



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
INGENIERÍA CIVIL CON MENCIÓN EN DIRECCIÓN DE
EMPRESAS DE LA CONSTRUCCIÓN

Diseño de un plan de negocio para implementar un club de estancia
para adultos mayores en La Libertad

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestro en Ingeniería Civil Con Mención en Dirección de Empresas de
la Construcción

AUTOR:

Arana Saldaña, Jean Carlos (ORCID: 0000-0002-3638-1277)

ASESOR:

Mg. Ávila Llacsahuanga, Luis Alberto (ORCID: 0000-0003-2514-3078)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Dirección de Empresas de la Construcción

TRUJILLO - PERÚ

2022

Dedicatoria

A mis padres.

Su “te quiero”, “puedes hacerlo” y apoyo incondicional.

Alimentan mi alma, refuerzan mi estima y alegran mi día.

Agradecimiento

Mi cariño a la escuela de ingeniería civil.

De la universidad César Vallejo.

De la ciudad de Trujillo.

Gracias a ti

Me desvelé, aprendí, hice amigos, crecí y te vi crecer.

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas.....	vi
Índice de gráficos y figuras	viii
Resumen	x
Abstract	xi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	13
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	13
3.2 Variables y operacionalización	13
3.3. Población, muestra y muestreo	14
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	14
3.5. Procedimientos.....	14
3.6. Métodos de análisis de datos	16
3.7. Aspectos éticos	17
IV. RESULTADOS.....	18
4.1. Análisis del entorno del proyecto.....	18

4.2. Estudio de Mercado.....	23
4.3. Plan Operativo.....	37
4.3.1 Planeamiento Estratégico del Proyecto.....	37
4.3.2 Plan de Marketing.....	47
4.3.3 Plan de Operaciones.....	52
4.3.4 Plan Organizacional y de Recursos Humanos.....	53
4.3.5 Plan de Constitución Legal de la empresa.....	56
4.4. Plan de Ingeniería.....	57
4.5 Plan Económico – Financiero.....	58
V. DISCUSIÓN.....	69
VI. CONCLUSIONES.....	74
VII. RECOMENDACIONES.....	76
REFERENCIAS.....	77
ANEXOS.....	86

Índice de tablas

Tabla 1 <i>PAM del distrito de Trujillo y provincias de Ascope y Pacasmayo</i>	18
Tabla 2 <i>Resultados modelo constitución 1979 - modelo de libre mercado 1993</i>	19
Tabla 3 <i>PAM del distrito de Trujillo y provincias de Ascope y Pacasmayo</i>	24
Tabla 4 <i>PAM de La Libertad, 2015</i>	25
Tabla 5 <i>Rango de edades encuestadas</i>	26
Tabla 6 <i>Ocupación de encuestados</i>	26
Tabla 7 <i>Cantidad de adultos con los que viven en casa</i>	27
Tabla 8 <i>Pasatiempos preferidos del adulto mayor</i>	28
Tabla 9 <i>Pasatiempos preferidos del adulto mayor</i>	29
Tabla 10 <i>Personas que conocen algún centro para adultos mayores</i>	29
Tabla 11 <i>Valoración por escala de preferencia</i>	30
Tabla 12 <i>Posibilidad de inscripción en un club de estancia</i>	31
Tabla 13 <i>Preferencia de tiempo en una casa del adulto mayor</i>	32
Tabla 14 <i>Disposición de pago mensual</i>	33
Tabla 15 <i>Adquisición de servicio</i>	34
Tabla 16 <i>Descripción de adultos mayores en la provincia de Ascope</i>	35
Tabla 17 <i>Adultos mayores pertenecientes a los estrados medio alto y alto</i>	35
Tabla 18 <i>Adultos mayores que requieren cuidado y atención</i>	36
Tabla 19 <i>Adultos mayores que asistirían a un club para adultos mayores</i>	36
Tabla 20 <i>Adultos mayores que asistirían a un club para adultos mayores</i>	37
Tabla 21 <i>CAME – Aspectos a corregir</i>	41
Tabla 22 <i>CAME - Aspectos a afrontar</i>	42

Tabla 23 <i>CAME - Aspectos a Mantener</i>	42
Tabla 24 <i>CAME - Aspectos a Explotar</i>	43
Tabla 25 <i>CAME cruzado – Estrategia Defensiva</i>	44
Tabla 26 <i>CAME cruzado – Estrategia Ofensiva</i>	45
Tabla 27 <i>CAME cruzado – Estrategia Ofensiva</i>	45
Tabla 28 <i>CAME cruzado – Estrategia Supervisión</i>	46
Tabla 29 <i>Precio mensual vivienda</i>	51
Tabla 30 <i>Precio mensual vivienda</i>	51
Tabla 31 <i>Riesgo país</i>	62
Tabla 31 <i>Número de habitaciones - Capacidad del club</i>	63

Índice de gráficos y figuras

Figura 1 <i>Estadística de la PAM, entre 1950 y 2018</i>	20
Figura 2 <i>Gráfico de un análisis Porter</i>	22
Figura 3 <i>Cantidad de adultos con los que viven o vivirán en casa</i>	27
Figura 4 <i>Preferencias de los adultos mayores</i>	28
Figura 5 <i>Aceptación a practica meditativa</i>	29
Figura 6 <i>Conocimiento de institución o centro geriátrico</i>	30
Figura 7 <i>Escala de Preferencias</i>	31
Figura 8 <i>Posibilidad de inscripción en una casa de reposo</i>	32
Figura 10 <i>Tiempo de inscripción en casa del Adulto Mayor</i>	32
Figura 11 <i>Disposición de pago mensual</i>	33
Figura 12 <i>Disposición de pago adicional</i>	34
Figura 13 <i>Estrategias CAME, corregir, afrontar, mantener y explotar</i>	43
Figura 14 <i>Logotipo de la empresa</i>	48
Figura 15 <i>Esquema de la cadena de Valor</i>	53
Figura 16 <i>Procesos de Recursos Humanos</i>	55
Figura 17 <i>Inversión del proyecto</i>	59
Figura 18 <i>Fuente de financiamiento</i>	60
Figura 19 <i>Tasa libre de riesgo (Rf)</i>	60
Figura 20 <i>Coficiente Beta</i>	61
Figura 21 <i>Tasa de rendimiento de mercado (Rm)</i>	61
Figura 22 <i>Formula del WACC</i>	62
Figura 23 <i>Proyección de las ventas durante el horizonte del proyecto</i>	64
Figura 24 <i>Costo unitario de materia prima por persona</i>	64

Figura 25 <i>Proyección de inflación para los últimos cinco años</i>	64
Figura 26 <i>Resumen de flujo de caja – Periodo de 5 años</i>	66
Figura 27 <i>Balance inicial</i>	66

Resumen

La presente tesis tiene como objetivo general, diseñar un plan de negocios para la implementación de un club de estancia para el adulto mayor autovalente en el Departamento de La Libertad. El club de estancia se encuentra ubicado en el distrito de Chocope, provincia de Ascope, departamento de La Libertad. A 45 minutos de la ciudad de Trujillo - Perú. El centro cuenta con una extensión de 10 000 m² y está distribuido en áreas funcionales tales como: Viviendas, centro médico – deportivo, área administrativa y centro de lectura, patio de comida y centro de meditación (mindfulness), así como áreas comunes. Para diseñar el plan de negocios se hizo necesario desarrollar un análisis de entorno del proyecto, estudio de mercado, planeamiento estratégico y un plan operativo (Estudios de marketing, operaciones, organizacional y de recursos humanos y asuntos legales), terminando con el desarrollo ingenieril y la evaluación económica - financiera. Este conjunto de estudios permitió obtener un VAN económico de S/ 3,507,435.96, una TIR de 60% y una ratio B/C económico de 1.41.

Mientras que en el VAN financiero se obtuvo un monto de S/ 3,959,520.85 así como una TIR de 88%. Obteniendo una ratio B/C económico de 2.66.

Palabras Clave: Negocios, adulto mayor, mindfulness, ingeniería, análisis económico.

Abstract

The general objective of this thesis is to design a business plan for the implementation of a stay club for the self-sufficient older adult in the Department of La Libertad. The stay club is located in the district of Chocope, province of Ascope, department of La Libertad. 45 minutes from the city of Trujillo - Peru. The center has an area of 10,000 m² and is distributed in functional areas such as: Housing, medical-sports center, administrative area and reading center, food court and meditation center (mindfulness), as well as common areas. To design the business plan it was necessary to develop an analysis of the project environment, market study, strategic planning and an operational plan (Marketing, operations, organizational and human resources studies and legal matters), ending with the engineering and development development. the economic - financial evaluation. This set of studies will obtain an economic NPV of S / 3,507,435.96, an IRR of 60% and an economic B / C ratio of 1.41.

While in the financial NPV an amount of S / 3,959,520.85 was obtained as well as an IRR of 88%. Obtaining an economic B / C ratio of 2.66.

Keywords: Business, elderly, mindfulness, engineering, economic analysis.

I. INTRODUCCIÓN

El Perú cuenta con muy pocos lugares de esparcimiento y cuidado para el adulto mayor, los pocos hogares de ancianos y/o centros geriátricos que existen en la actualidad, son de escasa extensión y la mayoría de los mismos están destinadas a las personas de escasos recursos que no pueden valerse de sí mismas. No quiero decir que esos proyectos no sean necesarios, por el contrario, aplaudo toda iniciativa que busque bienestar. No obstante, como sociedad nos olvidamos del adulto mayor autovalente, lúcido, creativo y enérgico. Los mismos que tienen necesidades tan mundanas y simples como caminar, ejercitarse, distraerse, conversar, etc. El concepto de “club de estancia para adultos mayores” está hoy visualizado y tergiversado como una casa común “adaptada para dicho fin” con un médico, un par de enfermeros, un psicólogo y habitaciones hacinadas ¿Y qué hay del desarrollo del adulto mayor?, ¿De sus emociones e intereses?, ¿Cómo puede desarrollarse plenamente en un ambiente tan pequeño?, independientemente de la calidad profesional de los galenos, ¿Qué pasa con aquellos adultos mayores que tienen necesidades diferentes?, ¿Qué pasa con los profesionales que quieren mandar a sus padres a un centro decente, sin necesidad de dejar de verlos?, simplemente no pueden, no tienen opción, ¿Por qué?, Porque hoy en día, en la región La Libertad y en su capital y ciudad principal Trujillo no existe un solo hogar que brinde las características planteadas en este proyecto. El centro en mención se enfoca en la práctica meditativa “mindfulness” la cual según estudios que se citarán en las próximas páginas, conlleva a reducir el estrés, aumentar la salud física y emocional, desarrollar una actitud de compasión, entre otras cosas. Así mismo al contar con 10 000 m² los adultos mayores podrán disfrutar del contacto con la naturaleza, actividades recreativas, programas de reducción de estrés (MBSR) y una vivienda de 35.5 m² por un único pago mensual. La vivienda, por ejemplo, servirá para pasar la noche o recibir la compañía de sus amistades e hijos. Sin embargo, si lo prefiere podrá regresar a casa y descansar allí, en el salón paralelo al centro médico – deportivo se realizará las clases de meditación, así mismo se podrá optar por la jardinería, avicultura y acuariofilia. Vuelvo a decir que este concepto es único no solo en la región La Libertad, sino en toda la macro región norte del país. Por otra parte, existe nulo interés por el desarrollo de negocios

exclusivos para el adulto mayor. Exceptuando Lima con un concepto similar llamado ARCADIA Luxury Retirement. Es decir, este centro está enfocado en el sector socioeconómico medio alto y alto. El país lleva creciendo sostenidamente más de 20 años, exceptuando por la recesión económica mundial del año pasado ocasionado por el Sars Cov2. Este crecimiento permitió y permite que emerjan nuevas familias acomodados y la consolidación de las mismas. Es ése mismo desarrollo el que permite que año a año la esperanza de vida promedio de los peruanos vaya aumentando pasando de 75.2 en 2015 a 77.2 en 2020 y bordeando los 80 años hacia 2025 especialmente las mujeres, esto según, INEI (2017).

“No obstante, a nivel latinoamericano ocupamos el noveno lugar y a nivel mundial la posición 48 de 96 países en el ranking de bienestar a adultos mayores realizado por” Global Age Watch Index, 2015, p. 3.

Por todo esto, tendremos la finalidad de dar una respuesta a la presente interrogante - problema, ¿Qué tan viable es poner en marcha un plan de negocio para la implementación de un club de estancia para adultos mayores autovalentes en el departamento de La Libertad? Como justificación social, podemos ver que la población de adultos mayores viene aumentando desde el año 1950, en el último censo del año 2017, el 10% de población era mayor de 65 años y esta tendencia seguirá al alza. Así mismo, el año pasado la esperanza de vida fue de 77.8 años para las mujeres y 75.5 años para los hombres. Se espera que para el 2030, la esperanza de vida aumente hasta los 90 años. Estos datos reflejan el envejecimiento año a año de la población peruana, por lo cual es de interés común desarrollar proyectos que busquen el bienestar en adultos mayores.

Cómo justificación económica, vemos que el proyecto es realizable, además no se encontró un competidor directo en la provincia de Trujillo, ni en ninguna otra provincia del Departamento de La Libertad que brinde un servicio distintivo y refinado para el adulto mayor. Hay adultos mayores de un nivel económico elevado que tienen la capacidad de asistir a este tipo de centro.

Cómo justificación técnica, tenemos que la actual oferta en La Libertad y en general en el Perú se centra en casas puramente de reposo, centros geriátricos, centros del MINSA o EsSalud, sin las características presentadas en este proyecto. Este es un centro exclusivo para el pasatiempo, esparcimiento, estabilidad emocional y reposo del adulto mayor.

Cómo justificación ambiental, el proyecto será amigable con el medio ambiente pues contará con extensas áreas verdes, del total de 10 000 m² que poseerá.

A su vez, el objetivo principal de la tesis en mención es; Diseñar un plan de negocios para la implementación de un club de estancia para el adulto mayor autovalente en el Departamento de La Libertad. Cómo objetivos específicos tenemos; A) Desarrollar el Análisis del entorno del proyecto, B) Realizar el estudio de mercado del proyecto, C) Realizar el plan operativo del proyecto, D) Realizar el plan de ingeniería del proyecto y E) Elaborar el Plan Financiero y Evaluación Económica del proyecto. Las familias serán beneficiadas al contar con un centro exclusivo, innovador e integrador para el cuidado y esparcimiento de sus seres queridos. Esto, además, sin desprender el nexo familiar. Por consecuencia es viable la propuesta de iniciar un negocio de un club de estancia para adultos mayores en La Libertad

II. MARCO TEÓRICO

Hay investigaciones similares llevadas tanto en universidades nacionales, como extranjeras.

Por ejemplo, Arias et al. (2017) realizaron una tesis para obtener el grado de magister en administración de empresas en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas titulada: "Plan de Negocios para la puesta en marcha de una casa de reposo para el Adulto Mayor en la ciudad de Arequipa". Misma que tiene como objetivo determinar la viabilidad económica y financiera de un negocio nuevo e innovador para adultos mayores en Arequipa, así mismo el estudio es cuantitativo. Su público objetivo fueron la PAM de 60 años a más del segmento socioeconómico A y B de Arequipa - Perú. Estudiaron el comportamiento de la oferta y de la demanda del servicio a ofrecer en el mercado arequipeño. Para ello tuvieron que realizar un estudio de mercado, con el objetivo de descubrir las características más valoradas por los clientes. Así mismo realizaron un análisis del entorno, un planeamiento estratégico, un estudio de marketing, recursos humanos y financiero. En este último estimaron el costo total de la inversión en S/. 3, 485,398.44 soles y un periodo de recuperación en el escenario esperado es de 6 años con un VAN de S/. 591,906.35 y TIR de 22,10%; indicadores bastante alentadores para todo inversionista.

A su vez, Espinoza et al. (2018) realizaron una tesis para obtener el grado de magister en administración de empresas en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas titulada: "Plan de Negocio para la implementación de un Hogar Geriátrico", el objetivo de esta tesis es poner en marcha un hogar geriátrico en donde participen niños, jóvenes, adultos, ancianos y la comunidad en general. Para ello, realizan un plan estratégico y evalúan el micro entorno, prosiguen con un plan comercial en donde delimitan la edad a personas de 65 años a más, continúan con el plan operativo, donde se encargan de ver desde el diseño hasta la cadena de suministros, para finalmente culminar con la evaluación financiera. Concluyeron que el modelo de negocio propuesto es viable, la evolución se realizó en una escala de cinco años, obteniendo un VAN de S/. 311,429 y una TIR de 38.86%, con una recuperación en 3 años.

En Piura, Romero y Uribe, (2018), realizaron una tesis para optar por el grado de magister en dirección de empresas en la Universidad de Piura titulada:

“Business plan: centro de día para adultos mayores”. El objetivo de esta tesis es implementar un centro de día para adultos mayores. Para eso realizan un análisis del sector, un plan de marketing y ventas, un plan de operaciones, de recursos humanos y financiero. Ellos concluyeron que un centro de día para adultos mayores es una gran oportunidad para desarrollar un proyecto y que hay una enorme vacío que cumpla con las necesidades, servicios y cuidados a esta generación etaria. En detalle explican en la sección de finanzas que, a partir del año 5, será factible lograr utilidades para los inversores. A partir del cuarto año logran que el negocio se vuelva sostenible. Obteniendo un VAN (S/. 653,252) y TIR (28%)

Bastos et al. (2018), realizaron una tesis para optar por el grado de maestro en administración en la universidad Esan titulada: “Diseño de un plan de negocios para una empresa de servicios de estancia y club de día para adultos mayores en los NSE B y C en Lima metropolitana”, cuyo objetivo fue evaluar la viabilidad comercial, operativa y económica de la empresa “Estancia y Club de Día para Adultos Mayores” para los segmentos B y C”, para cumplir con ese objetivo ellos hicieron un estudio de mercado, análisis estratégico, un plan de marketing y ventas, así como uno de recursos humanos, operativo y económico – financiero. Finalmente concluyen que la inversión para implementar el centro sería de 1.6 millones y manejando los sistemas de valorización del VAN y TIR, reportaron resultados positivos de S/.715 mil y 31.37% proporcionalmente, lo que significó que el negocio es rentable, por tanto, se concluyó que el negocio es económicamente viable.

Dipas y Seminario, (2019) realizaron una tesis para optar por el grado de maestro en ciencias empresariales en la universidad San Ignacio de Loyola titulada: “Plan de negocio para la implementación de un centro de día de esparcimiento y mejora de calidad de vida para el adulto mayor autovalente de 60 a 80 años que pertenece al NSE A y B de las zonas distritales 6 y 7 según clasificación de APEIM”, tienen como objetivo : Determinar la viabilidad y factibilidad de un proyecto de Implementación de un Centro de día para el adulto mayor. En ella describen la realidad de los adultos mayores autovalentes y muestran la falta de hogares disponibles para su esparcimiento y cuidado en distritos de nivel socioeconómico A y B en zonas céntricas de Lima. Así mismo, el público objetivo eran los adultos mayores de 60 años que podían valorarse por sí mismos y no pertenecientes a la

PEA. Llegaron a la conclusión que en la capital existe una oferta menor al 5% con respecto a las casas de reposos tradicionales, lo que evidencia la enorme potencialidad del proyecto. Nuevamente al igual que las cuatro referencias nacionales, para llegar a cumplir con su objetivo realizaron un estudio de mercado, un plan de marketing, organizacional, de ingeniería y económica financiera. Calcularon el flujo de caja financiero a 5 años se observa déficit de caja en el primer año es de S/. -5573, pero la rentabilidad empieza a crecer en el segundo año y llega a su desarrollo de proyección en el quinto año, alcanzando S/. 184519. Incluso el punto de equilibrio lo logran en el octavo mes.

Jaramillo et al. (2016) realizaron un estudio para obtener una especialización en gerencia de salud en la Universidad Sergio Arboleda de Colombia, titulada: "Plan de negocios para la creación de un centro de día para el adulto mayor". Donde describen a "Club House La Felicidad", tienen como objetivo desarrollar un centro que preste un servicio excelente con el fin de que mejore la calidad de vida de la PAM, para ello se identifica la demanda, oferta, precios, características y canales de comunicación y promoción. El centro estaba enfocado en la PAM de 60 años a más con enfermedades medianamente controladas, mismas que deben vivir en Bogotá. Se contará con transporte para su movilización y el centro tendrá servicios de recreación, bienestar y juegos lúdicos. Esto debido a que en las encuestas se observó que los adultos mayores se encuentran predispuestos a socializar y desarrollar actividades en grupo. Se desarrolló un estudio financiero en donde se visualizó los gastos fijos mensuales y la contribución marginal, estableciendo el punto de equilibrio de la empresa y el total de productos a vender para la sostenibilidad y el sustento de la misma.

Figueroa (2017), realizó una tesis para optar por el grado de ingeniero comercial en la Universidad de Las Américas de Ecuador, titulada: "Plan de negocios para la creación de una residencia para ancianos en la parroquia Ambuquí, provincia de Imbabura", esta tesis tiene como objetivo determinar la viabilidad para la creación de un centro geriátrico en Imbabura, Ecuador. Para esto realizó un análisis del entorno, de cliente un plan de marketing, organizacional y de finanzas. En este estudio se concluyó que existe pocos centros geriátricos en Ecuador, además se pudo observar a través del estudio de mercado una demanda creciente de este tipo de centros en la zona norte del país. La (TIR) y el índice de

rentabilidad son mayores para el inversionista 30.9 %, lo cual muestra optimización del modelo financiero, ya que se está maximizando el valor invertido de cada socio. Por otro lado, obtenemos un (VAN) superior a 0, lo que significa de que el proyecto es viable. Dado que el monto a invertir es fuerte, es necesario que el proyecto cuente con socios.

Gonzales (2018), realizó una tesis para optar por el título de maestro en administración de empresas en la Pontificia Universidad Javeriana de Colombia, titulada: “Estudio de factibilidad para la formulación de un plan de negocios, que permita a la empresa Tipsa, la creación y puesta en marcha de un senior living, ubicado en Maracay ciudad campestre, zona de cerritos, Pereira, Colombia.” El objetivo de esta tesis fue determinar la factibilidad de desarrollar e implementar una vivienda para adultos mayores. Para eso se realizó un análisis de mercado, técnico, organizacional, legal, ambiental y financiero. Con el estudio de mercado se definió el producto Maracay Seniors, cuyo objetivo es fomentar una comunidad de adultos mayores que desean mantenerse activos en la cual puedan compartir intereses en común. De acuerdo a los análisis realizados, el mínimo de ocupación viable es del 80%, para una TIR del 16% y un VAN positivo. La tasa de inversión es alta, por eso se espera un financiamiento del 50 % privado.

Carvalho (2018), realizó una tesis para optar por el título de maestro en administración de empresas en la Universidad de Chile, titulada: “Plan de negocios para la creación de un club para la tercera edad”, en donde plantea la idea de la creación de un Club estructurado para atender a los adultos mayores autovalentes entre 65 a 79 años localizados en la 37 Región Metropolitana y Valparaíso. El objetivo de esta tesis es plantear la creación de un Club totalmente organizado para atender a la PAM, entre 65 a 79 años. Para ello se tuvo que realizar un plan estratégico, de mercado, comercial, operacional y financiero. Con el estudio de mercado se determinó que existe una demanda creciente en el mercado y que existe un futuro prometedor en las empresas que visualicen ofrecer servicios y cumplir con las necesidades de ese mercado. Posteriormente, se realizó un estudio financiero en donde Club Woodstock llega a ser viable al obtener un VAN de \$2.755 Miles de millones de pesos chilenos o 3.5 millones de dólares, con una tasa de retorno (TIR) de 13.32 %.

Peralta y Vela, (2019), realizaron una tesis para optar por el título de maestro en administración de empresas en la Universidad Cooperativa de Colombia, titulada: "Plan De Negocios Para Propuesta De Un Hogar Geriátrico Denominado Mis Años Dorados En Suarez Tolima ", esta tesis tiene como objetivo proponer la construcción de un plan de negocios y financiero para la propuesta de un hogar geriátrico años dorados. Para ello realizaron un estudio de mercado, un estudio técnico, administrativo y económico. En la parte financiera concluyeron que el dinero invertido se recuperaría en cinco años.

También mencionaré teorías relacionadas al tema, tal como detallaré a continuación:

"Mindfulness es prestar atención de manera particular, a propósito, el momento presente, sin hacer juicios y con una actitud compasiva hacia los demás y nosotros". (Kabat-Zinn, 2013, p. 8).

"La atención plena involucra estar presente, en este momento, sin distracciones. Implica hacer permanecer la mente en su estado natural de consciencia, libre de cualquier pensamiento parcial o juicio". (Puddicombe, 2012, p. 78).

Mindfulness se refiere a dos aspectos: A una forma de meditar y a una forma de vivir. Mindfulness es una forma de vida en el sentido que se puede practicar en cualquier parte en la medida que las circunstancias lo permitan. (Fischman, 2016, p. 132)

En Estados Unidos, investigadores de la Universidad de Emory, compararon los cerebros y las habilidades cognitivas de unas personas que practicaban la meditación, con las de un grupo similar de personas que no la practicaban. En el grupo de control descubrieron que los participantes de mayor edad tenían una menor precisión y una menor capacidad de respuesta, como era de esperar. Sin embargo, este empeoramiento debido a la edad no se hallaba en aquellos que practicaban la meditación. Usando sofisticadas técnicas de topografía cerebral, descubrieron que la reducción de la materia gris – sustancia del cerebro donde se encuentran las células neuronales que aparece típicamente con el envejecimiento, había sido contrarrestada gracias a la meditación, entendiéndose que mantener la materia gris reduce el trastorno bipolar y esquizofrenia. (Puddicombe, 2012, p. 161).

Santiago (2017), realizó un máster en psicología sanitaria en la Universidad de Jaén en España, titulada: "Programa de atención plena (mindfulness) en

mayores”, el programa de atención plena para adultos mejoraba significativamente el bienestar psicológico, la calidad de vida y reducía la ansiedad y tristeza de los adultos mayores. No obstante, la atención plena requiere constancia y dedicación, luego de finalizar el programa de 6 meses se hizo hincapié a los participantes a seguir manteniendo la práctica. Sin embargo, pasado el periodo de prueba, pasó a visitarlos y descubrió que por sí solos se les hizo complicado mantener la práctica.

Hablemos ahora del análisis de entorno. Que viene a ser el conjunto de hechos y factores externos importantes y relevantes para la organización. El fin del análisis de entorno es conocer las ventajas y desventajas que tendrá el proyecto en un mercado determinado. Este análisis busca: Detectar las amenazas y oportunidades que giran en torno a la organización con el fin de supervivir al mercado volátil. (Caldas et al 2017)

Para ello se trabaja con un modelo llamado, PESTLE por sus siglas en inglés, PESTEL en español, la misma en la que se evalúa eventos externos como: Eventos políticos, económicos, socio-culturales, legales, tecnológicos y últimamente geográficos y ecológicos. Para realizar un correcto análisis PESTEL, debemos respondernos las siguientes preguntas, ¿Qué sucesos políticos, económicos, socio-culturales, legales, tecnológicos y geográficos podrían afectar al modelo de negocio planteado?, (Rashain 2017).

Porter, considera que una sola empresa puede cambiar las reglas del juego a través de diferenciación en comparación de sus competidores, para ello es necesario tomar medidas, una de ellas es tener un modelo ofensivo de mercado, sin descuidar obviar el perfil en el rubro donde se desarrolla. Por otra parte, tenemos dos tipos de análisis: Uno interno y otro externo. El análisis del entorno interno: determina las fortalezas y debilidades (tenemos control), mientras que el análisis del entorno externo: permite definir las amenazas y oportunidades (no tenemos control). (Petersen, 2018, p. 11)

Posteriormente se llevará a cabo un estudio de mercado, el mismo que teóricamente hablando viene a ser: “una recolección de datos”. En la actualidad, es común la duda con “investigación de mercado”. El primero; acumula y examina datos e investigación de posibles clientes, competidores, proveedores y mercado en general. Con el fin de realizar un plan de negocio que sea rentable a la empresa.

La presente tesis se enfoca en eso. Mientras que la investigación de mercado; se da por regla general, a un producto que hemos lanzado anteriormente, el mismo que tenga ya un grado de madurez. Entre los beneficios para realizar un estudio de mercado está: Conocer la competencia, descubrir el público objetivo, saber la opinión de los consumidores, entender variables como densidad de competencia con el fin de descartar ideas y proyectos antes de fracasar.

El estudio de mercado no implica sólo realizar encuestas (recolección de datos). Si no ir más allá. A través de las preguntas uno debería saber su opinión genuina o percepción específica acerca del producto. Estos datos, nos permitirán obtener desde características, hasta actitudes, pasando por creencias, opiniones y comportamientos del consumidor. Para realizar una eficiente planificación estratégica se debe tomar iniciativa, definir metas y acciones para así cumplir con los objetivos. Para lograr eso es importante realizar una matriz “DAFO” (Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas). (Rios, 2018, p. 17).

El planeamiento estratégico sirve para realizar ciertas preguntas del tipo, ¿Funcionara este modelo de negocio?, ¿Cuánto debo cobrar por el servicio?, ¿Cómo puedo llegar al público?, ¿La idea del proyecto es viable?, gracias al estudio de mercado descubriéramos el perfil y comportamiento de nuestros potenciales clientes, revelaremos cómo trabaja nuestra competencia y nuestros posibles proveedores, veremos también nuevas necesidades.

El planeamiento de la empresa debe depender del tamaño. Para una empresa mediana y pequeña, por ejemplo, se debe seguir la siguiente estructura: Plan anual, en el corto plazo. Plan de marketing estratégico, en el mediano plazo y plan estratégico en el largo plazo. Un planeamiento estratégico debe contar con una: Estrategia corporativa, de cartera - productos, de segmentación – posicionamiento y funcional. Por ejemplo; para el primero es necesario considerar: La definición de negocio, la innovación vs imitación, la diversificación de mercado, el desarrollo tanto interno, como externo, entre otros. En el segundo definir bien el binomio estrategia – mercado, en el tercero, se debe considerar la unidad del negocio (tanto del producto – como del cliente.) y, por último, en la estrategia funcional, se debe abarcar desde marketing mix, hasta recursos humanos, finanzas, producción e incluso investigación, desarrollo e innovación (ID). (Sainz de Vicuña, 2017, p. 24),

A continuación, hablaremos del plan de marketing, que tiene como finalidad identificar las necesidades del consumidor y estimular la demanda de los diferentes productos que están en el mercado. Realizar un correcto estudio de marketing garantiza el aumento de ventas, dado que genera en el público una sensación de “me gustaría comprar esto”, “necesito esto”, “me hace falta eso”. El marketing debe crear una relación estrecha entre la marca del producto, las necesidades, deseos y gustos del consumidor. (Marcos 2020)

“Conozcamos ahora sobre recursos humanos, la administración de recursos humanos se refiere a las prácticas y políticas necesarias para manejar los asuntos que tienen que ver con las relaciones personales dentro de una organización”. (Dessler, 2020, p. 15).

Para que el departamento de recursos humanos sea eficaz, se deberá disponer de una estructura interna adecuada (organigrama). Entre las tareas y funciones principales llevadas a cabo en esta área se destaca: El análisis de puestos, la selección de personal, la evaluación de desempeño, la gestión de competencias, los planes de carrera, la formación, la cultura y clima organizacional, la comunicación próspera, los beneficios sociales y seguro, así como la motivación y retención del talento. (Virginia 2019)

¿Qué pasos debo seguir para constituir legalmente de una empresa?, se debe establecer el tipo de sociedad, sus actividades, si hay participación de personas extranjeras, su forma de administración, etc. Cada punto debe hacerse de acuerdo a la legislación correspondiente vigente de cada país.

Si el empresario decide formar solo una empresa dispone de dos opciones: Empresa unipersonal y empresa individual de responsabilidad limitada (EIRL). Por el contrario, si decide unirse y formar una empresa con otras personas, será una empresa societaria. La misma que puede ser: Sociedad anónima abierta, más de 20 accionistas (S.A.A). (Valbuena 2000)

“La sociedad anónima cerrada (S.A.C) de 2 a 20 accionistas. Sociedad de responsabilidad limitada (S.R.L), hasta 20 accionistas. Salvo para la (S.A.A) en donde la auditoria es obligatoria, en las demás formas jurídicas empresariales es opcional”. (Hamilton,2005, p, 38).

El plan de operaciones es muy importante en una empresa, si la empresa no cuenta con una infraestructura adecuada, ubicación estratégica, un sistema

eficiente de producción y distribución. El negocio difícilmente será sostenible a largo plazo, por más que en sus comienzos haya convencido que sus productos son mejores que el de la competencia. El plan de operaciones tiene como finalidad establecer: los objetivos, procesos, estándares y presupuestos de producción. Este último específicamente en la transformación de insumos a productos o servicios finales. (Weinberger, 2009, p. 47).

Cuando hablamos del plan de ingeniería, nos referimos a la localización y extensión del terreno, así como a su debida distribución, además de la elaboración de planos, metrados y valorizaciones a fin de obtener el costo de la infraestructura. El plan de ingeniería nos servirá para simular el costo de ejecución de las diversas áreas del proyecto.

Por último, el plan financiero busca decirle literalmente al inversionista “vas a recibir más dinero de lo invertido”, concretamente busca mostrarle con datos que el proyecto resultará económica y financieramente viable. En finanzas se ve todo el dinero que uno va invirtiendo, ¿Contrataste a más personal?, ¿Compraste más materia prima / maquinaria?, ¿Hiciste más publicidad?, ¿Pagaste actividades de integración a fin de retener el talento?, etc. Todas esas decisiones tendrán un impacto en los estados financieros. El plan financiero es importante pues permite: Determinar los recursos económicos necesarios para la realización del plan de negocios, determinar los costos totales del negocio, es decir, los costos de producción, ventas y administración. Por último, sirve para evaluar la rentabilidad económica y financiera del proyecto (Determina el tiempo que toma para tener de regreso la inversión).

Para terminar, tengamos presente términos como, flujo de caja, que es la sustracción de ingresos vs egresos. Luego se procederá a calcular el valor actual neto (VAN), el mismo que de ser superior a 0 significará que es factible seguir adelante con el negocio. (Weinberger, 2009, p. 85)

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

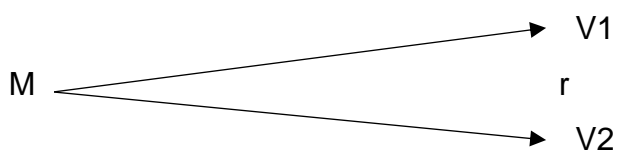
3.1.1 Tipo de Investigación

“La presente investigación es de tipo aplicada. La investigación de tipo aplicada tiene como finalidad conocer, hacer, actuar y modificar los problemas que existen en la realidad”. (Valderrama 2013)

3.1.2 Diseño de investigación

La presente investigación se según su finalidad es de diagnóstico. Según su carácter, descriptivo simple. Por su naturaleza, cuantitativo y dada su temporalidad, transversal. Una investigación cuantitativa usa de la medición numérica y la estadística como herramientas para resolver preguntas.

Esquema:



M: Representa la muestra de la población

V1: Plan de Negocios

V2: Viabilidad

R: Relación entre la variable V1 y V2

3.2 Variables y operacionalización

3.2.1 Variable independiente: Plan de negocios

El plan de negocios es un documento que refiere, de manera general, un negocio y el conjunto de planes que se llevarán a cabo, para su éxito. Aquí se presenta un análisis del mercado, un plan operativo y económico a fin de desarrollar un plan de acción para lograr los objetivos propuestos.

3.2.2 Variable dependiente: Viabilidad

La viabilidad es un proyecto que además de ser factible, se es posible de realizar, resulta rentable y genera beneficios económicos que permiten recuperar la inversión. Revisar Anexo 01

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1 Población

Personas del departamento de La Libertad, específicamente de las provincias de Ascope, Pacasmayo y el distrito de Trujillo.

3.3.2 Muestra

Está comprendida por la población de adultos mayores que tienen edades de 60 años a más y que habiten en el distrito de Trujillo y en las provincias de Ascope y Pacasmayo.

El distrito de Trujillo cuenta con una población de 50 429 adultos mayores, mientras que las provincias de Ascope y Pacasmayo, 17 940 y 14 785 respectivamente. (Fuente INEI), Revisar Anexo 02.

La muestra, es una parte del total o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay instrucciones para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas. La muestra es una parte representativa de la población. (Lopez, 2004, p. 16)

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1 Técnicas e Instrumentos

La técnica utilizada para recolectar los datos fue a través de una encuesta, aplicado a diferentes personas de que viven en el distrito de Trujillo. Se uso una muestra no probabilística por juicio, donde el tesista escogió a las personas sujetas a encestar, de acuerdo al nivel socio y económico A y B, se consideran personas que pertenecen al nivel socioeconómicos medio alto y alto.

3.5. Procedimientos

Para implementar un club de estancia para el adulto mayor en La Libertad, en necesario estructurar la forma en la que trabajaremos y los instrumentos que aplicaremos para diseñar este plan negocios. Por ello la estructura estará conformada y ordenada de la siguiente manera:

Primero, desarrollaré el análisis del entorno proyecto. Segundo, haré el estudio de mercado. Tercero, llevaré acabo el plan operativo conformado por: El planeamiento estratégico, el estudio de marketing, el plan de operaciones, organizacional y de RR. HH y por último la parte legal para constituir una empresa.

Cuarto, Pasaré a realizar el estudio de ingeniería y como paso final. Por último, elaboraré un plan financiero y económico del proyecto en mención.

Bien, para desarrollar un análisis de entorno los instrumentos que usaré serán estudios estadísticos, mismos que serán recogidos del INEI. Así mismo se realizará un análisis PESTEL y PORTER.

Siguiendo la tesis de Arias et al. (2017) en su tesis titulada: “Plan de Negocios para la puesta en marcha de una casa de reposo para el Adulto Mayor en la ciudad de Arequipa” y (Meza, 2017, p. 111), en su libro: “Evaluación financiera de proyectos” comentan la importancia del análisis del proyecto, mismo que comprende en: Una descripción detallada del servicio, proyección de la oferta y la demanda, canales de comercialización y precios del bien o servicio. Siendo PESTEL, PORTER y el estudio de mercado los instrumentos que me permitirán conocer las descripciones antes mencionadas. No olvidar que el fin del análisis de entorno es conocer las ventajas y desventajas que tendrá el proyecto en un mercado determinado. Este análisis busca: Detectar las amenazas y oportunidades que giran en torno a la organización con el fin de crecer incluso en un mercado cambiante.

Ahora hablaré del estudio de mercado, la misma que estará conformada por encuestas y estudios estadísticos. La data de las encuestas se obtendrá del INEI, su desarrollo se dará a través de la aplicación de estudios estadísticos como el cálculo de N (tamaño de la población), P (probabilidad de aceptación), Q (probabilidad de rechazo), Z (nivel de confianza), e (margen de error) y n (muestra) , nuevamente Arias et al. (2017) en su tesis titulada: “Plan de Negocios para la puesta en marcha de una casa de reposo para el Adulto Mayor en la ciudad de Arequipa”, utilizaron esta fórmula para su aplicación en el estudio de mercado.

Posteriormente se realizará un plan operativo que estará conformado por el planeamiento estratégico, el estudio de marketing, operaciones, organizacional y de RR. HH y la parte legal. Por ejemplo, para el planteamiento estratégico se realizará un análisis Foda, Came y Canvas, tal como lo hizo: Espinoza et al. (2018) En su tesis titulada, “Plan de Negocio para la implementación de un Hogar Geriátrico”.

“A su vez el estudio de marketing se contará con una estrategia de servicio y estrategia de negocio. Para posteriormente pasar al marketing mix (producto,

plaza, promoción y precio)". Siguiendo el modelo de, (Carvalho 2018) y Sainz, (2021). "El plan de marketing en la práctica".

La tesis de Carvalho servirá también de guía para la parte operativa del proyecto, la misma que contará con un diagrama de flujo de procesos y un esquema de cadena de valor. Tomando como referencia Bastos et al. (2018), en su tesis titulada, "Diseño de un plan de negocios para una empresa de servicios de estancia y club de día para adultos mayores en los NSE B y C en Lima metropolitana".

Dávila y Morales (2019) en su estudio "Plan de negocio para la implementación de un centro de día de esparcimiento y mejora de calidad de vida para el adulto mayor autovalente de 60 a 80 años que pertenece al NSE A y B de las zonas distritales 6 y 7 según clasificación de APEIM" vieron el plan organizacional, de recursos humanos y legal mismo que comprende: Un organigrama de la empresa y su respectiva escala de remuneraciones y beneficios sociales, mientras que, en la parte legal, veremos temas relacionados a la constitución legal de la empresa y el registro de la marca ante Indecopi, entre otros. También tomé como referencia el libro "Administración de recursos humanos" (Chiavenato, 2009, p. 45)

Para el plan de ingeniería me apoyaré del reglamento nacional de edificaciones como la E20, E30, E60, entre otras. Así como de softwares como AutoCAD, Excel, S10. El plan de ingeniería estará compuesto de: Planos, Metrados, valorizaciones, presupuestos.

Por último, la parte financiera y económica estará compuesta de cálculos de presupuestos, VAN, TIR, Flujo de caja, costo de oportunidad (COK) y análisis de sensibilidad. Para ello tomé como referencia el libro Plan de Negocios de (Weinberger, 2009, p. 85), el artículo evaluación económico – financiera de un plan de negocios (Martinez, 2007, p. 14).

3.6. Métodos de análisis de datos

Para el presente estudio de usó programas de Microsoft Office como Word para la parte de ofimática y Excel para los cálculos financiero y elaboración de presupuestos. Por supuesto, se hizo uso también del programa AutoCAD para la elaboración de los planos, delimitación del terreno, así como EXCEL para la elaboración de algunos cálculos estadísticos y económicos.

Tuve que aprender técnicas de marketing, a fin de diferenciar el negocio y simular ventas, más vistosas a diferencia de la competencia.

Tuve que relacionar y comprender la importancia de los recursos humanos en la organización, tanto desde la captación del talento, hasta la parte remunerativa. Además, tuve que conocer diversas fórmulas relacionadas a la economía y finanzas a fin de determinar la viabilidad del proyecto.

3.7. Aspectos éticos

Para la obtención de datos se tomó información seria, verídica, real y clara. Los datos presentados en esta tesis se obtuvieron de fuentes confiables, respetando en todo momento la autoría de las personas mencionadas. Hablando netamente de valores y ética. Vuelvo a afirmar que el proyecto es de mi autoría, siendo irresponsable y burdo hurtar ideas. Por consecuencia este trabajo puede tomarse como base para estudios superiores.

IV. RESULTADOS

4.1. Análisis del entorno del proyecto

4.1.1 Población del área de influencia

Comprendida por la población de adultos mayores que comprendan las edades de 60 años a más y que habiten en el distrito de Trujillo y en las provincias de Ascope y Pacasmayo. Revisar Anexo 02.

Tabla 1

PAM del distrito de Trujillo y provincias de Ascope y Pacasmayo

Ciudades	Población
Trujillo	50,429
Ascope	17,940
Pacasmayo	14,785
Total	83,154

Nota. Esta tabla muestra la cantidad de población mayor de 60 años en el distrito de Trujillo y las provincias de Ascope y Pacasmayo.

4.1.2 Análisis PESTEL

Comenzaré identificando los factores del entorno que puedan influir en el proyecto “Club de estancia y esparcimiento para el adulto mayor” del Departamento de La Libertad.

4.1.2.1 Factores Políticos. En el Perú, el entorno legal y político se presenta propicio para el desarrollo de empresas de diferente índole. Además, la facilidad para hacer negocios está por encima del promedio de sus vecinos latinoamericanos 5to para ser exactos según el informe Doing Business. (Banco mundial, 2020)

El gobierno de Francisco Sagasti, muestra atrevimiento político para ejecutar diversos proyectos en el país, así como ganas por mejorar la gestión pública. El presidente se ha comprometido a invertir con el fin de desarrollar proyectos de gran envergadura, a fin de descentralizar el país, generar puestos de trabajos y mayores ingresos. Dando como resultado calidad de vida para todos los peruanos.

En el Perú, desde el año 2015 los aportantes de las AFP pueden optar por retirar el 95.5% de su fondo y aunque no estoy del todo de acuerdo con esa decisión legislativa. Ello conllevó a un incremento de la capacidad adquisitiva en las personas mayores de 65 años.

4.1.2.2 Factores Económicos. La pandemia desnudó al Perú, decreciendo un 11.1 % en 2020. La economía estuvo en cuidados intensivos. Sin embargo, el músculo macroeconómico y el efecto rebote llevaría a un crecimiento de 13.2 %.

Para el año 2022 el país regresará al nivel pre pandemia, según estimaciones del ministerio de economía y finanzas (MEF). Estoy convencido de que si hacemos las cosas bien retomaremos las riendas del crecimiento prolongado. Solo espero esta vez la distribución de riqueza sea más pareja. El país cuenta con economistas responsables que vienen haciendo las cosas bien (Dígase en materia fiscal y macroeconómica). Mi crítica es hacia los malos gobernantes regionales, provinciales y su poco conocimiento en gestión pública e inversiones, así como a los empresarios y políticos corruptos que destruyen los cimientos del país.

Organismos internacionales como el banco mundial estiman que Perú será uno de los países que más crecerá en América Latina en, 2021, 2022, 2023. Ello es prueba de que el país tiene todas las condiciones para prosperar y desarrollarse. La moneda prácticamente durante los últimos 20 años fluctuó entre los S/3.25 - S/3.30 soles, por dólar. Exceptuando, los 3.60 S/ registrada por crisis sanitaria del coronavirus del año 2020 y 3.95 S/ por la crisis política y el modelo confuso de libertad económica que plantea por el actual presidente Pedro Castillo. Siempre y cuando el legislativo y ejecutivo no sigan llevando a cabo medidas populistas y se respete el modelo económico de libre mercado, no me cabe la menor duda de que al país le esperará un crecimiento sostenido, la inflación no superará el 3 % y el dólar los 4 .00 soles.

Tabla 2

Resultados modelo constitución 1979 - modelo de libre mercado 1993

Ámbito	Variable	1979 - 1992	1993 - 2019
Económicas	Crecimiento	0.20%	4.80%
	Inversión privada	0.50%	4.50%
	Exportaciones	0.10%	5.20%
	Importaciones	2.30%	4.70%

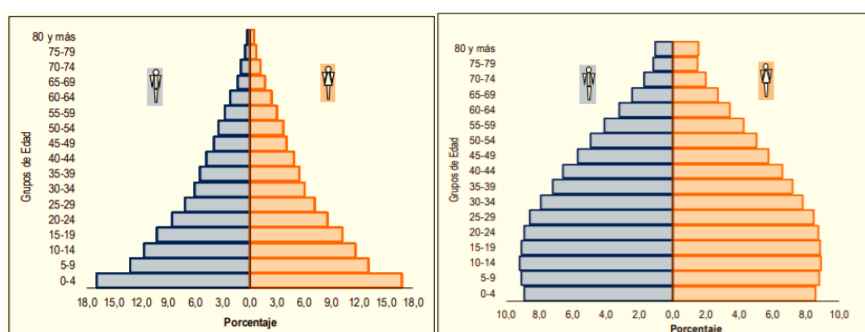
Sociales	Riqueza - per cápita	\$968	\$7,047
	Pobreza	58%	20%
	Pobreza extrema	19.00%	2.90%
Monetarias	Inflación	253.40%	4.50%
	Deuda pública - %	60%	25%
	PBI		

Nota. Esta tabla muestra como un modelo económico en donde el estado regula todo (constitución de 1979) vs un modelo de libre mercado (constitución 1993)

4.1.2.3 Factores Socio – culturales. La población peruana en los años 1950 estaba conformada principalmente por niños. De cada 100 personas, 24 eran infantes. Para 2018 los menores de 15 años, son equivalentes a 27 de cada 100 personas. Lo que aumenta la proporción de la PAM en el tiempo. De 5.7% en los años 1950 a los 10.4 % en el 2019.

Figura 1

Estadística de la PAM, entre 1950 y 2018



Nota. El gráfico representa el porcentaje de crecimiento de la población peruana desde los años 1950, hasta el 2018. Tomado de *INEI* (pag.16), 2018.

La esperanza de vida del peruano promedio ha aumentado bordeando los 80 años. Esa circunstancia genera una nueva cultura y visión hacía esa parte de la población adulta mayor (PAM), en la actualidad no existen modelos con fines de esparcimiento para la (PAM) salvo uno en Lima, en el interior del país es nulo este tipo de negocio.

Hay un modelo de negocio lo suficientemente amplio que no se está viendo, hay personas que cuentan con los medios y quieren vivir cómodamente en extensas áreas verdes, estar en contacto con la naturaleza y practicar técnicas de relajación en favor de su psique.

4.1.2.4 Factores Tecnológicos. Es sustancial resaltar la importancia de la difusión y masificación de los servicios mediante páginas web, redes sociales, webinar, etc., los medios tecnológicos ayudan a informar de una manera más rápida y ágil las actividades que se realizarán día a día ya sea paseos, clases de meditación, actividades floristas, entre otras. Las mismas que beneficiaran a aumentar el nivel y la percepción de importancia de vida de los clientes. Con el uso de redes sociales se logrará tener un primer contacto con las distintas familias, manteniéndolos enterados sobre el desarrollo y vivencias de sus familiares en las instalaciones del centro. Así como estar atentos ante cualquier inquietud sobre el servicio, por último, se ofrecerán talleres presenciales el busca la integración padre - hijo y talleres de modalidad virtual y remota.

4.1.2.5 Factores Ecológicos. La Libertad es la única región del Perú y América que cuenta con costa, sierra y selva. Playas como Malabrigo: “La ola izquierda perfecta más larga del mundo”, desiertos, bosques, ríos, nevados, la Cordillera de los Andes, la ciudad de adobe más grande del mundo, etc.

Esa variedad geográfica genera un sin fin de lugares turísticos para visitar. Evidentemente toda visita y ubicación del centro de reposo para el adulto se hará cumpliendo las normas del Instituto Nacional de Cultura (INC) respetando zonas intangibles y zonas arqueológicas.

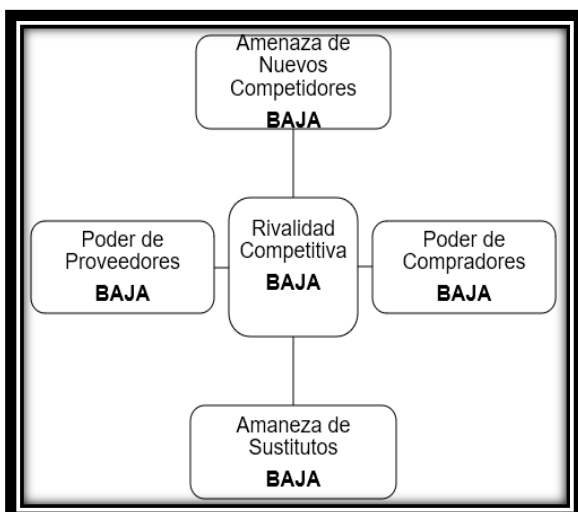
4.1.2.6 Factores Legales. La creación de un club para adultos mayores se rige por la Ley del Adulto Mayor N° 30490 donde se mencionan todos los requisitos para su inscripción. Así mismo, (MIMP) es la entidad que acredita a dicho club – Proyecto para que entre en funcionamiento. Los centros pueden ser públicos, privados o incluso ser financiados por alguna ONG.

4.1.3 Análisis de las cinco fuerzas de Porter

Sirve para determinar la competencia que tiene una empresa o industria en su entorno. Con el fin de ver si es rentable o no el negocio a largo plazo. Veamos las cinco fuerzas de Porter.

Figura 2

Gráfico de un análisis Porter



Nota. El gráfico representa el modelo de análisis de Porter: Misma que estudia la amenaza, poder, rivalidad, competitividad, tanto de los competidores, como de los proveedores. Tomado de *la Escuela de negocios de Harvard* (p.120), por Porter, 2014.

4.1.3.1 Poder de negociador de clientes y consumidores. Es bajo el poder de negociador de clientes y consumidores, porque a pesar de existir centros geriátricos en Trujillo que brindan cuidados al adulto mayor. El club de estancia para adultos mayores está enfocado en el nivel socioeconómico A y B que en Trujillo y en la región de La Libertad aún no ha sido desarrollado.

4.1.3.2 Poder de negociación de proveedores. Para iniciar con las operaciones. Hay diversos terrenos potenciales para la construcción del centro de reposo, por consecuencia se considera en este apartado el poder de negociación de los proveedores bajo. Pues al existir amplia oferta, los proveedores no tienen el poder de sugerir un precio elevado por venta de terreno. En cuanto a proveedores nacionales que cubren todas las necesidades del proyecto. Dígase mobiliarios, equipos, útiles de aseo, electrodomésticos, etc.

4.1.3.3 Amenazas de competidores potenciales. Actualmente no existe competencia directa dado que los centros de residencia para el adulto mayor en la ciudad de no brindan un servicio exclusivo para las personas de un nivel socioeconómico medio alto y alto (A y B), las instalaciones actuales no tienen

extensas áreas verdes, sean modernas y ofrezcan viviendas individuales de 35.5 m². Las casas de reposo que existen en Trujillo son hacinadas y la atención es deficiente, no obstante, conforme vaya creciendo la demanda habrá inversionistas que apostarán por este sector. Considero que el poder de negociación de los competidores potenciales es bajo dado que este tipo de negocio requiere de una alta inversión y conocimientos especializados en administración e ingeniería.

4.3.3.4 Amenazas de productos sustitutos. La amenaza de productos o servicios sustitutos es baja. Hoy en día no existen servicios sustitutos como profesores de meditación: Este servicio lo brindan algunos centros donde los profesores van a alguna universidad, hotel o local a brindar las clases, claro está que también se da la enseñanza de manera virtual, pero para fines prácticos es mucho mejor dar un acompañamiento presencial las primeras veces. La información por internet permite elaborar minutas alimenticias y recibir información de la cantidad de carbohidratos, grasas, proteínas, etc., que requiera la persona, sin embargo, es necesario contar con un nutricionista calificado y especializado en el adulto mayor para un excelente cuidado y la ingesta correcta de los alimentos.

4.3.3.5 Rivalidad de los competidores existentes. La propuesta es nueva y única en el mercado liberteño, este negocio tiene competencia indirecta más no competencia directa. En cuanto a la competencia indirecta en el mercado no hay muchas casas de reposo dirigidas al adulto mayor ya sea en Trujillo o en alguna otra ciudad de La Libertad, es un mercado prácticamente nulo, las empresas que están en el mercado ofrecen un servicio quizás destacado, sin embargo, su infraestructura es modesta y en general tienen dimensiones pequeñas y antiguas entre ellos se encuentran: “Hogar de ancianos San José – Urb. El Bosque” “Casa amor – Urb. San Andrés”. “La villa de mis papás” – Urb. Daniel Hoyle.

4.2. Estudio de Mercado

El estudio de mercado tiene como objetivo demostrar si existe una demanda potencial que permita la viabilidad de la implementación de un club de estancia para el adulto mayor autovalente en el Departamento de La Libertad.

4.2.1 Segmentación de estudio de mercado

Dirigido a personas mayores de 60 años, pertenecientes al nivel socio económicos A y B del Departamento de La Libertad. Considerando que La Libertad cuenta con 2 016 771 habitantes según las proyecciones del INEI, 2020. Revisar

Anexo 03 y de ese universo de personas el 10.8 % pertenecen al sector socioeconómico A y B. Es decir, existen 217 811 hogares Liberteños que perciben un sueldo promedio de S/. 7 779 soles mensualmente, APEIM, 2018. Revisar Anexo 04. Sin embargo, dado que esta data es un promedio, en La Libertad existen un buen grupo de personas que perciben montos superiores a los mencionados, recalcando que el departamento, es el eje principal de la región norte del país, dado su desarrollo en minería, agricultura y manufactura.

4.2.2 Área de influencia

El negocio se instalará en el departamento de La Libertad, en la provincia de Ascope, distrito de Chocope. Ello por estar a menos de una hora tanto para la provincia de Pacasmayo y Trujillo y en pleno centro de la provincia de Ascope. Está situada en la parte norte del Perú a 107 metros sobre el nivel del mar de altitud. Nuestro público objetivo son las personas de las provincias de Ascope, Pacasmayo y Trujillo.

4.2.3 Estudio Cuantitativo

Para la investigación se utilizó la recolección y análisis de datos mediante el uso de la estadística para determinar los gustos y preferencias del segmento objetivo.

4.2.4 Técnica utilizada

La técnica usada fue la de la encuesta a fin de recolectar información a través de un cuestionario sobre gustos y preferencias que el público.

4.2.5 Tipo de muestreo

Se utilizó un muestreo no probabilístico por juicio. Se consideraron a personas pertenecientes a los estratos socioeconómicos A y B de las provincias de Ascope, Pacasmayo y el distrito de Trujillo.

4.2.6 Diseño de muestra

Está comprendida por la población de adultos mayores que de 60 años a más y que habiten en el distrito de Trujillo y en las provincias de Ascope y Pacasmayo. Revisar Anexo 02

Tabla 3

PAM del distrito de Trujillo y provincias de Ascope y Pacasmayo

Ciudades	Población
Trujillo	50,429
Ascope	17,940
Pacasmayo	14,785
Total	83,154

Nota. Esta tabla muestra la cantidad de población mayor de 60 años en el distrito de Trujillo y las provincias de Ascope y Pacasmayo.

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

Donde:

N, es igual al tamaño de la población

P, es igual a la probabilidad de aceptación

Q, es igual a la probabilidad de rechazo

Z, es igual al nivel de confianza o aceptación

E, es igual al margen de error

N, es igual a la muestra

Reemplazando en la formula,

$$N = 83\ 144$$

$$P = 0.5 \%$$

$$Q = 0.5 \%$$

$$Z = 95 \% = 1.96$$

$$E = 10 \%$$

Reemplazando en la formula, obtenemos que N = 86. Representa el número de personas a encuestar.

4.2.7 Diseño de muestra

4.2.7.1 Segmentación socioeconómica del nivel A- B. Para saber cuántas encuestas se debe realizar en cada distrito, se tiene que calcular en proporción a la distribución de habitantes, Partiendo como base los 83 154 adultos mayores, que representan el 100 % de la muestra.

Tabla 4

PAM de La Libertad, 2015

Ciudad	Población	Poblacional	Muestra	Nº de encuesta
Trujillo	50429	61%	52	52
Ascope	17940	22%	19	19
Pacasmayo	14785	18%	15	15
Total	83154	100%	86	86

Nota. Esta tabla muestra la cantidad de encuestas que se deberán realizar en las diferentes ciudades liberteñas.

4.2.8 Resultados de la encuesta

Tabla 5

Rango de edades encuestadas

Rango de edad	Frecuencia	Porcentaje
24 - 34 años	05	06%
35 - 45 años	67	78%
46 - 55 años	14	16%
Total	86	100%

Nota: Esta tabla muestra el rango de edades a los cuales encuesté mayoritariamente.

Se encuestó 86 veces, las personas encuestadas mayoritariamente oscilan entre los 35 a 45 años. Este grupo representa el 78%, el 16 % tiene entre 46 a 55 años y el 06 % son personas de 24 a 34 años. El objetivo del resultado es acomodar los planes de marketing y ventas en mayor medida al rango de porcentaje mayor.

Tabla 6

Ocupación de encuestados

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje
Dependientes	74	77%
Independientes	16	17%
Amas de Casa	06	06%
Total	96	100%

Nota. En esta tabla se muestra la ocupación mayoritaria de las personas encuestadas.

Se puede observar que el 77% de los encuestados son trabajadores dependientes, el 17 % son trabajadores independientes y un 9 % son amas de casa. Realizamos esta encuesta a los potenciales pagadores del servicio de cuidado de adultos mayores. Revisar Anexo 05, modelo de la encuesta realizada.

4.2.9 Resultado de Preguntas

1. ¿Usted vive con algún adulto mayor en casa que requiera o vaya a requerir cuidado y atención, ya sea parcial o permanentemente? marque una opción.

Tabla 7

Cantidad de adultos con los que viven en casa

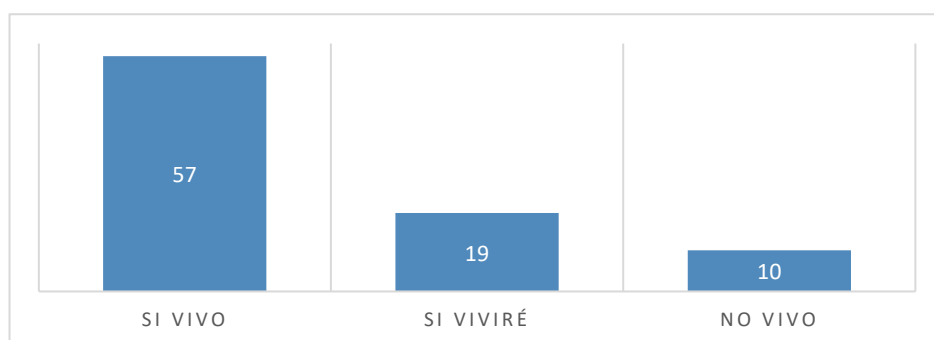
Opciones	0	1	2	3	Tot	%	Proy
Si vivo		15	42	01	57	66 %	102
Si viviré		03	14	02	19	22 %	37
No vivo	10				10	12 %	
Total					86	100 %	

Nota. Cantidad de adultos mayores con los que viven o vivirán.

Podemos observar que 57 personas viven con al menos un adulto mayor, sumando un total de 102 adultos mayores. Mientras que 19 personas proyectan que vivirán con 37 adultos mayores.

Figura 3

Cantidad de adultos con los que viven o vivirán en casa



Nota. En el gráfico se observa que el 66 % del total de los encuestados que son 57 personas viven con al menos un adulto mayor en casa. El 22 % que son 19 personas vivirán con un adulto mayor y el 12 % que son 10 personas no viven, ni vivirán con un adulto mayor. La encuesta refleja un mercado atractivo para la inversión. *Elaboración propia*, por J. Arana, 2021.

2. ¿En qué actividades tiene mayor interés su pariente? marque una opción.

Tabla 8

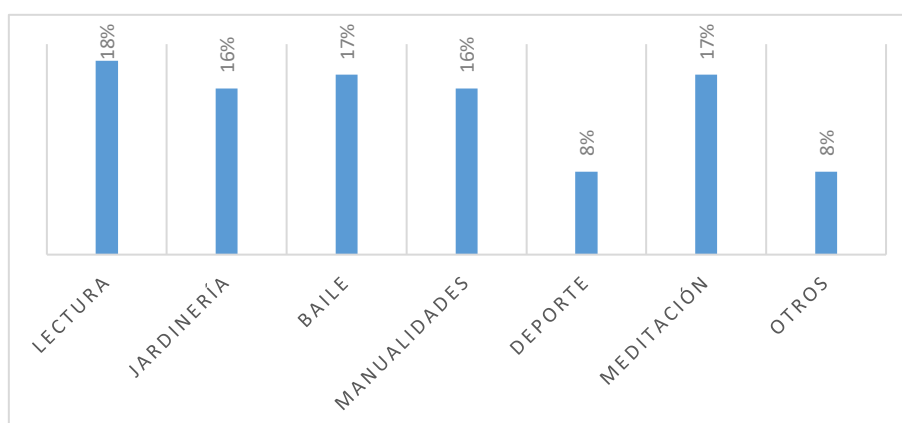
Pasatiempos preferidos del adulto mayor

Pasatiempo	Frecuencia	Porcentaje
Lectura	14	13%
Jardinería	12	23%
Baile	13	18%
Manualidades	12	14%
Deporte	6	7%
Meditación	13	18%
Otros	06	7%
Total	76	100%

Nota. En esta tabla se muestra los pasatiempos de los adultos mayores.

Figura 4

Preferencias de los adultos mayores



Nota. El gráfico nos muestra las preferencias de los adultos mayores como: La lectura, baile y meditación con un 18% y 17 % respectivamente, la encuesta permitirá enfocarnos en los servicios solicitados por nuestros potenciales clientes.

Elaboración propia, por J. Arana, 2021.

3. ¿Estaría dispuesto a que su familiar practicara meditación – mindfulness?
¿Sabiendo que los estudios han demostrado que esta práctica meditativa reduce

el estrés, aumenta la autoestima y mejora considerablemente la calidad de vida?
 marque una opción.

Tabla 9

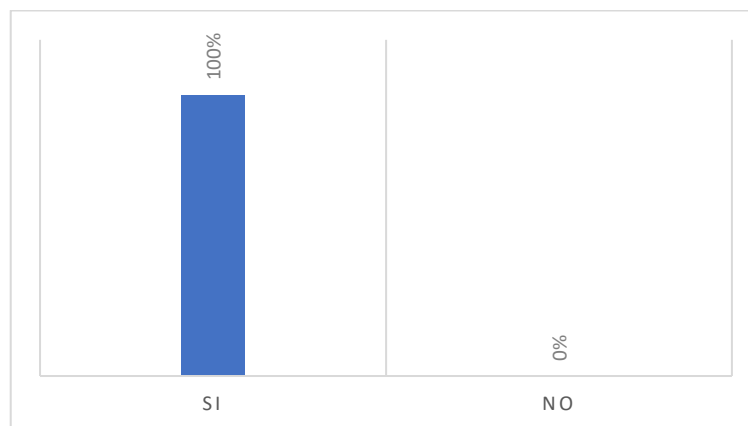
Pasatiempos preferidos del adulto mayor

Preferencias	Frecuencia	Porcentaje
Si	76	100 %
No	00	00 %

Nota. Esta tabla muestra los pasatiempos preferidos de los adultos mayores.

Figura 5

Aceptación a practica meditativa



Nota. Se puede apreciar que la totalidad de los encuestados, no tendrían problemas en que sus familiares conozcan y practiquen meditación. *Elaboración propia*, por J. Arana, 2021.

4. ¿Conoce usted en Trujillo o en alguna provincia Liberteña algún centro ya sea público o privado que brinde cuidado a adultos mayores? de responder que sí, ¿Cómo se llama el centro?

Tabla 10

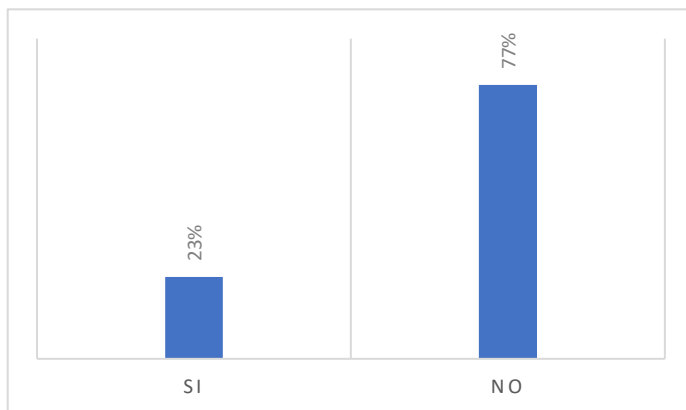
Personas que conocen algún centro para adultos mayores

Conoce Institución	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	23 %
No	58	77 %
Total	76	100 %

Nota. Esta tabla muestra el porcentaje de personas que conocen algún centro para adultos mayores.

Figura 6

Conocimiento de institución o centro geriátrico



Nota. Se puede observar en la gráfica que el 77 % de los encuestados que representan 58 personas desconocen de algún centro de cuidado para la PAM en Trujillo y en el Departamento de La Libertad, mientras que el 23% de los encuestados que son 17 personas conocen el asilo San José, ubicado en Trujillo. *Elaboración propia, por J. Arana, 2021.*

5. ¿Qué debería tener un club de estancia para adultos mayores? Por favor, califique del 1 al 4, siendo 1 el mayor grado de calificación. Marque con una (x).

Tabla 11

Valoración por escala de preferencia

Concepto	Calificación			
	1	2	3	4
Infraestructura	1	5	7	4
Buen trato y cuidado	7	3	5	2
Talleres (Jardinería, mindfulness, baile)	5	5	3	4
Alimentación sana y balanceada	4	4	2	7

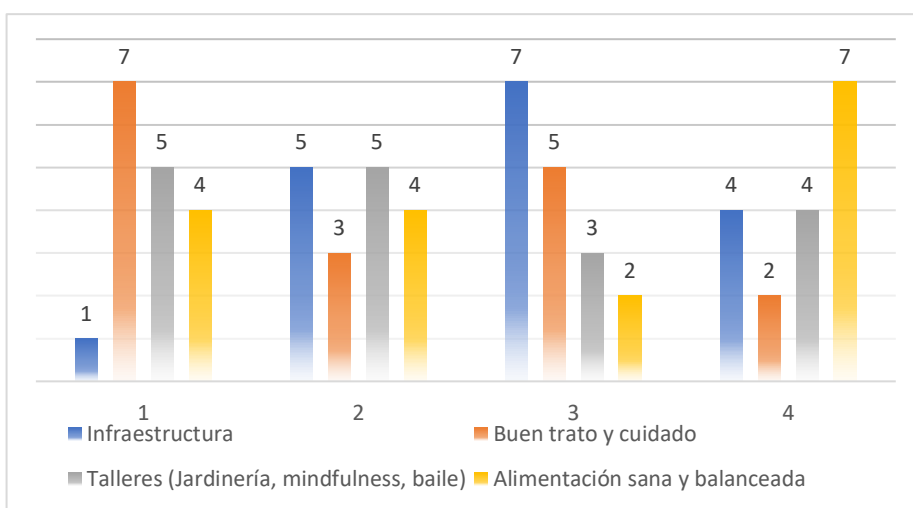
Total 17 17 17 17

Nota. Esta tabla muestra la valoración de las preferencias

Sabiendo que 17 personas conocen un centro de cuidado para adultos mayores en la ciudad de Trujillo, la mejor ponderación radica en implementar dentro del club: buen trato y cuidado, 7 personas le dieron una calificación de 1 que es el más alto valor de preferencia. Mientras que 5 personas piensan que la infraestructura, talleres de jardinería, meditación, relajamiento, etc. Es importante en un club de estancia para adultos mayores.

Figura 7

Escala de Preferencias



Nota. Escala de preferencia de los potenciales clientes. *Elaboración propia*, por J. Arana, 2021.

6. Si existiera en Trujillo un club de estancia para adultos mayores que contara con los requisitos mínimos que usted necesita, dígame el tema de cuidado, prevención física y emocional, ¿Inscribiría a su familiar? marque con una (x).

Tabla 12

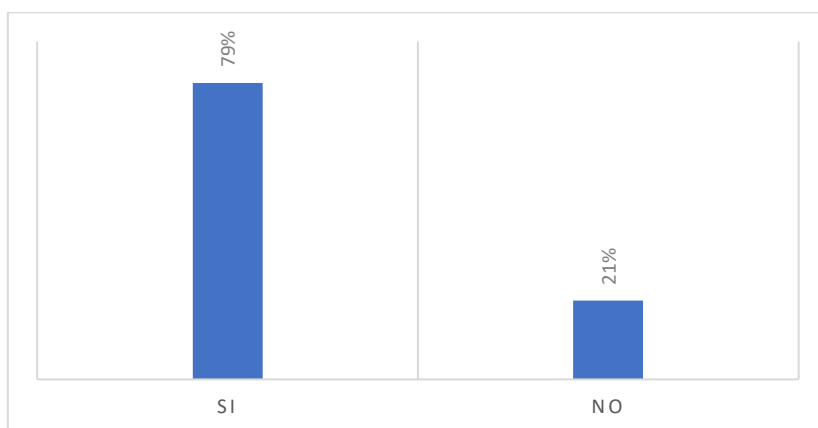
Posibilidad de inscripción en un club de estancia

Conoce Institución	Frecuencia	Porcentaje
Si	60	79 %
No	16	21 %
Total	76	100 %

Nota. Posibilidad de inscripción en un club de estancia para el adulto mayor

Figura 8

Posibilidad de inscripción en una casa de reposo



Nota. Se puede ver en la gráfica que el 79 % que son 60 personas escribiría a su familiar en el club de estancia y un 21 % que son 16 personas no lo haría. *Elaboración propia*, por J. Arana, 2021.

7. De haber respondido afirmativamente ¿Inscribiría a su familiar en el club? ¿Por cuánto tiempo inscribiría al adulto mayor? marque con una (x).

Tabla 13

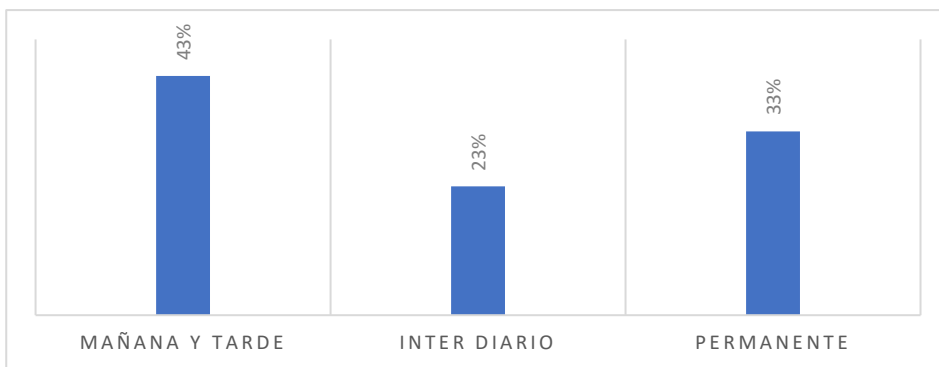
Preferencia de tiempo en una casa del adulto mayor

Tiempo de Inscripción	Frecuencia	Porcentaje
Mañana y tarde	26	43 %
Inter diario	14	23 %
Permanente	20	33 %
Total	60	100 %

Nota. Esta tabla muestra la preferencia de tiempo en una casa para el adulto mayor

Figura 9

Tiempo de inscripción en casa del Adulto Mayor



Nota. Los familiares prefieren que el adulto mayor pase mañana y tarde en el centro y por las noches regrese a casa 43% - 26 personas. De manera permanente un 33% y de forma Inter diaria el 23% lo escribiría. *Elaboración propia*, por J. Arana, 2021.

8. Teniendo en cuenta el gasto que un hijo hace por el cuidado y la atención de su ser querido ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el cuidado, atención y servicio profesional que el club plantea brindar? marque con una (x).

Tabla 14

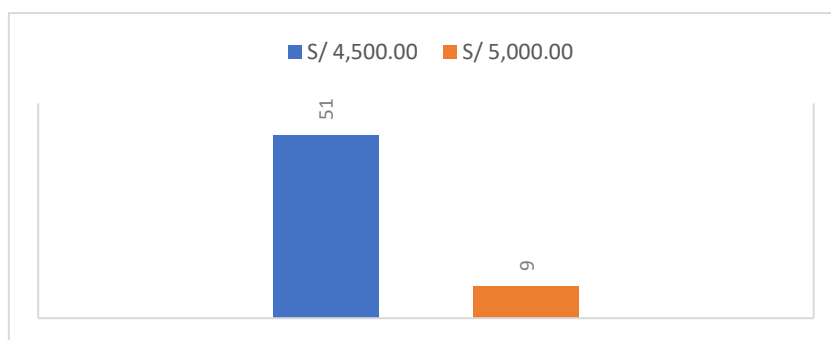
Disposición de pago mensual

Pago mensual	Frecuencia	Porcentaje
S/ 4,500.00	51	82%
S/ 5,000.00	09	18%
Total	60	100%

Nota. Esta tabla muestra la disposición de pago de las personas.

Figura 10

Disposición de pago mensual



Nota. Monto potencial a pagar

El 82 % que son 51 personas estarían dispuestos a pagar S/.4500 mensual por el servicio y el 18 % que son 09 personas estarían dispuestos a pagar S/.5000 mensual.

9. Para las personas que viven con más de un adulto mayor, ¿Estarían dispuestos a recibir un descuento de 1000 soles al precio base que es S/. 4500 mensuales con tal de que dos de sus familiares obtengan los mismos beneficios por un precio menor?, marque con una (x).

Tabla 15

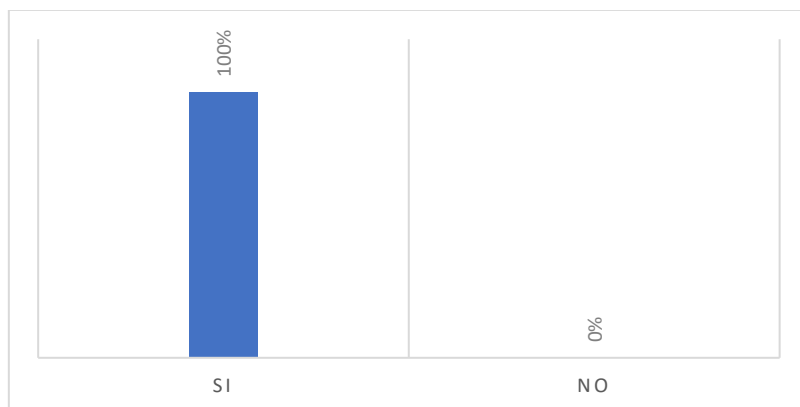
Adquisición de servicio

Adquirir servicio	Frecuencia	Porcentaje
Si	59	100 %
No	0	0 %
Total	59	100 %

Nota. Esta tabla muestra la disposición de un pago adicional.

Figura 11

Disposición de pago adicional



Nota. El 100 % estaría dispuesto a pagar 4000 soles por cada uno de sus familiares a fin de pertenecer al club y recibir los cuidados, educación y atención que impartirá el club. *Elaboración propia*, por J. Arana, 2021.

En conclusión, estarían dispuestas a adicionar como mínimo S/ 5500 por una atención personalizada y profesional. Ahora tomemos las respuestas de las encuestas para conocer nuestra población potencial y nuestra población objetivo. A continuación, detallaré:

4.2.10 Población Referencial

Por la ubicación del proyecto, la población que haría uso del servicio serían los adultos de 60 años a más que habitan en la provincia de Ascope. De acuerdo con el Censo Nacional 2017 - INEI, se tiene un total de 17,940 adultos mayores. Se realiza la proyección de la población para el año cero del proyecto, para lo cual se utilizará la tasa de crecimiento intercensal de la región La Libertad (0.95%)

Tabla 16

Descripción de adultos mayores en la provincia de Ascope

Año	Población
2017	17 940
2018	18 110
2019	18 282
2020	18 456
2021	18 631

Nota. Población de adultos mayores en la provincia de Ascope.

4.2.11 Población Potencial

La población potencial está conformada por la proporción de la población referencial perteneciente a los estratos socioeconómicos Alto y Medio Alto; quienes podrán solventar el pago mensual por hacer uso del servicio. De acuerdo con el Plano Estratificado por ingresos del INEI, aproximadamente el 6% de la población pertenece a los estratos alto y medio alto.

Tabla 17

Adultos mayores pertenecientes a los estrados medio alto y alto

Año	Población
2021	1118
2022	1129
2023	1139
2024	1150
2025	1161
2026	1172

Nota. Esta tabla muestra la población potencial de adultos mayores en la provincia de Ascope

Se realizará un muestreo, teniendo como base a los adultos mayores de 60 años a más de la ciudad de Trujillo y de las provincias de Ascope y Pacasmayo. Las encuestas irán dirigidas a los hijos de los adultos mayores los cuales solventarán los gastos de inscripción en la casa de reposo y son nuestros clientes potenciales y como usuario final del servicio es el adulto mayor.

4.2.12 Población Objetivo

De acuerdo con las encuestas realizadas, el 66% de la población encuestada vive con adultos mayores que requieran cuidado y atención.

Tabla 18

Adultos mayores que requieren cuidado y atención

Año	Población
2021	738
2022	745
2023	752
2024	759
2025	766
2026	774

Nota. Esta tabla muestra la población objetivo de adultos mayores en la provincia de Ascope.

Asimismo, el 79% indicó que, de existir una casa de reposo para el adulto mayor, inscribirían a los adultos que tienen a su cargo.

Tabla 19

Adultos mayores que asistirían a un club para adultos mayores

Año	Población
2021	738
2022	745
2023	752
2024	759
2025	766
2026	774

Nota. Esta tabla muestra los adultos mayores que se asistirían al club.

De los cuales el 82% estarían dispuestos a pagar la mensualidad por el servicio. Baja ese punto el resultado sería el siguiente:

Tabla 20

Adultos mayores que asistirían a un club para adultos mayores

Año	Población
2021	478
2022	483
2023	487
2024	492
2025	496
2026	501

Nota. Esta tabla muestra los adultos mayores que se pagarían la inscripción.

4.3. Plan Operativo

4.3.1 Planeamiento Estratégico del Proyecto

4.3.1.1 Plan de Negocio.

4.3.1.1.1 Idea de Negocio. Con el pasar de los años el departamento de La Libertad fue creciendo, no solo en temas macroeconómicos, urbanísticos e industriales. Sino también, en edad. Pasamos de ser un país relativamente joven a uno que envejece más y más cada año. Entonces, si la población va envejeciendo, ¿Qué estamos haciendo para mejorar y potenciar la calidad de vida de la PAM?

Cómo respuesta, una opción es desarrollar un club de estancia exclusiva, bonita, amplia e innovadora, que se convierta en una referencia para el cuidado y distracción del adulto mayor, específicamente en los sectores sociecómicos A y B de la ciudad de Trujillo y de algunas ciudades de la provincia de Ascope y Pacasmayo. Este negocio tiene mucho futuro dado que la esperanza de vida del adulto mayor en el Departamento de La Libertad se ha incrementado al pasar de los años. El negocio se llamará “Residencial Libertad”.

4.3.1.1.2 Misión. Ofrecer un servicio gerontológico e integral para el cuidado y mejora del adulto mayor a través de la práctica meditativa de mindfulness, en una estancia segura, confortable y eco amigable con la finalidad de mejorar la

perspectiva de vida del adulto mayor, las relaciones con sus familiares y mantener tranquilos a los familiares.

4.3.1.1.3 Visión. Ser el club de estancia para adultos mayores líderes del Perú para el año 2025, apreciada por la calidad de sus profesionales, infraestructura y modelo innovador, sobre todo por la particularidad de mejorar potencialmente el bienestar emocional del adulto mayor.

4.3.1.1.4 Valores. Respeto, prudencia, empatía, gratitud, responsabilidad.

4.3.1.2 Público Objetivo. La PAM pertenecientes a los estratos socioeconómicos A y B y que viven en las provincias de Ascope, Pacasmayo y el distrito de Trujillo, poniendo énfasis en este último al ser la ciudad con mayor poder adquisitivo. El objetivo son adultos mayores autovalentes, hombres y mujeres de 60 años de edad a más de los estratos socioeconómicos A y B interesados en mantener una vida activa y saludable, además de socializar con otras personas en un ambiente acogedor en donde puedan realizar sus actividades de manera pacífica, calmada y serena.

4.3.1.2.1 Factores demográficos. Adultos mayores de 60 años.

4.3.1.2.2 Factores socioeconómicos – geográficos. La PAM de los estratos socioeconómicos A y B de las provincias de Ascope, Pacasmayo y Trujillo. Haciendo énfasis en ésta última ciudad, al ser capital departamental y de mayor poder adquisitivo.

4.3.1.2.3 Factores psicográficos. Adultos mayores, autovalentes. Que busquen paz mental y equilibrio en su día a día.

4.3.1.2.4 Preposición de valor. Para el adulto mayor autovalente, Residencial Libertad, es un club de estancia que ofrece instalaciones cómodas. Contando con extensas áreas verdes, dentro de ellas podrán disfrutar actividades como: jardinería, avicultura y acuariofilia. Así, como un centro para la práctica meditativa de mindfulness, áreas comunes, sala de gimnasio y extensas áreas verdes.

4.3.1.3 Competitividad

4.3.1.3.1 Ventajas Comparativas. Para obtener ventaja, el proyecto debe diferenciarse y cumplir con los requisitos que mencionaré a continuación.

- Rentable: La inversión debe ser proporcional a la ganancia que se obtendrá.

- Innovador: No existe en el mercado un proyecto similar, es decir una instalación moderna, con amplia área verde y enfocada en la práctica meditativa de mindfulness.
- Valiosa: Se debe generar un reconocimiento de marca, para que sea reconocida, valorada y destacada por el público consumidor.
- Única: Cuando una empresa logra tener éxito, la competencia limitada.

4.3.1.3.2 Ventajas Competitivas. El servicio ofertado, se enfocará en la mejorar el enfoque de vida del cliente, así como, generar un núcleo familiar más unido. Todo ello gracias a técnicas orientales de meditación y en enseñanzas de mindfulness - atención plena, similares a los realizados en universidades norteamericanas y europeas. Esta oferta no solo es única en La región, sino en todo el país e incluso me atrevería a decir que, en América Latina, no existe actualmente un concepto similar, al propuesto. Además de ello, se incluirá instalaciones modernas y eco amigables, así como extensas áreas verdes, patios comunes.

4.3.1.4 Estudio de competencia. Dentro de La Libertad la competencia es indirecta dado que el segmento al cual van dirigidos y las particularidades y servicios son diferentes al negocio propuesto. Las peculiaridades del club y el servicio del negocio son únicas en la región y el mercado peruano. No existe competencia directa que cuente con extensas áreas verdes. Además, los servicios higiénicos son compartidos y no hay amplitud, ni privacidad tanto para el cliente como para el familiar en caso de una visita matutina. Por otra parte, el asilo Hogar San José, es el más conocido y posee gran extensión, pero no se ha redistribuido adecuadamente, además su infraestructura es antigua.

4.3.1.4.1 Centro Geriátrico “Asilo Hogar San José”. Está ubicado en El Bosque, 051 Trujillo, Perú. Tiene una capacidad: para 300 personas. La edad apta es: 65 años a más. El género: indistinto. Patología: Adultos con enfermedades nerviosas y psicológicas. Condición económica: Personas vulnerables. Alimentación: Tres veces al día.

4.3.1.5 Análisis FODA.

4.3.1.5.1 Fortalezas. Oferta única y exclusiva en la región. Extensas áreas verdes e infraestructura moderna. Personal altamente calificado. Excelente clima en una zona campestre y céntrica.

4.3.1.5.2 Oportunidades. Crecimiento de la población adulta en el departamento de La Libertad. Baja mortalidad de la PAM. Estabilidad macroeconómica de la región y el país. Falta de competencia directa.

4.3.1.5.3 Debilidades. Alto nivel de inversión. Servicio dirigido a adultos mayores autovalentes. Rotación de individuos, por debilitamiento de la salud.

4.3.1.5.4 Amenazas. Concepto opaco de un club de esparcimiento exclusivo para AM. Ingreso de nuevos competidores al mercado. Desconocimiento de clientes potenciales sobre lo que ofrecemos. Desconocimiento de promociones ofertadas

Revisar anexo 06, en donde se detalla en análisis FODA.

4.3.1.6 Factores de Éxito

4.3.1.6.1 Actividades Clave. Trazar y efectuar un club de estancia moderno en ambientes, exclusiva y grande; con el objetivo de que la PAM de los segmentos socioeconómicos A y B de la región La Libertad se sientan contentos en el club de estancia. Selección de personal adecuado: Recursos Humanos tiene como misión contratar a los mejores elementos y a través de nuestro recurso humano fidelizar a nuestros clientes, por eso el personal encargado del reclutamiento del personal, realizará la actividad cuidadosa y profesionalmente. Servicio de calidad: Evaluación perenne al personal, para mejorar los puntos frágiles del servicio y fortificar los puntos positivos del mismo. Se creará un conjunto de redes sociales con el fin de promocionar el negocio y masificar la frecuencia en las redes sociales, la misma que será un medio viable de captar clientes.

4.3.1.6.2 Recursos Clave. Personal debidamente capacitado con vocación de servicio, todo debidamente documentado. Constante capacitación de personal. El centro geriátrico contará con extensas áreas verdes e infraestructura moderna e innovadora con viviendas de 35.5 m². Se contará con el servicio de un gerente de redes encargado de todos los canales digitales del club de estancia. Revisar anexo 07, en donde se detalla el modelo CAME.

El modelo Canvas da una propuesta de valor. Dado que lo que busca es llegar a un público específico, a través de diversos canales. Todo ello relacionado con las propuestas de actividades y recursos con los que se contará, además de los socios, con los que se trabajará y la parte financiera. Residencial “Libertad” busca sobresalir a nivel nacional y latinoamericano ofreciendo un servicio exclusivo e integral para el cuidado del adulto mayor. A través de las buenas prácticas, como la meditación, la alimentación balanceada, el manejo de emociones, actividades campestres, zonas comunes y extensas áreas, personal emocionalmente sano, buscamos sobre salir entre otros centros. En ésta, el cliente se sentirá como en casa y decidirá cada día, si dormirá en el centro o en su casa. Pues cada tarde se dispondrá de movilidad para llevarlos a las mismas. Adicional a ello se sentirán acompañado al intercambiar experiencias y vínculos con las demás personas y sin embargo se dispondrá de privacidad, pues cada individuo tendrá su propio minidepartamento. En residencial “Libertad”, se pregona “la libertad” valga la redundancia, es así que sus hijos y /o amigos podrán venir y quedarse si así lo desean, alimentarse, ejercitarse, pasar la noche o practicar meditación, entre otras cosas, etc.

4.3.1.7 Análisis CAME. Las siglas CAME significan, “corregir, afrontar, mantener y explotar”, es una metodología que se complementa y se relaciona con el análisis DAFO.

Aspectos a Corregir

Tabla 21

CAME – Aspectos a corregir

Aspecto	Acciones
Baja experiencia en el rubro.	Campaña agresiva de marketing, con un community manager experimentado en negocios similares. Establecer alianzas con proveedores y empresas de gran tamaño.

Capital de inversión limitada, con riesgo de endeudamiento	En el inicio del proyecto se busca reducir el riesgo financiero a través de un fondo de inversión propio, con menor tasas de interés, sin dejar de desconocer los riesgos del mercado.
Cartera de Profesionales reducida	Se contará con profesionales especialistas en el cuidado del adulto mayor, así como profesionales de MBSR, para la enseñanza de mindfulness. Tanto presencial, como online a fin de contar con los profesionales idóneos.

Nota. Esta tabla muestra los aspectos a corregir.

Aspectos a Afrontar

Tabla 22

CAME - Aspectos a afrontar

Aspecto	Acciones
Copia de servicios	Mantener la mejora continua en el periodo del proyecto, a fin de sobre salir frente a la competencia.
Competencia no profesional	Ofreciendo un servicio innovador, exclusivo, amplio, moderno, con altos estándares de calidad.
Falta de continuidad de clientes	Capacidad de determinar las necesidades reales de la clientela a fin de adaptarnos a los cambios y a cada uno de ellos.

Nota. Esta tabla muestra los aspectos a afrontar.

Aspectos a Mantener

Tabla 23

CAME - Aspectos a Mantener

Aspecto	Acciones
Proceso de captura de valor al cliente	Apuntamos a desarrollarnos día a día, contamos con profesionales idóneos. A su vez, en base a las opiniones de los clientes. El personal tomará capacitaciones y retroalimentación.

Estándares de calidad en toda la estructura del proyecto. (Inicio – Fin)	Contaremos con certificación de calidad ISO 9011, 14001 y los proveedores de alimentos con los que trabajemos poseerán ISO 22000
Optimización de los recursos en base a una planificación, disminuyendo costos en almacenamiento de stock y alimentos.	Evaluación constante de procesos, procedimientos, gestión y ejecución. Procedimiento de seguimiento de control de proyectos.

Nota. Esta tabla muestra los aspectos a mantener.

Aspectos a Explotar

Tabla 24

CAME - Aspectos a Explotar

Aspecto	Acciones
Mercado Amplio	Apuntamos a las verdaderas necesidades de los clientes, de un sector tan poco valorado. Ofreciendo trato personalizado.
Posibilidad de innovar y realzar a nivel nacional y latinoamericano.	El proyecto cuenta con ideas nuevas y únicas en el país, es el centro especializado para la PAM de mayor extensión en Perú.
Falta de competencia en la ciudad de Trujillo	Diferenciación y posicionamiento en base al producto diferente que ofrecemos.

Nota. Esta tabla muestra los aspectos a explotar.

4.3.1.8 Análisis CAME cruzado

La unión del DAFO y CAME permite obtener una gama de diferentes respuestas, aplicadas al momento actual de la organización.

Figura 12

Estrategias CAME, corregir, afrontar, mantener y explotar



Nota. Estrategias CAME. Tomado de *Management* (p.112) A. Humphrey, 2012.

Estrategia Defensiva

La estrategia nace de la siguiente premisa, ¿Cómo podemos usar nuestras fortalezas para neutralizar o reducir nuestras amenazas? el objetivo de la estrategia defensiva es “protegernos” valga la redundancia de posibles amenazas usando nuestras fortalezas.

Tabla 25

CAME cruzado – Estrategia Defensiva

Fortalezas	Amenazas
Atención personalizada y profesionales capacitados. Infraestructura moderna, exclusiva y de gran espacio (extensión). Ubicación estratégica en la región. Oferta exclusiva, única, innovadora y sólida en la región.	Concepto opaco de una casa de reposo exclusiva para el adulto mayor. Ingreso de nuevos competidores al mercado.
Personal calificado en la atención y en el área gerencial (gerencia general, marketing, RR. HH), etc.	Desconocimiento de clientes potenciales sobre lo que ofrecemos

Nota. Esta tabla muestra la estrategia defensiva.

Como podemos leer nuestras fortalezas están conectadas con las amenazas del mercado. Al informar que brindaremos una atención personalizada y profesional, reducimos el concepto negativo que pueden tener acerca del centro de reposo. Al contar con una ubicación estratégica y entregar un modelo exclusivo

innovador, reducimos los riesgos en caso en el futuro se ingresen competidores al mercado. A su vez el community manager se encargará de masificar y difundir.

Estrategia Ofensiva

Tabla 26

CAME cruzado – Estrategia Ofensiva

Fortalezas	Oportunidades
Atención personalizada y profesionales capacitados. Infraestructura moderna, exclusiva y de gran espacio (extensión). Ubicación estratégica en la región. Oferta exclusiva, única, innovadora y sólida en la región. Personal calificado en el área de marketing	Crecimiento de la población adulta en el departamento de La Libertad. Baja mortalidad de la PAM. Estabilidad macroeconómica de la región y el país. No existe competencia directa en cuanto al servicio ofrecido.

Nota. Esta tabla muestra los aspectos ofensiva.

Como podemos leer nuestras fortalezas tienen el potencial para explotar las oportunidades descubiertas. Es un hecho que la población del Perú, viene envejeciendo. Pero, también es un hecho que la población año a año, viene reduciendo su tasa de mortalidad, uno de los factores es el sólido manejo de la economía en las últimas 2 décadas, exceptuando 2020 (efecto Covid-19), en Trujillo no existe competencia, por lo cual ofrecer una estructura moderna, exclusiva, innovadora nos diferencia de mínimo competencia indirecta que tenemos.

Estrategia de Reorientación

Tabla 27

CAME cruzado – Estrategia Ofensiva

Debilidades	Oportunidades
Alto nivel de financiamiento, para su puesta en marcha. Servicio dirigido a personas autovalentes. Rotación de clientes, debido al debilitamiento de su salud.	Crecimiento de PAM en el departamento de La Libertad. Estabilidad económica. No hay competencia directa.

Nota. Esta tabla muestra la estrategia de reorientación.

En el caso de la estrategia de reorientación, nos enfocaremos en corregir nuestras debilidades, haciendo énfasis en la maximización de oportunidades.

Para corregir y enfrentar la falta de financiamiento y el limitado capital de inversión inicial, apuntaremos a financiar como mínimo el 50 % del proyecto con socios, a fin de reducir tasa de interés por el préstamo bancario. Por otra parte, el servicio está dirigido a personas autovalentes, pero en “Residencial Libertad”, el familiar es bienvenido cuando quiera llegar e incluso tiene la opción de quedarse a realizar actividades o pasar la noche en el departamento de dos habitaciones que posee cada persona. Esta diferenciación hace muy atractiva la idea de negocio. Uno de los objetivos de este centro es mejorar la perspectiva humana de cada adulto, por eso lo que buscamos en el mediano plazo, es que los adultos mayores se vuelvan independientes y ya no sea necesario asistir al centro para alcanzar relativa paz. Está comprobado que mindfulness mejora la calidad de vida. La mejora de los primeros clientes, traerá beneficios – publicidad al centro. Por consecuencia se genera un círculo constante de nuevos participantes.

Estrategia de Supervivencia

Tabla 28

CAME cruzado – Estrategia Supervivencia

Debilidades	Amenazas
Alto nivel de financiamiento, para su puesta en marcha.	Concepto opaco de una casa de reposo exclusiva para el adulto mayor.
Servicio dirigido a personas autovalentes.	Ingreso de nuevos competidores al mercado.
Rotación de clientes, debido al debilitamiento de su salud.	Desconocimiento de clientes potenciales sobre lo que ofrecemos.

Nota. Esta tabla muestra la estrategia de supervivencia.

Aquí nos enfocamos a contener las amenazas del mercado y la competencia, minimizando repercusiones a la empresa. Sí bien esta estrategia nos guiará a defendernos. Nuestro estilo como organización es más de ataque – ofensiva, que de supervivencia.

Luego de conocer nuestras debilidades y amenazas, lo que buscamos es dar un realce a nuestro servicio, siendo casi insuperables por la competencia, volviéndonos atractivos y posicionándonos en el mercado. Nos centraremos a ofrecer productos y servicios con altos estándares de calidad, en función a la satisfacción de los clientes. Manteniendo el recurso humano y teniendo los valores como ejes primordiales en la organización. Inculcando nuestra cultura empresarial y dando un bienestar y buen clima laboral.

4.3.2 Plan de Marketing

4.3.2.1 Estrategia de servicio. El club de estancia para el adulto mayor será un espacio en la que la persona pueda alcanzar estabilidad emocional y espiritual independientemente del nivel emocional con el que haya llegado al centro. (algunos más felices, otros menos.) El centro está enfocado en personas que quieran re encontrarse consigo y busquen mejorar la convivencia con sus amistades y seres queridos.

4.3.2.2 Estrategia de negocio. Tendremos una estrategia mixta, tanto de diferenciación, como de enfoque.

4.3.2.3 Estrategia de diferenciación. Consiste en vender algo único e innovador. El club, cumple con estándares de calidad, es espacioso, con un excelente clima y áreas verdes alrededor. El diseño, así como su infraestructura es acorde a las necesidades del cliente y los tiempos modernos. La innovación se da, al comprobar que no existe un centro de meditación y cuidado para el adulto mayor en todo Departamento de La Libertad, la ciudad de Trujillo en incluso en todo el país. Estas características propias, hacen que en el media plazo se pueda elevar el precio por el alquiler. Las personas de los segmentos socioeconómicos A y B, al ver el nivel, las características del centro y el resultado positivo en sus relaciones – vida, hará que el centro genere una “buena imagen”, la misma que conllevará a recibir más solicitudes de admisión y al ver pocas vacantes (oferta), la demanda aumentará, mayor precio por el servicio (incremento racional y no mercantilista).

4.3.2.4 Estrategia de enfoque. Básicamente es concentrarte en una parte clara del mercado, en este caso nuestro público objetivo son las personas adultas y autovalentes, del sector socioeconómico pertenecientes al nivel A y B de las principales ciudades del Departamento de La Libertad, dando énfasis a Trujillo, por ser la capital y eje principal de todo el norte del país. “Residencial Libertad” se

diferenciará de los demás centros geriátricos del país, al brindar calidad, buen trato y cambios físicos y psicológicos positivos en las personas, se generará un posicionamiento y será referencia en el cuidado y las enseñanzas de meditación en adultos mayores.

4.3.2.3 Centro médico, físico y nutricional

Cuidados médicos. Controlará de manera diaria indicadores como: signos vitales, nivel de glucosa, presión arterial, con el fin de prevenir y trabajar de manera oportuna. Además, se contará con dos técnicos de enfermería y se tendrá un convenio con una clínica local.

Cuidados físicos. Se hará servicios de terapia y rehabilitación física, dependiendo de la condición fisiológica de cada persona. Algunas harán ejercicios de rehabilitación una, dos o tres veces por semana. Previa autorización médica y siguiendo cronogramas pre establecidos.

Cuidados nutricionales. Se dará tres comidas al día. Las comidas serán altas en proteína, para propiciar ganancia muscular y bajas en grasa, preferiblemente. De igual manera, las minutas serán realizadas por el especialista.

Requerimiento requerido según la ley (DS N°044-2016-MIMP). Respetando la ley se contará con el siguiente personal: Gerente General, administrador, psicólogo, un técnico de enfermería, professor de mindfulness, gimnasio y nutricionista

4.3.2.4 Nombre. Residencial Club Libertad

4.3.2.5 Eslogan. Dar amor. Aquí y ahora.

4.3.2.6 Logotipo

Figura 13

Logotipo de la empresa



Nota. Logotipo de la empresa. *Elaboración propia*, por J. Arana, 2021.

Así mismo, para apreciar los Servicios y actividades en el centro. Revisar Anexo 08

4.3.2.7 Marketing Mix. Viene a ser el conjunto de las 4Ps: Producto, plaza, promoción y precio. Término, acuñado por McCarthy (1960) por primera vez.

4.3.2.7.1 Producto.

Horario de Atención,

Opción 1: El horario de atención es de lunes a Domingo (24 horas).

Opción 2: La persona tendrá la postead y libertad de elegir diariamente si desea salir a casa y regresar al día siguiente..Sea tanto la primera, como segunda opción. El precio será el mismo y la persona tendrá la completa libertad de escoger diariamente la opción que más se acomode a su realidad.

Centro de meditación – Mindfulness.

Clases de meditación Los adultos mayores realizarán de manera diaria la meditación del tipo mindfulness. Con el fin de mejorar considerablemente sus relaciones, aumentar la conexión con su entorno y mejorar su salud, entre otros beneficios que trae la practica meditativa (Jon Kabat Zinn, La práctica de la atención plena,2005). Para ello, se contará con profesores certificados en MBSR, también se usará el software Headspace.

Clases del perdón. De lunes a viernes se llevarán clases relacionadas al perdón, tomando como base el libro, forgiving for Good, de Fred Luskin (2003), así como sus estudios en el centro de Proyectos de Perdón de La Universidad de Stanford.

Clases de inteligencia emocional y espiritual. De igual forma se desarrollarán clases de inteligencia espiritual y emocional de manera hibrida (presencial y online), al fin de poder estudiar, aprender y practicar desde la comodidad del centro u hogar.

Actividades de contacto con la naturaleza. Las personas pasarán tiempo, en las labores de jardinería, avicultura y acuariofilia. Disfrutando del entorno y distrayéndose con las actividades en mención. Todo ello está debidamente establecido en el anexo 06.

Centro de actividad deportiva – Ejercicios Físicos. Gimnasio (cardiovascular).

Programa continuo de ejercicios básicos cardiovascular y de intensidad moderada para adultos mayores.

Baile.

Clase alternativa de baile, previa autorización médica. Mediante la práctica se fortifica lazos amicales y beneficia al sistema cardiovascular.

Actividades Familiares y viajes.

Clases familiares de integración. Entendiendo que el vínculo familiar cumple un papel importante en la estabilidad emocional del paciente – cliente. Se entregará información de mindfulness a familiares. Con el fin, de que a libre voluntad empiecen a interesarse en el tema. Los familiares podrán asistir al centro, al menos un domingo de cada mes a intercambiar experiencias, pasar tiempo y en general realizar actividades placenteras que alegren el día.

Celebración de cumpleaños.

La soledad es un factor de riesgo. Por eso el relacionarse con otras personas hace que el adulto mayor desarrolle habilidades ante contextos de estrés como el distanciamiento de amistades o pérdidas familiares, está demostrado que la sociabilidad nos vuelve más felices, Fischman pág. 117, La alta rentabilidad de la felicidad (2010)

Viajes.

Los viajes representan una forma de distracción, pasatiempo, generan un vínculo entre los participantes del programa. Los viajes tendrán consentimiento de la familia e incluso podrán acompañarnos en caso deseen.

Actividades Altruistas.

Dado que el fin del centro es que el paciente - cliente logre conectarse con su ser elevado, logre mejorar su conexión con el mundo y empiece a volverse una persona más tolerante, empática y bondadosa. Es que planteamos la idea de que todos los sábados se pueda visitar a orfanatos, pacientes con cáncer en etapa final o centros de cuidado animal. Ello con el fin de apreciar más cada minuto de vida. Cuando uno da de manera desinteresada dá, recibe amor como recompensa. Como decía Buda, el odio solo se vence con amor y con más odio. Para. Condon, Desbordes, Miller y Desteno,2013. Fischman, inteligencia espiritual en la práctica, 2016. Meditar lo hará traer las cualidades de su ser elevado a su día a día, lo volverá mejor persona y automáticamente empezará a querer ayudar a las demás personas. Cuando uno empieza a hacer actividades altruistas, la calidad de vida

aumenta. En consecuencia, veremos ancianos más felices y sanos (física y psicológicamente), en su día a día.

4.3.2.7.2 Plaza. El negocio se encuentra ubicado en el distrito de Chocope, provincia de Ascope, Departamento de La Libertad, lugar estratégico y cercano a la ciudad de Trujillo. Distrito que además cuenta con uno de los principales hospitales de la región, clínicas y diversos laboratorios.

4.3.2.7.3 Promoción. Se trabajará de la mano con el community manager a fin de maximizar el área de marketing, Esto permitirá la masificación de folletos, tarjetas, publicidad estática y dinámica, distribuido en lugares principales de las principales ciudades, así como cerca a clínicas y hospitales. Se contará con una página web, WhatsApp empresarial, Facebook, entre otros medios. Así como el anuncio en televisión y radio.

4.3.2.7.4 Precio. Los precios son por conceptos de hospedaje (departamento), enseñanza meditativa - mindfulness, movilidad, alimentación y acceso a los beneficios que ofrece el centro. La distribución del centro es de, 70 departamentos. Además, el cliente tendrá la libertad de invitar a familiares y amigos. Así como pasar la noche la cantidad de días que crea conveniente. Creemos que se necesitan por lo menos tres meses de enseñanza continua para ver un cambio. Por eso los contratos mínimos firmados, son por la cantidad de meses antes mencionado. A su vez, los canales de pago son en efectivo, transferencia bancaria y bitcoin.

Tabla 29

Precio mensual vivienda - membresía

Bien	Unid. de medida	Cantidad
Vivienda Individual	4500.00	35 habitaciones
Vivienda Compartida	8000.00	35 habitaciones

Nota. Precio de vivienda mensual y membresía.

Costo Marketing

Tabla 30

Precio mensual vivienda

Bien	Unid. de medida	Cant.	Costo unitario	Costo anual
Publicidad estática	unidades	2	500.00	1000.00
Página web	-	1	1500.00	1500.00
Total	-	-	-	2500.00

Nota. Precio de vivienda mensual.

El precio mencionado se determinó por los siguientes motivos:

- No existe competencia directa, pues el proyecto está dirigido al sector socioeconómico A y B. En la actualidad los albergues para adultos mayores están destinados para los niveles socioeconómicos B, C y D en su mayoría.

- El estudio de mercado muestra una intención hacia el pago ofertado, dado que el servicio ofrecido es único en la región.

- El servicio que se ofrece es el de un centro de reposo, mindfulness y esparcimiento, en donde cada persona tendrá espacio e independencia (minidepartamentos), para mayores motivos de comodidad. En el país se suele cobrar 3500 soles por habitaciones compartidas.

- Dentro de los servicios está la atención, cuidado, alimentación, enseñanza de mindfulness y residencia las 24 horas del día.

4.4.1.8 Planificación de Crecimiento. El crecimiento del negocio se enfocará en el mediano plazo. En el quinto año el objetivo es tener el 100 % de nuestra capacidad cubierta y ser referente en el país. Según la demanda estimada en la evaluación económica. Para el 2026 haremos uso de toda nuestra infraestructura. Revisar Anexo 38.

4.3.3 Plan de Operaciones

4.3.3.1 Proceso del servicio. El proceso inicia brindando información a los potenciales clientes sobre el servicio a ofrecer, vía online (Google meet - zoom) ó presencial. Una vez dada la cita y subsanada las dudas del familiar, éste manifestará interés o en su defecto lo contrario. De mostrar interés se pasará a evaluar psicológicamente y medicamente al potencial cliente. Por último, con los resultados se determinará si es apto o no para el proceso de inscripción.

Para visualizar el flujograma de captación de potenciales clientes. Revisar Anexo 09.

4.3.3.2 Proceso de Inscripción. Con la revisión médica y psicológica optima se verá si la persona se encuentra óptima para su incorporación al club, se procederá a su inscripción. Luego llenará un ficha con los datos de la persona. Una vez realizado ello, la familia del adulto mayor y el adulto firmarán en señal de aceptación de contrato, para que finalmente se realice el pago por concepto de residencia y meditación. Para visualizar el flujograma de proceso de inscripción de cliente. Revisar Anexo 10.

4.3.3.3 Análisis de la cadena de valor. Se llevó a cabo análisis de la cadena de valor a nivel industrial donde operará el centro de mindfulness y esparcimiento. A nivel macro, la industria la componen todos los negocios de productos y servicios para adultos mayores, donde el principal referente es el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP) determinando las políticas y reglamentos para su funcionamiento. Como se pueden observar, la empresa producto del presente plan de negocios, se encuentra dentro de los Centros Privados, también regulados por políticas del MIMP, y en competencia directa con los centros integrales para el adulto mayor (CIAM – CAM) para los servicios de club, así como con los servicios privados para los servicios de esparcimiento.

Figura 14

Esquema de la cadena de Valor



Nota. Esquema de cadena valor. *Elaboración propia*, por J. Arana, 2021.

4.3.3.4 Diagrama de Flujo de procedimientos “Club de estancia”. Se llevó a cabo el diagrama de flujo del club de estancia para adultos mayores. Para mayor detalle. Revisar Anexo 11.

4.3.4 Plan Organizacional y de Recursos Humanos

4.3.4.1 Estructura Organizacional

4.3.4.1.1 Organigrama. Se detallará en el organigrama. Cuenta con un gerente general, gerente de operaciones, administración, médico y asistencial. Revisar Anexo 12.

4.3.4.1.2 Descripción de Perfiles del personal.

Gerente General. Será el encargado de ordenar, coordinar, organizar, planificar las diferentes actividades de la organización. Es una persona que ejerce liderazgo y articula el desarrollo sostenible del centro. Como profesión administradora preferiblemente (no excluyente)

Junta de Operaciones y Ventas. Persona encargada de la logística – cadena de suministro, con experiencia en control de inventarios y marketing (ventas)

Staff Administrativo

- Administrador
- Licenciado en ciencias administrativas o afines.
- Asistente Administrativo
- Bachiller en ciencias económicas.

Staff Médico

- Médico Geriatra
- Se encargará de realizar las evaluaciones preventivas, así como la evaluación integral del residente desde el momento del ingreso, además evaluará periódicamente a los ancianos.

- Enfermera
- Apoyo médico, entre sus funciones estarán las de administrar medicamentos, tomar presión sanguínea, pulso, periódicamente la temperatura, historia clínica y atención al adulto que lo necesite.

- Nutricionista
- Se encargará de la distribución adecuada de proteínas, carbohidratos, lípidos (grasas), vitaminas, minerales y agua. Así mismo, buscará prevenir enfermedades al corazón, diabetes tipo 2.

- Profesor de mindfulness – Compasión
- Profesional de cualquier área con certificación de MBSR. Mismo que se encargará de implantar clases de mindfulness y compasión, integración, desarrollo, estrés, perdón, conciencia, entre otros.

- Psicólogo
- Trabajará de manera conjunta con el profesor de mindfulness. Al fin de ver la psique emocional de los pacientes.

Staff Asistencial

- Personal de Limpieza
- Personal de seguridad
- Cuidado y monitoreo de las instalaciones.
- Personal de cocina
- Elaborará los alimentos bajo el cuidado de un nutricionista.
- Personal deportivo, se encargarán del área de baile y gimnasio.

Tendrán como objetivo, velar por el cumplimiento y rutina deportiva de los participantes. Adaptándola a sus necesidades. Para ello se dispondrá de un profesional de ciencias del deporte.

4.3.4.2 Proceso de Recursos Humanos. Dado que el servicio va dirigido a persona de la tercera edad, se tendrá cuidado en la evaluación de personas con conocimientos mínimos de inteligencia emocional y habilidades blandas. El postulante que posteriormente será un colaborador de la organización será sometido a una evaluación de desempeño.

Figura 15

Procesos de Recursos Humanos



Nota. Procesos de recursos humanos. *Elaboración propia*, por J. Arana, 2021.

4.3.4.2.1 Proceso de Reclutamiento. La contratación del personal inicia con el reclutamiento, misma que estará a cargo del gerente de recursos humanos, previamente solicitado por un área de la empresa. La primera opción, la tendrán trabajadores del área, luego se publicará de manera externa – sitios web relacionados a reclutamiento como CompuTrabajo.

4.3.4.2.2 Proceso de Selección y Contratación. Se toma contacto con los candidatos que pasaron el filtro inicial, luego se agenda una cita con los candidatos, para una evaluación psicológica y técnica. Luego de los resultados el jefe de área decidirá por el personal idóneo para ocupar el cargo.

4.3.4.2.3 Evaluación de Desempeño. Las capacitaciones e inducción deben estar acorde a la vanguardia del mercado y modelo de negocio, a fin de diferenciarse, fidelizar y generar valor de negocio.

4.3.4.3 Política de Gestión del Talento Humano

4.3.4.3.1 Política de Inducción. Consiste en mostrar al nuevo trabajador la política organizacional de la empresa que rige en el club. El área contratante será la encargada de coordinar la inducción, con el fin de mostrar la interacción entre áreas y clientes. Finalmente, el jefe directo detallará las funciones a realizar.

4.3.4.3.2 Estructura Salarial. El monto a pagar al total de la planilla incluyendo beneficios sociales asciende a S/ 619,802.83. Revisar Anexo 13.

4.3.5 Plan de Constitución Legal de la empresa

4.3.5.1 Tipo de propiedad. Para poner en marcha el club de estancia, se utilizará el tipo de propiedad privada; ¿Por qué?, por las características definidas que tiene la iniciativa empresarial. Maximización de ganancias, rentabilidad y equilibrio empresarial. La gestión de la empresa estará en manos de los socios.

4.3.5.2 Tipo de empresa. La empresa tendrá el nombre de Residencia Libertad S.A.C, se constituirá bajo la modalidad de sociedad anónima cerrada (S.A.C). Cualquier modificación en el estatuto de la empresa, se realizará previo acuerdo entre la mayoría de accionistas.

4.3.5.3 Libros Contables. Registro de compras, registro de ventas y libro diario simplificado. Todo legalizado notarialmente. Todo ello, según lo indicado por la SUNAT.

4.3.5.4 Régimen Laboral. La empresa se registrará por el régimen laboral general, la cual establece los derechos y beneficios de los colaboradores:

- Remuneración mínima vital, 930 soles.
- Derecho a 30 días de vacaciones por un año trabajado.
- CTS, equivalente a sueldo al año
- Gratificaciones, equivalente a dos sueldos al año
- Pago de Seguro social (EsSalud), para el trabajador y su familia.

4.3.5.5 Formalización de la empresa. Para formalizar la empresa Residencial Libertad, se deberá completar el siguiente proceso:

- Búsqueda del nombre de la empresa en SUNARP.

- Reserva del nombre en registros públicos.
- Elaboración de la minuta
- Elevación de minuta a escritura pública
- Inscribir la escritura pública en registros públicos
- Obtención del número de RUC
- Compra y legalización de libros contables
- Inscribir a trabajadores en Es salud
- Solicitud de licencia municipal

El presupuesto en la parte legal asciende a S/ 290. Revisar Anexo 14.

4.4. Plan de Ingeniería

En esta parte de la investigación nos enfocaremos en conocer y describir la distribución de los ambientes, así como el presupuesto para ejecutar el centro de reposo. Se dispone de un área de 10 000 m².

El costo del terreno fue de 50 000 soles. Además, se dispondrá de 70 viviendas. Las viviendas serán de un solo nivel con un área total de 35.5 m². Así mismo el centro se dividirá en áreas funcionales:

4.4.1 Área de Viviendas

Para la construcción de 70 departamentos de 35.5 m² se invertirá S/ 12,802.48 por vivienda, dando un total de S/ 896,173.60. Para visualizar el presupuesto y planos de las viviendas. Revisar Anexos comprendidos entre el 15 y 23. Así mismo la implementación del área de viviendas ya está presupuestada. Revisar Anexo 35.

4.4.2 Área Médico – Deportivo

El área deportiva es un área común de 277 m², el monto a invertir será S/ 302,729.57. Para visualizar el presupuesto y plano del área médico - deportivo. Revisar Anexos 24 y 25.

Así mismo la implementación para el área médico – deportivo ya está presupuestada. Revisar Anexo 35.

4.4.3 Área administrativa – Centro de lectura

El área administrativa tendrá una pequeña oficina y una sala de recepción. La sala de lectura contará con áreas verdes dentro de la instalación. Teniendo un

área total de 522.5 m², con un valor S/ 422,065.44. Para visualizar el presupuesto y plano del área administrativa y centro de lectura. Revisar Anexos 26 y 27.

Así mismo la implementación del área administrativa y centro de lectura ya está presupuestada. Revisar Anexo 35.

4.4.4 Patio de comida

Es un área común de 339.80 m², dada las características del área el monto a invertir será S/ 298,558.97. Para visualizar el presupuesto y plano del patio de comida. Revisar Anexos 28 y 29. Así mismo la implementación del patio de comida ya está presupuestada. Revisar Anexo 35.

4.4.5 Centro de meditación

El área de meditación es un área común de 104 m², dada las características del área el monto a invertir será S/ 110,290.56. Para visualizar el presupuesto y plano del área de meditación. Revisar Anexos 30 y 31. Así mismo la implementación del centro de meditación ya está presupuestada. Revisar Anexo 35.

4.4.6 Tanque elevado

Para la construcción de un tanque elevado se invertirá 36 876 soles. Para visualizar el presupuesto y plano del tanque elevado. El tanque tendrá un volumen de 15.5 m³. Revisar Anexos 32, 33 y 34.

El costo total del proyecto de ingeniería rondó los S/ 2,116,694.40. El área construida asciende a 3,728.3 m² y el área libre 6271.7 m².

Al proyecto se tendrá que adicionar los costos de la implementación de las viviendas y las áreas funcionales, misma que requerirá una inversión de S/ 187,814.80. Revisar Anexo 35. Todo ello se detallará en el próximo capítulo.

4.5 Plan Económico – Financiero

4.5.1 Inversión Ingeniería

Los precios de la inversión de infraestructura y costo del terreno del proyecto, como se vio en el capítulo anterior ascienden a S/ 2,116,694.14.

4.5.2 Inversión Pre Operativa

Incluye la suma de la inversión fija tangible, la inversión fija intangible y los gastos pre operativos. El monto de inversión fija tangible asciende a S/ 187,814.80. Misma que incluye los equipos y muebles para las viviendas y las áreas funcionales

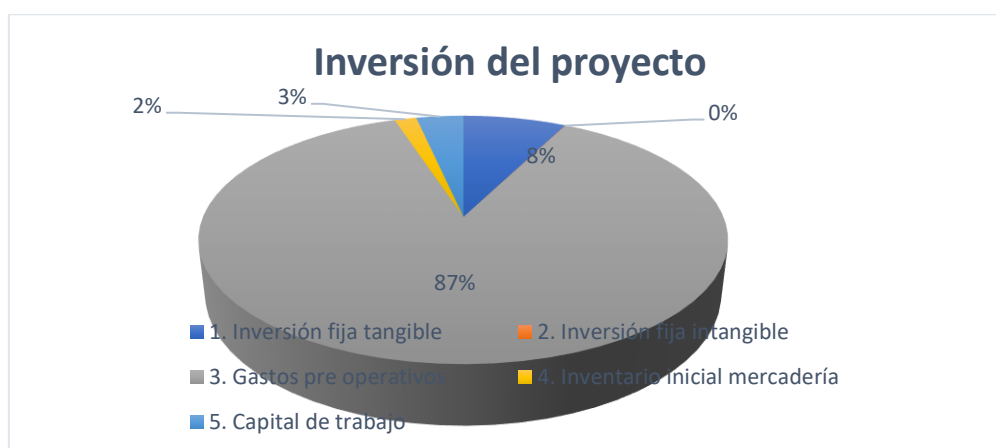
del proyecto. El monto de inversión fija intangible asciende a S/ 959. Misma que incluye la suma de los gastos de constitución de empresa y licencias. La inversión en gastos pre operativos asciende a S/ 2,175,976.40. Misma que incluye la inversión de ingeniería, marketing, remuneración de personal, servicios y bienes no depreciables. Por lo tanto, el monto total de la inversión total asciende a S/ 2,490,215.18. Revisar Anexo 35

4.5.3 Costos del Proyecto

La inversión del proyecto es de S/ 2,490,215.18. La inversión fija tangible, asciende a S/ 187 814.80, misma que representa el 7.54 %. La inversión fija intangible, asciende a S/ 959.00, misma que representa el 0.04 %. Los gastos preoperativos, ascienden a S/ 2 175 976.40, misma que representa el 87.38 %. El inventario inicial de mercadería, asciende a S/ 39 806.49, misma que representa el 1.60 %. El capital de trabajo, asciende a S/ 85 658.49, misma que representa el 3.44 %. Revisar Anexo 35.

Figura 16

Inversión del proyecto



Nota. Inversión del proyecto. *Elaboración propia*, por J. Arana, 2021.

4.5.4 Inversión a partir del segundo año

A partir del segundo año se tendrá una inversión de S/ 5 140.50. Revisar Anexo 36.

4.5.5 Depreciación anual

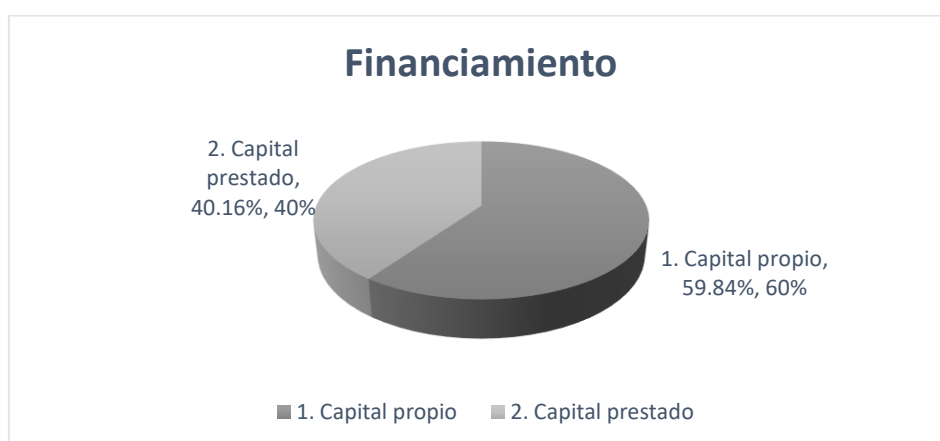
La depreciación de equipos mensuales se estima en S/ 9924.98. Revisar Anexo 37.

4.5.6 Financiamiento

El 59.84 % que viene a ser S/ 1 490 215.18 será producto de un capital propio y el 40.16 % que viene a ser S/ 1 000 000 será proveniente de un capital prestado. La inversión total asciende a S/ 2,490,215.18. Se obtendrá un financiamiento externo a través del Banco BBVA, mediante un préstamo de libre disponibilidad por un monto de S/ 1,000,000.00, en un plazo de 36 meses con una TCEA referencial de 5.22%, pagando una cuota mensual de S/ 30,048.97

Figura 17

Fuente de financiamiento



Nota. Financiamiento. *Elaboración propia*, por J. Arana, 2021.

4.5.7 Costo de oportunidad (COK)

Se procede a calcular el costo de oportunidad (COK) mediante el modelo de activos de activos financieros (CAPM):

$$\text{COK} = R_f + B * (R_m - R_f) + \text{Riesgo País} + \text{ajuste inflacionario}$$

Donde:

- **Rf:** tasa de libre riesgo correspondiente a tasa de rentabilidad de bonos del tesoro norteamericano.
- **B:** Beta, indicador de riesgo de mercado
- **(Rm – Rf):** prima de riesgo

Hallando Tasa libre de riesgo (Rf)

Figura 18

Tasa libre de riesgo (Rf)

Rentabilidades acumul. %	Rentabilidad	+/− Categoría	10/12/2021
1 día	-0,18	0,26	-0,74
1 semana	-1,17	-0,67	-0,89
1 mes	1,98	0,60	-0,02
3 meses	3,79	1,13	0,20
6 meses	7,74	1,16	-0,58
Año	5,85	1,85	-0,26
1 año	4,77	1,85	-0,15
3 años anualiz.	4,43	0,84	-0,34
5 años anualiz.	1,48	0,57	-0,24
10 años anualiz.	3,71	0,82	-0,25

Nota. Tasa libre de riesgo (Rf). Tomado de *Banco mundial*, 2021.

Hallando el Coeficiente Beta (B)

Beta de servicios de asistencia sanitaria, obtenido de la página B por sector.

Figura 19

Coeficiente Beta

Nombre de la industria	Numero de empresas	Beta	Relación D / E	Tasa efectiva de impuestos	Beta sin apalancamiento	Valor en efectivo / empresa	Beta sin apalancamiento corregida por dinero en efectivo
Energía verde y renovable	25	0,98	64,06%	1,74%	0,67	1,44%	0,68
Productos para el cuidado de la salud	265	0,83	10,69%	2,57%	0,77	3,45%	0,80
Servicios de asistencia sanitaria	129	0,85	31,70%	5,65%	0,69	6,49%	0,74
Información y tecnología de la salud	139	0,79	12,10%	4,16%	0,73	3,56%	0,75
Construcción de viviendas	30	1,46	32,73%	15,91%	1,18	11,39%	1,33

Nota. Coeficiente beta. Tomado de *Coeficiente Beta*, 2021.

B sin apalancar: 0.69

B apalancado = B sin apalancar * (1 + % capital prestado / % capital propio)

* (1 - tasa impositiva)

B apalancado = 0.82

Hallando la tasa de rendimiento de mercado (Rm)

Figura 20

Tasa de rendimiento de mercado (Rm)

Categoría Morningstar	YTD Return%	3 Month Return %	1 Year Return %	3 Year Anlstd %	5 Year Anlstd %	3Yr Std Dev	Date
Mixtos Euros Moderados PP	28,37	-1,57	29,20	13,54	8,69	9,80	10/12/2021
RV Sector Salud	11,92	-1,86	14,57	13,32	10,31	15,54	10/12/2021
RV Global Alto Dividendo	23,29	4,95	24,04	13,01	7,82	16,07	10/12/2021

Nota. Tasa tasa de rendimiento de mercado. Tomado de *Banco mundial*, 2021.

Rm del sector salud = 10.31 %

Hallando la prima de riesgo (rm - rf)

rm = 10.31%

rf = 1.48%

Prima de riesgo = 8.83 %

Hallando el riesgo país

Cálculo del EMBI+ (Indicador de Bonos de Mercados Emergentes) como promedio de 5 años.

Tabla 31

Riesgo país

FECHA	EBMI +
Dic-17	1.36%
Dic-18	1.33%
Dic-19	0.86%
Dic-20	1.10%
Dic-21	1.41%
PROMEDIO	1.21%

Nota. Esta tabla muestra el riesgo país.

Hallando el COK en dólares

Inflación anualizada (febrero 2021): 2.40 % para Perú.

Inflación anualizada (febrero 2021): 1.68 % para EE. UU.

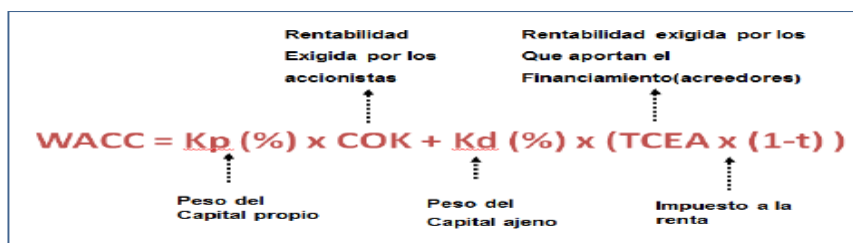
COK en soles = COK en dólares * (1 + inflación anualizada Perú) / (1 + inflación anualizada EE. UU)

COK en soles = 9.94 %

4.5.8 Costo de capital promedio ponderado (CPPC O WACC)

Figura 21

Formula del WACC



Nota. En el gráfico se presenta la fórmula del WACC. Tomada del Banco mundial. 2021.

	Fuente de K	%
K propio	1,490,215.18	59.84%
K deuda	1,000,000.00	40.16%
	2,490,215.18	

COK ANUAL = 9.94 %

TCEA = 5.22 %

IMPUESTO A LA RENTA = 29.50 %

WACC = %Kp * COK + %Kd * (TCEA *(1-t))

WACC anual= 7.43 %

4.5.9 Proyección de la demanda

Teniendo en cuenta la capacidad del proyecto, se estima que un 10.7% de la población objetivo contratará el servicio ofertado. Al proyectar la demanda, se puede observar que a partir del año 3 se alcanza la capacidad máxima del proyecto. Revisar Anexo 38, en donde se aprecia la demanda para habitaciones individuales y dobles.

4.5.10 Capacidad del proyecto

El club de estancia y esparcimiento para el adulto mayor cuenta con 70 departamentos disponibles, con capacidad para albergar hasta 105 personas, de acuerdo a la siguiente distribución:

Tabla 32

Número de habitaciones - Capacidad del club

Tipo de habitación	Nº de habitaciones	Cant. De personas	Cost. P. (IGV)	Ingreso mensual
Individual	35	35	4,500.00	157,500.00
Doble	35	70	4,000.00	280,000.00
Total	70	105	8,500.00	437,500.00

Nota. Esta tabla muestra el precio por habitaciones.

4.5.11 Presupuesto de Ventas

Revisar Anexo 39, en donde se podrán apreciar los ingresos anuales tanto de las habitaciones individuales como dobles.

Figura 22*Proyección de las ventas durante el horizonte del proyecto*

Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Año 1	218,000.00	243,000.00	259,500.00	272,000.00	288,500.00	305,000.00	321,500.00	338,000.00	354,500.00	375,000.00	395,500.00	420,500.00
Año 2	218,000.00	243,000.00	259,500.00	272,000.00	288,500.00	305,000.00	321,500.00	338,000.00	354,500.00	375,000.00	395,500.00	420,500.00
Año 3	222,500.00	247,500.00	264,000.00	276,500.00	293,000.00	309,500.00	326,000.00	342,500.00	359,000.00	384,000.00	404,500.00	425,000.00
Año 4	222,500.00	247,500.00	264,000.00	276,500.00	293,000.00	309,500.00	326,000.00	342,500.00	359,000.00	384,000.00	404,500.00	425,000.00
Año 5	226,500.00	251,500.00	268,000.00	280,500.00	297,000.00	313,500.00	330,000.00	350,500.00	367,000.00	392,000.00	412,500.00	437,500.00
Total de ingresos	1,107,500.00	1,232,500.00	1,315,000.00	1,377,500.00	1,460,000.00	1,542,500.00	1,625,000.00	1,711,500.00	1,794,000.00	1,910,000.00	2,012,500.00	2,128,500.00

Nota. Proyección de las ventas durante el horizonte del proyecto. Horizonte de ventas del proyecto en un periodo de cinco años. *Elaboración propia*, por J. Arana, 2021.

4.5.12 Costos de Producción

Se contempló que el club ofrezca: Desayuno, porción a la media mañana, almuerzo, porción en la tarde y cena. Para ver el costo específico de cada alimento. Revisar Anexo 40. De manera resumida se mostrará el costo unitario de la materia prima por persona.

Figura 23*Costo unitario de materia prima por persona*

Descripción	Costo semanal	Costo mensual
Costo de desayuno	59.07	236.28
Costo de merienda media mañana	28.14	112.56
Costo de almuerzo	46.83	187.32
Costo de merienda media tarde	47.39	189.57
Costo Total	181.43	725.73

Nota. Costo unitario de materia prima por persona. *Elaboración propia*, por J. Arana, 2021.

4.5.13 Proyección de precios

La proyección de precios va de la mano con la inflación anual que se da en el país. Para detallar observar figura 24. Revisar Anexo 41.

Figura 24*Proyección de inflación para los últimos cinco años*

		Inflación				
		5.48%	5.72%	5.96%	6.20%	6.44%
Horizonte	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio de materia prima	725.73	765.51	809.30	857.52	910.67	969.29

Nota. Proyección de inflación para los últimos cinco años. *Elaboración propia*, por J. Arana, 2021.

4.5.14 Presupuesto de compras

- El presupuesto de compras para el año 2022 es de S/ 695,082.61
- El presupuesto de compras para el año 2023 es de S/ 734,841.55
- El presupuesto de compras para el año 2024 es de S/ 790,636.22
- El presupuesto de compras para el año 2025 es de S/ 839,639.89
- El presupuesto de compras para el año 2026 es de S/ 911,134.72
- Para observar de manera detallada el presupuesto de compras de manera mensual. Revisar Anexo 42.

4.5.15 Gastos Administrativos - Remuneraciones

La remuneración para los diversos profesionales que serán parte del club de estancia para adultos mayores asciende a S/ 619,802.83. Revisar Anexo 43.

4.5.16 Gastos Administrativos – Servicios

Los gastos administrativos para el mes uno del año uno asciende a S/ 4,300.00. Mientras que los gastos administrativos anuales para los sub siguientes años ascienden a S/ 3,680.00. Revisar Anexo 44.

4.5.17 Gastos Financieros

Viene a ser el préstamo bancario, misma que asciende a S/ 1,000,000.00. El pago se efectuará en tres años con una tasa de costo efectivo anual (TCEA) de 5.22 % por lo cual es monto a cancelar será de S/ 1,081,762.90. Revisar Anexo 45.

4.5.18 Crédito fiscal

El crédito fiscal a favor de la empresa para el mes de diciembre del año 2021 (Inicio de obra) y el año 2022 fue de S/ 130,242.41. El crédito fiscal a favor de la empresa para el año 2023 fue de S/ 119,435.92. El crédito fiscal a favor de la empresa para el año 2024 fue de S/ S/ 126,592.27. El crédito fiscal a favor de la empresa para el año 2025 fue de S/ S/ 134,195.26. El crédito fiscal a favor de la empresa para el año 2026 fue de S/ 470,830.20. Revisar Anexo 46.

4.5.19 Flujo de Caja

Se detalló de manera mensual el flujo económico y financiero. Revisar Anexo 47. Sin embargo, a continuación, se mostrará de manera resumida el flujo de caja comprendido entre los años 2022 – 2026.

Figura 25*Resumen de flujo de caja – Periodo de 5 años*

FLUJO DE CAJA ANUAL (2022 - 2026)	DICIEMBRE	2022	2023	2024	2025	2026
INGRESOS						
Ingresos por ventas		3,212,711.86	3,212,711.86	3,266,101.69	3,266,101.69	3,327,542.37
Crédito fiscal a favor		130,242.41	119,435.92	126,592.27	134,195.26	470,830.20
TOTAL DE INGRESOS		3,342,954.27	3,332,147.79	3,392,693.96	3,400,296.95	3,798,372.57
EGRESOS						
Compra de materia prima		695,082.61	734,841.55	790,636.22	839,639.89	911,134.72
Gastos administrativos (Remuneraciones)		619,802.83	619,802.83	619,802.83	619,802.83	619,802.83
Otros gastos administrativos (Pago de servicios)		44,780.00	44,160.00	44,160.00	44,160.00	44,160.00
Impuesto a la Renta (Pago a cuenta mensual)		57,127.12	64,254.24	65,245.76	65,322.03	66,338.98
Impuesto a la Renta (Pago anual)			418,409.88	393,592.69	469,246.05	542,024.88
TOTAL DE EGRESOS		1,416,792.56	1,881,468.49	1,913,437.51	2,038,170.81	2,183,461.41
FLUJO DE CAJA OPERATIVO		1,926,161.71	1,450,679.29	1,479,256.46	1,362,126.14	1,614,911.16
FLUJO DE CAPITAL O DE INVERSIÓN						
Inversión fija tangible	-187,814.80	-690.50	-690.50	-1,140.50	-4,690.50	-690.50
Inversión fija intangible	-959.00					
Inversión en gastos pre operativos	-2,175,976.40					
Inventario inicial de mercadería	-39,806.49					
Inversión en capital de trabajo	-85,658.49					
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-2,490,215.18	1,925,471.21	1,449,988.79	1,478,115.96	1,357,435.64	1,614,220.66
Préstamo	1,000,000.00					
Amortización		320,177.68	333,172.82	346,649.50	0.00	0.00
Pago de intereses		34,042.76	21,047.62	1,210.63	0.00	0.00
Comisiones + seguros		6,367.20	6,367.20	6,367.20	0.00	0.00
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-1,490,215.18	1,564,883.57	1,089,401.15	1,123,888.63	1,357,435.64	1,614,220.66

Nota. Resumen de flujo de caja – Periodo de 5 años. *Elaboración propia*, por J. Arana, 2021.

4.5.20 Estados de resultados

Los estados de resultados para el año 2022, ascienden a S/ 1,136,452.82. Los estados de resultados para el año 2023, ascienden a S/ 1,094,176.57. Los estados de resultados para el año 2024, ascienden a S/ 1,087,563.70. Los estados de resultados para el año 2025, ascienden a S/ 1,277,344.84. Los estados de resultados para el año 2026, ascienden a S/ 1,453,886.52. Revisar Anexo 48.

4.5.21 Balance Inicial**Figura 26***Balance inicial*

Balance General, 2021

		Año 0 - 2021	
Cajas y bancos	2,261,634.89	I. Renta por pagar	
Cuentas por cobrar		Deudas por pagar	320,177.68
Inventario	39,806.49	Pasivo corriente	320,177.68
1. Renta por cobrar			
Activo corriente	2,301,441.38	Deudas por pagar	679,822.32
		Pasivo no corriente	679,822.32
Activos fijos	187,814.80		
Depreciación de activos fijos		Total Pasivo	1,000,000.00
Amortización de intangibles			
Intangibles	959.00	Capital Social	1,490,215.18
Activo no corriente	188,773.80	Utilidades retenidas	
		Total patrimonio	1,490,215.18
Total Activos	2,490,215.18	Total pasivo y patrimonio	2,490,215.18

Nota. Balance inicial. *Elaboración propia*, por J. Arana, 2021.

4.5.22 Evaluación Financiera

Desarrollada la evaluación económica - financiera se pudo determinar:

Un VAN económico de S/ 3,507,435.96, así como una TIR de 60%. Obteniendo una ratio B/C económico de 1.41. Mientras que en el VAN financiero se obtuvo un monto de S/ 3,959,520.85 así como una TIR de 88%. Obteniendo una ratio B/C económico de 2.66. El COK anual fue de 9.95 % y el WACC anual de 7.43 %. Por lo tanto, si la tasa interna de retorno (TIR) es mayor al COK, la rentabilidad del negocio será considerada favorable. Revisar Anexo 49

4.5.23 Evaluación Financiera – Escenario Optimista

Se considera un escenario optimista, porque se asume que habrá un incremento de 5% en el valor de la venta. Bajo esa perspectiva se obtuvo un VAN económico de S/ 4,869,073.42, así como una TIR de 79%. Obteniendo una ratio B/C económico de 1.96. Mientras que en el VAN financiero se obtuvo un monto de S/ 5,407,300.54 así como una TIR de 117%. Obteniendo una ratio B/C económico de 3.63. Revisar Anexo 50.

4.5.24 Evaluación Financiera – Escenario Pesimista

Se considera un escenario pesimista, porque se asume que habrá una disminución del 4.8 % en el valor de la venta. Bajo esta perspectiva se obtuvo un VAN económico de S/ 3,524,612.59, así como una TIR de 62%. Obteniendo una ratio B/C económico de 1.42.

Mientras que en el VAN financiero se obtuvo un monto de S/ 3,971,197.23 así como una TIR de 91%. Obteniendo una ratio B/C económico de 2.66. Revisar Anexo 51. Por lo tanto, ya sea en un escenario optimista como pesimista se puede concluir que es viable ejecutar el proyecto.

V. DISCUSIÓN

La tesis tuvo como objetivo principal diseñar un plan de negocios para la implementación de un club de estancia para adultos mayores en el Departamento de La Libertad. Por cual, se elaboró el instrumento de recolección de información teniendo como base al eje principal de la investigación.

1. Elaborar un estudio de mercado

1.1 Síntesis del resultado

Una vez realizada las encuestas a la población objetivo, se observó que de las 96 personas encuestadas: El 66 % de personas vive con un adulto mayor, el 22 % vivirá con un adulto mayor y solo el 12% no vive, ni vivirá con adultos mayores. También se pudo constatar que entre las principales actividades que mostraron interés los adultos mayores están jardinería, baile y meditación, con un 23 %, 18 % y nuevamente un 18 %, respectivamente. En cuanto al precio base, las personas encuestadas manifestaron que podrían pagar los 4000 soles mensuales 82 %, 4500 soles un 18 %, mientras que la totalidad de las personas dijeron que no pagarían 5000 soles o más. Así mismo se debe mencionar que debido al COVID 19, las encuestas realizadas se hicieron en el mes de octubre cumpliendo todos los protocolos de seguridad.

1.2 Causales

La presente investigación fue para un negocio nuevo, por lo cual es primordial realizar un correcto análisis del mercado, esto porque si nos saltamos este paso es muy probable que la línea de negocio fracase, pues se desestimaría las necesidades del consumidor, no se visualizaría la competencia y precios a pagar.

1.3 Tendencias con la propuesta de solución

De acuerdo con los resultados sólo el 23 % de encuestados conoce un centro de cuidado para el adulto mayor, "Asilo, San José". Mismo, que tiene una temática diferente al negocio propuesto. Por eso, en toda la región no existe competencia directa con el modelo propuesto. Además, el 100 % de personas estaría dispuesta a que su familiar practicara mindfulness, entendiendo que este último ayuda a reducir el estrés, aumentar la autoestima y mejorar las relaciones entre sus amistades y amigos, entre otras.

1.4 Análisis de marco teórico

1.4.1 Antecedentes

“El estudio de mercado permite conocer el entorno en el que operará la empresa y el mercado con el que se encontrará”. (Zanella et al, 2020). Con el estudio de mercado tratamos de entender como un servicio o producto se mueve en un determinado mercado, con el propósito de plantear una estrategia óptima. “El estudio de mercado tiene como finalidad hacer el proyecto rentable, para eso estudia el producto o servicio al que se enfrentará”. (Herrera, 2017). Mientras que para Rosendo (2018), el estudio de mercado no es solo una simple opinión, sino una comunicación entre la empresa y el lugar en donde se ofrecerán los servicios y/o productos.

1.4.2 Bases teóricas

Con un estudio de mercado se obtiene información relativa a los gustos del cliente, esto se corrobora con la teoría de Zamarreño (2017), indica que una investigación de mercado se considera como una búsqueda de información la cual ayudará a entender a las personas, a la empresa y a la competencia. “El estudio de mercado busca relacionar la empresa con el cliente a fin de satisfacer a las dos partes”. (Fernández, 2004). “Además, el estudio de mercado permitirá apreciar si existe o no una demanda insatisfecha”. (Pérez-Sandi & Patricia, 2002)

2. Diseñar un plan de negocios

2.1 Síntesis del resultado

Se diseñó un plan de negocios para implementar un club de estancia para adultos mayores, para esto fue necesario realizar un análisis de entorno, estudio de mercado, plan operativo que comprendía: Planeamiento estratégico, marketing, operaciones, recursos humanos y la constitución legal de una empresa. Por última se realizó un plan de ingeniería y económico - financiero.

2.2 Causales

Cuando uno quiere desarrollar un negocio es necesario determinar los costos y gastos a los que se asumirá, así como desarrollar estrategias que mitiguen las contingencias a las que el negocio se enfrentará. La globalización hace del mercado competitivo y ahí radica la importancia de desarrollar un plan de negocios acorde a las necesidades de cada organización.

2.3 Tendencias con la propuesta de solución

El proyecto es innovador dado que no existe un negocio similar que ofrezca un centro de esparcimiento, cuidado y relajación exclusivo para el adulto mayor. Además, si vemos las gráficas del INEI, nos daremos cuenta que año tras año el número de la PAM va en aumento.

2.4 Análisis de marco teórico

2.4.1 Antecedentes

Para Martínez y Caquiamarca (2019). Un plan de negocios estratégico es trabajar mano a mano con profesionales capacitados que logren ayudar al bienestar del adulto mayor. Manteniendo la comunicación, el trabajo en equipo y cultura organizacional. Para, Zorita y Enrique (2013) una de las maneras que se tiene para saber si el proyecto es rentable o no, se base en identificar el segmento de clientes al cual se dirigirá, esto con la finalidad de ver si hay un mercado insatisfecho o ya explotado. “Un plan de negocios busca anticiparse al futuro, anticipar al entorno con el que se topará. Con el fin de tomar decisiones idóneas”. (Viniestra, 2007)

2.4.2 Bases teóricas

Esto coincide con la teoría de Zorita (2016). En el hecho, de que un plan de negocios examine estas tres características principales, que son: eficaz, estructurado y comprensible con el fin de ayudar a desplegar un mejor análisis de la viabilidad del negocio, siendo ésta una vía para examinar con las proyecciones la rentabilidad del nuevo proyecto. Mientras que para Keones (1994), “las tres claves para desarrollar un negocio son: Consolidarlo, organizarlo y actualizarlo”.

3. Determinar la rentabilidad del plan de negocios

3.1 Síntesis del resultado

Como resultado obtuve que el estudio en cuestión es rentable, de acuerdo a los indicadores económicos y financieros del valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR).

3.2 Causales

Una vez realizado el plan de negocio se elaboró un plan económico y financiero con la finalidad de determinar la rentabilidad del club de estancia para el adulto mayor.

3.3 Tendencias con la propuesta de solución

Con la realización de análisis internos y externos constantemente se logrará la proyección realizada o mejor aún se aumente la rentabilidad esperada. Así como también reflejar las ganancias obtenidas o caso contrario detectar de manera oportuna los errores y corregir para continuar con el crecimiento empresarial.

3.4 Análisis de marco teórico

3.4.1 Antecedentes

Marcelo y Vargas (2016). Hoy en días las condiciones socio económicas para los adultos mayores es mejor que antes, puesto que son generaciones mejor educadas que las que le preceden, es aquí donde apuntamos a los niveles socioeconómicos A y B, por eso nuestro precio de venta es medianamente alto – alto. Para Mora y Rojas (2015). Este trabajo va dirigido especialmente a los adultos mayores por ser los usuarios del servicio, pero se trabajará directamente con los hoteles geriátricos, dicha idea nació por el acercamiento del equipo emprendedor en el trabajo de un hotel geriátrico en donde tuvo contacto directo con los adultos mayores, con esta experiencia se pudo observar el grado de monotonía que vive dicha población en estos lugares. La inversión se realiza con el fin de obtener rentabilidad en un tiempo definitivo, en suma, la inversión de una empresa consiste en adquirir una serie de activos aislados, para que su conjunto sea capaz de generar ingresos. (Pérez-Carballo, 2013)

3.4.2 Bases teóricas

Para Terrazas (2009), el presupuesto es un instrumento principal para planificar las actividades y los gastos que conlleva el trabajo de una institución; la planificación del presupuesto es una actividad a-priori que trata de materializar en recursos financieros las actividades de una institución acorde a sus objetivos trazados. Un proyecto de financiamiento, se base en recibir crédito de un agente externo – banco, por ejemplo, en donde éste financia digamos el 60 % del costo total del proyecto y la otra parte los inversionistas. (Serrano, 2011)

En la revista *Emprende rural* (2021) se aconseja que se estime el retorno de inversión en un tiempo no menor a los cinco primeros años. En la cuenta de resultados o cuenta de “pérdidas y ganancias” se debe contemplar los ingresos por habitaciones – departamentos y el total de los gastos, cómo pago al personal. El gasto al personal será el más significado, dado que se trabajará con personal

calificado, Del plan económico – financiero haremos un balance estimando en el que se tomará los activos que tiene la empresa y como se financia los mismos. Dígase como activos, mobiliarios, terreno, departamentos, etc. y como pasivos el capital y crédito bancario. La decisión en lo relacionado a la inversión, debe ir acompañada de un estudio sobre rentabilidad, utilizando criterios de rentabilidad tales como: Tasa interna de retorno (TIR), Tasa de rentabilidad anual (TAR), Valor actual neto (VAN), (Sebastián et al 2017)

VI. CONCLUSIONES

Primero

En cuanto al objetivo general, diseñar un plan de negocios para la implementación de un club de estancia para adultos mayores. La rentabilidad de la misma radicó en el diseño de estrategias para el consolidado del proyecto. Dígase un correcto análisis de entorno, estudio de mercado, marketing, operaciones, finanzas, ingeniería y recursos humanos, con la finalidad de evaluar la parte económica y financiera del proyecto. A fin de mantener el negocio rentable en el tiempo.

Segundo

En cuanto al primer objetivo específico, desarrollar el análisis del entorno del proyecto. Se logró determinar la cantidad de PAM del distrito de Trujillo y las provincias de Ascope y Pacasmayo e identificar los factores que pueden influir tanto positivamente como negativamente en el club de estancia para adultos mayores. La incertidumbre política entre el ejecutivo y legislativo, es la incertidumbre mayor a considerar.

Tercero

En cuanto al segundo objetivo específico, desarrollar el estudio de mercado. Permitió determinar el tamaño de la población a encuestar, en este caso 86 personas. Así como conocer los gustos, preferencias y el precio tentativo a cobrar. Con los datos del INEI y las respuestas de las personas encuestadas, logramos calcular la población potencial y objetivo. A su vez, esa data sirvió para calcular la demanda proyecta del proyecto. Misma que se vio en el plan económico – financiero.

Cuarto

En cuanto al tercer objetivo específico, desarrollar el plan operativo del proyecto. Está relacionado con planes de estrategia, marketing y ventas del proyecto. Comprende también el plan de operaciones, organizacional y legal. El plan estratégico permitió conocer a nuestra competencia, fortalezas y debilidades. En marketing y ventas detallamos el producto y precio del lanzamiento al mercado. El plan de operaciones permitió desarrollar un diagrama de flujo, desde la primera comunicación con el cliente hasta el cierre de la firma del contrato. En la parte organizacional y legal pudimos determinar el monto de la remuneración a los

profesionales, así como los gastos de formalización de una empresa. Los montos ascienden a S/ 619, 802.83 y S/ 290 respectivamente.

Quinto

En cuanto al cuarto objetivo específico, desarrollar el plan de ingeniería del proyecto, permitió desarrollar los diversos planos y presupuestos de las viviendas y áreas funcionales. El costo total del proyecto de ingeniería rondó los S/ 2,116,694.40. El área construida asciende a 3,728.3 m² y el área libre 6271.7 m².

Sexto

En cuanto al quinto objetivo específico, elaborar el plan financiero y de evaluación económica del proyecto, Se pudo determinar la rentabilidad del proyecto mediante cálculos económicos y financieros, bajo ciertos escenarios. Uno real, otro optimista y un último pesimista. Para el escenario real, se obtuvo un VAN económico de S/ 3,507,435.96, así como una TIR de 60%. Obteniendo una ratio B/C económico de 1.41. Mientras que en el VAN financiero se obtuvo un monto de S/ 3,959,520.85 así como una TIR de 88%. Obteniendo una ratio B/C económico de 2.66. Para el escenario optimista (incremento de 5% en las ventas), se obtuvo un VAN económico de S/ 4,869,073.42, así como una TIR de 79%. Obteniendo una ratio B/C económico de 1.96. Mientras que en el VAN financiero se obtuvo un monto de S/ 5,407,300.54 así como una TIR de 117%. Obteniendo una ratio B/C económico de 3.63. Para el escenario pesimista (disminución de 5% en las ventas), se obtuvo un VAN económico de S/ 3,524,612.59, así como una TIR de 62%. Obteniendo una ratio B/C económico de 1.42. Mientras que en el VAN financiero se obtuvo un monto de S/ 3,971,197.23 así como una TIR de 91%. Obteniendo una ratio B/C económico de 2.66. Por lo mismo, se puede indicar que la implementación del club es recomendable para su puesta en marcha.

VII. RECOMENDACIONES

- Aplicar y respetar la estructura operativa e ingenieril del proyecto a fin de encaminar el negocio y lograr resultados tangibles.
- Evaluar constantemente el área de ventas y finanzas a fin de ver la evolución del negocio. Con el fin de saber reconocer el aprovechamiento de la unidad del negocio o en su defecto conocer las tendencias del mercado, adaptarlas y generar mayor rentabilidad.
- Se recomienda a los inversionistas respetar los planos y áreas pre establecidas en el expediente técnico. A fin de mantener el área libre y verde pre establecida.
- Al área organizacional y de recursos humanos se recomienda desarrollar cursos de inteligencia emocional y espiritual por lo menos 3 veces al año a fin de que los colaboradores mantengan un actitud alegre, compasiva y serena al momento de desarrollar su trabajo y socializar con los adultos mayores.

REFERENCIAS

- ARIAS, R. C. (2017). *Plan de negocios para la puesta en marcha de una casa de reposo para el adulto mayor en la ciudad de Arequipa [Tesis Maestría en Administración de Empresas]*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Arequipa. Recuperado el 28 de Diciembre de 2020, de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/622759?show=full>
- Arias, R., Campano, C., & Ibañez, R. (2017). *Plan de negocios para la puesta en marcha de una casa de reposo para el adulto mayor en la ciudad de Arequipa (Tesis Maestría en Administración de Empresas)*. Recuperado el 28 de Diciembre de 2020, de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/622759?show=full>
- Banco mundial, B. (2020). Facilidades para hacer negocios en América Latina. *Doing Business*, 1. Recuperado el 07 de Octubre de 2021, de <https://espanol.doingbusiness.org/es/rankings?region=latin-america-and-caribbean>
- Bastos, J., Chumacero, T., Kamt, X., & Rivas, C. (2018). *Diseño de un plan de negocios para una empresa de servicios de estancia y club de día para adultos mayores en los NSE B y C en Lima Metropolitana. (Maestría en Administración, [Universidad Esan]*. Universidad Esan, Lima. Recuperado el 28 de Diciembre de 2020, de <https://repositorio.esan.edu.pe/handle/20.500.12640/1232>
- Bazán, M., & Uribe, J. (2018). *Business Plan: Centro de día para adultos mayores. [Maestría en Dirección de Empresas]*. universidad de Piura, Lima. Recuperado el 28 de Diciembre de 2020, de <https://pirhua.udep.edu.pe/handle/11042/4127?locale-attribute=en>

- Caldas, E., Carrión, A., & Heras, J. (2017). *La empresa y su entorno (Empresa e iniciativa emprendedora) [en línea]*. Recuperado el 16 de Enero de 2021
- Carvalho, J. (2018). *Plan de negocios para la creación de un club de la tercera edad. Tesis [Maestría en Administración de Empresas, Universidad de Chile]*. Universidad de Chile, Santiago. Recuperado el 29 de Diciembre de 2020, de <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/152132>
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del talento humano*. México: Mc Graw Hill.
- Dávila, K., & Seminario, C. (2019). *Plan de negocio para la implementación de un centro de día de esparcimiento y mejora de calidad de vida para el adulto mayor autovalente de 60 a 80 años que pertenece al NSE a y b de las zonas distritales 6 y 7 según clasificación de APEIM. Tesis Maestría*. Universidad San Ignacio de Loyola, Lima. Recuperado el 12 de 11 de 2021, de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/9203/1/2019_Davila-Dipas.pdf
- Dessler, G. (2020). *Administración de recursos humanos. Enfoque latinoamericano*. (Pearson, Ed.) Recuperado el 17 de Enero de 2021, de https://books.google.com.pe/books/about/Administraci%C3%B3n_de_recursos_humanos.html?id=75B2uAAACAAJ&redir_esc=y
- Emprende rural. (25 de 11 de 2021). *Emprende rural*. Obtenido de Emprende rural: <https://emprenderural.es/>
- Espinoza, E., Pita, M., Zuñiga, E., & Garibay, M. (2018). *Plan de negocio para la implementación de un Hogar Geriátrico [Tesis Maestría en Administración de Empresas]*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima. Recuperado el 28 de Diciembre de 2020, de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/624182>

- Fernández, A. (2004). *Investigación y técnicas de mercado*. Madrid: Esic business marketing school. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=6D8yCgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=estudio+de+mercado&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwimqJrHkvX0AhVJHbkGHX8NDqY4FBDoAXoECAcQAQ#v=onepage&q=estudio%20de%20mercado&f=false>
- Figueroa, A. (2017). *Plan de negocios para la creación de una residencia para ancianos en la Parroquia Ambuquí, provincia de Imbabura. [Programa de Titulación, Universidad de las Américas]*. Universidad de las Américas, Quito. Recuperado el 29 de Diciembre de 2020, de <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/7851>
- Fischman, D. (2016). Inteligencia espiritual en la práctica. En D. FISCHMAN, *Inteligencia espiritual en la práctica* (pág. 132). Lima: Editorial Planeta. Recuperado el 30 de Diciembre de 2020
- Hamilton, M., & Pezo, A. (2005). *Formulación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados*. (C. A. Bello, Ed.) Recuperado el 22 de Enero de 2021, de <https://books.google.com.pe/books?id=PfpYxDclwUMC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Herrera, F. (2017). *Investigación de mercados*. Madrid: Esic business marketing school. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=LI9RDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=estudio+de+mercado&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwit5_Xui_X0AhV_ILkGHRIGBMs4ChDoAXoECAMQAg#v=onepage&q=estudio%20de%20mercado&f=false

- Index, G. A. (2015). Global Age Watch Index. USA.
- INEI. (2019). *Índice demográfico de la población peruana*. Lima: INEI.
- Jaramillo, J., Sierra, D., & Delgadillo, S. (2016). *Plan de negocios para la creación de un centro día para el adulto mayor. Programa de Especialización [Programa en Gerencia en servicios de salud, Universidad Sergio Arboleda]*. Bogotá. Recuperado el 28 de Diciembre de 2020, de <https://repository.usergioarboleda.edu.co/handle/11232/967>
- Kabat-Zinn, J. (2013). *Mindfulness para principiantes*. Barcelona: Editorial Kairós.
Recuperado el 30 de Diciembre de 2020
- Keones, A. (1994). *The successfull small business*. Madrid, España: Mapcal.
Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=9GnvdQknUeIC&printsec=frontcover&dq=plan+de+negocios&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=plan%20de%20negocios&f=false
- Loidi, M. (2020). *¿Qué es eso del Marketing?: Los nuevos fundamentos del marketing. [en línea]*. Recuperado el 16 de Enero de 2021, de <https://books.google.com.pe/books?id=wgcQEAAAQBAJ&pg=PT164&dq=que+es+marketing&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjTnNDY-PHtAhUxAtQKHYEiBZQQuwUwAHoECAUQBw#v=onepage&q=que%20es%20marketing&f=false>
- Lopez, P. L. (2004). Población, muestra y muestreo. *Scielo*, 1-2. Recuperado el 07 de Octubre de 2021, de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012

- Marcelo, E., & Vargas, R. (2016). PROYECTO DE INVERSIÓN: CASA DE REPOSO VIRGEN DE GUADALUPE - UBICADO EN CARABAYLLO - LIMA - PERÚ. En U. P. Norte, *Universidad Privada del Norte*.
- Martinez, A. (2013 de marzo de 2007). EVALUACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA DAMIANA SECA. (R. M. Forestales, Ed.) 12.
- Martinez, C., & Caquiamarca, E. (2019). *Plan de negocio para un centro de entretenimiento para el adulto mayor*. Lima: Universidad de Piura.
Recuperado el 25 de noviembre de 2021, de https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4169/MDE_1905.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Meza, J. (2017). *Evaluación financiera de proyectos*. Recuperado el 17 de Octubre de 2021, de <https://books.google.com.pe/books?id=CK9JDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=analisis+de+proyectos+libros&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwi1m-71q9LzAhWfIZUCHWz6BeIQ6AF6BAgDEAI#v=onepage&q=analisis%20de%20proyectos%20libros&f=false>
- Mora, J., & Rojas, P. (2015). *Plan de negocios - Entorno de alegría*. Bogota: Universidad del Rosario.
- Moreno, V. (2019). *Gestión de recursos humanos*. (I. Editorial, Ed.) Recuperado el 17 de Enero de 2021, de https://play.google.com/store/books/details?id=QRPHDwAAQBAJ&rdid=book-QRPHDwAAQBAJ&rdot=1&source=gbs_vpt_read&pcampaignid=books_booksearch_viewport

- Peralta, M., & Vela, V. (2019). *Plan de negocios para propuesta de un hogar geriátrico denominado mis años dorados en Suarez Tolima. Programa de Administración de Empresas (Maestría en Administración de Empresas)*. Universidad Cooperativa de Colombia, Ibagué. Recuperado el 29 de Diciembre de 2020, de <https://repository.ucc.edu.co/handle/20.500.12494/13866>
- Perera, R. (2017). *The PESTLE Analysis*. Recuperado el 16 de Enero de 2021, de <https://books.google.com.pe/books?id=ZWpLDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=what+is+an+environmental+analysis+in+a+company&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjDtcTI1fHtAhUeGrkGHYq8C3YQ6AEwBXoECAEQAg#v=onepage&q&f=false>
- Pérez-Carballo, J. (2013). *El análisis de inversiones en la empresa*. Madrid: Esic business marketing school.
- Pérez-Sandi, & Patricia. (2002). *Del ocio, al negocio*. México: Panorama. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=VO9qKSEeGIEC&pg=PA76&dq=estudio+de+mercado&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwimqJrHkvX0AhVJHbkGHX8NDqY4FBD0AXoECAYQAg#v=onepage&q=estudio%20de%20mercado&f=false>
- Petersen, L. (2018). *Suitability and further development of Porter's five forces model against the background of digital transformation*. Recuperado el 16 de Enero de 2021, de <https://books.google.com.pe/books?id=m6QJEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Porter+Analysis&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjbw6->

O3vHtAhVZK7kGHTFZAlSQuwUwAHoECAUQCQ#v=onepage&q=Porter%
20Analysis&f=false

Puddicombe, A. (2012). Madrid: Editorial EDAF. Recuperado el 30 de Diciembre de
2020

Puddicombe, A. (2012). La atención plena haz espacio en tu mente. En A.
PUDDICOMBE, *La atención plena haz espacio en tu mente* (págs. 78-79).
Madrid: Editorial EDAF. Recuperado el 30 de Diciembre de 2020

Rios, V. (2018). *Aplicación al marketing estratégico empresarial*. Recuperado el
16 de Enero de 2021, de
[https://play.google.com/store/books/details?id=gLZiDwAAQBAJ&rdid=book-
gLZiDwAAQBAJ&rdot=1&source=gbs_vpt_read&pcampaignid=books_book
search_viewport](https://play.google.com/store/books/details?id=gLZiDwAAQBAJ&rdid=book-gLZiDwAAQBAJ&rdot=1&source=gbs_vpt_read&pcampaignid=books_booksearch_viewport)

Rosendo, V. (2018). *Invertigación de mercados*. Madrid: Esick business marketing
school. Obtenido de
[https://books.google.com.pe/books?id=LI9RDwAAQBAJ&printsec=frontcov
er&dq=estudio+de+mercado&hl=es-
419&sa=X&ved=2ahUKEwit5_Xui_X0AhV_ILkGHRIGBMs4ChDoAXoECA
MQAg#v=onepage&q=estudio%20de%20mercado&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=LI9RDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=estudio+de+mercado&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwit5_Xui_X0AhV_ILkGHRIGBMs4ChDoAXoECAMQAg#v=onepage&q=estudio%20de%20mercado&f=false)

Sainz de Vicuña, J. (2017). *El plan estratégico en la práctica*. Recuperado el 16 de
Enero de 2021, de
[https://books.google.com.pe/books?id=69YzDwAAQBAJ&printsec=frontcov
er#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=69YzDwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false)

Sainz, J. (17 de octubre de 2021). *El plan de marketing en la práctica*. Obtenido
de

https://books.google.com.pe/books/about/EI_plan_de_marketing_en_la_pr%C3%A1ctica.html?id=83UeGMBj_48C

Sanint, A. (2018). *Estudio de factibilidad para la formulación de un plan de negocios, que permita a la empresa Tipsa, la creación y puesta en marcha de un senior living, ubicado en Maracay ciudad campestre, zona de cerritos, Pereira, Colombia. [Maestría en Administración]*. Pontificia Universidad Javeriana, Santiago de Cali. Recuperado el 29 de Diciembre de 2020, de <http://vitela.javerianacali.edu.co/handle/11522/12214>

Santiago, L. (2017). *Programa de atención plena (mindfulness) en mayores [Máster en Psicología, Universidad de Jaén]*. Universidad de Jaén, Andalucía. Recuperado el 16 de Enero de 2021, de <http://tauja.ujaen.es/bitstream/10953.1/6241/1/TFM%20Lucia%20Santiago%20Castro.pdf>

Sebastián, M., Arenas, J., & Claver, J. (2017). *Oficina técnica y proyectos*. Madrid: Universidad nacional de educación a distancia. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=7Ac4DwAAQBAJ&pg=PP67&dq=rentabilidad+de+un+proyecto&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwi469SUs_X0AhWSIbkGHWT-AQg4FBDoAXoECAsQAg#v=onepage&q=rentabilidad%20de%20un%20proyecto&f=false

Serrano, J. (2011). *Matemáticas financieras y evaluación de proyectos*. Bogota: Alfaomega - Uniandes. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=zpjGDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=rentabilidad+de+un+proyecto&hl=es->

419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=rentabilidad%20de%20un%20proyecto&f=false

Terrazas, R. (2009). MODELO DE GESTIÓN FINANCIERA PARA UNA ORGANIZACIÓN. *Perspectivas*, 20.

Valbuena, R. (2000). *La evaluación del proyecto en la decisión del empresario*.

Recuperado el 21 de Enero de 2021, de

<https://books.google.com.pe/books?id=D09hZj1aRk0C&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

Viniegra, S. (2007). *Entendiendo el plan de negocios*. México. Obtenido de

<https://books.google.com.pe/books?id=JcoXAwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=plan+de+negocios&hl=es->

419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=plan%20de%20negocios&f=false

Weinberger, K. (2009). *Plan de negocios: Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. [en línea]. Recuperado el 22 de Enero de 2021, de

http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/plan_negocios.pdf

Zorita, & Enrique. (2013). *El plan de negocio*. Madrid: Esic business marketing school. Obtenido de

https://books.google.com.pe/books?id=Onu_CwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=plan+de+negocios&hl=es-

419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=plan%20de%20negocios&f=false

ANEXOS

ANEXO 01: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1: Operacionalización de Variables para el plan de negocios

Variable	Dimensiones	Sub Dimensiones	Técnica	Fuente o Instrumento
PLAN DE NEGOCIO	Análisis de Entorno	Estudios Estadísticos	Encuesta	Cuestionario
		Análisis Pestel		
		Análisis de las cinco fuerzas de Porter		
	Estudio de Mercado	Demanda	Información Secundaria	Expertos
		Estudios Estadísticos		
	Plan Operativo	Foda	Información Secundaria	Expertos
		Factores de éxito		
		Modelo Canvas		
		Análisis Came		
		Cronograma		Expertos

		Promoción y Publicidad	Información Secundaria		
		Estrategia de negocios			
		Organigrama	Información Secundaria		Expertos
		Puestos de Trabajo			
		Reclutamiento y selección de personal			
		Costos de personal			
		Ordenamiento Jurídico de la empresa	Información Secundaria		Expertos
		Proceso de Servicios	Información Secundaria		Expertos
		Procesos de Inscripción			
		Elaboración de Planos			
	Plan de Ingeniería	Metrados y valorizaciones			
	Plan Económico - Financiero	Presupuestos	Información Secundaria	Expertos	
		Rentabilidad: VAN, TIR			
		Flujos de Caja			

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 2: *Operacionalización de Variables para la viabilidad*

Variable	Dimensiones	Técnica
VIABILIDAD	Económica	Instrumentos Financieros
	Financiera	

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 02: POBLACIÓN DISTRITO DE TRUJILLO Y PROVINCIAS ASCOPE Y PACASMAYO.

1. TRUJILLO (DISTRITO)

P: Edad en grupos quinquenales	P: Según Sexo (Año 2017)		
	Hombre	Mujer	Total
De 0 a 4 años	10 819	10 213	21 032
De 5 a 9 años	11 438	10 920	22 358
De 10 a 14 años	10 863	10 579	21 442
De 15 a 19 años	12 117	12 515	24 632
De 20 a 24 años	14 505	15 511	30 016
De 25 a 29 años	12 358	13 734	26 092
De 30 a 34 años	10 514	12 226	22 740
De 35 a 39 años	10 387	12 194	22 581
De 40 a 44 años	9 746	11 533	21 279
De 45 a 49 años	8 497	10 359	18 856
De 50 a 54 años	7 743	9 702	17 445
De 55 a 59 años	7 066	8 971	16 037
De 60 a 64 años	5 939	7 784	13 723
De 65 a 69 años	5 064	6 318	11 382
De 70 a 74 años	4 356	5 172	9 528
De 75 a 79 años	3 082	3 713	6 795
De 80 a 84 años	2 011	2 675	4 686
De 85 a 89 años	1 086	1 598	2 684
De 90 a 94 años	453	778	1 231
De 95 a más	136	264	400
Total	148 180	166 759	314 939

Fuente: Elaboración Propia

2. ASCOPE (PROVINCIA)

P: Edad en grupos quinquenales	Casos	%	Acumulado %
De 0 a 4 años	9 784	8.45%	8.45%
De 5 a 9 años	10 135	8.75%	17.20%
De 10 a 14 años	9 600	8.29%	25.49%
De 15 a 19 años	8 759	7.56%	33.06%
De 20 a 24 años	8 878	7.67%	40.73%
De 25 a 29 años	7 764	6.71%	47.43%
De 30 a 34 años	7 649	6.61%	54.04%
De 35 a 39 años	7 660	6.62%	60.65%
De 40 a 44 años	7 190	6.21%	66.86%
De 45 a 49 años	6 990	6.04%	72.90%
De 50 a 54 años	7 090	6.12%	79.02%
De 55 a 59 años	6 347	5.48%	84.51%
De 60 a 64 años	5 197	4.49%	88.99%
De 65 a 69 años	3 876	3.35%	92.34%
De 70 a 74 años	3 145	2.72%	95.06%
De 75 a 79 años	2 458	2.12%	97.18%
De 80 a 84 años	1 918	1.66%	98.84%
De 85 a 89 años	929	0.80%	99.64%
De 90 a 94 años	325	0.28%	99.92%
De 95 a más	92	0.08%	100.00%
Total	115 786	100.00%	100.00%

Fuente: Elaboración Propia

3. PACASMAYO (PROVINCIA)

P: Edad en grupos quinquenales	Casos	%	Acumulado %
De 0 a 4 años	8 755	8.51%	8.51%
De 5 a 9 años	9 553	9.28%	17.79%
De 10 a 14 años	9 297	9.04%	26.83%
De 15 a 19 años	7 618	7.40%	34.23%
De 20 a 24 años	7 912	7.69%	41.92%
De 25 a 29 años	7 085	6.89%	48.81%
De 30 a 34 años	7 008	6.81%	55.62%
De 35 a 39 años	7 096	6.90%	62.51%
De 40 a 44 años	6 634	6.45%	68.96%
De 45 a 49 años	6 394	6.21%	75.17%
De 50 a 54 años	5 753	5.59%	80.77%
De 55 a 59 años	5 007	4.87%	85.63%
De 60 a 64 años	4 358	4.24%	89.87%
De 65 a 69 años	3 379	3.28%	93.15%
De 70 a 74 años	2 609	2.54%	95.69%
De 75 a 79 años	1 906	1.85%	97.54%
De 80 a 84 años	1 337	1.30%	98.84%
De 85 a 89 años	759	0.74%	99.58%
De 90 a 94 años	340	0.33%	99.91%
De 95 a más	97	0.09%	100.00%
Total	102 897	100.00%	100.00%

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 03: POBLACIÓN TOTAL DE LA LIBERTAD

PERÚ: POBLACIÓN TOTAL PROYECTADA, AL 30 DE JUNIO DE CADA AÑO,
SEGÚN DEPARTAMENTO, 2018-2020

Ubigeo	Departamento	2018	2019	2020
000000	PERÚ	31 562 130	32 131 400	32 625 948
010000	AMAZONAS	419 833	423 863	426 806
020000	ÁNCASH	1 155 451	1 169 522	1 180 638
030000	APURÍMAC	427 323	429 587	430 736
040000	AREQUIPA	1 428 708	1 464 638	1 497 438
050000	AYACUCHO	659 061	664 494	668 213
060000	CAJAMARCA	1 438 325	1 447 891	1 453 711
070000	PROV. CONST. DEL CALLAO	1 078 789	1 105 512	1 129 854
080000	CUSCO	1 320 530	1 340 457	1 357 075
090000	HUANCAVELICA	376 346	371 260	365 317
100000	HUÁNUCO	757 467	759 851	760 267
110000	ICA	923 175	950 100	975 182
120000	JUNÍN	1 335 139	1 350 021	1 361 467
130000	LA LIBERTAD	1 938 501	1 979 901	2 016 771
140000	LAMBAYEQUE	1 270 295	1 292 105	1 310 785
150000	LIMA	10 180 641	10 416 139	10 628 470
160000	LORETO	1 000 350	1 015 212	1 027 559
170000	MADRE DE DIOS	161 324	167 674	173 811
180000	MOQUEGUA	186 371	189 781	192 740
190000	PASCO	271 704	272 157	271 904
200000	PIURA	1 974 368	2 013 517	2 047 954
210000	PUNO	1 236 836	1 239 022	1 237 997
220000	SAN MARTÍN	866 861	884 283	899 648
230000	TACNA	354 644	363 205	370 974
240000	TUMBES	241 321	246 699	251 521
250000	UCAYALI	558 767	574 509	589 110

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 04: NIVEL SOCIOECONÓMICO DE LA LIBERTAD

DEPARTAMENTO	PERSONAS - NIVEL SOCIOECONÓMICO - URBANO (%)				
	TOTAL	AB	C	D	E
Amazonas	100%	3.8	23.8	35.3	37.1
Ancash	100%	7.8	39.9	36.6	15.7
Apurimac	100%	4.2	17.5	30.7	47.6
Arequipa	100%	17.7	40.9	32.7	8.7
Ayacucho	100%	4.0	13.2	31.6	51.2
Cajamarca	100%	6.6	22.4	41.0	30.0
Cusco	100%	8.4	17.9	26.1	47.6
Huancavelica	100%	1.4	15.3	28.7	54.6
Huanuco	100%	8.1	22.9	35.2	33.8
Ica	100%	10.7	43.2	40.5	5.6
Junin	100%	5.7	23.3	37.5	33.5
La Libertad	100%	10.8	33.4	34.7	21.1

PROMEDIOS	TOTAL	NSE AB	NSE C	NSE C1	NSE C2	NSE D	NSE E
Grupo 1 : Alimentos – gasto promedio	S/. 1,044	S/. 1,431	S/. 1,190	S/. 1,238	S/. 1,113	S/. 933	S/. 670
Grupo 2 : Vestido y Calzado – gasto promedio	S/. 165	S/. 291	S/. 184	S/. 195	S/. 167	S/. 130	S/. 90
Grupo 3 : Alquiler de vivienda, Combustible, Electricidad y Conservación de la Vivienda – gasto promedio	S/. 318	S/. 669	S/. 347	S/. 377	S/. 300	S/. 225	S/. 138
Grupo 4 : Muebles, Enseres y Mantenimiento de la vivienda – gasto promedio	S/. 160	S/. 371	S/. 155	S/. 168	S/. 135	S/. 109	S/. 83
Grupo 5 : Cuidado, Conservación de la Salud y Servicios Médicos – gasto promedio	S/. 190	S/. 400	S/. 217	S/. 233	S/. 191	S/. 130	S/. 76
Grupo 6 : Transportes y Comunicaciones – gasto promedio	S/. 307	S/. 801	S/. 332	S/. 378	S/. 258	S/. 169	S/. 97
Grupo 7 : Esparcimiento, Diversión, Servicios Culturales y de Enseñanza – gasto promedio	S/. 325	S/. 854	S/. 363	S/. 412	S/. 283	S/. 169	S/. 91
Grupo 8 : Otros bienes y servicios – gasto promedio	S/. 184	S/. 328	S/. 210	S/. 225	S/. 187	S/. 141	S/. 97
PROMEDIO GENERAL DE GASTO FAMILIAR MENSUAL	S/. 2,693	S/. 5,145	S/. 2,997	S/. 3,226	S/. 2,635	S/. 2,007	S/. 1,343
PROMEDIO GENERAL DE INGRESO FAMILIAR MENSUAL*	S/. 3,629	S/. 7,779	S/. 3,975	S/. 4,282	S/. 3,487	S/. 2,512	S/. 1,555

Fuente: APEIM

ANEXO 05: MODELO DE ENCUESTA

Encuesta planteada

1. *¿Usted vive con algún adulto mayor en casa que requiera o vaya a requerir cuidado y atención, ya sea parcial o permanentemente?, marque una opción.*
 - a) *Si vivo con un adulto mayor*
 - b) *Si viviré con un adulto mayor*
 - c) *No vivo con un adulto mayor*

2. *¿En qué actividades tiene mayor interés su pariente?, marque una opción.*
 - a) *Lectura*
 - b) *Jardinería*
 - c) *Baile*
 - d) *Manualidades*
 - e) *Deporte*
 - f) *Meditación*
 - g) *Otros*

3. *¿Estaría dispuesto a que su familiar practicara meditación – mindfulness ?, ¿Sabiendo que los estudios han demostrado que esta práctica meditativa reduce el estrés, aumenta la autoestima y mejora considerablemente la calidad de vida?, marque una opción*
 - a) *Si*
 - b) *no*

4. *¿Conoce usted en Trujillo o en alguna provincia Liberteña alguna institución o casa de reposo dedicada especialmente a la atención y cuidados del adulto mayor? En caso su respuesta sea Sí, mencionar el nombre*
 - a) *Si*
 - b) *no*

El nombre de la institución que conozco es:

5. ¿Cuáles cree usted que deberían ser las características de una casa de reposo para el adulto mayor? Según su valoración califique en la escala de 1 al 4, siendo 1 la calificación de mayor valor. Marque con una x.

CONCEPTO	CALIFICACIÓN			
	1	2	3	4
Infraestructura				
Buen trato y cuidado				
Talleres (Jardinería, mindfulness, baile)				
Alimentación sana y balanceada				

6. Si existiera en Trujillo un club de estancia para adultos mayores que contara con los requisitos mínimos que usted necesita, dígame el tema de cuidado, prevención física y emocional, ¿Inscribiría a su familiar?, marque con una (x).

- a) Si
- b) No

- c) De haber respondido afirmativamente ¿Inscribiría a su familiar en el club? ¿Por cuánto tiempo inscribiría al adulto mayor?, marque con una (x).

- a) Mañana y tarde
- b) Inter diario
- c) Permanente

- d) Teniendo en cuenta el gasto que un hijo hace por el cuidado y la atención de su ser querido ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el cuidado, atención y servicio profesional que el club plantea brindar?, marque con una (x).

- a) 3500
- b) 4000
- c) 4500

- e) Para las personas que viven con más de un adulto mayor, ¿Estarían dispuestos a recibir un descuento de 1000 soles al precio base que es S/. 4500 mensuales con tal de que dos de sus familiares obtengan los mismos beneficios por un precio menor?, marque con una (x).

- a) Si
- b) No

ANEXO 06: ANÁLISIS FODA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
FODA Cruzado	<ol style="list-style-type: none"> 1. Amplia área verde, con infraestructura moderna. 2. Ubicación estratégica en la región. 3. Oferta exclusiva, única, innovadora en la región. 4. Personal calificado y con probada inteligencia emocional y espiritual. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alto nivel de financiamiento, para su puesta en marcha. 2. Servicio dirigido a personas autovalentes. 3. Rotación de clientes, debido a la debilidad de su salud.
OPORTUNIDADES	F3 - 03 Brindar un servicio exclusivo en el que se incluirá instalaciones modernas y eco amigables, así como extensas áreas verdes, patios comunes, sala de gimnasio y centro de meditación.	D1 – 03 Determinar la mejor manera de financiar el proyecto, con el fin de recuperar la inversión en el menor tiempo posible. Aprovechando la nula participación que se da en los segmentos socioeconómicos A y B de la región.
<ol style="list-style-type: none"> 1. Aumento de la PAM en el departamento de La Libertad. 2. Baja mortalidad de la PAM. 3. Estabilidad macroeconómica del país. 4. Nula competencia directa en 		

cuanto al servicio ofrecido.		D3 – 04 Diseñar un plan para cuidar, prevenir, fidelizar al cliente.
AMENAZAS	F3 - A2 Realzar la oferta única y exclusiva en la región, el concepto de que cada persona tendrá un minidepartamento y la posibilidad de invitar a sus familiares al mismo, así como la práctica meditativa.	D3 – A2 Mediante marketing digital, fomentando publicidad en línea y estática. Fomentar el cuidado personal y emocional con la finalidad de que el cliente logre sus objetivos propuestos y se genere un círculo virtuoso entre los participantes.
<ol style="list-style-type: none"> 1. Concepto opaco de una casa de reposo exclusiva para el adulto mayor. 2. Ingreso de nuevos competidores al mercado. 3. Desconocimiento de clientes potenciales sobre lo que ofrecemos. 	F4 – A3 Fidelizar al cliente con un servicio exclusivo, innovador y con personal altamente calificado, en los distintos tipos de inteligencia.	

Fuente: Elaboración Propia.

ANEXO 07: ANÁLISIS CAME

Aliados Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relación con el cliente	Segmentación de clientes
<p>-Proveedor de alimentos.</p> <p>-Clínicas</p> <p>-Proveedor de medicamentos.</p>	<p>-Reclutamiento de personal a cargo de especialistas.</p> <p>-Infraestructura moderna, segura, amplia y único.</p> <p>-Página web moderna y política de marketing acorde con las tendencias actuales.</p>	<p>-El servicio ofertado, busca mejorar el enfoque de vida del cliente, así como, generar un núcleo familiar más unido. Todo ello gracias a técnicas orientales de meditación y en enseñanzas de mindfulness - atención plena, similares a los realizados en centros</p>	<p>-Partiendo de la idea de que cada persona, es un mundo “literalmente hablando”, la atención es personalizada.</p>	<p>-Adultos mayores de 60 años.</p> <p>- Mismas pertenecientes al nivel socioeconómico A y B.</p> <p>-Familiares de adultos mayores del segmento</p>

	<p>Recursos Clave</p> <p>-Proyecto único e innovador.</p>	<p>norteamericanos, asiáticos y europeos. Oferta única en América Latina. Además, cada persona tendrá su propia vivienda y no solo ello, podrá disfrutar de las comodidades del mismo.</p>	<p>Canales</p> <p>-El mismo centro</p> <p>-Línea telefónica</p> <p>- Página web</p> <p>-Publicidad estática</p>	<p>socioeconómico A y B.</p>
<p>Estructura de Costos</p> <p>-Costos de servicio</p> <p>-Gasto de ventas</p> <p>-Gasto administrativo</p>		<p>Estructura de Ingresos</p> <p>-Servicio de cuidado y crecimiento personal enfocado en el adulto mayor, residencial temporal, Inter diaria o permanente en minidepartamentos para cada individuo.</p>		

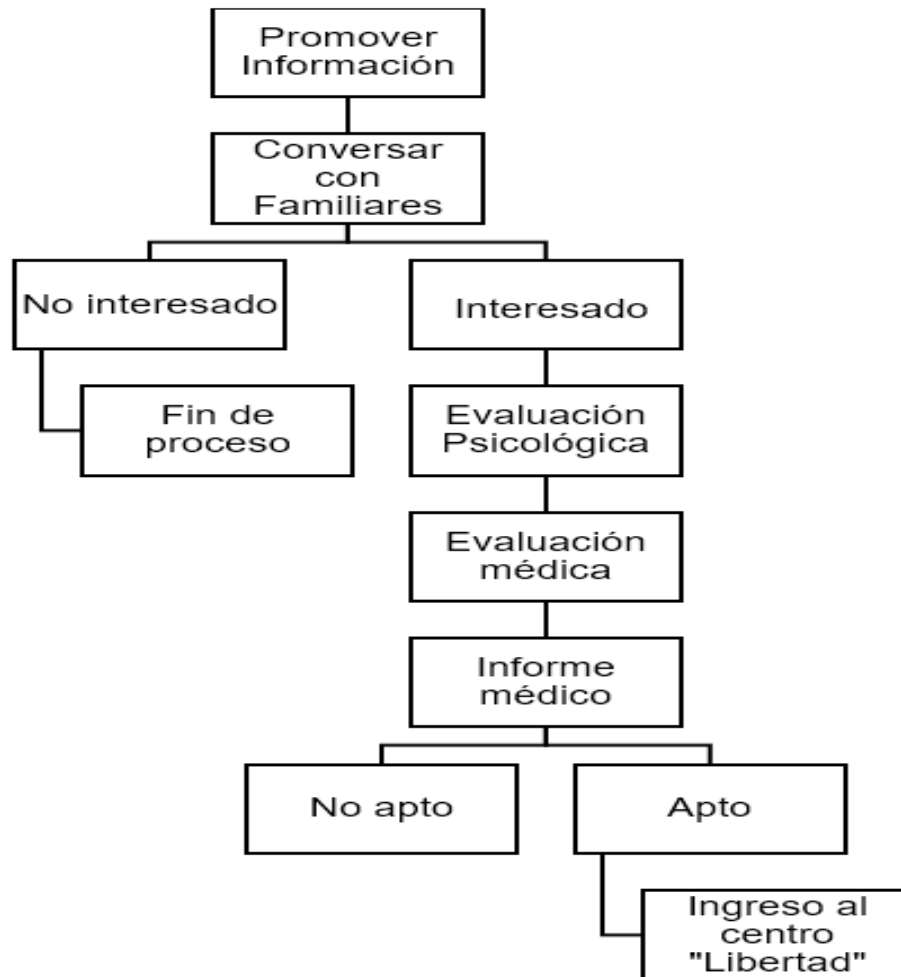
Fuente: Elaboración Propia.

ANEXO 08: SERVICIOS Y ACTIVIDADES EN EL CENTRO

Horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
8:30 am - 9:00 am	Desayuno de manera consciente						
9:00 am - 9:30 am	Meditación Mindfulness						
9:30 am - 10:30 am	Contacto con la naturaleza - Jardinería - Avicultura - Acuariofilia					Actividades altruistas	Libre
10:30 am - 11:30 am	baile	gimnasio	baile	gimnasio	baile - gimnasio		Libre
11:30 am - 12:00 pm	merienda de media mañana						Libre
12:00 pm - 1:00 pm	Tiempo libre						Libre
1:00 pm - 2:00 pm	Almuerzo de manera consciente						Libre
2:00 pm - 2:45 pm	Clases de Mindfulness						Libre
2:45 pm - 3:15 pm	Meditación Mindfulness - Perdón					Libre	Libre
3:15 pm - 4:00 pm	Siesta					Libre	Libre
4:00 pm - 4:30 pm	merienda de media tarde					Libre	Libre
4:30 pm - 5:00 pm	Contacto con la naturaleza - Jardinería – Avicultura (aire libre) - Acuariofilia					Libre	Libre

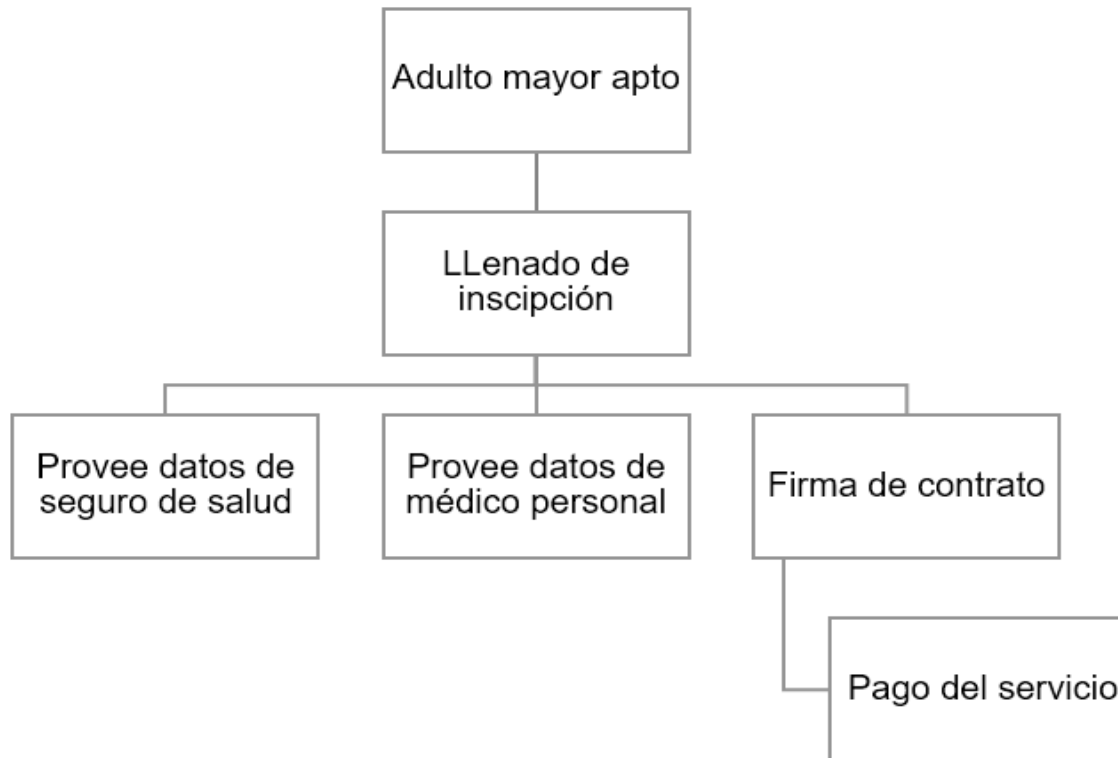
Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 09: FLUJOGRAMA DE CAPTACIÓN DE POTENCIALES CLIENTES



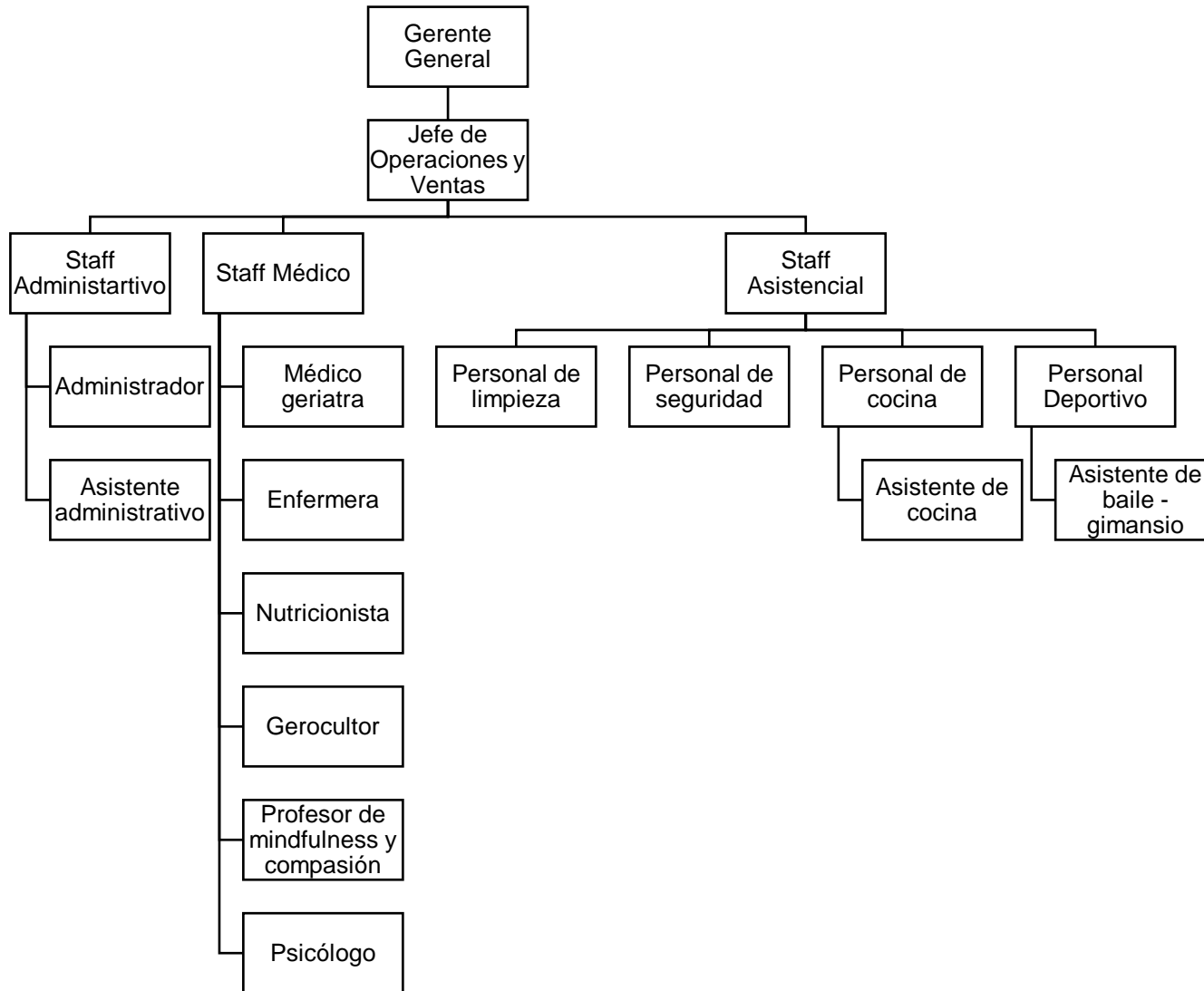
Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 10: FLUJOGRAMA DE PROCESO DE INSCRIPCIÓN



Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 12: ORGANIGRAMA



Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 13: REMUNERACIÓN SALARIAL

Cargo	Remuneración mensual del trabajador			Total, anual	Beneficios Sociales							Total, año
	Remuneración básica	Asignación	Total, mensual		Gratificación Julio	Gratificación Diciembre	Cts. Mayo	Cts. Noviembre	Essalud	Total, anual	Cantidad de trabajadores	
Gerente General	3,000.00	93	3,093.00	37,116.00	3,093.00	3,093.00	1,804.25	1,804.25	270	13,034.50	1	50,150.50
Asistente administrativo	1,500.00	0	1,500.00	18,000.00	1,500.00	1,500.00	875.00	875.00	135	6,370.00	1	24,370.00
Médico	3,000.00	93	3,093.00	37,116.00	3,093.00	3,093.00	1,804.25	1,804.25	270	13,034.50	1	50,150.50
Enfermeros	1,500.00	93	1,593.00	19,116.00	1,593.00	1,593.00	929.25	929.25	135	6,664.50	2	51,561.00
Nutricionista	1,500.00	93	1,593.00	19,116.00	1,593.00	1,593.00	929.25	929.25	135	6,664.50	1	25,780.50
Gerocultores	1,500.00	93	1,593.00	19,116.00	1,593.00	1,593.00	929.25	929.25	135	6,664.50	3	77,341.50
Profesor mindfulness	2,000.00	93	2,093.00	25,116.00	2,093.00	2,093.00	1,220.92	1,220.92	180	8,787.83	2	67,807.67
Psicólogo	1,500.00	93	1,593.00	19,116.00	1,593.00	1,593.00	929.25	929.25	135	6,664.50	1	25,780.50
Personal de limpieza	1,000.00	93	1,093.00	13,116.00	1,093.00	1,093.00	637.58	637.58	90	4,541.17	3	52,971.50
Personal de seguridad	1,000.00	93	1,093.00	13,116.00	1,093.00	1,093.00	637.58	637.58	90	4,541.17	2	35,314.33
Personal de cocina	1,500.00	93	1,593.00	19,116.00	1,593.00	1,593.00	929.25	929.25	135	6,664.50	2	51,561.00
Asistente de cocina	1,000.00	0	1,000.00	12,000.00	1,000.00	1,000.00	583.33	583.33	90	4,246.67	2	32,493.33
Personal deportivo	1,500.00	93	1,593.00	19,116.00	1,593.00	1,593.00	929.25	929.25	135	6,664.50	1	25,780.50
Asistente deportivo	1,000.00	0	1,000.00	12,000.00	1,000.00	1,000.00	583.33	583.33	90	4,246.67	3	48,740.00
Total, de Planilla											619,802.83	

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 14: PRESUPUESTO DE ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES

<i>Búsqueda del nombre</i>	<i>Tasas</i>	<i>1</i>	<i>5.00</i>
<i>Solicitud de reserva del nombre</i>	<i>Tasas</i>	<i>1</i>	<i>22.00</i>
<i>Elaboración de la minuta</i>	<i>Tasas</i>	<i>1</i>	<i>200.00</i>
<i>Inscripción en Registros Públicos</i>	<i>Tasas</i>	<i>1</i>	<i>22.00</i>
<i>Copia Literal de partida electrónica</i>	<i>Tasas</i>	<i>1</i>	<i>21.00</i>
<i>Legalización de libros contables</i>	<i>Tasas</i>	<i>1</i>	<i>20.00</i>
<i>Total</i>			<i>290.00</i>

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 15: PRESUPUESTO ESTRUCTURA - VIVIENDA

S10

Página

1

Presupuesto

Presupuesto 0401011 "DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA IMPLEMENTAR UN CLUB DE ESTANCIA PARA ADULTOS MAYORES EN LA LIBERTAD"

Subpresupuesto 001

Estructuras

Ciente Jean Carlos Arana Saldaña

Costo al 01/12/2021

Lugar LA LIBERTAD- ASCOPE - CHOCOPE

Item	Descripción	Und.	Metrado	Precio S/.	Parcial S/.
01	OBRAS PRELIMINARES				83.23
01.01	TRAZO Y NIVELACIÓN DE TERRENO	m2	34.97	2.38	83.23
02	MOVIMIENTO DE TIERRAS				42.01
02.01	EXCAVACION PARA PLATEA DE CIMENTACION	m3	1.08	26.37	28.48
02.02	ELIMINACION DE MATERIAL EXCEDENTE CON EQUIPO	m3	1.29	10.49	13.53
03	CONCRETO ARMADO				1,173.55
03.01	PLATEAS				256.69
03.01.01	VACIADO DE CONCRETO EN LOSA DE CIMENTACION $f_c=175$ kg/cm2	m3	4.02	38.21	153.60
03.01.02	CURADO DE CONCRETO CON ADITIVO EN PLATEA DE CIMENTACION	m2	24.45	1.33	32.52
03.01.03	JUNTA DE DILATACION E=1"	m2	0.27	5.52	1.49
03.01.04	HABILITACION DE ACERO EN PLATEA DE CIMENTACION	kg	132.85	0.52	69.08
03.02	MURO				501.30
03.02.01	VACIADO DE CONCRETO EN MUROS $f_c=175$ kg/cm2	m3	5.72	27.27	155.98
03.02.02	CURADO DE CONCRETO CON ADITIVO EN MUROS	m2	112.35	0.98	110.10
03.02.03	JUNTA DE DILATACION E=1"	m2	4.00	5.52	22.08
03.02.04	HABILITACION DE ACERO EN MUROS	kg	242.20	0.88	213.14
03.03	LOSAS MACIZA				379.89
03.03.01	VACIADO DE CONCRETO EN LOSA MACIZA $f_c=175$ kg/cm2	m3	3.89	48.27	187.77
03.03.02	CURADO DE CONCRETO CON ADITIVO EN LOSA MACIZA	m2	64.25	1.33	85.45
03.03.03	JUNTA DE DILATACION E=1"	m2	0.14	5.52	0.77
03.03.04	HABILITACION DE ACERO EN LOSA MACIZA	kg	155.73	0.68	105.90
03.04	VIGA MEDIANERA				26.57
03.04.01	VACIADO DE CONCRETO EN VIGA MEDIANERA $f_c=175$ kg/cm2	m3	0.19	107.81	20.48
03.04.02	CURADO DE CONCRETO CON ADITIVO EN VIGA MEDIANERA	m2	1.48	1.33	1.97
03.04.03	HABILITACION DE ACERO EN VIGA MEDIANERA	kg	5.49	0.75	4.12
03.05	COLUMNETAS				9.10
03.05.01	VACIADO DE CONCRETO EN COLUMNETA $f_c=175$ kg/cm2	m3	0.04	111.80	4.47
03.05.02	CURADO DE CONCRETO CON ADITIVO EN COLUMNETAS	m2	0.81	0.98	0.79
03.05.03	HABILITACION DE ACERO EN COLUMNETAS	kg	3.46	1.11	3.84
	COSTO DIRECTO				1,298.79
	GASTOS GENERALES (9%)				116.89
	UTILIDADES (9%)				116.89
	SUB-TOTAL				1,532.57
	IMPUESTO GENERAL A LA VENTA (18%)				275.86
	TOTAL PRESUPUESTO				1,808.43

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 16: PRESUPUESTO ARQUITECTURA - VIVIENDA

Lugar		Costo al			
Cliente	Jean Carlos Arana Saldaña.		01/12/2021		
Item	Descripción	Und.	Metrado	Precio S/.	Parcial S/.
01	MOVIMIENTO DE TIERRAS				47.49
01.01	EXCAVACION PARA BARDAS PERIMETRALES H=1.80M	m3	1.22	26.37	32.17
01.02	ELIMINACION DE MATERIAL EXCEDENTE CON EQUIPO	m3	1.46	10.49	15.32
02	CONCRETO SIMPLE				217.32
02.01	CIMENTOS CORRIDOS MEZCLA 1:10 CEMENTO-HORMIGON 30% PIEDRA	m3	1.22	178.13	217.32
03	CONCRETO ARMADO				141.18
03.01	COLUMNETAS				141.18
03.01.01	ENCOFRADO Y DESENCOFRADO PARA COLUMNETAS	m2	2.00	34.68	69.36
03.01.02	VACIADO DE CONCRETO EN COLUMNETA POSTERIOR $f_c=175$ kg/cm2	m3	0.13	340.03	44.20
03.01.03	ACERO CORRUGADO $f_y=4200$ kg/cm2 GRADO 60	kg	24.44	1.13	27.62
04	ALBAÑILERIA				1,505.37
04.01	MURO DE LADRILLO KING-KONG 18 H AMARRE SOGA	m2	3.93	23.89	93.89
04.02	SARDINEL PARA DUCHA	m	1.15	4.52	5.20
04.03	TARRAJEO EN MUROS	m2	8.88	17.35	154.07
04.04	SOLAQUEO DE CIELO RASO	m2	33.57	11.87	398.48
04.05	PRETILES (ALFEIZAR O PARAPETOS)	m2	6.75	36.80	248.40
04.06	BARDA DIVISORIA TIPO "L", DE 1.80M	m2	12.30	46.78	575.39
04.07	BASE PARA LAVADERO DE GRANITO	u	1.00	29.94	29.94
05	PINTURA				1,806.73
05.01	APLICACION DE TEXTURIZADO EN MUROS INC. PINTURA BASE	m2	124.21	10.00	1,242.10
05.02	APLICACION DE PINTURA BASE EN CIELO RASO	m2	33.57	7.74	259.83
05.03	APLICACION DE PINTURA VINILICA EN MUROS, FACHADA (AMERICAN COLORS, CPP O SIMILAR)	m2	31.52	9.44	297.55
05.04	APLICACION DE PINTURA BASE EN COSTADOS DE MODULOS	m2	1.30	5.58	7.25
06	CERAMICA				81.37
06.01	CERAMICA EN DUCHA	m2	3.76	20.64	77.61
06.02	SARDINEL DE DUCHA (CERAMICA)	m	1.15	3.27	3.76
07	VENTANAS SISTEMA DIRECTO				530.84
07.01	V-1 MAS VIDRIO INCOLORO 6MM (1.20 X 1.60)	m2	1.92	77.04	147.92
07.02	V-2 MAS VIDRIO INCOLORO 6MM (0.80 X 1.30)	m2	1.04	77.04	80.12
07.03	V-3 MAS VIDRIO INCOLORO 6MM (0.60 X 0.60)	m2	0.36	77.04	27.73
07.04	V-4 MAS VIDRIO INCOLORO 6MM (0.85 X 1.60)	m2	1.36	77.04	104.77
07.05	V-5 MAS VIDRIO INCOLORO 6MM (0.95 X 1.60)	m2	1.52	77.04	117.10
07.06	M-1 MAS VIDRIO INCOLORO 6MM (0.95 X 0.40)	m2	0.38	38.00	14.44
07.07	M-2 MAS VIDRIO INCOLORO 6MM (0.85 X 0.40)	m2	0.34	38.00	12.92
07.08	M-3 MAS VIDRIO INCOLORO 6MM (0.75 X 0.40)	m2	0.30	38.00	11.40
07.09	M-4 MAS VIDRIO INCOLORO 6MM (0.95 X 0.40)	m2	0.38	38.00	14.44
08	CARPINTERIA DE MADERA				163.68
08.01	PUERTA PRINCIPAL EXTERIOR MDF REFORZADA INC. MARCO Y CHAPA	u	1.00	40.92	40.92
08.02	PUERTA DE COCINA MDF 3MM Y CHAPA	u	1.00	40.92	40.92
08.03	PUERTA DE DORMITORIO MDF INC. MARCO Y CHAPA	u	1.00	40.92	40.92
08.04	PUERTA DE BAÑO MDF INC. MARCO Y CHAPA	u	1.00	40.92	40.92
	COSTO DIRECTO				4,493.98
	GASTOS GENERALES (9%)				404.46
	UTILIDADES (9%)				404.46
	SUB-TOTAL				5,302.90
	IMPUESTO GENERAL A LA VENTA (18%)				954.52
	TOTAL PRESUPUESTO				6,257.42

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 17: PRESUPUESTO INSTALACIONES SANITARIAS - VIVIENDA

S10

Página

1

Presupuesto

Presupuesto 0301011 "DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA IMPLEMENTAR UN CLUB DE ESTANCIA PARA ADULTOS MAYORES EN LA LIBERTAD"

Subpresupuesto 003

Instalaciones Sanitarias

Cliente Jean Carlos Arana Saldaña

Costo al 01/12/2021

Lugar LA LIBERTAD - ASCOPE - CHOCOPE

Item	Descripción	Und.	Metrado	Precio S/.	Parcial S/.
01	SISTEMA DE AGUA FRIA				734.11
01.01	SALIDA DE AGUA FRIA CON TUBERIA DE PVC-SAP 1/2"	pto	7.00	26.05	182.35
01.02	TUBERIA PVC CLASE 10 - 1/2"	m	40.98	6.97	285.63
01.03	GRIFERIA (LLAVES)	glb	1.00	16.07	16.07
01.04	ACCESORIOS PVC - AGUA FRIA	glb	1.00	36.37	36.37
01.05	VALVULA DE CIERRE RAPIDO 1/2"	u	2.00	22.86	45.72
01.06	SUMINISTRO CAJA PARA LLAVE DE PASO	u	1.00	167.97	167.97
02	TANQUE ELEVADO				492.11
02.01	MURO DE CABEZA LADRILLO KING-KONG 18 HUECOS	m2	2.53	75.80	191.77
02.02	CONCRETO F'c=175KG/CM2 EN LOSA PARA SOPORTE DE TANQUE ELEVADO	m3	0.11	318.33	35.02
02.03	ENCOFRADO Y DESENCOFRADO DE LOSA PARA SOPORTE DE TANQUE ELEVADO	m2	1.51	36.52	55.15
02.04	ACERO CORRUGADO fy=4200 kg/cm2 GRADO 60 PARA SOPORTE DE TANQUE ELEVADO	kg	5.47	3.59	19.64
02.05	INSTALACION DE TANQUE ELEVADO	u	1.00	140.05	140.05
02.06	INSTALACION DEL SISTEMA DE REBOSE DEL TANQUE ELEVADO	u	1.00	50.48	50.48
03	SISTEMA DE DESAGUE				476.53
03.01	SALIDA DE DESAGUE EN PVC 2" TERMO FUSION	pto	4.00	15.67	62.68
03.02	SALIDA DE DESAGUE EN PVC 4" TERMO FUSION	pto	2.00	20.88	41.76
03.03	SALIDA DE VENTILACION PVC 2" TERMO FUSION	pto	2.00	12.52	25.04
03.04	TUBERIA PVC SAL 2" P/DESAGUE TERMO FUSION	m	18.43	5.90	108.74
03.05	TUBERIA PVC SAL 4" P/DESAGUE TERMO FUSION	m	19.31	7.71	148.88
03.06	SUMIDERO DE BRONCE 2" PROVISION Y COLOCACION	u	1.00	9.78	9.78
03.07	REGISTRO DE BRONCE ROSCADO DE PISO 4"	u	1.00	25.77	25.77
03.08	CAJA DE REGISTRO DE 20 x 20 SEMIPULIDO	u	1.00	17.51	17.51
03.09	ACCESORIOS PVC - DESAGÜE TERMO FUSION	glb	1.00	36.37	36.37
04	MUEBLES SANITARIOS				191.33
04.01	INODORO RAPID JET COLOR BLANCO TREBOL O SIMILAR 4.8 LTS INC. TAPA	u	1.00	41.78	41.78
04.02	LAVATORIO TIPO MANCORA, TREBOL O SIMILAR DE COLOR BLANCO, SIN PEDESTAL	u	1.00	35.20	35.20
04.03	LAVATORIO DE COCINA UNA POZA CON LLAVE DE COMBINACION	pza	1.00	41.82	41.82
04.04	LAVATORIO DE ROPA	pza	1.00	42.34	42.34
04.05	LLAVE DE DUCHA CON LLAVE DE COMBINACION	pza	1.00	13.70	13.70
04.06	MINI KIT BLANCO	pza	1.00	16.49	16.49
	COSTO DIRECTO				1,894.08
	GASTOS GENERALES (9%)				170.47
	UTILIDADES (9%)				170.47
	SUB-TOTAL				2,235.02
	IMPUESTO GENERAL A LA VENTA (18%)				402.30
	TOTAL PRESUPUESTO				2,637.32

Fuente: Elaboración Propia.

ANEXO 18: PRESUPUESTO INSTALACIONES ELECTRICAS - VIVIENDA

S10

Página

1

Presupuesto

Presupuesto 0401011 "DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA IMPLEMENTAR UN CLUB DE ESTANCIA PARA ADULTOS MAYORES EN LA LIBERTAD"

Subpresupuesto 004

Instalaciones Eléctricas

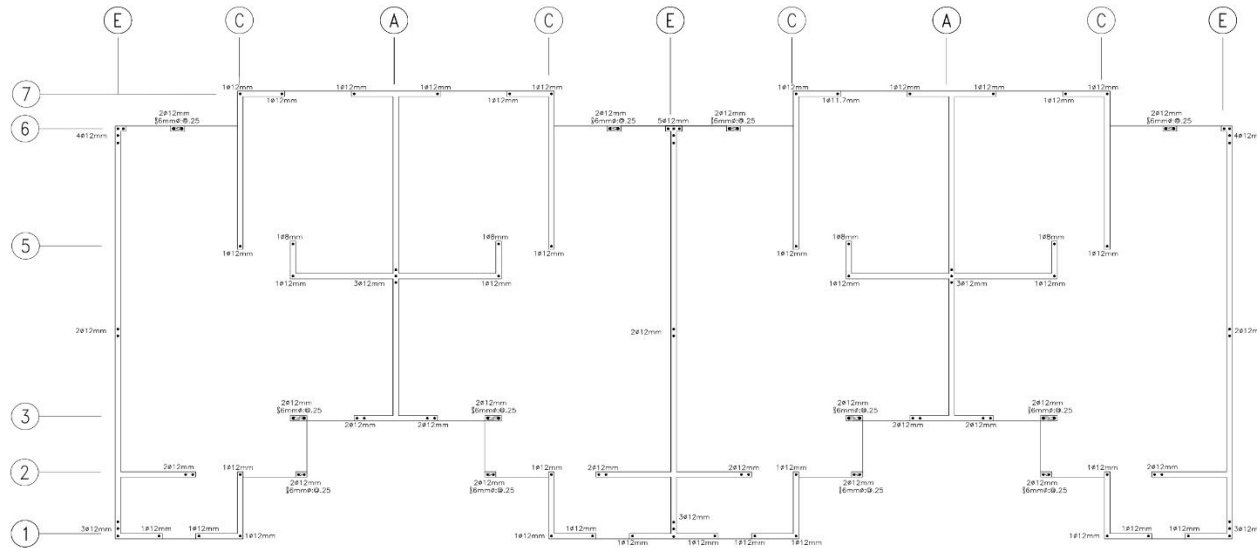
Cliente Jean Carlos Arna Saldaña

Costo al 01/12/2021

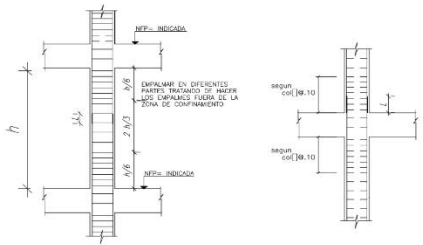
Lugar LA LIBERTAD - ASCOPE - CHOCOPE

Item	Descripción	Und.	Metrado	Precio S/.	Parcial S/.
01	ELECTRICIDAD				1,454.12
01.01	SALIDA DE CENTRO DE ALUMBRADO	pto	6.00	17.90	107.40
01.02	SALIDA DE BRAQUETE PARED	pto	2.00	13.98	27.96
01.03	SALIDA DE INTERRUPTOR SIMPLE	pto	6.00	14.98	89.88
01.04	SALIDA DE INTERRUPTOR DOBLE	pto	1.00	17.20	17.20
01.05	SALIDA C/TOMACORRIENTE DOBLE C/PT	pto	10.00	21.40	214.00
01.06	TUBERIA PVC SEL ELECTRICAS 3/4"	m	91.80	3.07	281.83
01.07	CONDUCTOR TW SOLIDO # 14 ALUMBRADO	pto	69.31	2.32	160.80
01.08	CONDUCTOR TW SOLIDO # 12 TOMACORRIENTES Y TIERRA	pto	87.71	3.41	299.09
01.09	CONDUCTOR TW SOLIDO # 10 ACOMETIDA	pto	19.10	5.59	106.77
01.10	CONDUCTOR TW SOLIDO # 10 TIERRA	pto	7.40	5.59	41.37
01.11	TABLERO DE DISTRIBUCION GENERAL DE 4 LLAVES (1 DE 2X30A, 3 DE 2X20A)	u	1.00	82.76	82.76
01.12	PRUEBAS ELECTRICAS	u	1.00	25.06	25.06
02	SALIDA DE TV Y TELEFONO				15.76
02.01	SALIDA C/TOMACORRIENTE DOBLE C/PT PARA TAPA CIEGA	pto	2.00	7.88	15.76
03	ENTREGAS				38.27
03.01	LIMPIEZA FINAL Y ENTREGA	u	1.00	38.27	38.27
	COSTO DIRECTO				1,508.15
	GASTOS GENERALES (9%)				135.73
	UTILIDADES (9%)				135.73
	----- SUB-TOTAL				1,779.61
	IMPUESTO GENERAL A LA VENTA (18%)				320.33
	===== TOTAL PRESUPUESTO				2,099.94

Fuente: Elaboración Propia



PLANTA DE REFUERZOS DE MUROS (Esc. 1/50)
 $a=10\phi$
 MALLA DE MURO Q=188
 VER REFUERZO DE CONFINAMIENTO EN PLANTA



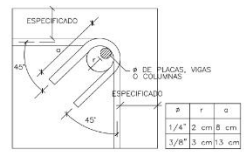
LONGITUD DE EMPALME (L)	
1"ø	1.00
3/4"ø	.70
5/8"ø	.50
1/2"ø	.40

CONSIDERANDO ZONA DE REFUERZOS BAJOS

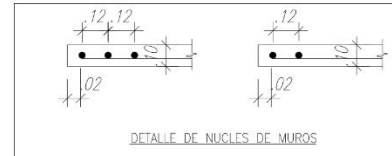
LONGITUD DE EMPALME (L)	
1"ø	1.50
3/4"ø	1.05
5/8"ø	.80
1/2"ø	.60

CONSIDERANDO ZONA DE REFUERZOS ALTOS, PERO QUE SE EMPALMAN MENOS DEL 50% DE LAS VARILLAS

EMPALMES TRASLAPADOS PARA COLUMNAS



DETALLE DE DOBLADO DE ESTRIBOS EN PLACAS, COLUMNAS Y VIGAS (SIN ESCALA)

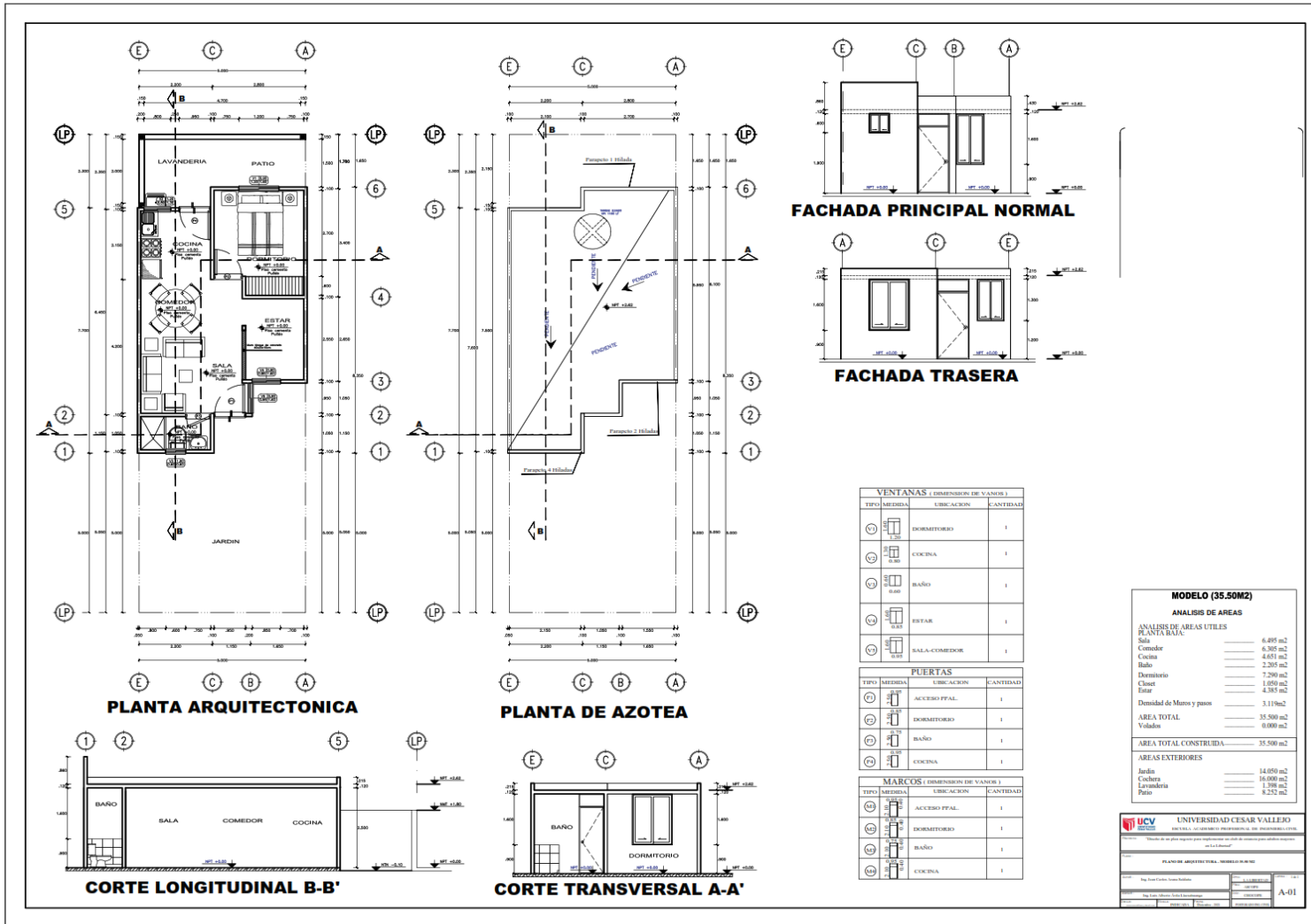


DETALLE DE NUCLEOS DE MUROS

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE INGENIERÍA CIVIL	
Nombre: "Diseño de un plan regular para implementar un club de fútbol para adultos mayores en La Libertad"	
Tema: PLANO DE ESTRUCTURA	
Autor: Ing. Axel Carlos Araya Saldaña	Fecha: 2023
Director: Ing. Luis Alberto Ayala Escobar	Carrera: INGENIERÍA CIVIL
Lugar: PERU	Año: 2023
País: PERU	Institución: UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO
E-02	

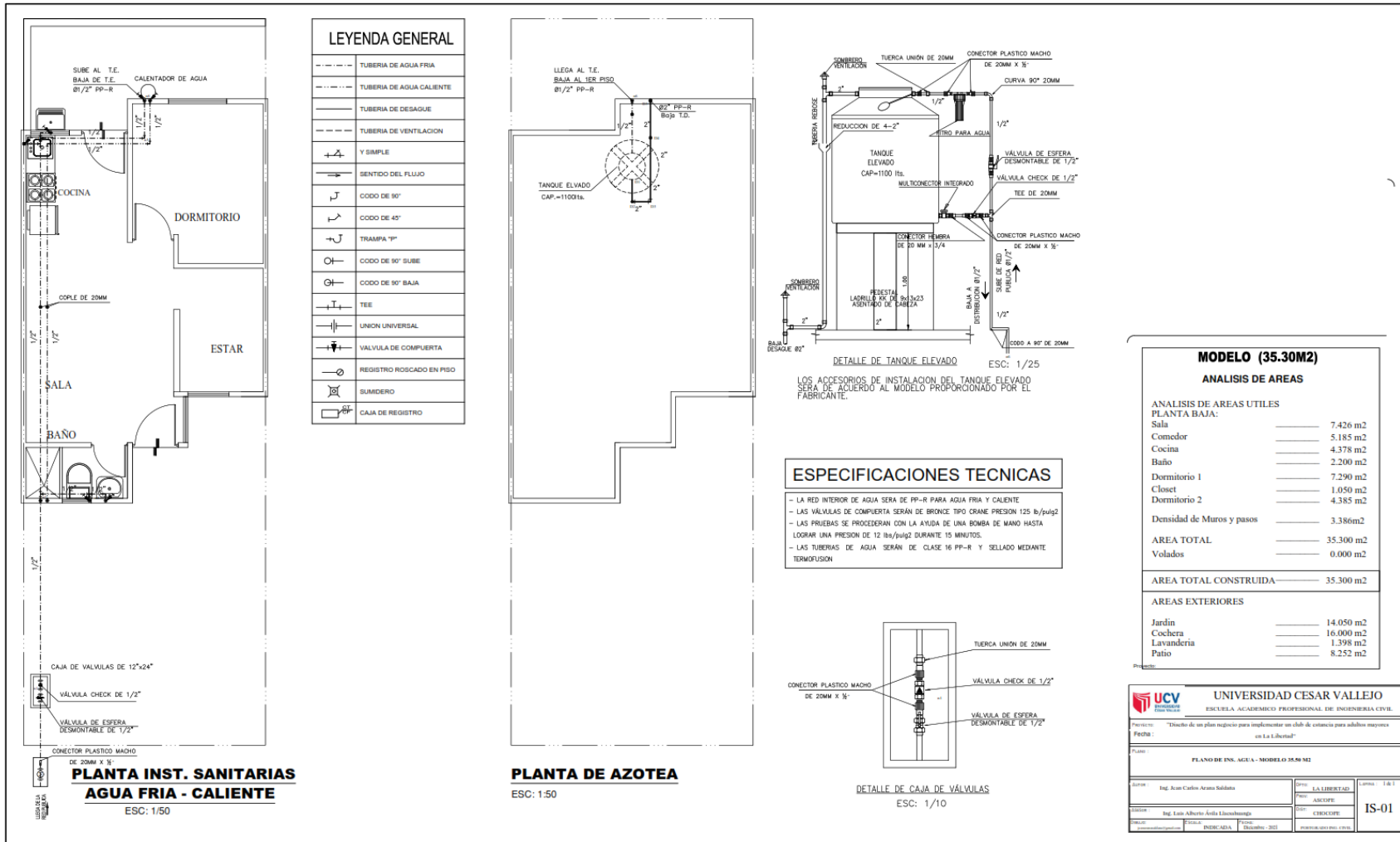
Fuente: Elaboración Propia.

ANEXO 20: PLANO DE ARQUITECTURA – VIVIENDA



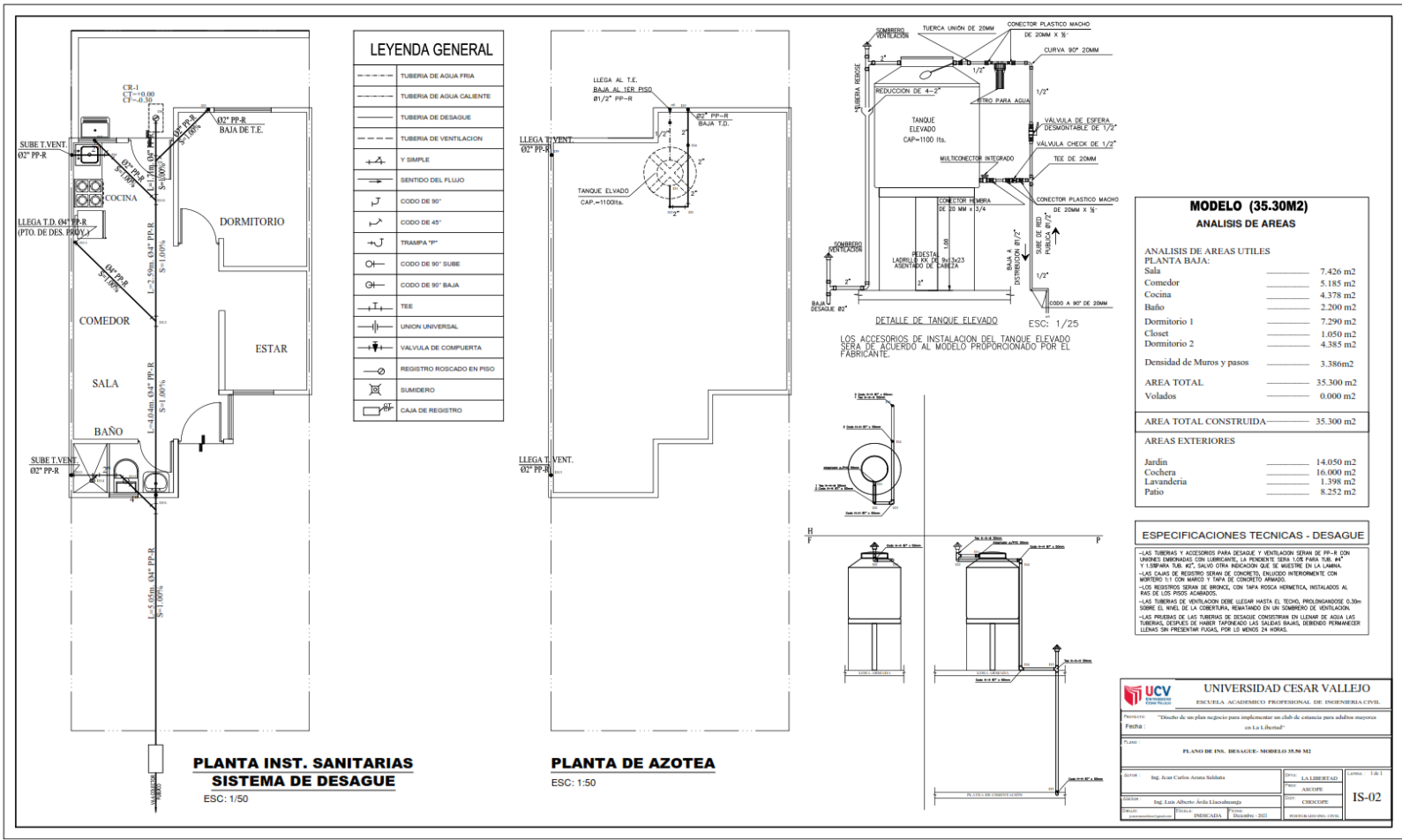
Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 21: PLANO DE INSTALACIONES SANITARIAS “AGUA” – VIVIENDA



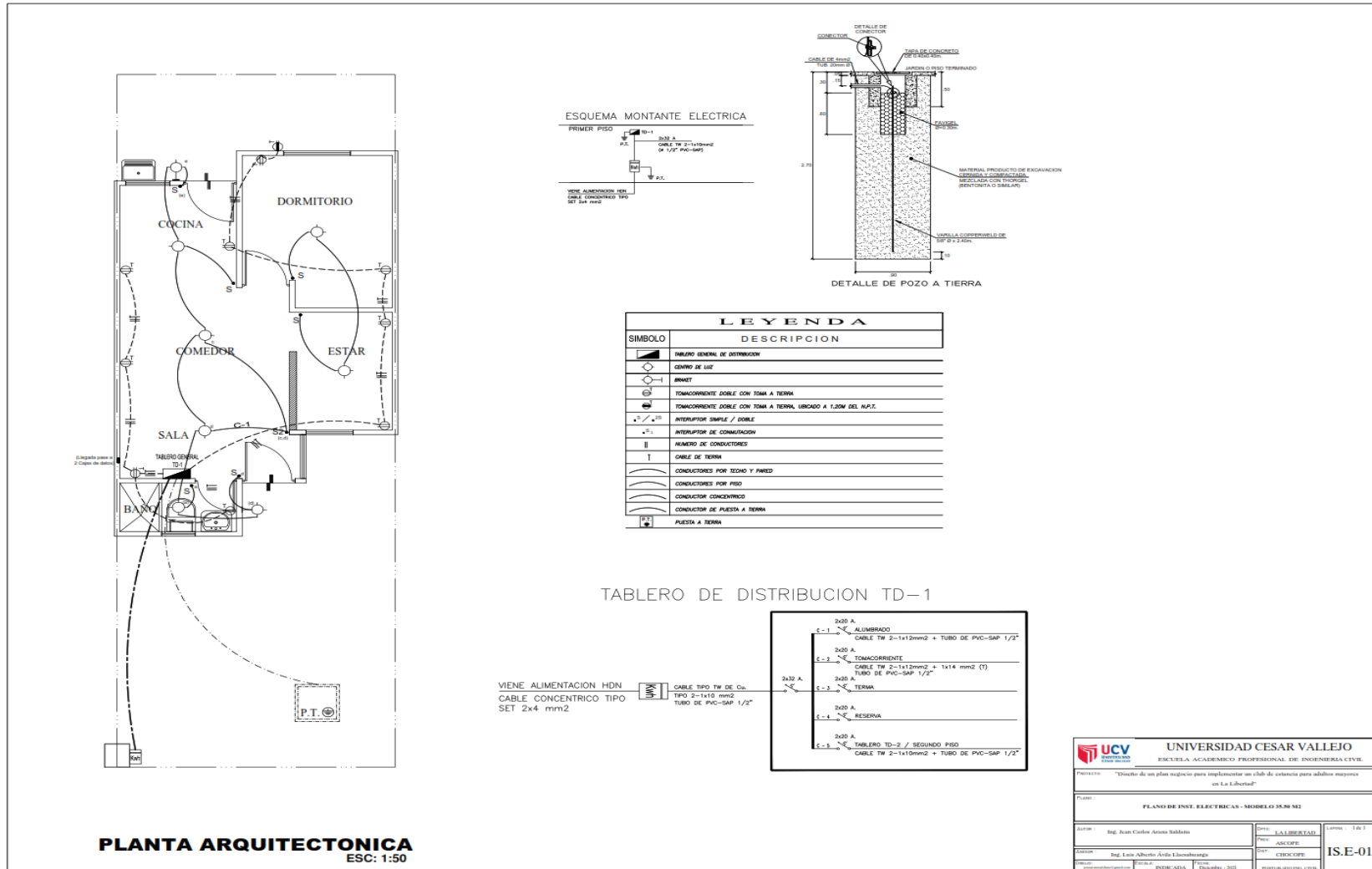
Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 22: PLANO DE INSTALACIONES SANITARIAS “DESAGUE” – VIVIENDA



Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 23: PLANO DE INSTALACIONES ELECTRICAS – VIVIENDA



Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 24: PRESUPUESTO DEL ÁREA MÉDICO – DEPORTIVO

ITEM	DESCRIPCION DE PARTIDAS	UNIDAD	METRADO	PRECIO S/	PARCIAL S/
01	Estructuras				44,256.24
01.01	Obras preliminares				2,585.23
01.01.02	Instalaciones provisionales				745.95
01.01.02.01	Instalación provisional de energía eléctrica	glb	1	320.85	320.85
01.01.02.02	Instalación provisional de agua	glb	1	425.1	425.10
01.01.03	Trabajos preliminares				1,839.28
01.01.03.01	Limpieza de terreno	m2	277	1.18	326.86
01.01.03.02	Trazo, nivel y replanteo	m2	277	5.46	1,512.42
01.02	Movimiento de tierras				11,562.55
01.02.01	Excavación masiva	m3	69.25	14.82	1,026.29
01.02.02	Excavación de zanjas	m3	51.39	14.88	764.68
01.02.03	Nivelación y compactación Area Total	m2	277	2.85	789.45
01.02.04	Relleno y compactado con material de préstamo	m3	41.55	90.06	3,741.99
01.02.05	Eliminación de material excedente	m3	124.795	41.99	5,240.14
01.03	Obras de Concreto Simple				10,385.82
01.03.01	Solado concreto f'c=100 kg/cm2	m3	3.15	13.41	42.24
01.03.02	Cimientos corridos	m3	51.39	188.53	9,688.56
01.03.03	Falso piso de e=10 cm.	m2	27	24.26	655.02
01.04	Obras de Concreto Armado				41,671.01
01.04.01	Zapatas				14,727.05
01.04.01.01	Concreto	m3	31.5	311.62	9,816.03
01.04.01.02	Encofrado	m2	84	44.83	3,765.72
01.04.01.03	Acero	kg	247.9	4.62	1,145.30
01.04.02	Vigas de conexión				0.00
01.04.02.01	Concreto	m3	0	318.1	0.00
01.04.02.02	Encofrado	m2	0	56.48	0.00

01.04.02.03	Acero	kg	0	4.62	0.00
01.04.03	Columnas 30*60cm				24,641.40
01.04.03.01	Concreto	m3	18.576	408.29	7,584.40
01.04.03.02	Encofrado	m2	185.76	53	9,845.28
01.04.03.03	Acero	kg	1560.98	4.62	7,211.73
01.04.04	Columnetas 25*25cm				2,302.56
01.04.04.01	Concreto	m3	1.075	408.29	438.91
01.04.04.02	Encofrado	m2	17.2	73.53	1,264.72
01.04.04.03	Acero	kg	129.6384	4.62	598.93
02	Arquitectura				162,917.68
02.01	Muros portantes y Tabiquería				10,861.99
02.01.01	Muro de cabeza, mortero 1:4	m2	30.72	115.63	3,552.15
02.01.02	Muro de sogá, mortero 1:5	m2	107.324	68.11	7,309.84
02.02	Revoques y Revestimientos				9,369.90
02.02.01	Tarrajeo de muros interiores	m2	231.694	26.46	6,130.62
02.02.02	Tarrajeo de muros exteriores	m2	83.724	38.69	3,239.28
02.03	Carpintería Metálica				73,405.00
02.03.01	Estructura Metálica Para Cobertura	m2	277	265	73,405.00
02.04	Cielorraso				10,163.13
02.04.01	Cielorraso con Drywall	m2	277	36.69	10,163.13
02.05	Pisos y Pavimentos				17,578.42
02.05.01	Contrapiso	m2	277	27.96	7,744.92
02.05.02	Piso de cerámica	m2	277	35.5	9,833.50
02.06	Pintura				7,099.09
02.06.01	Pintura de Cielorraso	m2	277	11.69	3,238.13
02.06.02	Pintura de Muros Interiores	m2	231.694	11.54	2,673.75
02.06.03	Pintura de Muros exteriores	m2	83.724	14.18	1,187.21
02.07	Carpintería de madera				1,655.35
02.07.01	Puertas de Madera Tableros rebajados 4.5mm de cedro	m2	1	559.99	559.99

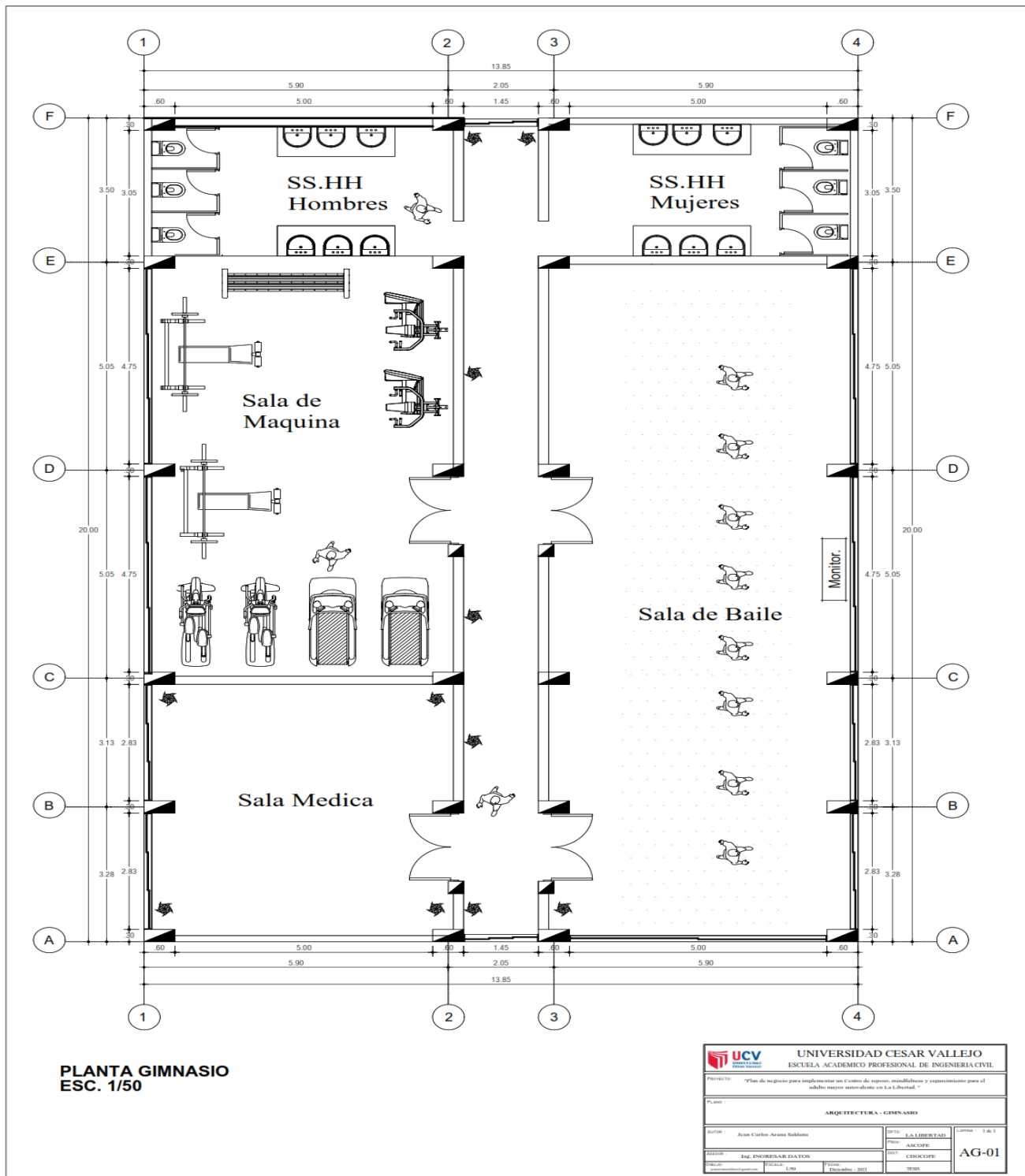
02.07.02	Puertas contraplacadas de 35mm con triplay 4mm incluye marco de cedro	m2	4	273.84	1,095.36
02.08	Cerrajería				386.01
02.08.01	Cerradura de puerta de Ingreso	und	1	149.49	149.49
02.08.02	Cerradura de puertas de interiores	und	4	59.13	236.52
02.09	Vidrios y Cristales				32,398.79
02.09.01	Vidrio semidoble incoloro	p2	1521.07	21.3	32,398.79
03	Instalaciones Sanitaria				7,850.00
03.01	Instalaciones Sanitaria	glb	1	7850	7,850.00
04	Instalaciones Electricas				4,250.00
04.01	Instalaciones Electricas	glb	1	4250	4,250.00
	COSTO DIRECTO				219,273.92
	GASTOS GENERALES (9%)				19,734.65
	UTILIDADES (8%)				17,541.91

	SUB TOTAL				256,550.49
	IGV (18%)				46,179.09

	TOTAL PRESUPUESTO				S/ 302,729.57

Fuente: Elaboración Propia.

ANEXO 25: PLANO DEL CENTRO MÉDICO – DEPORTIVO



Fuente: Elaboración Propia.

ANEXO 26: PRESUPUESTO ÁREA ADMINISTRATIVA – CENTRO DE LECTURA

ITEM	DESCRIPCION DE PARTIDAS	UNIDAD	METRADO	PRECIO S/	PARCIAL S/
01	Estructuras				43,830.29
01.01	Obras preliminares				2,585.23
01.01.02	Instalaciones provisionales				745.95
01.01.02.01	Instalación provisional de energía eléctrica	glb	1	320.85	320.85
01.01.02.02	Instalación provisional de agua	glb	1	425.1	425.10
01.01.03	Trabajos preliminares				1,839.28
01.01.03.01	Limpieza de terreno	m2	277	1.18	326.86
01.01.03.02	Trazo, nivel y replanteo	m2	277	5.46	1,512.42
01.02	Movimiento de tierras				42,175.77
01.02.01	Excavación masiva	m3	522.61	14.82	7,745.08
01.02.02	Excavación de zanjas	m3		14.88	0.00
01.02.03	Nivelación y compactación Area Total	m2	522.36	2.85	1,488.73
01.02.04	Relleno y compactado con material de préstamo	m3	90.1071	80.06	7,213.97
01.02.05	Eliminación de material excedente	m3	612.7171	41.99	25,727.99
01.03	Obras de Concreto Simple				22,027.23
01.03.01	Solado concreto f'c=100 kg/cm2	m3	3.15	13.41	42.24
01.03.02	Cimientos corridos	m3	63.356	188.53	11,944.51
01.03.03	Falso piso de e=10 cm.	m2	413.87	24.26	10,040.49
01.04	Obras de Concreto Armado				41,245.06
01.04.01	Zapatas				14,727.05
01.04.01.01	Concreto	m3	31.5	311.62	9,816.03
01.04.01.02	Encofrado	m2	84	44.83	3,765.72
01.04.01.03	Acero	kg	247.9	4.62	1,145.30
01.04.03	Columnas 30*60cm				24,215.45
01.04.03.01	Concreto	m3	18.576	385.36	7,158.45
01.04.03.02	Encofrado	m2	185.76	53	9,845.28
01.04.03.03	Acero	kg	1560.98	4.62	7,211.73
01.04.04	Columnetas 25*25cm				2,302.56

01.04.04.01	Concreto	m3	1.075	408.29	438.91
01.04.04.02	Encofrado	m2	17.2	73.53	1,264.72
01.04.04.03	Acero	kg	129.6384	4.62	598.93
02	Arquitectura				248,420.46
02.01	Muros portantes y Tabiquería				12,736.29
02.01.01	Muro de cabeza, mortero 1:4	m2	67.655	110.2	7,455.58
02.01.02	Muro de sogá, mortero 1:5	m2	77.532	68.11	5,280.70
02.02	Revoques y Revestimientos				8,178.57
02.02.01	Tarrajeo de muros interiores	m2	145.187	26.46	3,841.65
02.02.02	Tarrajeo de muros exteriores	m2	144.757	29.96	4,336.92
02.03	Carpintería Metálica				117,198.90
02.03.01	Estructura Metálica Para Cobertura	m2	442.26	265	117,198.90
02.04	Cielorraso				13,312.03
02.04.01	Cielorraso con Drywall	m2	442.26	30.1	13,312.03
02.05	Pisos y Pavimentos				26,098.64
02.05.01	Contrapiso	m2	413.87	27.96	11,571.81
02.05.02	Piso de cerámica	m2	413.87	35.1	14,526.84
02.06	Pintura				8,898.13
02.06.01	Pintura de Cielorraso	m2	442.26	11.69	5,170.02
02.06.02	Pintura de Muros Interiores	m2	145.187	11.54	1,675.46
02.06.03	Pintura de Muros exteriores	m2	144.757	14.18	2,052.65
02.07	Carpintería de madera				1,827.99
02.07.01	Puertas de Madera Tableros rebajados 4.5mm de cedro	m2	1	559.99	559.99
02.07.02	Puertas contraplacadas de 35mm con triplay 4mm incluye marco de cedro	m2	5	253.6	1,268.00
02.08	Cerrajería				445.14
02.08.01	Cerradura de puerta de Ingreso	und	1	149.49	149.49
02.08.02	Cerradura de puertas de interiores	und	5	59.13	295.65
02.09	Vidrios y Cristales				59,724.77
02.09.01	Vidrio semidoble incoloro	p2	2803.98	21.3	59,724.77
03	Instalaciones Sanitaria				6,880.50
03.01	Instalaciones Sanitaria	glb	1	6880.5	6,880.50

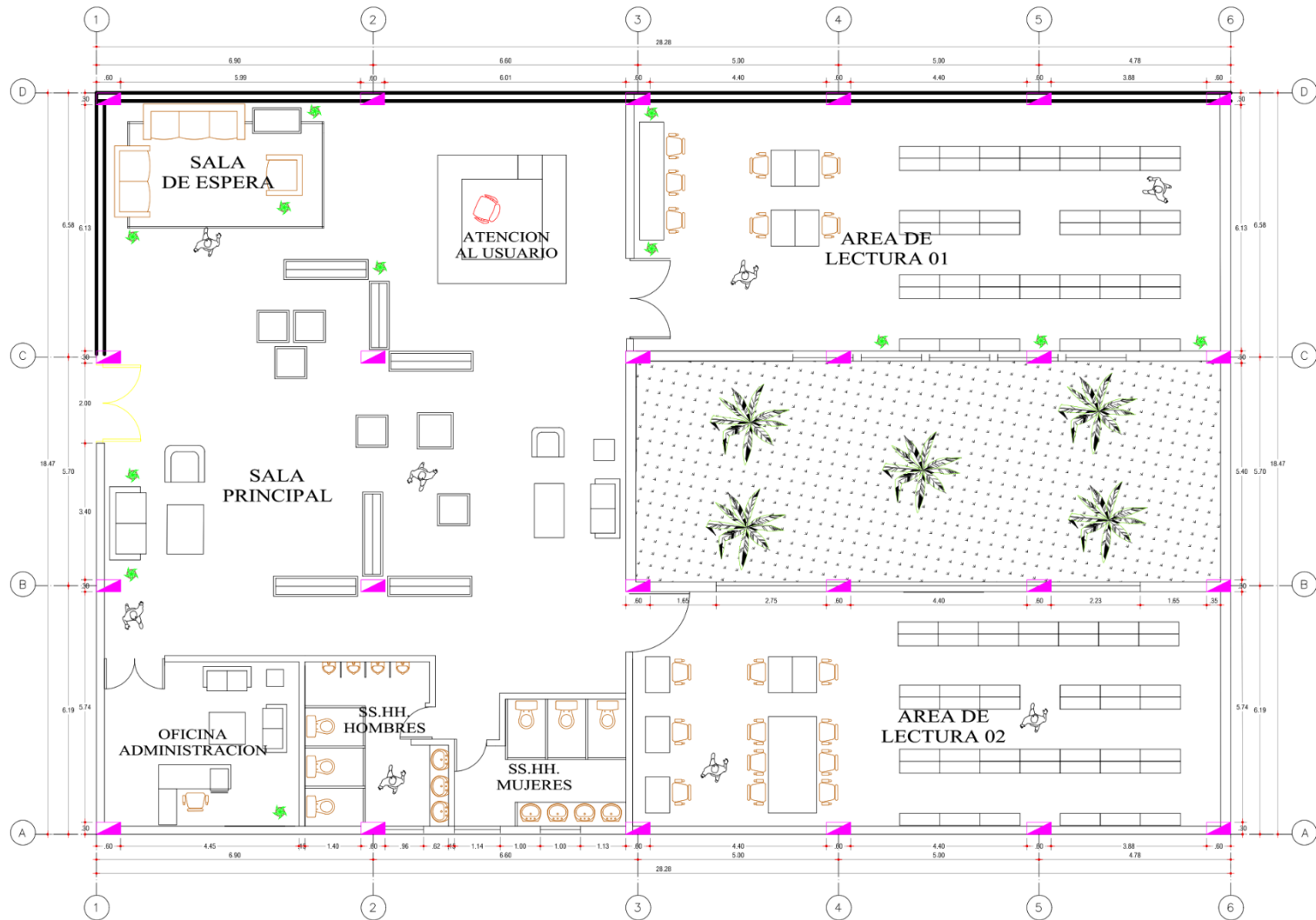
04	Instalaciones Electricas				6,580.36
04.01	Instalaciones Electricas	glb	1	6580.36	6,580.36
	COSTO DIRECTO				305,711.61
	GASTOS GENERALES (9%)				27,514.04
	UTILIDADES (8%)				24,456.93

	SUB TOTAL				357,682.58
	IGV (18%)				64,382.86

	TOTAL PRESUPUESTO				S/ 422,065.44

Fuente: Elaboración Propia.

ANEXO 27: PLANO PATIO DEL ÁREA ADMINISTRATIVA – CENTRO DE LECTURA



Fuente: Elaboración Propia.

ANEXO 28: PRESUPUESTO DEL PATIO DE COMIDA

ITEM	DESCRIPCION DE PARTIDAS	UNIDAD	METRADO	PRECIO S/	PARCIAL S/
01	Estructuras				39,325.65
01.01	Obras preliminares				3,001.43
01.01.02	Instalaciones provisionales				745.95
01.01.02.01	Instalación provisional de energía eléctrica	glb	1	320.85	320.85
01.01.02.02	Instalación provisional de agua	glb	1	425.1	425.10
01.01.03	Trabajos preliminares				2,255.48
01.01.03.01	Limpieza de terreno	m2	339.68	1.18	400.82
01.01.03.02	Trazo, nivel y replanteo	m2	339.68	5.46	1,854.65
01.02	Movimiento de tierras				10,879.74
01.02.01	Excavación masiva	m3	59.444	14.82	880.96
01.02.02	Excavación de zanjas	m3	43.176	14.88	642.46
01.02.03	Nivelación y compactación Area Total	m2	339.68	2.85	968.09
01.02.04	Relleno y compactado con material de préstamo	m3	50.952	80.06	4,079.22
01.02.05	Eliminación de material excedente	m3	102.62	41.99	4,309.01
01.03	Obras de Concreto Simple				15,198.15
01.03.01	Solado concreto f'c=100 kg/cm2	m3	3.2625	13.41	43.75
01.03.02	Cimientos corridos	m3	43.176	168.53	7,276.45
01.03.03	Falso piso de e=10 cm.	m2	324.73	24.26	7,877.95
01.04	Obras de Concreto Armado				36,324.22
01.04.01	Zapatas				14,923.50
01.04.01.01	Concreto	m3	32.625	301.52	9,837.09
01.04.01.02	Encofrado	m2	87	44.83	3,900.21
01.04.01.03	Acero	kg	256.754	4.62	1,186.20
01.04.03	Columnas 25*40cm				18,476.55
01.04.03.01	Concreto	m3	10.15	348.5	3,537.28
01.04.03.02	Encofrado	m2	131.95	63.2	8,339.24

01.04.03.03	Acero	kg	1428.58	4.62	6,600.04
01.04.04	Columnetas 25*25cm				2,924.16
01.04.04.01	Concreto	m3	1.6125	408.29	658.37
01.04.04.02	Encofrado	m2	25.8	53	1,367.40
01.04.04.03	Acero	kg	194.4576	4.62	898.39
02	Arquitectura				165,226.69
02.01	Muros portantes y Tabiquería				12,102.35
02.01.01	Muro de cabeza, mortero 1:4	m2	15.685	115.63	1,813.66
02.01.02	Muro de soga, mortero 1:5	m2	151.06	68.11	10,288.70
02.02	Revoques y Revestimientos				4,039.46
02.02.01	Tarrajeo de muros interiores	m2	89.269	26.46	2,362.06
02.02.02	Tarrajeo de muros exteriores	m2	43.355	38.69	1,677.40
02.03	Carpintería Metálica				90,015.20
02.03.01	Estructura Metálica Para Cobertura	m2	339.68	265	90,015.20
02.04	Cielorraso				12,462.86
02.04.01	Cielorraso con Drywall	m2	339.68	36.69	12,462.86
02.05	Pisos y Pavimentos				22,133.60
02.05.01	Contrapiso	m2	324.73	27.96	9,079.45
02.05.02	Piso de cerámica	m2	324.73	40.2	13,054.15
02.06	Pintura				5,615.80
02.06.01	Pintura de Cielorraso	m2	339.68	11.69	3,970.86
02.06.02	Pintura de Muros Interiores	m2	89.269	11.54	1,030.16
02.06.03	Pintura de Muros exteriores	m2	43.355	14.18	614.77
02.07	Carpintería de madera				1,929.19
02.07.01	Puertas de Madera Tableros rebajados 4.5mm de cedro	m2	1	559.99	559.99
02.07.02	Puertas contraplacadas de 35mm con triplay 4mm incluye marco de cedro	m2	5	273.84	1,369.20
02.08	Cerrajería				386.01
02.08.01	Cerradura de puerta de Ingreso	und	1	149.49	149.49
02.08.02	Cerradura de puertas de interiores	und	4	59.13	236.52

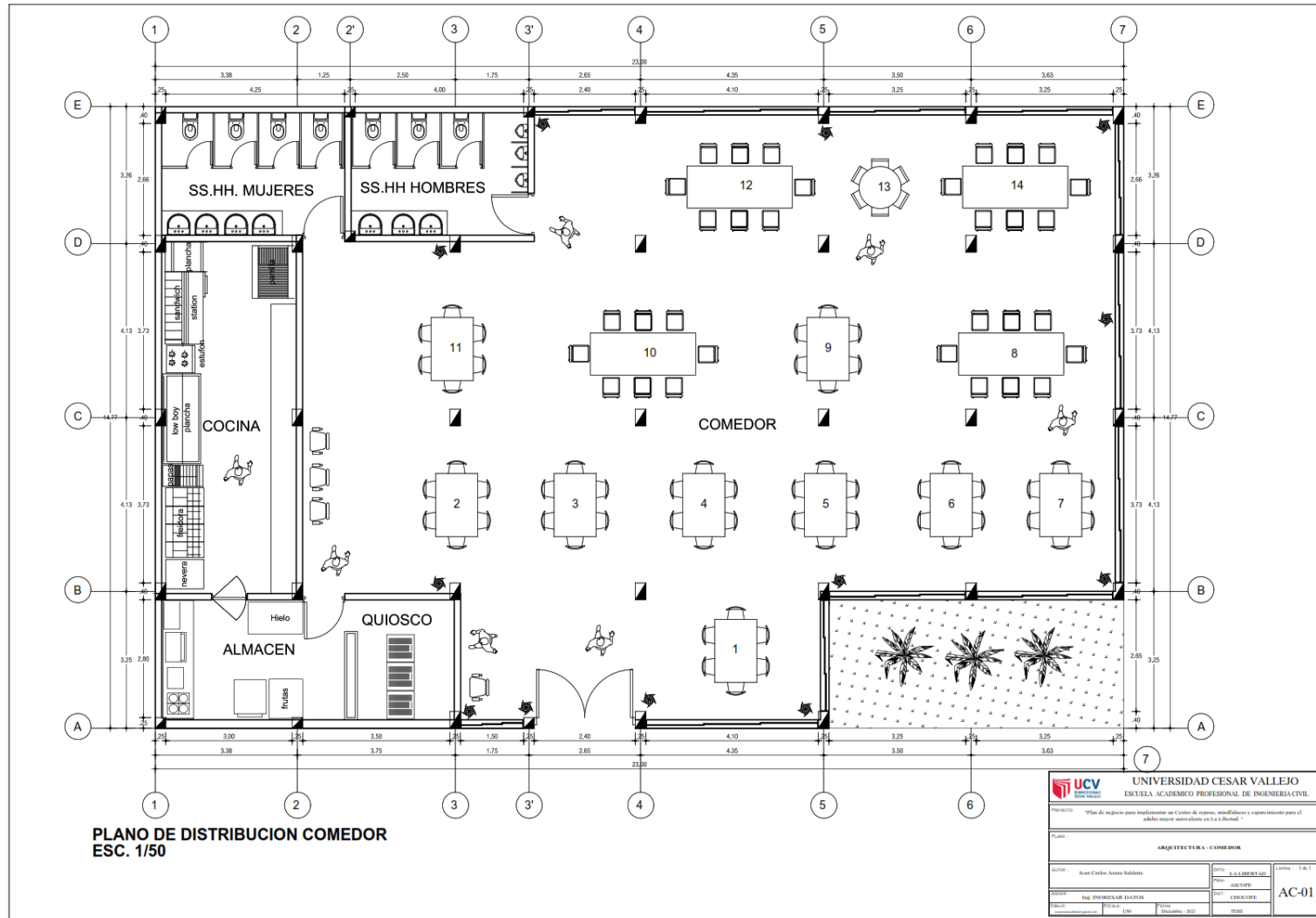
02.09	Vidrios y Cristales				16,542.22
02.09.01	Vidrio semidoble incoloro	p2	776.63	21.3	16,542.22
03	Instalaciones Sanitaria				6,580.36
03.01	Instalaciones Sanitaria	glb	1	6580.36	6,580.36
04	Instalaciones Electricas				5,120.36
04.01	Instalaciones Electricas	glb	1	5120.36	5,120.36
	COSTO DIRECTO				216,253.05
	GASTOS GENERALES (9%)				19,462.77
	UTILIDADES (8%)				17,300.24

	SUB TOTAL				253,016.07
	IGV (18%)				45,542.89

	TOTAL PRESUPUESTO				S/ 298,558.97

Fuente: Elaboración Propia.

ANEXO 29: PLANO DEL PATIO DE COMIDA



Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 30: PRESUPUESTO DEL CENTRO DE MEDITACIÓN

ITEM	DESCRIPCION DE PARTIDAS	UNIDAD	METRADO	PRECIO S/	PARCIAL S/
01	Estructuras				15,710.60
01.01	Obras preliminares				1,436.51
01.01.02	Instalaciones provisionales				745.95
01.01.02.01	Instalación provisional de energía eléctrica	glb	1	320.85	320.85
01.01.02.02	Instalación provisional de agua	glb	1	425.1	425.10
01.01.03	Trabajos preliminares				690.56
01.01.03.01	Limpieza de terreno	m2	104	1.18	122.72
01.01.03.02	Trazo, nivel y replanteo	m2	104	5.46	567.84
01.02	Movimiento de tierras				3,870.99
01.02.01	Excavación masiva	m3	24.44	14.82	362.20
01.02.02	Excavación de zanjas	m3	16.48	14.88	245.22
01.02.03	Nivelación y compactación Area Total	m2	104	2.85	296.40
01.02.04	Relleno y compactado con material de préstamo	m3	15.6	80.06	1,248.94
01.02.05	Eliminación de material excedente	m3	40.92	41.99	1,718.23
01.03	Obras de Concreto Simple				3,597.52
01.03.01	Solado concreto f'c=100 kg/cm2	m3	1.0125	13.41	13.58
01.03.02	Cimientos corridos	m3	16.48	158	2,603.84
01.03.03	Falso piso de e=10 cm.	m2	40.4	24.26	980.10
01.04	Obras de Concreto Armado				14,274.09
01.04.01	Zapatas				4,909.02
01.04.01.01	Concreto	m3	10.5	311.62	3,272.01
01.04.01.02	Encofrado	m2	28	44.83	1,255.24
01.04.01.03	Acero	kg	82.6333	4.62	381.77
01.04.03	Columnas 25*40cm				8,213.80
01.04.03.01	Concreto	m3	6.192	408.29	2,528.13
01.04.03.02	Encofrado	m2	61.92	53	3,281.76

01.04.03.03	Acero	kg	520.3266	4.62	2,403.91
01.04.04	Columnetas 25*25cm				1,151.28
01.04.04.01	Concreto	m3	0.5375	408.29	219.46
01.04.04.02	Encofrado	m2	8.6	73.53	632.36
01.04.04.03	Acero	kg	64.8192	4.62	299.46
02	Arquitectura				60,974.30
02.01	Muros portantes y Tabiquería				2,006.18
02.01.01	Muro de cabeza, mortero 1:4	m2	17.35	115.63	2,006.18
02.02	Revoques y Revestimientos				1,253.43
02.02.01	Tarrajeo de muros interiores	m2	24.29	26.46	642.71
02.02.02	Tarrajeo de muros exteriores	m2	17.35	35.2	610.72
02.03	Carpintería Metálica				27,560.00
02.03.01	Estructura Metálica Para Cobertura	m2	104	265	27,560.00
02.04	Cielorraso				3,328.00
02.04.01	Cielorraso con Drywall	m2	104	32	3,328.00
02.05	Pisos y Pavimentos				6,076.93
02.05.01	Contrapiso	m2	95.76	27.96	2,677.45
02.05.02	Piso de cerámica	m2	95.76	35.5	3,399.48
02.06	Pintura				1,742.09
02.06.01	Pintura de Cielorraso	m2	104	11.69	1,215.76
02.06.02	Pintura de Muros Interiores	m2	24.29	11.54	280.31
02.06.03	Pintura de Muros exteriores	m2	17.35	14.18	246.02
02.07	Carpintería de madera				559.99
02.07.01	Puertas de Madera Tableros rebajados 4.5mm de cedro	m2	1	559.99	559.99
02.08	Cerrajería				149.49
02.08.01	Cerradura de puerta de Ingreso	und	1	149.49	149.49
02.09	Vidrios y Cristales				18,298.19
02.09.01	Vidrio semidoble incoloro	p2	859.07	21.3	18,298.19
03	Instalaciones Sanitaria				350.35

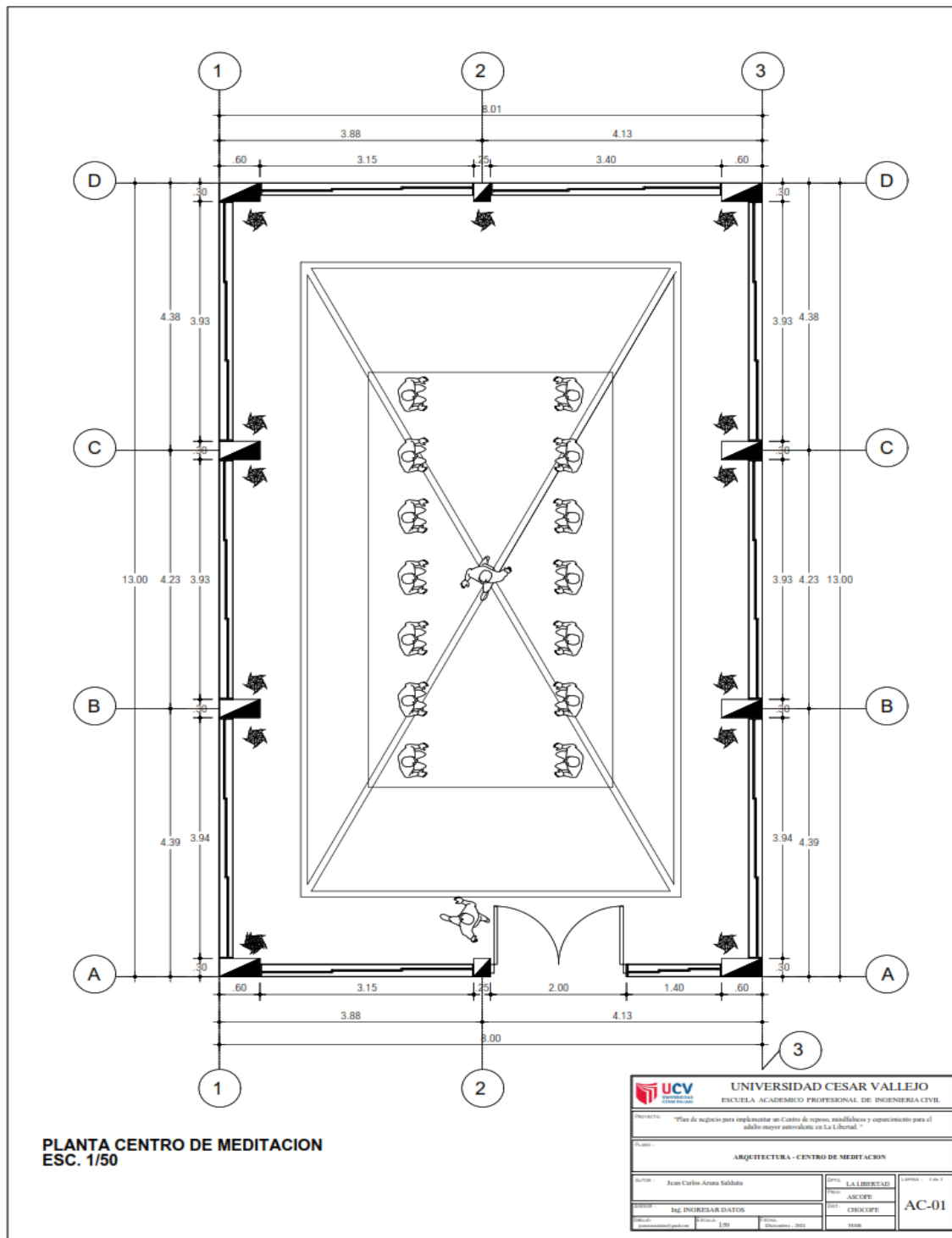
03.01	Instalaciones Sanitaria	glb	1	350.35	350.35
04	Instalaciones Electricas				2,850.70
04.01	Instalaciones Electricas	glb	1	2850.7	2,850.70
	COSTO DIRECTO				79,885.96
	GASTOS GENERALES (9%)				7,189.74
	UTILIDADES (8%)				6,390.88

	SUB TOTAL				93,466.57
	IGV (18%)				16,823.98

	TOTAL PRESUPUESTO				S/ 110,290.56

Fuente: Elaboración Propia.

ANEXO 31: PLANO DEL CENTRO DE MEDITACIÓN



Fuente: Elaboración Propia.

ANEXO 32: PRESUPUESTO DEL TANQUE ELEVADO

S10

Página

1

Presupuesto

Presupuesto 0102004 "Diseño de un plan negocio para implementar un club de estancia para adultos mayores en La Libertad"

Subpresupuesto 006 CISTERNA Y TANQUE ELEVADO

Cliente JEAN CARLOS ARANA SALDAÑA

Costo al 01/12/2021

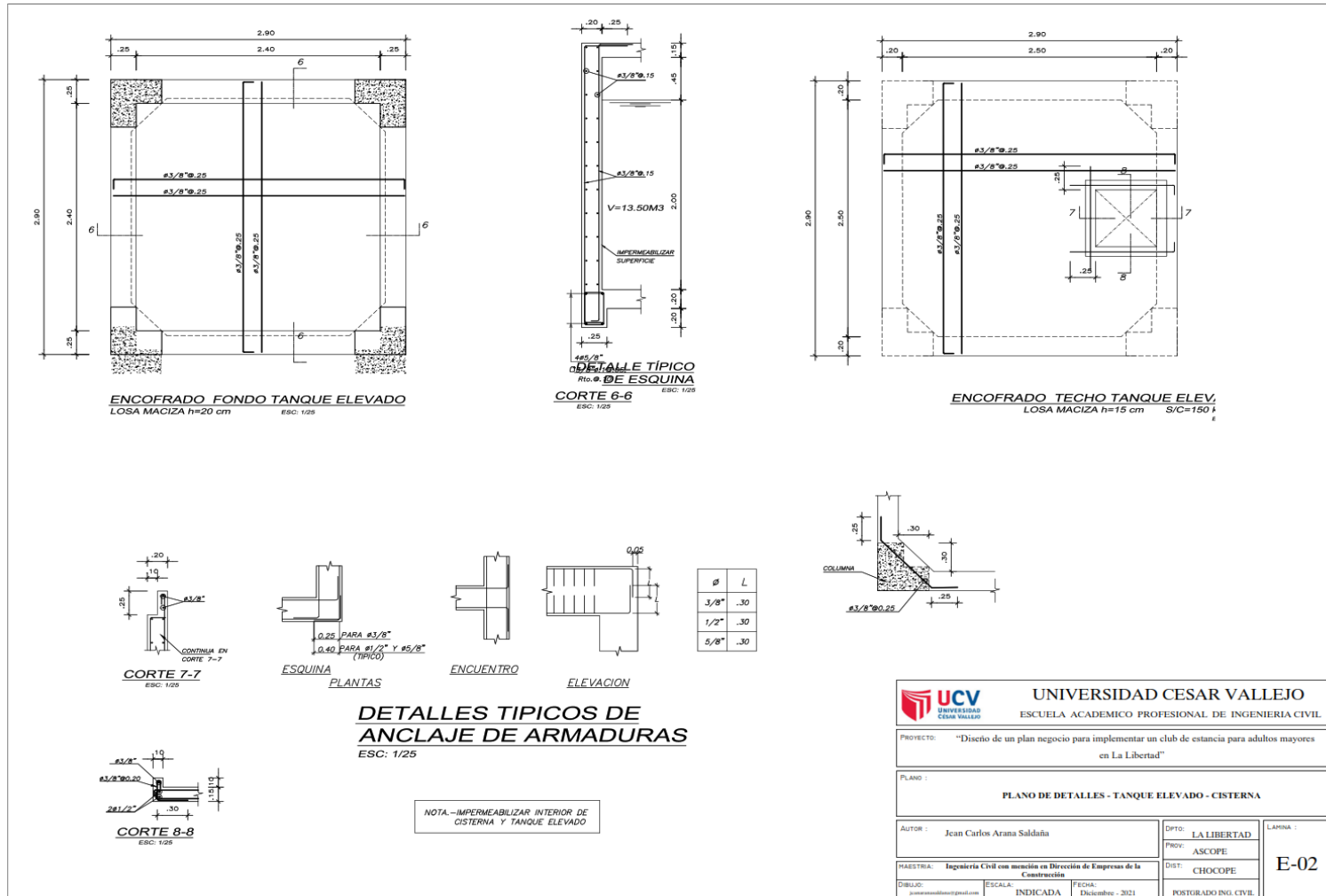
Lugar LA LIBERTAD - ASCOPE - CHOCOPE

Item	Descripción	Und.	Metrado	Precio S/.	Parcial S/.
01	CISTERNA				
01.01	CONCRETO EN CISTERNA $f_c=210$ kg/cm ²	m3	24.34	483.63	11,771.55
01.02	ENCOFRADO Y DESENCOFRADO NORMAL EN CISTERNA	m2	99.57	69.87	6,956.96
01.03	ACERO $f_y=4200$ kg/cm ² GRADO 60 EN CISTERNA	kg	1,504.21	5.40	8,122.73
02	TANQUE ELEVADO				
02.01	CONCRETO EN TANQUE ELEVADO $f_c=210$ kg/cm ²	m3	8.00	446.34	3,570.72
02.02	ENCOFRADO Y DESENCOFRADO NORMAL EN TANQUE ELEVADO	m2	66.92	51.38	3,438.35
02.03	ACERO $f_y=4200$ kg/cm ² GRADO 60 EN TANQUE ELEVADO	kg	558.51	5.40	3,015.95
	Costo Directo				36,876.26

SON : TRENTISEIS MIL OCHOCIENTOS SETENTISEIS Y 26/100 NUEVOS SOLES

Fuente: Elaboración Propia.

ANEXO 34: PLANO DEL TANQUE ELEVADO 02



Fuente: Elaboración Propia.

UCV UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE INGENIERIA CIVIL

PROYECTO: "Diseño de un plan negocio para implementar un club de estancia para adultos mayores en La Libertad"

PLANO: **PLANO DE DETALLES - TANQUE ELEVADO - CISTERNA**

AUTOR: Jean Carlos Arana Saldaña	DFTO: LA LIBERTAD	LAPINA:
MAESTRIA: Ingeniería Civil con mención en Dirección de Empresas de la Construcción	PROY: ASCOPE	E-02
DIBUJO: jeanarcanos@gmail.com	DIST: CHOCOPE	
ESCALA: INDICADA	FECHA: Diciembre - 2021	POSTGRADO ING. CIVIL

ANEXO 35: INVERSIÓN PRE – OPERATIVA

Descripción		Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total (Incl. IGV 18%)
1. Inversión Fija Tangible				17,886.30	187,814.80
1.1. Equipos y muebles					
Oficina administrativa	Escritorio	Und	1	500.00	500.00
	Silla giratoria	Und	1	179.90	179.90
	Silla	Und	2	49.90	99.80
	Estante	Und	1	500.00	500.00
	Laptop	Und	1	2,000.00	2,000.00
	Teléfono	Und	1	69.90	69.90
	Impresora	Und	1	500.00	500.00
	Flourescentes	Und	3	7.90	23.70
Área de viviendas	Camas	Und	105	450.00	47,250.00
	Colchones	Und	105	299.00	31,395.00
	Estante	Und	70	250.00	17,500.00
	Mesa	Und	70	150.00	10,500.00
	Silla	Und	140	59.90	8,386.00
	Flourescentes	Und	70	7.90	553.00
Centro médico - deportivo	Colchonetas	Und	105	65.00	6,825.00
	Pelotas	Und	105	21.00	2,205.00
	Bicicletas estáticas	Und	10	699.00	6,990.00
	Máquina de kinesiología	Und	3	5,000.00	15,000.00
	Flourescentes	Und	3	7.90	23.70

Centro de lectura	Estante para libros	Und	5	500.00	2,500.00
	Mesas	Und	10	400.00	4,000.00
	Sillas	Und	100	59.90	5,990.00
	Libros y revistas	Kit	50	60.00	3,000.00
	Laptop	Und	1	2,000.00	2,000.00
	Impresora	Und	1	750.00	750.00
	Flourescentes	Und	3	7.90	23.70
Patio de comida	Cocina a gas	Und	2	539.90	1,079.80
	Refrigeradora	Und	1	1,000.00	1,000.00
	Licuadaora	Und	2	89.90	179.80
	Microondas	Und	1	269.90	269.90
	Utensilios de cocina	Kit	3	150.00	450.00
	Ollas y sartenes	Kit	3	150.00	450.00
	Vajillas y cubiertos	Kit	5	300.00	1,500.00
	Mesas	Und	15	90.00	1,350.00
	Sillas	Und	100	49.90	4,990.00
	Tachos de basura	Und	3	20.90	62.70
	Flourescentes	Und	3	7.90	23.70
Centro de meditación	Colchonetas	Und	45	65.00	2,925.00
	Sillas	Und	45	49.90	2,245.50
	Muebles de estar	Und	5	500.00	2,500.00
	Flourescentes	Und	3	7.90	23.70
2. Inversión Fija Intangible				959.00	959.00
.1. Constitución de la empresa					

Gastos de constitución de la empresa	Búsqueda del nombre	Tasas	1	5.00	5.00
	Solicitud de reserva del nombre	Tasas	1	22.00	22.00
	Elaboración de la minuta	Tasas	1	200.00	200.00
	Inscripción en Registros Públicos	Tasas	1	22.00	22.00
	Copia Literal de partida electrónica	Tasas	1	21.00	21.00
	Legalización de libros contables	Tasas	1	20.00	20.00
.2. Licencias					
Licencia de funcionamiento		Tasas	1	86.00	86.00
Certificado de Defensa Civil		Tasas	1	223.00	223.00
Registro sanitario de alimentos y bebidas		Tasas	1	360.00	360.00
3. Gastos Pre Operativos				2,175,976.40	2,175,976.40
3.1. Marketing de lanzamiento					
Campaña de lanzamiento de la marca				2,500.00	2,500.00
3.2. Acondicionamiento de local e instalación de muebles					
Inversión ingeniería				2,116,694.40	2,116,694.40
Instalación de muebles				10,000.00	10,000.00
3.3. Gastos de personal					
Pago del personal (primer mes)				41,552.00	41,552.00
3.4. Servicios					
Pago de servicios (agua, luz, internet y teléfono)				1,180.00	1,180.00
3.4. Bienes no depreciables					
Uniformes para personal				3,750.00	3,750.00
Accesorios de limpieza				300.00	300.00
4. Inventario inicial de mercadería					39,806.49

5. Capital de trabajo		85,658.49
INVERSIÓN TOTAL		2,490,215.18

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 36: INVERSION A PARTIR DEL AÑO 2

Descripción		Unidad de medida	Cantidad	Costo total	Vida útil (años)	Tasa de depreciación anual	Reinversión	Período de reinversión
Oficina administrativa	Escritorio	Und	1	500.00	10	20%		
	Silla giratoria	Und	1	179.90	7	29%		
	Silla	Und	2	49.90	8	25%		
	Estante	Und	1	500.00	10	20%		
	Laptop	Und	1	2,000.00	4	50%	2,000.00	Año 5
	Teléfono	Und	1	69.90	5	40%		
	Impresora	Und	1	500.00	5	40%		
	Flourescentes	Und	3	7.90	1	200%	7.90	Cada año
Área de viviendas	Camas	Und	105	450.00	8	25%		
	Colchones	Und	105	299.00	7	29%		
	Estante	Und	70	250.00	10	20%		
	Mesa	Und	70	150.00	12	17%		
	Silla	Und	140	59.90	10	20%		
		Flourescentes	Und	70	7.90	1	200%	7.90
Centro médico - deportivo	Colchonetas	Und	105	65.00	5	40%	65.00	Cada año
	Pelotas	Und	105	21.00	1	200%	21.00	Cada año
	Bicicletas estáticas	Und	10	699.00	5	40%		
	Máquina de kinesiología	Und	3	5,000.00	3	67%		
		Flourescentes	Und	3	7.90	5	40%	
Centro de lectura	Estante para libros	Und	5	500.00	1	200%	500.00	Cada año
	Mesas	Und	10	400.00	10	20%		
	Sillas	Und	100	59.90	12	17%		
	Libros y revistas	Kit	50	60.00	10	20%		
	Laptop	Und	1	2,000.00	4	50%	2,000.00	Año 5
	Impresora	Und	1	750.00	5	40%		
		Flourescentes	Und	3	7.90	1	200%	7.90

Patio de comida	Cocina a gas	Und	2	539.90	15	13%		
	Refrigeradora	Und	1	1,000.00	15	13%		
	Licuada	Und	2	89.90	10	20%		
	Microondas	Und	1	269.90	8	25%		
	Utensilios de cocina	Kit	3	150.00	5	40%		
	Ollas y sartenes	Kit	3	150.00	3	67%	150.00	Año 4
	Vajillas y cubiertos	Kit	5	300.00	3	67%	300.00	Año 4
	Mesas	Und	15	90.00	8	25%		
	Sillas	Und	100	49.90	8	25%		
	Tachos de basura	Und	3	20.90	5	40%		
	Flourescentes	Und	3	7.90	1	200%	7.90	Cada año
Centro de meditación	Colchonetas	Und	45	65.00	5	40%	65.00	Cada año
	Sillas	Und	45	49.90	8	25%		
	Muebles de estar	Und	5	500.00	8	25%		
	Flourescentes	Und	3	7.90	1	200%	7.90	Cada año

Fuente: Elaboración Propia.

ANEXO 37: DEPRECIACION ANUAL

Descripción		Costo Total	Vida útil (años)	Tasa de depreciación anual	Depreciación anual
Oficina administrativa	Escritorio	500.00	10	20%	100.00
	Silla giratoria	179.90	7	29%	51.40
	Silla	49.90	8	25%	12.48
	Estante	500.00	10	20%	100.00
	Laptop	2,000.00	4	50%	1000.00
	Teléfono	69.90	5	40%	27.96
	Impresora	500.00	5	40%	200.00
	Flourescentes	7.90	1	200%	15.80
Área de viviendas	Camas	450.00	8	25%	112.50
	Colchones	299.00	7	29%	85.43
	Estante	250.00	10	20%	50.00
	Mesa	150.00	12	17%	25.00
	Silla	59.90	10	20%	11.98
	Flourescentes	7.90	1	200%	15.80
Centro médico - deportivo	Colchonetas	65.00	1	200%	130.00
	Pelotas	21.00	1	200%	42.00
	Bicicletas estáticas	699.00	5	40%	279.60
	Máquina de kinesiología	5,000.00	3	67%	3333.33
	Flourescentes	7.90	1	200%	15.80
Centro de lectura	Estante para libros	500.00	10	20%	100.00
	Mesas	400.00	12	17%	66.67
	Sillas	59.90	10	20%	11.98
	Laptop	60.00	4	50%	30.00
	Impresora	2,000.00	5	40%	800.00
	Flourescentes	750.00	1	200%	1500.00
	Cocina a gas	7.90	15	13%	1.05

Patio de comida	Refrigeradora	539.90	15	13%	71.99
	Licuada	1,000.00	10	20%	200.00
	Microondas	89.90	8	25%	22.48
	Utensilios de cocina	269.90	5	40%	107.96
	Ollas y sartenes	150.00	3	67%	100.00
	Vajillas y cubiertos	150.00	3	67%	100.00
	Mesas	300.00	8	25%	75.00
	Sillas	90.00	8	25%	22.50
	Tachos de basura	49.90	5	40%	19.96
	Flourescentes	20.90	1	200%	41.80
Centro de meditación	Colchonetas	7.90	1	200%	15.80
	Sillas	65.00	8	25%	16.25
	Muebles de estar	49.90	8	25%	12.48
	Flourescentes	500.00	1	200%	1000.00

9924.98

Fuente: Elaboración Propia.

ANEXO 38: DEMANDA PROYECTADA

Demanda de habitaciones individuales

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	Proyección de la demanda	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
4.20%	Año 1	20	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	33
4.20%	Año 2	20	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	33
4.20%	Año 3	21	23	24	25	26	27	28	29	30	32	33	34
4.20%	Año 4	21	23	24	25	26	27	28	29	30	32	33	34
4.20%	Año 5	21	23	24	25	26	27	28	29	30	32	33	35

Demanda de habitaciones dobles

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	Proyección de la demanda	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
6.50%	Año 1	32	36	39	41	44	47	50	53	56	60	64	68
6.50%	Año 2	32	36	39	41	44	47	50	53	56	60	64	68
6.50%	Año 3	32	36	39	41	44	47	50	53	56	60	64	68
6.50%	Año 4	32	36	39	41	44	47	50	53	56	60	64	68
6.50%	Año 5	33	37	40	42	45	48	51	55	58	62	66	70

DEMANDA TOTAL PROYECTADA

Proyección de la demanda	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Año 1	52	58	62	65	69	73	77	81	85	90	95	101
Año 2	52	58	62	65	69	73	77	81	85	90	95	101
Año 3	53	59	63	66	70	74	78	82	86	92	97	102
Año 4	53	59	63	66	70	74	78	82	86	92	97	102
Año 5	54	60	64	67	71	75	79	84	88	94	99	105

Fuente: Elaboración Propia.

ANEXO 39: INGRESOS POR VENTAS

INGRESO POR VENTAS

HABITACIONES INDIVIDUALES

Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Año 1	90,000.00	99,000.00	103,500.00	108,000.00	112,500.00	117,000.00	121,500.00	126,000.00	130,500.00	135,000.00	139,500.00	148,500.00
Año 2	90,000.00	99,000.00	103,500.00	108,000.00	112,500.00	117,000.00	121,500.00	126,000.00	130,500.00	135,000.00	139,500.00	148,500.00
Año 3	94,500.00	103,500.00	108,000.00	112,500.00	117,000.00	121,500.00	126,000.00	130,500.00	135,000.00	144,000.00	148,500.00	153,000.00
Año 4	94,500.00	103,500.00	108,000.00	112,500.00	117,000.00	121,500.00	126,000.00	130,500.00	135,000.00	144,000.00	148,500.00	153,000.00
Año 5	94,500.00	103,500.00	108,000.00	112,500.00	117,000.00	121,500.00	126,000.00	130,500.00	135,000.00	144,000.00	148,500.00	157,500.00
Total de ingresos	463,500.00	508,500.00	531,000.00	553,500.00	576,000.00	598,500.00	621,000.00	643,500.00	666,000.00	702,000.00	724,500.00	760,500.00

HABITACIONES DOBLES

Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Año 1	128,000.00	144,000.00	156,000.00	164,000.00	176,000.00	188,000.00	200,000.00	212,000.00	224,000.00	240,000.00	256,000.00	272,000.00
Año 2	128,000.00	144,000.00	156,000.00	164,000.00	176,000.00	188,000.00	200,000.00	212,000.00	224,000.00	240,000.00	256,000.00	272,000.00
Año 3	128,000.00	144,000.00	156,000.00	164,000.00	176,000.00	188,000.00	200,000.00	212,000.00	224,000.00	240,000.00	256,000.00	272,000.00
Año 4	128,000.00	144,000.00	156,000.00	164,000.00	176,000.00	188,000.00	200,000.00	212,000.00	224,000.00	240,000.00	256,000.00	272,000.00
Año 5	132,000.00	148,000.00	160,000.00	168,000.00	180,000.00	192,000.00	204,000.00	220,000.00	232,000.00	248,000.00	264,000.00	280,000.00
Total de ingresos	644,000.00	724,000.00	784,000.00	824,000.00	884,000.00	944,000.00	1,004,000.00	1,068,000.00	1,128,000.00	1,208,000.00	1,288,000.00	1,368,000.00

Proyección de las ventas – Horizonte del Proyecto

Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Año 1	218,000.00	243,000.00	259,500.00	272,000.00	288,500.00	305,000.00	321,500.00	338,000.00	354,500.00	375,000.00	395,500.00	420,500.00
Año 2	218,000.00	243,000.00	259,500.00	272,000.00	288,500.00	305,000.00	321,500.00	338,000.00	354,500.00	375,000.00	395,500.00	420,500.00
Año 3	222,500.00	247,500.00	264,000.00	276,500.00	293,000.00	309,500.00	326,000.00	342,500.00	359,000.00	384,000.00	404,500.00	425,000.00
Año 4	222,500.00	247,500.00	264,000.00	276,500.00	293,000.00	309,500.00	326,000.00	342,500.00	359,000.00	384,000.00	404,500.00	425,000.00
Año 5	226,500.00	251,500.00	268,000.00	280,500.00	297,000.00	313,500.00	330,000.00	350,500.00	367,000.00	392,000.00	412,500.00	437,500.00
Total de ingresos	1,107,500.00	1,232,500.00	1,315,000.00	1,377,500.00	1,460,000.00	1,542,500.00	1,625,000.00	1,711,500.00	1,794,000.00	1,910,000.00	2,012,500.00	2,128,500.00

Fuente: Elaboración Propia.

ANEXO 40: COSTOS DE PRODUCCIÓN – INSUMOS

COSTO DE INSUMOS

DESAYUNOS

DÍA 1

Insumos	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Papaya en trozos	g	100	0.04	4
Huevo revuelto	und	2	0.3	0.6
Jugo de manzana	und	3	0.3	0.9
Avena	g	100	0.019	1.9
Tostada	und	3	0.4	1.2
Total				8.6

DÍA 2

Insumos	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Fresas	und	5	0.2	1
Queso	g	50	0.06	3
Jugo de piña	ml	200	0.015	3
Café	ml	200	0.016	3.2
Pan	und	3	0.2	0.6
Total				10.8

DÍA 3

Insumos	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Huevo duro	und	2	0.45	0.9
Mantequilla	g	4	0.3	1.2
Jugo de naranja	ml	200	0.02	4
Quinoa	g	25	0.06	1.5
Pan	und	3	0.2	0.6
Total				8.2

DÍA 4

Insumos	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Plátano	und	1	0.4	0.4
Mermelada	g	4	0.09	0.36
Yogurt	ml	200	0.016	3.2
Jugo de melón	ml	200	0.025	5
Tostada	und	3	0.4	1.2
Total				10.16

DÍA 5

Insumos	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Sandía en trozos	g	100	0.02	2
Mantequilla	g	4	0.3	1.2
Yogurt	ml	200	0.016	3.2
Avena	g	25	0.019	0.475
Pan	und	3	0.2	0.6
Total				7.475

DÍA 6

Insumos	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Arándanos	g	25	0.09	2.25
Palta	g	30	0.025	0.75
Jugo de naranja	ml	200	0.009	1.8
Quinoa	g	25	0.053	1.325
Tostada	und	2	0.25	0.5
Total				6.625

DÍA 7

Insumos	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Kiwi	und	1	1.33	1.33

Mantequilla	g	4	0.3	1.2
Mermelada	g	4	0.09	0.36
Jugo de papaya	ml	200	0.009	1.8
Café	ml	200	0.0066	1.32
Tostada	und	3	0.4	1.2
Total				7.21

MERIENDA MEDIA MAÑANA

DÍA 1: BATIDO DE FRESA

Insumos	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Fresa	und	5	0.15	0.75
Leche	ml	200	0.013	2.6
Semillas de linaza	g	10	0.062	0.62
Azúcar	g	5	0.052	0.26
Total				4.23

DÍA 2: JUGO DE PAPAYA

Insumos	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Papaya	g	100	0.009	0.9
Semillas de linaza	g	10	0.162	1.62
Azúcar	g	5	0.052	0.26

Total	2.78
--------------	-------------

DÍA 3: YOGURT CON PLÁTANO

Insumos	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Plátano	und	1	0.4	0.4
Yogurt natural	ml	200	0.016	3.2
Cereal de trigo	g	30	0.034	1.02
Total				4.62

DÍA 4: JUGO DE PIÑA

Insumos	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Piña	g	100	0.015	1.5
Semillas de linaza	g	10	0.162	1.62
Azúcar	g	5	0.052	0.26
Total				3.38

DÍA 5: ENSALADA DE FRUTAS

Insumos	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Papaya	g	50	0.009	0.45
Plátano	und	1	0.4	0.4

Manzana	und	1	0.5	0.5
Mandarina	und	1	0.4	0.4
Uva	g	50	0.09	4.5
Total				6.25

DÍA 6: JUGO DE MANZANA

Insumos	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Manzana	und	3	0.3	0.9
Semillas de linaza	g	10	0.162	1.62
Azúcar	g	5	0.052	0.26
Total				2.78

DÍA 7: YOGURT CON FRUTOS SECOS

Insumos	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Yogurt natural	ml	200	0.016	3.2
Frutos secos	g	50	0.018	0.9
Total				4.1

ALMUERZO

DÍA 1

Pollo con lenteja	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Pollo	g	125	0.01	1.25
Arroz	g	80	0.035	2.8
Lentejas	g	50	0.003	0.15
Tomate	und	1	0.15	0.15
Palta	g	30	0.025	0.75
Condimentos	g	3	0.002	0.006
Linaza	g	10	0.162	1.62
Azúcar	g	5	0.052	0.26
Total				6.986

DÍA 2

Carne guisada	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Carne	g	125	0.018	2.25
Arroz	g	80	0.035	2.8
Garbanzo	g	50	0.004	0.2
Cebolla	g	30	0.002	0.06
Tomate	und	1	0.15	0.15
Condimentos	g	3	0.002	0.006
Maracuyá	g	10	0.025	0.25
Azúcar	g	5	0.052	0.26

Total	5.976
--------------	--------------

DÍA 3

Híago de res	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Hígado	g	125	0.015	1.875
Papa	und	2	0.28	0.56
Arroz	g	80	0.035	2.8
Cebolla	g	30	0.002	0.06
Escabeche	g	20	0.002	0.04
Condimentos	g	5	0.002	0.01
Carambola	g	15	0.028	0.42
Azúcar	g	5	0.052	0.26
Total				6.025

DÍA 4

Pescado frito	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Pescado	g	100	0.07	7
Menestra verde	g	50	0.0028	0.14
Arroz	g	80	0.0035	0.28
Tomate	und	1	0.15	0.15
Pepinilo	g	30	0.0028	0.084

Condimentos	g	5	0.002	0.01
Limon	und	2	0.085	0.17
Azúcar	g	5	0.052	0.26
Total				8.094

DÍA 5

Tallarines	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Pollo	g	125	0.01	1.25
Tallarín	g	80	0.038	3.04
Tomate	g	30	0.025	0.75
Zanahoria	g	30	0.025	0.75
Cebolla	g	30	0.002	0.06
Condimentos	g	5	0.002	0.01
Manzana	und	3	0.3	0.9
Azúcar	g	5	0.052	0.26
Total				7.02

DÍA 6

Torreja de atún	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Atún	g	80	0.014	1.12
Huevo	und	1	0.25	0.25

Tomate	und	1	0.15	0.15
Cebolla	g	30	0.002	0.06
Arroz	g	80	0.035	2.8
Condimentos	g	5	0.02	0.1
Linaza	g	10	0.162	1.62
Azúcar	g	5	0.052	0.26
Total				6.36

DÍA7

Tortilla de espinaca	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Huevo	und	2	0.25	0.5
Espinaca	gr	30	0.033	0.99
Tomate	und	1	0.15	0.15
Cebolla	gr	20	0.002	0.04
Arroz	gr	80	0.035	2.8
Condimentos	gr	5	0.002	0.01
Linaza	gr	10	0.162	1.62
Azúcar	gr	5	0.052	0.26
Total				6.37

MERIENDA MEDIA TARDE

DÍA 1: SANDWICH

Insumos	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Pan integral	und	2	0.2	0.4
Queso fresco	g	20	0.016	0.32
Jamonada	g	20	0.013	0.26
Tomate	g	15	0.025	0.375
Total				1.355

DÍA 2: PANCAKES DE AVENA Y PLATANO

Insumos	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Avena	g	70	0.072	5.04
Leche	ml	100	0.002	0.2
Plátanos	und	1	0.2	0.2
Escencia de vainilla	g	5	0.018	0.09
Azúcar	g	5	0.052	0.26
Total				5.79

DÍA3: SNACK CON MERMELADA Y ARANDANOS

Insumos	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Avena	g	80	0.072	5.76

Zanahoria	g	30	0.025	0.75
Coco	g	30	0.045	1.35
Granola	g	50	0.006	0.3
Arándono	g	30	0.004	0.12
Miel	g	10	0.001	0.01
Total				8.29

DÍA 4: GELATINA DE AVENA Y FRESAS

Insumos	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Gelatina	ml	100	0.018	1.8
Leche	ml	100	0.002	0.2
Leche condensada	ml	30	0.01	0.3
Avena	g	30	0.072	2.16
Fresas	und	4	0.15	0.6
Total				5.06

DÍA 5: BROWNIES DE QUINUA

Insumos	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Harina de avena	g	80	0.018	1.44
Harina de quinua	g	80	0.025	2
Panela	g	25	0.03	0.75

Mantequilla	g	20	0.002	0.04
Cacao	g	10	0.038	0.38
Huevo	und	1	0.25	0.25
Quinoa	g	30	0.053	1.59
Azúcar en polvo	g	8	0.052	0.416
Total				6.866

DÍA 6: TORTA HELADA

Insumos	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Harina	g	80	0.075	6
Huevo	und	1	0.25	0.25
Azúcar	g	10	0.052	0.52
Leche	ml	100	0.002	0.2
Escencia de vainilla	ml	8	0.018	0.144
Gelatina	ml	100	0.018	1.8
Total				8.914

DÍA 7: QUEQUE DE ZANAHORIA

Insumos	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Azúcar	g	30	0.052	1.56
Huevo	und	2	0.25	0.5

Aceite	ml	15	0.008	0.12
Zanahoria	g	100	0.025	2.5
Harina	g	80	0.075	6
Bicarbonato	g	10	0.005	0.05
Canela	g	10	0.02	0.2
Polvo de hornear	g	10	0.018	0.18
Sal	g	5	0.00139	0.00695
Total				11.11695

COSTO UNITARIO DE MATERIA PRIMA POR PERSONA

Descripción	Costo semanal	Costo mensual
Costo de desayuno	59.07	236.28
Costo de merienda media mañana	28.14	112.56
Costo de almuerzo	46.83	187.32
Costo de merienda media tarde	47.39	189.57
Costo Total	181.43	725.73

Fuente: Elaboración Propia.

ANEXO 41: PROYECCIÓN DE INFLACIÓN DE LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS

PROYECCIÓN DE LA INFLACIÓN

Años	Y Inflación	X Tiempo	X ²	XY
2017	2.809015479	1	1	2.809015479
2018	1.317354497	2	4	2.634708994
2019	2.136885877	3	9	6.41065763
2020	1.827263237	4	16	7.309052947
2021	3.748997476	5	25	18.74498738
Sumatorias	11.83951657	15	55	37.90842243

Aplicando método de mínimos cuadrados

$$a = 202.3560158 \quad 4.047120315$$

50

$$b = 11.94936368 \quad 0.238987274$$

50

Años	a	b	X	Proyección Y	Y = a+bx
2022	4.047120315	0.238987274	6	5.481043956	
2023	4.047120315	0.238987274	7	5.72003123	
2024	4.047120315	0.238987274	8	5.959018503	
2025	4.047120315	0.238987274	9	6.198005777	
2026	4.047120315	0.238987274	10	6.43699305	

Proyección de precios

		<i>Inflación</i>				
		5.48%	5.72%	5.96%	6.20%	6.44%
Horizonte	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio de materia prima	725.73	765.51	809.30	857.52	910.67	969.29

Fuente: Elaboración Propia.

ANEXO 42: PRESUPUESTO DE COMPRAS

PRESUPUESTO DE COMPRAS

AÑO 2022

Demanda	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Demanda año 1	52.00	58.00	62.00	65.00	69.00	73.00	77.00	81.00	85.00	90.00	95.00	101.00
Costo unitario de materia prima por persona	765.51	765.51	765.51	765.51	765.51	765.51	765.51	765.51	765.51	765.51	765.51	765.51
Costo de materia prima mensual	39,806.4	44,399.5	47,461.5	49,758.1	52,820.1	55,882.1	58,944.2	62,006.2	65,068.3	68,895.8	72,723.40	77,316.46
												S/ 695,082.6

AÑO 2023

Demanda	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Demanda año 2	52.00	58.00	62.00	65.00	69.00	73.00	77.00	81.00	85.00	90.00	95.00	101.00
Costo unitario de materia prima por persona	809.30	809.30	809.30	809.30	809.30	809.30	809.30	809.30	809.30	809.30	809.30	809.30
Costo de materia prima mensual	42,083.4	46,939.2	50,176.4	52,604.3	55,841.4	59,078.6	62,315.8	65,553.0	68,790.2	72,836.7	76,883.20	81,738.98
												S/ 734,841.5

AÑO 2024

Demanda	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Demanda año 3	53.00	59.00	63.00	66.00	70.00	74.00	78.00	82.00	86.00	92.00	97.00	102.00
Costo unitario de materia prima por persona	857.52	857.52	857.52	857.52	857.52	857.52	857.52	857.52	857.52	857.52	857.52	857.52
Costo de materia prima mensual	45,448.7	50,593.8	54,023.9	56,596.5	60,026.6	63,456.7	66,886.7	70,316.8	73,746.9	78,892.1	83,179.73	87,467.35

S/ 790,636.2

AÑO 2025

Demanda	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Demanda año 4	53.00	59.00	63.00	66.00	70.00	74.00	78.00	82.00	86.00	92.00	97.00	102.00
Costo unitario de materia prima por persona	910.67	910.67	910.67	910.67	910.67	910.67	910.67	910.67	910.67	910.67	910.67	910.67
Costo de materia prima mensual	48,265.6	53,729.6	57,372.3	60,104.3	63,747.0	67,389.7	71,032.4	74,675.1	78,317.8	83,781.8	88,335.2	92,888.58
												S/ 839,639.8

AÑO 2026

Demanda	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Demanda año 5	54.00	60.00	64.00	67.00	71.00	75.00	79.00	84.00	88.00	94.00	99.00	105.00
Costo unitario de materia prima por persona	969.29	969.29	969.29	969.29	969.29	969.29	969.29	969.29	969.29	969.29	969.29	969.29
Costo de materia prima mensual	52,341.7	58,157.5	62,034.7	64,942.5	68,819.7	72,696.9	76,574.0	81,420.5	85,297.7	91,113.4	95,959.93	101,775.69
												S/ 911,134.7

Fuente: Elaboración Propia.

ANEXO 43: REMUNERACIONES

REMUNERACIONES

Cargo	Remuneración mensual del trabajador				Beneficios Sociales							Total año	
	Remuneración básica	Asignación	Total mensual	Total anual	Gratificación Julio	Gratificación Diciembre	Cts. Mayo	Cts. Noviembre	Essalud	Total anual	Cantidad de trabajadores		
Gerente General	3,000.00	93	3,093.00	37,116.00	3,093.00	3,093.00	1,804.25	1,804.25	270	13,034.50	1	S/	50,150.50
Asistente administrativo	1,500.00	0	1,500.00	18,000.00	1,500.00	1,500.00	875.00	875.00	135	6,370.00	1	S/	24,370.00
Médico	3,000.00	93	3,093.00	37,116.00	3,093.00	3,093.00	1,804.25	1,804.25	270	13,034.50	1	S/	50,150.50
Enfermeros	1,500.00	93	1,593.00	19,116.00	1,593.00	1,593.00	929.25	929.25	135	6,664.50	2	S/	51,561.00
Nutricionista	1,500.00	93	1,593.00	19,116.00	1,593.00	1,593.00	929.25	929.25	135	6,664.50	1	S/	25,780.50
Gerocultores	1,500.00	93	1,593.00	19,116.00	1,593.00	1,593.00	929.25	929.25	135	6,664.50	3	S/	77,341.50
Profesor mindfulness	2,000.00	93	2,093.00	25,116.00	2,093.00	2,093.00	1,220.92	1,220.92	180	8,787.83	2	S/	67,807.67
Psicólogo	1,500.00	93	1,593.00	19,116.00	1,593.00	1,593.00	929.25	929.25	135	6,664.50	1	S/	25,780.50
Personal de limpieza	1,000.00	93	1,093.00	13,116.00	1,093.00	1,093.00	637.58	637.58	90	4,541.17	3	S/	52,971.50
Personal de seguridad	1,000.00	93	1,093.00	13,116.00	1,093.00	1,093.00	637.58	637.58	90	4,541.17	2	S/	35,314.33
Personal de cocina	1,500.00	93	1,593.00	19,116.00	1,593.00	1,593.00	929.25	929.25	135	6,664.50	2	S/	51,561.00
Asistente de cocina	1,000.00	0	1,000.00	12,000.00	1,000.00	1,000.00	583.33	583.33	90	4,246.67	2	S/	32,493.33
Personal deportivo	1,500.00	93	1,593.00	19,116.00	1,593.00	1,593.00	929.25	929.25	135	6,664.50	1	S/	25,780.50
Asistente deportivo	1,000.00	0	1,000.00	12,000.00	1,000.00	1,000.00	583.33	583.33	90	4,246.67	3	S/	48,740.00
Total, de Planilla											S/	619,802.83	

Remuneraciones por mes

Cargo	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Gerente General	3,363.00	3,363.00	3,363.00	3,363.00	5,167.25	3,363.00	6,456.00	3,363.00	3,363.00	3,363.00	5,167.25	S/ 6,456.00
Asistente administrativo	1,635.00	1,635.00	1,635.00	1,635.00	2,510.00	1,635.00	3,135.00	1,635.00	1,635.00	1,635.00	2,510.00	S/ 3,135.00
Médico	3,363.00	3,363.00	3,363.00	3,363.00	5,167.25	3,363.00	6,456.00	3,363.00	3,363.00	3,363.00	5,167.25	S/ 6,456.00
Enfermeros	3,456.00	3,456.00	3,456.00	3,456.00	5,314.50	3,456.00	6,642.00	3,456.00	3,456.00	3,456.00	5,314.50	S/ 6,642.00
Nutricionista	1,728.00	1,728.00	1,728.00	1,728.00	2,657.25	1,728.00	3,321.00	1,728.00	1,728.00	1,728.00	2,657.25	S/ 3,321.00
Gerocultores	5,184.00	5,184.00	5,184.00	5,184.00	7,971.75	5,184.00	9,963.00	5,184.00	5,184.00	5,184.00	7,971.75	S/ 9,963.00
Profesor mindfulness	4,546.00	4,546.00	4,546.00	4,546.00	6,987.83	4,546.00	8,732.00	4,546.00	4,546.00	4,546.00	6,987.83	S/ 8,732.00
Psicólogo	1,728.00	1,728.00	1,728.00	1,728.00	2,657.25	1,728.00	3,321.00	1,728.00	1,728.00	1,728.00	2,657.25	S/ 3,321.00
Personal de limpieza	3,549.00	3,549.00	3,549.00	3,549.00	5,461.75	3,549.00	6,828.00	3,549.00	3,549.00	3,549.00	5,461.75	S/ 6,828.00
Personal de seguridad	2,366.00	2,366.00	2,366.00	2,366.00	3,641.17	2,366.00	4,552.00	2,366.00	2,366.00	2,366.00	3,641.17	S/ 4,552.00
Personal de cocina	3,456.00	3,456.00	3,456.00	3,456.00	5,314.50	3,456.00	6,642.00	3,456.00	3,456.00	3,456.00	5,314.50	S/ 6,642.00
Asistente de cocina	2,180.00	2,180.00	2,180.00	2,180.00	3,346.67	2,180.00	4,180.00	2,180.00	2,180.00	2,180.00	3,346.67	S/ 4,180.00
Personal deportivo	1,728.00	1,728.00	1,728.00	1,728.00	2,657.25	1,728.00	3,321.00	1,728.00	1,728.00	1,728.00	2,657.25	S/ 3,321.00
Asistente deportivo	3,270.00	3,270.00	3,270.00	3,270.00	5,020.00	3,270.00	6,270.00	3,270.00	3,270.00	3,270.00	5,020.00	S/ 6,270.00
Total por mes	41,552.00	41,552.00	41,552.00	41,552.00	63,874.42	41,552.00	79,819.00	41,552.00	41,552.00	41,552.00	63,874.42	S/ 79,819.00

Fuente: Elaboración Propia.

ANEXO 44: GASTOS ADMINISTRATIVOS - SERVICIOS

Tipo de gasto	Monto mes 1 - Año 1
Servicio de agua	480.00
Servicio de energía eléctrica	550.00
Servicio de telefonía e internet (incluye costo de instalación)	270.00
Mantenimiento del local	3,000.00
Total	4,300.00

Tipo de gasto	Enero
Servicio de agua	480.00
Servicio de energía eléctrica	550.00
Servicio de telefonía e internet	150.00
Mantenimiento del local	2,500.00
Gastos de publicidad	1,500.00
Gastos de movilidad	2,000.00
Total	3,680.00

Fuente: Elaboración Propia.

ANEXO 45: GASTOS FINANCIEROS – PRÉSTAMO BANCARIO

NRO	VENCTO	AMORTIZAC.	INTERESES	COMISION(ES) + SEGUROS	SUBVENC	CUOTA	SALDO
1	14/01/2022	26,135.32	3,383.05	530.6	0	30,048.97	973,864.68
2	14/02/2022	26,223.74	3,294.63	530.6	0	30,048.97	947,640.94
3	14/03/2022	26,623.18	2,895.19	530.6	0	30,048.97	921,017.76
4	18/04/2022	25,999.71	3,518.66	530.6	0	30,048.97	895,018.05
5	16/05/2022	26,783.95	2,734.42	530.6	0	30,048.97	868,234.10
6	14/06/2022	26,770.89	2,747.48	530.6	0	30,048.97	841,463.21
7	14/07/2022	26,763.64	2,754.73	530.6	0	30,048.97	814,699.57
8	15/08/2022	26,673.14	2,845.23	530.6	0	30,048.97	788,026.43
9	14/09/2022	26,938.58	2,579.79	530.6	0	30,048.97	761,087.85
10	14/10/2022	27,026.77	2,491.60	530.6	0	30,048.97	734,061.08
11	14/11/2022	27,035.01	2,483.36	530.6	0	30,048.97	707,026.07
12	14/12/2022	27,203.75	2,314.62	530.6	0	30,048.97	679,822.32
13	16/01/2023	27,069.85	2,448.52	530.6	0	30,048.97	652,752.47
14	14/02/2023	27,452.77	2,065.60	530.6	0	30,048.97	625,299.70
15	14/03/2023	27,607.98	1,910.39	530.6	0	30,048.97	597,691.72
16	14/04/2023	27,496.35	2,022.02	530.6	0	30,048.97	570,195.37
17	15/05/2023	27,589.37	1,929.00	530.6	0	30,048.97	542,606.00
18	14/06/2023	27,742.02	1,776.35	530.6	0	30,048.97	514,863.98
19	14/07/2023	27,832.84	1,685.53	530.6	0	30,048.97	487,031.14
20	14/08/2023	27,870.72	1,647.65	530.6	0	30,048.97	459,160.42

21	14/09/2023	27,965.01	1,553.36	530.6	0	30,048.97	431,195.41
22	16/10/2023	28,012.48	1,505.89	530.6	0	30,048.97	403,182.93
23	14/11/2023	28,242.52	1,275.85	530.6	0	30,048.97	374,940.41
24	14/12/2023	28,290.91	1,227.46	530.6	0	30,048.97	346,649.50
25	15/01/2024	28,307.74	1,210.63	530.6	0	30,048.97	318,341.76
26	14/02/2024	28,476.20	1,042.17	530.6	0	30,048.97	289,865.56
27	14/03/2024	28,601.11	917.26	530.6	0	30,048.97	261,264.45
28	15/04/2024	28,605.94	912.43	530.6	0	30,048.97	232,658.51
29	14/05/2024	28,782.14	736.23	530.6	0	30,048.97	203,876.37
30	14/06/2024	28,828.65	689.72	530.6	0	30,048.97	175,047.72
31	15/07/2024	28,926.18	592.19	530.6	0	30,048.97	146,121.54
32	14/08/2024	29,040.01	478.36	530.6	0	30,048.97	117,081.53
33	16/09/2024	29,096.68	421.69	530.6	0	30,048.97	87,984.85
34	14/10/2024	29,249.56	268.81	530.6	0	30,048.97	58,735.29
35	14/11/2024	29,319.67	198.7	530.6	0	30,048.97	29,415.62
36	16/12/2024	29,415.62	102.73	530.6	0	30,048.95	0
		1,000,000.00	62,661.30	19101.6	0	1,081,762.90	

Fuente: Elaboración Propia.

ANEXO 46: CRÉDITO FISCAL

AÑO 1 - 2022	Dic-21	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
VENTAS													
Ingresos por ventas		184,745.76	205,932.20	219,915.25	230,508.47	244,491.53	258,474.58	272,457.63	286,440.68	300,423.73	317,796.61	335,169.49	356,355.93
IGV (18%)		33,254.24	37,067.80	39,584.75	41,491.53	44,008.47	46,525.42	49,042.37	51,559.32	54,076.27	57,203.39	60,330.51	64,144.07
COMPRAS													
Inversión fija tangible	159,165.08												690.50
Inversión fija intangible	812.71												
Gastos pre operativos	5,230.00												
Inventario inicial	0.00												
Costo de materia prima		33,734.32	37,626.74	40,221.68	42,167.90	44,762.84	47,357.79	49,952.74	52,547.68	55,142.63	58,386.32	61,630.00	65,522.42
Otros gastos administrativos (Pago de servicios y mantenimiento)		3,644.07	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64
IGV (18%)	29,737.40	6,728.11	7,334.17	7,801.26	8,151.58	8,618.67	9,085.76	9,552.85	10,019.94	10,487.03	11,070.89	11,654.76	12,479.68
IGV A DECLARAR		0.00	30,339.69	32,250.58	33,690.27	35,856.90	37,906.76	39,956.61	42,006.47	44,056.33	46,716.36	49,259.62	52,489.31
CRÉDITO FISCAL A FAVOR		29,737.40	6,728.11	7,334.17	7,801.26	8,151.58	8,618.67	9,085.76	9,552.85	10,019.94	10,487.03	11,070.89	11,654.76

S/ 130,242.41

AÑO 2 - 2023	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
VENTAS												
Ingresos por ventas	184,745.76	205,932.20	219,915.25	230,508.47	244,491.53	258,474.58	272,457.63	286,440.68	300,423.73	317,796.61	335,169.49	356,355.93
IGV (18%)	33,254.24	37,067.80	39,584.75	41,491.53	44,008.47	46,525.42	49,042.37	51,559.32	54,076.27	57,203.39	60,330.51	64,144.07
COMPRAS												
Inversión fija tangible												690.50
Inversión fija intangible												
Gastos pre operativos												
Inventario inicial												
Costo de materia prima	42,083.44	39,779.00	42,522.38	44,579.91	47,323.29	50,066.67	52,810.05	55,553.43	58,296.81	61,726.03	65,155.26	69,270.32
Otros gastos administrativos (Pago de servicios)	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64
IGV (18%)	8,136.37	7,721.58	8,215.38	8,585.74	9,079.55	9,573.36	10,067.16	10,560.97	11,054.78	11,672.04	12,289.30	13,154.30
IGV A DECLARAR	20,774.56	28,931.42	31,863.17	33,276.14	35,422.73	37,445.88	39,469.02	41,492.16	43,515.30	46,148.61	48,658.47	51,854.77
CRÉDITO FISCAL A FAVOR	12,479.68	8,136.37	7,721.58	8,215.38	8,585.74	9,079.55	9,573.36	10,067.16	10,560.97	11,054.78	11,672.04	12,289.30

S/ 119,435.92

AÑO 3 - 2024	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
VENTAS												
Ingresos por ventas	188,559.32	209,745.76	223,728.81	234,322.03	248,305.08	262,288.14	276,271.19	290,254.24	304,237.29	325,423.73	342,796.61	360,169.49
IGV (18%)	33,940.68	37,754.24	40,271.19	42,177.97	44,694.92	47,211.86	49,728.81	52,245.76	54,762.71	58,576.27	61,703.39	64,830.51
COMPRAS												
Inversión fija tangible												1,140.50
Inversión fija intangible												
Gastos pre operativos												
Inventario inicial												
Costo de materia prima	38,515.86	42,876.15	45,783.01	47,963.15	50,870.01	53,776.87	56,683.72	59,590.58	62,497.44	66,857.73	70,491.30	74,124.87
Otros gastos administrativos (Pago de servicios)	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64
IGV (18%)	7,494.21	8,279.06	8,802.30	9,194.72	9,717.96	10,241.19	10,764.43	11,287.66	11,810.90	12,595.75	13,249.79	14,109.12
IGV A DECLARAR	20,786.37	30,260.03	31,992.12	33,375.67	35,500.19	37,493.91	39,487.62	41,481.34	43,475.05	46,765.38	49,107.64	51,580.72
CRÉDITO FISCAL A FAVOR	13,154.30	7,494.21	8,279.06	8,802.30	9,194.72	9,717.96	10,241.19	10,764.43	11,287.66	11,810.90	12,595.75	13,249.79

S/ 126,592.27

AÑO 4 - 2025	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
VENTAS												
Ingresos por ventas	188,559.32	209,745.76	223,728.81	234,322.03	248,305.08	262,288.14	276,271.19	290,254.24	304,237.29	325,423.73	342,796.61	360,169.49
IGV (18%)	33,940.68	37,754.24	40,271.19	42,177.97	44,694.92	47,211.86	49,728.81	52,245.76	54,762.71	58,576.27	61,703.39	64,830.51
COMPRAS												
Inversión fija tangible												4,690.50
Inversión fija intangible												
Gastos pre operativos												
Inventario inicial												
Costo de materia prima	40,903.08	45,533.62	48,620.64	50,935.91	54,022.94	57,109.96	60,196.98	63,284.01	66,371.03	71,001.57	74,860.35	78,719.13
Otros gastos administrativos (Pago de servicios)	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64
IGV (18%)	7,923.91	8,757.41	9,313.07	9,729.82	10,285.48	10,841.15	11,396.81	11,952.48	12,508.14	13,341.64	14,036.22	15,575.09
IGV A DECLARAR	19,831.56	29,830.33	31,513.78	32,864.89	34,965.10	36,926.38	38,887.66	40,848.95	42,810.23	46,068.13	48,361.75	50,794.29
CRÉDITO FISCAL A FAVOR	14,109.12	7,923.91	8,757.41	9,313.07	9,729.82	10,285.48	10,841.15	11,396.81	11,952.48	12,508.14	13,341.64	14,036.22

S/ 134,195.26

AÑO 5 - 2026	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
VENTAS												
Ingresos por ventas	191,949.15	213,135.59	227,118.64	237,711.86	251,694.92	265,677.97	279,661.02	297,033.90	311,016.95	332,203.39	349,576.27	370,762.71
IGV (18%)	34,550.85	38,364.41	40,881.36	42,788.14	45,305.08	47,822.03	50,338.98	53,466.10	55,983.05	59,796.61	62,923.73	66,737.29
COMPRAS												
Inversión fija tangible												
Inversión fija intangible												
Gastos pre operativos												
Inventario inicial												
Costo de materia prima	44,357.44	49,286.05	52,571.78	55,036.09	58,321.82	61,607.56	64,893.29	69,000.47	72,286.20	77,214.81	81,321.98	86,250.58
Otros gastos administrativos (Pago de servicios)	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64	3,118.64
IGV (18%)	8,545.70	9,432.84	10,024.28	10,467.85	11,059.28	11,650.72	12,242.15	12,981.44	13,572.87	14,460.02	15,199.31	16,086.46
IGV A DECLARAR	18,975.76	29,818.71	31,448.51	32,763.86	34,837.23	36,762.75	38,688.27	41,223.95	43,001.61	46,223.74	48,463.71	51,537.98
CRÉDITO FISCAL A FAVOR	341,193.73	8,545.70	9,432.84	10,024.28	10,467.85	11,059.28	11,650.72	12,242.15	12,981.44	13,572.87	14,460.02	15,199.31

S/ 470,830.20

Fuente: Elaboración Propia.

ANEXO 47: FLUJO DE CAJA FINANCIERO

AÑO 1 - 2022

AÑO 1 - 2022	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 2022
INGRESOS														
Ingresos por ventas		184,745.76	205,932.20	219,915.25	230,508.47	244,491.53	258,474.58	272,457.63	286,440.68	300,423.73	317,796.61	335,169.49	356,355.93	3,212,711.86
Crédito fiscal a favor		29,737.40	6,728.11	7,334.17	7,801.26	8,151.58	8,618.67	9,085.76	9,552.85	10,019.94	10,487.03	11,070.89	11,654.76	130,242.41
TOTAL DE INGRESOS		214,483.17	212,660.31	227,249.42	238,309.73	252,643.10	267,093.24	281,543.39	295,993.53	310,443.67	328,283.64	346,240.38	368,010.69	3,342,954.27
EGRESOS														
Compra de materia prima		39,806.49	44,399.55	47,461.59	49,758.12	52,820.15	55,882.19	58,944.23	62,006.27	65,068.31	68,895.85	72,723.40	77,316.46	695,082.61
Gastos administrativos (Remuneraciones)		41,552.00	41,552.00	41,552.00	41,552.00	63,874.42	41,552.00	79,819.00	41,552.00	41,552.00	41,552.00	63,874.42	79,819.00	619,802.83
Otros gastos administrativos (Pago de servicios)		4,300.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	44,780.00
Impuesto a la Renta (Pago a cuenta mensual)			3,694.92	4,118.64	4,398.31	4,610.17	4,889.83	5,169.49	5,449.15	5,728.81	6,008.47	6,355.93	6,703.39	57,127.12
Impuesto a la Renta (Pago anual)														0.00
TOTAL DE EGRESOS		85,658.49	93,326.47	96,812.23	99,388.42	124,984.74	106,004.02	147,612.72	112,687.42	116,029.12	120,136.33	146,633.75	167,518.85	1,416,792.56
FLUJO DE CAJA OPERATIVO		128,824.67	119,333.85	130,437.19	138,921.31	127,658.36	161,089.22	133,930.66	183,306.11	194,414.55	208,147.31	199,606.64	200,491.84	1,926,161.71
FLUJO DE CAPITAL O DE INVERSIÓN														
Inversión fija tangible	-187,814.80												-690.50	-690.50
Inversión fija intangible	-959.00													0.00
Inversión en gastos pre operativos	-2,175,976.40													0.00
Inventario inicial de mercadería	-39,806.49													0.00
Inversión en capital de trabajo	-85,658.49													
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-2,490,215.18	128,824.67	119,333.85	130,437.19	138,921.31	127,658.36	161,089.22	133,930.66	183,306.11	194,414.55	208,147.31	199,606.64	199,801.34	1,925,471.21
Préstamo	1,000,000.00													0.00
Amortización		26,135.32	26,223.74	26,623.18	25,999.71	26,783.95	26,770.89	26,763.64	26,673.14	26,938.58	27,026.77	27,035.01	27,203.75	320,177.68
Pago de intereses		3,383.05	3,294.63	2,895.19	3,518.66	2,734.42	2,747.48	2,754.73	2,845.23	2,579.79	2,491.60	2,483.36	2,314.62	34,042.76
Comisiones + seguros		530.60	530.60	530.60	530.60	530.60	530.60	530.60	530.60	530.60	530.60	530.60	530.60	6,367.20
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-1,490,215.18	98,775.70	89,284.88	100,388.22	108,872.34	97,609.39	131,040.25	103,881.69	153,257.14	164,365.58	178,098.34	169,557.67	169,752.37	1,564,883.57

AÑO 2 - 2023

AÑO 2 - 2023	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 2023
INGRESOS													
Ingresos por ventas	184,745.76	205,932.20	219,915.25	230,508.47	244,491.53	258,474.58	272,457.63	286,440.68	300,423.73	317,796.61	335,169.49	356,355.93	3,212,711.86
Crédito fiscal a favor	12,479.68	8,136.37	7,721.58	8,215.38	8,585.74	9,079.55	9,573.36	10,067.16	10,560.97	11,054.78	11,672.04	12,289.30	119,435.92
TOTAL DE INGRESOS	197,225.44	214,068.58	227,636.83	238,723.86	253,077.27	267,554.12	282,030.98	296,507.84	310,984.70	328,851.39	346,841.53	368,645.23	3,332,147.79
EGRESOS													
Compra de materia prima	42,083.44	46,939.22	50,176.41	52,604.30	55,841.48	59,078.67	62,315.86	65,553.05	68,790.23	72,836.72	76,883.20	81,738.98	734,841.55
Gastos administrativos (Remuneraciones)	41,552.00	41,552.00	41,552.00	41,552.00	63,874.42	41,552.00	79,819.00	41,552.00	41,552.00	41,552.00	63,874.42	79,819.00	619,802.83
Otros gastos administrativos (Pago de servicios)	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	44,160.00
Impuesto a la Renta (Pago a cuenta mensual)	7,127.12	3,694.92	4,118.64	4,398.31	4,610.17	4,889.83	5,169.49	5,449.15	5,728.81	6,008.47	6,355.93	6,703.39	64,254.24
Impuesto a la Renta (Pago anual)			418,409.88										418,409.88
TOTAL DE EGRESOS	94,442.56	95,866.13	517,936.92	102,234.60	128,006.07	109,200.50	150,984.35	116,234.20	119,751.05	124,077.19	150,793.55	171,941.37	1,881,468.49
FLUJO DE CAJA OPERATIVO	102,782.89	118,202.44	-290,300.09	136,489.26	125,071.20	158,353.62	131,046.63	180,273.64	191,233.66	204,774.20	196,047.98	196,703.86	1,450,679.29
FLUJO DE CAPITAL O DE INVERSIÓN													
Inversión fija tangible												-690.50	-690.50
Inversión fija intangible													0.00
Inversión en gastos pre operativos													0.00
Inventario inicial de mercadería													0.00
Inversión en capital de trabajo													0.00
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	102,782.89	118,202.44	-290,300.09	136,489.26	125,071.20	158,353.62	131,046.63	180,273.64	191,233.66	204,774.20	196,047.98	196,013.36	1,449,988.79
Préstamo													0.00
Amortización	27,069.85	27,452.77	27,607.98	27,496.35	27,589.37	27,742.02	27,832.84	27,870.72	27,965.01	28,012.48	28,242.52	28,290.91	333,172.82
Pago de intereses	2,448.52	2,065.60	1,910.39	2,022.02	1,929.00	1,776.35	1,685.53	1,647.65	1,553.36	1,505.89	1,275.85	1,227.46	21,047.62
Comisiones + seguros	530.60	530.60	530.60	530.60	530.60	530.60	530.60	530.60	530.60	530.60	530.60	530.60	6,367.20
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	72,733.92	88,153.47	-320,349.06	106,440.29	95,022.23	128,304.65	100,997.66	150,224.67	161,184.69	174,725.23	165,999.01	165,964.39	1,089,401.15

AÑO 2 - 2023

AÑO 2 - 2023	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 2023
INGRESOS													
Ingresos por ventas	184,745.76	205,932.20	219,915.25	230,508.47	244,491.53	258,474.58	272,457.63	286,440.68	300,423.73	317,796.61	335,169.49	356,355.93	3,212,711.86
Crédito fiscal a favor	12,479.68	8,136.37	7,721.58	8,215.38	8,585.74	9,079.55	9,573.36	10,067.16	10,560.97	11,054.78	11,672.04	12,289.30	119,435.92
TOTAL DE INGRESOS	197,225.44	214,068.58	227,636.83	238,723.86	253,077.27	267,554.12	282,030.98	296,507.84	310,984.70	328,851.39	346,841.53	368,645.23	3,332,147.79
EGRESOS													
Compra de materia prima	42,083.44	46,939.22	50,176.41	52,604.30	55,841.48	59,078.67	62,315.86	65,553.05	68,790.23	72,836.72	76,883.20	81,738.98	734,841.55
Gastos administrativos (Remuneraciones)	41,552.00	41,552.00	41,552.00	41,552.00	63,874.42	41,552.00	79,819.00	41,552.00	41,552.00	41,552.00	63,874.42	79,819.00	619,802.83
Otros gastos administrativos (Pago de servicios)	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	44,160.00
Impuesto a la Renta (Pago a cuenta mensual)	7,127.12	3,694.92	4,118.64	4,398.31	4,610.17	4,889.83	5,169.49	5,449.15	5,728.81	6,008.47	6,355.93	6,703.39	64,254.24
Impuesto a la Renta (Pago anual)			418,409.88										418,409.88
TOTAL DE EGRESOS	94,442.56	95,866.13	517,936.92	102,234.60	128,006.07	109,200.50	150,984.35	116,234.20	119,751.05	124,077.19	150,793.55	171,941.37	1,881,468.49
FLUJO DE CAJA OPERATIVO	102,782.89	118,202.44	-290,300.09	136,489.26	125,071.20	158,353.62	131,046.63	180,273.64	191,233.66	204,774.20	196,047.98	196,703.86	1,450,679.29
FLUJO DE CAPITAL O DE INVERSIÓN													
Inversión fija tangible												-690.50	-690.50
Inversión fija intangible													0.00
Inversión en gastos pre operativos													0.00
Inventario inicial de mercadería													0.00
Inversión en capital de trabajo													0.00
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	102,782.89	118,202.44	-290,300.09	136,489.26	125,071.20	158,353.62	131,046.63	180,273.64	191,233.66	204,774.20	196,047.98	196,013.36	1,449,988.79
Préstamo													0.00
Amortización	27,069.85	27,452.77	27,607.98	27,496.35	27,589.37	27,742.02	27,832.84	27,870.72	27,965.01	28,012.48	28,242.52	28,290.91	333,172.82
Pago de intereses	2,448.52	2,065.60	1,910.39	2,022.02	1,929.00	1,776.35	1,685.53	1,647.65	1,553.36	1,505.89	1,275.85	1,227.46	21,047.62
Comisiones + seguros	530.60	530.60	530.60	530.60	530.60	530.60	530.60	530.60	530.60	530.60	530.60	530.60	6,367.20
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	72,733.92	88,153.47	-320,349.06	106,440.29	95,022.23	128,304.65	100,997.66	150,224.67	161,184.69	174,725.23	165,999.01	165,964.39	1,089,401.15

AÑO 3 - 2024

AÑO 3 - 2024	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 2024
INGRESOS													
Ingresos por ventas	188,553.32	209,745.76	223,728.81	234,322.03	248,305.08	262,288.14	276,271.19	290,254.24	304,237.29	325,423.73	342,796.61	360,163.49	3,266,101.69
Crédito fiscal a favor	13,154.30	7,494.21	8,279.06	8,802.30	9,194.72	9,717.96	10,241.19	10,764.43	11,287.66	11,810.90	12,535.75	13,249.79	126,592.27
TOTAL DE INGRESOS	201,713.63	217,239.97	232,007.88	243,124.33	257,499.81	272,006.09	286,512.38	301,018.66	315,524.95	337,234.62	355,392.36	373,419.28	3,392,693.96
EGRESOS													
Compra de materia prima	45,448.72	50,593.86	54,023.95	56,596.52	60,026.61	63,456.70	66,886.79	70,316.89	73,746.98	78,892.12	83,179.73	87,467.35	790,636.22
Gastos administrativos (Remuneraciones)	41,552.00	41,552.00	41,552.00	41,552.00	63,874.42	41,552.00	79,819.00	41,552.00	41,552.00	41,552.00	63,874.42	79,819.00	619,802.83
Otros gastos administrativos (Pago de servicios)	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	44,160.00
Impuesto a la Renta (Pago a cuenta mensual)	7,127.12	3,771.19	4,194.92	4,474.58	4,686.44	4,966.10	5,245.76	5,525.42	5,805.08	6,084.75	6,508.47	6,855.93	65,245.76
Impuesto a la Renta (Pago anual)			393,592.69										393,592.69
TOTAL DE EGRESOS	97,807.84	99,597.04	497,043.56	106,303.09	132,267.47	113,654.80	155,631.56	121,074.31	124,784.06	130,208.86	157,242.62	177,822.28	1,913,437.51
FLUJO DE CAJA OPERATIVO	103,905.79	117,642.93	-265,035.68	136,821.24	125,232.34	158,351.29	130,880.82	179,944.35	190,740.89	207,025.76	198,149.73	195,597.00	1,479,256.46
FLUJO DE CAPITAL O DE INVERSIÓN													
Inversión fija tangible												-1,140.50	-1,140.50
Inversión fija intangible													0.00
Inversión en gastos pre operativos													0.00
Inventario inicial de mercadería													0.00
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	103,905.79	117,642.93	-265,035.68	136,821.24	125,232.34	158,351.29	130,880.82	179,944.35	190,740.89	207,025.76	198,149.73	194,456.50	1,478,115.96
Préstamo													0.00
Amortización	28,307.74	28,476.20	28,601.11	28,605.94	28,782.14	28,828.65	28,926.18	29,040.01	29,096.68	29,249.56	29,319.67	29,415.62	346,649.50
Pago de intereses	1,210.63	1,042.17	917.26	912.43	736.23	689.72	592.19	478.36	421.69	268.81	198.70	102.73	1,210.63
Comisiones + seguros	530.60	530.60	530.60	530.60	530.60	530.60	530.60	530.60	530.60	530.60	530.60	530.60	6,367.20
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	73,856.82	87,593.96	-295,084.65	106,772.27	95,183.37	128,302.32	100,831.85	149,895.38	160,691.92	176,976.79	168,100.76	164,407.55	1,117,528.34

AÑO 4 - 2025

AÑO 4 - 2025	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 2025
INGRESOS													
Ingresos por ventas	188,559.32	209,745.76	223,728.81	234,322.03	248,305.08	262,288.14	276,271.19	290,254.24	304,237.29	325,423.73	342,796.61	360,169.49	3,266,101.69
Crédito fiscal a favor	14,109.12	7,923.91	8,757.41	9,313.07	9,729.82	10,285.48	10,841.15	11,396.81	11,952.48	12,508.14	13,341.64	14,036.22	134,195.26
TOTAL DE INGRESOS	202,668.44	217,669.67	232,486.22	243,635.11	258,034.90	272,573.62	287,112.34	301,651.05	316,189.77	337,931.87	356,138.25	374,205.71	3,400,296.95
EGRESOS													
Compra de materia prima	48,265.63	53,729.67	57,372.36	60,104.37	63,747.06	67,389.75	71,032.44	74,675.13	78,317.82	83,781.85	88,335.22	92,888.58	839,639.89
Gastos administrativos (Remuneraciones)	41,552.00	41,552.00	41,552.00	41,552.00	63,874.42	41,552.00	79,819.00	41,552.00	41,552.00	41,552.00	63,874.42	79,819.00	619,802.83
Otros gastos administrativos (Pago de servicios)	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	44,160.00
Impuesto a la Renta (Pago a cuenta mensual)	7,203.39	3,771.19	4,194.92	4,474.58	4,686.44	4,966.10	5,245.76	5,525.42	5,805.08	6,084.75	6,508.47	6,855.93	65,322.03
Impuesto a la Renta (Pago anual)			469,246.05										469,246.05
TOTAL DE EGRESOS	100,701.02	102,732.85	576,045.32	109,810.95	135,987.92	117,587.85	159,777.20	125,432.56	129,354.91	135,098.60	162,398.11	183,243.51	2,038,170.81
FLUJO DE CAJA OPERATIVO	101,967.42	114,936.82	-343,559.10	133,824.15	122,046.98	154,985.77	127,335.13	176,218.50	186,834.86	202,833.27	193,740.14	190,962.20	1,362,126.14
FLUJO DE CAPITAL O DE INVERSIÓN													
Inversión fija tangible												-4,690.50	-4,690.50
Inversión fija intangible													0.00
Inversión en gastos pre operativos													0.00
Inventario inicial de mercadería													0.00
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	101,967.42	114,936.82	-343,559.10	133,824.15	122,046.98	154,985.77	127,335.13	176,218.50	186,834.86	202,833.27	193,740.14	186,271.70	1,357,435.64
Préstamo													0.00
Amortización	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Pago de intereses	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Comisiones + seguros	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	101,967.42	114,936.82	-343,559.10	133,824.15	122,046.98	154,985.77	127,335.13	176,218.50	186,834.86	202,833.27	193,740.14	186,271.70	1,357,435.64

AÑO 5 - 2026

AÑO 5 - 2026	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 2026
INGRESOS													
Ingresos por ventas	191,949.15	213,135.59	227,118.64	237,711.86	251,694.92	265,677.97	279,661.02	297,033.90	311,016.95	332,203.39	349,576.27	370,762.71	3,327,542.37
Crédito fiscal a favor	341,193.73	8,545.70	9,432.84	10,024.28	10,467.85	11,059.28	11,650.72	12,242.15	12,981.44	13,572.87	14,460.02	15,199.31	470,830.20
TOTAL DE INGRESOS	533,142.89	221,681.29	236,551.49	247,736.14	262,162.77	276,737.25	291,311.73	309,276.05	323,998.39	345,776.26	364,036.29	385,962.02	3,798,372.57
EGRESOS													
Compra de materia prima	52,341.78	58,157.54	62,034.70	64,942.58	68,819.75	72,696.92	76,574.09	81,420.55	85,297.72	91,113.47	95,959.93	101,775.69	911,134.72
Gastos administrativos (Remuneraciones)	41,552.00	41,552.00	41,552.00	41,552.00	63,874.42	41,552.00	79,819.00	41,552.00	41,552.00	41,552.00	63,874.42	79,819.00	619,802.83
Otros gastos administrativos (Pago de servicios)	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	44,160.00
Impuesto a la Renta (Pago a cuenta mensual)	7,203.39	3,838.98	4,262.71	4,542.37	4,754.24	5,033.90	5,313.56	5,593.22	5,940.68	6,220.34	6,644.07	6,991.53	66,338.98
Impuesto a la Renta (Pago anual)			542,024.88										542,024.88
TOTAL DE EGRESOS	104,777.17	107,228.52	653,554.30	114,716.95	141,128.40	122,962.82	165,386.65	132,245.77	136,470.40	142,565.81	170,158.42	192,266.21	2,183,461.41
FLUJO DE CAJA OPERATIVO	428,365.72	114,452.77	-417,002.81	133,019.19	121,034.36	153,774.43	125,925.09	177,030.28	187,527.99	203,210.45	193,877.88	193,695.81	1,614,911.16
FLUJO DE CAPITAL O DE INVERSIÓN													
Inversión fija tangible												-690.50	-690.50
Inversión fija intangible													0.00
Inversión en gastos pre operativos													0.00
Inventario inicial de mercadería													0.00
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	428,365.72	114,452.77	-417,002.81	133,019.19	121,034.36	153,774.43	125,925.09	177,030.28	187,527.99	203,210.45	193,877.88	193,005.31	1,614,220.66
Préstamo													0.00
Amortización	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Pago de intereses	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Comisiones + seguros	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	428,365.72	114,452.77	-417,002.81	133,019.19	121,034.36	153,774.43	125,925.09	177,030.28	187,527.99	203,210.45	193,877.88	193,005.31	1,614,220.66

Fuente: Elaboración Propia.

ANEXO 48: ESTADOS DE RESULTADOS – ANUAL

Estado de resultados anual

Descripción	Año 1 2022	Año 2 2023	Año 3 2024	Año 4 2025	Año 5 2026
Ventas	3,342,954.27	3,332,147.79	3,392,693.96	3,400,296.95	3,798,372.57
Costo de ventas	695,082.61	734,841.55	790,636.22	839,639.89	911,134.72
Utilidad Bruta	2,647,871.67	2,597,306.24	2,602,057.75	2,560,657.06	2,887,237.85
Gastos administrativos (Remuneraciones)	619,802.83	619,802.83	619,802.83	619,802.83	619,802.83
Otros gastos administrativos (pago de servicios)	44,780.00	44,160.00	44,160.00	44,160.00	44,160.00
Gasto en reposición de activos fijos	690.50	690.50	1,140.50	4,690.50	690.50
Depreciación acumulada y depreciación de intangibles	10,020.88	20,041.77	40,083.53	80,167.07	160,334.14
Utilidad antes de intereses e impuestos	1,972,577.45	1,912,611.14	1,896,870.88	1,811,836.66	2,062,250.38
Gastos financieros	360,587.64	360,587.64	354,227.33		
Utilidad antes de impuestos	1,611,989.81	1,552,023.50	1,542,643.55	1,811,836.66	2,062,250.38
Impuesto a la renta (29.5%)	475,536.99	457,846.93	455,079.85	534,491.81	608,363.86
Utilidad Neta	1,136,452.82	1,094,176.57	1,087,563.70	1,277,344.84	1,453,886.52

Fuente: Elaboración Propia.

ANEXO 49: EVALUACIÓN FINANCIERA

VAN Y TIR

COK ANUAL	9.94%
WACC ANUAL	7.43%

	Dic-21	2022	2023	2024	2025	2026
Valor actual flujo de caja económico	-2,490,215.18	1,925,471.21	1,449,988.79	1,478,115.96	1,357,435.64	1,614,220.66
Valor actual flujo de caja financiero	-1,490,215.18	1,564,883.57	1,089,401.15	1,117,528.34	1,357,435.64	1,614,220.66

VAN ECONÓMICO	S/ 3,507,435.96		
TIR ECONÓMICA		60%	RENTABLE
RATIO B/C ECONÓMICO		1.4084871	RENTABLE

VAN FINANCIERO	S/ 3,959,520.85		
TIR FINANCIERA		88%	RENTABLE
RATIO B/C FINANCIERO		2.657012817	RENTABLE

Fuente: Elaboración Propia.

ANEXO 50: EVALUACIÓN FINANCIERA – ESCENARIO OPTIMISTA

ESCENARIO OPTIMISTA: Incremento del 5% en el valor de venta

Demanda anual	318	318	332	332	333
	590	590	590	590	607
Mensualidad con incremento del 5%	4,004.24	4,004.24	4,004.24	4,004.24	4,004.24
	4,200.00	4,200.00	4,200.00	4,200.00	4,200.00
Nuevo ingreso neto por ventas	1,273,347.46	1,273,347.46	1,329,406.78	1,329,406.78	1,333,411.02
	2,478,000.00	2,478,000.00	2,478,000.00	2,478,000.00	2,549,400.00
	3,751,347.46	3,751,347.46	3,807,406.78	3,807,406.78	3,882,811.02

FLUJO DE CAJA ANUAL (2022 - 2026)	DICIEMBRE	2022	2023	2024	2025	2026
INGRESOS						
Ingresos por ventas		3,751,347.46	3,751,347.46	3,807,406.78	3,807,406.78	3,882,811.02
TOTAL DE INGRESOS		3,751,347.46	3,751,347.46	3,807,406.78	3,807,406.78	3,882,811.02
EGRESOS						
Compra de materia prima		695,082.61	734,841.55	790,636.22	839,639.89	911,134.72
Gastos administrativos (Remuneraciones)		619,802.83	619,802.83	619,802.83	619,802.83	619,802.83
Otros gastos administrativos (Pago de servicios)		44,780.00	44,160.00	44,160.00	44,160.00	44,160.00
Impuesto a la Renta (Pago a cuenta mensual)		57,127.12	64,254.24	65,245.76	65,322.03	66,338.98
Impuesto a la Renta (Pago anual)			418,409.88	393,592.69	469,246.05	542,024.88
TOTAL DE EGRESOS		1,416,792.56	1,881,468.49	1,913,437.51	2,038,170.81	2,183,461.41

FLUJO DE CAJA OPERATIVO		2,334,554.90	1,869,878.96	1,893,969.27	1,769,235.97	1,699,349.61
FLUJO DE CAPITAL O DE INVERSIÓN						
Inversión fija tangible	-187,814.80	-690.50	-690.50	-1,140.50	-4,690.50	-690.50
Inversión fija intangible	-959.00					
Inversión en gastos pre operativos	-2,175,976.40					
Inventario inicial de mercadería	-39,806.49					
Inversión en capital de trabajo	-85,658.49					
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-2,490,215.18	2,333,864.40	1,869,188.46	1,892,828.77	1,764,545.47	1,698,659.11
Préstamo	1,000,000.00					
Amortización		320,177.68	333,172.82	346,649.50	0.00	0.00
Pago de intereses		34,042.76	21,047.62	1,210.63	0.00	0.00
Comisiones + seguros		6,367.20	6,367.20	6,367.20	0.00	0.00
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-1,490,215.18	1,973,276.76	1,508,600.82	1,538,601.44	1,764,545.47	1,698,659.11

VAN Y TIR

COK ANUAL	9.94%
WACC ANUAL	7.43%

	Dic-21	2022	2023	2024	2025	2026
Valor actual flujo de caja económico	-2,490,215.18	2,333,864.40	1,869,188.46	1,892,828.77	1,764,545.47	1,698,659.11
Valor actual flujo de caja financiero	-1,490,215.18	1,973,276.76	1,508,600.82	1,538,601.44	1,764,545.47	1,698,659.11

VAN ECONÓMICO	S/ 4,869,073.42	
TIR ECONÓMICA	79%	RENTABLE
RATIO B/C ECONÓMICO	1.9552822	RENTABLE
VAN FINANCIERO	S/ 5,407,300.54	
TIR FINANCIERA	117%	RENTABLE
RATIO B/C FINANCIERO	3.628536735	RENTABLE

Fuente: Elaboración Propia.

ANEXO 51: EVALUACIÓN FINANCIERA – ESCENARIO PESIMISTA

ESCENARIO PESIMISTA: Disminución del 4.8% en el valor de venta

Demanda anual	318	318	332	332	333
	590	590	590	590	607
Mensualidad con incremento del 4.8%	3,630.51	3,630.51	3,630.51	3,630.51	3,630.51
	3,808.00	3,808.00	3,808.00	3,808.00	3,808.00
Nuevo ingreso neto por ventas	1,154,501.69	1,154,501.69	1,205,328.81	1,205,328.81	1,208,959.32
	2,246,720.00	2,246,720.00	2,246,720.00	2,246,720.00	2,311,456.00
	3,401,221.69	3,401,221.69	3,452,048.81	3,452,048.81	3,520,415.32

FLUJO DE CAJA ANUAL (2022 - 2026)	DICIEMBRE	2022	2023	2024	2025	2026
INGRESOS						
Ingresos por ventas		3,401,221.69	3,401,221.69	3,452,048.81	3,452,048.81	3,520,415.32
TOTAL DE INGRESOS		3,401,221.69	3,401,221.69	3,452,048.81	3,452,048.81	3,520,415.32
EGRESOS						
Compra de materia prima		695,082.61	734,841.55	790,636.22	839,639.89	911,134.72
Gastos administrativos (Remuneraciones)		619,802.83	619,802.83	619,802.83	619,802.83	619,802.83
Otros gastos administrativos (Pago de servicios)		44,780.00	44,160.00	44,160.00	44,160.00	44,160.00
Impuesto a la Renta (Pago a cuenta mensual)		57,127.12	64,254.24	65,245.76	65,322.03	66,338.98
Impuesto a la Renta (Pago anual)			418,409.88	393,592.69	469,246.05	542,024.88
TOTAL DE EGRESOS		1,416,792.56	1,881,468.49	1,913,437.51	2,038,170.81	2,183,461.41

FLUJO DE CAJA OPERATIVO		1,984,429.14	1,519,753.20	1,538,611.31	1,413,878.00	1,336,953.91
FLUJO DE CAPITAL O DE INVERSIÓN						
Inversión fija tangible	-187,814.80	-690.50	-690.50	-1,140.50	-4,690.50	-690.50
Inversión fija intangible	-959.00					
Inversión en gastos pre operativos	-2,175,976.40					
Inventario inicial de mercadería	-39,806.49					
Inversión en capital de trabajo	-85,658.49					
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-2,490,215.18	1,983,738.64	1,519,062.70	1,537,470.81	1,409,187.50	1,336,263.41
Préstamo	1,000,000.00					
Amortización		320,177.68	333,172.82	346,649.50	0.00	0.00
Pago de intereses		34,042.76	21,047.62	1,210.63	0.00	0.00
Comisiones + seguros		6,367.20	6,367.20	6,367.20	0.00	0.00
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-1,490,215.18	1,623,151.00	1,158,475.06	1,183,243.48	1,409,187.50	1,336,263.41

VAN Y TIR

COK ANUAL	9.94%
WACC ANUAL	7.43%

	Dic-21	2022	2023	2024	2025	2026
Valor actual flujo de caja económico	-2,490,215.18	1,983,738.64	1,519,062.70	1,537,470.81	1,409,187.50	1,336,263.41
Valor actual flujo de caja financiero	-1,490,215.18	1,623,151.00	1,158,475.06	1,183,243.48	1,409,187.50	1,336,263.41

VAN ECONÓMICO	S/ 3,524,612.59	
TIR ECONÓMICA	62%	RENTABLE
RATIO B/C ECONÓMICO	1.415384748	RENTABLE
VAN FINANCIERO	S/ 3,971,197.23	
TIR FINANCIERA	91%	RENTABLE
RATIO B/C FINANCIERO	2.664848187	RENTABLE

Fuente: Elaboración Propia.