Caja Proyectado.....	80
8.2.1. Flujo de Caja Operativo .....	80
8.2.2. Flujo de Capital .....	80
8.2.3. Flujo de Caja Económico .....	81
8.2.4. Servicio de Deuda .....	82
8.2.5. Flujo de Caja Financiero .....	82
8.3. Tasa de Descuento .....	82
8.3.1. Costo de Oportunidad de Capital (KOC) .....	82
8.3.2. Costo Promedio Ponderado de Capital .....	83
8.4. Estados Proyectados .....	84
8.4.1. Balance .....	84
8.4.2. Estado de Ganancias y Pérdidas.....	85
8.5. Rentabilidad .....	86
8.5.1. VANE, VANF, TIRE y TIRF .....	86
8.5.2. Periodo de Recuperación de Capital .....	88
8.5.3. Análisis Beneficio - Costo (B/C) .....	88
8.5.4. Punto de Equilibrio .....	90
8.5.5. Analisis de sensibilidad.....	91
8.6 Factores críticos de riesgo y éxito .....	92
8.6.1 Descripción.....	92
8.6.2. Plan de Contingencia .....	92

## CAPÍTULO IX: CONCLUSIONES

CONCLUSIONES.....	94
-------------------	----

## CAPITULO X: RECOMENDACIONES

RECOMENDACIONES .....	96
BIBLIOGRAFÍA.....	97
ANEXOS.....	98

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1: Relación del PEA y el Desempleo en el Perú .....	23
Cuadro N° 2: PBI por Sectores Productivos.....	24
Cuadro N° 3: Inflación del Perú.....	24
Cuadro N° 4: Población Histórica.....	26
Cuadro N° 5: Población Proyectada.....	26
Cuadro N° 6: Mercado Proyectado .....	32
Cuadro N° 7: Mercado Meta u Objetivo.....	32
Cuadro N° 8: Criterios de Selección.....	37
Cuadro N° 9: Según Identificación de Proveedores.....	38
Cuadro N° 10: Relación de Maquinarias y Equipos .....	44
Cuadro N° 11: Relación de Mobiliario .....	45
Cuadro N° 12: Evaluación de Factores de Micro-Localización .....	46
Cuadro N° 13: Tamaño del Proyecto .....	47
Cuadro N° 14: Capacidad del Servicio.....	47
Cuadro N° 15: Ocupabilidad del Servicio .....	48
Cuadro N° 16: Libros de Contabilidad.....	52
Cuadro N° 17: Registro de Marca .....	53
Cuadro N° 18: Monto de la Inversión .....	72
Cuadro N° 19: Plan Financiero Anual .....	75
Cuadro N° 20: Presupuesto de Ingreso: Servicio de Guardería .....	75
Cuadro N° 21: Costos Fijos y Variables.....	77
Cuadro N° 22: Centralizar de Costos .....	78
Cuadro N° 23: Supuestos.....	80
Cuadro N° 24: Flujo de Caja Económico y Financiero.....	81
Cuadro N° 25: Servicio de la Deuda .....	82
Cuadro N° 26: Indicadores Financieros .....	83
Cuadro N° 27: Tasa de Descuento .....	83
Cuadro N° 28: Balance General Proyectado .....	84
Cuadro N° 29: Estado de Pérdidas y Ganancias .....	85
Cuadro N° 30: VANE, TIRE Nominales.....	86
Cuadro N° 31: Cálculo de VAN Financiero .....	86
Cuadro N° 32: Cálculo del T.I.R.E.....	87
Cuadro N° 33: Cálculo del T.I.R. Financiero .....	87
Cuadro N° 34: Periodo de Recuperación de Capital (PRK).....	88
Cuadro N° 35: Relación Beneficio - Costo Económico (R B/C) .....	88
Cuadro N° 36: Relación Beneficio - Costo - Financiero.....	89
Cuadro N° 37: Punto de Equilibrio a lo largo del periodo de Evaluación.....	90
Cuadro N° 38: Análisis de Sensibilidad.....	92



---

## ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía N° 1: Niños entretenidos en los juegos.....	29
Fotografía N° 2: Diferentes alternativas .....	29
Fotografía N° 3: Niños recibiendo masajes de relajación .....	30
Fotografía N° 4: Niños en su sesión de caritas pintadas .....	30
Fotografía N° 5: Niños recibiendo servicio de manicure y pedicure .....	30
Fotografía N° 6: Niños recibiendo masajes anti estrés .....	35
Fotografía N° 7: Niños pintados con diseños creativos .....	35
Fotografía N° 8: Niños en su sesión facial .....	36
Fotografía N° 9: Exhibidor de los principales productos a utilizarse en nuestro servicio .....	41
Fotografía N° 10: Niños y su espacio de relajación .....	41
Fotografía N° 11: Exhibidor de los principales recursos .....	42
Fotografía N° 12: Vista del ambiente de juegos educativos .....	42

## ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen N° 1: Ubicación de Trujillo .....	46
Imagen N° 2: Nombre o Marca Distintiva .....	58





---

## DEDICATORIA

A Dios:

Agradecer en primer lugar a Dios, que me ha conservado con vida, por haber guiado cada paso en mi camino y protegido hasta el día de hoy.

A mis padres:

Guillermo y Ana

Porque confiaron en mí, me dieron la mejor herencia en vida como es mi formación profesional, por el sacrificio y la lucha constante por darme una buena calidad de vida.

A mi esposo e hijo:

Joni y Guillem

Porque siempre estuvieron en los mejores momentos de mi vida, por el apoyo, comprensión y amor; porque fueron el motor en mi vida para salir adelante y no rendirme en el camino de la vida.

A mis hermanos:

Susan, Jesús, Sonia, Fredy, Betty, Alex y Javier; por los mejores consejos, confianza y comprensión para poder culminar mi carrera profesional.

Saara Goana Ruiz Huamani

---

## PRESENTACIÓN

### Señores Miembros del Jurado:

En cumplimiento con las disposiciones establecidas por el Ministerio de Educación y el Reglamento de Títulos de la Facultad de Estudios de la Empresa de la Universidad Privada del Norte, me es grato someter a vuestra consideración el presente Estudio de Pre Factibilidad para la Implementación de una Empresa dedicada al servicio de Ángel Guardería – Spa, dirigido a padres de 20 a 34 años de edad con hijos de 1 a 8 años en la ciudad de Trujillo, con la finalidad de obtener mi Título Profesional de Licenciado en Administración.

Es propicia la oportunidad para expresar mis agradecimientos a la plana docente que estuvo a cargo de mi formación académica, a cada uno de ellos va un sincero y profundo agradecimiento por las enseñanzas, consejos y orientaciones que contribuyeron en mi formación profesional.

Trujillo, junio del 2011

Atentamente,

---

Bach. Saara Goana Ruiz Huamani  
Bachiller en Administración de Empresas

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio tiene como objetivo determinar la viabilidad económica y financiera para la implementación de una empresa dedicada al servicio de guardería – spa de nombre ANGEL GUARDERIA – SPA S.R.L. en la ciudad de Trujillo.

La idea consiste en implementar un local donde se brindará el servicio de guardería – spa que permita a niños y niñas desarrollar su ingenio, creatividad y capacidad de juegos, llegando a ser una empresa innovadora y líder en la ciudad.

El mercado al cual se dirigirá la empresa será la población de 20 a 34 años de edad, que tengan hijos de 1 a 8 años de edad en los distritos de Trujillo, de los sectores socioeconómicos Alto y Medio (A) y (B) .

El presente trabajo concluye determinar si es rentable realizarlo y ponerlo en marcha, teniendo como ubicación estratégica el Centro Comercial Real Plaza ubicado en la ciudad de Trujillo.

La demanda está garantizada y cuenta con aceptación del público de un 81% con que se instale este nuevo e innovador negocio en Trujillo.

Gracias a la competitividad se hace muy necesaria el constante mejoramiento del producto – servicio y nuestro crecimiento buscará un desarrollo que depende en gran medida de este indicador de mercado.

Complementa este criterio: El consumidor adquiere el servicio teniendo en cuenta el precio, atención, limpieza y orden, el evitar riesgo, imagen, credibilidad, etc.

Con la presencia del proyecto se propone mejorar la productividad de los padres como a su vez disponer de mayor tiempo disponible para realizar sus múltiples actividades.

**Por el lado del empresario:** será este proyecto un aliado para su servicio en donde los costos de la inversión y operativos serán mínimos.

**Por el lado del bienestar del público objetivo:** También será beneficiados ya que recibirán un servicio de calidad.

Con los datos obtenidos del plan de operaciones, organizacional y financiero, se logro determinar una inversión para el funcionamiento de la empresa ascendente a S/. 144,616.85 de los cuales el aporte propio asciende a S/. 86,770.11 y el aporte ajeno (préstamo), es de S/. 57,846.74.

Los estudios correspondientes a la evaluación económica – financiera arroja resultados muy favorables representados por los indicadores de evaluación respectivas:

Evaluación Económica: VANE positivo ascendente a S/. 519,051.79, un TIRE de 103.60 % y una R B/C de 1.39.



Evaluación Financiera: VANF positivo ascendente a S/. 517,743.74, un TIRF de 133.42 % y una R B/C de 1.54.

Y lo más, más importante que la Recuperación de capital o inversión será dentro del transcurso del primer año de funcionamiento, ósea en un periodo de tiempo de 1 año, 10 meses y 03 días.

Se puede concluir por consiguiente que el plan de negocios es viable o favorable para llevarse a cabo tanto comercial, operativo, organizacional, económico y financieramente recomendándose su ejecución.

---

## ABSTRACT

This present study has the bring economic and financing to the implementation of a company dedicated to the Guardery Services – Spa, the name is Guardery Angel – Spa SRL in the city of Trujillo.

The idea consist to implement a place (property) where it con giru the Guardery Service – Spa, can permit a kids (boys and girls) to derulop ideas, to create and capacity of games, at the end been a company with innovations and leader in the city.

The market in which to address the company are the population of 20 to 34 years old; who has kids of 1 to 8 years old in the different districts of Trujillo, of the socioeconomic sectors highs and middle (A) and (B).

This present has the objectirce if is profitable to do it who has strategic place in the Mal Real Plaza, located in the city of Trujillo.

The demand is in place, and has public acceptance of on 81% to get installed this new business in Trujillo.

Thank's to the competition to do it is necessary in keep improvement of the product – service, and when we grow we are looking to develop in witch can depend of this market indicator.

Complete this criterion: The consumer obtain the service but looking the price, customer service, cleaning and order, to present risks, image and credibility.

The presence of this project to do better the production of the parents, at the some time to do multiple activities.

For the businessman sector: this project will be and allie for the service, in wich the cost of the investment and operations will be minimum.

To solve public objectirce: also will get benefits en quality service.

With results which has obtain the operations, financing, we had obtains result to invest in the company the amount of S/. 144,616.85 new soles, in which the many to incest is S/. 86,770.11 new soles, and loan own is S/. 57,846.74.

The studies of the economic test – finances bring results very positives by the result of respectives results.

Economic test: VANE positive rise to S/. 519,051.79, on TIRE of 103.60% and one R B/C of 1.39

Financing test: VANF postivie rise to S/. 517,743.74, on TIRF of 133.42% and one R B/C of 1.54

## **CAPÍTULO I: GENERALIDADES**

### **1.1. Idea del Negocio**

La idea de negocio surge debido a las observaciones constantes que habíamos experimentado con una gran parte de la población trujillana cuando visita a los principales hipermercados de nuestra ciudad, y esta se presenta cuando las personas adultas (madres y padres por lo general), van acompañadas de sus hijos principalmente menores de 8 años de edad, estas personas desean realizar múltiples ocupaciones y no encuentran ninguna institución o empresa que les brinde la recepción y cuidado para sus niños y puedan ellos dedicarse a realizar las actividades a las que vinieron al centro comercial;

Entonces nuestra idea es tratar de brindarles a estas personas la opción de cuidar a sus hijos, mientras realizan sus actividades particulares. Para ello se necesita constituir una empresa que se dedicara al servicio de guardería – spa en la ciudad de Trujillo, que brinde un servicio en el cual los padres se sientan por un lado tranquilos de dejarlos a sus menores hijos en esta y les permitirá movilizarse sabiendo que van a ser bien cuidados hasta su regreso.

Darles a los niños un servicio de guardería y spa en donde recibirán masajes anti estrés, manicure, pedicure, caritas pintadas, juegos, cuentos; todo ello mientras sus padres están realizando alguna actividad.

Este servicio contará con las más agradables y confortables instalaciones para la comodidad de nuestros clientes. Asimismo, estos podrán gozar de los grandes beneficios que ofrece nuestro servicio y las ventajas que brinda, de esta manera los padres de familia podrán estar tranquilos y realizar sus compras y actividades que desean realizar con total normalidad pensando que sus hijos se encuentran en un lugar seguro y recibiendo las mejores atenciones, para ello seremos muy exigentes con nosotros mismos, por lo que nuestro servicio debe ser de calidad garantizada, y estaremos atentos a cualquier inquietud de mejora por parte de las sugerencias de nuestros cliente.

### **1.2. Descripción de la Oportunidad**

La idea de negocio surgió tras observar la falta de interés por el cuidado de los niños y niñas en los centros comerciales que no hay un lugar específico donde dejar a los niños.

Es importante que los niños reciban una estimulación y trato adecuado durante su infancia. Que los padres de familia puedan tener la seguridad y certeza de que sus hijos van a estar en un lugar seguro, confortable y lo más importante al cuidado de personas especializadas en brindarles toda la atención debida a los niños.

Darles a los niños un servicio de guardería – spa en donde recibirán masajes anti estrés, manicure, pedicure, caritas pintadas, juegos, cuentos; y todo ello mientras sus padres están realizando alguna actividad.

### 1.3. Estrategias de Entrada y Crecimiento

#### 1.3.1. Estrategia de Crecimiento

- Aumentar la variedad de servicios y horas de atención.
- Tener una sucursal en otro punto estratégico.

#### 1.3.2. Estrategia de Entrada

- Segmentar el mercado por Nivel Socioeconómico, Geográfico y por Edades.
- Estrategia básica de diferenciación.

### 1.4. Objetivos del Proyecto

#### 1.4.1. Institucionales

- Crear un servicio que se diferencie ante la competencia teniendo un personal especializado con el trato directo con los niños.

#### 1.4.2. De Marketing

- Determinar el nivel de aceptación de nuestro servicio ofrecido en el mercado trujillano.
- Posicionarnos en el mercado trujillano y ser líder como empresa de brindar este tipo de servicios.

#### 1.4.3. Operacionales

- Desarrollar un clima y una cultura organizacional que fomente el trabajo en equipo.

#### 1.4.4. Financieras

- Recuperar la inversión realizada en el quinto año del proyecto.
- Realizar proyecciones de los estados financieros.
- Demostrar la viabilidad del proyecto.

### 1.5. Nombre de la Empresa

- “ANGEL GUARDERÍA - SPA” S.R.L.

### 1.6. Sector o Industria

- Es un proyecto privado que se dedicara al servicio de guardería – spa.
- Pertenece este negocio al sector económico de servicios

### **1.7. Horizonte de Evaluación**

- Se considera un horizonte de evaluación de cinco años.

### **1.8. Ejecutores**

- Ruiz Huamaní, Saara.

### **1.9. Objetivos del Estudio**

- Tener en cuenta todas las necesidades de los clientes al momento de poner en marcha el negocio.
- Establecer las estrategias que se utilizarán para el lanzamiento de nuestro servicio.
- Buscar la mejor alternativa de financiación para el proyecto
- Determinar la viabilidad económica y financiera del proyecto.



## CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO

### 2.1. Análisis del Entorno

#### 2.1.1. Macro Entorno

##### 2.1.1.1. Factores Legales

La actividad empresarial está amparada en la constitución política del Perú de 1993 con los artículos: 58, 59 y 63; en donde se respeta la libre competencia, libertad empresarial y libre acceso a la actividad económica.

Según la regulación legal se viene dando desde el Código de Comercio de 1902 hasta la Nueva Ley General de Sociedades (Ley N° 26887) que fue creada el 09 de Diciembre de 1997. Esta ley se promulgó con la finalidad de regular todos los tipos de sociedades existentes y mediante ellas, el empresario podrá realizar sus actividades económicas como persona jurídica.

#### **LEY N° 28015 LEY DE PROMOCIÓN Y FORMALIZACIÓN DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA**

##### Artículo 4.- Política estatal

El Estado promueve un entorno favorable para la creación, formalización, desarrollo y competitividad de las MYPE y el apoyo a los nuevos emprendimientos, a través de los Gobiernos Nacional, Regionales y Locales; y establece un marco legal e incentiva la inversión privada, generando o promoviendo una oferta de servicios empresariales destinados a mejorar los niveles de organización, administración, tecnificación y articulación productiva y comercial de las MYPE, estableciendo políticas que permitan la organización y asociación empresarial para el crecimiento económico con empleo sostenible.

##### Artículo 36.- Acceso a la formalización

El Estado fomenta la formalización de las MYPE a través de la simplificación de los diversos procedimientos de registro, supervisión, inspección y verificación posterior.

##### Artículo 37.- Simplificación de trámites y régimen de ventanilla única

Las MYPE que se constituyan como persona jurídica lo realizan mediante escritura pública sin exigir la presentación de la minuta, conforme a lo establecido en el inciso i) del artículo 1 de la ley.

## **Ley Nº 26965.**

### **Artículo 39.- Licencia municipal de funcionamiento definitiva**

Vencido el plazo referido en el artículo anterior, la Municipalidad respectiva, que no ha detectado ninguna irregularidad o que habiéndola detectado, ha sido subsanado, emite la Licencia Municipal de Funcionamiento Definitiva.

Otorgada la Licencia de Funcionamiento Definitiva, la Municipalidad Distrital o Provincial, según corresponda, no podrá cobrar tasas por concepto de renovación, fiscalización o control y actualización de datos de la misma, ni otro referido a este trámite, con excepción de los casos de cambio de uso, de acuerdo a lo que establece el Decreto Legislativo Nº 776, Ley de Tributación Municipal y sus modificatorias.

### **Artículo 44.- Permanencia en el régimen laboral especial**

Si en un ejercicio económico una Microempresa definida como tal en la presente Ley, inicialmente comprendida en el régimen especial supera el importe máximo de ingresos previstos en la presente Ley o tiene más de diez (10) trabajadores por un período superior a un año, será excluida del régimen laboral especial.

### **Artículo 53.- Fiscalización de las microempresas**

El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo realiza el servicio inspectivo, estableciendo metas de inspección anual no menores al veinte por ciento (20%) de las microempresas, a efectos de cumplir con las disposiciones del régimen especial establecidas en la presente Ley.

La determinación del incumplimiento de alguna de las condiciones indicadas, dará lugar a que se considere a la microempresa y a los trabajadores de ésta excluidos del régimen especial y generará el cumplimiento del íntegro de los derechos contemplados en la legislación laboral y de las obligaciones administrativas conforme se hayan generado.

Debe establecerse inspecciones informativas a efecto de difundir la legislación establecida en la presente norma.

### **Artículo 55.- Beneficios de las empresas comprendidas en el régimen especial.**

A efectos de contratar con el Estado y participar en los Programas de Promoción del mismo, las microempresas deberán acreditar el

cumplimiento de las normas laborales de su régimen especial o de las del régimen general, según sea el caso, sin perjuicio de otras exigencias que pudieran establecerse normativamente.

## **TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY DEL IMPUESTO A LA RENTA**

### **DECRETO SUPREMO N° 179-2004-EF**

Artículo 117º.- Sujetos comprendidos

Podrán acogerse al Régimen Especial las personas naturales, sociedades conyugales, sucesiones indivisas y personas jurídicas, domiciliadas en el país, que obtengan rentas de tercera categoría provenientes de las siguientes actividades:

Actividades de comercio y/o industria, entendiéndose por tales a la venta de los bienes que adquieran, produzcan o manufacturen, así como la de aquellos recursos naturales que extraigan, incluidos la cría y el cultivo.

Actividades de servicios, entendiéndose por tales a cualquier otra actividad no señalada expresamente en el inciso anterior.

Las actividades antes señaladas podrán ser realizadas en forma conjunta.

## **TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS E IMPUESTO SELECTIVO AL CONSUMO**

Artículo 9º.- Sujetos del impuesto

9.1 Son sujetos del Impuesto en calidad de contribuyentes, las personas naturales, las personas jurídicas, las sociedades conyugales que ejerzan la opción sobre atribución de rentas prevista en las normas que regulan el Impuesto a la Renta, sucesiones indivisas, sociedades irregulares, patrimonios fideicometidos de sociedades tituladoras, los fondos mutuos de inversión en valores y los fondos de inversión que desarrollen actividad empresarial que:

- a) Efectúen ventas en el país de bienes afectos, en cualquiera de las etapas del ciclo de producción y distribución;
- b) Presten en el país servicios afectos;
- c) Utilicen en el país servicios prestados por no domiciliados;
- d) Ejecuten contratos de construcción afectos;
- e) Efectúen ventas afectas de bienes inmuebles;
- f) Importen bienes afectos.

Resulta importante conocer, evaluar y poder preparar los requisitos y pasos para constituir una empresa. Para ello se debe acudir a las diversas entidades Públicas y Privadas como: Entidades Financieras, Registros Públicos, Notarias, entre otras.

### 2.1.1.2. Factores Económicos

- Nuestro país, en los últimos 10 años ha presentado diferentes etapas. Inicialmente se da una mejora en la estabilidad macroeconómica aunque sin crecimiento, luego la economía empezó a crecer pero sin generar empleo e inversión.
- En el año 2004 empezó a responder estas variables (empleo e inversión)
- Al final del 2005 por quinto año consecutivo, los resultados macroeconómicos son positivos, es en este año en que se consolida la economía nacional.
- El PBI indica que el Perú creció en promedio 6.27% anuales en términos reales entre 2002-2007 y en marzo del 2008 se presentó un crecimiento económico del 9.3%, llegando a alcanzar a fin de año 9.8%.
- Nuestro país tiene 8.1% de desempleo.
- En términos de pobreza se tiene un 39.3%
- Tiene superávit y balanza comercial positiva, siendo esta de \$ 47 millones (Diciembre del 2008).
- Tiene reservas internacionales netas (RIN) que sobrepasan los 30 mil millones de dólares.
- Y su riesgo país es positivo, lo que indica que permite la mayor inversión.
- Corrobora el dato sgte en donde el empleo formal en empresas de 10 a más trabajadores está creciendo a un ritmo de 7% (provincias) y un 4% en Lima Metropolitana.  
El total de exportaciones fue de \$ 31,594 millones (año 2008), que comparados con el año 2007 de \$ 27956 millones significo un crecimiento de 13 %.
- La contribución de los principales sectores de la economía al PBI es ascendente.
- Por lo antes mencionado la economía representa una de las más sobresalientes y de mayor sostenibilidad en la región
- Y su política productiva y comercial brinda progreso a muchas familias.
- Corrobora estos criterios los gráficos presentados

En la región La Libertad cuenta con grandes actividades económicas que conforman más del 60% del PBI, las cuales son: manufacturas, servicios y agropecuarios.

El rubro servicios comprende desde los servicios financieros, seguros, alquiler de vivienda, salud y educación privada, servicios prestados a

empresas (jurídicas, publicitarias, servicios de personal, seguridad, informática, alquiler de maquinaria, entre otras), hasta servicios prestados a hogares. Esta composición del PBI regional también se ve reflejada en la composición de las empresas.

En nuestra región hay aproximadamente 83,4 mil empresas formalmente constituidas, de las cuales más de 72 mil (86%) están dedicadas a los servicios y al comercio.

### **Inflación y tasa de Interés**

Al mes de diciembre de 2009 la tasa de inflación acumulada en los últimos doce meses fue 0,25 por ciento, por debajo del rango meta, en un contexto de reducción de expectativas de inflación y reversión de los choques de oferta en los precios de los alimentos. La reversión de las alzas en los precios de los commodities, en un contexto de crisis internacional, la apreciación cambiaria y la contracción de la demanda permitió la reducción de los precios internos de los combustibles y de algunos alimentos.

El actual nivel de estímulo monetario (tasa de referencia en 1,25 por ciento) es compatible con la meta de inflación en el horizonte de proyección. De esta manera, el Banco Central continúa fomentando.

Condiciones crediticias más flexibles y promoviendo así las transacciones financieras y económicas domésticas, considerando que la recuperación de la economía mundial será lenta y no exenta de riesgos.

Desde la adopción del Esquema de Metas Explícitas de Inflación en 2002, la inflación promedio es de 2,6 por ciento. Actualmente, la meta de inflación es 2 por ciento con una desviación de +-1 por ciento. Para alcanzar dicha meta, el Banco Central de Reserva usa como meta operativa la tasa de interés de referencia para la tasa interbancaria, así como sus tasas de interés para operaciones activas (créditos de regulación monetaria) y pasivas (depósitos *overnight*).

### **PBI y Demanda Interna**

Durante el periodo 2000-2010 se calcula que el PBI habría crecido a una tasa promedio de 5 por ciento, tasa por encima del promedio de las décadas anteriores. La inversión privada y los aumentos de productividad fueron los principales factores que explicaron el crecimiento de la economía peruana.

Se ha estimado la proyección de crecimiento del PBI en 2,5 por ciento para 2011, tomando en consideración la caída de la demanda interna, en particular de la inversión privada y del flujo de inventarios; así como

por la reducción de la demanda externa, resultado vinculado a la recesión mundial. La reducción de la demanda interna en este año se estima obedece a la contracción de inventarios. Se prevé que, en la medida que los niveles de inventarios se aproximen a los nuevos valores deseados, se inicie un proceso de recuperación de los niveles de producción que paulatinamente se verá reforzado por el impacto de las medidas de estímulo monetario y fiscal, y por una gradual recuperación de la economía mundial.

La caída de la inversión privada en el año 2009 y parte del 2010 se produjo en un entorno de recesión internacional, que desalentó el desarrollo de proyectos en el sector minero. Por otro lado, la desacumulación de inventarios conllevó una menor producción e importación de bienes terminados e insumos.

Como consecuencia a ello nuestra economía en la ciudad ha traído mayores tasas de empleo, consumo y mejor calidad de vida. Contribuyendo con la política del gobierno como es la de generar mayor empleo y propiciando mayor crecimiento económico expresado en el PBI, disminuyendo por esto el nivel de pobreza en nuestro país.

**CUADRO N° 1**  
**Relación del PEA y el Desempleo en el Perú**

AÑOS	POBLACION	PEA	%	DESEMPLEO	%
2000	25,661,690	10,264,676	40	1975950	7.7
2001	25,677,527	1,052,778,607	41	1977170	7.7
2002	25,712,707	1,079,933,694	42	2314144	9
2003	25,747,936	1,107,161,248	43	2420306	9.4
2004	25,783,213	1,134,461,372	44	2500972	9.7
2005	26,152,625	1,307,631,250	50	2510652	9.6
2006	26,527,330	1,379,421,160	52	2016077	7.6
2007	27,595,432	1,462,557,896	53	1986871	7.2
2008	28,302,603	1,500,037,959	53	1952880	6.9
2009	29,027,896	1,538,478,488	53	2002925	6.9
2010	29,771,776	1,637,447,680	55	2024481	6.8
2011 (*)	30,534,719	1,679,409,545	55	2076361	6.8

Fuente: Elaboración Propia

**CUADRO N° 2**  
**PBI POR SECTORES PRODUCTIVOS**  
( Millones de n.s de 1994)

DETALLE / AÑOS	2006	2007	2008	2009	2010
Agropecuario 2/	13286	13718	14712	15050	15695
- Agrícola	8215	8378	8994	9076	9455
- Pecuario	3971	4180	4432	4627	4832
Pesca	823	879	934	961	719
Minería	9926	10196	10974	11040	11023
- M. Metálica y no M.	8395	8541	9162	9032	8591
- Hidrocarburos	805	857	945	1097	1420
Manufactura	24607	27328	29804	27672	31440
- Procesadores de R. Primarios	5161	5022	5405	5407	5280
- Manufactura no Primaria	19446	22169	24133	22078	25807
Electricidad y Agua	3307	3585	3866	3912	4213
Construcción	8350	9737	11340	12037	14135
Comercio	23248	25495	28808	28693	31473
Otros Servicios	61001	66873	72635	75668	81255
Importación a los productos y desechos	15599	15596	18432	18222	20189
<b>PBI</b>	<b>160147</b>	<b>173407</b>	<b>191505</b>	<b>193255</b>	<b>210142</b>

2/ Incluye el sector silvícola

Fuente: Gerencia de Estudios Económicos

**CUADRO N° 3**  
**INFLACION DEL PERU**  
(Variación Porcentual)

AÑO	PORCENTAJE
2000	3.7
2001	-0.1
2002	1.5
2003	2.5
2004	3.7
2005	1.6
2006	2
2007	1.8
2008	5.8
2009	0.25
2010	2.08
2011 (*)	2.5

Fuente: BCR-INEI

### 2.1.1.3. Factores Políticos

El Estado en su plan de gobierno fomentando el crecimiento sostenido y contrarrestando o disminuyendo a su vez el nivel de pobreza se compromete a apoyar a la micro y pequeña empresa para su formalización y que esta propicie la generación de empleo y por ende contribuir al desarrollo del país.

Actualmente el Perú se encuentra en un ambiente de muchas expectativas políticas tanto a nivel interno como externo, porque nos encontramos en la etapa de postrimerías de gestión gubernamental y por otro lado el de asumir dicho cargo político y de conducir las actividades gubernamentales del país. Todo parece indicar que el continuismo económico del corte de gobierno neoliberal implantado hace una década, está en peligro su continuidad; por lo tanto según las encuestas de opinión pública el corte de gestión económica sufriría variaciones sustanciales y las inversiones generadas no se mantendrían y probablemente decrecerían, visto esto constituiría un riesgo pronunciado, si asumiese el cargo político el Sr. Ollanta Humala, por su corte de sistema de gobierno nacionalista, siendo este candidato presidencial según las encuestas de opinión pública el que lleva una muy ligera ventaja a su contendora, se generaría un riesgo a nivel empresarial de máximos rangos, en vista de esta coyuntura para la ejecución de la idea de negocio en estudio, esta no generaría ningún inconveniente su puesta en marcha, pero si su actividad de repente se vería obstaculizada por el intercambio y el reajuste económico, porque este seguiría siempre impulsando la generación de empleo en nuestro país y combatiendo la pobreza.

Por su parte la segunda candidata en las preferencias es la señora Keiko Fujimori, que es la representante de la mujer peruana y que sus propuestas están abocadas a la lucha contra la corrupción y el maltrato en todos los niveles, especialmente el de las violaciones a menores de edad. Teniendo posiblemente, si asumiese el cargo máximo de representante de la nación peruana a uno de los máximos exponentes en materia de conocimiento económico al Sr. Hernando de Soto. Esto generaría un clima de sosiego y tranquilidad empresarial y respiro en la actividad económica y social.

Esta coyuntura política en nuestro país, pareciera que habrían muchos cambios radicales si asumiese el Sr. Ollanta Humala en la gestión, por lo que no se trataría de un continuismo en la liberalización de la economía, incentivando la inversión nacional y el empleo.



#### 2.1.1.4. Factores Demográficos

En el año 2007 el Instituto Nacional de Estadística y Informática realizaron el XI Censo de Población y el VI de Vivienda, según los resultados obtenidos; la provincia de Trujillo cuenta con una población de 811979 habitantes. En cuanto al género, 392,486(48.33%) hombres y 419,493 (51.66%) mujeres, mientras que la cifra de los consumidores que serán los niños de 1 a 8 años es de 36,603 niños.

De acuerdo a las estimaciones del INEI la población de la Provincia de Trujillo habría registrado un crecimiento positivo, esto indicaría una tasa de crecimiento de 1.8% en promedio anual en los últimos 5 años, lo cual nos indica que nuestro mercado potencial está creciendo y eso representa una oportunidad para nuestro proyecto.

#### CUADRO N° 4

##### POBLACIÓN HISTÓRICA

Detalle / Años	2006	2007	2008	2009	2010
Población Trujillo	797,363	<b>811,979</b>	826,595	841,473	<b>856,620</b>
Población.(20-34 Años) 26.53%	211,520	<b>215,397</b>	219,274	223,221	<b>227,239</b>

#### CUADRO N° 5

##### POBLACIÓN PROYECTADA

Detalle / Años	2011	2012	2013	2014	2015
Población Trujillo	872,039	887,736	903,715	919,982	936,542
Población. (20 - 34 Años) 26.53%	231,329	235,493	239,732	244,047	248,440

#### 2.1.1.5. Factores Climáticos

La región La Libertad presenta una privilegiada variedad climática y ecológica, en un espacio que varía desde el nivel del mar hasta los 4200 m.s.n.m.

En la costa el clima se considera semitropical, es cálido y primaveral, con una temperatura promedio anual de 18,9 °C.

Tomando en cuenta el factor climático nos damos cuenta que no influye en los servicios que vamos a brindar en Ángel Spa, ya que la demanda no variaría en cualquier estación del año.

#### **2.1.1.6. Factores Socio-Culturales**

En el Departamento de La Libertad, se están dando cambios radicales en sus costumbres y hábitos de consumo, esto se debe fundamentalmente al sistema económico neo liberal, imperante en nuestro medio el mismo que empuja como una mano invisible a que determinada población haya sido influenciada en su hasta hace poco forma habitual de consumo. El crecimiento económico está alcanzando ribetes sorprendentes en los indicadores y estos se revierten en los niveles de consumo en nuestro país.

Con esto no se puede dejar de mencionar que en la actualidad con la llegada de los nuevos mercados, centros comerciales, lugares de esparcimiento y distracción, los indicadores socio económicos y culturales antes nombrados han aumentado en notorias proporciones, generando en las familias y sociedad trujillana cambios en los principales hábitos de consumo y actividades sociales.

- Cambios en los estilos de vida de los trujillanos.  
Como por ejemplo: el de poseer mascotas y sacarlos a pasear, hacer futing o salir a correr a determinadas horas del día, salir de compras a los principales mega plazas del medio, ir al cine planet, entre otros
- Moda de otros productos innovadores nutricionales para utilizarse en el sector de productos nutritivos.  
Consumir productos nutricionales como por ejemplo el noni, consumir bastante frutas o legumbres, entre otros.

#### **2.1.2. Micro entorno**

##### **2.1.2.1. Clientes Potenciales**

Los clientes potenciales para nuestro servicio que ofreceremos será padres de familia con hijos de 1 a 8 años de edad que pertenecen al segmento socio económico A y B de la Ciudad de Trujillo.

##### **2.1.2.2. Consumidores**

Los consumidores del servicio al cual va dirigido son niños entre 1 hasta 8 años de edad (ambos sexos).

### **2.1.2.3. Competencia**

En la ciudad de Trujillo actualmente no cuenta con ningún lugar especializado que brinde este tipo de servicio en lo que respecta al cuidado y distracción de niños(as) dentro de un centro comercial.

### **2.1.2.4. Proveedores**

Los proveedores serán comerciantes que brinden Inmuebles, equipos y artículos necesarios para la implementación de nuestro Spa guardería.

## **2.2. Investigación de Mercado**

### **2.2.1. Segmentación**

#### Segmentación Geográfica

Consideramos como nuestros clientes potenciales a nuestro mercado, el cual está dirigido a personas que viven en la ciudad de Trujillo.

#### Segmentación por edad

La edad que tienen nuestros consumidores son los niños entre 1 a 8 años de edad

#### Segmentación por NSE

Los segmentos elegidos para brindar nuestro servicio son las personas de Nivel Socio Económico A y B.

### **2.2.2. Definición del Cliente Potencial**

Los clientes potenciales son todos aquellos padres de familia que viven en la Ciudad de Trujillo, los cuales pertenecen a los Niveles Socio Económicos A, B y C.

### **2.2.3. Fuentes de Información**

Las fuentes de información que ha obtenido para el presente estudio de Pre-factibilidad fueron las siguientes:

#### Fuentes Primarias

- Encuestas

#### Fuentes Secundarias

- Censos Nacionales Resultados Definitivos INEI 2007.
- APEIM.
- Ley General de Sociedades.
- Banco Central de Reserva del Perú.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática.

## 2.2.4. Metodología a Emplear

Se aplicará una encuesta a los clientes potenciales, en la cual se preguntará sobre donde realizan sus compras, que lugares prefieren hacerlas y si llevan a sus hijos con ellos, y sobre todo que percepción tienen sobre la seguridad en estos ambientes.

Si supieran de la existencia de un lugar seguro y especializado en el cuidado de sus niños los llevaría y cuanto es el monto estimado que pagarían por el servicio brindado.

La investigación será realizada a través de medios de comunicación actual, como páginas webs, publicaciones, periódicos, entre otras y/o información obtenida mediante entidades como el INEI, BCRP, etc.

Se usará Muestreo Probabilístico.

## 2.2.5. Análisis de la Demanda

### 2.2.5.1. Servicio Real

“ÁNGEL GUARDERÍA – SPA” ofrecerá un servicio innovador y único en la ciudad de Trujillo, ya que brinda atención especializada al cuidado, seguridad, protección y entretenimiento a los niños(as) desde 1 año hasta los 8 años de edad.

Contará con personas altamente calificadas para el cuidado de sus niños y los padres de familia sentirán un gran alivio y tranquilidad de que sus pequeños se encuentran en un lugar especializado para su cuidado mientras realizan sus compras sin ningún problema.

**FOTOGRAFÍA N° 1**



Niños entretenidos en los juegos

**FOTOGRAFÍA N° 2**



Diferentes alternativas

### FOTOGRAFÍA N° 3



Niños recibiendo masajes de relajación

### FOTOGRAFÍA N° 4



Niños en su sesión de caritas pintadas

### FOTOGRAFÍA N° 5



Niños recibiendo servicio de manicure y pedicure

#### **2.2.5.2. Demanda Histórica y Actual**

No existen registros históricos formales de donde se pueda obtener información exacta sobre la evolución de la demanda histórica para nuestro proyecto, debido a que esta es una idea de negocio innovadora en el mercado de la libertad.

En cuanto a la demanda actual, 95.57% de los encuestados respondieron a una probabilidad de aceptación favorable para el consumo del servicio a ofrecer.

### 2.2.5.3. Variables que Afectan a la Demanda

Ingreso Per cápita: En este caso se debe evaluar los ingresos de los consumidores, en el segmento A, B y C.

El ingreso promedio influirá dentro de los niveles de servicios que puedan realizar.

### 2.2.5.4. Demanda Proyectada

Determinada mediante la aplicación de la fórmula probabilística para poblaciones conocidas

**Tamaño de la población infinita**

$$n = \frac{Z^2 (p \times q)}{E^2}$$

n= Tamaño de la muestra

Z= Valor estadístico asociado a un nivel de confianza del 95% = 1.96.

P= Nivel de aceptación del Proyecto. Se estimó mediante la aplicación de una encuesta piloto 0.20

Q= Nivel de rechazo del Proyecto 0.80

e= Margen de error 5%

$$n = \frac{1.96^2 \times (0.2 \times 0.8)}{(0.05)^2} = 384$$

La cantidad de personas a encuestar es de 384 personas

## 2.2.6. Análisis de la Oferta

### 2.2.6.1. Identificación de la Competencia

Actualmente la ciudad de Trujillo no cuenta con un lugar especializado en brindar atención, cuidado y entretenimiento a los niños(as) dentro de un centro comercial, el cual pueda facilitar la comodidad y tranquilidad

por parte de los padres de familia ya que de este modo realizarían sus compras sin preocupación alguna.

#### **2.2.6.2. Oferta Histórica y Presente**

No se registran datos sobre la oferta histórica en la ciudad de Trujillo de este servicio, ya que no existen registros estadísticos referentes a este servicio.

#### **2.2.6.3. Variable que Afectan a la Oferta**

Entorno: En el mundo globalizado y actual se está dando mucha importancia al cuidado y seguridad de los niños(as); y un claro ejemplo es que ya que en la ciudad de Trujillo estamos atravesando por muchos peligros y acechados constantemente por la delincuencia.

Es por ello la oportunidad que se genera de brindar un servicio de resguardo y seguridad para sus niños como es nuestra intención a la creación de este centro de servicio de Guardería Spa en donde recibirán masajes anti stress, manicure, pedicure, caritas pintadas, juegos cuentos y todo esto mientras sus padres están realizando alguna actividad.

#### **2.2.6.4. Oferta Proyectada**

No existe una oferta proyectada debido a que ninguna empresa en Trujillo ha ofrecido los servicios de un spa para niños.

### **2.2.7. Deducción del Mercado**

#### **2.2.7.1. Mercado Proyectado (Potencial – Disponible – Efectivo)**

**Cuadro N° 6**  
**Mercado Proyectado**

Demanda Potencial	20 - 34 años
Población Distritos: Trujillo	231,329

Fuente: Elaboración Propia

## 2.2.7.2. Mercado Meta u Objetivo

**Cuadro N° 7**  
**MERCADO META U OBJETIVO**

Detalle	Años				
	2011	2012	2013	2014	2015
Población Trujillo	872,039	887,736	903,715	919,982	936,541
PADRES 5.04%	43,953	44,744	45,550	46,369	47,204
NIÑOS (1-8 AÑOS) 4.51%	39,329	40,037	40,758	41,491	42,238
NIVEL SOCIOECONOMICO A-B 38.70%	17,010	17,316	17,628	17,945	18,268
NIVEL SOCIOECON-NIÑOS A-B 38.70%	15,220	15,494	15,773	16,057	16,346
MERCADO POTENC. PADRES 75.00%	12,757	12,987	13,220	13,458	13,701
Detalle	2011	2012	2013	2014	2015
MCDO POTENC-NIÑOS 75.00%	11,415	11,620	11,830	12,043	12,260
MERCADO DISPONIBLE 95.00%	12,119	12,337	12,559	12,785	13,015
MCDO DISPONIBLE NIÑOS 95.00%	10,844	11,039	11,238	11,441	11,647
MERCADO EFECTIVO 78.00%	9,453	9,623	9,796	9,973	10,152
MCDO EFECTIVO NIÑOS 78.00%	8,458	8,610	8,766	8,924	9,085
MERCADO OBJETIVO 20.00%	1,891	1,925	1,960	1,995	2,031
MCDO OBJETIVO NIÑOS 20.00%	1,692	1,722	1,753	1,785	1,817

Fuente: Elaboración Propia

- Los padres representan según datos estadísticos del INEI; el 5 % del total poblacional; este es significativo porque serán a través de estos en que se cimentara nuestra relación inmediata comercial.
- A su vez los niños comprendidos entre 1 a 8 años representan el 4.51% del total poblacional.
- Por consiguiente asumo que le servicio en promedio por padre de familia sea de 1 a 1
- Existe el 39 % del total de padres que pertenecen al nivel socio económico A Y B
- De lo anterior podemos afirmar que el 75% de la población socio económico A y B, será nuestro mercado potencial, del cual nuestro proyecto dependerá para su captación de futuros clientes.
- Asumiendo según requerimiento de la encuesta que un 95 % del mercado potencial, estarán dispuestos a adherirse como probables clientes.
- Siendo el 78 % del mercado disponible, los que estarán aptos para cubrir este servicio.
- Tomándose un 20 % del mercado efectivo, que representara nuestro mercado objetivo y que a su vez serán nuestros clientes en el proyecto, (política conservadora).

## 2.3. Análisis de la Comercialización

### 2.3.1. Marketing Mix Usado por la Competencia

#### 2.3.1.1. Producto - Valor



Nuestro negocio será el de ofrecer un servicio a los padres del nivel socio económico A y B; los cuales podrán acceder a nuestro servicio de Guardería SPA.

El cual tendrá como objetivo darles a los niños un servicio de masajes anti estrés, manicure, pedicure, caritas pintadas, juegos, cuentos, y todo ello mientras sus padres están realizando alguna actividad.

No contamos con una competencia indirecta en el mercado del mismo giro de negocio, es por ello que el servicio que brindaremos se distinguirá con la diferenciación.

Su horario no es flexible ya que solo se trabaja por horas, trabajan solo de lunes a sábado y no brinda ningún servicio de entretenimiento didáctico al niño.

#### **2.3.1.2. Precio – Coste**

Los cobros de las Guarderías por hora son los mismos no importando el tiempo que estén los niños que son de S/ 10.00 nuevos soles, cuando son horas extraordinarias, su cobro por hora es de S/20.00 nuevos soles.

#### **2.3.1.3. Plaza**

Son las personas que se encuentran ubicados en los alrededores del Distrito de Trujillo, personas que por distintos motivos llegan al Real Plaza.

#### **2.3.1.4. Promoción – Comunicación**

Las distintas Guarderías:

- Publicidad: Publicidad boca a boca que se da por los visitantes hacia amigos y familiares.
- Promoción: No tiene.

Cabiendo mencionar que se buscara tener nexos complementarios de difusión de la publicidad con otras instituciones a través de su personal respectivo.

En esta modalidad se puede utilizar volantes o publicidad anexada a los recibos de agua, luz, teléfono, cable y otros.

### **2.3.2. Plan de Marketing para el Proyecto**

#### **2.3.2.1. Mercado Meta**

Los clientes potenciales determinados para el mercado objetivo son las personas del nivel socioeconómico A y B de la ciudad de Trujillo que se encuentran en un rango entre los 20 - 34 años de edad.

### 2.3.2.2. Valor

El servicio Ángel Guardería-Spa ofertara su servicio el cual consistirá en que los niños se sientan felices y seguros, al usar estos recursos que se ha preparado para que se sientan felices al usarlos presentando seguridad y confort, su uso está diseñado de acuerdo a las actividades que se realicen, tales como juegos recreativos y didácticos, teatrín, manicure y pedicure, caritas pintadas, masajes anti estrés y diversas actividades que estén relacionadas con la Guardería, sobre todo disfrutando de un ambiente tranquilo y acogedor.

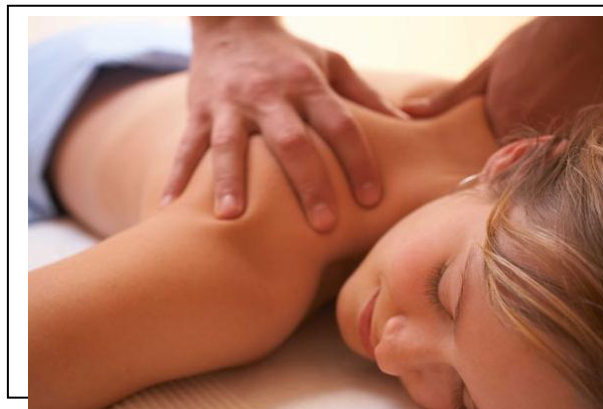
### 2.3.2.3. Precio – Coste

Los servicios que Ángel Guardería-Spa son los siguientes:

➤ **Servicio 1: Masajes Anti Estrés**

Cuenta con una camilla, sábanas, toallas y aceites para masajes anti estrés, todo por la suma de S/15.00 nuevos soles

#### **FOTOGRAFÍA N° 6**



Niños recibiendo masajes anti estrés

➤ **Servicio 2: Caritas Pintadas**

Se usará pinceles de diferentes tamaños y pinturas especiales para el rostro, algodón, todo por la suma de S/10.00 nuevos soles.

### FOTOGRAFÍA N° 7



Niños pintados con diseños creativos

#### ➤ **Servicio 3: Manicure y Pedicure**

Se usará corta uñas, limas de cartón, removedor de esmalte, algodón, removedor de cutícula, corte cutícula, esmaltes variados, crema para manos, todo por la suma de S/15.00 nuevos soles .

### FOTOGRAFÍA N° 8



Niños en su sesión facial

#### **2.3.2.4. Conveniencia**

Es conveniente porque el servicio que brindamos es personalizado, desde el momento que dejan a los niños al establecimiento así como

ofreciendo comodidad, seguridad y tranquilidad para los padres que confían del servicio que realizamos.

### 2.3.2.5. Comunicación

Para hacer conocido nuestro servicio, realizamos diversas promociones por medio de una publicidad agresiva, la cual se realizaría por medios de comunicación tanto escritas, radiales y televisivas. Además realizando banners, anuncios publicitarios, boletines, folletos, magazines, entre otros para que por medio de ello podamos lograr que exista una buena difusión de nuestro servicio y sea conocido por todo nuestro mercado potencial.

### 2.3.2.6. Estrategias de Entrada en el Mercado

Para iniciar nuestra actividad en el mercado tomaremos en cuenta como estrategias los paquetes y promociones siguientes:

✓ Servicios:

- Servicio 1: Masajes anti estrés S/ 15.00
- Servicio 2: Caritas pintadas S/ 10.00
- Servicio 3: Manicure y Pedicure S/ 15.00

✓ Promociones:

- Promoción 1: 1 hora S/ 10.00
- Promoción 2: 2 hora S/ 15.00
- Promoción 3: 3 hora S/ 20.00
- Promoción 4: 4 hora S/ 30.00

### 2.3.2.7. Posicionamiento del Servicio

El posicionamiento del servicio se logra a través de la mercadotecnia.

- Ventaja competitiva: En la actualidad no hay alguna competencia que brinde este tipo de servicio, por lo tanto es una ventaja poder ser únicos en el mercado y por ello será un servicio exclusivo, y los precios que estableceremos no serán rechazados por el mercado ya que no hay algún tipo de comparación con otra empresa que brinde el mismo servicio.
- Comprensión de las necesidades del cliente potencial: Es necesario para nosotros identificar cuáles son los atributos que busca el cliente y mediante ello poder buscar el proveedor de servicios.

Lograr una posición competitiva: Al brindar un servicio exclusivo, con un valor agregado y único en la ciudad de Trujillo.

### 2.3.3. Análisis del Mercado Proveedor

#### 2.3.3.1. Criterios de Selección

**Cuadro N° 8**  
**Criterios de Selección**

REQUISITOS	PESOS
Precios que vayan de acuerdo a la calidad de nuestro servicio	40%
Buena relación calidad-precio.	10%
Negociación justa, cordial y atenta.	10%
Crédito: Nuestras empresas proveedoras deben tener disponibilidad de otorgar los productos a crédito.	5%
Empresas legalmente constituidas y con trayectoria	15%
Responsabilidad	10%
Puntualidad	10%
	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración Propia

#### 2.3.3.2. Identificación de Proveedores

Cuando tengamos identificado a nuestros proveedores será quienes trabajen para nosotros, los cuales estarán siempre a nuestra disposición, para lo cual tienen que ser empresas responsables, confiables y que nos ofrezcan inmuebles, maquinarias y equipos de óptima calidad.

**Cuadro N° 9**

**SEGÚN IDENTIFICACIÓN DE PROVEEDORES**

PROVEEDOR	PRODUCTO	PRECIO
LA CURACAO	Aire Acondicionado Marca: CONTINENTAL	S/ 1,099.00
LA CURACAO	Computadora Marca: XPERTO	S/ 1,599.00
LA CURACAO	Televisor LCD 32"	S/ 2,499.00
SAGA FALABELLA	DVD Marca: RECCO	S/ 99.00
SAGA FALABELLA	Minicomponente Marca: PHILIPS	S/ 459.00
INDUSTRIAS AGGO SRL AV. Los Constructores 729 La Molina – Lima	Juegos para niños	S/ 500.00
INVERSIONES V & C S.A.C AV. América Norte 243 TELF: 231670 URB: La Intendencia - Trujillo	Cama Cuna Colchón para cuna	S/ 600.00 S/ 300.00
COMERCIAL MARY AV. América Norte 286 – Trujillo TELF: 949370392	Sofá Mesa para tocador	S/ 125.00 S/ 300.00
CASSINELI AV. América Sur	Baños Completo Para Niños	S/ 400.00

Fuente: Elaboración Propia

**2.3.3.3. Selección de Proveedores**

Para la selección de proveedores se realizó una lista de todas las posibles empresas que brindan los servicios requeridos, siendo analizadas y comparadas con los beneficios que ofrecen, llegando al siguiente resultado:

**Proveedores de Equipos**

- **HARDTECH SOLUTIONS S.A.C.**  
**Actividad:** Equipos de cómputo  
**Dirección:** Jr. Bolívar 790 - Trujillo
- **TELFÓNICA DEL PERÚ S.A.**  
**Actividad:** Teléfonos  
**Dirección:** Jr. Pizarro 993

### Proveedores de Muebles

- **EN CASA**  
**Actividad:** Muebles, decohogar  
**Dirección:** Jr. Junín 670

### Proveedores de Comida

- **MERCADO MAYORISTA**  
**Actividad:** ventas al por mayor  
**Dirección:** Calle Bolívar, **Calle** San Antonio, Calle Santa Rita

## CAPÍTULO III: ESTUDIO TÉCNICO

### 3.1. Especificaciones Técnicas del Servicio

A continuación se presentan algunos servicios que se brindarán:

#### Manicure y Pedicure

Se comenzará usando un corta uñas, después se procederá a limar las uñas con una lima de cartón, en sus manos se aplicará un removedor de cutícula Gaby y se podrán a remojar sus manos para que haga efectos el removedor de cutícula y después de 2 minutos se procederá a corta la cutícula con un corta cutícula, luego de secar las manos se procederá a pintar las uñas con el diseño que desee el cliente con esmalte Unique, luego se aplicará un secante de esmalte Unique y después de haber secado el esmalte se aplicará la crema de manos Nivea



Exhibidor de los principales productos a utilizarse en nuestro servicio

#### Masajes Anti estrés

Se comenzará poniendo a los niños en una camilla especial para ellos, luego se aplicará aceite de masajes anti estrés de almendras por unos 30 minutos, luego se les limpiará con una toalla.

## FOTOGRAFÍA N° 10



Niños y su espacio de relajación

### **Caritas Pintadas**

Se prepara las pinturas para el rostro en una paleta acrílica, luego se procederá a pintar con los pinceles según el diseño que desee el niño.

## FOTOGRAFÍA N° 11



Exhibidor de los principales recursos

### **Guardería**

Área exclusivamente creada para los niños donde podrán disfrutar de juegos recreativos sin peligro porque la superficie será de tapizón, además de contar con todas las medidas de seguridad necesarias para evitar accidentes.

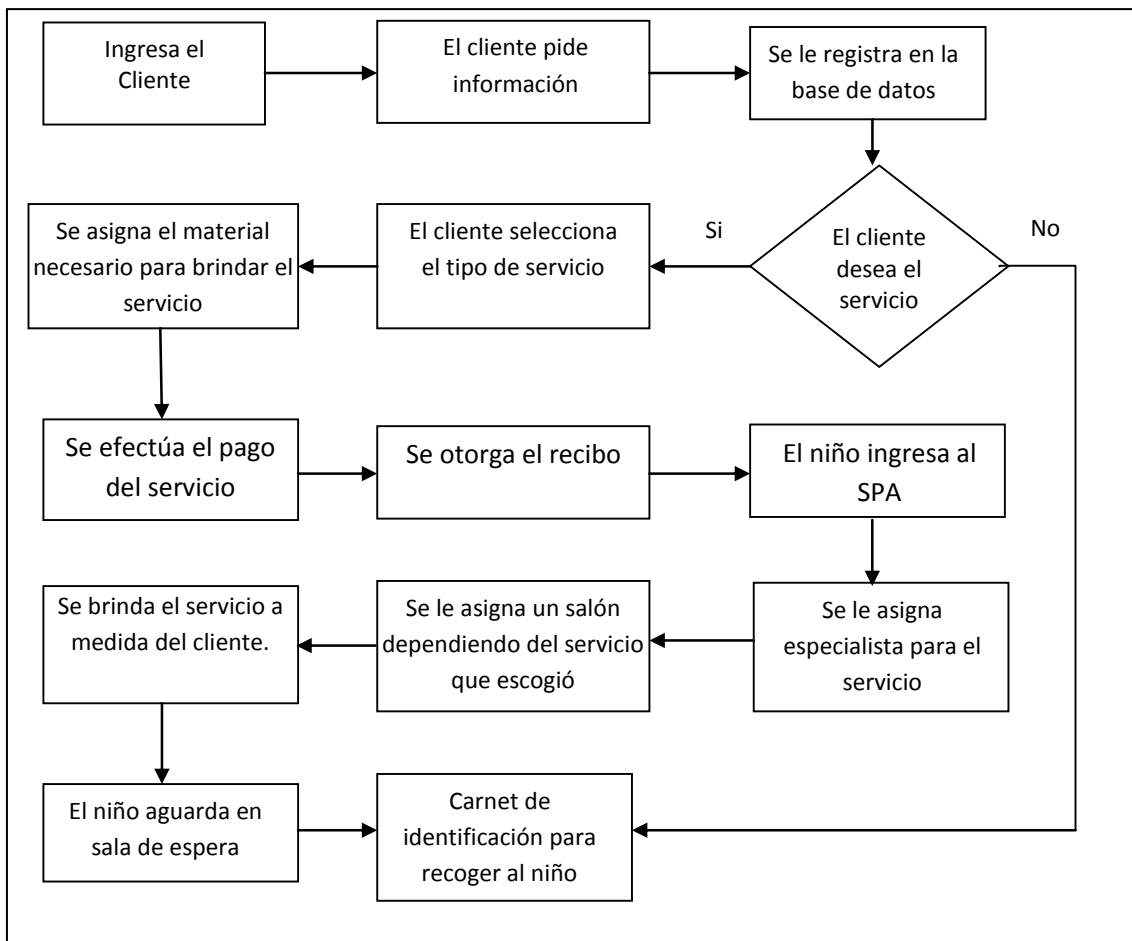


**FOTOGRAFÍA N° 12**



Vista del ambiente de juegos educativos

**3.2. Ingeniería Básica**



Fuente: Elaboración Propia

A continuación se describe cada proceso productivo:

El proceso de comercialización inicia cuando el cliente visita el local de la empresa, Ángel Guardería - Spa y termina con la atención del

repcionista para anotar los datos de los niños, o en caso contrario para la programación de su próxima visita. Este proceso es de vital importancia para que el cliente perciba la calidad y atención de los servicios que está recibiendo y quede completamente satisfecho los cuáles son:

1. Contacto del cliente con la recepcionista para solicitar información, costos, entre otros. Esta actividad es un momento de suma importancia ya que dependiendo del trato y la información el cliente tomará la decisión de adquirir algún servicio. El cual el contacto lo puede realizar tanto por vía telefónica o personalmente en el momento que el cliente visite las instalaciones.
2. Recepción del cliente al llegar a “Ángel Guardería-Spa” también es importante que el cliente se sienta atendido de manera adecuado, que exista una comodidad tanto para ellos como principalmente para los niños.
3. Diagnóstico con la persona encargada del servicio que desea adquirir el padre de familia para sus hijos, siendo importante que se transmita la experiencia y conocimiento por parte de las auxiliares de cuidado, cosmetólogas, masajistas; para que así los padres de familia sientan confianza al saber que sus niños serán atendidos por personas expertas.
4. El consumidor final recibiendo el servicio, en este caso son los niños de 1 a 8 años, los cuales serán atendidos de la mejor manera posible. Este es el momento más importante del proceso, ya que desde este punto dependerá la satisfacción que sientan los niños, lo cual conllevará a la aceptación por parte de los padres de familia.
5. Confirmación de la recepcionista para la próxima visita o bien la despedida de la recepcionista hacia los niños y padres de familia. Es muy importante detectar la actitud que tienen tanto los niños como los padres, ya que mediante ello se podrá distinguir si existirán futuras visitas para adquirir el servicio.

### **3.2.2. Descripción de Tecnologías**

#### **3.2.2.1. Descripción de Maquinarias, Equipos**

A continuación se presenta las maquinas y equipos que se necesitará:

**Cuadro N ° 10**

**Relación de Maquinarias y Equipos**

Item	Características	Cantidad	Precio Unitario	Total	Vida Útil
Computadora Intel Corel dúo	Samsung	2	S/. 1,599	S/. 3,198	5 años
Televisores LCD 32"	Samsung	2	S/. 2,499	S/. 4,998	10 años
Reproductores DVD	Samsung	2	S/. 99	S/. 198	10 años
Aire acondicionado	Continental	1	S/. 1,099	S/. 1,099	10 años
Calefacción	Minisplit LG 12000	1	S/. 1,498	S/. 1,498	10 años
Impresora Multifuncional	HP	2	S/. 300	S/. 600	10 años
Equipo de sonido	Lg	1	S/. 459	S/. 459	10 años
Cámara de Video	Sony	1	S/. 800	S/. 800	10 años
Castillo	Hasbro	1	S/. 1,500	S/. 1,500	10 años
Piscina de Pelota	Aggo	1	S/. 1,200	S/. 1,200	10 años
Tobogán	Aggo	1	S/. 800	S/. 800	10 años
herramientas de Belleza	Variadas	1	S/. 8,000	S/. 8,000	10 años

Fuente: Elaboración Propia

**3.2.2.2. Descripción de Mobiliario y Software**

**Cuadro Nº 11**

**Relación de Mobiliario**

Item	Características	Cantidad	Precio Unitario	Total	Vida Útil
<i>Escritorio para PCs</i>	JB	2	S/. 150	S/. 300	10 años
<i>Mesa</i>	JB	2	S/. 600	S/. 1,200	10 años
<b>Colchones</b>	Paraíso	4	S/. 300	S/. 1,200	10 años
<i>Sillas</i>	Paraíso	5	S/. 72	S/. 360	10 años
<i>Estantes de madera</i>	JB	2	S/. 140	S/. 280	10 años
<i>Cunas de Madera</i>	JB	4	S/. 600	S/. 2,400	10 años
<i>Corrales</i>	JB	2	S/. 45	S/. 90	10 años
<i>Coches de Paseo</i>	Hasbro	5	S/. 120	S/. 600	10 años
<i>Sillas para peluquería</i>	JB	4	S/. 70	S/. 280	10 años
<i>Botiquín</i>	JB	1	S/. 100	S/. 100	10 años
<i>Sillón de oficina</i>	JB	1	S/. 180	S/. 180	10 años
<i>Juego de Muebles para Sala</i>	JB	1	S/. 1,400	S/. 1,400	10 años
<i>Tachos de Basura</i>	Basa	5	S/. 120	S/. 600	10 años

Fuente: Elaboración Propia

### 3.2.2.3. Detalle sobre Terrenos, Inmuebles e Instalaciones Fijas

El local que se contará para brindar nuestro servicio estará ubicado en la Av. Cesar Vallejo N° Urb. La Arboleda en el centro comercial Real Plaza en Trujillo. Contará con una dimensión de 150 mt<sup>2</sup>. En este centro comercial el alquiler Siendo su costo real la suma de \$1500 mensuales más el 10% de las ventas netas; aparte de ello la infraestructura del local corre por cuenta nuestra y el monto estimado de la inversión en el local es de \$2000.

### 3.3. Centro de Operaciones

#### 3.3.1. Macro y Micro-Localización

El proyecto estará localizado en la ciudad de Trujillo, Distrito de Trujillo, Provincia de Trujillo, en el Departamento de La Libertad, Perú.

#### UBICACIÓN DE TRUJILLO



#### Valores Tomados en Cuenta:

0=malo; 1=regular; 2= bueno

**Cuadro N° 12**

**Evaluación de Factores de Micro-Localización**

Factor	Peso	Trujillo		Víctor Larco	
		Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado
Cercanía de Clientes	0.25	1	0.25	2	0.50
Precio del Alquiler	0.15	0	0.00	1	0.15
Zona Adecuada	0.40	1	0.40	2	0.80
Tamaño del Local	0.20	1	0.20	2	0.40
<b>Total</b>	<b>1.00</b>		<b>0.85</b>		<b>1.85</b>

Fuente: Elaboración Propia

Se considera conveniente alquilar el local en el Distrito de Víctor Larco, para implementar el negocio de Ángel Guardería-Spa es en el centro comercial Real Plaza de la ciudad de Trujillo. Es ahí donde se encontrará situado nuestro negocio, en donde se brindará información a nuestros clientes que estén interesados en adquirir el servicio para su niños, también porque se encuentra en una zona afluente y cerca a los sectores A, B y C.

**3.3.2. Diseño de Edificaciones e Instalaciones**

A continuación se muestra las características de los espacios destinados para la distribución física de Ángel Guardería-Spa. Contará con la siguiente distribución física:

**3.4. Capacidad Instalada del Proyecto**

**3.4.1. Capacidad Máxima**

El tamaño está referido al proyecto considerando como período de brindar 24,314 servicios promedio laborales al año.

**Cuadro N° 13**  
**Tamaño del Proyecto**

Servicio	Guardería	Masajes	Manicure y Pedicure	Caritas Pintadas	TOTAL
Servicio 1	5				5
Servicio 2	5				5
Servicio 3	5				5
Promoción 1	5	25	49	30	10
Promoción 2	5		49	30	13
Promoción 3	5	25		30	20
Promoción 4	5	25	49		22
<b>Diario</b>					<b>80</b>
<b>Mensual</b>					<b>2,400</b>
<b>Anual</b>					<b>28,800</b>

Fuente: Elaboración Propia

**Cuadro N° 14**

**Capacidad del Servicio**  
**(En servicios al año)**

	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Descripción</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Mercado Objetivo	26,431	26,986	27,552	27,832	28,431
Part. del Proyecto	78%	83%	88%	94%	99%
<b>Capacidad Normal</b>	<b>20,616</b>	<b>22,398</b>	<b>24,246</b>	<b>26,162</b>	<b>28,147</b>

Fuente: Elaboración Propia

**3.4.2. Criterios y Porcentaje de Ocupabilidad**

Se muestra a continuación:

**Cuadro N° 15**

**Ocupabilidad del Servicio**  
**(En servicios al año)**

<b>Descripción</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Capacidad Normal	20.616	22.398	24.246	26.162	28.147
Capacidad Máxima	28,800	28,800	28,800	28,800	28,800
% de Ocupabilidad	<b>72 %</b>	<b>78 %</b>	<b>84 %</b>	<b>91 %</b>	<b>98 %</b>

Fuente: Elaboración Propia

## CAPÍTULO IV: ESTUDIO LEGAL

### 4.1. Forma Societaria

La empresa estará constituida bajo la forma societaria que adoptará el proyecto será la de SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (S.R.L.), Y el procedimiento para tener todo en regla consta de 8 pasos en las siguientes instituciones:

- PRODAME: Asesoría, elaboración de la minuta y firma del abogado gratuitos.
- Notaría: Suscripción de la escritura pública de constitución; se hará en la Notaría Corcuera por ser de prestigio y confianza (costo es de S/150).
- SUNARP: Inscripción en el Registro Mercantil de La Libertad a través del notario (costo es de S/20).
- SUNAT: Gestión del RUC, autorización para emitir comprobantes de pago e inscripción en ESSALUD.
- Ministerio: Obtener el registro del empleador.
- MTPE: Autorización de libro de planillas. Pago de la tasa: 1% de la UIT (S/34.00) por cada 100 hojas.
- Municipalidad Provincial de Trujillo: Obtener la licencia municipal de funcionamiento.
- Notaría: Legalización de libros: Inventario y Balance, Diario, Mayor, y Registro de Compras y Ventas (costo en la notaría es de S/ 50).

### 4.2. Tasas y Licencias Municipales

#### i. Licencia de Funcionamiento

Para la apertura y el desarrollo de nuestras actividades la empresa deberá contar con la licencia de funcionamiento tramitada y expedida por la Municipalidad Provincial de Trujillo, debiéndose presentar lo siguiente:

- Tramite de Solicitud: Implica una solicitud dirigida al Alcalde (S/. 15.50) para permiso de adecuación del local, una copia de título de propiedad del terreno o documento de arrendamiento y la última declaración jurada cancelada.
- Acondicionamiento del local: Una vez aceptado el permiso para realizar los arreglos, previa verificación de planos.
- Inspección Ocular: El municipio envía a un ingeniero para efectuar la inspección (S/. 40).
- Tramites de apertura del local: Si la inspección ocular tiene visto bueno, deberá tramitarse lo siguiente: Solicitud dirigida al alcalde (S/. 10.50), Licencia Municipal

de Funcionamiento (S/. 960) y Carné Sanitario por cada empleado del local, el cual deberá portar y renovar anualmente (S/. 50 c/u).

## ii. Anuncios Publicitarios y otros

Los requisitos para la autorización de publicidad fija son los siguientes:

- Trámite de Solicitud: Implica una solicitud dirigida al Alcalde para permiso de funcionamiento pasada las 23:00 horas y la venta de bebidas alcohólicas; adjuntando Certificado de Defensa Civil y DNI del representante legal de la Empresa.
- Copia autorización municipal permanente.
- Declaración jurada de compromiso de cumplimiento de las normas reglamentarias.
- Recibo de pago (S/. 13.50) por derecho de trámite.

## 4.3. Legislación Laboral y Tributaria

El proyecto tendrá en cuenta la legislación laboral vigente y adoptará la legislación relacionada con la modalidad de contratación a plazo determinado. Para ello dispondrá de manera inmediata la elaboración del reglamento interno de trabajo (regula las relaciones, deberes y derechos tanto del empleador como del trabajador).

El sistema legal peruano en materia contractual se estructura sobre la base de dos principios fundamentales; en primer lugar, la libertad de contratar (Artículo 2, Inciso 14 de la constitución de 1993) así como las como en las normas que regulen los contratos en el código civil (Título 1, Sección Primera, Libro VII del Código Civil), que impide la existencia, de algún tipo de limitación o prohibición para que las personas naturales o jurídicas, puedan celebrar cualquier tipo de acuerdo de contenido primordial que los vincule recíprocamente; en segundo lugar, la libertad contractual (Artículo 1354 del Código Civil), principio que permite a las partes determinar el contenido de sus convenios según su propia conveniencia.

Las obligaciones correspondientes a este sector están directamente relacionadas al Ministerio de Trabajo siendo la primera oportunidad para originar la relación con dicho ministerio a través del registro de planilla de sueldos y/o salarios que se efectúa durante el trámite para obtener el Registro Unificado.

Las principales obligaciones de las empresas en relación a este sector son:

Libros laborales obligatorios:

- Libro planillas de sueldos y salarios



## Cuadro N° 16

### Libros de Contabilidad

Procedimiento	Costo
Legalización de Libros	S/. 240.00

Fuente: Elaboración Propia

Carteles que deben exhibirse:

- Horario de trabajo
- Dispositivos que fijan sueldos y salarios
- Rol de vacaciones

Respecto a la Legislación Tributaria, las obligaciones tributarias serán las siguientes:

- El representante legal deberá inscribir la empresa en el RUC (Registro Único del Contribuyente) ante la SUNAT. Deberá exhibir los siguientes documentos:
  - Original y fotocopia de DNI del representante legal.
  - Carta poder legalizada notarialmente o autenticada por fedatario de SUNAT
  - Recibo de servicios del local donde se realizarán las actividades.
  - Llenar y firmar la Solicitud de Inscripción o Comunicación de Afectación de Tributos (Formulario 2119).
  - Llenar y firmar el Formulario 2054 para Representantes Legales, Socios de Sociedades y/o Integrantes de Asociaciones en Participación.
- Comunicar cualquier cambio en la información proporcionada ante SUNAT sobre el RUC.
- Solicitar autorización para imprimir comprobantes de pago (Formulario 806) y emitirlos, que en el caso del proyecto serán: Cintas de máquina registradora, Boletas y Facturas (en caso la cinta no funcione), liquidaciones de compra, guías de remisión, notas de crédito y notas de débito.
- Llevar contabilidad completa.
- Inscribir a los trabajadores en ESSALUD.
- Declarar y pagar las obligaciones tributarias, y efectuar las retenciones que señala la ley.

Los tributos que afectan el proyecto son los siguientes:

- Régimen general del impuesto a la renta:
  - Declaración y pagos a cuenta mensuales (2% del ingreso neto mensual).
  - Declaración anual y pago de regularización (30% sobre la renta neta imponible).
- Impuesto General a las Ventas: 19% de las ventas mensuales con derecho a deducir.
- Contribuciones al ESSALUD: 9%.

Las declaraciones del pago de estos impuestos se harán a través del PDT N° 621 o el Formulario N° 119, según corresponda, de acuerdo con la fecha que señala el cronograma de pagos, según su último dígito del RUC.

Para todos los procesos contables y tributarios, se contará con el servicio externo de un contador colegiado.

#### 4.4. Otros Aspectos Legales, de Salud, Ambientales, entre otros

##### i. Registro de Marca

Los pasos para el registro de la marca ante Indecopi, son los siguientes:

- Presentar una solicitud de Búsqueda de Antecedentes (S/. 40.00).
- Búsqueda Denominativa (clase 43), también llamada fonética, pues se encarga de buscar las palabras o letras (S/. 51.52).
- Búsqueda Figurativa (clase 43), se encarga de buscar logos o dibujos registrados.
- Registro de marca, siempre y cuando no se haya encontrado un nombre, lema o logo exactamente igual (S/. 438.40). Debe adjuntarse lo siguiente:
  - Cinco reproducciones de 5 x 5 cm. a color o blanco y negro.
  - Descripción de acuerdo a solicitud (formato).
  - Si el solicitante es persona jurídica, debe presentar copia de Escritura Pública de Constitución y copia de Poder, luego publicar el aviso en el diario oficial.

#### **Cuadro N° 17**

##### **Registro de Marca**

<b>Procedimiento</b>	<b>Costo</b>
Pago de Derecho de Trámite	S/. 529.92
5 reproducción de 5x5 cm. a colores del signo a registrar	S/. 5.00
1 reproducción de 3x3 cm. A colores del logotipo	S/. 1.20
Publicación del Diario oficial "El Peruano"	S/. 208.00
Legalización de Solicitudes	S/. 25.00
<b>Total</b>	<b>S/. 769.12</b>

Fuente: Elaboración Propia – Fuente: Indecopi - Diario oficial El Peruano



## ii. Regulación Sanitaria

La empresa Ángel Guardería-Spa, estará comprendido dentro de la normatividad de la Ley General de Salud N° 26842, que estipula los aspectos a tener presente en cuanto al uso de materia prima, envases, especificaciones que debe reunir el personal que tiene contacto directo con la manipulación con los alimentos y bebidas. Así mismo cumplirá con las disposiciones del D.S. N° 007-98 (que detalla los requisitos para la inscripción en el registro sanitario)

## CAPÍTULO V: ESTUDIO ORGANIZACIONAL

### 5.1. Planeamiento Estratégico

#### 5.1.1. Misión

Brindar un servicio de cuidado y relaxo dirigido a los padres del nivel socio económico A y B para que lo disfruten sus pequeños hijos, el cual será de una excelente calidad, ya que creemos que la salud, bienestar, belleza y armonía de los niños, son lo más importante para sus padres y nosotros.

#### 5.1.2. Visión

Ser líderes en el mercado de servicio de Guardería-Spa para niños, en la ciudad de Trujillo y en el norte del país.

#### 5.1.3. Objetivos Tácticos y Estratégicos

##### Tácticos

- Captar parte importante del mercado trujillano, en el servicio Guardería-Spa para niños, que permita la permanencia del negocio a largo plazo.
- Lograr la viabilidad económica financiera del plan de negocio.
- Recuperar la inversión en el tercer año.
- Hacer que los padres de familias disminuyan su nivel de preocupación por el cuidado de sus hijos propiciando una mayor productividad en sus quehaceres cotidianos o de trabajo.

##### Objetivo Estratégico

- Lograr posicionar la marca en el mercado meta.

#### 5.1.4. Análisis FODA

##### Fortalezas:

- El Horario de atención será de 9: 00 a.m. a 8:00 p.m. para así poder tener acceso y captar a nuestros clientes dentro de la mayor parte del día.
- Se contará con estructuras adecuada para los niños, evitando posibles golpes.
- Ubicación estratégica
- Comodidad de pagos ya que contará con un sistema que permite debitar los pagos directamente de la tarjeta de crédito del usuario, lo cual permite además una mayor comodidad al no manejar efectivo.
- Tendrá un staff de profesionales de alta calidad humana.

##### Oportunidades

- Crecimiento económico en la provincia de Trujillo.

- Mayores ingresos en la población.
- Incremento “en el estilo de vida” donde ambos padres de un niño trabajan.
- La tasa de crecimiento poblacional de los niños crece a 2 %.
- Desarrollo de nuevas tecnologías.

#### **Debilidades**

- Ser nuevo en el mercado.
- Falta de posicionamiento.
- El tamaño del local.

#### **Amenazas:**

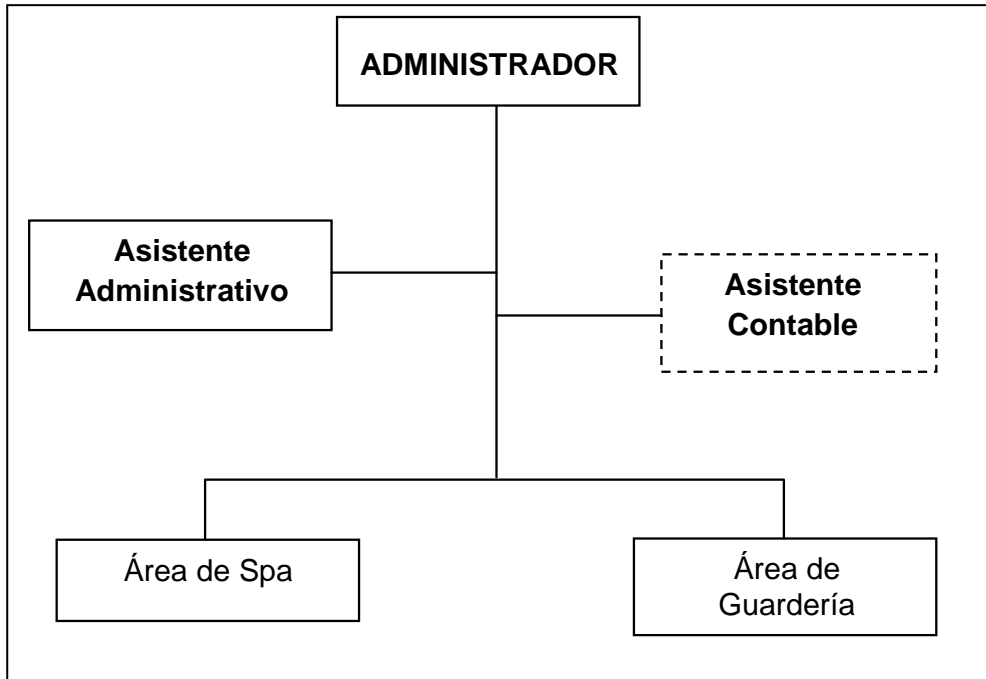
- El ingreso de nuevos competidores al mercado.
- Inflación en el país.
- Caídas en el empleo de la ciudad de Trujillo.

#### **5.1.5. Estrategias**

- **Diferenciación:** La orientación de servicio a brindar, permitirá que en el mercado de Spa para niños, se diferencie de los otros Spa. La empresa se diferencia de las demás empresas por lo siguiente:
  - Calidad en la atención
  - Asegura un servicio de postventa
  - Garantizar la calidad del servicio
- **Segmentación:** El servicio está orientado a los NSE A, B y C, donde las familias perciben ingresos relativamente altos, que les permita adquirir nuestro servicio.
- **Marketing Promocional:** La clave para dar a conocer las bondades de nuestro servicio, se utilizará el marketing promocional, para lo cual se empleará avisos publicitarios en: radio, internet, folletos y Merchandising; permitiendo desarrollar una ventaja competitiva distintiva, defendible, duradera, sostenible.
- **Marketing Directo:** se atenderá a sus clientes de forma personalizada, pues contaremos con una base de datos, dado que son el corazón de cualquier programa de marketing relacional y elemento clave que conduce a la fidelización del cliente; lo cual nos permitirá estar cada vez más cerca de este, conocer sus opiniones y expectativas respecto al servicio brindado por medio de reuniones trimestrales con los padres de familia.

## 5.2. Estructura Organizacional

### 5.2.1. Organigrama Estructural y Funcional



### 5.2.2. Nombre o Marca Distintiva



### 5.2.3. Descripción de Cargos y Perfiles

#### Equipo de Trabajo

##### Se Considera los siguientes puestos de trabajo:

- 1 Administrador
- 1 Asistente Administrativo
- 1 Asistente área de Spa
- 1 Asistente área de Guardería

#### 5.2.3.1. Descripción de Cargos y Perfiles

##### Administrador

- Supervisa a todo el personal de la empresa.
- Tomas las decisiones respectivas que competan al buen funcionamiento de la empresa.
- Evaluar y controlas las actividades económicas y financieras que se lleven en la empresa.
- Contactar a los clientes y compradores de la empresa.
- Desarrollar el plan estratégico para la empresa.
- Diseñar, instaurar y controlar las estrategias financieras de la empresa.
- Coordinar las tareas de análisis financiero.
- Realizar y mantener negociaciones con las entidades financieras y otros proveedores.
- Optimizar los recursos económicos y financieros necesarios para conseguir los objetivos planteados.
- Analizar, definir y dirigir las inversiones de la empresa.

##### Asistente Administrativo

- Relaciones internas con todas las unidades orgánicas de la empresa
- No ejerce coordinación alguna de manera externa, salvo mandato expreso.
- Dirigir y supervisar los estudios sobre coberturas, cuotas y distribución.
- Diseñar y aplicar estrategias, políticas, canales, publicidad, merchandising.
- Hacer y analizar investigaciones comerciales mediante la inteligencia de mercados, de los productos existentes o nuevos, realizando el estudio de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de los mismos en el mercado alemán.
- Conocer el mercado, para tomar las medidas necesarias para adaptarse a las necesidades o tendencias de sus clientes.
- Aperturar mercado, incrementando la cartera de clientes y mantener o potenciar los ya existentes.
- Relacionarse con los Distribuidores.

- Reportar a la Gerencia los resultados obtenidos.
- Definir y planificar los planes estratégicos comerciales a nivel de ventas en exportación para la consecución de objetivos a corto, medio y largo plazo.
- Seguimiento, control y análisis de la evolución de la venta.

#### **Jefe de Spa**

- Coordinar los servicios estableciendo parámetros obtenidos en los cronogramas de actividades y seguimiento, para lograr un excelente rendimiento y no se ocasionen pérdidas de tiempo.
- Organizar la producción ejerciendo un estricto control sobre cada operador, observando su rendimiento, su gasto de insumos y materiales, su forma de utilización de los recursos, etc. Para tal efecto se realizaran reuniones extraordinarias en las cuales se estudien las falencias y se fortalezcan.
- Servir de nexo entre el spa y el área administrativa para así poder rendir informes en los cuales se especifique el rendimiento de los empleados, para analizar y evaluar el de cada uno de ellos.

#### **Jefe de Guardería**

- Se encarga de la supervisión y el buen desempeño de los trabajadores dentro de la guardería
- Responsable de la planificación, organización y el cuidado de los niños dentro de la guardería.
- Ocuparse de la supervisión de la atención a los con los clientes.
- Organizar y coordinar formas distintas de entretener a los niños
- Velar por el cumplimiento de los requerimientos de calidad en cuanto a los materiales a utilizar.

### **5.2.4. Tareas, Funciones y Responsabilidades**

#### **Administrador**

##### Funciones:

- ✓ Ejerce la representación legal de la empresa
- ✓ Planifica , organiza y dirige las actividades de la empresa
- ✓ Asume las funciones que por mandato legal le corresponde.

##### Responsabilidades:

- ✓ Es responsable ante el directorio de la empresa o ante el propietario, de la eficaz y eficiente administración de la empresa.
- ✓ Planifica las actividades del Spa para niños.
- ✓ Efectúa el presupuesto operativo del área a su cargo.
- ✓ Adopta las medidas correctivas necesarias para el cumplimiento de las funciones asignadas.

##### Especificaciones del Puesto:



- ✓ Licenciado en administración de empresas, con trato amable, perseverante, proactivo y dispuesto a trabajar bajo presión.

#### **Asistente Administrativo:**

Funciones:

- ✓ Efectúa funciones de apoyo a la Gerencia General
- ✓ Efectúa labores de compra menores y asignación de materiales a las diferentes áreas de la empresa
- ✓ Efectúa el control de asistencia y pago de remuneraciones al personal.
- ✓ Recepciona y clasifica la documentación contable
- ✓ Efectúa labores relacionadas con los servicios generales de la empresa

Responsabilidades

- ✓ Es responsable de brindar el eficiente apoyo administrativo a la gestión de la gerencia general

#### **5.2.5. Mecanismo de Reclutamiento y Selección**

El Gerente contratará los servicios de una empresa de intermediación laboral para reclutar y seleccionar el personal. El servicio que brinda consta de seis etapas:

- Definición del perfil por competencias.
- Reclutamiento.
- Selección.
- Verificación de referencias.
- Presentación de tema e informes.
- Seguimiento.

La ventaja es que al tercerizar el reclutamiento y la selección del personal, la empresa no se preocupará de buscar personal idóneo, lo cual libera actividades en caso de reemplazos.

#### **5.2.6. Programa de Capacitación y evaluación de Personal**

Concluida la selección, viene el proceso de inducción, que consiste en hacer de conocimiento del personal los principales aspectos de Guardería-Spa para Niños (Visión, Misión, Valores y Reglamento Interno) y de sus labores (Tareas, Funciones y Responsabilidades de su cargo) a través de charlas que se llevarán a cabo en las instalaciones del Spa.

Una vez capacitados, el personal se iniciará el periodo de prueba no mayor de un mes y determinar si cumplen con las competencias que se espera para poder ofrecer un servicio de primer nivel. Una vez terminado el periodo de prueba, la empresa evaluará al personal con periodicidad anual para determinar la renovación de su vínculo laboral con la empresa.

#### **5.2.7. Política Salarial y Fijación de Sueldos**



El proyecto prevé la contratación de personal mediante la modalidad de plazo fijo, que se aplicará en un inicio a todo el personal. En el mediano plazo (después del segundo año de operación) se prevé la contratación de personal tanto con la modalidad de plazo fijo como de plazo indeterminado.

El personal será contratado según las leyes laborales vigentes del régimen de la actividad privada, que corresponden al de plazo fijo y de plazo indeterminado, según el caso y que en su oportunidad se tomarán como tales.

## CAPÍTULO VI: INGRESOS Y COSTOS

### 6.1. Inversiones

El detalle de inversiones es la siguiente:

#### 6.1.1. Inversión en Activo Fijo

En el cuadro de inversiones se consideran todos los requerimientos de activos en maquinaria, equipos y mobiliario que en total suman

#### A. INVERSIÓN ACTIVO FIJO TANGIBLE

##### a. EQUIPO

Nº DE UNIDADES	DETALLE	COSTO S/.	
		COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
	<b>INMUEBLES</b>		<b>8000.00</b>
	Edificación	3000.00	
	Remodelación	5000.00	
	<b>MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>		<b>26199.00</b>
2	Televisores, DVDs, Computadora	10394.00	
1	Aire acondicionado	2149.00	
2	Impresora, Equipo de sonido	1157.00	
1	Cámara de video	999.00	
1	Castillo	1500.00	
1	Piscina de pelotas	1200.00	
1	Tobogán	800.00	
1	Herramientas de belleza	8000.00	
	<b>TOTAL</b>		<b>34199.00</b>

Fuente: Elaboración Propia

## b. MUEBLES Y ENSERES

Nº DE UNIDADES	DETALLE	COSTO	
		COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
2	Escritorio para PCs	350	700
2	Mesas de fierro con formica y divisiones auxiliares	600	1200
4	Colchonetas	40	160
6	Sillas de fierro altas diseño italiano	60	360
2	Estante de oficina	140	280
4	Cunas de madera	600	2400
2	Corrales	45	90
50	Platos	4	200
50	Vasos	1	50
100	Cubiertos	3	300
4	Sillas para peluquería	70	280
1	Botiquín	100	100
1	Sillón de oficina	180	180
2	Camillas para masajes	500	1000
5	Tachos de basura	120	600
	<b>TOTAL</b>		<b>7900</b>

Fuente: Elaboración Propia

## C. HERRAMIENTAS

Nº DE UNIDADES	DETALLE	COSTO	
		COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
	Juego para Niños		500.00
	<b>TOTAL</b>		<b>500.00</b>

Fuente: Elaboración Propia

### 6.1.2. Inversión en Activo Intangible

Se detallan las inversiones realizadas en los activos intangibles.

## B. INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE

Nº DE UNIDADES	DETALLE	COSTO S/.	
		COSTO PARCIAL	COSTO TOTAL
	Estudio de definitivos	1500	1500
	Constitución y organización de Empresa	1483	1483
	Búsqueda, registro de marca y publicac.	703	
	Constitución, libros contabilidad y Licenc.	780	
	Lanzamiento	800	800
	Remodelación de local	3200	3200
	Imprevistos	209.49	209.49
	<b>TOTAL</b>		<b>7192.49</b>

Fuente: Elaboración Propia

La inversión intangible está compuesta por todos los gastos antes que empiece a funcionar el proyecto. Se ha considerado gastos de formalización, de lanzamiento, eventos de publicidad así como gastos diversos, el monto total asciende a \$.7, 192.49

### 6.1.3. Inversión en Capital de Trabajo

## I. CAPITAL DE TRABAJO

Nº DE UNIDADES	DETALLE	COSTO S/.	
		COSTO PARCIAL	COSTO TOTAL
	Costo de Producción	72901.74	72901.74
	Gastos Administrativos	17590.10	17590.10
	Gastos de Ventas	4333.52	4333.52
	Factor de desfase	1	
	<b>TOTAL K de W</b>		<b>94825.36</b>

Fuente: Elaboración Propia

Para la realización del proyecto se ha considerado un capital de trabajo que corresponde cuatro meses debido a que es el tiempo necesario en el cual se espera que las ventas se estabilicen para que puedan cubrir los costos y gastos del proyecto.

### RESUMEN CUADRO DE INVERSIONES

CONCEPTO		S/.	
<b>I. ACTIVO FIJO</b>			
<b>1.1 Tangibles</b>			<b>42,599.00</b>
	Inmuebles	8,000.00	
	Maq. Y Equipos	26,199.00	
	Muebles y Enseres	7,900.00	
	Herramientas y Utensilios	500.00	
<b>Inversiones Intangibles</b>			<b>7,192.49</b>
	Estudio de decoración		
	Estudio de factibilidad		
	Gastos de constitución		
	Publicidad		
	Imprevistos		
	Costos de instalaciones		
	Mat. De decoración		
<b>Capital de Trabajo</b>			<b>94,825.36</b>
	Materia Prima		
	Mano de Obra		
	Servicios		
	Alquileres		
	Disponible		
<b>INVERSION TOTAL</b>			<b>144,616.85</b>

Fuente: Elaboración Propia

Las inversiones totales incluido el I.G.V. ascienden al monto de S/.163,302.17 Nuevos Soles compuesto por el Activo Fijo que es S/.50,692.81 Nuevos Soles, el Activo Fijo Intangible que es de S/.8,559.06 Nuevos Soles y el Capital de Trabajo que es de S/.104,050.29 Nuevos Soles.

## 6.2. Costos y Gastos Proyectados

### 6.2.1. Presupuesto de Materiales

#### Determinación del Costo y Precio de Venta de los Productos (S/.)

Producto	1	2	3	4	5
SERVICIO 1	5,721	6216	6728	7260	7811
SERVICIO 2	18,125	19692	21316	23000	24746
SERVICIO 3	7,765	8436	9133	9855	10602
PROMOCION 1	10,308	11199	12123	13081	14073
PROMOCION 2	30,150	32756	35460	38262	41165
PROMOCION 3	28,347	30797	33338	35972	38702
PROMOCION 4	18,296	19878	21518	23218	24980
<b>TOTAL MATERIALES</b>	<b>118,712</b>	<b>128,974</b>	<b>139,618</b>	<b>150,648</b>	<b>162,081</b>

Fuente: Elaboración Propia

El presupuesto de materiales directos muestra cuanto es lo que se desembolsará en materiales para los diversos servicios que se ofrecerán a los niños.

#### Presupuesto Total de Materiales Indirectos

Producto	%	1	2	3	4	5
Electricidad	61.54%	3840.10	4172.07	4516.29	4873.13	5242.96
Agua	38.46%	2399.90	2607.37	2822.50	3045.51	3276.64
<b>TOTAL MATERIALES INDIRECTOS</b>	<b>100.00%</b>	<b>6240</b>	<b>6779.44</b>	<b>7338.79</b>	<b>7918.64</b>	<b>8519.6</b>

Fuente: Elaboración Propia

### 6.2.2. Mano de Obra Directa

ÁREA	Nº Trabajadores	Tipo pago	Sueldo mes	DSCTO. AL EMPLEADO		DSCTO. AL EMPLEADOR		Retención I.R. 10%	Pago con Beneficios Sociales	Pago anual con benef.soc	Pago Total Año con benef.soc
				PBS 12.5%	AFP	ES SALUD 9%	CTS 10%				
<b>PRODUCCIÓN (M.O.D)</b>											
Especialistas	8	Mes	700.00			63.00	70.00		833.00	11,662.00	93,296.00
<b>SUB TOTAL</b>			<b>700.00</b>						<b>833.00</b>	<b>11,662.00</b>	<b>93,296.00</b>
<b>ADMINISTRACION (M.O.I)</b>											
Gerente	01	Mes	1,200.00			108.00	120.00		1,428.00	19,992.00	19,992.00
Asistente Administrativo	01	Mes	900.00			81.00	90.00		1,071.00	14,994.00	14,994.00
<b>SUB TOTAL</b>			<b>2,100.00</b>						<b>2,499.00</b>	<b>34,986.00</b>	<b>34,986.00</b>
<b>SERVICIOS POR TERCEROS</b>											
Limpieza y seguridad	01	Mes	350						350.00	4,200.00	4,200.00
Asesoría contable	01	Mes	400						400.00	4,800.00	4,800.00
<b>SUB TOTAL</b>			<b>750</b>							<b>9,000.00</b>	<b>9,000.00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>3,550.00</b>						<b>3,332.00</b>	<b>55,648.00</b>	<b>137,282.00</b>

Fuente: Elaboración Propia

La mano de obra directa asciende a un total de S/.93,296.00 Nuevos Soles que incluyen los beneficios sociales de los trabajadores durante el proyecto.

El gasto de personal en administración es de S/.34,986 Nuevos Soles incluyendo también los beneficios sociales de los trabajadores durante los cinco años del proyecto.

El presupuesto global de personal muestra los pagos que se tienen presupuestado realizar durante los cinco años de horizonte de vida del proyecto.



### 6.2.3. Gastos de Administración

<b>GASTO DPTO ADMINISTRACIÓN</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Útiles de escritorio, limpieza, movilidad y Servicios Públicos	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00
Sueldos (MOI)	43,986.00	43,986.00	46,185.30	46,185.30	48,494.57
Alquileres	32,400.00	32,400.00	32,400.00	32,400.00	32,400.00
Arbitrios y contribuciones	660.00	660.00	660.00	660.00	660.00
Imprevistos 3% (Servicios varios)	1,537.23	1,597.23	1,663.21	1,663.21	1,732.49
<b>TOTAL COSTO DPTO ADMINIST.</b>	<b>85,783.23</b>	<b>85,843.23</b>	<b>88,108.51</b>	<b>88,108.51</b>	<b>90,487.06</b>

Fuente: Elaboración Propia

Los gastos administrativos representan salidas de efectivo que se realizan por la actividad de la empresa.

### 6.2.4. Gastos de Ventas

<b>COSTO DPTO VENTAS</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Publicidad y marketing					
Publicidad	9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00
Alquileres	21,600.00	21,600.00	21,600.00	21,600.00	21,600.00
Merchandising	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00
<b>TOTAL COSTO DPTO VENTAS</b>	<b>32,100.00</b>	<b>32,100.00</b>	<b>32,100.00</b>	<b>32,100.00</b>	<b>32,100.00</b>

Fuente: Elaboración Propia

Los gastos de ventas representan salidas de efectivo por la actividad de promoción y difusión del negocio.

El presupuesto de costo del servicio definirá cuanto es el costo total compuesto tanto por costos directos como indirectos

**PRESUPUESTO DEL COSTO DEL SERVICIO**

DESCRIPCIÓN	AÑOS				
	1	2	3	4	5
<b>COSTOS DIRECTOS</b>	<b>212,007.85</b>	<b>222,270.30</b>	<b>232,911.53</b>	<b>243,942.81</b>	<b>255,375.63</b>
Material Directo	118,711.85	128,974.30	139,615.53	150,646.81	162,079.63
Mano de Obra Directa	93,296.00	93,296.00	93,296.00	93,296.00	93,296.00
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>6,690.00</b>	<b>7,268.34</b>	<b>7,868.03</b>	<b>8,489.70</b>	<b>9,133.99</b>
Material Indirecto	6,240.00	6,779.44	7,338.79	7,918.64	8,519.60
Otros GIF	450.00	488.90	529.24	571.06	614.39
<b>TOTAL</b>	<b>218,697.85</b>	<b>229,538.64</b>	<b>240,779.56</b>	<b>252,432.51</b>	<b>264,509.62</b>

Fuente: Elaboración Propia

**DEPRECIACIÓN DEL ACTIVO FIJO**

CENTRO DE COSTOS	INVERSIÓN	TASA DEPRECIAC.	AÑOS					V.R
			1	2	3	4	5	
<b>I. COSTO DE PRODUCCIÓN</b>								
Maq. y Equipo	34,199.00	10%	3,419.90	3,419.90	3,419.90	3,419.90	3,419.90	17,099.50
Muebles y Enseres	7,900.00	10%	790.00	790.00	790.00	790.00	790.00	3,950.00
Herramientas y Utensilios	500.00	10%	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	250.00
<b>SUB TOTAL</b>	<b>42,599.00</b>		<b>4,259.90</b>	<b>4,259.90</b>	<b>4,259.90</b>	<b>4,259.90</b>	<b>4,259.90</b>	<b>21,299.50</b>

Fuente: Elaboración Propia

VR = 21299.5

**AMORTIZACION DE INTANGIBLES**

**AMORTIZACIÓN: ACTIVOS INTANGIBLES**

DESCRIPCION	INVERSIÓN	TASA DEPRECIAC.	AÑOS				
			1	2	3	4	5
<b>I. COSTO PRODUCCIÓN</b>							
Puesta en marcha	7,192	20%	1,438.50	1,438.50	1,438.50	1,438.50	1,438.50
<b>SUB TOTAL</b>	<b>7,192</b>		<b>1,438.50</b>	<b>1,438.50</b>	<b>1,438.50</b>	<b>1,438.50</b>	<b>1,438.50</b>

Fuente: Elaboración Propia

### 6.3. Financiamiento

#### 6.3.1. Estructura de Capital

La estructura del capital es la siguiente:

#### ESTRUCTURA DE CAPITAL

CONCEPTO			s/.
<b>I. ACTIVO FIJO</b>			<b>49,791.49</b>
<b>1.1 Tangibles</b>		42,599.00	
Inmuebles	8,000.00		
Maquinarias Y Equipos	26,199.00		
Muebles y Enseres	7,900.00		
Herramientas y Utensilios	500.00		
<b>Inversiones Intangibles</b>		7,192.49	
Estudio de decoración	660.00		
Estudio de factibilidad	825.00		
Gastos de constitución	500.00		
Publicidad	800.00		
Imprevistos	1,000.00		
Costos de instalaciones	1,970.00		
Mat. De decoración	1,437.49		
<b>Capital de Trabajo</b>			<b>94,825.36</b>
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>			<b>144,616.85</b>

Fuente: Elaboración Propia

#### RESUMEN

CONCEPTO	MONTO	PROPORCION	PORCENTAJE
CAPITAL PROPIO		86,770.11	60.00%
FINANCIAMIENTO		57,846.74	40.00%
<b>TOTAL</b>	<b>144,616.85</b>	<b>144,616.85</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Elaboración Propia

Se opta por el financiamiento del 40% debido a que los accionistas tienen la capacidad de cubrir la mayor parte de la inversión y no desean incurrir en altos gastos financieros.



### 6.3.2. Fuente de Financiamiento Elegida

La fuente de financiación elegida es a través del Banco de Interbank. Se eligió esta institución debido a que tiene el menor costo financiero en relación con las otras entidades.

Se eligió esta forma por el menor costo financiero que la empresa enfrentaría en el mercado, y porque a menor tiempo de cuota le pago es menor.

**Cuadro N° 18 Monto de la Inversión**

<b>MONTO DE LA INVERSIÓN</b>	<b>144616.85</b>
CAPITAL PROPIO (60 %)	86770.11
CAPITAL AJENO (40%)	57846.74
PLAZO	5 AÑOS
AÑOS DE GRACIA	0
TASA DE INTERÉS (TIEM)	2.15%
(INTERBANK) 29.08% anual	
FORMA DE PAGO (cuota mensual)	60

MENSUAL	MONTO	AMORTIZACIÓN	INTERÉS	TOTAL PAGADO CUOTA	SALDO
			2.15%		
1	57,846.74	481.41	1,243.70	1,725.12	57365.33
2	57,365.33	491.76	1,233.35	1,725.12	56873.57
3	56,873.57	502.33	1,222.78	1,725.12	56371.23
4	56,371.23	513.13	1,211.98	1,725.12	55858.10
5	55,858.10	524.17	1,200.95	1,725.12	55,333.93
6	55,333.93	535.44	1,189.68	1,725.12	54,798.50
7	54,798.50	546.95	1,178.17	1,725.12	54,251.55
8	54,251.55	558.71	1,166.41	1,725.12	53,692.84
9	53,692.84	570.72	1,154.40	1,725.12	53,122.12
10	53,122.12	582.99	1,142.13	1,725.12	52,539.13
11	52,539.13	595.52	1,129.59	1,725.12	51,943.61
12	51,943.61	608.33	1,116.79	1,725.12	51,335.28
13	51,335.28	621.41	1,103.71	1,725.12	50,713.87
14	50,713.87	634.77	1,090.35	1,725.12	50,079.10



15	50,079.10	648.42	1,076.70	1,725.12	49,430.69
16	49,430.69	662.36	1,062.76	1,725.12	48,768.33
17	48,768.33	676.60	1,048.52	1,725.12	48,091.73
18	48,091.73	691.14	1,033.97	1,725.12	47,400.59
19	47,400.59	706.00	1,019.11	1,725.12	46,694.59
20	46,694.59	721.18	1,003.93	1,725.12	45,973.40
21	45,973.40	736.69	988.43	1,725.12	45,236.72
22	45,236.72	752.53	972.59	1,725.12	44,484.19
23	44,484.19	768.71	956.41	1,725.12	43,715.48
24	43,715.48	785.23	939.88	1,725.12	42,930.25
<b>25</b>	42,930.25	802.12	923.00	1,725.12	42,128.14
26	42,128.14	819.36	905.75	1,725.12	41,308.77
27	41,308.77	836.98	888.14	1,725.12	40,471.80
28	40,471.80	854.97	870.14	1,725.12	39,616.82
29	39,616.82	873.35	851.76	1,725.12	38,743.47
30	38,743.47	892.13	832.98	1,725.12	37,851.34
31	37,851.34	911.31	813.80	1,725.12	36,940.03
32	36,940.03	930.91	794.21	1,725.12	36,009.12
33	36,009.12	950.92	774.20	1,725.12	35,058.20
34	35,058.20	971.36	753.75	1,725.12	34,086.84
35	34,086.84	992.25	732.87	1,725.12	33,094.59
36	33,094.59	1,013.58	711.53	1,725.12	32,081.01
37	32,081.01	1,035.37	689.74	1,725.12	31,045.63
38	31,045.63	1,057.63	667.48	1,725.12	29,988.00
39	29,988.00	1,080.37	644.74	1,725.12	28,907.62
40	28,907.62	1,103.60	621.51	1,725.12	27,804.02
41	27,804.02	1,127.33	597.79	1,725.12	26,676.69
42	26,676.69	1,151.57	573.55	1,725.12	25,525.12



43	25,525.12	1,176.33	548.79	1,725.12	24,348.80
44	24,348.80	1,201.62	523.50	1,725.12	23,147.18
45	23,147.18	1,227.45	497.66	1,725.12	21,919.73
46	21,919.73	1,253.84	471.27	1,725.12	20,665.89
47	20,665.89	1,280.80	444.32	1,725.12	19,385.09
48	19,385.09	1,308.34	416.78	1,725.12	18,076.75
48	18,076.75	1,336.47	388.65	1,725.12	16,740.29
50	16,740.29	1,365.20	359.92	1,725.12	15,375.09
51	15,375.09	1,394.55	330.56	1,725.12	13,980.54
52	13,980.54	1,424.53	300.58	1,725.12	12,556.00
53	12,556.00	1,455.16	269.95	1,725.12	11,100.84
54	11,100.84	1,486.45	238.67	1,725.12	9,614.39
55	9,614.39	1,518.41	206.71	1,725.12	8,095.98
56	8,095.98	1,551.05	174.06	1,725.12	6,544.93
57	6,544.93	1,584.40	140.72	1,725.12	4,960.53
58	4,960.53	1,618.46	106.65	1,725.12	3,342.07
59	3,342.07	1,653.26	71.85	1,725.12	1,688.81
60	1,688.81	1,688.81	36.31	1,725.12	0.00

Fuente: Elaboración Propia

La cuota anual que se pagará es de \$.20, 701.39 (en términos reales) durante un período de cinco años a una tasa de interés anual de 29.08% efectivo anual.

**Cuadro N° 19 Plan Financiero Anual**

ANUAL	MONTO	AMORTIZACIÓN	INTERÉS 2.15%	TOTAL PAGADO CUOTA	SALDO
1	57,846.74	6,511.46	14,189.93	20,701.39	51335.28
2	51,335.28	8,405.03	12,296.37	20,701.39	42930.25
3	42,930.25	10,849.24	9,852.15	20,701.39	32081.01
4	32,081.01	14,004.25	6,697.14	20,701.39	18076.75
5	18,076.75	18,076.75	2,624.64	20,701.39	0.00
		57,846.74	45,660.22	103,506.96	

Fuente: Elaboración Propia

En términos nominales se incluye la inflación en los pagos por el servicio de la deuda.

#### 6.4. Ingresos proyectados

##### 6.4.1. Ingresos por ventas

**Cuadro N° 20: Presupuesto de Ingreso Servicio de Guardería**

Tipo de producto / Año	2011	2012	2013	2014	2015
<b>SERVICIOS</b>	<b>20,616</b>	<b>22,398</b>	<b>24,246</b>	<b>26,162</b>	<b>28,147</b>
SERVICIO 1	1,288.5				
Precio de venta	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00
<b>Sub Total (detalle anexo)</b>	<b>19,327.5</b>	<b>30,642.52</b>	<b>22,730.62</b>	<b>24,526.87</b>	<b>26,387.81</b>
SERVICIO 2	1,288.5				
Precio de venta	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00
<b>Sub Total</b>	<b>12,885.0</b>	<b>20,428.35</b>	<b>15,153.75</b>	<b>16,351.25</b>	<b>17,591.88</b>
SERVICIO 3	1,288.5				
Precio de venta	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00
<b>Sub Total</b>	<b>19,327.5</b>		<b>22,730.62</b>	<b>24,526.87</b>	<b>26,387.81</b>
PROMOCION 1	2,576.99				
Precio de venta	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00
<b>Sub Total</b>	<b>25,769.99</b>	<b>20784</b>	<b>24587</b>	<b>28493</b>	<b>28892</b>
PROMOCION 2	3,350.08				
Precio de venta	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00
<b>Sub Total</b>	<b>50,251.2</b>	<b>15588</b>	<b>18440</b>	<b>21370</b>	<b>21669</b>

PROMOCION 3	5,153.98				
Precio de venta	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00
<b>Sub Total</b>	103,079.6	20784	24587	28493	28892
PROMOCION 4	5,669.37				
Precio de venta	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00
<b>Sub Total</b>	170,081.10	15588	18440	21370	21669
<b>TOTAL PARCIAL</b>	<b>400,721.78</b>	<b>635,760.00</b>	<b>752,104.00</b>	<b>871,580.00</b>	<b>883,783.00</b>
OTROS	278.22				
<b>TOTAL</b>	<b>401,000.00</b>	<b>635,760.00</b>	<b>752,104.00</b>	<b>871,580.00</b>	<b>883,783.00</b>
UNIDADES VENDIDAS POR SERVICIO	20,616	22,398	24,246	26,162	28,147

Fuente: Elaboración Propia

La obtención de los ingresos se basa en las estimaciones de ventas y los ingresos considerando los siguientes precios:

DESCRIPCIÓN / AÑOS	2011	2012	2013	2014	2015
INGRESO POR VENTAS	401,000.00	635,760.00	752,104.00	871,580.00	883,783.00
RECUPERACION DE K.W					94,825.36
RECUPERACION ACTIVO FIJO (V.R)					21,299.50
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>401,000.00</b>	<b>635,760.00</b>	<b>752,104.00</b>	<b>871,580.00</b>	<b>999,907.86</b>

Fuente: Elaboración Propia

#### 6.4.2. Recuperación de Capital de Trabajo

Se muestra en los cuadros correspondientes:

La recuperación del capital de trabajo se obtiene en el quinto año con referencia a todos los aportes realizados que suman un total de 127,771.18 soles.

#### 6.4.3. Valor de Desecho Neto

También se tendrá en cuenta este criterio técnico y que se mostrara según criterio técnico.



El valor de recupero representa el valor de los activos luego de depreciarse durante toda la vida útil del proyecto que asciende a un total de 29,900.60 soles.

**CUADRO N° 21 COSTOS FIJOS Y VARIABLES**

DESCRIPCIÓN	AÑOS				
	1	2	3	4	5
<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>406,966.02</b>	<b>417,867.37</b>	<b>431,376.33</b>	<b>443,028.00</b>	<b>457,483.84</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>212,007.00</b>	<b>222,270.00</b>	<b>232,914.00</b>	<b>243,944.00</b>	<b>255,377.00</b>
- Material directo	118,711.00	128,974.00	139,618.00	150,648.00	162,081.00
- Mano de obra directa (M.O.D.)	93,296.00	93,296.00	93,296.00	93,296.00	93,296.00
<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>194,959.02</b>	<b>195,597.37</b>	<b>198,462.33</b>	<b>199,084.00</b>	<b>202,106.84</b>
- Mano de obra indirecta (M.O.I)	43,986.00	43,986.00	43,986.00	43,986.00	43,986.00
- Depreciación activo fijo	4,259.90	4,259.90	4,259.90	4,259.90	4,259.90
- Servicios (luz, agua, gas y teléfono)	6,690.00	7,268.34	7,868.03	8,489.70	9,133.99
- Gastos administrativos	85,783.23	85,843.23	88,108.51	88,108.51	90,487.06
- Gasto Ventas	32,100.00	32,100.00	32,100.00	32,100.00	32,100.00
- Amortización activos intangibles	1,438.50	1,438.50	1,438.50	1,438.50	1,438.50
- Amortización deuda	6,511.46	8,405.03	10,849.24	14,004.25	18,076.75
- Intereses deuda	14,189.93	12,296.37	9,852.15	6,697.14	2,624.64

Fuente: Elaboración Propia

**CUADRO N° 22 CENTRALIZACIÓN DE COSTOS**

DESCRIPCIÓN	AÑOS				
	1	2	3	4	5
<b>I. COSTO PRODUCCIÓN</b>	<b>266,942.90</b>	<b>277,784.24</b>	<b>289,027.93</b>	<b>300,679.60</b>	<b>312,756.89</b>
- Material directo	118,711.00	128,974.00	139,618.00	150,648.00	162,081.00
- Mano de obra directa (M.O.D.)	93,296.00	93,296.00	93,296.00	93,296.00	93,296.00
- Mano de obra indirecta (M.O.I.)	43,986.00	43,986.00	43,986.00	43,986.00	43,986.00
- Depreciación activo fijo	4,259.90	4,259.90	4,259.90	4,259.90	4,259.90
- Servicios (luz, agua, gas y telefono)	6,690.00	7,268.34	7,868.03	8,489.70	9,133.99
<b>II. COSTO OPERATIVO (ADMINIST. Y VTAS)</b>	<b>119,321.73</b>	<b>119,381.73</b>	<b>121,647.01</b>	<b>121,647.01</b>	<b>124,025.56</b>
- G. Departamento Administrativo	85,783.23	85,843.23	88,108.51	88,108.51	90,487.06
- G. Departamento de Ventas	32,100.00	32,100.00	32,100.00	32,100.00	32,100.00
- Amortización activos intangibles	1,438.50	1,438.50	1,438.50	1,438.50	1,438.50
<b>IV. COSTOS FINANCIEROS</b>	<b>20,701.39</b>	<b>20,701.40</b>	<b>20,701.39</b>	<b>20,701.39</b>	<b>20,701.39</b>
- Amortización deuda	6,511.46	8,405.03	10,849.24	14,004.25	18,076.75
- Intereses deuda	14,189.93	12,296.37	9,852.15	6,697.14	2,624.64
<b>TOTAL COSTO</b>	<b>406,966.02</b>	<b>417,867.37</b>	<b>431,376.33</b>	<b>443,028.00</b>	<b>457,483.84</b>

Fuente: Elaboración Propia

## CAPÍTULO VII: EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

### 7.1. Supuestos Generales:

**Cuadro N° 23 SUPUESTOS**

ITEM	VALOR
Inflación Anual	2.50%
Inflación Mensual	0.2060%
rg Poblacional**	1.80%
Impuesto a la Renta	30.00%
IGV	18.00%
Beneficios Sociales	9.00%
CTS	10.00%
Tipo de Cambio	2.750
COK	22.10%
TEM Préstamo	2.51%
Incremento de Sueldos	0.00%
Número de Sueldos Año	14
Participación Inicial Mdo	70%
rg Participación Mercado	5.0%

\*\* Fuente Información Socio-Demográfica [www.inei.gov.pe](http://www.inei.gov.pe) (1993-2005)

\* Banco Central de Reserva del Perú

\*\* Cámara de Comercio La Libertad (para proyectar oferta)

\*\*\* En el año 3 y 5

### 7.2. Flujo de Caja Proyectado

#### 7.2.1. Flujo de Caja Operativo

El flujo de caja operativo se muestra en el siguiente cuadro:

Se ha establecido en el flujo de caja operativo los ingresos y las salidas de efectivo producto de la actividad que realizará el proyecto. Se realizan durante el funcionamiento del proyecto

#### 7.2.2. Flujo de Capital

El flujo de capital está compuesto por los egresos de efectivo que se llevarán a cabo dentro de la empresa debido a que se tendrá que aportar la inversión así como las variaciones del capital de trabajo.

### 7.2.3. Flujo de Caja Económico

**Cuadro N° 24 FLUJO DE CAJA ECONÓMICO Y FINANCIERO**

DESCRIPCIÓN	AÑOS					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>INGRESOS</b>						
Ingreso por ventas		401,000.00	635,760.00	752,104.00	871,580.00	883,783.00
Recuperación de Capital de Trabajo						
Recuperación Activo Fijo (V.R.)						
<b>COSTOS</b>						
Inversión	144,616.85					
Costo de operación		360,247.86	438,874.87	483,967.61	528,913.09	543,914.82
<b>SALDO FLUJO ECONÓMICO</b>	<b>144,616.85</b>	<b>40,752.14</b>	<b>196,885.13</b>	<b>268,136.39</b>	<b>342,666.91</b>	<b>339,868.18</b>
<b>FINANCIAMIENTO</b>						
Préstamo	57,846.74					
Intereses pagados		14,189.93	12,296.37	9,852.15	6,697.14	2,624.64
Amortización préstamo		6,511.46	8,405.03	10,849.24	14,004.25	18,076.75
TOTAL FINANCIACIÓN	57,846.74	20,701.39	20,701.40	20,701.39	20,701.39	20,701.39
<b>SALDO FLUJO FINANCIERO</b>	<b>86,770.11</b>	<b>20,050.75</b>	<b>176,183.73</b>	<b>247,435.00</b>	<b>321,965.52</b>	<b>319,166.79</b>
SALDO ANTERIOR		94,825.36	114,876.11	291,059.84	538,494.84	860,460.36
<b>SALDO SIGUIENTE AÑO</b>		<b>114,876.11</b>	<b>291,059.84</b>	<b>538,494.84</b>	<b>860,460.36</b>	<b>1,179,627.15</b>

Fuente: Elaboración Propia

El flujo de caja económico muestra las salidas de efectivo como resultado de la implementación del proyecto. Estos flujos de efectivo son netos es decir deducidos los egresos por costos y gastos.

### 7.2.4. Servicio de Deuda

\* Los intereses contemplan la deducción del escudo fiscal.

En el cuadro anterior se establece el pago del servicio de la deuda que se tiene que realizar por el préstamo recibido que está conformado por interés y amortización.

### 7.2.5. Flujo de Caja Financiero

El flujo de caja financiero muestra los flujos netos de efectivo considerando los desembolsos por el pago del servicio de la deuda. Es decir son los beneficios generados luego de pagar el servicio de la deuda.

**Cuadro N° 25 SERVICIO DE LA DEUDA**

Años	Monto	Amortización	Interés	Total pagado	Saldo
1	57,846.74	6,511.46	14,189.93	20,701.39	51,335.28
2	51,335.28	8,405.03	12,296.37	20,701.40	42,930.25
1	42,930.25	10,849.24	9,852.15	20,701.39	32,081.01
2	32,081.01	14,004.25	6,697.14	20,701.39	18,076.76
1	18,076.76	18,076.75	2,624.64	20,701.39	
2		57,846.73	45,660.23	103,506.96	

Fuente: Elaboración Propia

### 7.3. Tasa de Descuento

#### 7.3.1. Costo de Oportunidad de Capital (KOC)

El costo de oportunidad del capital para el inversionista lo obtenemos en relación con el modelo económico del CAPM. Para ello, utilizaremos la siguiente fórmula:

$$\beta_{\text{apalancada}} = \beta_{\text{desapalancada}} \times (1 + (1 - p) \times (1 - t) \times (\text{pasivo} / \text{patrimonio}))$$

$$Cok = Rf_{US} + \beta_{\text{apalancado}} * (Rm_{US} - Rf_{US}) + \lambda * (\sigma_{\text{País}})$$

$$\lambda = \frac{\sigma_{\text{CountryEquity}}}{\sigma_{\text{CountryBond}}}$$

**Cuadro N° 26 Indicadores Financieros**

Sector	Beta
Educational Services	0.78
Rendimiento Libre de Riesgo (Rf)	3.14%
Rendimiento de Mercado	3.32%
Riesgo País	2.84
Riesgo Implícito	2.54

Fuente: Elaboración Propia

### Cuadro N° 27 TASA DE DESCUENTO

#### COSTO DE OPORTUNIDAD DEL CAPITAL (C.O.K)

CONCEPTO	MONTO	PROPORCION	TASA DE INTERES	C.O.K
FINANCIAMIENTO	57,846.74	0.4	0.177	0.0708
CAPITAL PROPIO	86,770.11	0.6	0.25	0.1500
TOTAL	144,616.85	1.0000		<b>0.2208</b>

Fuente: Elaboración Propia

**Costo Pertinente = 22.10 %**

El COK promedio del proyecto en los cinco años es de 22.10% que es la rentabilidad mínima que espera obtener el inversionista por poner su dinero en el proyecto.

#### 7.3.2. Costo Promedio Ponderado de Capital

Considerando la combinación de deuda y capital obtenemos un costo promedio ponderado del capital de 22.10%.

#### 7.4. Estados Proyectados

##### 7.4.1. Balance

#### Cuadro N° 28 BALANCE GENERAL PROYECTADO (2011 - 2015)

DETALLE	AÑOS				
	2011	2012	2013	2014	2015
<b>ACTIVO</b>					
Activo Corriente	114,876.11	291,059.84	538,494.84	860,460.36	1,179,627.15
Activo Fijo Neto	44,093.09	38,394.69	32,696.29	26,997.89	<b>21,299.49</b>
Inversión Acumulada	49,791.49	49,791.49	49,791.49	49,791.49	49,791.49
Depreciación y Amortiz. Acumulada	-5,698.40	-11,396.80	-17,095.20	-22,793.60	-28,492.00
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>158,969.20</b>	<b>329,454.53</b>	<b>571,191.13</b>	<b>887,458.25</b>	<b>1,200,926.64</b>
<b>PASIVO</b>					
Pasivo No Corriente					
Deuda Largo Plazo	51,335.28	42,930.25	32,081.01	18,076.75	0.00

Provisión Benef. Sociales Acumulad.	20,482.00	40,964.00	61,446.00	81,928.00	102,410.00
<b>PATRIMONIO</b>					
Capital Social (propio)	86,770.11	86,770.11	86,770.11	86,770.11	86,770.11
Dividendos Acumulados	38.18	15,879.02	39,089.40	70,068.34	101,174.65
Utilidades Acumulados	343.63	142,911.15	351,804.61	630,615.04	910,571.87
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>87,151.92</b>	<b>245,560.28</b>	<b>477,664.12</b>	<b>787,453.49</b>	<b>1,098,516.63</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>158,969.20</b>	<b>329,454.53</b>	<b>571,191.13</b>	<b>887,458.24</b>	<b>1,200,926.63</b>

Fuente: Elaboración Propia

El Balance General muestra saldo de efectivo y niveles de inventario necesarios, que debe mantener la empresa para que pueda operar sin ningún tipo de contingencia.

#### 7.4.2. Estado de Ganancias y Pérdidas

**Cuadro N° 29 Estado de Perdidas y Ganancias**

DESCRIPCIÓN	AÑOS				
	1	2	3	4	5
<b>INGRESO POR VENTAS</b>	<b>401,000.00</b>	<b>635,760.00</b>	<b>752,104.00</b>	<b>871,580.00</b>	<b>883,783.00</b>
COSTO DE PRODUCCIÓN	266,942.90	277,784.24	289,027.93	300,679.60	312,756.89
COSTO DE ADMINISTRACIÓN	71,593.04	71,629.04	72,988.21	72,988.21	74,415.34
COSTO DE VENTAS	47,728.69	47,752.69	48,658.80	48,658.80	49,610.22
<b>UTILIDAD DE OPERACIÓN</b>	<b>14,735.37</b>	<b>238,594.03</b>	<b>341,429.06</b>	<b>449,253.39</b>	<b>447,000.55</b>
COSTOS FINANCIEROS (Interés)	14,189.93	12,296.37	9,852.15	6,697.14	2,624.64
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>545.44</b>	<b>226,297.66</b>	<b>331,576.91</b>	<b>442,556.25</b>	<b>444,375.91</b>
IMPUESTO A LA RENTA 30%	163.63	67,889.30	99,473.07	132,766.88	133,312.77
<b>UTILIDAD DISTRIBUIBLE</b>	<b>381.81</b>	<b>158,408.36</b>	<b>232,103.84</b>	<b>309,789.38</b>	<b>311,063.14</b>
DIVIDENDOS (10%)	38.18	15,840.84	23,210.38	30,978.94	31,106.31
UTILIDAD RETENIDA (90%)	343.63	142,567.53	208,893.45	278,810.44	279,956.82
DIVIDENDOS ACUMULADOS	38.18	15,879.02	39,089.40	70,068.34	101,174.65
<b>UTILIDAD RETENIDA ACUMULADA</b>	<b>343.63</b>	<b>142,911.15</b>	<b>351,804.61</b>	<b>630,615.04</b>	<b>910,571.87</b>

Fuente: Elaboración Propia

El estado de ganancias y pérdidas muestra el resultado final de la utilidad que se espera alcanzar en cada uno de los años proyectados, A partir del segundo año se espera alcanzar utilidades.

## 7.5. Rentabilidad

### 7.5.1. VANE, VANF, TIRE y TIRF

**Cuadro N° 30 VANE, TIRE Nominales CÁLCULO DEL V.A.N.E**

AÑOS	FLUJO ECONÓMICO	F.S.A. 22.10%	V.A.N.E.
0	144,616.85	1.0000000	144,616.85
1	40,752.14	0.8190008	33,376.04
2	196,885.13	0.6707623	132,063.13
3	268,136.39	0.5493549	147,302.04
4	342,666.91	0.4499221	154,173.42
5	339,868.18	0.3684866	125,236.86
		<b>V.A.N.E.</b>	<b>447,534.64</b>

Fuente: Elaboración Propia

**VANE = 447,534.64**

**Cuadro N° 31 CÁLCULO DE VAN FINANCIERO**

AÑOS	FLUJO FINANCIERO	F.S.A. 22.10%	VANF
0	-86,770.11	1.0000000	-86,770.11
1	20,050.75	0.8190008	16,421.58
2	176,183.73	0.6707623	118,177.41
3	247,435.00	0.5493549	135,929.63
4	321,965.52	0.4499221	144,859.41
5	319,166.79	0.3684866	117,608.68
			<b>446,226.60</b>

Fuente: Elaboración Propia

**VANF = 446,226.60**



**Cuadro N° 32 CÁLCULO DEL T.I.R.E.**

AÑO	FLUJO ECONÓMICO	F.S.A 93%	V.A.N.E.	F.S.A 95 %	V.A.N.E.
0	-144,616.85	1.00000000	-144,616.85	1.00000000	-144,616.85
1	40,752.14	0.51813472	21,115.10	0.51282051	20,898.53
2	196,885.13	0.26846358	52,856.49	0.26298488	51,777.81
3	268,136.39	0.13910030	37,297.85	0.13486404	36,161.96
4	342,666.91	0.07207270	24,696.93	0.06916105	23,699.20
5	339,868.18	0.03734337	12,691.82	0.03546720	12,054.17
			<b>4,041.34</b>		<b>-25.17</b>

Fuente: Elaboración Propia

**TIRE = 94.99 %**

**Cuadro N° 33 CÁLCULO DEL T.I.R. FINANCIERO**

AÑOS	FLUJO FINANCIERO	FSA 120%	V.A.N.F.	FSA 125%	V.A.N.F.
0	-86,770.11	1.000000000	-86,770.11	1.000000000	-86,770.11
1	20,050.75	0.454545455	9,113.98	0.444444444	8,911.44
2	176,183.73	0.206611570	36,401.60	0.197530864	34,801.72
3	247,435.00	0.093914350	23,237.70	0.087791495	21,722.69
4	321,965.52	0.042688340	13,744.17	0.039018442	12,562.59
5	319,166.79	0.019403791	6,193.05	0.017341529	5,534.84
			<b>1,920.38</b>		<b>-3,236.82</b>

Fuente: Elaboración Propia

**TIRF = 121.86 %**

El proyecto genera rentabilidad porque presenta un VANE positivo de S/.447,534.64 Nuevos Soles y la Tasa Interna de Retorno de 94.99 % que es mayor que el costo promedio ponderado del capital que es 22.10 %.

El valor actual neto financiero es de S/.446,226.60 Nuevos Soles y la Tasa Interna de Retorno Financiero es 121.86 %.

### 7.5.2. Periodo de Recuperación de Capital

**Cuadro N° 34 Periodo de Recuperación de Capital (PRK)**

AÑOS	INGRESOS	COSTOS	FLUJO NETO SIMPLE	F.S.A. 22.10 %	FLUJO NETO ACTUALIZADO	FLUJO NETO ACTUAL ACUMULADO
0		144,616.85	-144,616.85	1.000000000	-144,616.85	-144,616.85
1	401,000.00	360,247.86	40,752.14	0.819000819	33,376.04	-111,240.81
2	635,760.00	438,874.87	196,885.13	0.670762341	132,063.13	20,822.32
3	752,104.00	483,967.61	268,136.39	0.549354907	147,302.04	168,124.36
4	871,580.00	528,913.09	342,666.91	0.449922118	154,173.42	322,297.78
5	883,783.00	543,914.82	339,868.18	0.368486583	125,236.86	447,534.64

Fuente: Elaboración Propia

$$\text{F.R.C.} = \frac{111,240.81}{111240.81 + 20,822.32} = 0.842330558 \text{ años,} \implies \text{1 año, 10 meses y 3 días}$$

Desde el punto de vista del flujo de caja económico tenemos que el proyecto recupera la inversión en un año y diez meses y tres días.

### 7.5.3. Análisis Beneficio - Costo (B/C)

**Cuadro N° 35 Relación Beneficio - Costo Económico (R B/C)**

AÑOS	BENEFICIOS	COSTOS	F.S.A. 22.10 %	BENEFICIOS ACTUALIZADOS	COSTOS ACTUALIZADOS
0		144,616.85	1.0000000		144,616.85
1	401,000.00	360,247.86	0.8190008	328,419.33	295,043.29
2	635,760.00	438,874.87	0.6707623	426,443.87	294,380.74
3	752,104.00	483,967.61	0.5493549	413,172.02	265,869.98
4	871,580.00	528,913.09	0.4499221	392,143.12	237,969.70
5	883,783.00	543,914.82	0.3684866	325,662.18	200,425.31
				<b>1,885,840.51</b>	<b>1,438,305.87</b>

Fuente: Elaboración Propia

$$\text{R B/C} = \frac{1,885,840.51}{1,438,305.87} = 1.27$$

En la relación beneficio costo tiene un valor de 1.39 que significa que por cada Nuevo Sol de inversión en el proyecto se generará una rentabilidad de S/.0.39 Nuevos Soles.

**Cuadro N° 36 RELACIÓN BENEFICIO - COSTO - FINANCIERO**

AÑOS	BENEFICIOS	COSTOS	F.S.A. 22.10 %	BENEFICIOS ACTUALES	COSTOS ACTUALIZADOS
0	57,846.74		1.0000000	57,846.74	
1	401,000.00	380,949.25	0.819000819	328,419.33	311,997.75
2	635,760.00	459,576.26	0.670762341	426,443.87	308,266.45
3	752,104.00	504,669.00	0.549354907	413,172.02	277,242.39
4	871,580.00	549,614.48	0.449922118	392,143.12	247,283.71
5	883,783.00	564,616.21	0.368486583	325,662.18	208,053.50
				<b>1,943,687.25</b>	<b>1,352,843.80</b>

Fuente: Elaboración Propia

$$\text{R B/C} = \frac{1,943,687.25}{1,352,843.80} = 1.44$$

#### 7.5.4. Punto de Equilibrio

#### Cuadro N° 37 Punto de Equilibrio a lo largo del periodo de Evaluación

#### CÁLCULO DE LOS INGRESOS Y PUNTO DE EQUILIBRIO (P.E.)

DESCRIPCIÓN	AÑOS				
	1	2	3	4	5
<b>VENTAS</b>	<b>401,000.00</b>	<b>635,760.00</b>	<b>752,104.00</b>	<b>871,580.00</b>	<b>883,783.00</b>
P.E. MONETARIO	413,658.53	300,740.00	287,494.58	276,462.21	284,240.74
P.E. PRODUCCIÓN	21,268	10,597	9,268	8,300	9,052
COSTOS TOTALES	406,966.02	417,867.37	431,376.33	443,028.00	457,483.84
C. VARIABLES	212,007.00	222,270.00	232,914.00	243,944.00	255,377.00
C. FIJO	194,959.02	195,597.37	198,462.33	199,084.00	202,106.84
<b>INGRESO</b>	<b>401,000.00</b>	<b>635,760.00</b>	<b>752,104.00</b>	<b>871,580.00</b>	<b>883,783.00</b>
<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>19.45</b>	<b>28.38</b>	<b>31.02</b>	<b>33.31</b>	<b>31.40</b>
<b>UNIDADES ATENDIDAS</b>	<b>20,616</b>	<b>22,398</b>	<b>24,246</b>	<b>26,162</b>	<b>28,147</b>

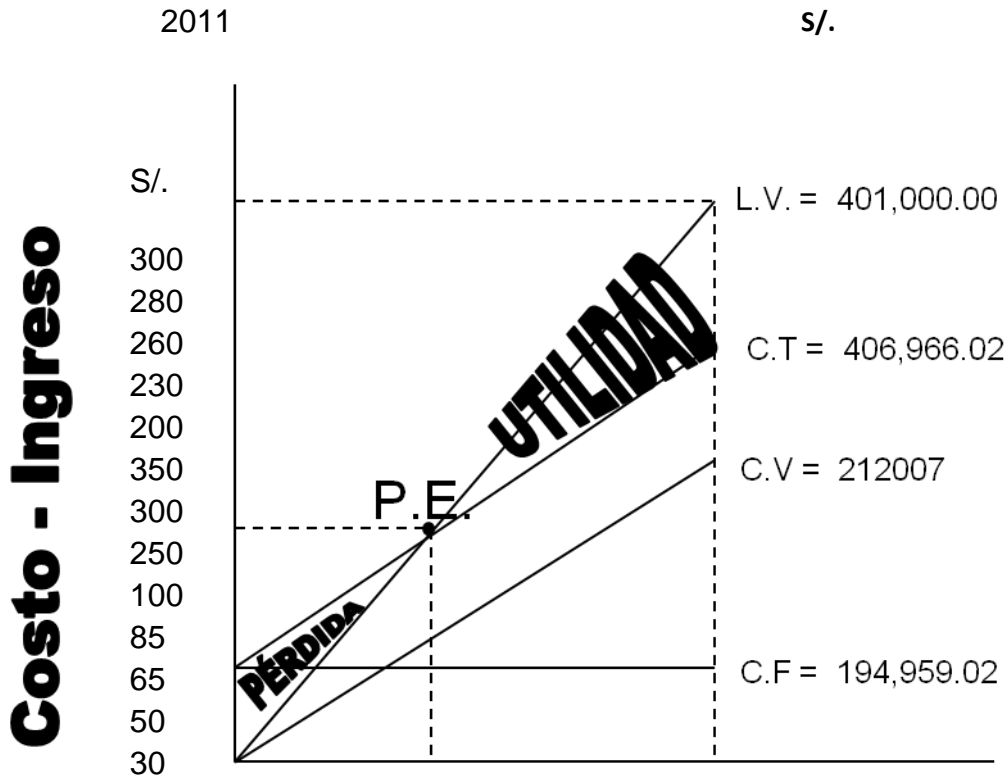
Fuente: Elaboración Propia

$$PE = CF / (1 - CV / VTAS)$$

$$PE = 194,952.02 / (1 - 212007 / 401,000)$$

GRAFICA DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑO 1



413,658.53

21.268

**Punto de Equil. Monetario**

El punto de equilibrio en Nuevos Soles muestra la cantidad de ingreso que debe generar para que el proyecto no tenga ganancia ni perdida.

**7.5.5. Analisis de sensibilidad**

Los criterios economicos para evaluar proyectos de inversion, normalmente consideran los valores de las variables de entrada (ingresos, costo de fabricacion, volumen de ventas, inversiones, costo de oportunidad del capital, vida util del proyecto, etc.). En su condicion "mas probable", pero existe la posibilidad de la ocurrencia de cambios en el entorno que indudablemente afectaran los valores normales de esas variables.

El análisis de sensibilidad determina el grado de soporte del proyecto de inversión a partir del efecto que tiene en el valor actual neto (VAN) los cambios de la variable de entrada empleadas para estimar los flujos de caja del proyecto; para esto, se estiman incrementos o reducciones de los valores normales de estas variables y luego se procede a la interpolación para identificar el momento en que la situación se torna crítica (VAN = 0)

### Analisis de Sensibilidad en los Precios de Venta

Los ingresos estan en funcion del precio de venta, para nuestro analisis consideramos los ingresos como la variable cambiante por efecto de las variaciones de los precios de ventas. Para esto empleamos reducciones en los precios de venta en el orden del 5 % y 10% como tambien incrementos en ese orden, manteniendo constantes los valores referentes al volumen de produccion y los costos de produccion.

**Cuadro N° 38 ANALISIS DE SENSIBILIDAD**

PRECIOS / VARIACION	-5%	-10%	Δ 5%	Δ 10%
VANE	410,696.23	373,857.81	484,373.06	521,211.48
TIRE	87.91%	81.24%	102.47%	110.43%
VANF	415,238.26	401,603.94	477,214.94	508,203.28
TIRF	117.51%	106.03%	130.36%	139.43%

Fuente: Elaboración Propia

## 7.6. Factores críticos de riesgo y éxito

### 7.6.1. Descripción

#### Riesgo:

- Disminución de la demanda.
- Ingreso de nuevos competidores.

#### Éxito:

- Posicionamiento del servicio.
- Buen manejo en el trato con los proveedores

### 7.6.2. Plan de Contingencia

- Mantener una cartera de clientes continuos y proveedores actualizados.
- Tener posible cartera de inversores.

## CAPÍTULO VIII: CONCLUSIONES

1. Existe según las encuestas realizadas por el estudio, una demanda insatisfecha en donde parte de ella se captará en el proyecto
2. No existe en la ciudad de Trujillo competencia que haga peligrar la incursión y gestión del negocio a desarrollarse.
3. El estudio ingresará al mercado ofreciendo el servicio de cuidados a los niños con precios económicos y de acuerdo a precios de estándares nacionales.
4. El mercado objetivo de estudio con una capacidad normal del 78% es de 20,616 el primer año, y en el último año es de 28,147 servicios en una capacidad del 98%.
5. El monto total de la inversión es de \$ 144,616.85 incluido I.G.V. y se financiará como préstamo de dinero mediante el Interbank en un 40% y el 60% restante con aporte propio.
6. Existe acceso al financiamiento y facilidad para conseguirlo a través del Banco Interbank contándose con una tasa de 29.08 % interés de efectiva anual.
7. De ejecutarse el proyecto generará fuentes de empleo.
8. Los estados financieros muestra saldos positivos en la ejecución del negocio.

### EVALUACIÓN ECONÓMICA

VANE	:	447,534.64
TIRE	:	94.99 %
R B/C	:	1.27

### EVALUACIÓN FINANCIERA

VANF	:	446,226.60
TIRF	:	121.86 %
R B/C	:	1.44

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL: 1 año, 10 meses y 03 días.

9. Ante aumentos o disminuciones del precio el VANF, resulta ser menos sensible que el VANE.



---

## CAPITULO X: RECOMENDACIONES

- Tomando en cuenta los resultados económicos y financieros del proyecto es recomendable reinvertir las utilidades del ejercicio en éste, debido a que generará a futuro mayor rentabilidad para el inversionista.
- Con el excedente generado año a año se debe reinvertir, para incrementar utilidades, y que en un mediano plazo se pueda adquirir un local propio.
- Se debe considerar dependiendo la evolución de ventas trabajar con las diferentes tarjetas de débito y crédito para captar más clientes potenciales. Con el objetivo de brindar mejor servicio.



---

## BIBLIOGRAFÍA

- ANDRADE ESPINOZA, S.                      Formulación y Evaluación de Proyectos Editores Lucero.  
Lima – Perú 1990.
- Carbajal D'Angelo, F                        Compendio de Proyectos de Inversión. Editorial San  
Marcos. 1990. Lima - Perú.
- APAZA MEZA, Mario                        Análisis e interpretación Avanzada de los Estados  
Financieros y Gestión Financiera Moderna. Pacífico  
Editores. Lima – Perú 2001.
- CHOLVIS, Francisco                        Análisis e Interpretación de Balances. Editorial Prometeo.  
1995. Segunda edición.
- GITMAN LAWRENCE, j                        Administración Financiera Básica. Ed. 3<sup>a</sup>, 1996.
- GUAJARDO C, Gerardo                      Contabilidad Financiera. Editorial Mc Graw Hill. México  
1995. Segunda Edición.
- SUNAT
- CONASEV
- CAMARA DE COMERCIO DE LA LIBERTAD
- INTERNET

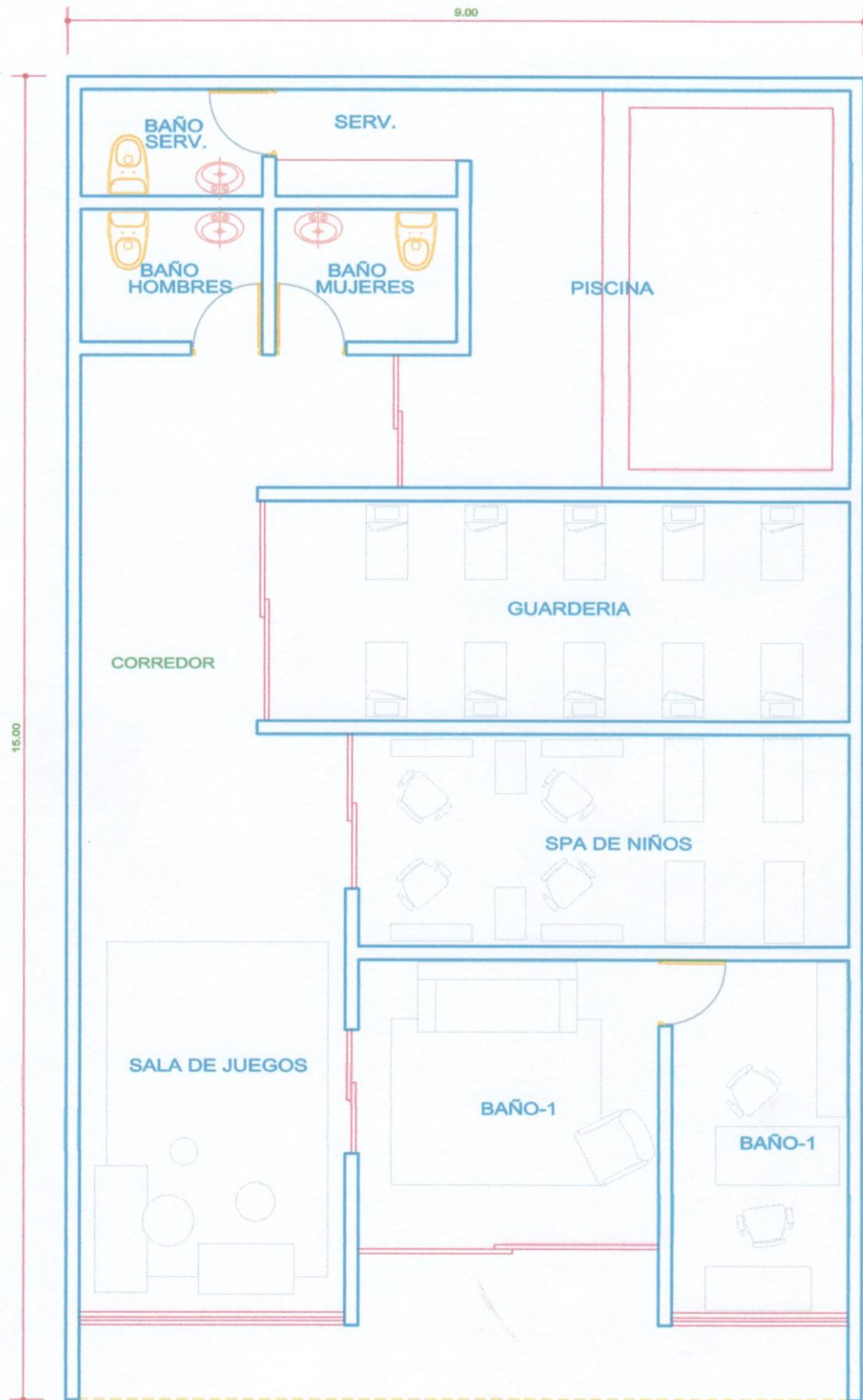


# ANEXOS



ANGEL GUARDERIA - SPA

# PLANO INICIAL DE LA ÁNGEL GUARDERÍA - SPA



## Encuesta: "CREACIÓN DE UNA GUARDERÍA SPA EN UN MALL"

Estimados señores: Esta encuesta pretende recolectar información necesaria para evaluar el comportamiento del consumidor a un **Mall**. Acompañados fundamentalmente por sus hijos dentro de las edades de 1 a 8 años.

Por ello, este documento deberá ser llenado con absoluta disposición y transparencia. Se le agradece de antemano su participación.

### 1) SEXO

Opción		
a.	Masculino	
b.	Femenino	

a.	Masculino	
b.	Femenino	

### 2) EDAD

Opción		
a.	Menos de 18	
b.	De 20 a menos de 30	
c.	De 30 a menos de 40	
d.	De 40 a menos de 50	
e.	De 50 a menos de 60	
f.	60 ó más años	

a.	Menos de 18	
b.	De 20 a menos de 30	
c.	De 30 a menos de 40	
d.	De 40 a menos de 50	
e.	De 50 a menos de 60	
f.	60 ó más años	

### 3) ESTADO CIVIL

Opción		
a.	Soltero (a)	
b.	Casado (a)	
c.	Divorciado (a)	
d.	Viudo (a)	
e.	Conviviente	

a.	Soltero (a)	
b.	Casado (a)	
c.	Divorciado (a)	
d.	Viudo (a)	
e.	Conviviente	

### 4) NIVEL DE INSTRUCCIÓN

Opción		
a.	Primaria	
b.	Secundaria	
c.	Técnica	
d.	Superior	

a.	Primaria	
b.	Secundaria	
c.	Técnica	
d.	Superior	

### 5) OCUPACIÓN

Opción		
a.	Estudiante	
b.	Ama de casa	
c.	Trabajo dependiente	
d.	Trabajo independiente	
e.	Ninguna	

a.	Estudiante	
b.	Ama de casa	
c.	Trabajo dependiente	
d.	Trabajo independiente	
e.	Ninguna	

### 6) DONDE VIVE UD.

Opción		
a.	Trujillo	
b.	Distritos	

### 7) ¿PREFIERE COMPRAR EN MALL AVENTURA PLAZA , REAL PLAZA Y OPEN PLAZA. POR QUE?

Opción		
a.	Cerca al trabajo	
b.	Cerca de la casa	
c.	Precios	
d.	Variedad de productos	
e.	Horario de atención	
f.	Tradicción	
g.	Seguridad	
h.	Otros	

### 8) ¿CON QUÉ FRECUENCIA COMPRA EN MALL AVENTURA PLAZA, REAL PLAZA Y OPEN PLAZA?

Opción		
a.	Todos los días	
b.	Ínter diario	
c.	Una vez por semana	
d.	Cada 15 días	
e.	Una vez al mes	
f.	Otros	

9) ¿ACUDIÓ ACOMPAÑADO?

Opción		
a.	Sí	
b.	No	

10) ¿CON QUIÉN(ES) ACUDIÓ?

Opción		
a.	Hijos menores de 8 años	
b.	Hijos mayores de 8 años	
c.	Con su pareja	
d.	Con familiares	
e.	Otros	

11) ¿A QUE OTROS LUGARES ASISTE A HACER COMPRAS?

Opción		
a.	Virrey	
b.	Zona Franca	
c.	Wong	
d.	Malvinas	
e.	Metro	
f.	Plaza Vea	
g.	Otros	

12) ¿CUÁNTO HA GASTADO EN SU COMPRA?

Opción		
a.	Menos de 50 N.S.	
b.	De 50 a menos de 100 N.S.	
c.	De 100 a menos de 150 N.S.	
d.	De 150 a menos de 200 N.S.	
e.	De 200 a menos de 250 N.S.	
f.	De 250 a más nuevos soles	

13) ¿SE ENCUENTRA SATISFECHO(A) CON LOS PRODUCTOS OFRECIDOS EN LOS Mall's?

Opción		
a.	Sí	
b.	No	

14) ¿QUÉ MEDIO DE PAGO UTILIZÓ?

Opción		
a.	Tarjeta de crédito	
c.	Efectivo	
d.	Otro	

15) ¿QUÉ LE PARECE LA ATENCIÓN QUE RECIBIÓ EN TOTTUS?

Opción		
a.	Muy buena	
b.	Buena	
c.	Regular	
d.	Mala	
e.	No sabe / No opina	

16) ¿QUÉ NO LE GUSTA DE LOS MALL'S?

Opción		
a.	Mucha gente	
b.	Mala atención	
e.	Precios elevados	
f.	Mala calidad	
g.	no hay guardería	
h.	Falta de seguridad	
i.	Otros.....	

17) ¿CUÁNTO TIEMPO DURA SU VISITA EN LOS Mall's?

Opción		
a.	Menos de una hora	
b.	De 1 a menos de 3 horas	
c.	Más de tres horas	

18) ¿CÓMO CALIFICARÍA A LOS Mall's?

Opción		
a.	Muy bueno	
b.	Bueno	
c.	Regular	
d.	Malo	
e.	No sabe / No opina	

19) ¿EN QUÉ DEBE MEJORAR LOS Mall's?

Opción		
a.	Infraestructura	
c.	Mejor atención al cliente	
f.	Más higiene	
g.	Seguridad	
h.	Otros	

20) ¿QUÉ LE PARECE LA IDEA DE UBICAR A LA GUARDERÍA SPA DENTRO DE UN MALL?

Opción		
--------	--	--

a.	Excelente	
b.	Buena	
c.	Regular	
d.	Mala	
e.	Pésima	

21) LA SEGURIDAD DE EN LOS MALL ES:

Opción		
a.	Excelente	
b.	Buena	
c.	Regular	
d.	Mala	
e.	Pésima	

22) LA EXPERIENCIA DE COMPRAR EN MALL PLAZA SE ACRECENTARA CON LA GUARDERÍA SPA:

Opción		
a.	SI	
b.	NO	
c.	INCIERTO	

## POBLACIÓN TRUJILLO 2008

POBLACIÓN GRUPOS QUINQUENALES	POBLACIÓN SEGÚN SEXO				ESPECIFICA (20-34 AÑOS)	PORCENTAJE
PROVINCIA DE TRUJILLO	HOMBRE	MUJER	TOTAL	EDAD ACUMULADA	EDAD ACUMULADA	EDAD ACUMULADA
De 0 a 4 años	37.544	36.359	73.903	73.903		
De 5 a 9 años	35.592	34.105	69.697	143.600		
De 10 a 14 años	41.429	40.568	81.997	225.597		
De 15 a 19 años	42.640	44.438	87.078	312.675		
<b>De 20 a 24 años</b>	40.728	42.692	<b>83.420</b>	396.095		
<b>De 25 a 29 años</b>	34.470	37.623	<b>72.094</b>	468.188		
<b>De 30 a 34 años</b>	30.267	33.493	<b>63.760</b>	531.949	<b>219.274</b>	<b>0,27</b>
De 35 a 39 años	26.450	29.715	56.165	588.114		
De 40 a 44 años	23.604	26.873	50.478	638.591		
De 45 a 49 años	19.816	23.125	42.941	681.533		
De 50 a 54 años	17.018	19.777	36.795	718.327		
De 55 a 59 años	13.407	15.712	29.119	747.446		
De 60 a 64 años	11.488	12.684	24.172	771.619		
De 65 a 69 años	8.789	9.739	18.529	790.147		
De 70 a 74 años	6.455	7.339	13.794	803.941		
De 75 a 79 años	4.691	5.658	10.349	814.290		
De 80 a 84 años	2.796	3.489	6.285	820.575		
De 85 a 89 años	1.606	2.266	3.872	824.448		
De 90 a 94 años	510	902	1.412	825.860		
De 95 a 99 años	248	487	735	<b>826.595</b>		
<b>TOTAL</b>	<b>399.551</b>	<b>427.044</b>	<b>826.595</b>			

1,018



## POBLACIÓN TRUJILLO 2009

POBLACIÓN GRUPOS QUINQUENALES	POBLACIÓN SEGÚN SEXO				ESPECIFICA (20-34 AÑOS)	PORCENTAJE
PROVINCIA DE TRUJILLO	HOMBRE	MUJER	TOTAL	EDAD ACUMULADA	EDAD ACUMULADA	EDAD ACUMULADA
De 0 a 4 años	38.220	37.013	75.233	75.233		
De 5 a 9 años	36.233	34.719	70.952	146.185		
De 10 a 14 años	42.174	41.299	83.473	229.658		
De 15 a 19 años	43.407	45.238	88.645	318.303		
<b>De 20 a 24 años</b>	41.461	43.460	<b>84.922</b>	403.224		
<b>De 25 a 29 años</b>	35.091	38.300	<b>73.391</b>	476.616		
<b>De 30 a 34 años</b>	30.812	34.096	<b>64.908</b>	541.524	<b>223.221</b>	<b>0,27</b>
De 35 a 39 años	26.926	30.250	57.176	598.700		
De 40 a 44 años	24.029	27.357	51.386	650.086		
De 45 a 49 años	20.173	23.541	43.714	693.800		
De 50 a 54 años	17.324	20.133	37.457	731.257		
De 55 a 59 años	13.648	15.995	29.643	760.900		
De 60 a 64 años	11.695	12.913	24.608	785.508		
De 65 a 69 años	8.948	9.915	18.862	804.370		
De 70 a 74 años	6.571	7.471	14.042	818.412		
De 75 a 79 años	4.775	5.760	10.535	828.947		
De 80 a 84 años	2.847	3.551	6.398	835.346		
De 85 a 89 años	1.635	2.307	3.942	839.288		
De 90 a 94 años	519	918	1.437	840.725		
De 95 a 99 años	253	495	748	<b>841.473</b>		
<b>TOTAL</b>	<b>406.743</b>	<b>434.731</b>	<b>841.473</b>			

1,018

## POBLACIÓN TRUJILLO 2010

POBLACIÓN GRUPOS QUINQUENALES	POBLACIÓN SEGÚN SEXO				ESPECIFICA (20-34 AÑOS)	PORCENTAJE
PROVINCIA DE TRUJILLO	HOMBRE	MUJER	TOTAL	EDAD ACUMULADA	EDAD ACUMULADA	EDAD ACUMULADA
De 0 a 4 años	38.908	37.680	76.587	76.587		
De 5 a 9 años	36.885	35.344	72.229	148.816		
De 10 a 14 años	42.933	42.042	84.975	233.792		
De 15 a 19 años	44.189	46.052	90.241	324.032		
<b>De 20 a 24 años</b>	42.208	44.243	<b>86.450</b>	410.482		
<b>De 25 a 29 años</b>	35.723	38.990	<b>74.712</b>	485.195		
<b>De 30 a 34 años</b>	31.367	34.710	<b>66.076</b>	551.271	<b>227.239</b>	<b>0,27</b>
De 35 a 39 años	27.410	30.795	58.205	609.477		
De 40 a 44 años	24.462	27.849	52.311	661.788		
De 45 a 49 años	20.536	23.965	44.501	706.289		
De 50 a 54 años	17.636	20.495	38.131	744.420		
De 55 a 59 años	13.894	16.283	30.177	774.596		
De 60 a 64 años	11.905	13.145	25.050	799.647		
De 65 a 69 años	9.109	10.093	19.202	818.848		
De 70 a 74 años	6.690	7.605	14.295	833.143		
De 75 a 79 años	4.861	5.864	10.725	843.868		
De 80 a 84 años	2.898	3.615	6.513	850.382		
De 85 a 89 años	1.665	2.348	4.013	854.395		
De 90 a 94 años	529	935	1.463	855.858		
De 95 a 99 años	257	504	762	856.620		
<b>TOTAL</b>	<b>414.064</b>	<b>442.556</b>	<b>856.620</b>			

1,018

**POBLACIÓN POTENCIAL HISTÓRICA**

<b>POBLACIÓN POTENCIAL HISTÓRICA</b>					
<b>Detalle / Años</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
<b>Población Trujillo</b>	797.363	<b>811.979</b>	826.595	841.473	856.620
<b>Población. (20 - 34 Años) 27%</b>	211.520	<b>215.397</b>	219.274	223.221	227.239

**POBLACIÓN POTENCIAL PROYECTADA**

<b>POBLACIÓN POTENCIAL PROYECTADA</b>					
<b>Detalle / Años</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>Población Trujillo</b>	872.039	887.736	903.715	919.982	936.542
<b>Población. (20 - 34 Años) 27%</b>	231.329	235.493	239.732	244.047	248.440
<b>Padres 19%</b>	43.953	44.744	45.549	46.369	47.204
<b>Población. A-B Y C (20 - 34 Años) 43%</b>	18.900	19.240	19.586	19.939	20.298